



l'Osservatorio mensile

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

Indagine marzo 2009

Dati rilevati nel mese di febbraio 2009



COMUNICATO STAMPA

**A febbraio la fiducia degli italiani torna a calare:
dal Nord al Sud la diminuzione è generale, anche se nel settentrione
l'insoddisfazione è minore.**

**Le intenzioni d'acquisto a dodici mesi toccano il livello più basso
dall'ottobre 2007, mentre le previsioni sulla situazione italiana nel suo
complesso restano invariate.**

**A sorpresa quanti sono in possesso una istruzione universitaria
-da sempre connotati da un certo pessimismo-
si dichiarano più soddisfatti della situazione del Paese rispetto a chi
ha una istruzione obbligatoria o superiore.**

**Se gli italiani sembrano aver ritrovato un po' di voglia di acquistare le auto,
per contro calano le intenzioni di acquisto di moto ed elettrodomestici.
Nei prossimi tre mesi gli intervistati prevedono di spendere per fare viaggi e
vacanze, un poco meno per acquistare attrezzature e abbigliamento sportivi
e per il fai da te.**

Il livello del risparmio rimane invariato nei prossimi 12 mesi.

La graduale crescita di fiducia che aveva caratterizzato il morale degli italiani da novembre a gennaio 2009, ha avuto una battuta di arresto tornando su valori prossimi a quelli di ottobre 2008. Statica invece la scarsa fiducia nel futuro che vede la previsione a 12 mesi praticamente identica al mese precedente. Resta invariata, rispetto al mese precedente, anche la tendenza al risparmio.

I consumatori più istruiti continuano ad avere una opinione in controtendenza rispetto alla restante parte della popolazione: questo mese sono in crescita di fiducia e si posizionano tra i meno pessimisti. Dal punto di vista geografico la flessione della fiducia è stata invece generale e i più positivi sono quelli che abitano al Nord d'Italia.

Nelle intenzioni di acquisto a 12 mesi, dopo due mesi positivi, il dato torna a calare con valori molto simili al minimo storico.

Nelle intenzioni di acquisto a tre mesi, invece, le tendenze sono diverse a seconda dei settori. Sembra che gli Italiani non vogliano rinunciare a viaggi e vacanze e sembrano aver ritrovato anche una lieve voglia di acquistare auto sia nuove che usate.

In calo invece le intenzioni di acquisto di moto, elettrodomestici, computer e cellulari. In lieve crescita la voglia di comprar case, anche se il valore è ancora decisamente basso, in controtendenza con la voglia di ristrutturarle, che cala. Stazionaria, infine, l'intenzione di acquistare mobili.

La Fiducia

→ La fiducia torna a calare:

la lenta ripresa del grado di soddisfazione medio registrata nei mesi scorsi, anche se ancora al di sotto dei valori corrispondenti alla positività, subisce un'inversione di tendenza nel mese di febbraio.

→ Soltanto chi possiede **istruzione universitaria** e chi risiede al **Nord** (Ovest ed Est) ha un livello di **fiducia superiore** alla media, anche se la discesa rispetto al mese precedente caratterizza tutte le aree geografiche italiane.

→ Le previsioni sul futuro sono stazionarie:

le dichiarazioni degli intervistati sulla situazione italiana a **12 mesi** rimangono sostanzialmente **stabili**.

Calano le intenzioni d'acquisto a 12 mesi

- La previsione di **aumento degli acquisti di beni e servizi** **decresce** nuovamente, arrivando quasi al valore minimo raggiunto nel novembre 2008.

Stabile il risparmio a 12 mesi

- La **previsione di aumento del risparmio** resta invariata.
- La situazione non è comunque positiva, in quanto quasi **un terzo degli intervistati probabilmente o sicuramente non aumenteranno** il proprio livello di **risparmio**, mentre soltanto circa un quarto del campione **con certezza o probabilità riuscirà ad aumentarlo**.

Previsioni d'acquisto a tre mesi

→ **Il settore del tempo libero** è costantemente **al primo posto nelle intenzioni di acquisto degli italiani**, soprattutto con i viaggi e le vacanze che da settembre a oggi fanno registrare un'intenzione d'acquisto in costante crescita. In lieve flessione invece l'abbigliamento sportivo e le attrezzature per il fai da te.

→ **Flessione** generale nel mese di Febbraio per gli **elettrodomestici**, che vedono vanificata la ripresa del mese precedente. La flessione è decisa nei settori **Tv, Hi-Fi, video, personal computer e cellulari**.

Previsioni d'acquisto a tre mesi

- **Buone** le intenzioni di acquisto a tre mesi **nell'auto nuova e usata** e ciò corrisponde anche ad un dichiarato aumento nelle richieste di preventivi presso i concessionari, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.
- Il settore **dei motocicli**, nell'ultimo trimestre, mostra un andamento molto altalenante e nel mese di febbraio si registra un **calo** delle intenzioni di acquisto molto deciso.
- **Gli acquisti immobiliari continuano a essere i meno probabili** (seppure in crescita a febbraio), in tempi di crisi, probabilmente gli italiani non possono ancora permettersi acquisti così importanti.

I risultati del mese di febbraio

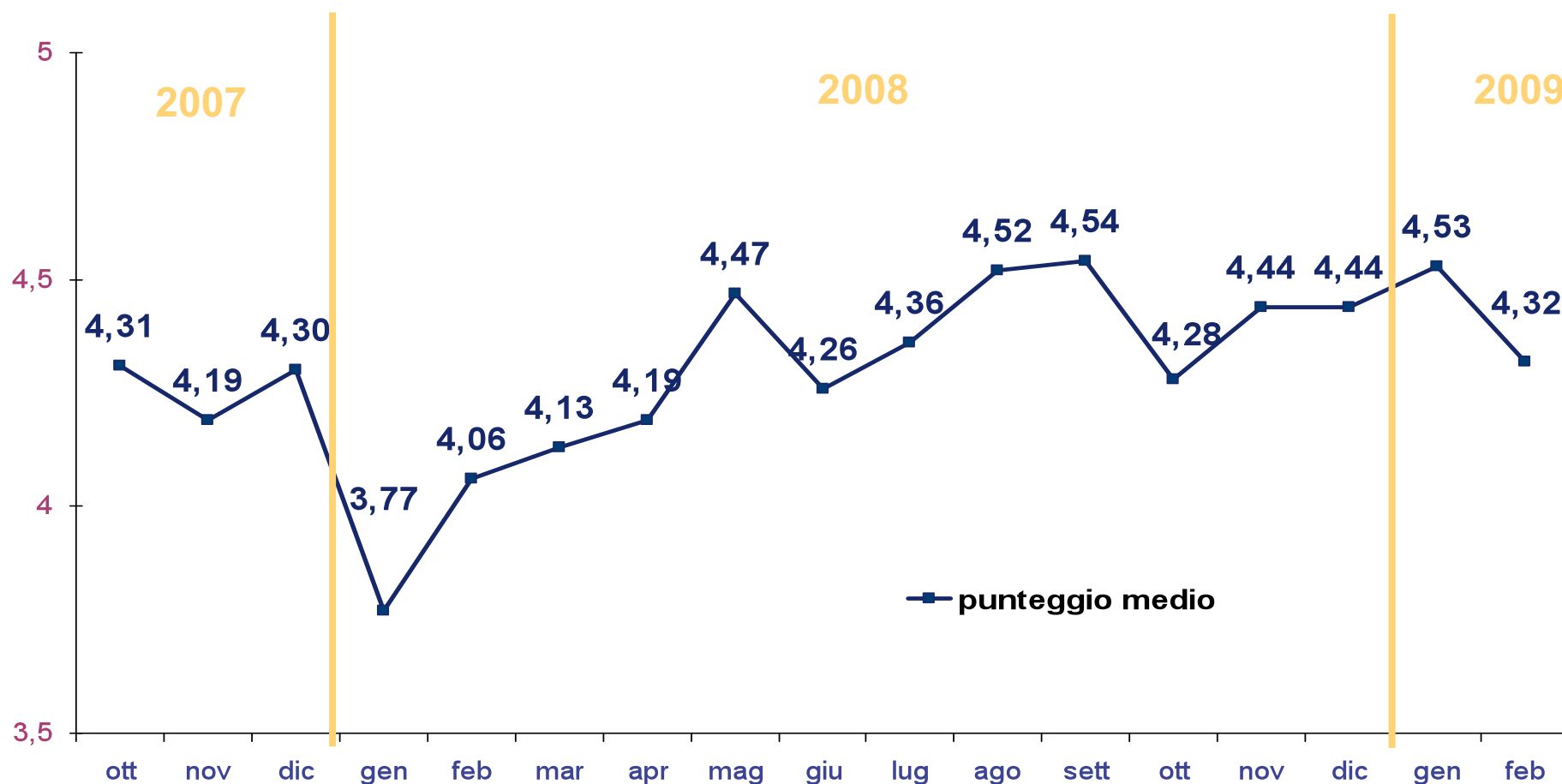
Grado di soddisfazione rispetto alla situazione italiana (Scala da 1 a 10)

02/2009

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



ZOOM

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

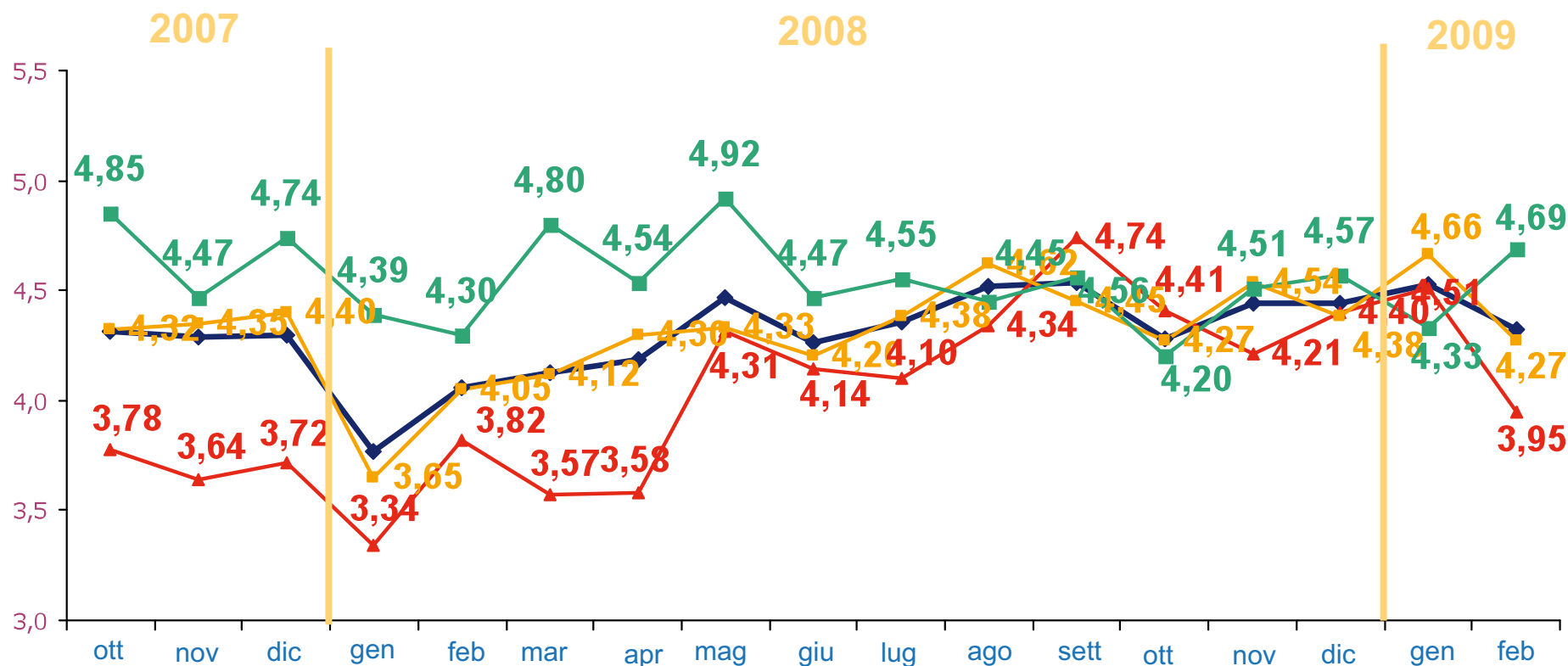
02/2009

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

Analisi per livelli di istruzione (punteggi medi)

**Soglia positiva
del voto medio
7,00**

—●— **TOTALE CAMPIONE** —▲— **Istr. obbligatoria** —■— **Istr. superiore** —■— **Istr. universitaria**



ZOOM

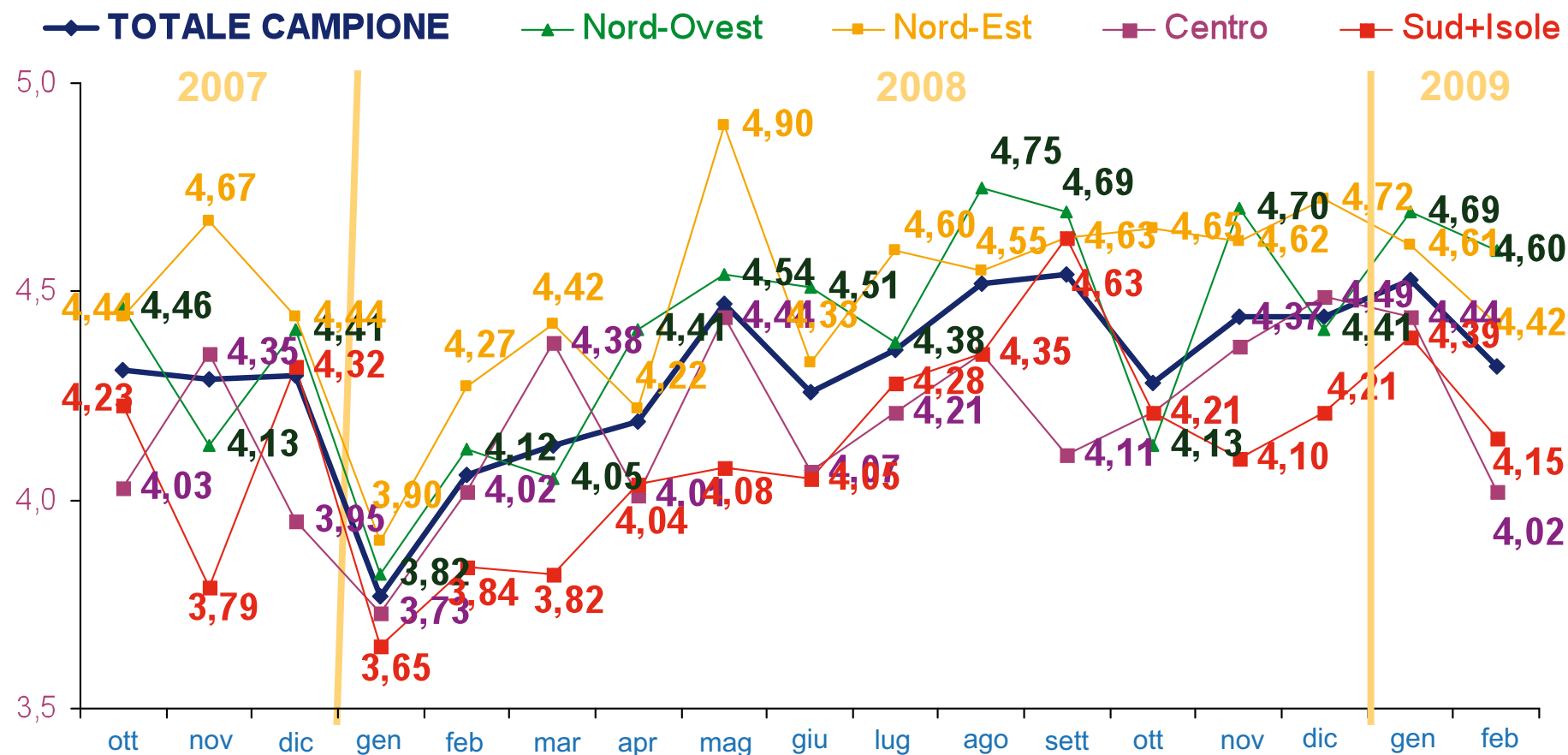
Grado di soddisfazione rispetto alla situazione italiana (Scala da 1 a 10)

02/2009

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

Analisi per area geografica (punteggi medi)

**Soglia positiva
del voto medio
7,00**

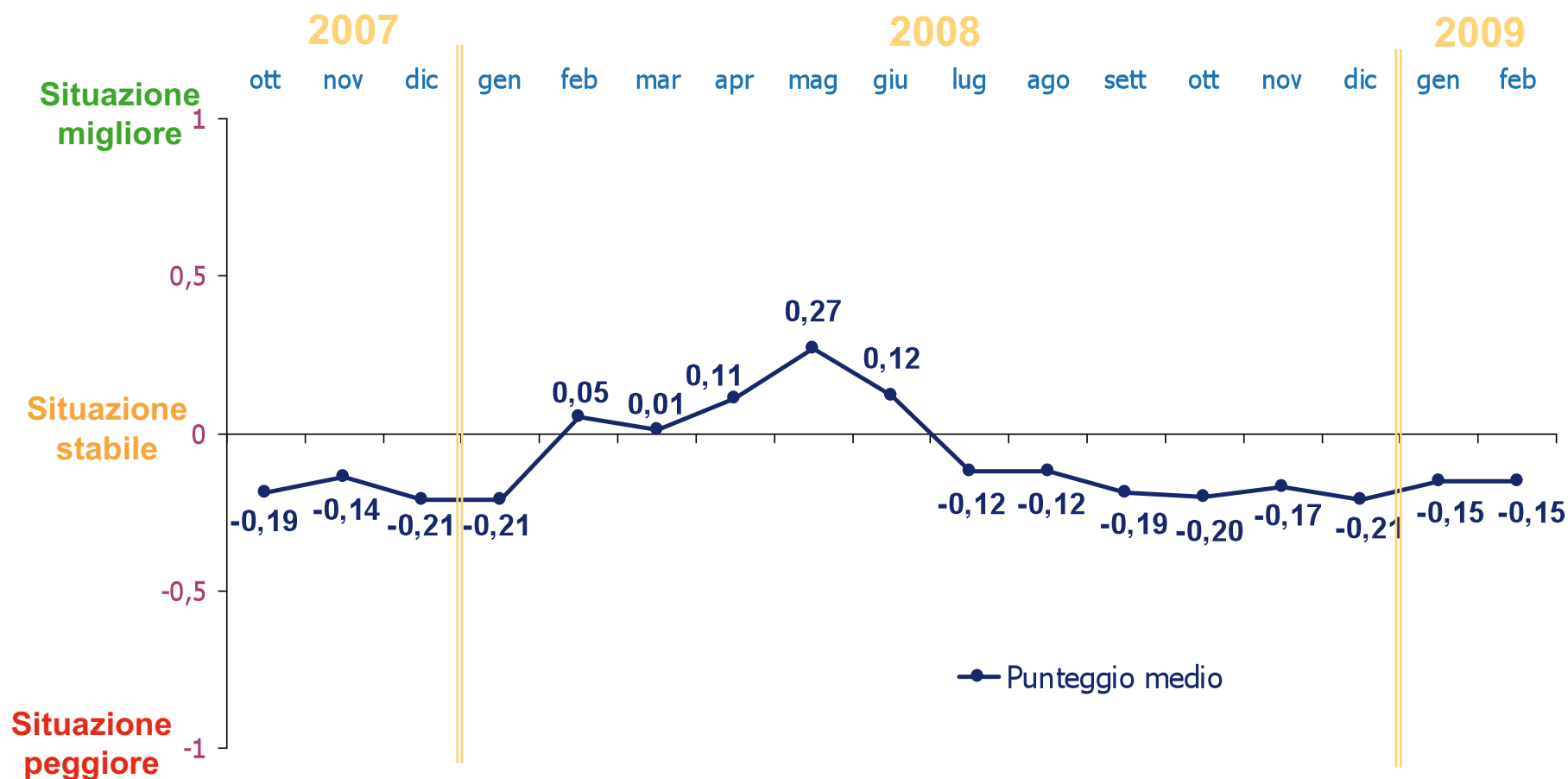


Previsioni sulla situazione italiana a 12 mesi

02/2009

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



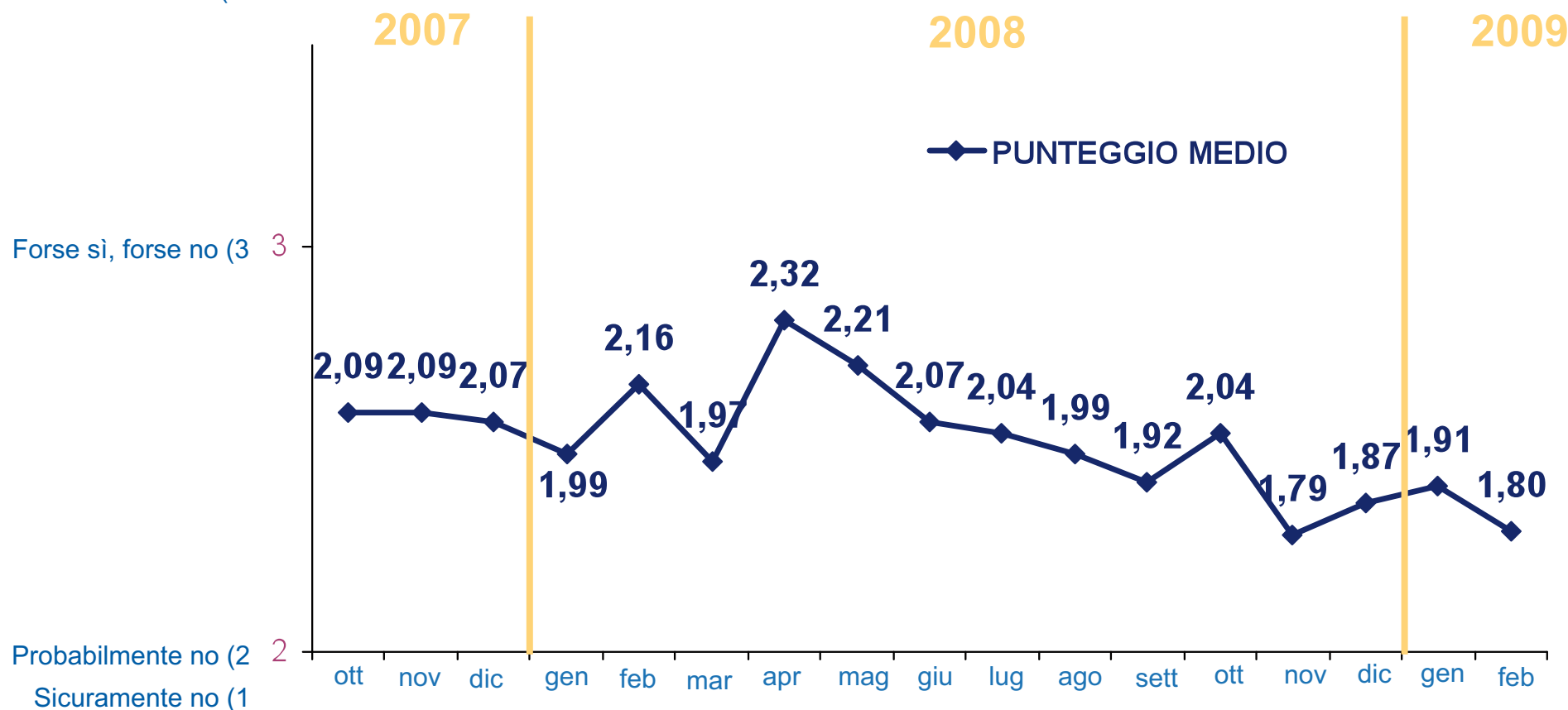
Propensione personale all'aumento d'acquisto di beni e servizi a 12 mesi

02/2009

Domanda: Lei ritiene che nel corso dei prossimi 12 mesi aumenterà i suoi acquisti personali di beni e/o servizi?

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

Sicuramente sì (5)
Probabilmente sì (4)

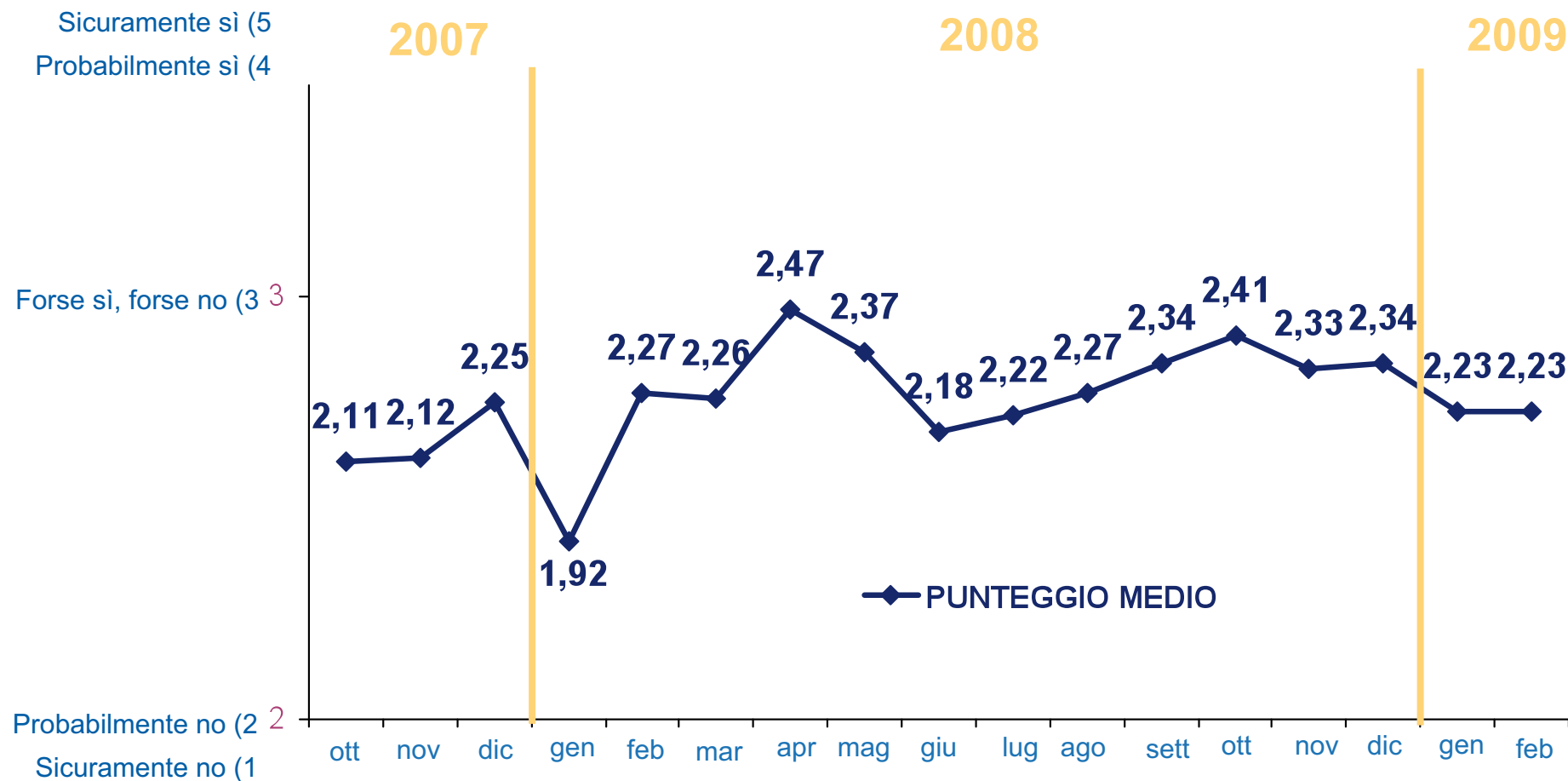


Propensione personale all'aumento del risparmio a 12 mesi

02/2009

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

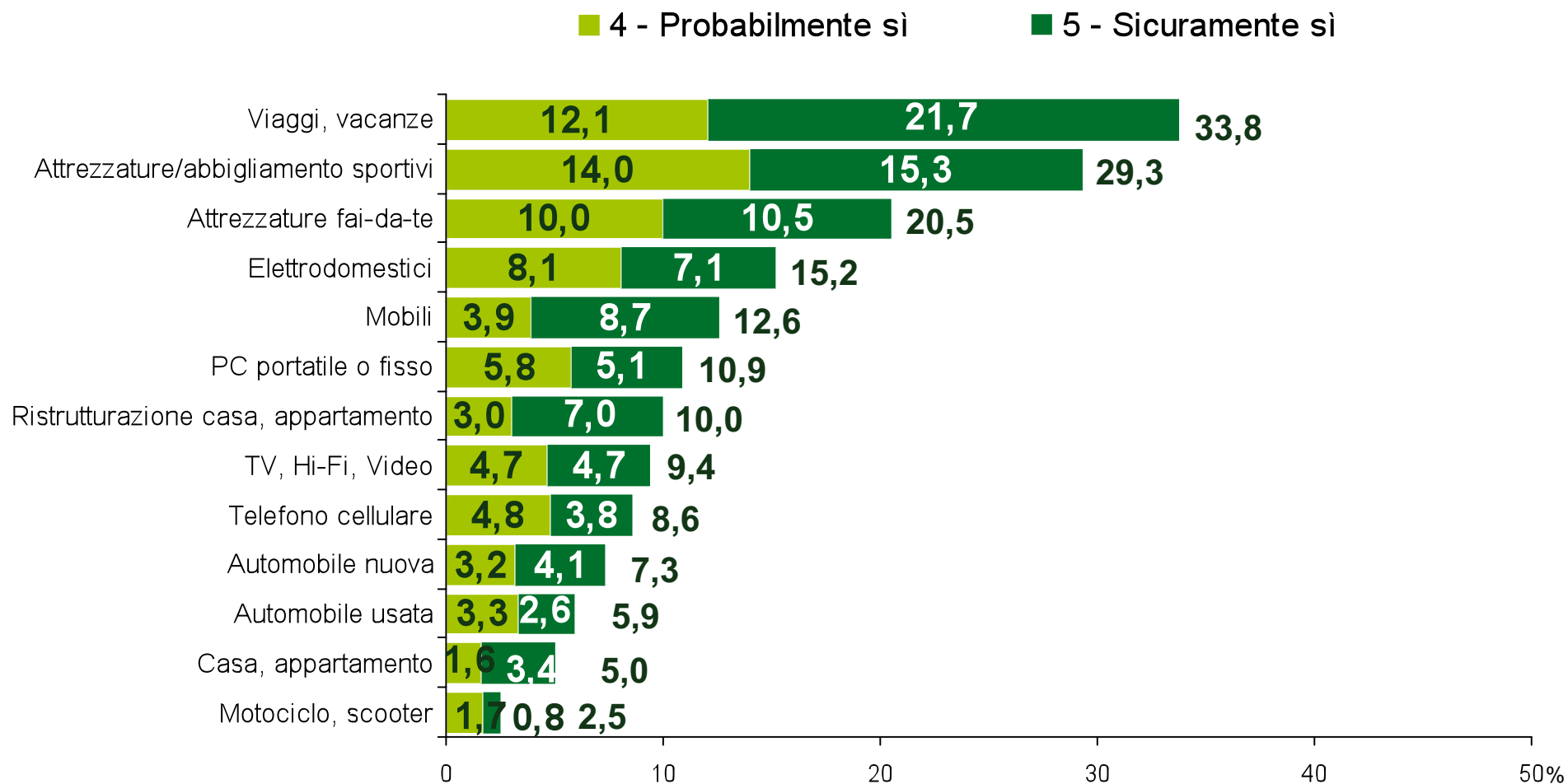


Beni e servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi - Febbraio

02/2009

Domanda: Le leggerò ora una serie di beni e servizi. Per ciascuno di essi vorrei che lei mi dicesse se pensa di acquistarlo personalmente nei prossimi 3 mesi.

Base: totale campione (500) Periodo: **febbraio 2009**



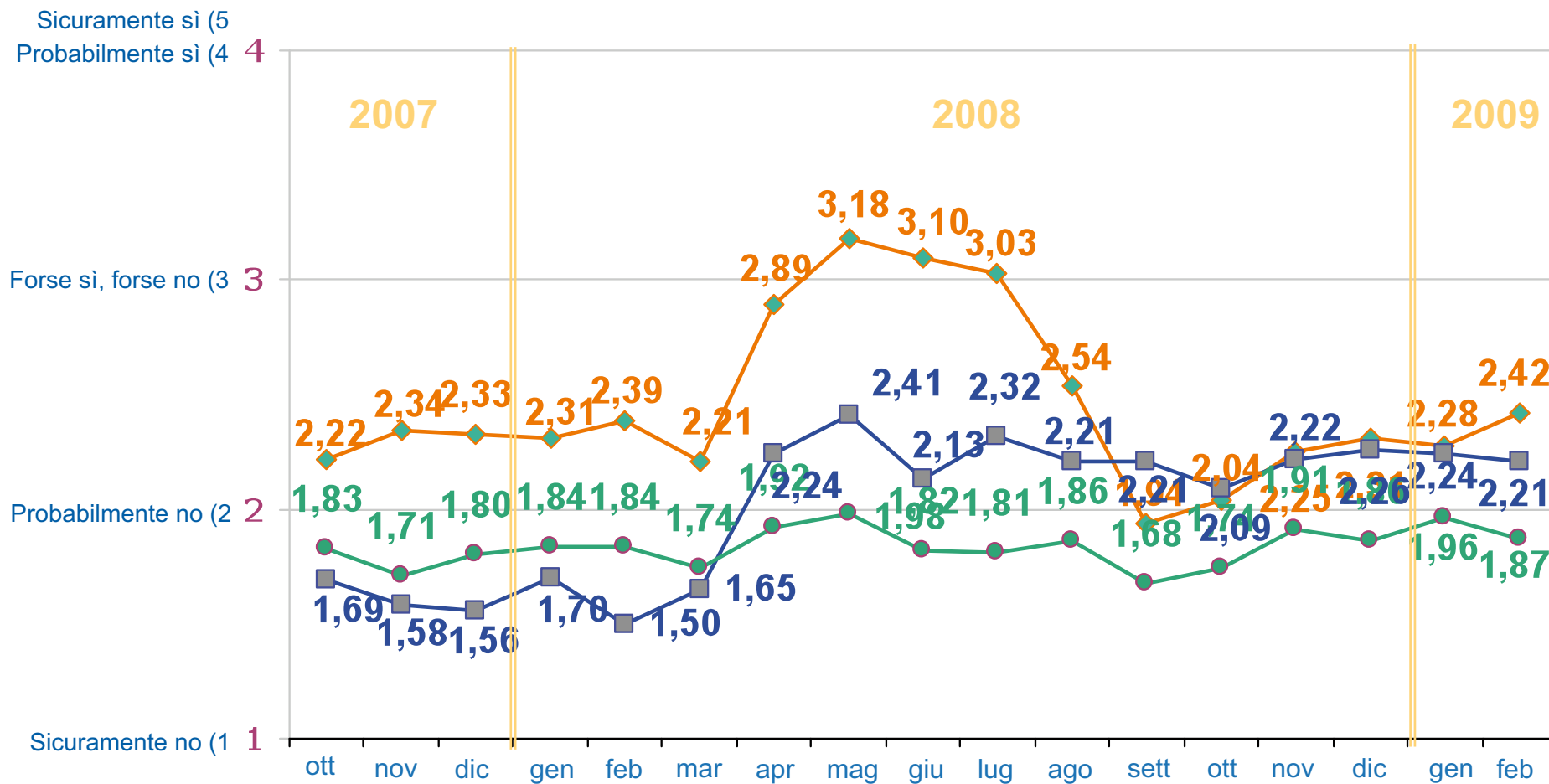
Beni/Servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi

Tempo libero (Valori medi)

02/2009

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

—◆— Viaggi, vacanze —■— Attrezzature/abbigliamenti sportivi —●— Attrezzature fai da te



Beni/Servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi Elettrodomestici ed Elettronica (Valori medi)

02/2009

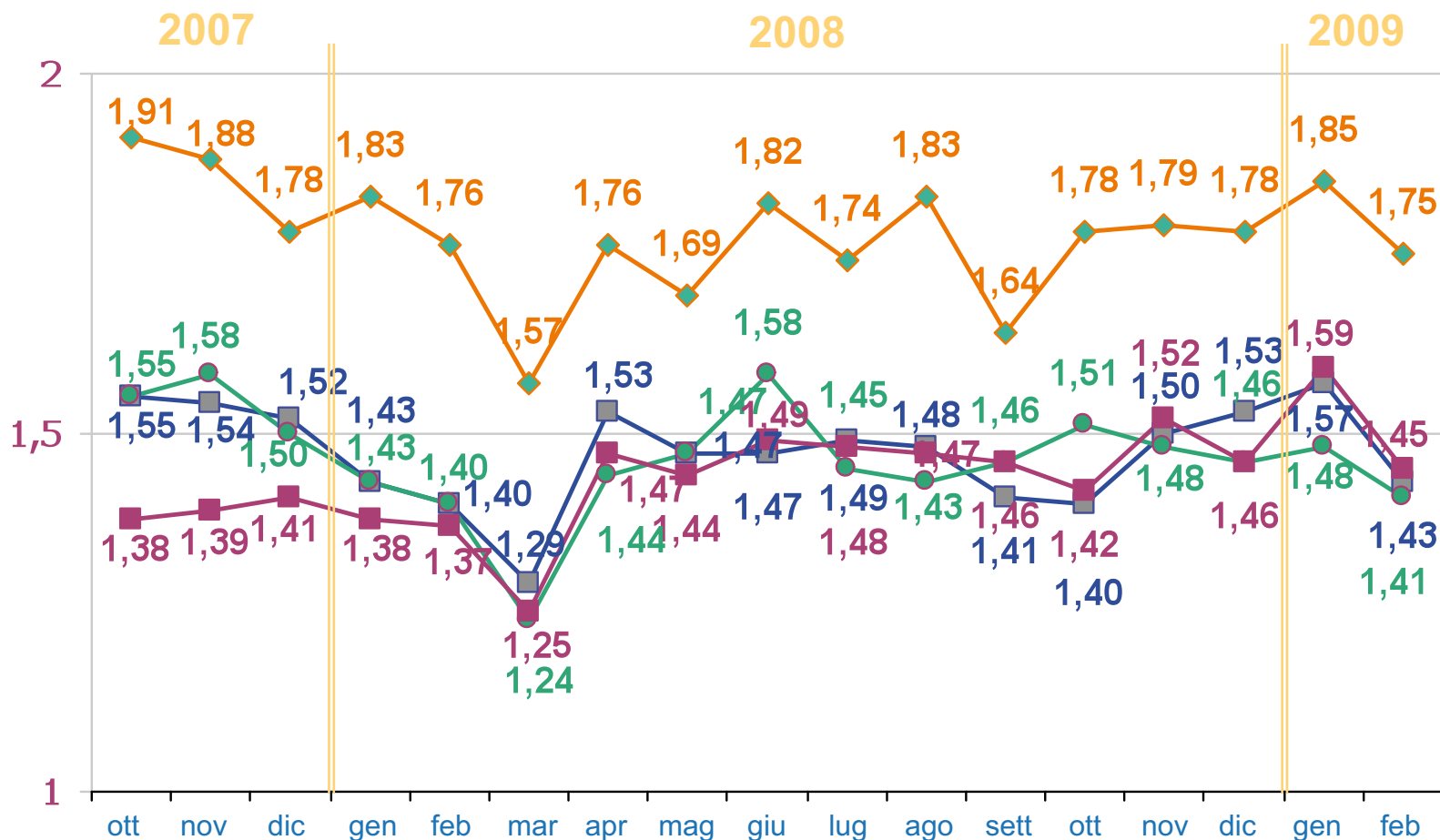
Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

Sicuramente sì (5)
Probabilmente sì (4)
Forse sì, forse no (3)

◆ Elettrodomestici ■ TV, HI-Fi, video ● Telefono cellulare ■ PC portatile o fisso

Probabilmente no (2)

2



Sicuramente no (1)

1

Beni/Servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi

Veicoli (Valori medi)

02/2009

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

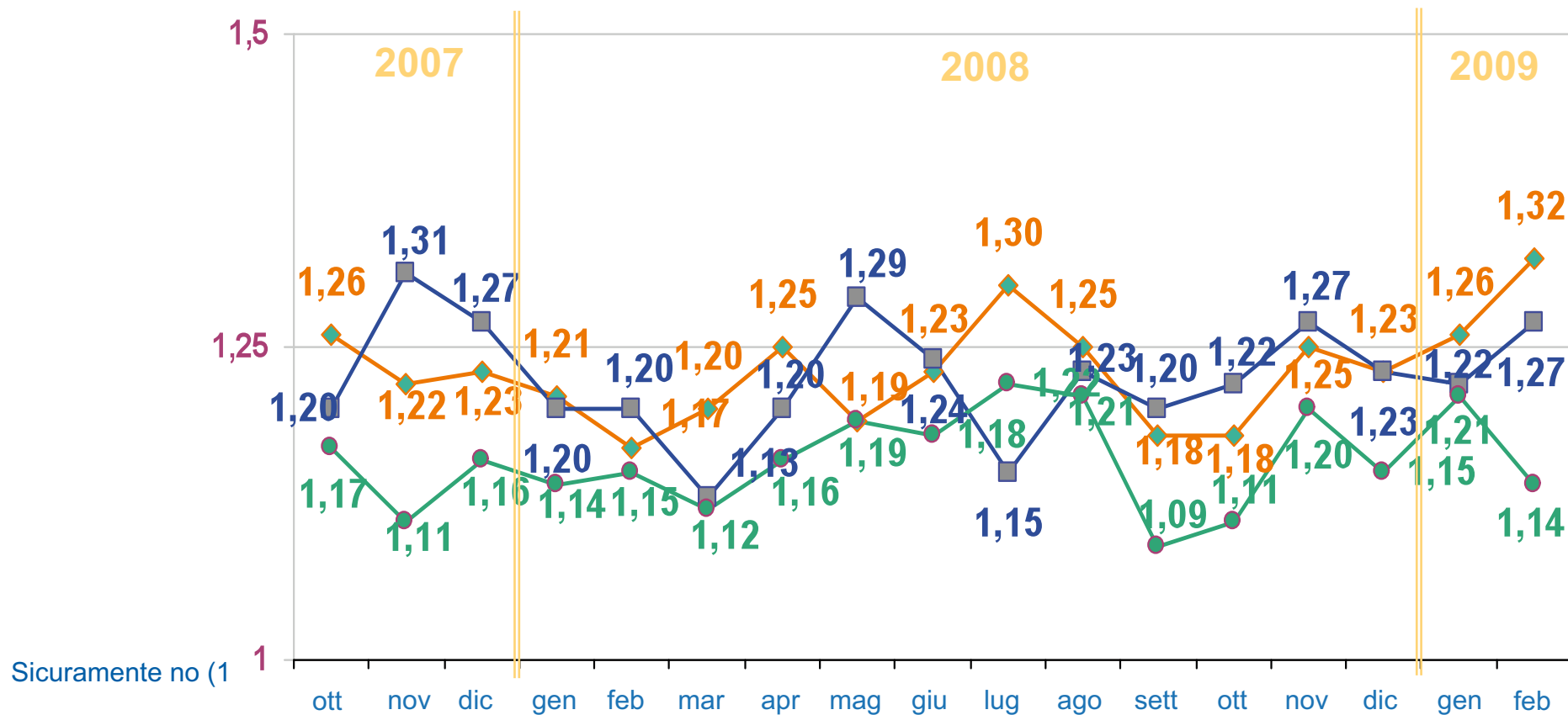
Sicuramente sì (5)

Probabilmente sì (4)

Forse sì, forse no (3)

Probabilmente no (2)

—◆— Automobile nuova —■— Automobile usata —●— Motociclo e scooter



Sicuramente no (1)

Beni/Servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi

Abitazione (Valori medi)

02/2009

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

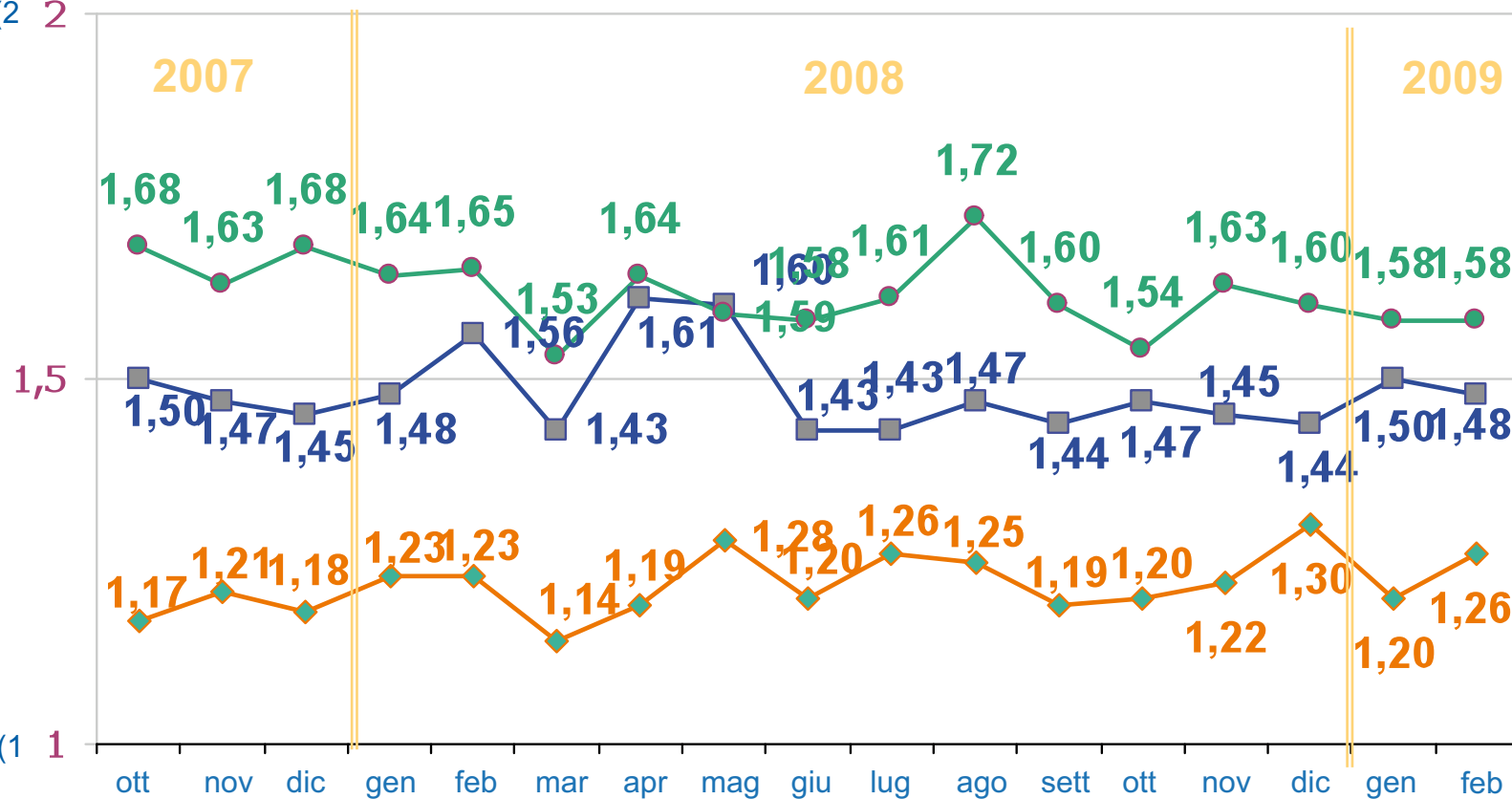
Sicuramente sì (5

Probabilmente sì (4

Forse sì, forse no (3

Probabilmente no (2

◆ Casa e appartamento
 ■ Ristrutturazione casa, appartamento
 ● Mobili



Sicuramente no (1

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:

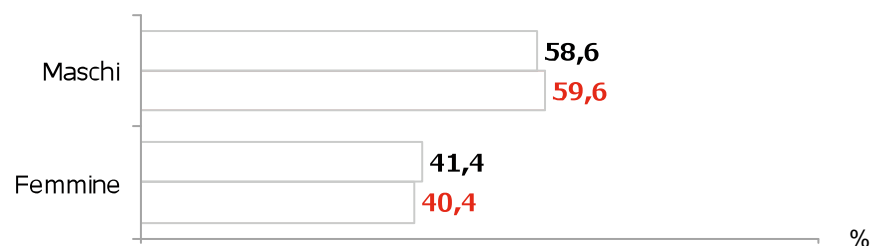
- 4 aree geografiche (Nord-Ovest, Nord-Est, Centro, Sud+Isole)
- 4 ampiezze centro (fino a 30.000, 30.0001-100.000, 100.001-250.000 e oltre 250.000 abitanti).

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

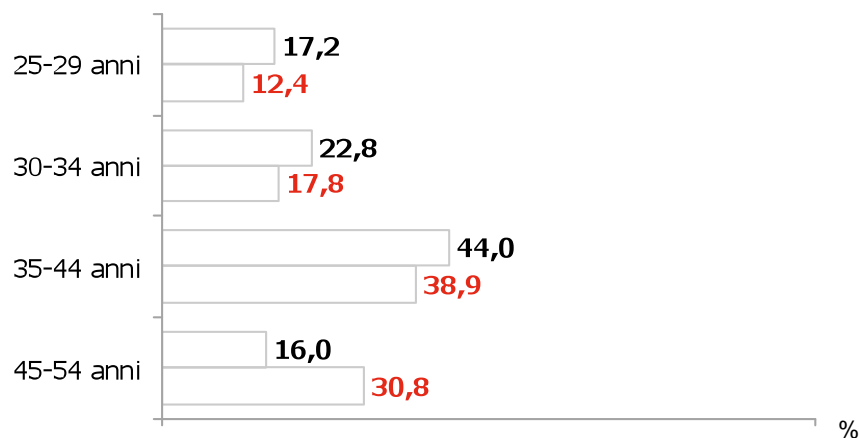
Base: totale campione (500) Periodo: febbraio 2009

Universo della popolazione attiva 25-54 anni - ISTAT 2008

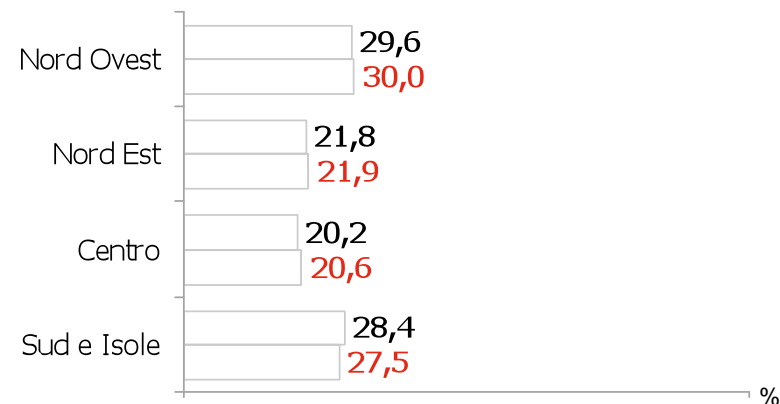
Sesso



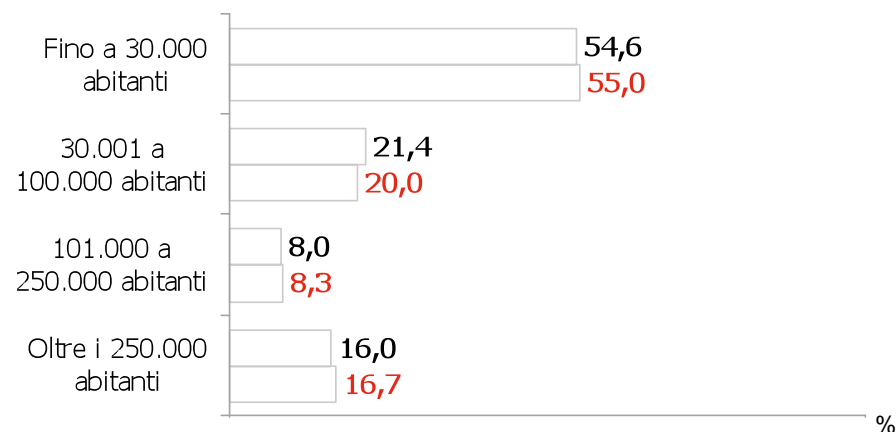
Età



Area geografica



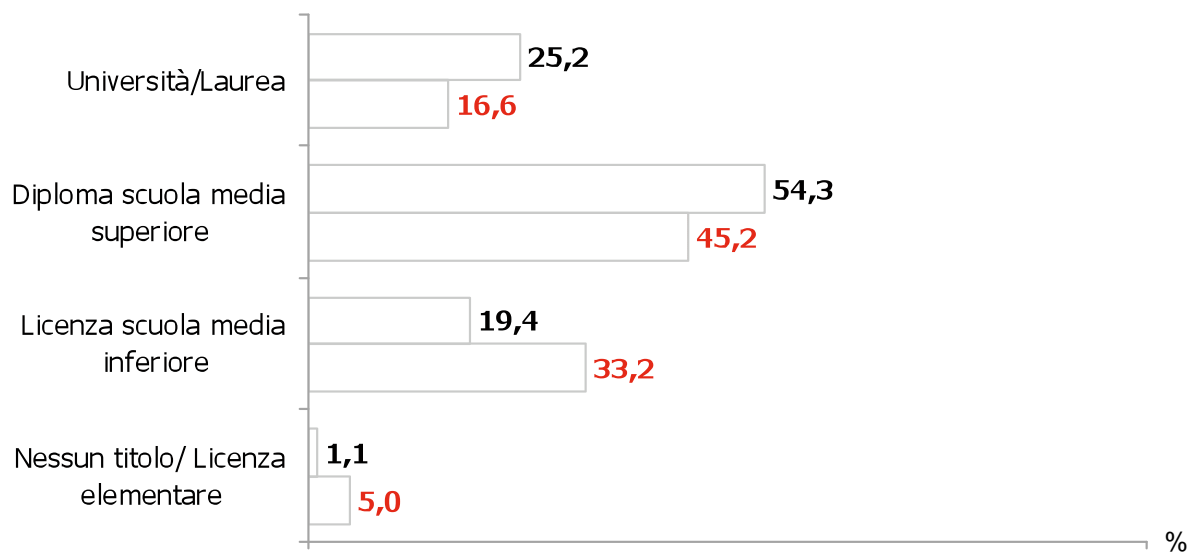
Ampiezza centro



Base: totale campione (500) Periodo: febbraio 2009

Universo della popolazione attiva
25-54 anni - ISTAT 2008

Titolo di studio universitario



Numero medio
componenti nucleo familiare



3,3

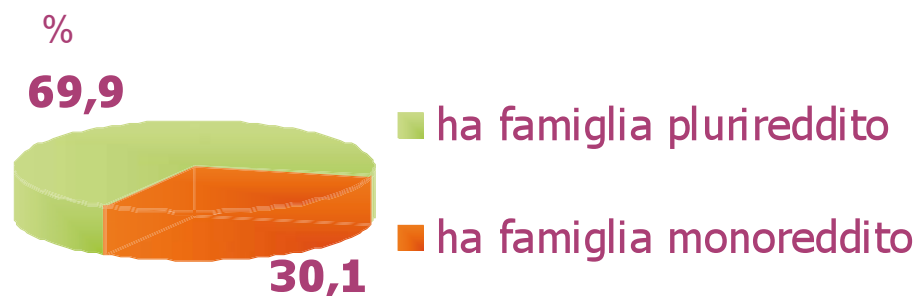
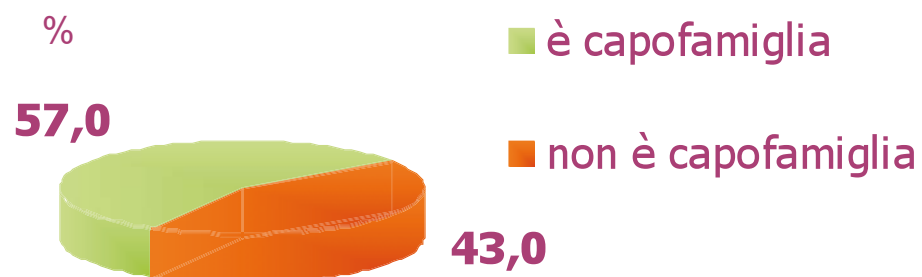
Censimento
ISTAT 2001



2,6

Base: totale campione (500) Periodo: febbraio 2009

L'intervistato/a...



Professione intervistato/a

%

• Impiegato (o categorie intermedie)	47,5
• Operaio (o assimilato)	20,3
• Insegnante	8,2
• Libero professionista	7,1
• Dirigente, alto funzionario	3,3
• Imprenditore	2,6
• Negoziante, esercente *	2,2
• Artigiano con azienda *	1,8
• Altro lavoratore in proprio senza azienda *	1,8
• Agente di commercio, rappresentante *	1,7
• Artista, giornalista	1,3
• Militare o paramilitare	0,9
• Agricoltore conduttore	0,4
• Familiare coadiuvante di agricoltore	0,4
• Lavoratore a domicilio o suo coadiuvante	0,3
• Familiare coadiuvante (categorie *)	0,2