



L'OSSERVATORIO
Findomestic
Banca

M e n s i l e

Novembre 2008

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

Dati rilevati fino al 31/10/08



La Fiducia

La fiducia cala bruscamente:

Risentendo della crisi che ha scosso i mercati finanziari globali, il grado di soddisfazione degli intervistati, dopo alcuni mesi di lenta ascesa (pur sempre molto **al di sotto della soglia positiva**), cala bruscamente.

Per il secondo mese consecutivo coloro che possiedono un livello d'**istruzione dell'obbligo** dichiarano di essere meno scontenti di chi ha un'istruzione superiore/universitaria. Il Nord-Est, in lieve recupero, è il meno pessimista, anche il centro recupera ma si assesta sulla media.

Anche la fiducia nel futuro è in peggioramento:

continua anche questo mese il pessimismo della maggioranza degli italiani, che prevede, per i prossimi 12 mesi, una situazione in peggioramento sempre più accentuato.

Gli acquisti a 12 mesi sono in lieve ripresa

Continuano a essere pochi coloro che prevedono un aumento degli acquisti di beni e servizi. Tuttavia, dopo quasi un semestre di continua flessione, il mese di ottobre registra una previsione media in leggera ripresa.

Il risparmio diventa un'abitudine necessaria

A seguito dell'aumento generalizzato dei costi (utenze, carburanti, beni di prima necessità) e della crisi finanziaria in atto, gli italiani si stanno abituando a risparmiare, non certo per investire, ma quantomeno per contenere le spese.

Per questo, da giugno la previsione media di risparmio e la quota di persone che probabilmente o sicuramente aumenteranno il proprio livello di risparmio sono in continua crescita.

Previsioni di acquisto a tre mesi basse ma in ripresa

Dopo la generale flessione di settembre in quasi tutti i comparti, si registra una marcata **inversione di tendenza** nelle intenzioni d'acquisto di elettrodomestici ed in modo più contenuto in quelle per viaggi, attrezzature per il fai da te, cellulari, auto usate, moto, scooter e per la ristrutturazione della casa.

Stabili le intenzioni d'acquisto di TV, Hi-Fi, video, auto nuove e casa. Leggera flessione per le attrezzature e abbigliamento sportivo anche se restano ancora in testa alla classifica.

Prosegue una leggera **flessione** per il comparto dei computer, mentre è più marcata quella per l'acquisto di mobili.

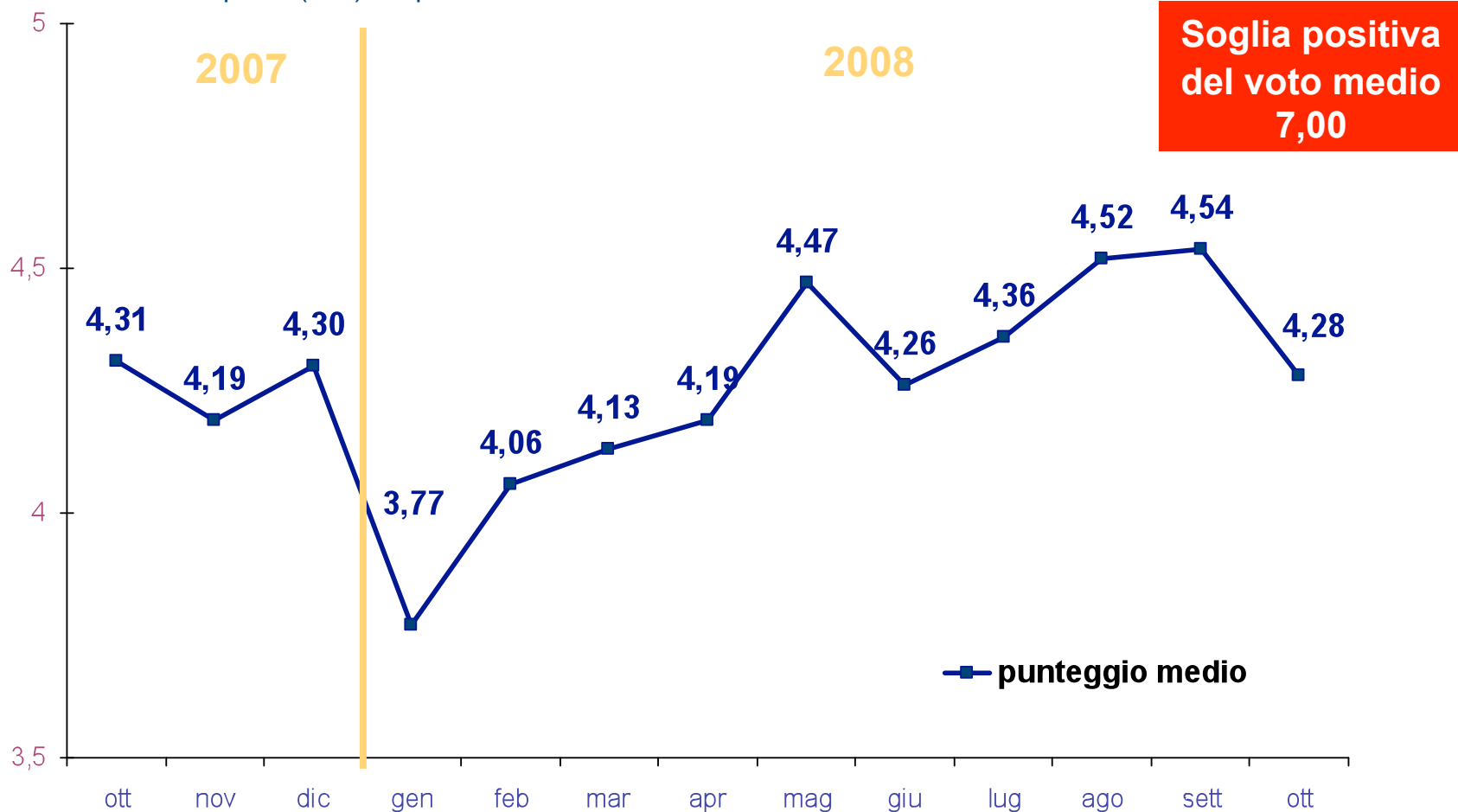
I risultati del mese di ottobre

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

10/2008

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

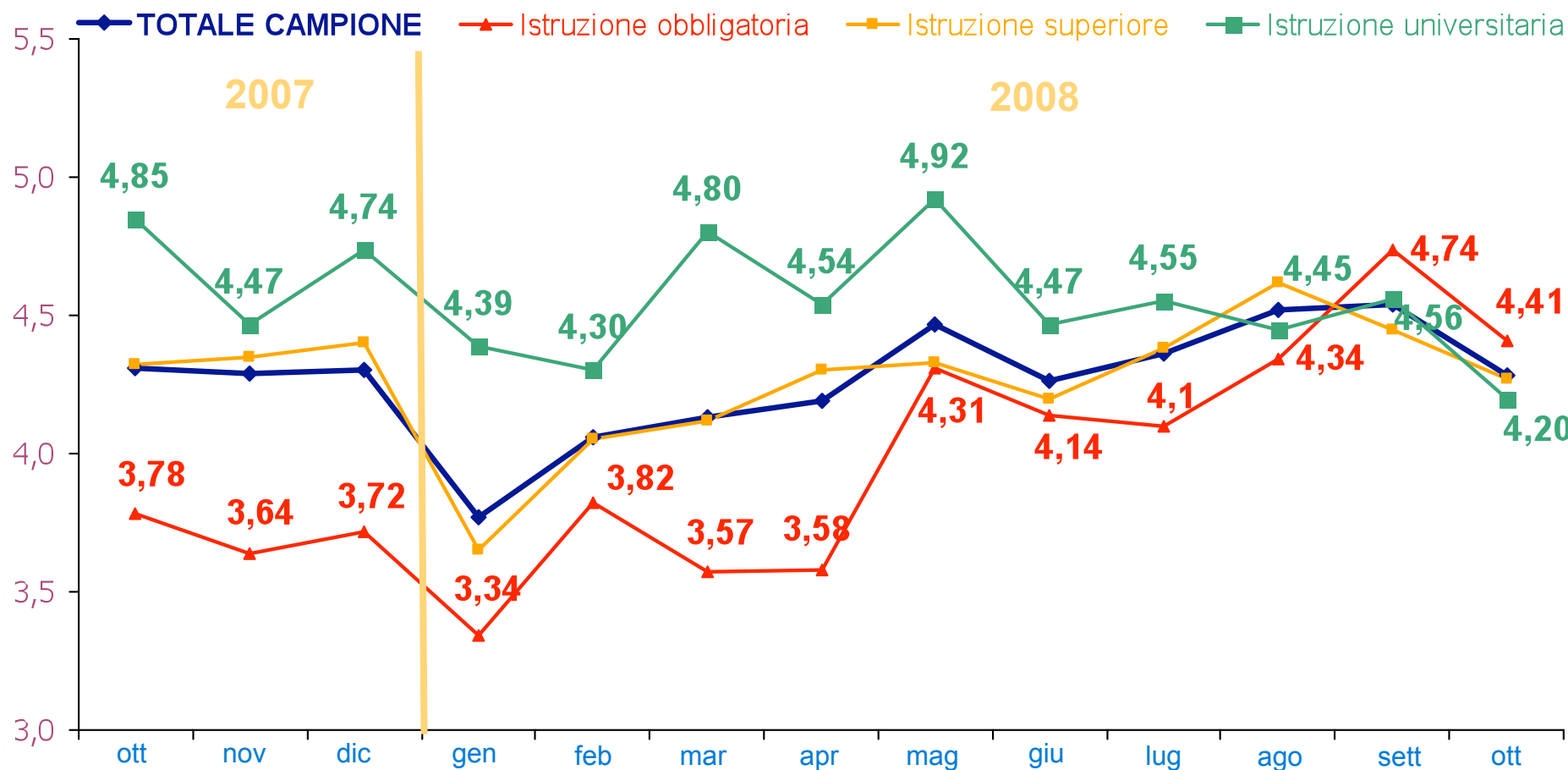
Grado di soddisfazione rispetto alla situazione italiana (Scala da 1 a 10)

10/2008

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

Analisi per livelli di istruzione (punteggi medi)

Soglia positiva
del voto medio
7,00



ZOOM

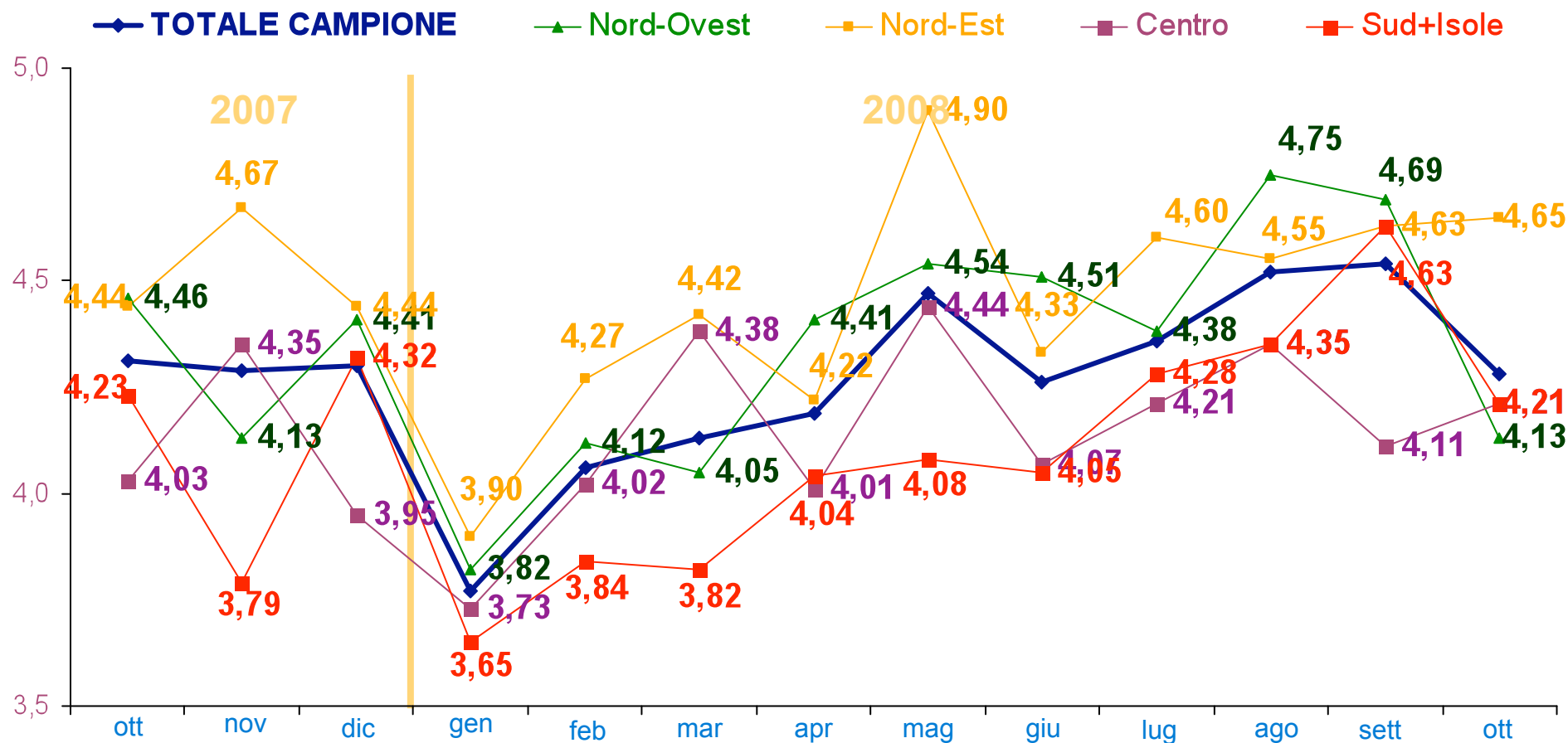
Grado di soddisfazione rispetto alla situazione italiana (Scala da 1 a 10)

10/2008

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

Soglia positiva
del voto medio
7,00

Analisi per area geografica (punteggi medi)

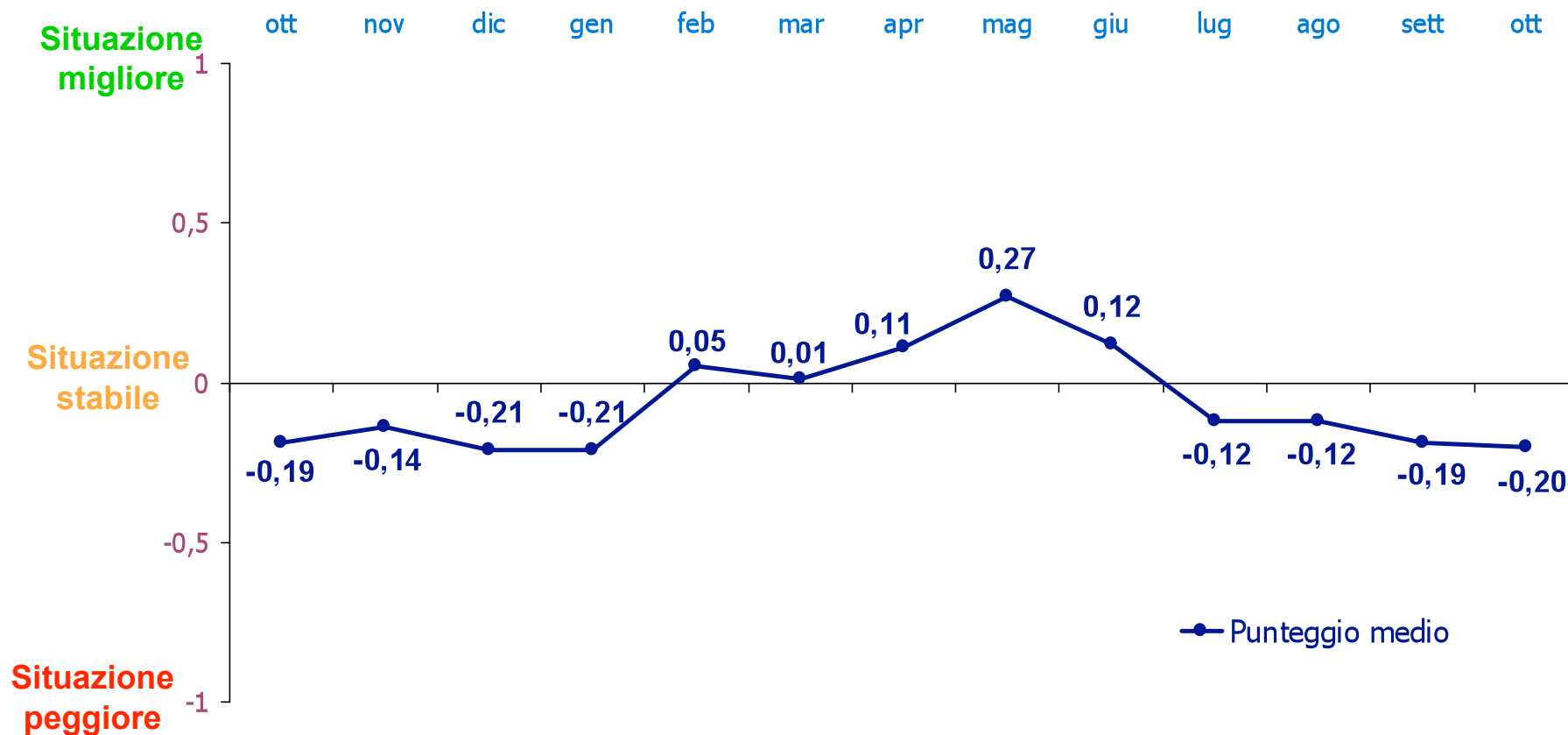


Previsioni sulla situazione italiana a 12 mesi

09/2008

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

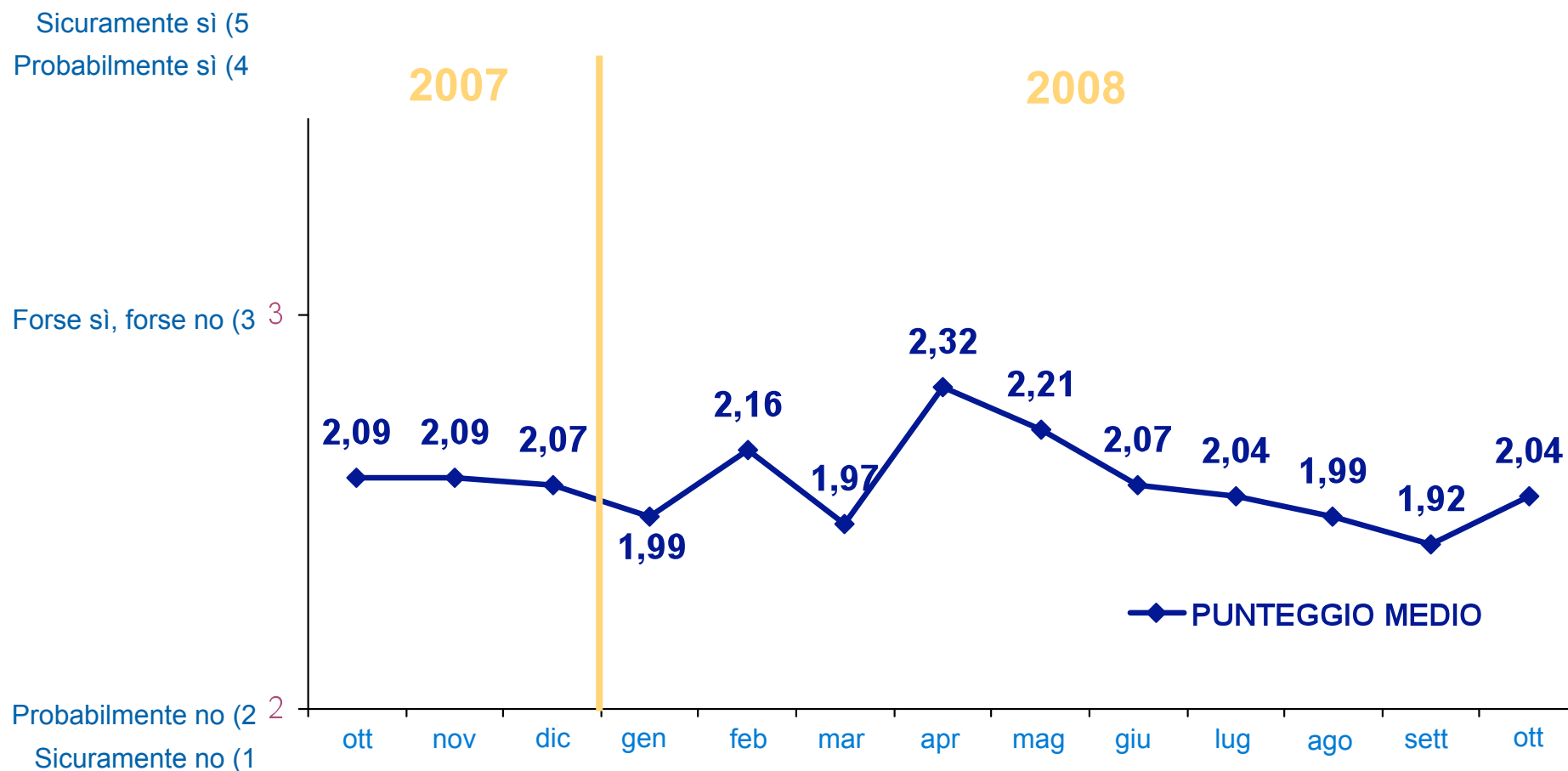


Propensione personale all'aumento d'acquisto di beni e servizi a 12 mesi

10/2008

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

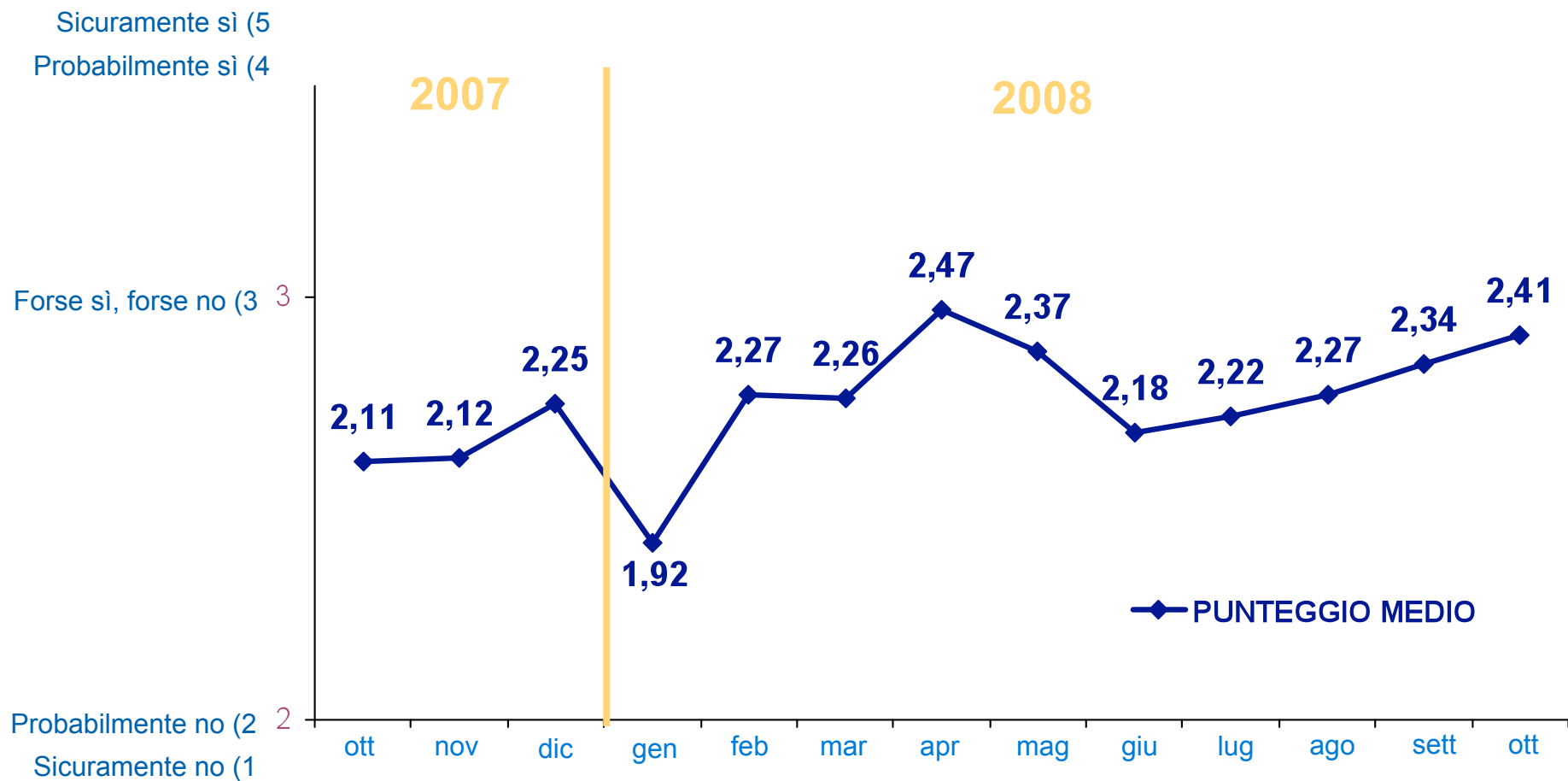


Propensione personale all'aumento del risparmio a 12 mesi

10/2008

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

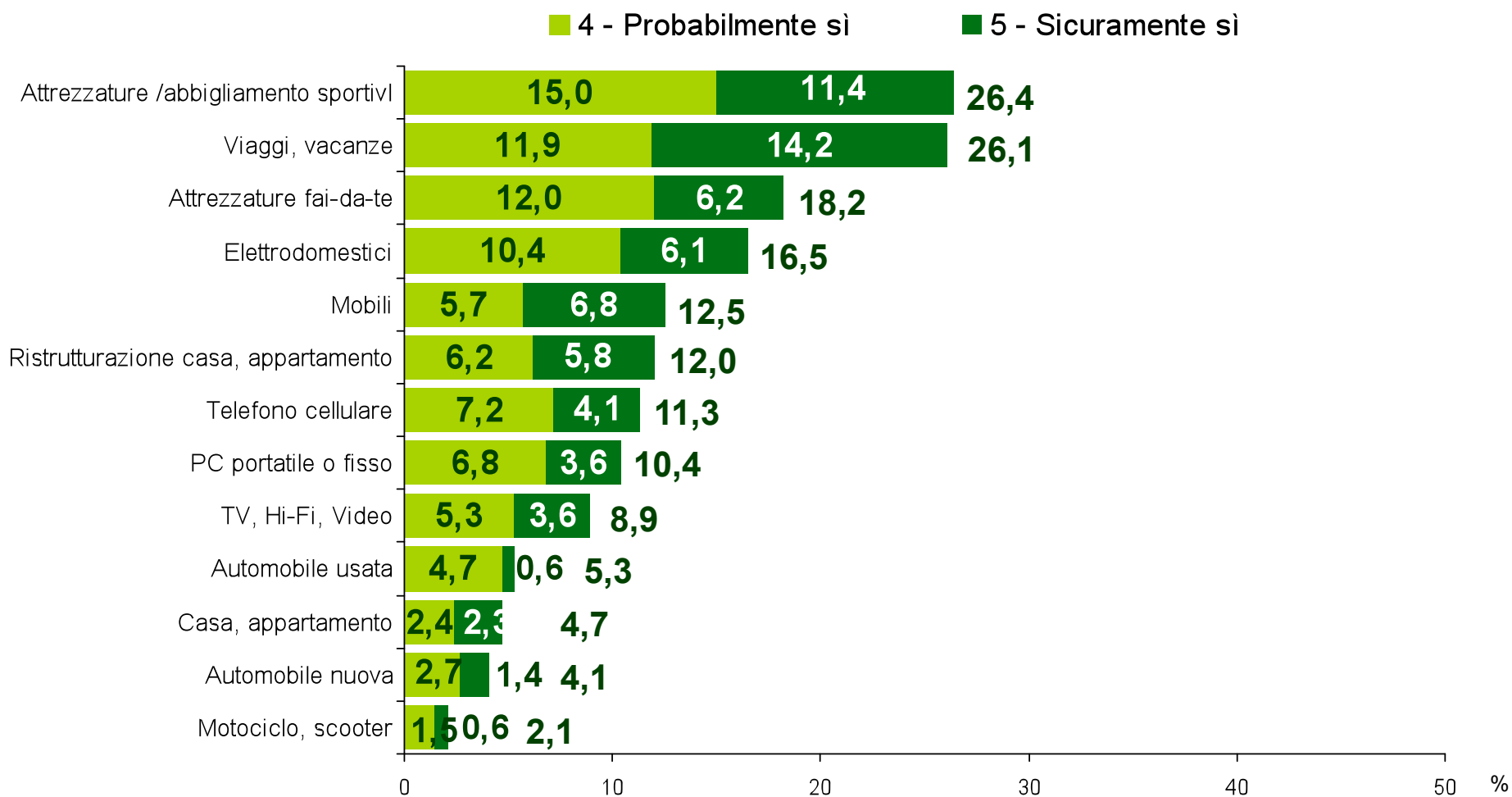


Beni e servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi - Ottobre

10/2008

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: **ottobre 2008**



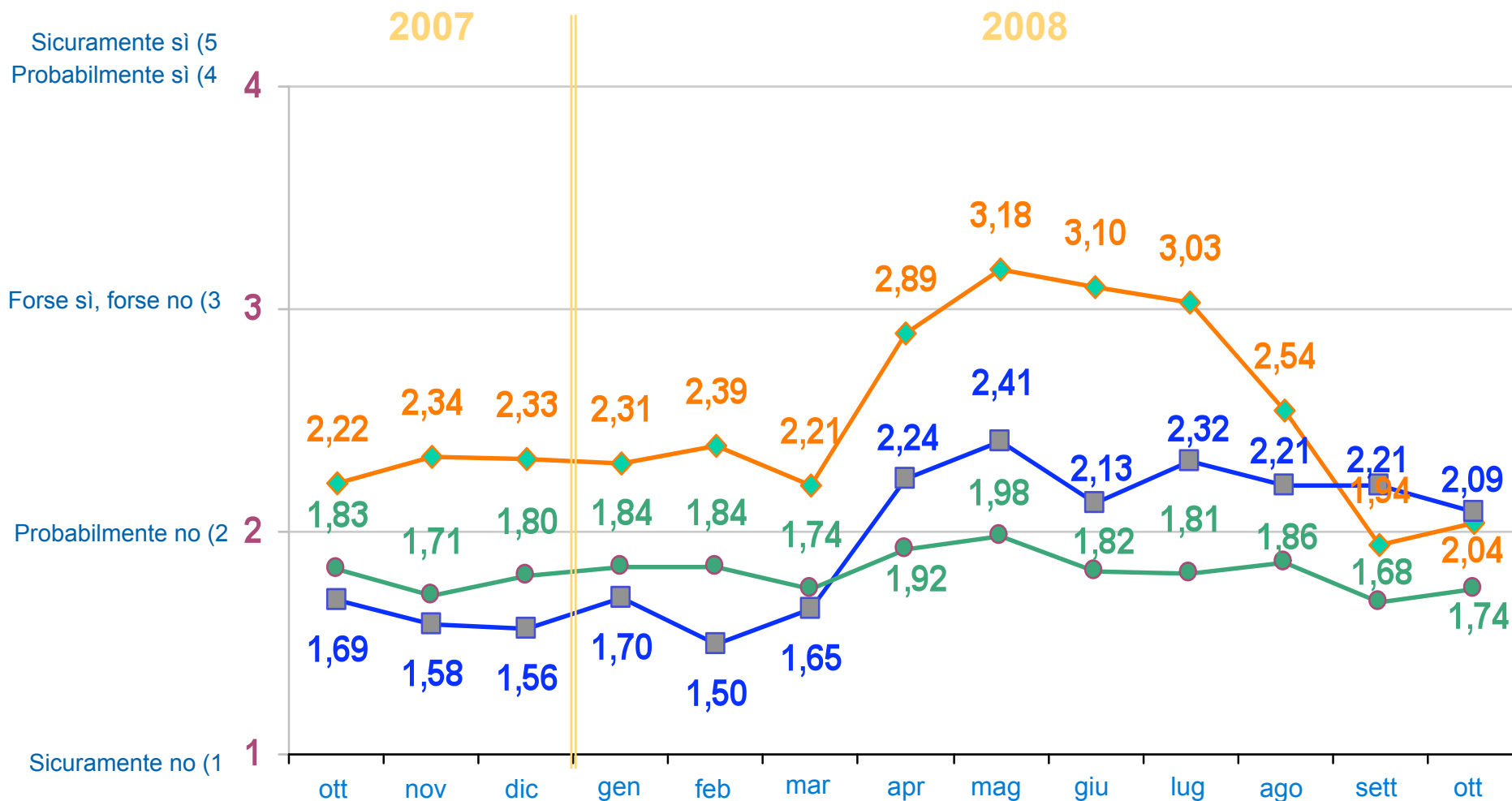
ZOOM

Beni/Servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi Tempo libero (Valori medi)

10/2008

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

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



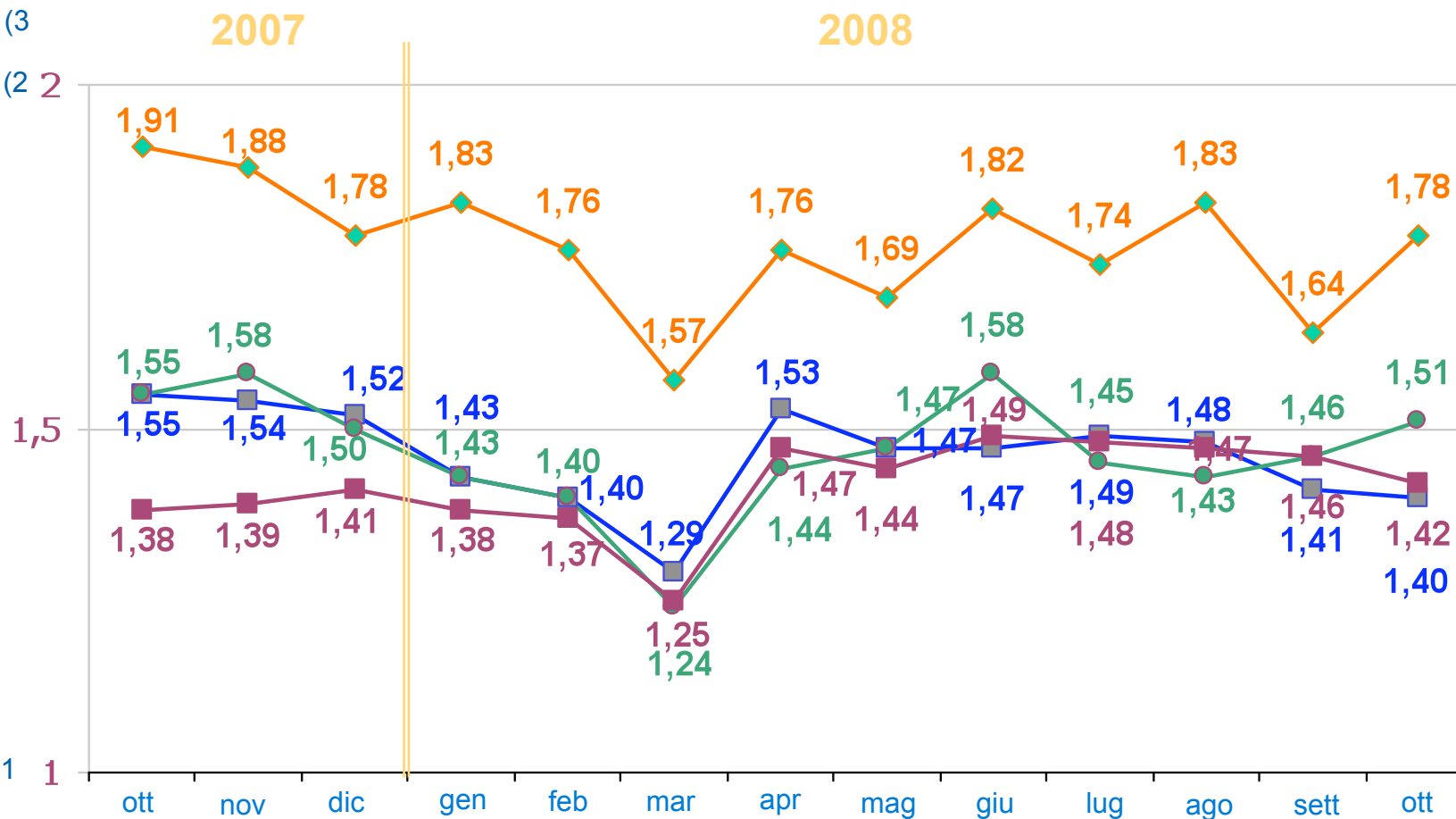
ZOOM

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

10/2008

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

Sicuramente sì (5)
Probabilmente sì (4) — Elettrodomestici — TV, HI-Fi, video — Telefono cellulare — PC portatile o fisso
Forse sì, forse no (3)
Probabilmente no (2)
Sicuramente no (1)



ZOOM

Beni/Servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi

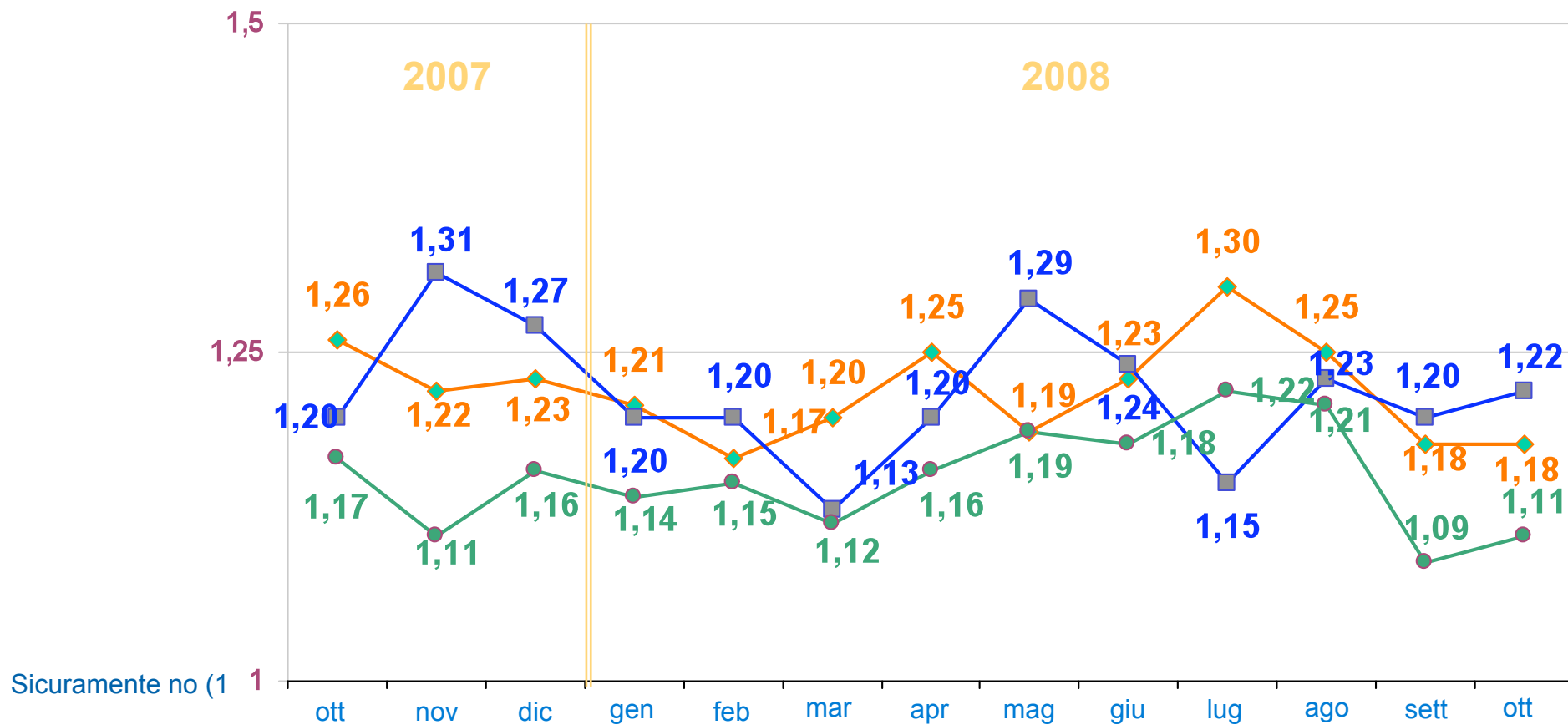
Veicoli (Valori medi)

10/2008

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

- Sicuramente sì (5)
- Probabilmente sì (4)
- Forse sì, forse no (3)
- Probabilmente no (2)
- Sicuramente no (1)

Automobile nuova Automobile usata Motociclo e scooter



Beni/Servizi che si pensa di acquistare a 3 mesi

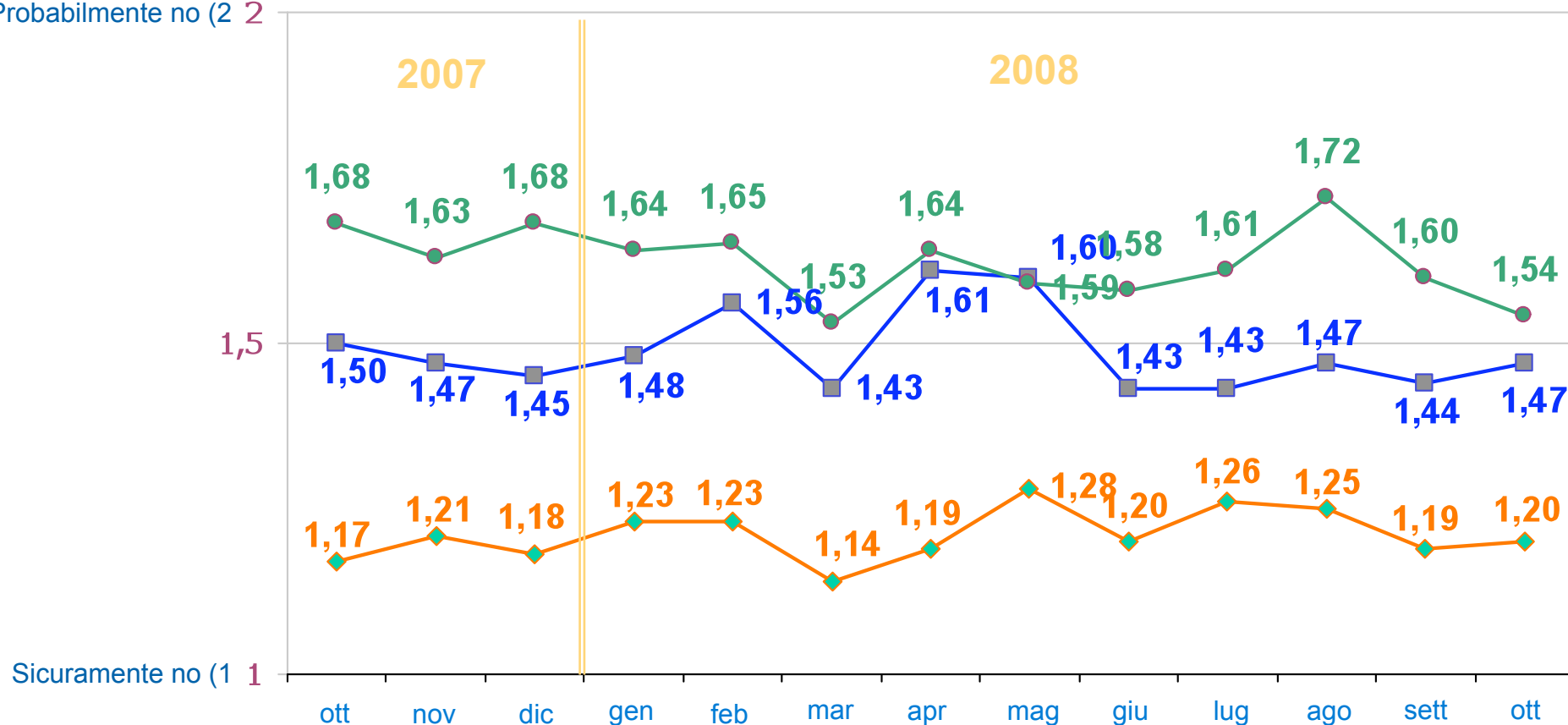
Abitazione (Valori medi)

10/2008

Base: totale campione (500) nei periodi di riferimento

Sicuramente sì (5
 Probabilmente sì (4
 Forse sì, forse no (3
 Probabilmente no (2 2
 Sicuramente no (1 1

—◆— Casa e appartamento —■— Ristrutturazione casa, appartamento —●— Mobili



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:

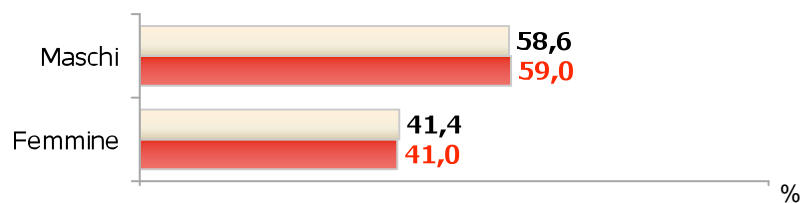
- 4 aree geografiche (Nord-Ovest, Nord-Est, Centro, Sud+Isole)
- 4 ampiezze centro (fino a 30.000, 30.0001-100.000, 100.001-250.000 e oltre 250.000 abitanti).

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

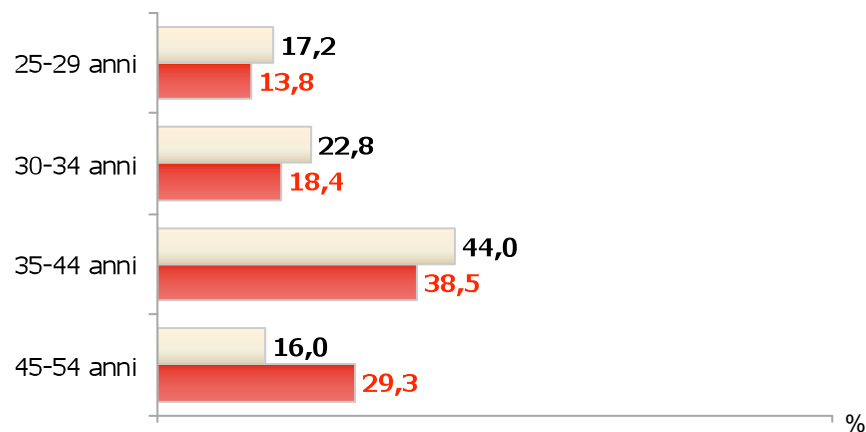
Base: totale campione (500) Periodo: ottobre 2008

Universo della popolazione attiva 25-54 anni - ISTAT 2007

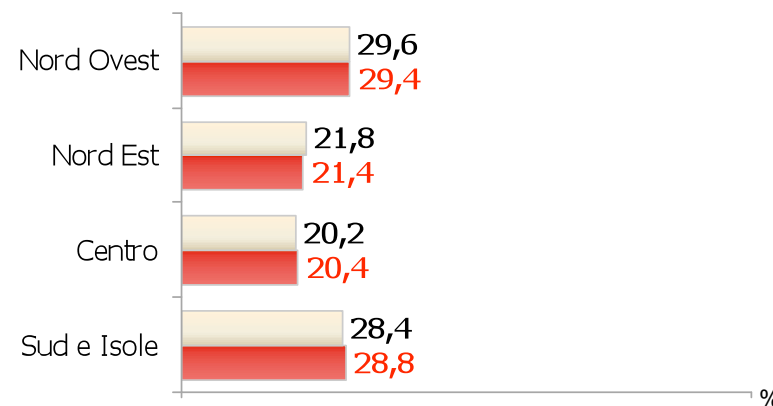
Sesso



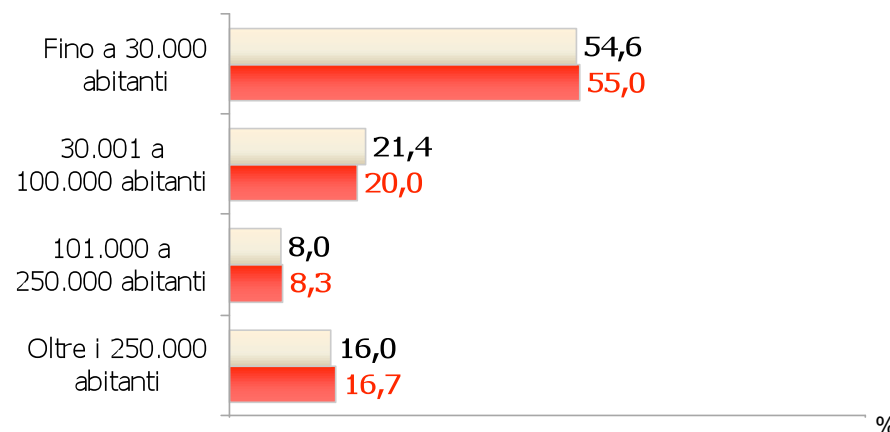
Età



Area geografica



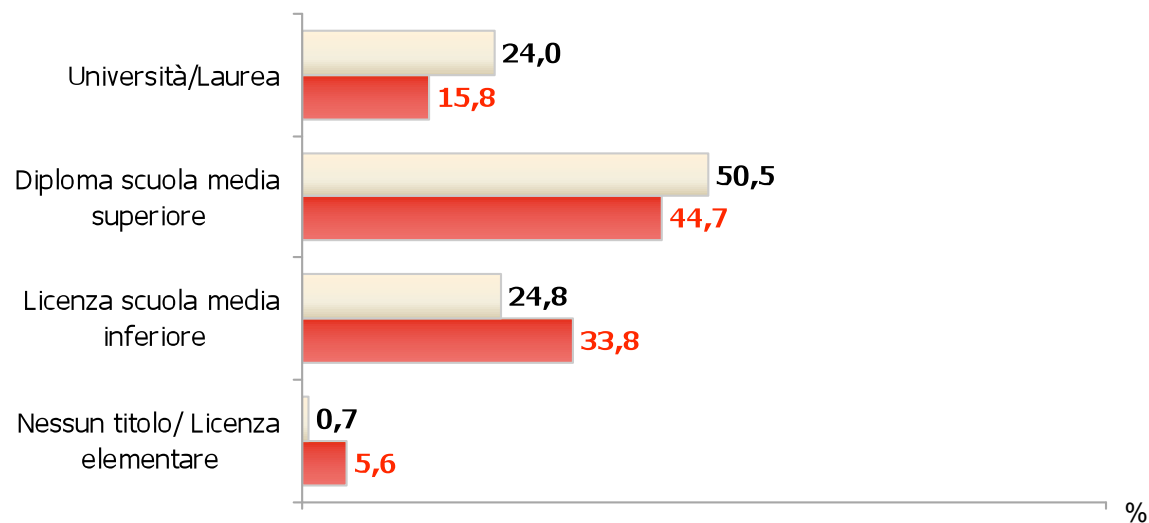
Ampiezza centro



Base: totale campione (500) Periodo: ottobre 2008

Universo della popolazione attiva
25-54 anni - ISTAT 2007

Titolo di studio universitario



Numero medio
componenti nucleo familiare



3,2

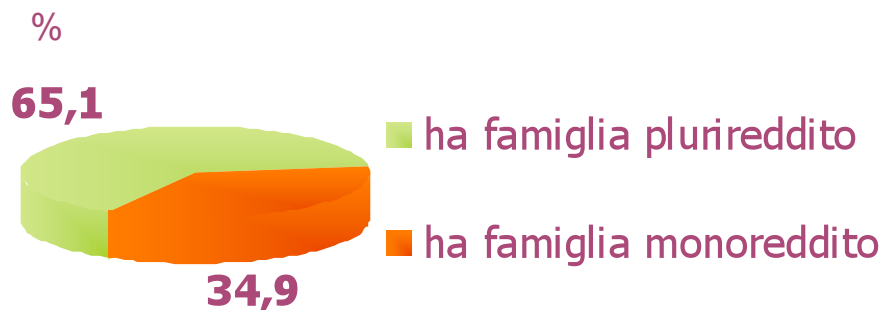
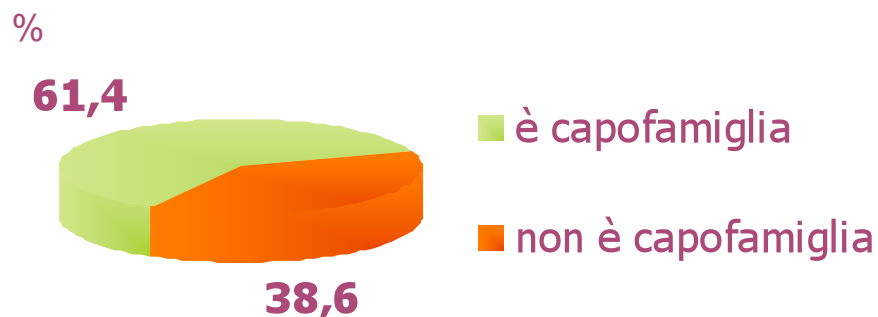
Censimento
ISTAT 2001



2,6

Base: totale campione (500) Periodo: ottobre 2008

L'intervistato/a...



Professione intervistato/a

Professione	%
• Impiegato (o categorie intermedie)	41,9
• Operaio (o assimilato)	23,6
• Libero professionista	9,1
• Insegnante	8,5
• Artigiano con azienda *	4,2
• Imprenditore	2,6
• Negoziante, esercente *	2,1
• Dirigente, alto funzionario	1,7
• Altro lavoratore in proprio senza azienda *	1,5
• Lavoratore a domicilio o suo coadiuvante	1,5
• Militare o paramilitare	1,1
• Agente di commercio, rappresentante *	0,6
• Artista, giornalista	0,4
• Familiare coadiuvante di agricoltore	0,4
• Familiare coadiuvante (categorie *)	0,2
• Agricoltore dipendente o bracciante	0,2
• Altro	0,4