



# **l'Osservatorio** mensile

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

**Indagine maggio 2009**

Dati rilevati nel mese di aprile 2009



Milano, 4 maggio 2009

COMUNICATO STAMPA

**Prosegue anche ad aprile la crescita della fiducia degli italiani.**

**Il livello di soddisfazione per la situazione del Paese si mantiene ancora al livello più alto dall'inizio delle rilevazioni.**

**Il risparmio è stabile e la situazione italiana a 12 mesi è percepita con maggiore serenità.**

**Sono quasi raddoppiate le intenzioni d'acquisto a tre mesi di mobili e sono in crescita quelle di beni come viaggi, vacanze, abbigliamento sportivo, attrezzature per il fai da te, TV, HI-FI, video, computer.**

**In calo i progetti per comperare auto nuove, usate, moto e scooter.**

**Resta stabile l'intenzione di ristrutturare o acquistare la casa.**

**“A glimmer of hope?”** titolava recentemente la copertina dell'Economist. Gli italiani intravedono quel barlume di speranza che già l'Osservatorio Mensile Findomestic aveva evidenziato nel mese di marzo? Non dobbiamo farci prendere troppo dall'ottimismo: l'indice della fiducia cresce da diversi mesi, ma la situazione economica del Paese è ancora in una fase molto delicata e non permette certo agli italiani di sentirsi soddisfatti. E' un dato di fatto, tuttavia, che in Italia ci si senta più fiduciosi rispetto ai mesi precedenti.

Gli intervistati dotati di istruzione universitaria esprimono un voto di fiducia inferiore alla media, mentre il resto del campione continua ad avere un'opinione sempre più positiva della situazione del Paese.

Dal punto di vista geografico solo il nord Est ha registrato un calo della fiducia con una diminuzione dal 4,75 al 4,42. Il voto medio ha raggiunto il valore di 4,66: il dato più alto dall'ottobre 2007.

Gli intervistati dall'Osservatorio Mensile di Findomestic prevedono stabilità per i prossimi 12 mesi e il dato è in miglioramento costante dall'autunno 2008. La previsione di risparmio su base annua è stabile: il 30,7 % del campione evidenzia un aumento del livello personale di risparmio.

E se si esaminano le intenzioni di acquisto a tre mesi relative al mese di aprile, il 46% degli intervistati dichiara di optare per i viaggi e le vacanze, probabilmente grazie alla buona stagione in arrivo. Il dato che è in crescita continua dal settembre 2008, in questo mese è tuttavia inferiore allo stesso mese del 2008 anche se di soli tre punti (49,2%).

Anche le intenzioni di acquisto di attrezzature e abbigliamento sportivo, anche complice l'arrivo della bella stagione, confermano il trend positivo passando dal 18,5 al 22,2%.

Prosegue il calo delle intenzioni di acquisto degli elettrodomestici in generale, così come per i cellulari che passano dal 10,2 di marzo all'8,7% in aprile.

In crescita invece le intenzioni di acquisto di TV HI-FI e video che passano dal 10,1 al 10,7% e di personal computer che salgono da 10,9 a 11,5%.

Sono in diminuzione le intenzioni di acquisto di veicoli. Nelle auto nuove, dopo il varo degli incentivi di febbraio che aveva fatto registrare un buon 7,3% d'intenzioni positive, la voglia di acquistare è calata progressivamente fino al 4,6% di aprile. Se osservano i progetti relativi alle auto usate si nota che si scendono dal 5,9 al 2,9. Continua invece l'andamento altalenante nelle intenzioni di acquisto di moto e scooter che negli ultimi tre mesi hanno registrato valori del 2,5, del 3,4 e del 2,4%.

Il dato più significativo di questo mese è l'aumento dell'intenzione di comperare mobili che passa dal 9,7 di marzo al 16,5% di aprile, quasi il doppio. Il valore di aprile è pari a quello di agosto 2008 ed è 2,2 punti in più rispetto quello dello stesso mese dell'anno precedente.

Stabili le intenzioni di acquistare una casa o un appartamento e di eseguire lavori di ristrutturazione.

Stefano Martini

# Key Points

## La Fiducia

### → La fiducia cresce:

continua anche ad aprile la lenta ascesa del grado di soddisfazione degli italiani, che si presenta come il più elevato dall'inizio della rilevazione. Esso comunque rimane ancora mlto al di sotto dei valori corrispondenti alla positività.

→ Gli intervistati d'istruzione universitaria continuano a moderare il loro grado di fiducia, attestandosi sotto la media.

→ Brusco calo della soddisfazione nel nord-est, mentre crescono le altre aree, soprattutto il centro Italia.

→ **Si prevede un futuro stabile:** le dichiarazioni degli intervistati sulla situazione italiana a **12 mesi migliorano** ormai da 4 mesi, attestandosi su valori che indicano stabilità.

# Key Points

## Le intenzioni di risparmio a 12 mesi

→ La **previsione di aumento del risparmio** è **stabile** rispetto al mese precedente, con un valore che si assesta intorno al 30%, ma **in crescita rispetto ai primi mesi dell'anno**, lasciando più spazio alla possibilità di riuscire a risparmiare in maggior misura.

## Previsioni d'acquisto a 3 mesi

→ Il **46%** degli intervistati dichiara di aver intenzione di fare **viaggi o vacanze (3 punti in meno sullo stesso mese nel'08)** e il dato però è in crescita quasi costante da settembre '08. L'intenzione di acquistare **abbigliamento sportivo continua a crescere**, dopo il fisiologico calo del dopo dicembre, così come torna crescere l'intenzione di acquistare **attrezzature per il fai da te**, che probabilmente risentono positivamente della stagione più mite.

# Key Points

## Previsioni d'acquisto a tre mesi

- Prosegue inesorabilmente ormai da gennaio la **flessione** nell'intenzione di acquistare **elettrodomestici**, inteso come concetto generico,
- Prosegue la crescita nelle intenzioni di acquisto a tre mesi per il settore TV, HI-FI e Video che aveva invertito la tendenza negativa già da febbraio 2009.
- Tendenza positiva nelle intenzioni di acquisto di Computer dove si registra proprio nel mese di aprile l'inversione di tendenza negativa iniziata due mesi prima.
- **Flettono**, invece, le intenzioni di acquisto di **cellulari**, dove si passa da un 10,2% di intervistati che hanno dichiarato di essere sicuri o probabilmente sicuri di voler acquistare un cellulare all'8,7.

# Key Points

## Previsioni d'acquisto a tre mesi

→ **Continua il calo del settore auto** (sia nuove che usate)

Nel mese di aprile, solo il 4,6% degli intervistati ha dichiarato di essere intenzionato ad acquistare un'auto nuova.

Il dato aveva avuto un picco nel mese di febbraio (7,3%) dovuto al varo degli incentivi sull'auto, ma l'effetto non è proseguito nei mesi successivi, tornando sui valori di gennaio, dove solo il 4,5% degli intervistati era intenzionato all'acquisto.

→ L'intenzione di acquisto di **motocicli** ha avuto ancora una volta un **andamento altalenante**, in calo nel mese di aprile con solo un 2,4% di intervistati che ha risposto Sì o Probabilmente Sì, sull'intenzione di acquisto entro i tre mesi.

# Key Points

## Previsioni d'acquisto a tre mesi

→ Forte crescita nelle intenzioni d'acquisto di Mobili.

**Il picco** è il più deciso dall'inizio della rilevazione.

Il 16,5% degli intervistati, che ha risposto Sicuramente Sì o Probabilmente Sì, alla domanda sull'intenzione di acquisto di mobili, è pari soltanto al dato registrato ad agosto 2008 e 2,2 punti in più rispetto allo stesso mese dell'anno precedente.

Rimangono invece pressoché **invariate**:

- le intenzioni di acquisto di **casa/appartamento** (5,2%)
- e **ristrutturazione** (11,2%).

# **I risultati del mese di aprile**

# 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



ZOOM

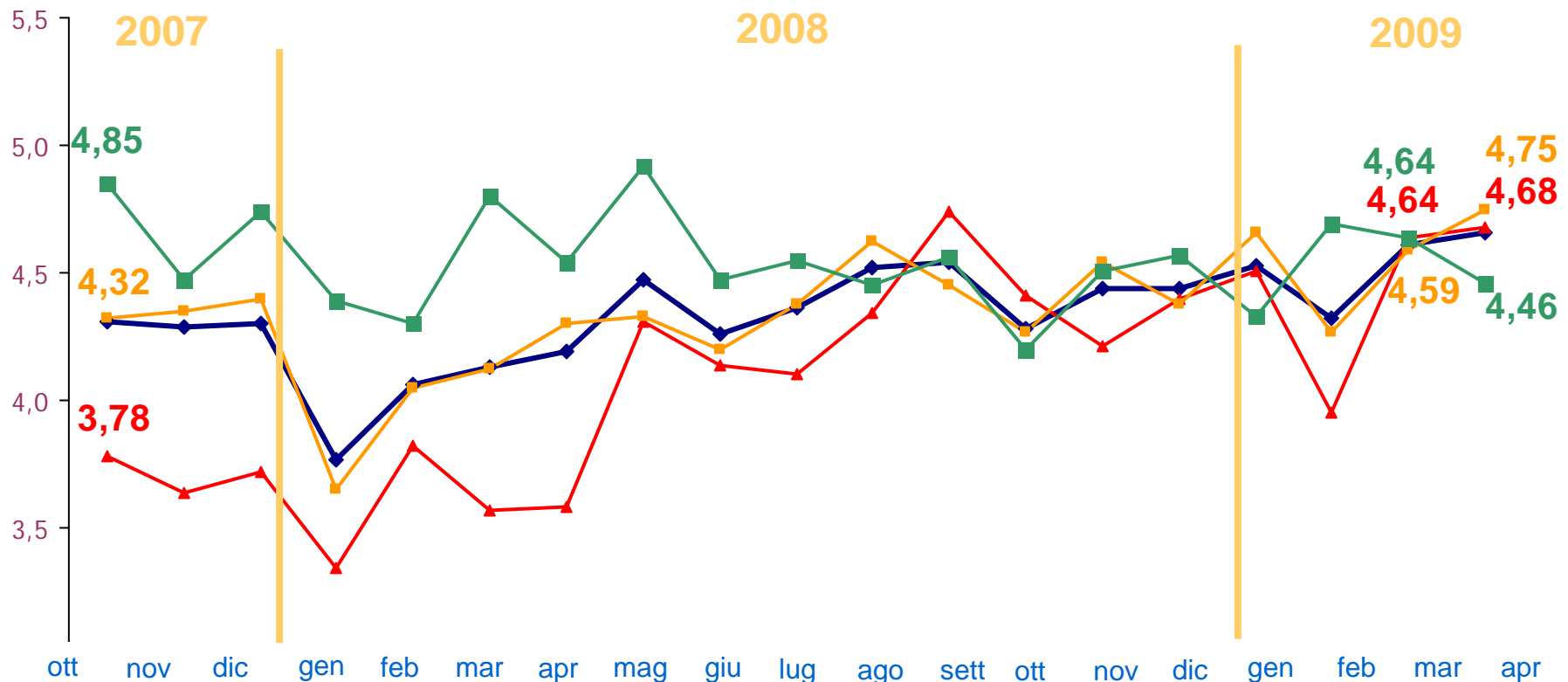
# Grado di soddisfazione rispetto alla situazione italiana (Scala da 1 a 10)

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

## Analisi per livelli di istruzione (punteggi medi)

Soglia positiva del voto medio 7,00

◆ TOTALE CAMPIONE    ▲ Istr. obbligatoria    ■ Istr. superiore    ■ Istr. universitaria



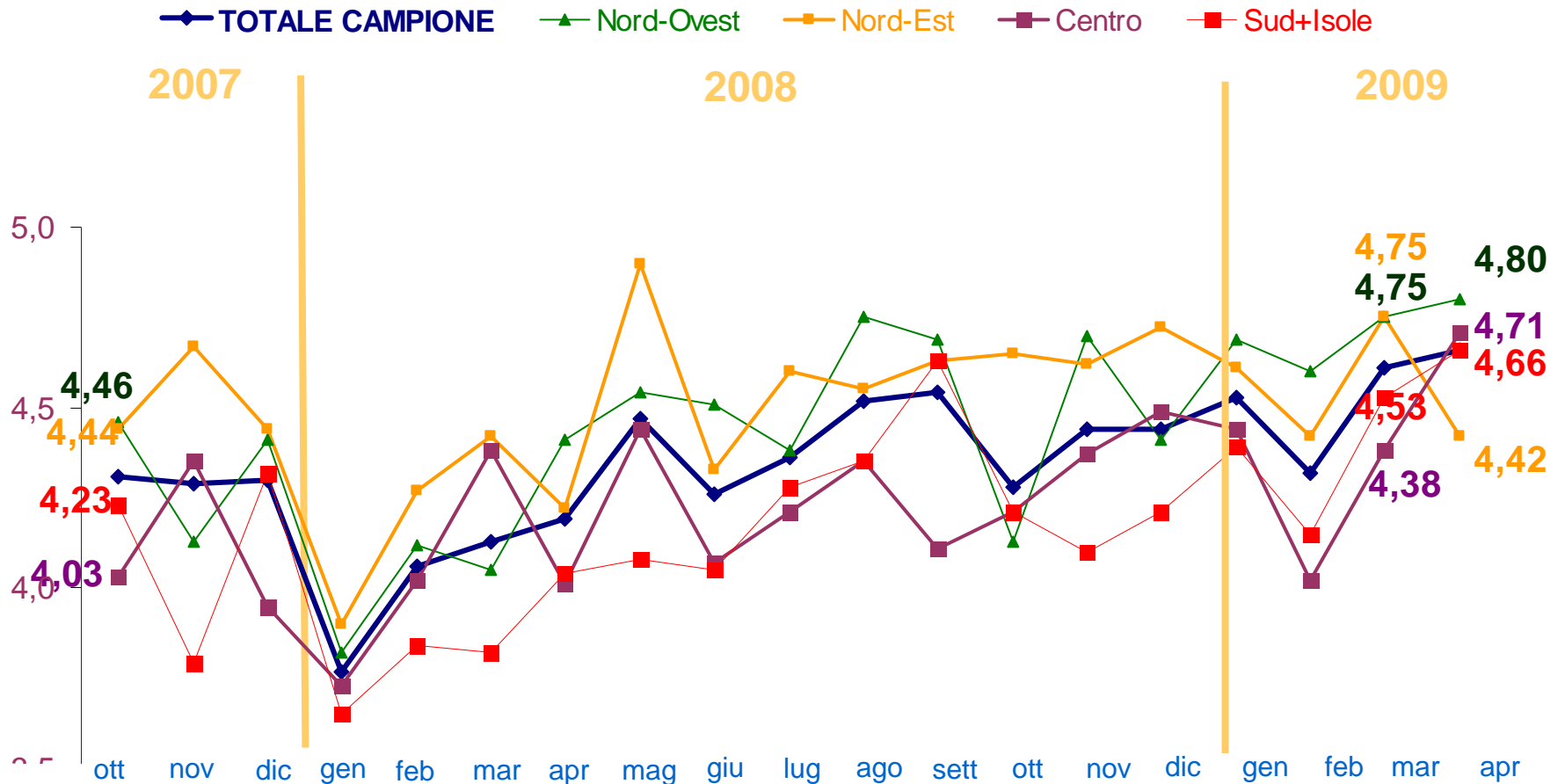
ZOOM

# 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)

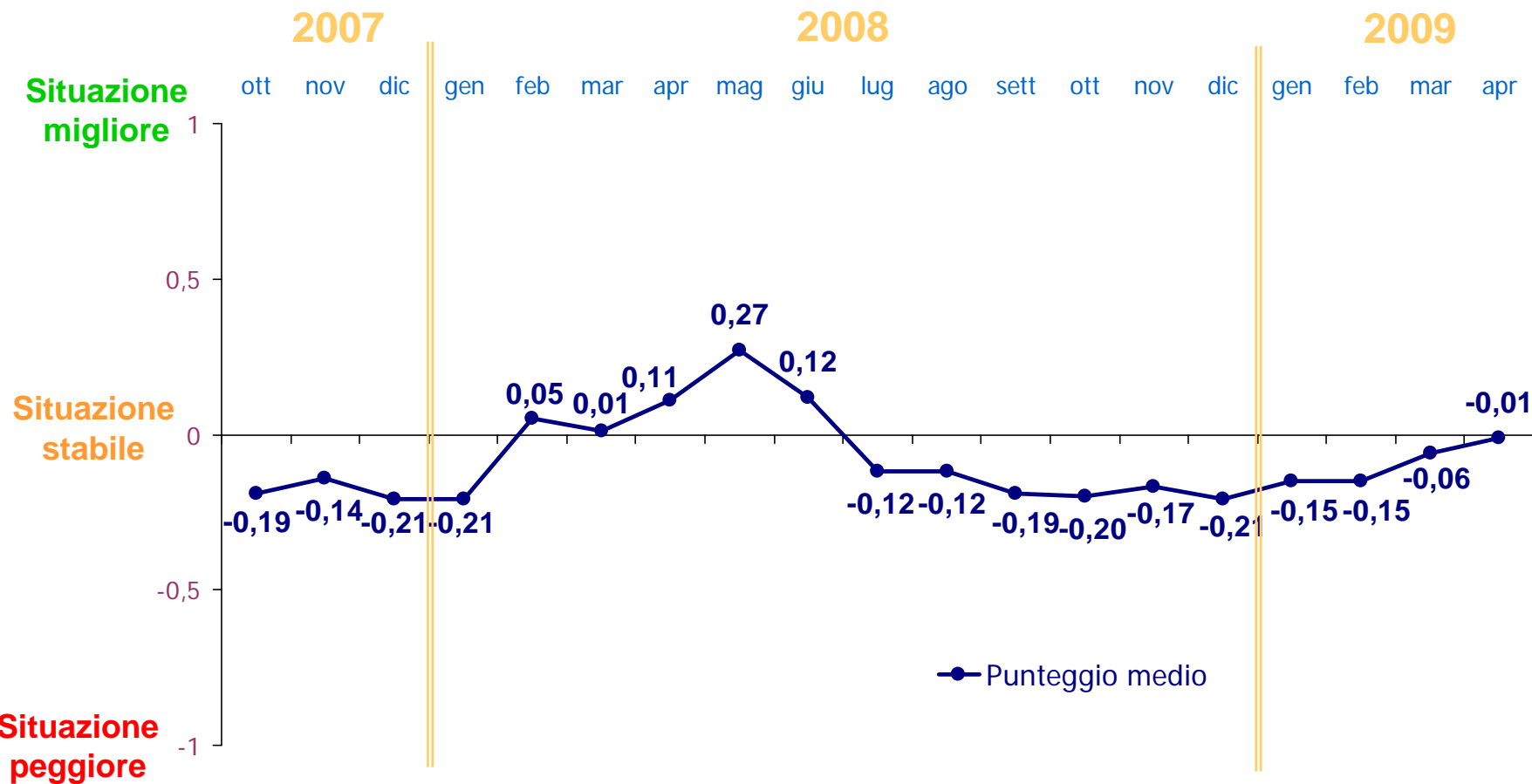
Soglia positiva del voto medio 7,00



# 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?

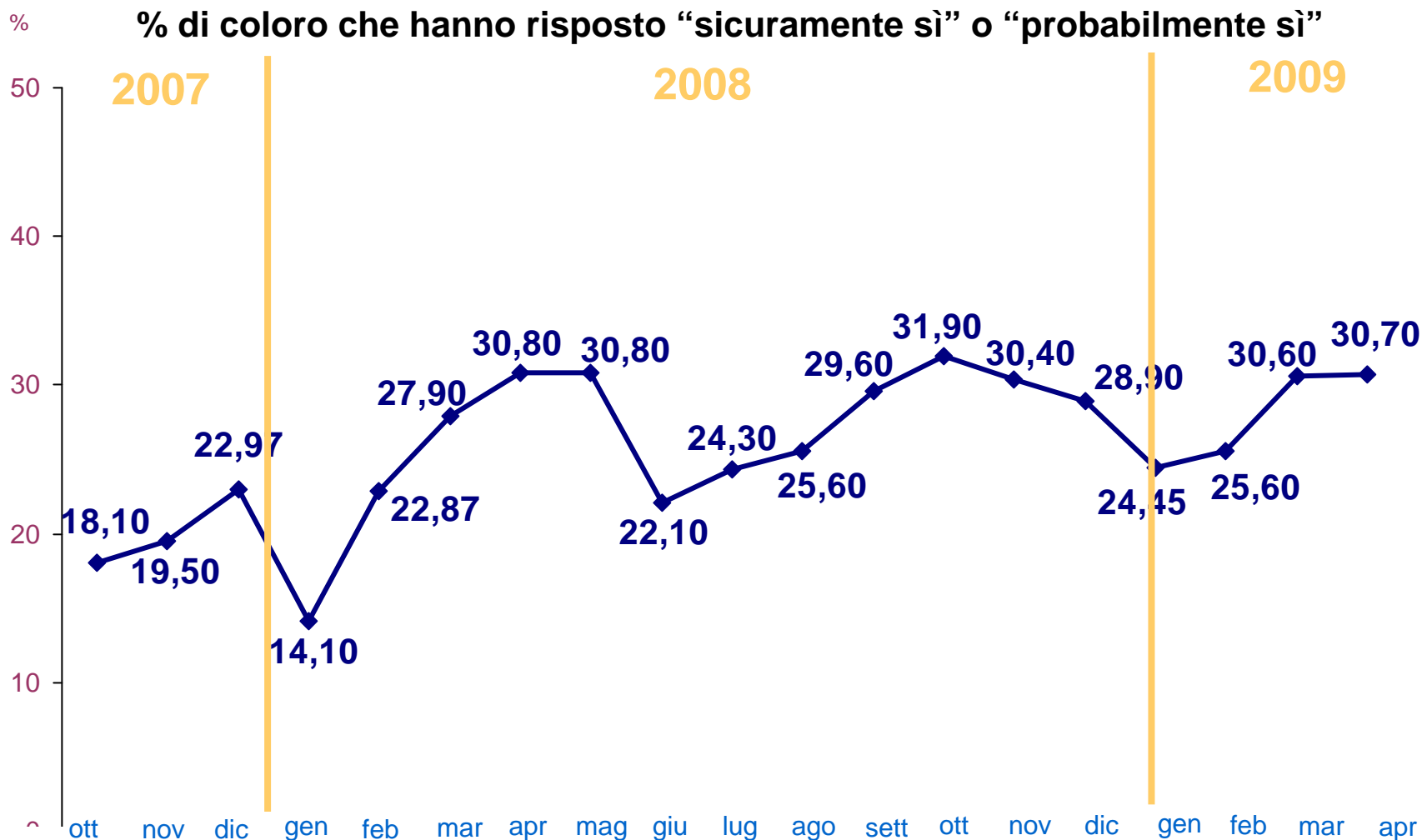
Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento



# 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?

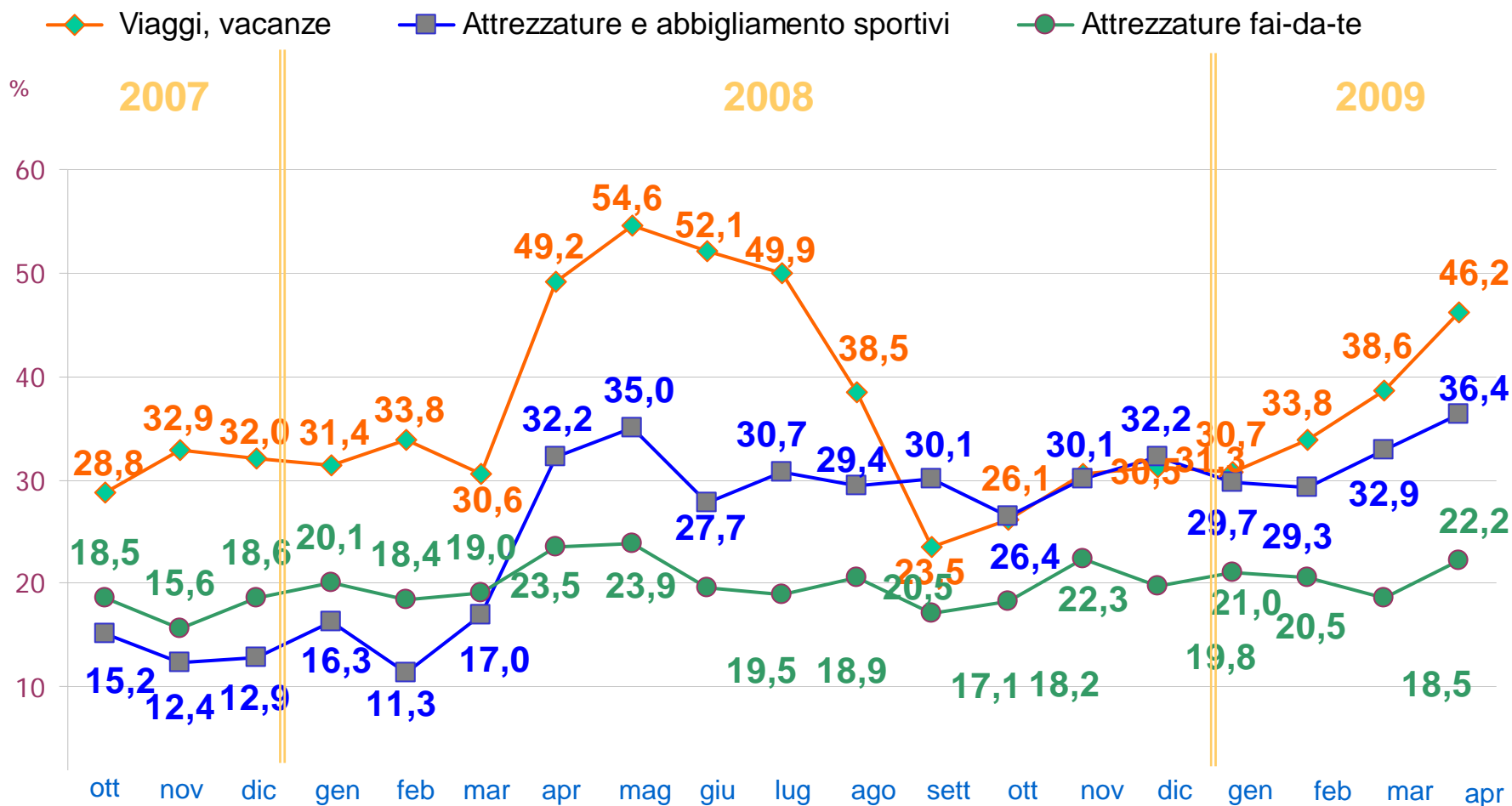
Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento



# 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"

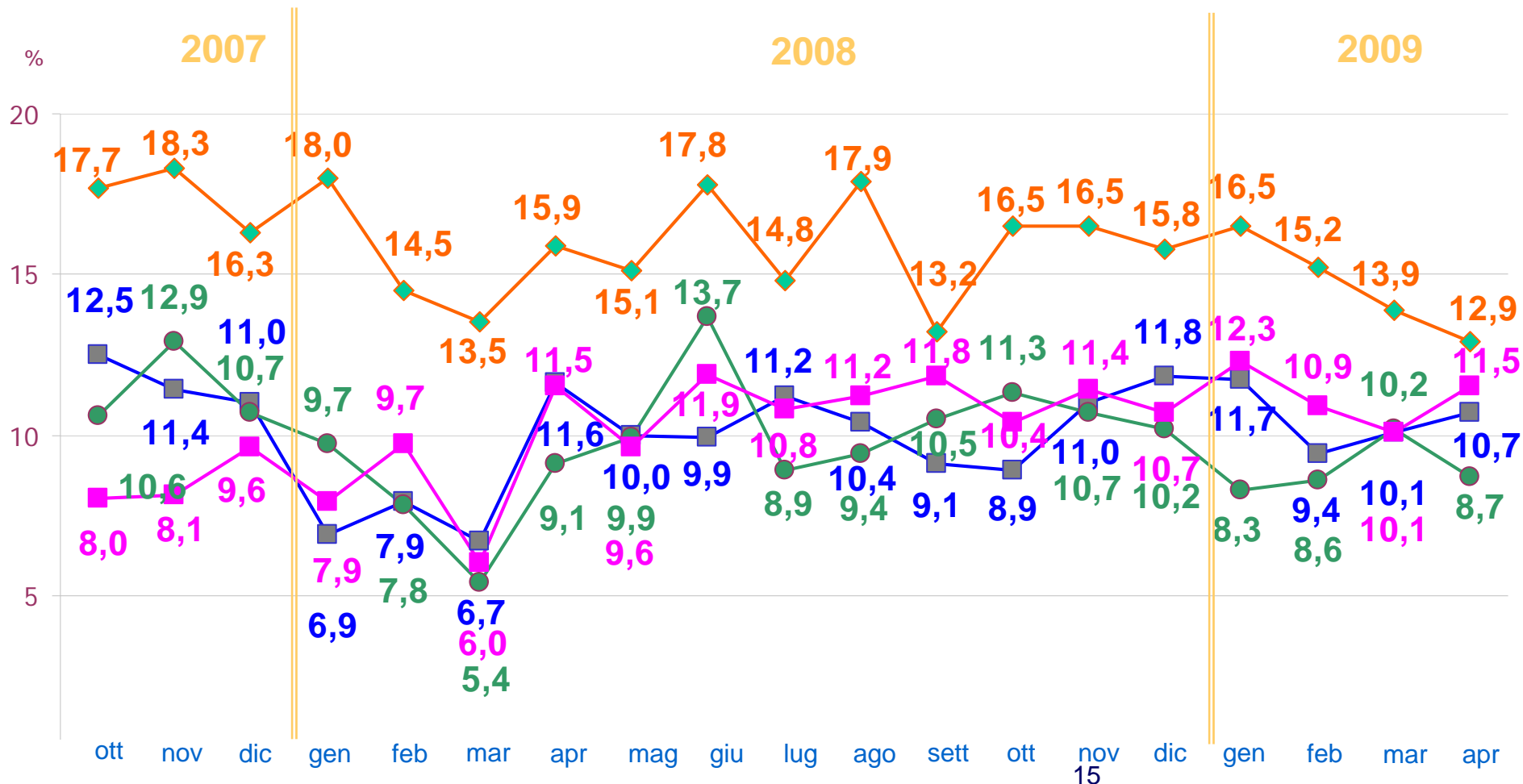


# Beni/Servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi Elettrodomestici ed Elettronica

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

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

◆ Elettrodomestici    ■ TV, Hi-Fi, Video    ● Telefono cellulare    ■ PC portatile o fisso

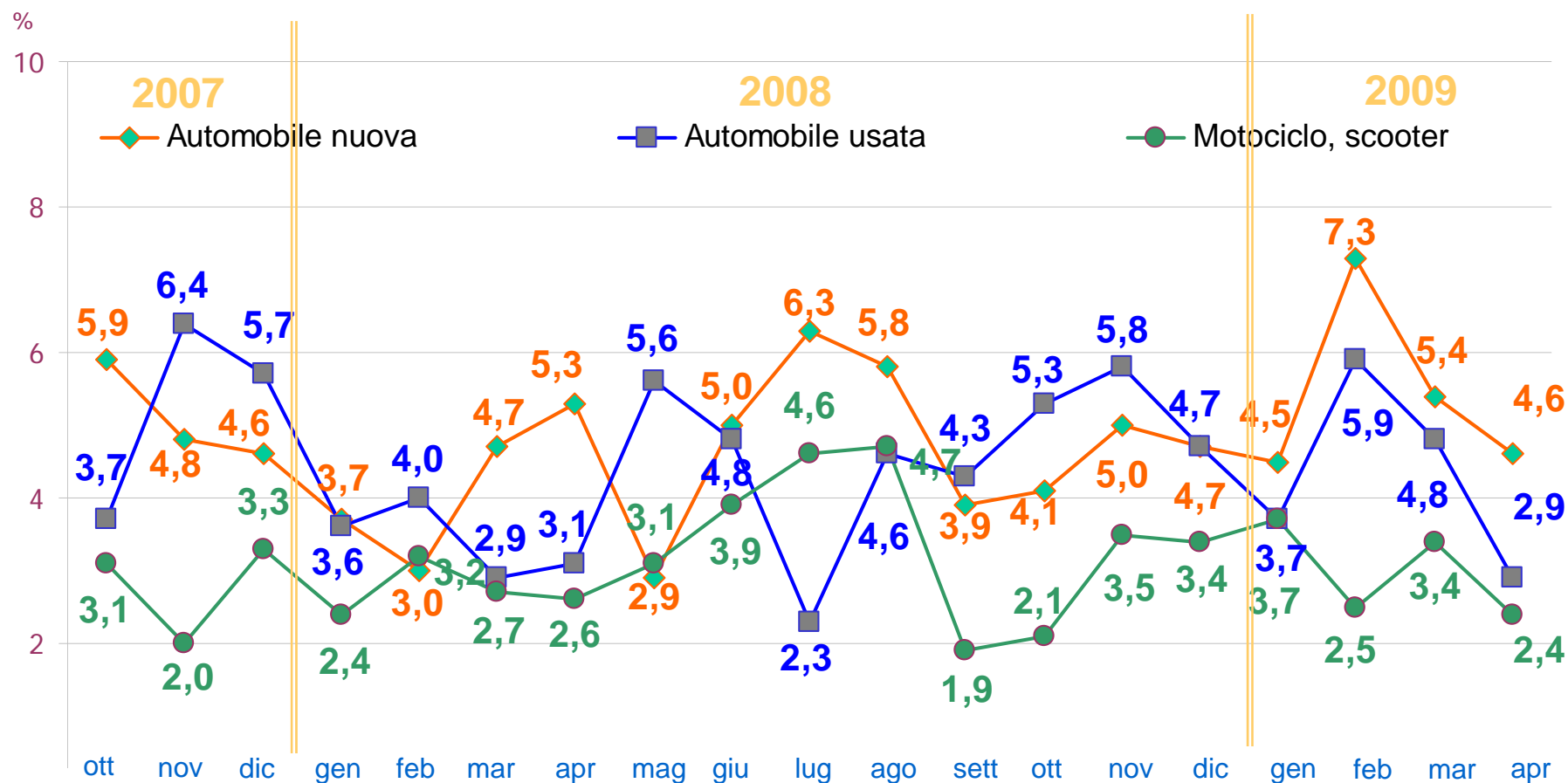


# Beni/Servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi

## Veicoli

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

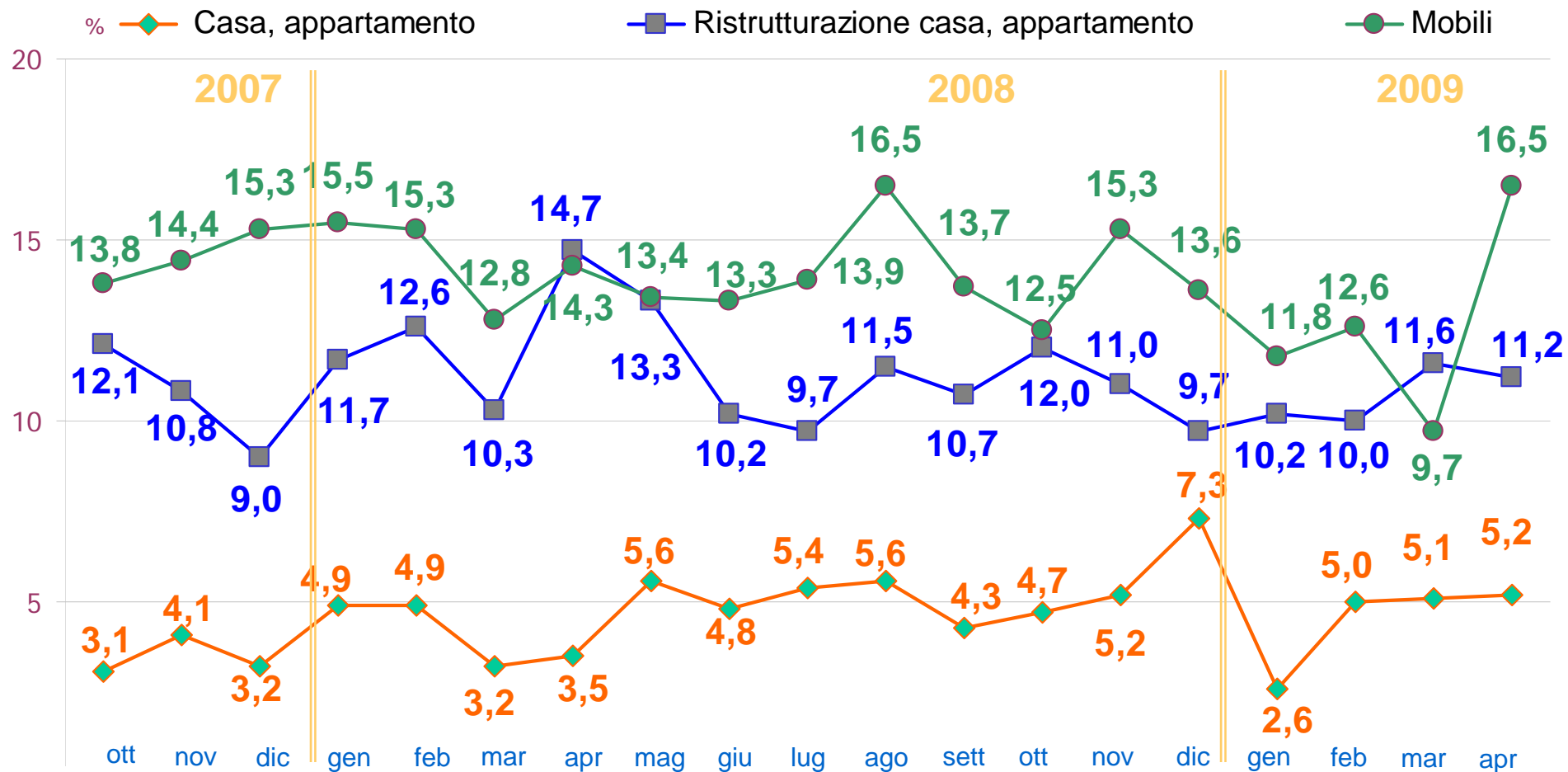
% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"



# 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"



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).

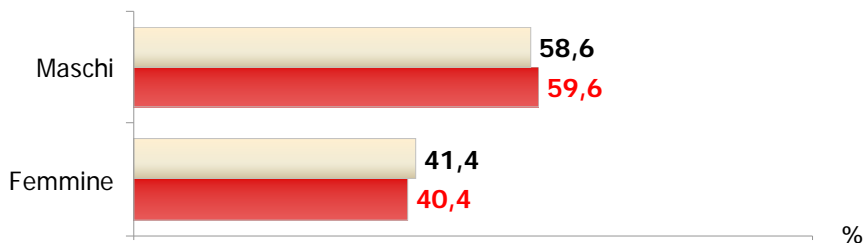
Il fieldwork si svolge nell'ambito delle 4 settimane di ogni mese, salvo che a dicembre e ad agosto.

# Campione

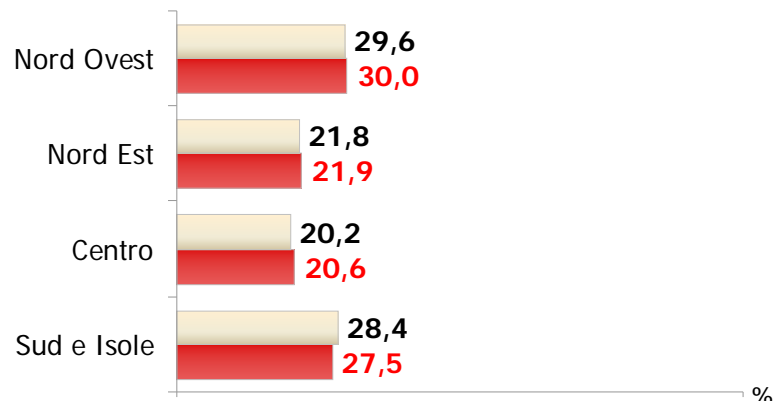
Base: totale campione (500) Periodo: aprile 2009

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

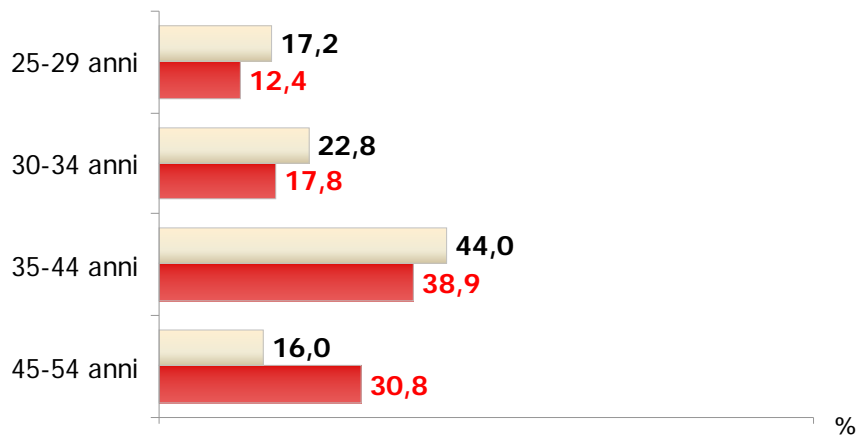
## Sesso



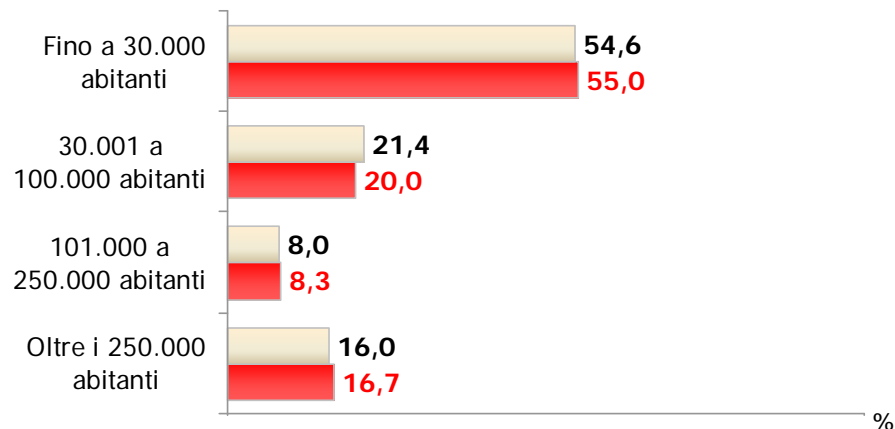
## Area geografica



## Età



## Ampiezza centro

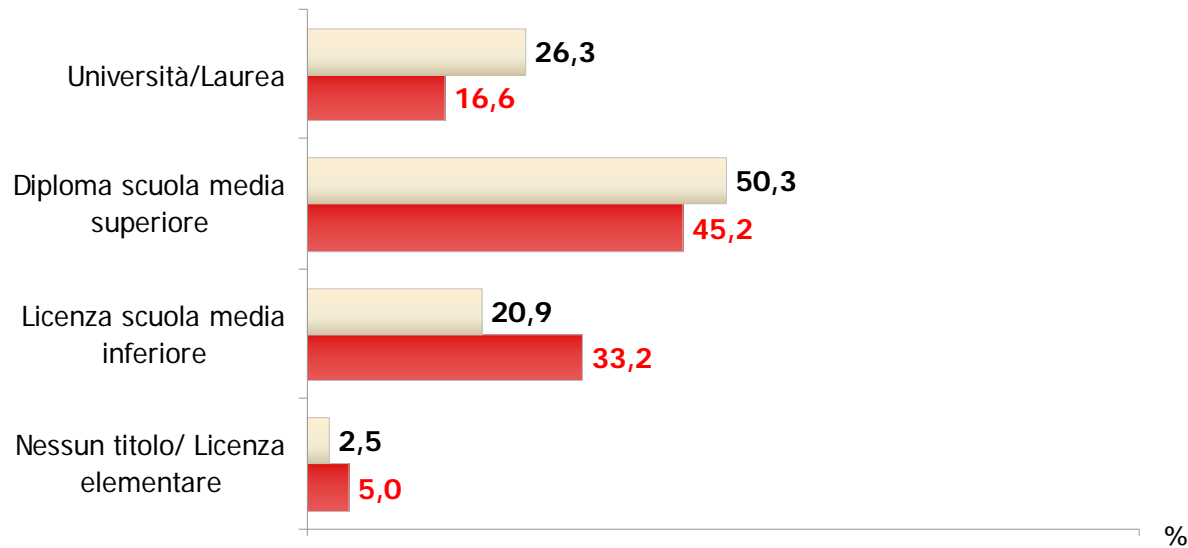


# Campione

Base: totale campione (500) Periodo: aprile 2009

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

## Titolo di studio universitario



Numero medio  
componenti nucleo familiare



3,3

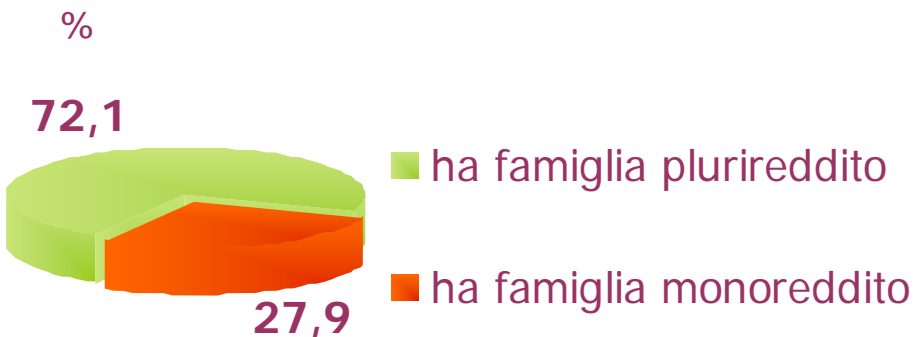
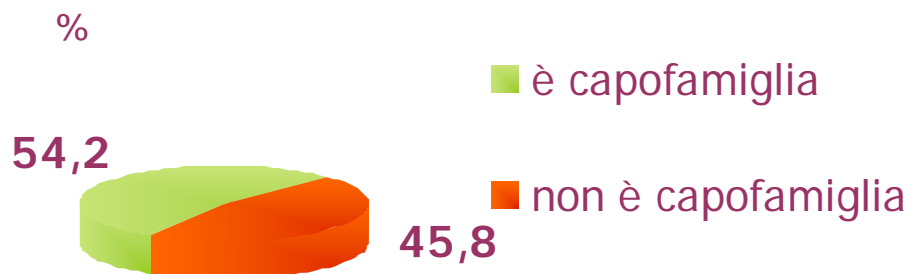
Censimento  
ISTAT 2001



2,6

Base: totale campione (500) Periodo: aprile 2009

## L'intervistato/a...



## Professione intervistato/a

Professione	%
• Impiegato (o categorie intermedie)	46,1
• Operaio (o assimilato)	23,5
• Libero professionista	7,9
• Insegnante	7,0
• Negoziante, esercente *	4,4
• Dirigente, alto funzionario	3,7
• Imprenditore	2,1
• Artigiano con azienda *	2,0
• Militare o paramilitare	1,4
• Agricoltore dipendente o bracciante	0,5
• Artista, giornalista	0,4
• Agricoltore conduttore	0,4
• Familiare coadiuvante (categorie *)	0,3
• Agente di commercio, rappresentante *	0,2
• Altro lavoratore in proprio senza azienda *	0,2