



l'Osservatorio mensile

**Clima di fiducia
e intenzioni di acquisto
degli italiani.**

Indagine ottobre 2009

Dati rilevati nel mese di settembre 2009



Milano, 1 ottobre 2009

COMUNICATO STAMPA

Gli italiani confermano il buon andamento della fiducia nella situazione attuale del Paese.

Il Nord Ovest e quanti hanno l'istruzione dell'obbligo sono tra i più positivi.

Cala significativamente la previsione concernente il risparmio.

Le intenzioni d'acquisto a 3 mesi di Tv, Hi Fi, auto nuove e usate mostrano un andamento positivo, male viaggi, vacanze, motocicli, scooter, telefono, pc e cellulare.

Il grado di fiducia nella situazione italiana conferma il trend positivo che è iniziato a maggio, eccezion fatta la lieve flessione riscontrata ad agosto. Il dato di settembre è tra l'altro quello più elevato dall'inizio delle rilevazioni iniziate nell'ottobre 2007.

I più positivi sono gli italiani che hanno il livello d'istruzione dell'obbligo i quali hanno mutato il loro atteggiamento pessimista dei mesi scorsi in un'aperta soddisfazione. Per contro, quanti hanno una istruzione universitaria, dopo mesi di cauto ottimismo sembrano più pessimisti. Anche a livello geografico si nota un cambiamento: il Nord Est che ha spesso evidenziato un approccio ottimista fa invece registrare un cambiamento di "mood", mentre il testimone dell'ottimismo viene raccolto dal Nord Ovest.

Le previsioni a dodici mesi circa la situazione italiana nel suo complesso sono sostanzialmente stabili: un dato che può essere interpretato positivamente se si raffronta con il calo registrato nello stesso periodo dell'anno scorso.

L'unica voce distonica riguarda la previsione di aumento del risparmio che diminuisce in maniera notevole vanificando l'andamento di agosto e perdendo ben tre punti percentuali rispetto al settembre 2008.

Se si passa ad esaminare le intenzioni di acquisto a tre mesi, i settori che vedono un trend positivo sono *TV, video e Hi Fi* che evidenziano una crescita molto significativa passando dal 12,5% di agosto al 17,4% di settembre.

Le intenzioni di acquisto di *auto nuove e usate* mostrano un andamento discreto crescendo entrambe dello 0,5% dopo due mesi di flessione. Da notare che la performance del comparto delle auto nuove è doppiamente positiva se paragonata al brusco calo del settembre 2008.

Stazionarie sono invece le previsioni di acquisto a tre mesi di *mobili* e quelle di *attrezzature sportive e fai da te*.

In calo deciso, anche se fisiologico, le intenzioni a tre mesi di effettuare *viaggi e vacanze* con una diminuzione del 20,2%. La stagionalità penalizza anche il comparto *motocicli e scooter*, pur in maniera minore rispetto a quanto era avvenuto nel settembre dello scorso anno.

Il comparto degli *elettrodomestici* evidenzia una diminuzione nelle intenzioni d'acquisto di circa 5 punti sul mese di agosto. Le previsioni a tre mesi che riguardano i cellulari mostrano una discesa di circa tre punti e di circa mezzo punto per il *pc portatile e fisso*.

Le intenzioni di *ristrutturare casa* e quella di *acquistarla* nei prossimi tre mesi sono in netto calo con diminuzioni rispettivamente del 4,5% e del 3,5%.

Stefano Martini (Direttore dell'Osservatorio Findomestic)

La Fiducia degli italiani

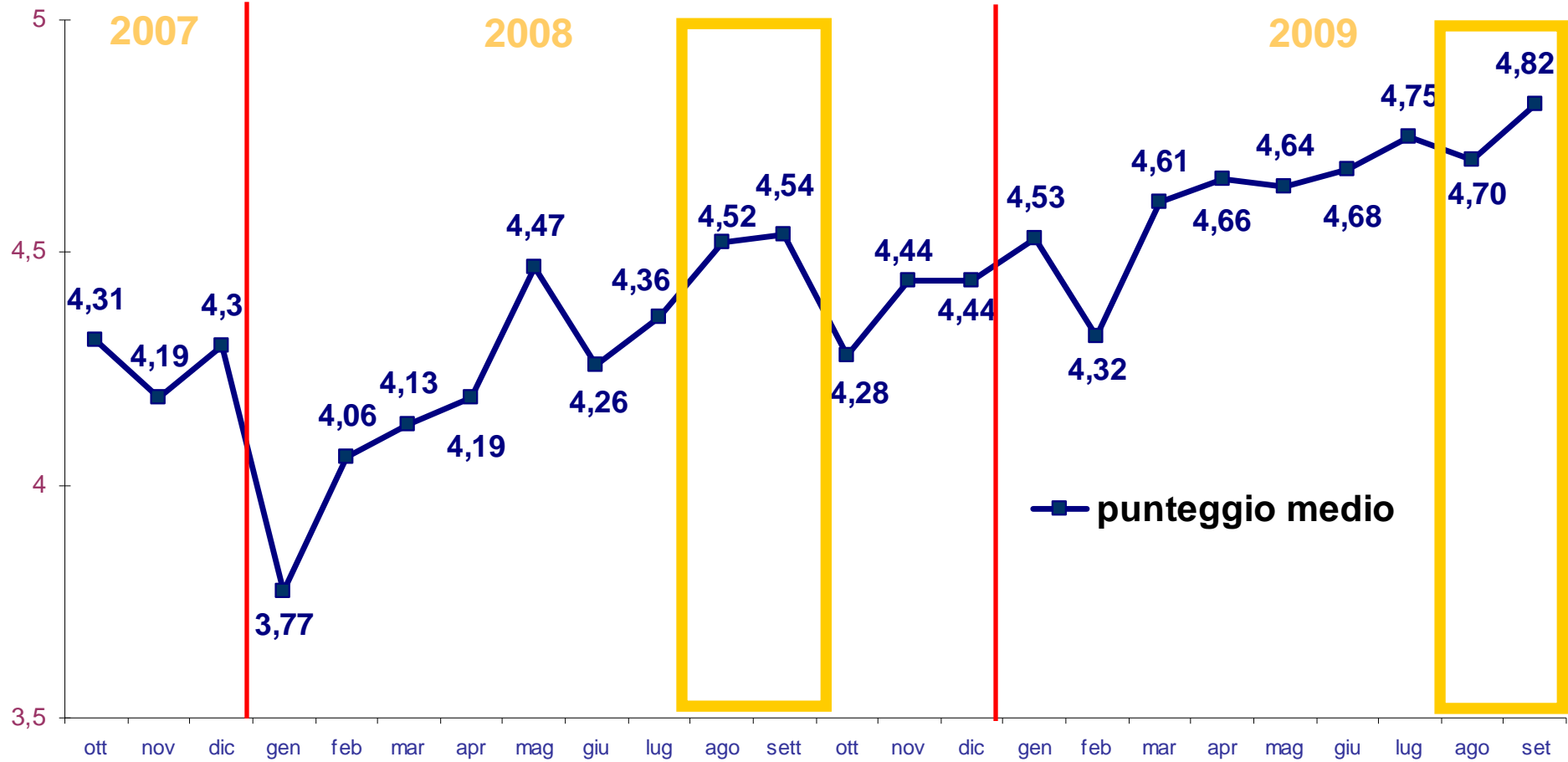
→ **La fiducia cresce:** anche se ad agosto la fiducia era calata lievemente, con il netto rialzo del mese di settembre si può affermare che **il trend di crescita si sta protraendo ormai da marzo**. Inoltre, il dato di settembre fa registrare il **voto di fiducia medio più elevato dall'inizio della rilevazione: 4,82 (+0,28 vs settembre 2008)**.

Grado di soddisfazione rispetto alla situazione italiana (Scala da 1 a 10)

Domanda: In che misura lei è soddisfatto/a della situazione italiana nel suo complesso (economica, politica e sociale)?

Soglia positiva
del voto medio
7,00

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento



La Fiducia

→ L'evidenza più interessante proviene dagli intervistati che hanno un **grado d'istruzione dell'obbligo**: dopo alcuni mesi di pessimismo crescente, oggi si rivelano essere **il gruppo di Italiani più soddisfatto** (5,17 settembre vs 4,44 agosto).

→ La **tendenza** è invece **opposta**, ovvero un calo dopo mesi di tiepida crescita, per coloro che possiedono **istruzione universitaria**.

→ L'analisi per area geografica indica, invece, il **Nord-Ovest** come la zona che si dimostra **più soddisfatta** della situazione italiana attuale.

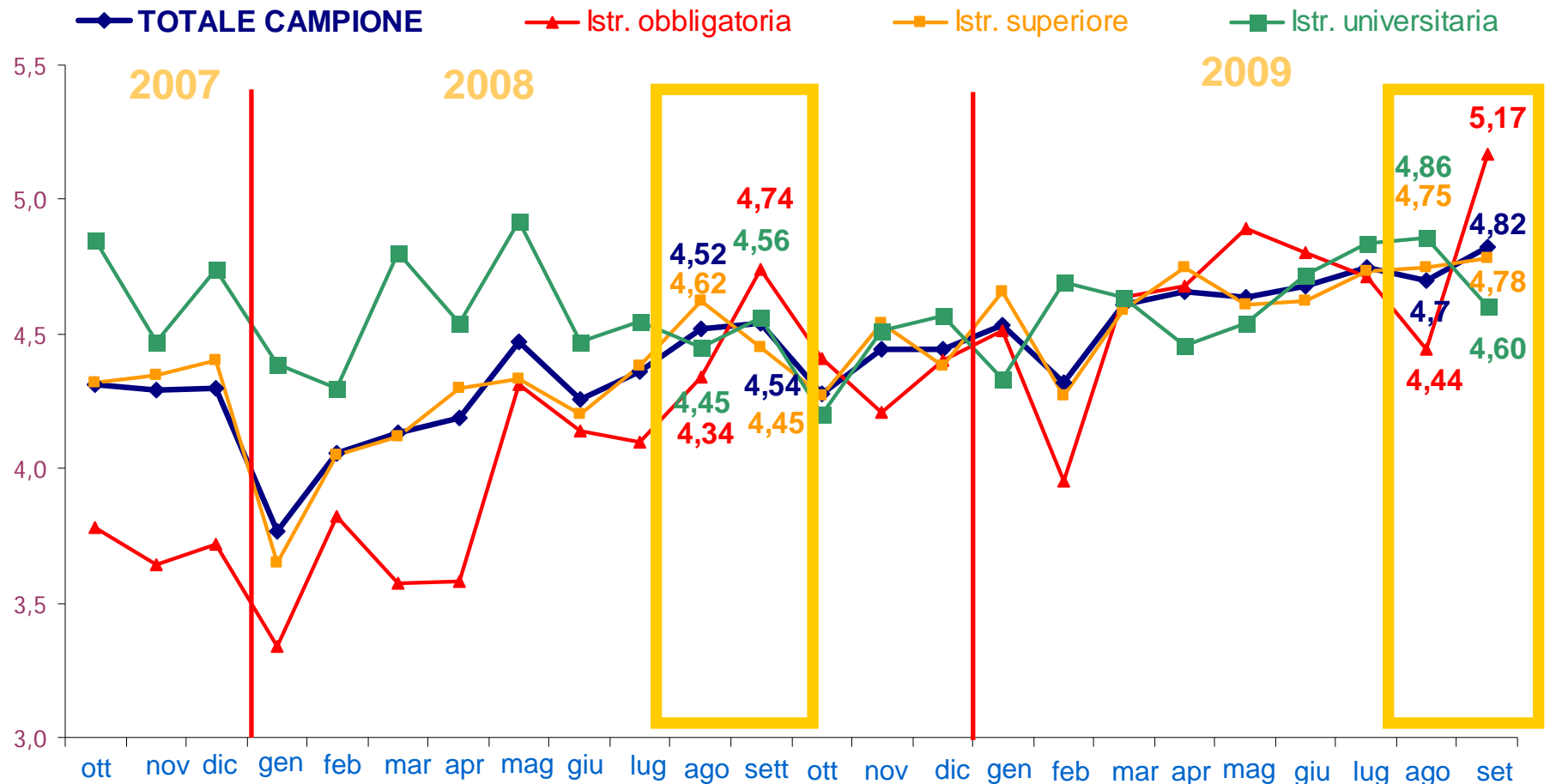
ZOOM

Grado di soddisfazione rispetto alla situazione italiana (Scala da 1 a 10)

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

Analisi per livelli di istruzione (punteggi medi)

Soglia positiva del voto medio 7,00



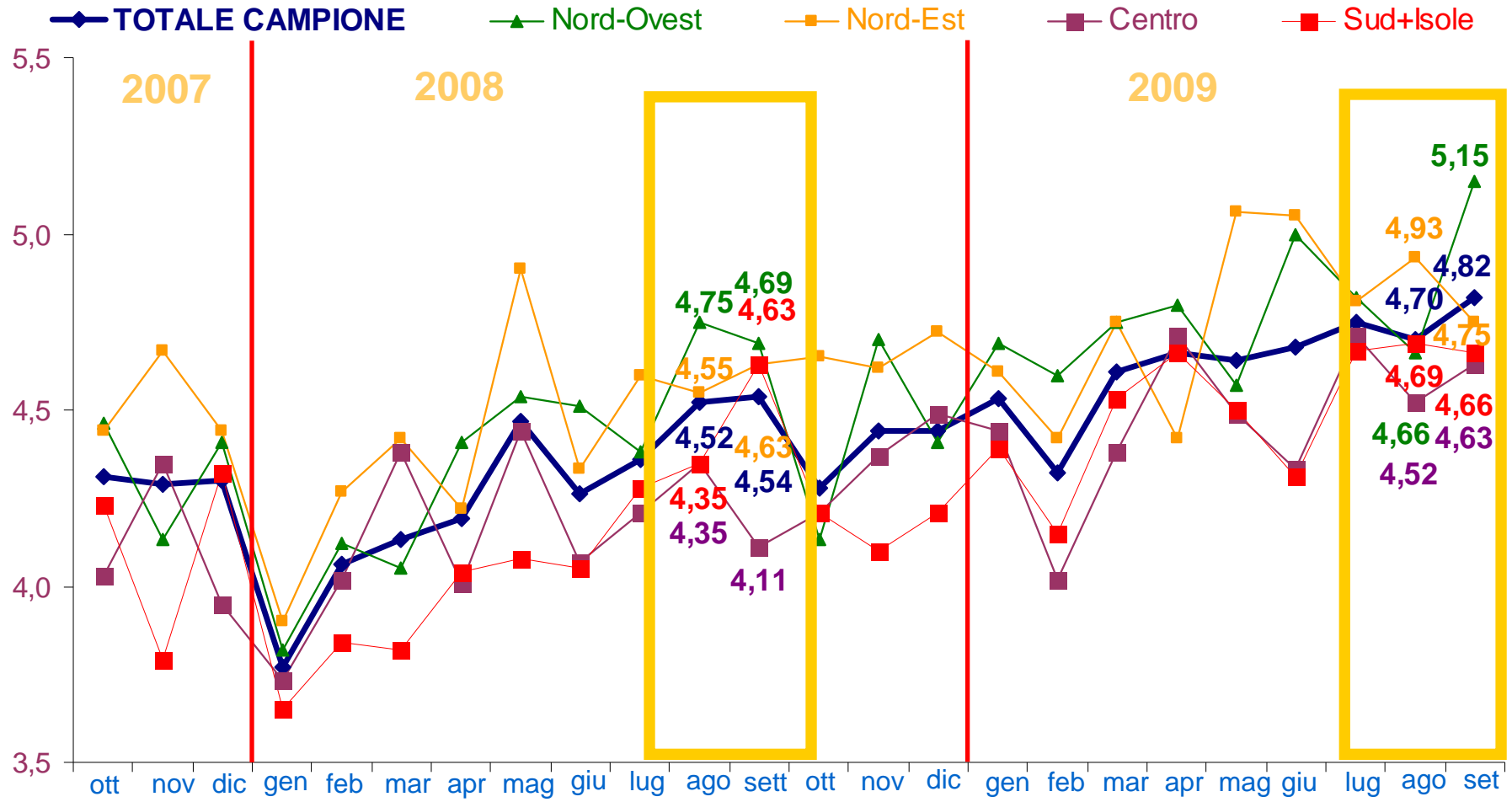
ZOOM

Grado di soddisfazione rispetto alla situazione italiana (Scala da 1 a 10)

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

Analisi per area geografica (punteggi medi)

Soglia positiva del voto medio 7,00



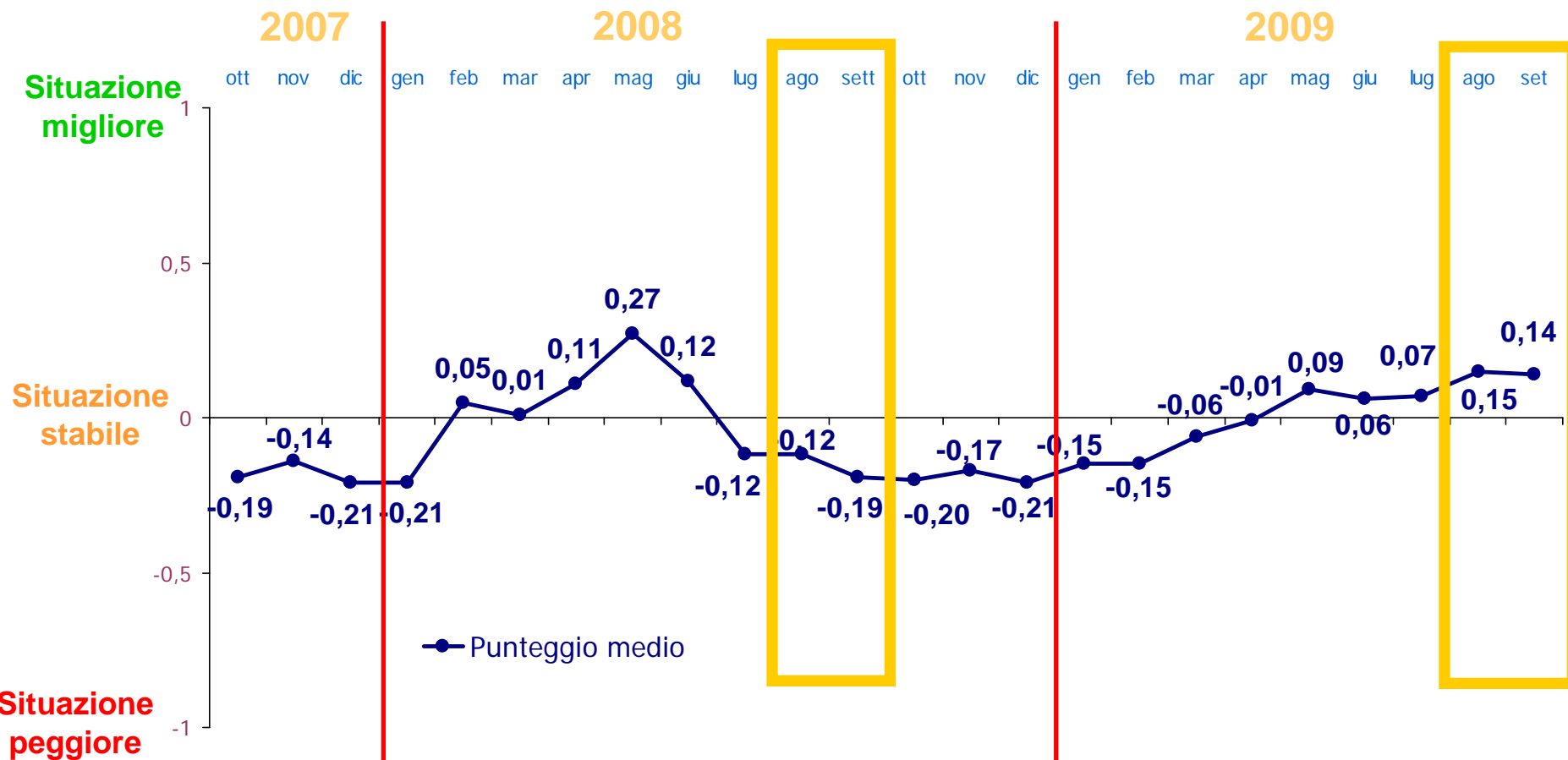
La previsione a 12 mesi

→ Gli intervistati prevedono **per il futuro** una **situazione in miglioramento** per i prossimi 12 mesi, anche se essa rimane su **valori molto vicini alla stabilità**. Ciò è comunque decisamente positivo se si considera che nello stesso bimestre del 2008 i dati avevano segno meno (+0,14 settembre 2009 vs. -0,19 settembre 2008).

Previsioni sulla situazione italiana a 12 mesi

Domanda: Lei ritiene che nel corso dei prossimi 12 mesi, la situazione italiana, nel suo complesso (economica, politica e sociale) sarà migliore o peggiore?

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento



La previsione a 12 mesi

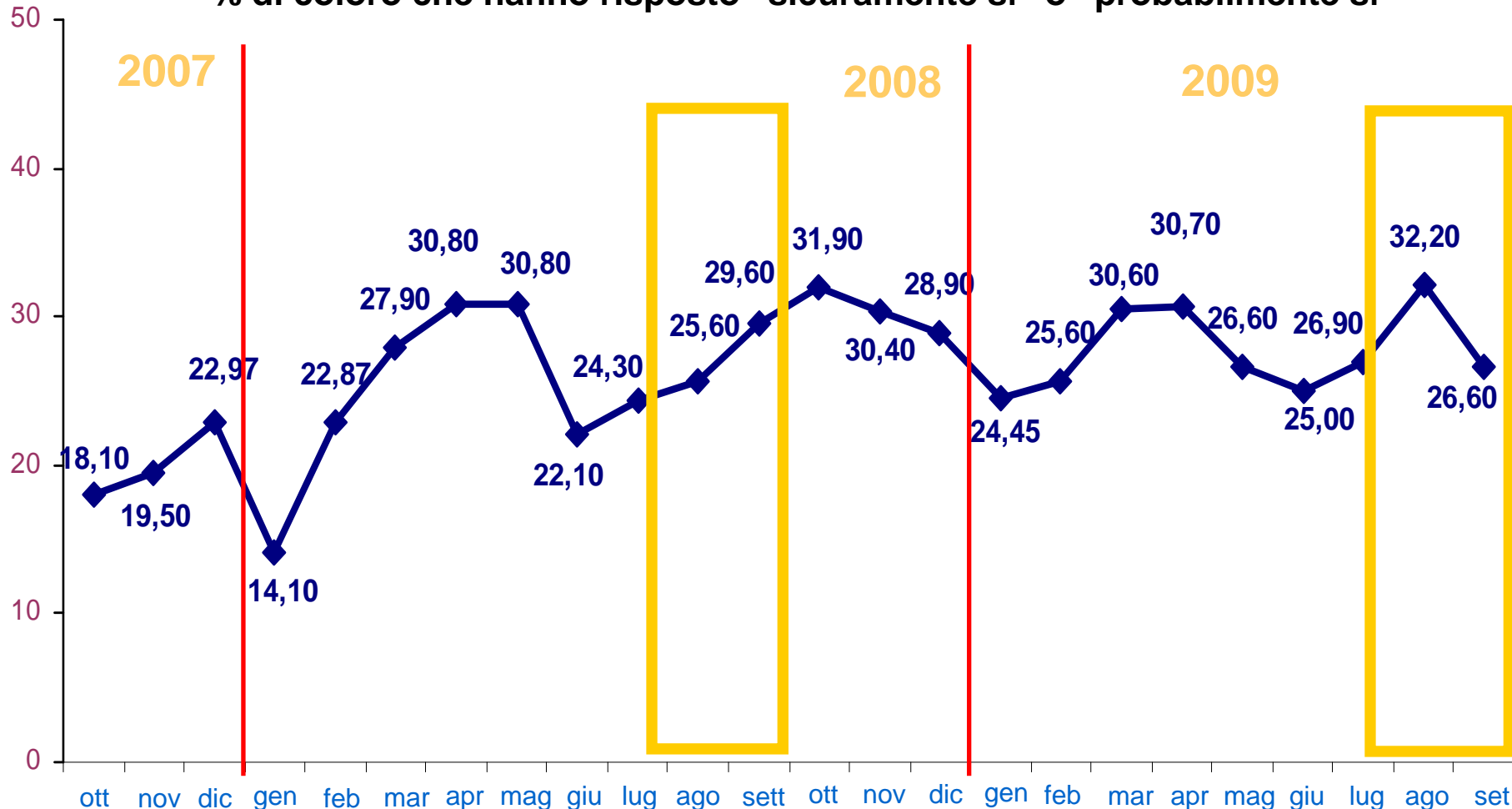
→ Tuttavia, a settembre la **previsione di aumento del risparmio** cala considerevolmente, vanificando il deciso incremento del mese scorso (che aveva raggiunto il valore più elevato dall'inizio della rilevazione) e attestandosi a -3 punti percentuali rispetto a settembre 2008.

Propensione personale all'aumento del risparmio a 12 mesi

Domanda: lei ritiene che nel corso dei prossimi 12 mesi aumenterà il suo livello personale di risparmio?

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

%
% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"



Previsioni d'acquisto a tre mesi nel tempo libero.

→ Il forte **calo nelle intenzioni di fare viaggi e vacanze (-20,2%)**, dopo la già significativa discesa (-11,7%) del mese di agosto, è fisiologico e rispecchia l'andamento del 2008. Da rilevare però, che il dato di quest'anno è **inferiore di 3 punti percentuali rispetto allo stesso mese del 2008** e il più basso dall'inizio della rilevazione.

→ **Attrezzature sportive e attrezzature per il fai da te**, pur crescendo leggermente, si mantengono pressoché **stabili**.

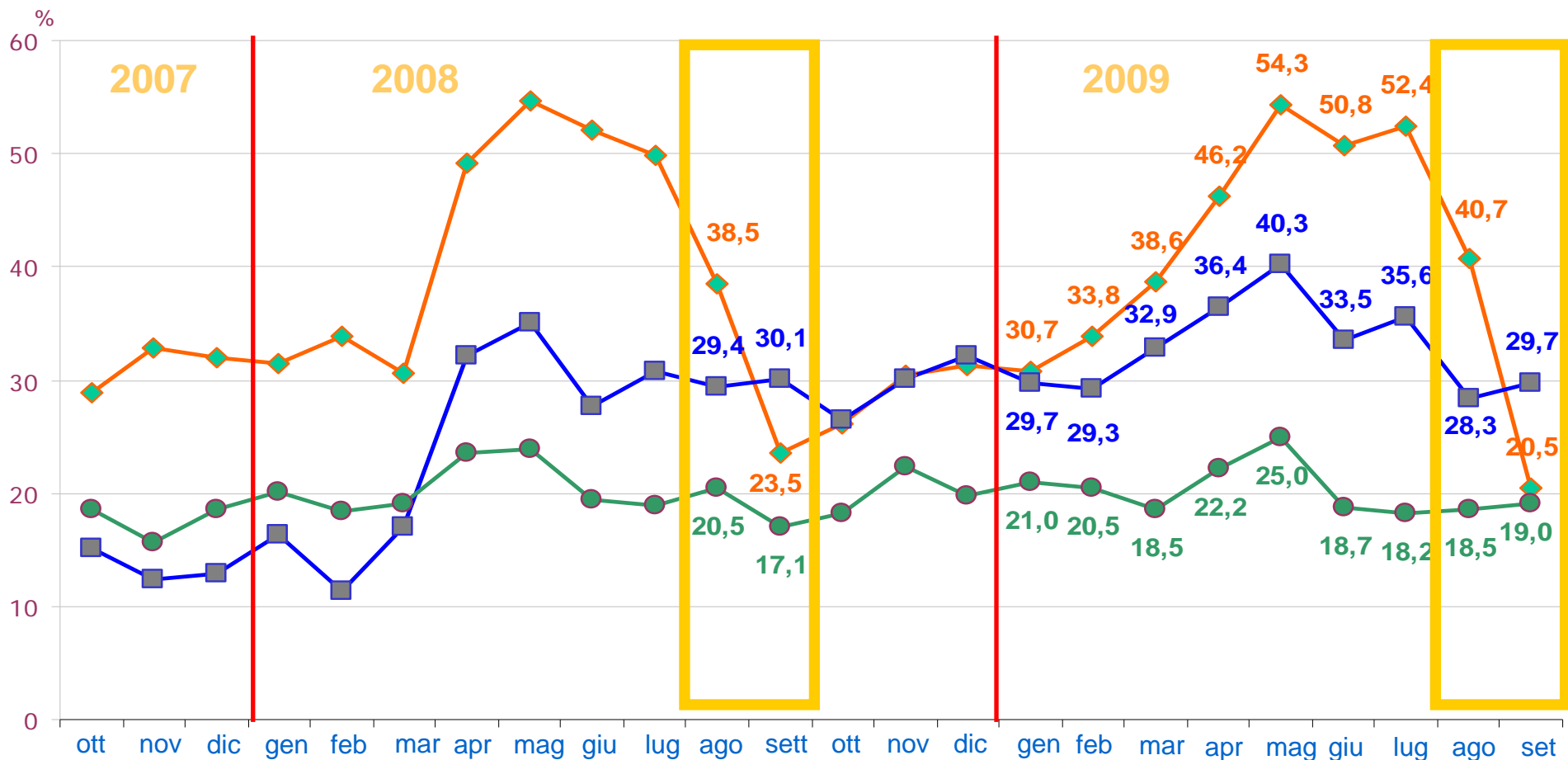
Beni/Servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi

Tempo libero

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

◆ Viaggi, vacanze
 ■ Attrezzature e abbigliamento sportivi
 ● Attrezzature fai-da-te



Key Points

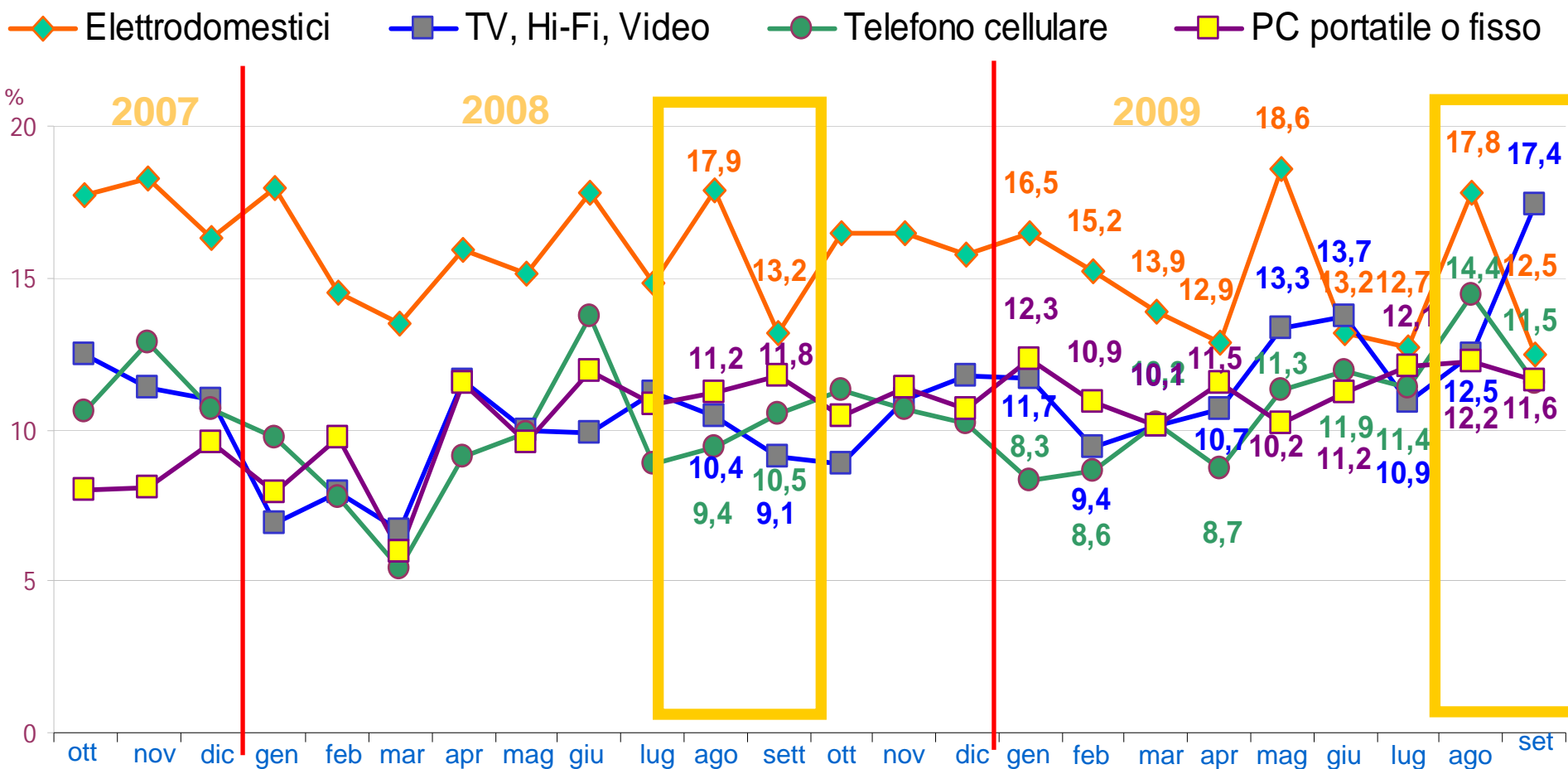
Previsioni d'acquisto a tre mesi di elettrodomestici ed elettronica di consumo

- L'intenzione di acquistare **elettrodomestici** (inteso come categoria generica) ha ormai da alcuni mesi un **andamento altalenante** per cui, dopo la crescita del mese precedente, a settembre essa **cala** (-5,3 punti rispetto ad agosto), facendo registrare il **dato più basso dall'inizio della rilevazione**.
- Le intenzioni di acquisto del **telefono cellulare diminuiscono**, passando dal 14,4% di agosto all' 11,5% di settembre;
- così come, seppure in modo più lieve, quelle di acquisto del **PC portatile o fisso, dal 12,2% di agosto all'11,6% di settembre**.
- **TV, hi-fi e video**, invece, sono **l'unica categoria** del settore a registrare una **crescita nell'intenzione d'acquisto, anche molto significativa**: passando da 12,5% di agosto a 17,4% di settembre, la categoria riesce a raggiungere una **percentuale mai così elevata**.

Beni/Servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi Elettrodomestici ed Elettronica

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"



Key Points

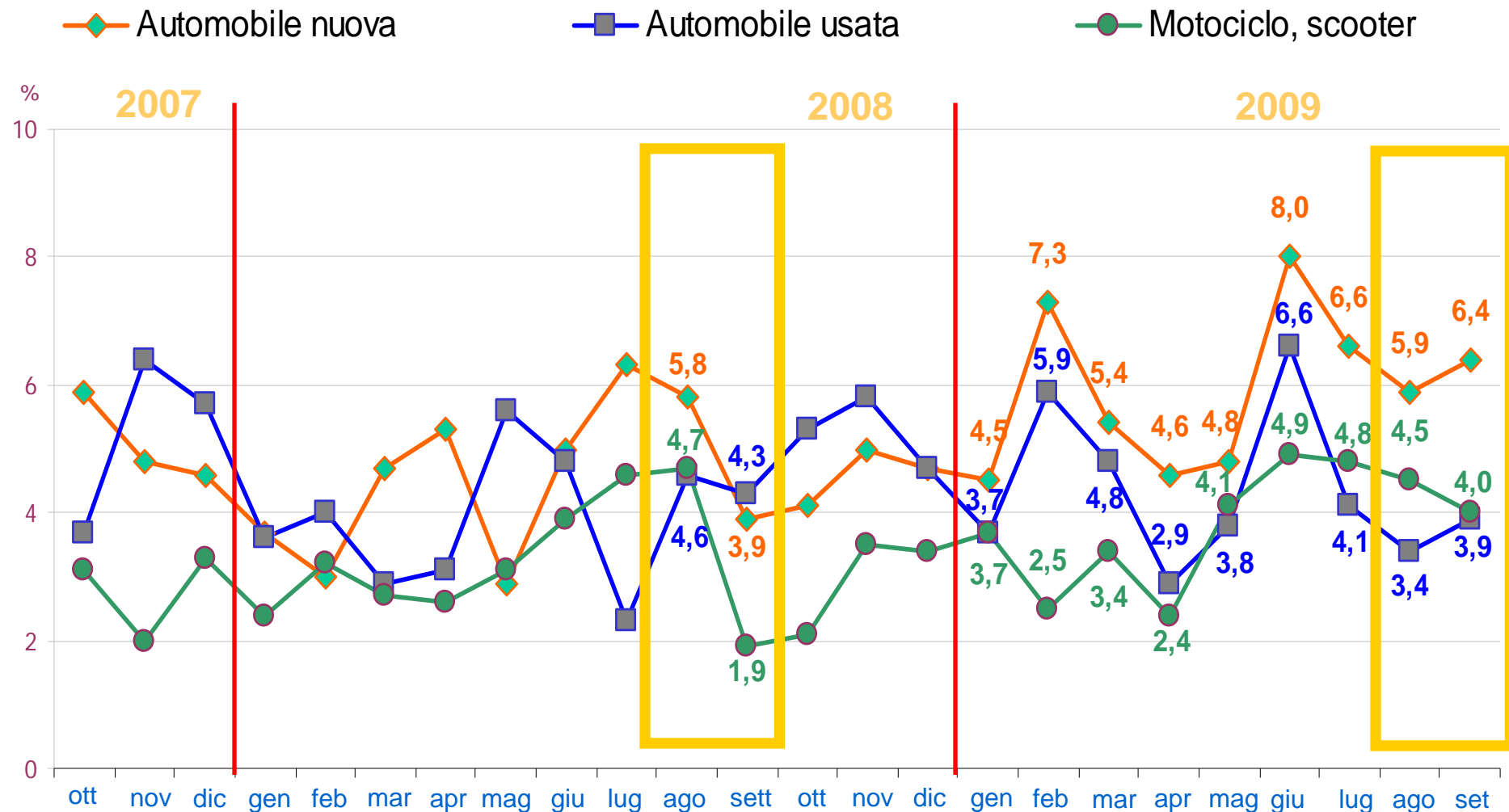
Previsioni d'acquisto a tre mesi di veicoli

- Le intenzioni d'acquisto sia di auto nuove, sia di auto usate **cregono** ciascuna di un +0,5%, dopo due mesi di flessione.
- Per quanto riguarda le intenzioni di acquisto di auto nuove, la crescita è doppiamente positiva, se si nota che settembre 2008 aveva vissuto un brusco decremento del dato sul mese precedente, mentre il 6,4% di settembre 2009 è in decisa crescita sul 3,9% di settembre 2008.
- Soltanto la previsione di acquisto di **motocicli/scooter diminuisce**, con un andamento di **decrecita ormai costante da luglio**. La flessione è fisiologica data la stagionalità del settore, ma non così forte come quella avvenuta a settembre dello scorso anno (4,0% settembre 2009 vs. 1,9% settembre 2008).

Beni/Servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi Veicoli

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"



Key Points

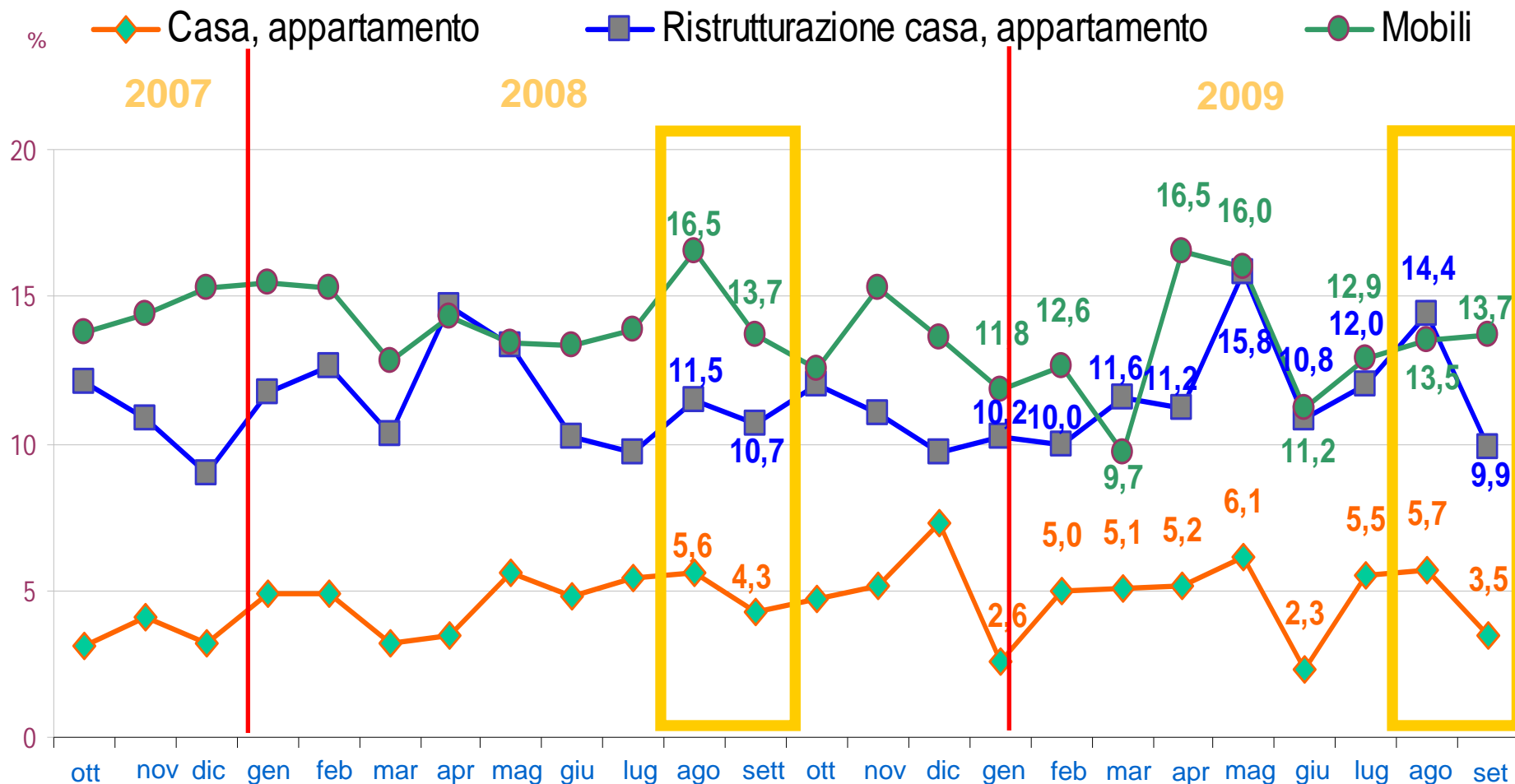
Previsioni d'acquisto a tre mesi nell'arredamento e nella casa

- Tiene l'intenzione di acquistare mobili **con il 13,7% di intenzioni positive, in lieve crescita** con +0,2% sul mese precedente e assolutamente in linea con il 13,7% registrato a settembre 2008.
- L'intenzione di **ristrutturare casa/appartamento subisce una nuova e significativa flessione** (-4,5% rispetto ad agosto), facendo registrare **il valore più basso dall'inizio della rilevazione** (9,9%).
- Questa caduta non è neppure controbilanciata dall'intenzione di acquisto di una **casa o appartamento (3,5%)**, facendo anch'esso registrare **un'intenzione d'acquisto inferiore** sia rispetto al mese precedente (-2,2%), sia rispetto allo stesso periodo del 2008 (-0,8%).

Beni/Servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi Abitazione

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"



L'Osservatorio Mensile sul Clima di fiducia e intenzioni di acquisto degli italiani viene realizzato dall'istituto di ricerche di marketing ART s.a.s. su incarico di Findomestic Banca SpA.

Le interviste sono condotte tramite **C.A.T.I.** (Computer Assisted Telephone Interviewing), presso il Call-Center ART di Milano, sotto il costante controllo di una Field Supervisor.

Il campione è costituito da individui, maschi e femmine, facenti parte della popolazione attiva. Le interviste (500 al mese) sono distribuite in maniera rappresentativa della popolazione attiva, di età compresa tra 25 e 54 anni, rispetto a:

- 4 aree geografiche (Nord-Ovest, Nord-Est, Centro, Sud+Isole)
- 4 ampiezze centro (fino a 30.000, 30.0001-100.000, 100.001-250.000 e oltre 250.000 abitanti).

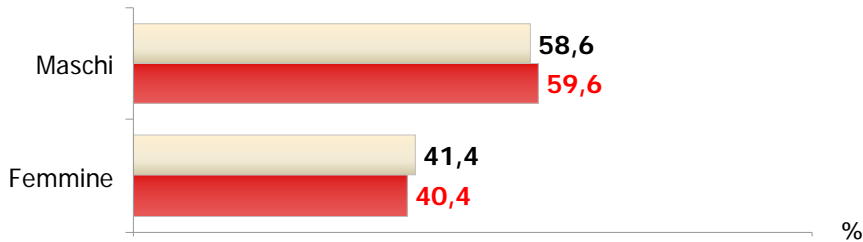
Il fieldwork si svolge nell'ambito delle 4 settimane di ogni mese, salvo che a dicembre e ad agosto.

Campione

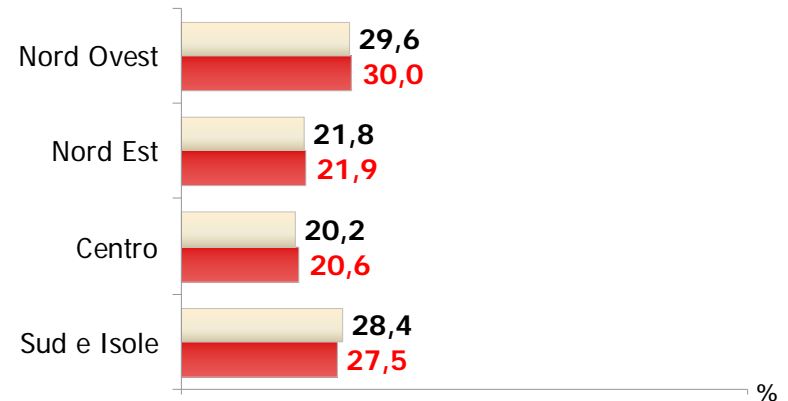
Base: totale campione (500) Periodo: settembre 2009

**Universo della popolazione attiva
25-54 anni - ISTAT 2008
18.964 persone**

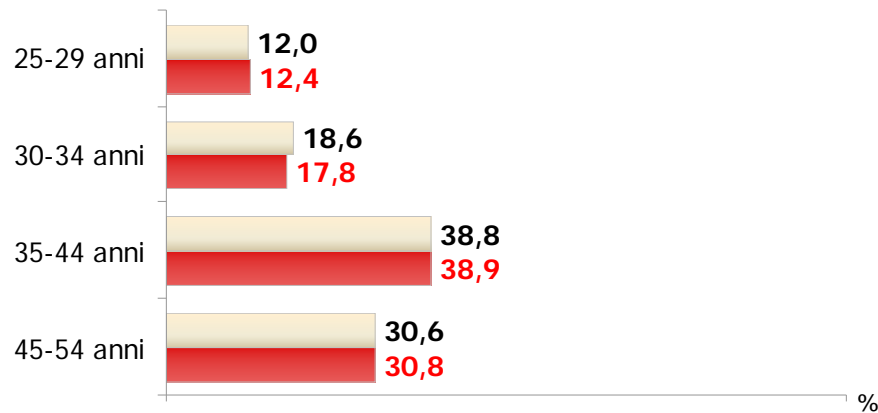
Sesso



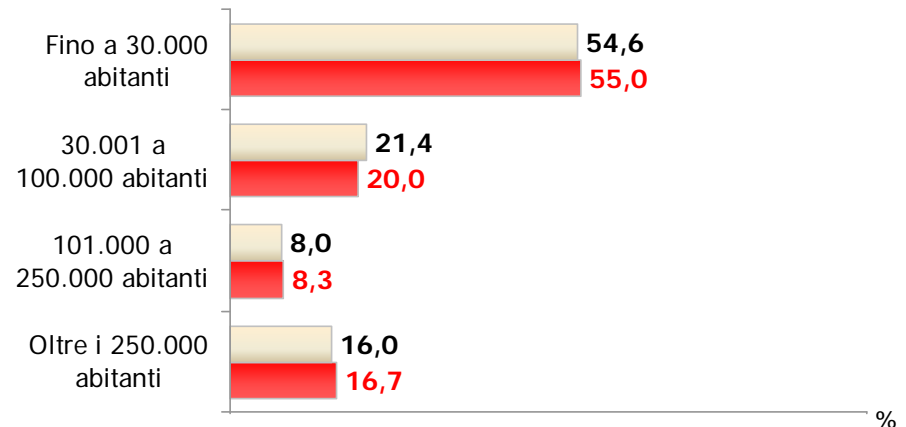
Area geografica



Età



Ampiezza centro

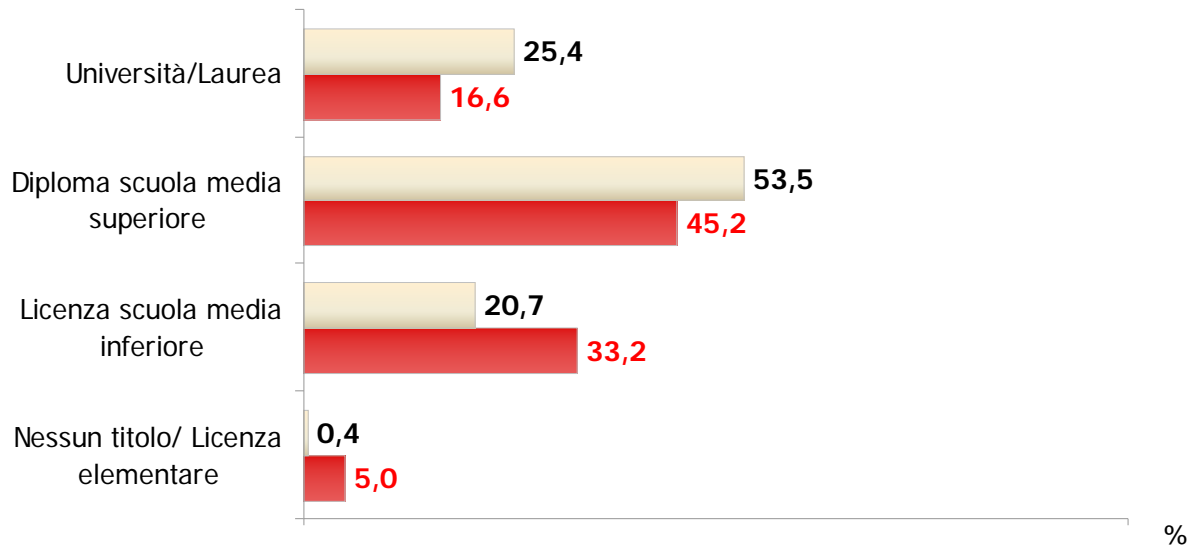


Campione

Base: totale campione (500) Periodo: settembre 2009

Universo della popolazione attiva
25-54 anni - ISTAT 2008
18.964 persone

Titolo di studio universitario



Numero medio
componenti nucleo familiare

3,4

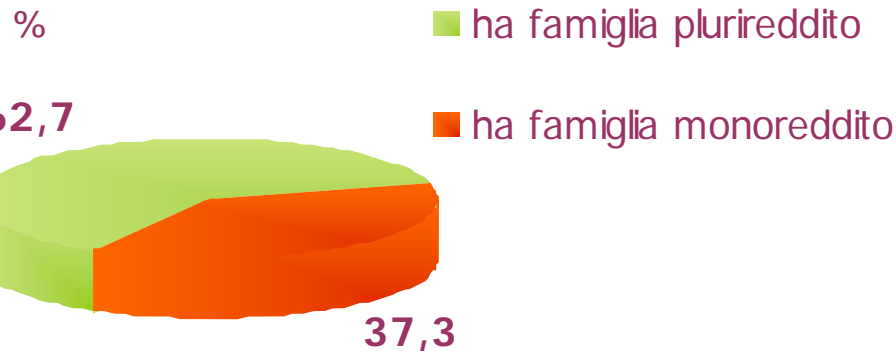
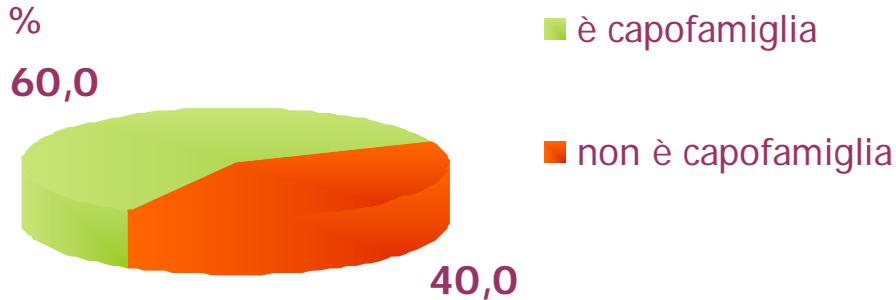
Censimento
ISTAT 2001

2,6

Campione

Base: totale campione (500) Periodo: settembre 2009

L'intervistato/a...



Professione intervistato/a

Professione	%
• Impiegato (o categorie intermedie)	50,5
• Operaio (o assimilato)	20,3
• Insegnante	10,5
• Libero professionista	6,5
• Dirigente, alto funzionario	2,6
• Agente di commercio, rappresentante	2,4
• Imprenditore	1,7
• Negoziante, esercente	1,6
• Artigiano con azienda	1,1
• Lavoratore a domicilio o suo coadiuvante	0,8
• Agricoltore dipendente o bracciante	0,6
• Agricoltore conduttore	0,5
• Altro lavoratore in proprio senza azienda	0,4
• Artista, giornalista	0,2
• Militare o paramilitare	0,2