



l'Osservatorio **mensile**

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

Indagine aprile 2009

Dati rilevati nel mese di marzo 2009



COMUNICATO STAMPA

**Gli italiani sembrano intravvedere la fine del tunnel:
il mese di marzo registra il livello di soddisfazione, per la situazione
del paese, più alto dall'inizio delle rilevazioni,
il risparmio è in crescita
e la situazione italiana a 12 mesi è vista con più serenità.
Le intenzioni di acquisto a tre mesi per viaggi, vacanze, abbigliamento
sportivo, moto, cellulari, video e hi fi sono in crescita.
Di nuovo in calo l'intenzione di acquistare auto dopo il dato positivo di
febbraio concretizzato, di fatto, negli acquisti del mese successivo.**

Gli italiani, come alcuni "guru" americani dicono, sembra che inizino a vedere il punto di svolta. Nonostante la situazione economica non dia segni di ripresa nel breve periodo si evidenzia infatti il grado di soddisfazione più elevato dall'inizio della rilevazione (ottobre '07). Si tratta comunque di un dato che ancora resta sotto la soglia della positività, ma che inizia ad evidenziare un trend positivo.

Quanti hanno una istruzione obbligatoria e superiore sono i più ottimisti, mentre è in lieve flessione il dato relativo a coloro che hanno una formazione universitaria. I valori finali dei tre gruppi sono in avvicinamento anche se ancora ben al di sotto della soglia positiva che è sette.

Tutte le aree del Paese si mostrano in crescita per quanto concerne questa variabile. La previsione di risparmio su base annua cresce.

Per quanto concerne le intenzioni di acquisto a tre mesi occorre segnalare che il 38% degli intervistati dichiara di voler effettuare **viaggi e vacanze**, con un aumento di 8 punti rispetto allo marzo 2008, probabilmente complici le vacanze pasquali e i ponti di primavera.

Anche **l'abbigliamento sportivo** torna a crescere dopo il calo fisiologico di dicembre, assieme alle **moto** che sfruttano l'effetto trainante della bella stagione in arrivo.

Cellulari, TV e HI FI registrano una preferenza positiva negli acquisti a breve, assieme alla possibilità di **ristrutturare la propria abitazione**.

Gli acquisti di case sono stazionari: solo il 5% degli intervistati dichiara una simile previsione d'acquisto.

Le intenzioni d'acquisto di auto nuove ed usate registrano una netta inversione di tendenza, dopo il buon andamento registrato a febbraio, confermato dagli acquisti di marzo, tornano su livelli più bassi ma sempre in tendenza positiva rispetto all'inizio dell'anno. Le intenzioni di acquisto di elettrodomestici confermano il trend negativo iniziato a febbraio, seguite da quelle per PC portatili e fissi. Di uguale segno le intenzioni di acquisto di mobili che evidenziano un andamento simile al marzo 2008.

Le intenzioni d'acquisto di bricolage evidenziano un andamento lievemente negativo dopo la crescita di gennaio e la piccola flessione di gennaio.

Key Points

La Fiducia

→ La fiducia cresce:

nonostante la crisi economica non dia segni di ripresa a breve termine, il mese di marzo fa registrare il grado di soddisfazione più elevato dall'inizio della rilevazione, pur rimanendo ancora molto al di sotto dei valori corrispondenti alla positività.

→ Gli intervistati di istruzione universitaria hanno moderato leggermente il loro grado di fiducia avvicinandosi agli stessi valori di tutti gli altri livelli di istruzione che sono invece in crescita. Tutte le aree geografiche registrano andamento positivo e le aree del nord registrano ancora i livelli più alti.

→ Si prevede un futuro stabile: le dichiarazioni degli intervistati sulla situazione italiana a 12 mesi migliorano ormai da 3 mesi, attestandosi su valori che indicano stabilità.

Key Points

Le intenzioni di risparmio a 12 mesi

→ Anche la **previsione di aumento del risparmio cresce**. Questa previsione, però, è più “ottimistica”, ovvero lascia più spazio alla possibilità di riuscire a risparmiare in maggior misura.

Previsioni d'acquisto a 3 mesi

→ Il 38% degli intervistati dichiara di aver intenzione di fare **viaggi o vacanze (8 punti in più rispetto a marzo '08)**. Il dato è in crescita quasi costante da settembre '08. **Le intenzioni d'acquisto di abbigliamento sportivo tornano a crescere** dopo il fisiologico calo del dopo dicembre, mentre nelle attrezzature per il **fai da te** l'andamento resta piuttosto costante anche se in **lieve flessione**.

Key Points

Previsioni d'acquisto a tre mesi

→ Prosegue la **flessione** nell'intenzione di acquistare **Elettrodomestici**, inteso come concetto generico, così come nei personal computer.

Andamento positivo, invece, nelle intenzioni di acquisto di **cellulari e TV**.

→ Il mese di Marzo fa registrare un'**inversione di tendenza nelle intenzioni d'acquisto di auto** (sia nuove che usate) che avevano fatto segnare invece un buon andamento nel mese di febbraio. L'effetto propellente degli incentivi, varati appunto in febbraio, ha provocato di fatto un aumento degli acquisti nel mese appena trascorso. La tendenza da gennaio resta comunque positiva.

→ Continua l'andamento **altalenante** nelle intenzioni d'acquisto di **motocicli** che, dopo il deciso calo di febbraio, **recuperano nuovamente a marzo**, aiutate evidentemente dalla buona stagione ormai alle porte.



Key Points

Previsioni d'acquisto a tre mesi

- Nelle intenzioni di acquisto di **Mobili**, la **flessione** di marzo è molto simile a quella registrata 12 mesi prima, ma il dato è il più basso dall'ottobre 2007.
- Nelle intenzioni di fare **lavori di ristrutturazione**, ha avuto sicuramente un effetto **positivo** la legge sulla casa, anche se non ancora varata. Ovviamente, prima che le intenzioni si concretizzino, dovranno essere note e definite le agevolazioni annunciate.
- Resta invariata invece l'intenzione di acquistare casa, che si attesta sul 5% degli intervistati già da due mesi.

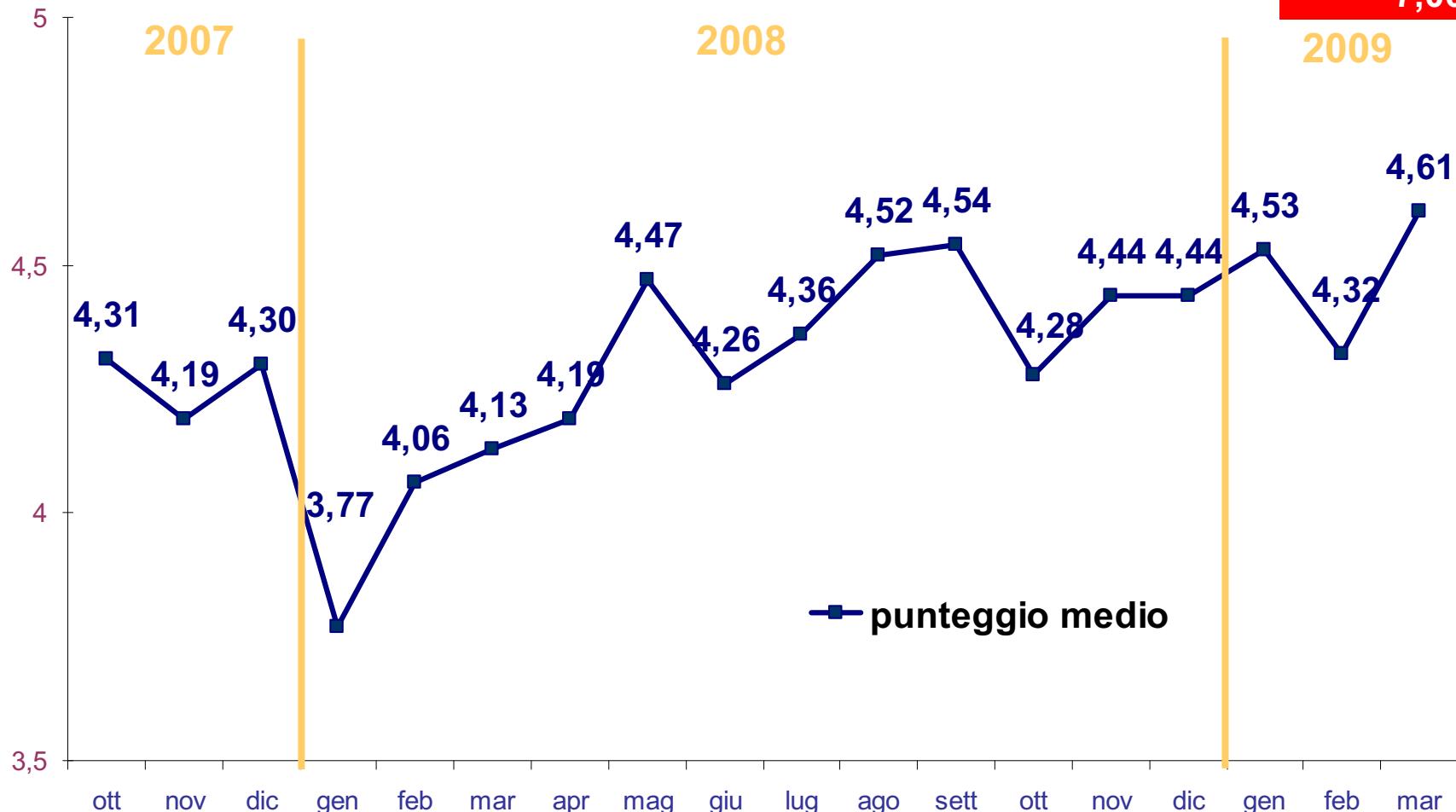
I risultati del mese di marzo

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)?

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

Soglia positiva
del voto medio
7,00



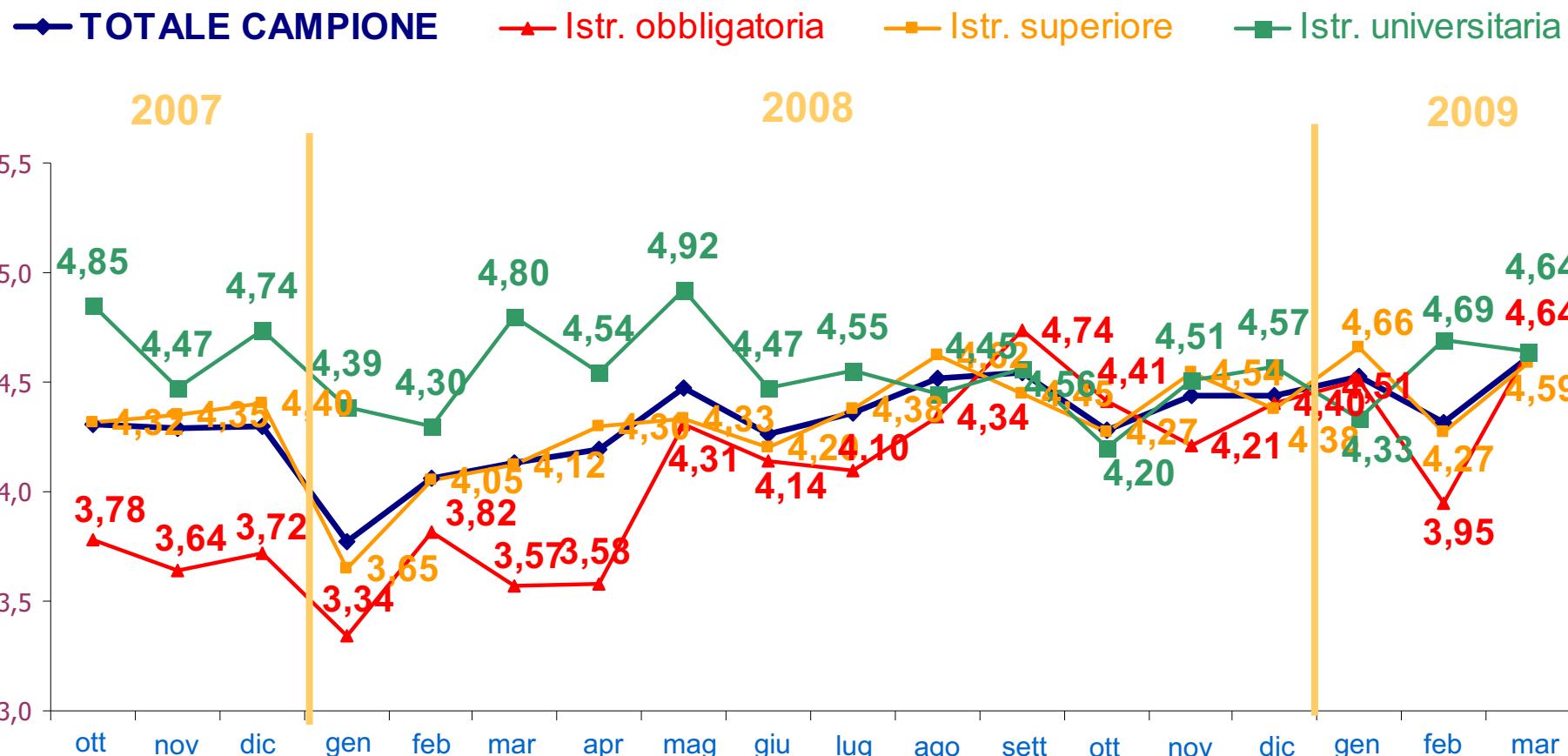
ZOOM

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

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

Analisi per livelli di istruzione (punteggi medi)

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



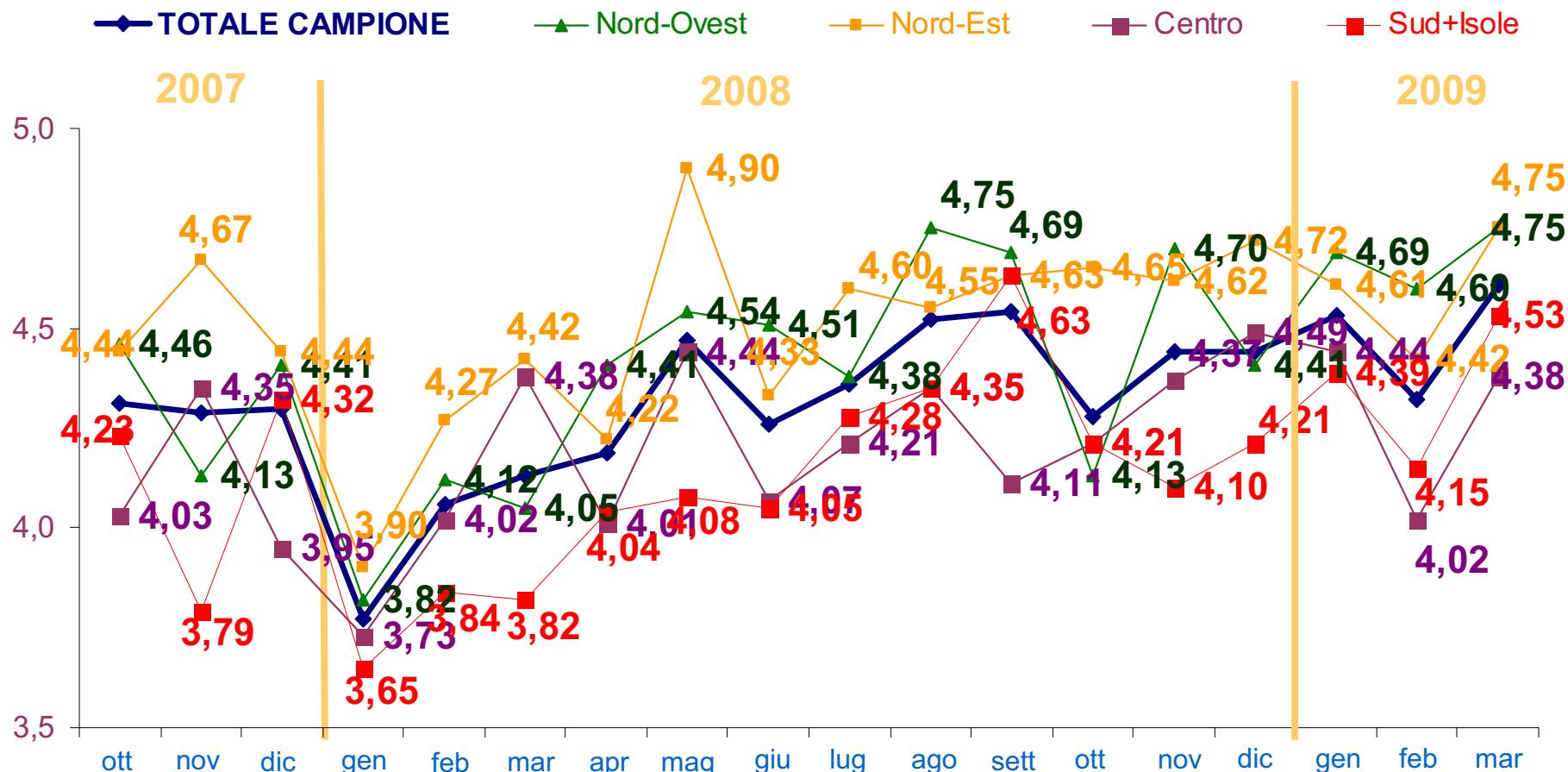
ZOOM

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

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

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

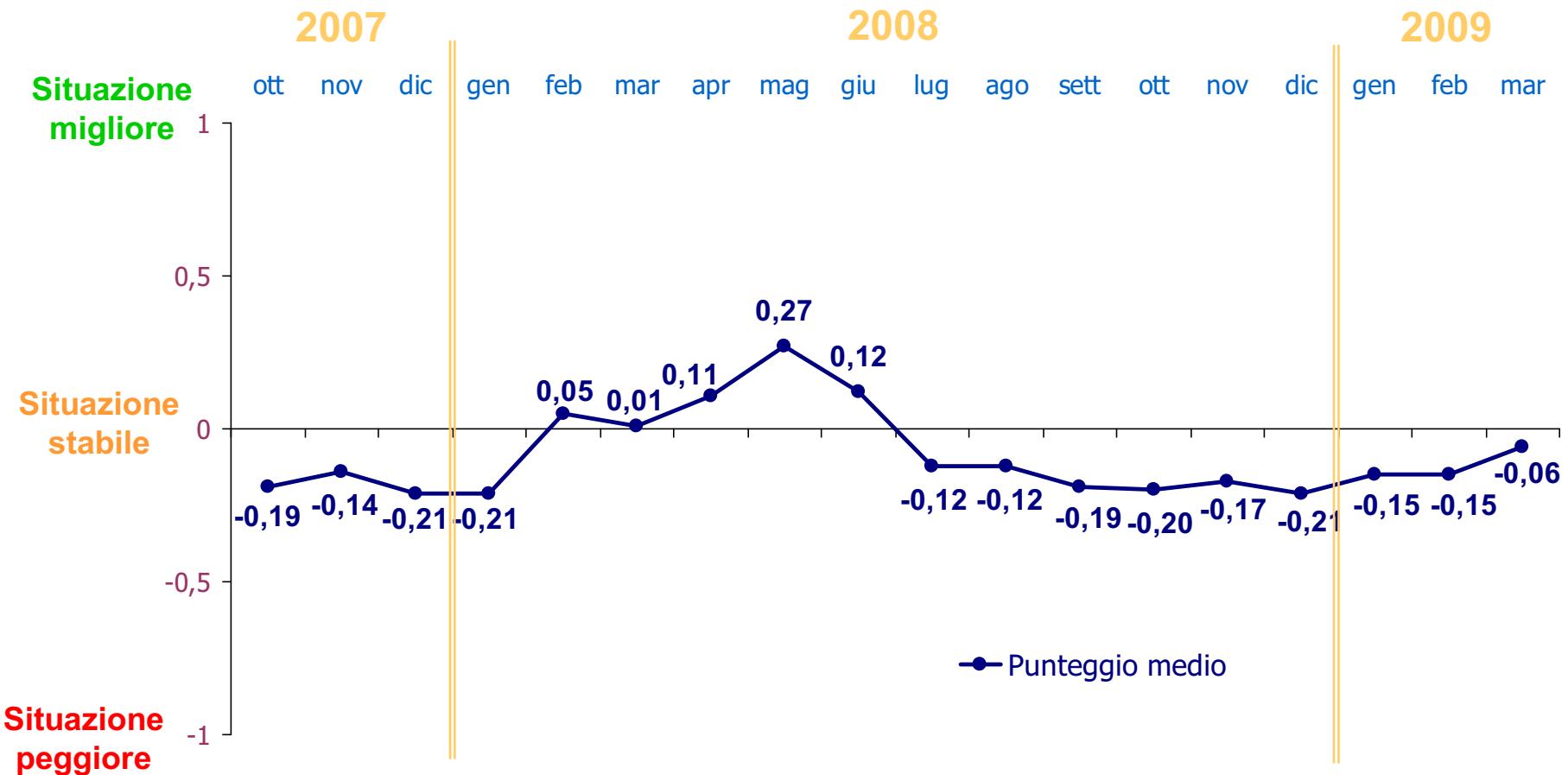
Analisi per area geografica (punteggi medi)



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?

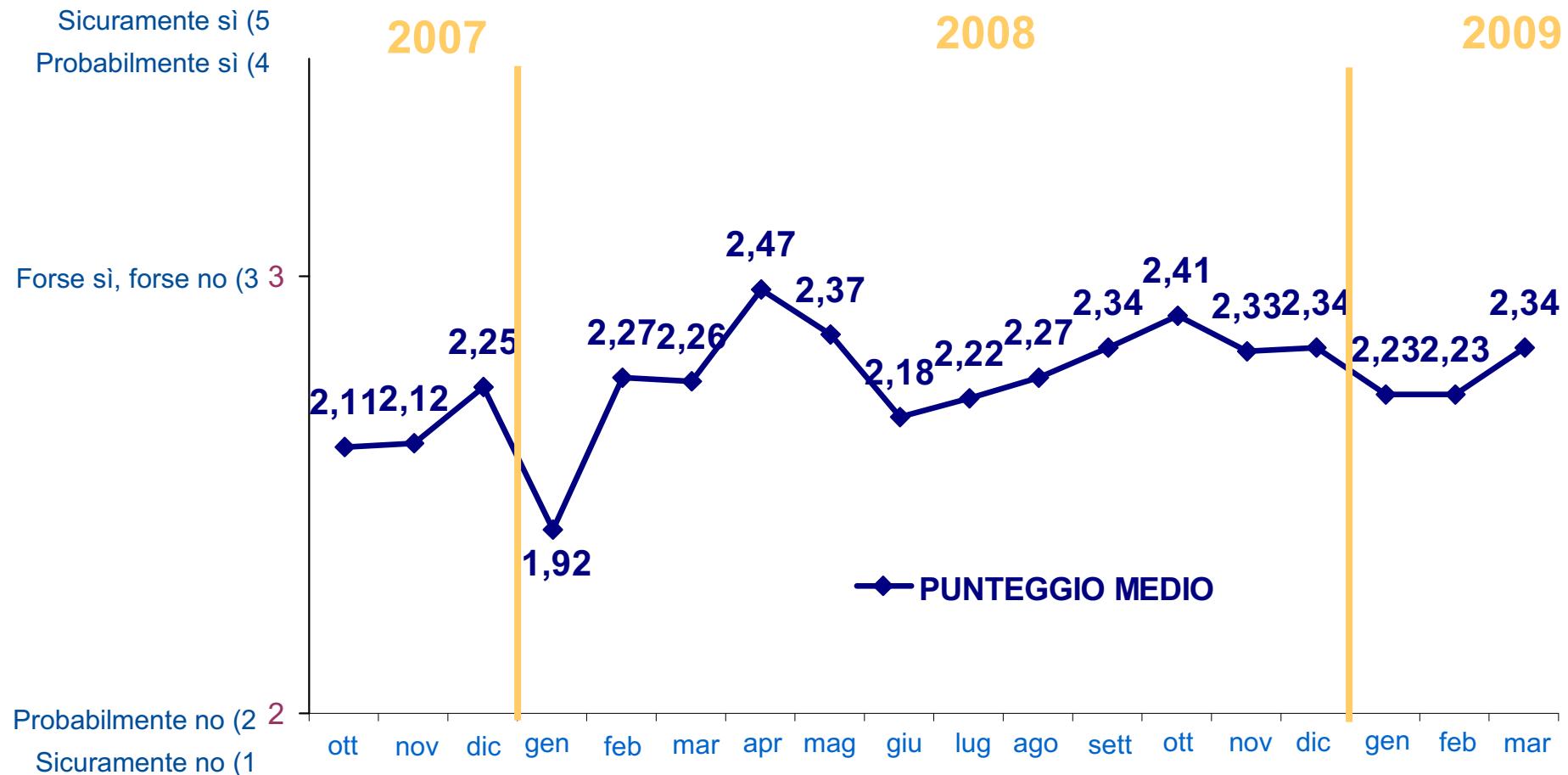
Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento



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



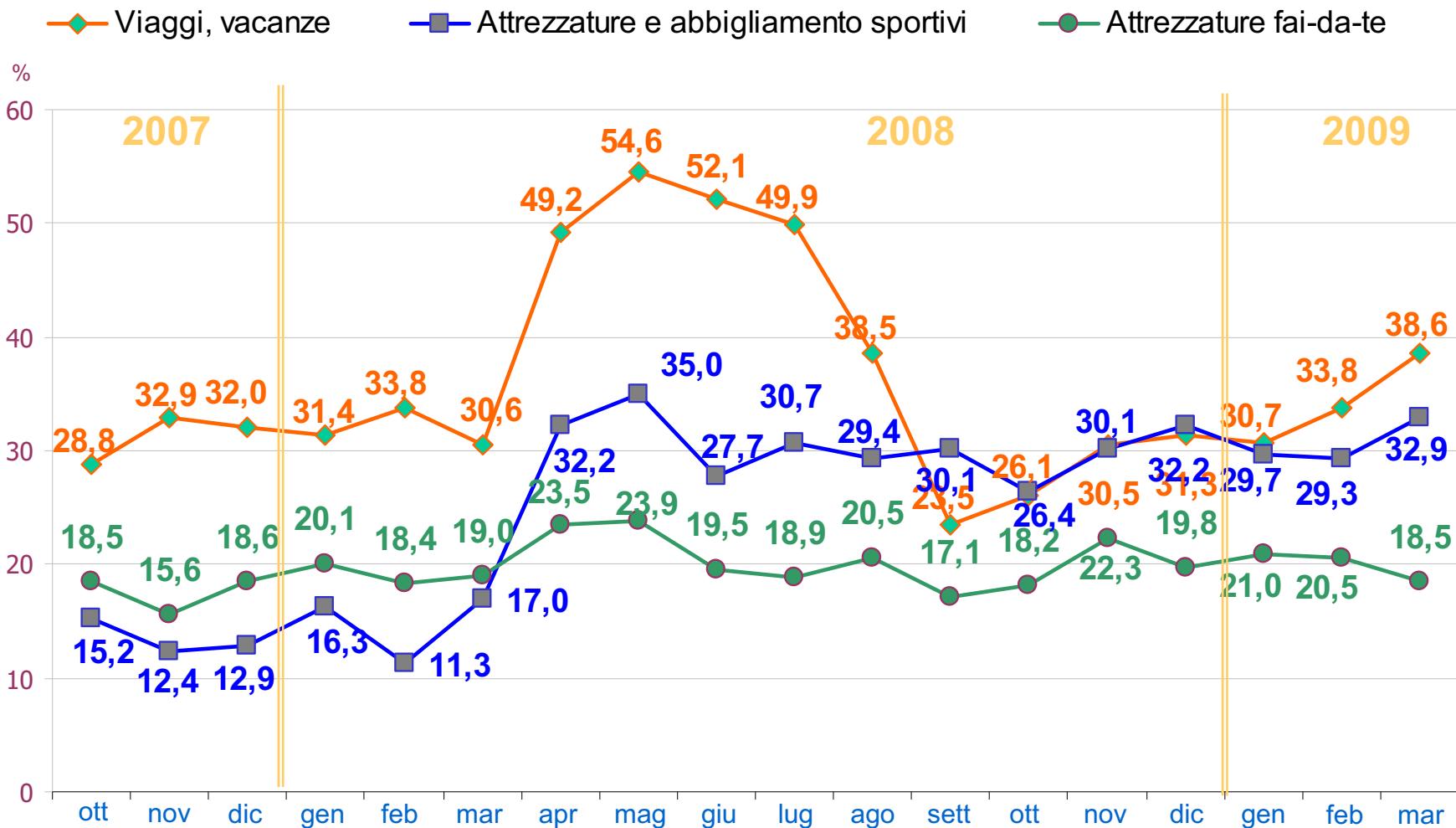
Novità

Da aprile 2009, con l'intento di migliorare la leggibilità, i valori relativi alle intenzioni di acquisto non riportano più il valore medio che prima era da 1 a 5, ma riportano invece:

**la percentuale di intervistati
che hanno risposto
“sicuramente sì” o probabilmente sì”**

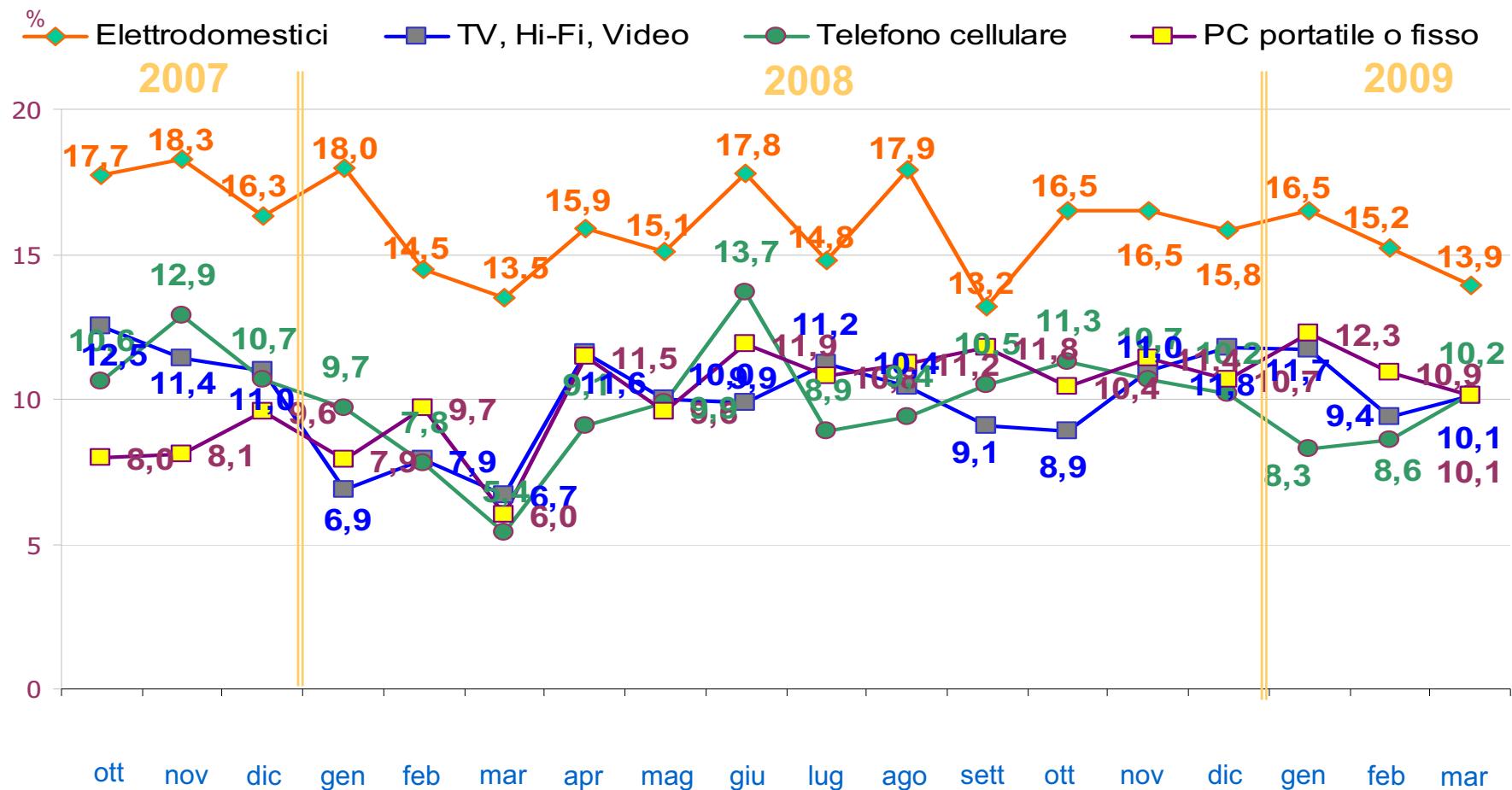
Beni/Servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi Tempo libero

% di coloro che hanno risposto “sicuramente sì” o “probabilmente sì”



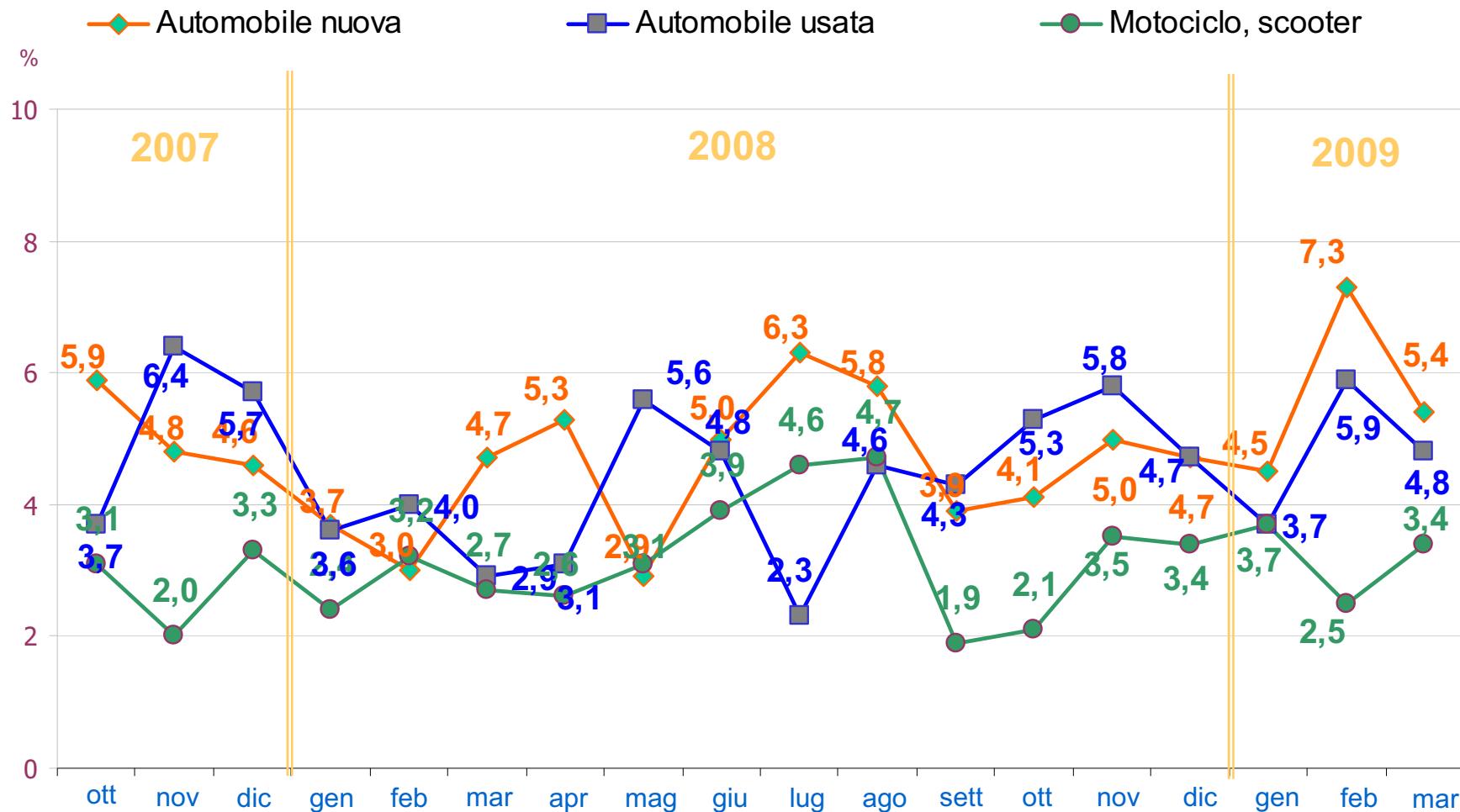
Beni/Servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi Elettrodomestici ed Elettronica

% di coloro che hanno risposto “sicuramente sì” o “probabilmente sì”



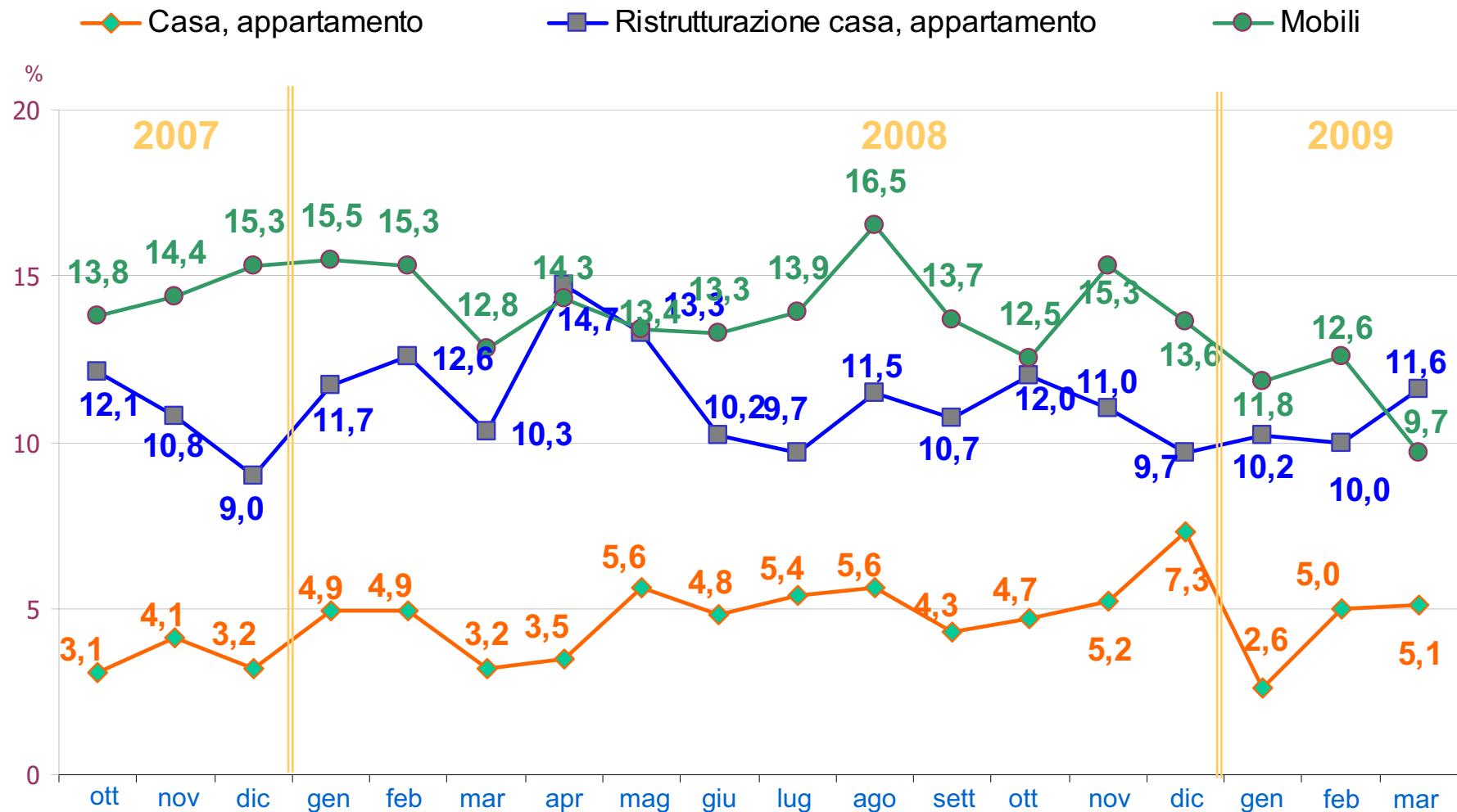
Beni/Servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi Veicoli

% di coloro che hanno risposto “sicuramente sì” o “probabilmente sì”



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

% di coloro che hanno risposto “sicuramente sì” o “probabilmente sì”



Metodo

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.

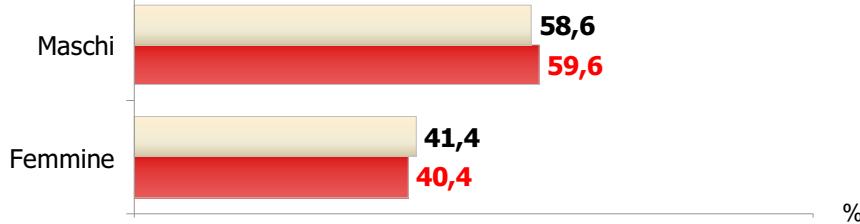


Campione

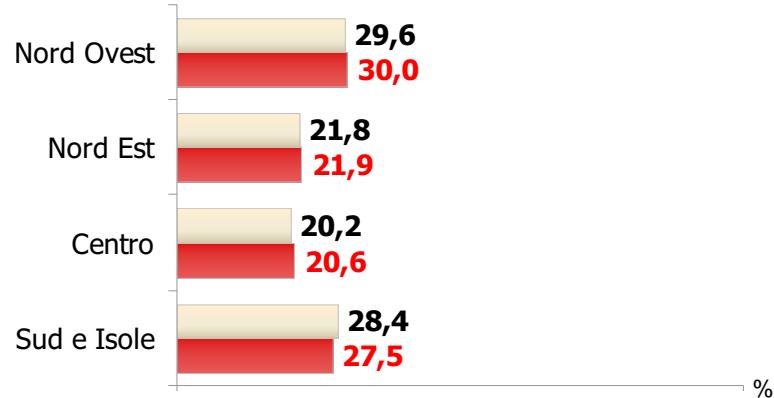
Base: totale campione (500) Periodo: marzo 2009

Universo della popolazione attiva 25-54 anni - ISTAT 2008

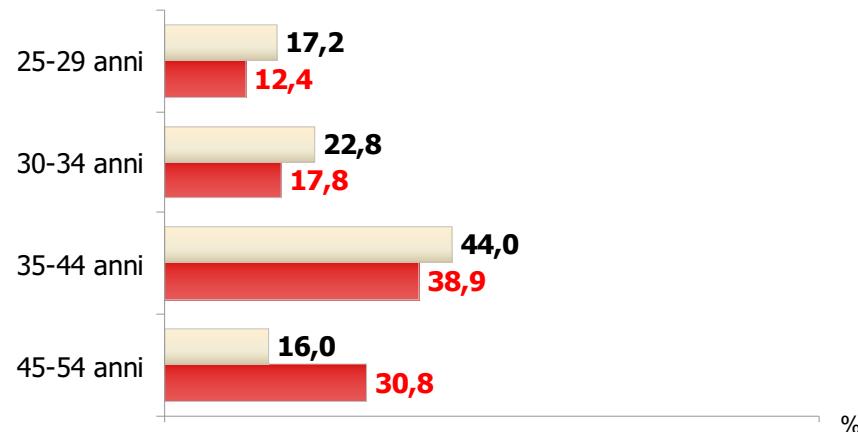
Sesso



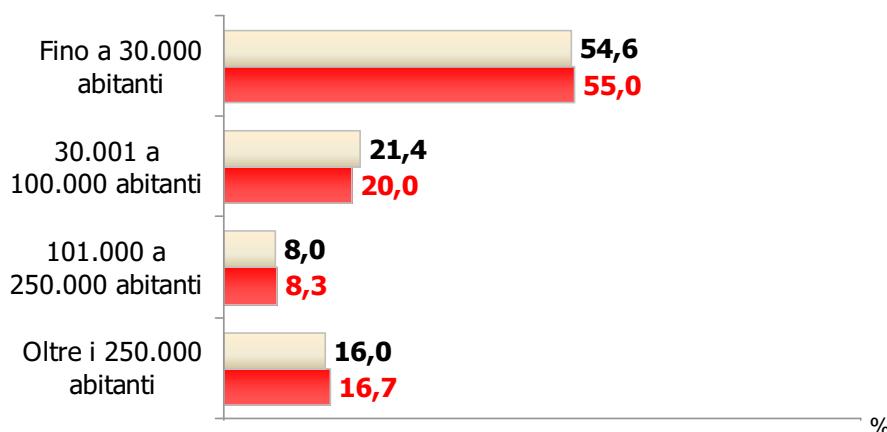
Area geografica



Età



Aampiezza centro

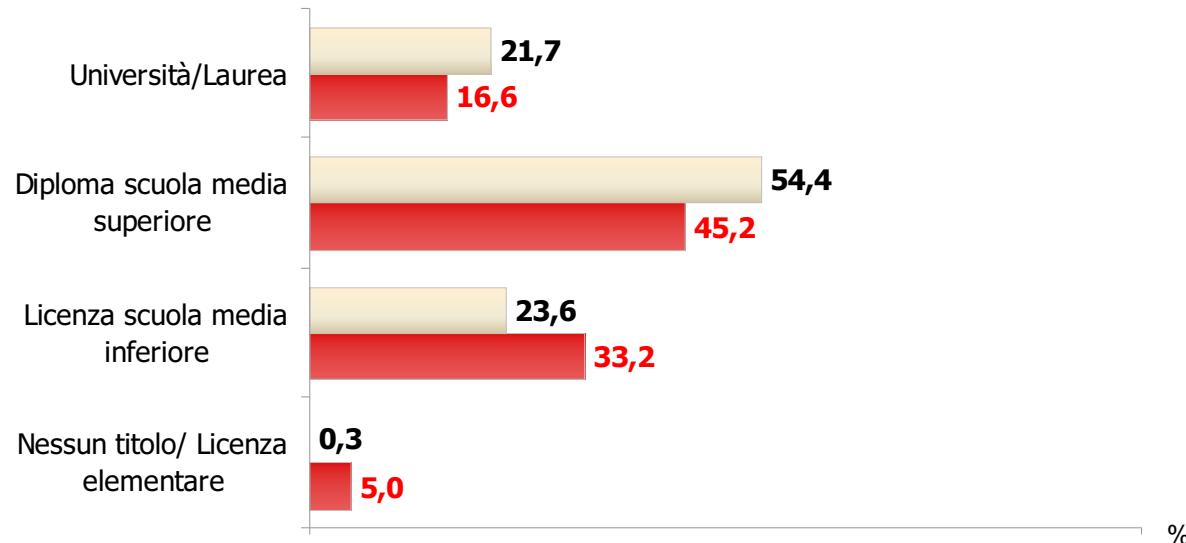


Campione

Base: totale campione (500) Periodo: marzo 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

Campione

Base: totale campione (500) Periodo: marzo 2009

L'intervistato/a...



Professione intervistato/a

Professione	%
• Impiegato (o categorie intermedie)	47,7
• Operaio (o assimilato)	21,6
• Libero professionista	9,2
• Insegnante	7,5
• Dirigente, alto funzionario	3,9
• Agente di commercio, rappresentante *	2,3
• Imprenditore	2,1
• Negoziante, esercente *	1,7
• Artigiano con azienda *	1,6
• Militare o paramilitare	0,7
• Lavoratore a domicilio o suo coadiuvante	0,6
• Altro lavoratore in proprio senza azienda *	0,3
• Agricoltore conduttore	0,3
• Familiare coadiuvante (categorie *)	0,2
• Agricoltore dipendente o bracciante	0,2
• Artista, giornalista	0,1