

Stadi e pay-tv, un tifoso di calcio su due prenota un posto in prima fila

Secondo i dati dell'Osservatorio di agosto di Findomestic gli italiani spendono in media 284 euro per l'abbonamento alla squadra del cuore, 72 euro per il merchandising e 337 euro per la scuola calcio dei figli

Stadi e divani pieni per la prossima stagione calcistica: secondo i dati dell'Osservatorio Findomestic di agosto, realizzato in collaborazione con Doxa, **il 37% degli appassionati si abbonerà alla pay tv** appositamente per guardare le partite di pallone mentre **il 6% farà l'abbonamento allo stadio** pagando in media 284 euro per un posto garantito sugli spalti. Insomma: quasi un tifoso su due quest'anno non rinuncerà a un posto fisso 'in prima fila'.

LA SPESA PER IL MERCHANDISING. Lo studio Findomestic analizza le principali voci di spesa che i nostri connazionali riservano all'amatissimo calcio. Sul fronte del merchandising, negli ultimi 12 mesi il 21% dei calciofilo ha acquistato magliette, bandiere e gadget per una cifra media pro capite di 72 euro.

ALLO STADIO: PERCHÉ SÌ E PERCHÉ NO. Per quanto riguarda gli abbonamenti allo stadio i più 'spendaccioni' risultano essere i 35-44enni, con un esborso di 317 euro a testa; la spesa media scende a 271 euro nella fascia fra i 45 e i 64 anni e a 230 euro tra i tifosi più giovani, quelli di età compresa fra i 18 e i 34 anni. L'Osservatorio Findomestic dimostra che la maggior parte (precisamente il 60%) preferisce un'unica soluzione di pagamento, mentre il 21% sceglie la rateizzazione. Tra i tifosi che fanno a meno dell'abbonamento allo stadio, il 29% dichiara che si trova troppo lontano da casa, il 27% sostiene che sia una spesa troppo costosa, il 26% preferisce guardare le partite in tv e il 14% afferma che gli stadi non sono luoghi sicuri.

PAY-TV, COSTOSA MA NON TROPPO. Se il 48% degli appassionati di calcio è certo di non sottoscrivere un abbonamento alla pay tv, rinunciando ai match della squadra del cuore tra le mura di casa, tra questi solo il 36% ritiene che rappresenti una spesa eccessiva, come emerge dai dati raccolti da Findomestic.

LA SCUOLA CALCIO DEI FIGLI. L'amore per il calcio accomuna genitori e figli non solo allo stadio o davanti alla tv. Il 23% dei tifosi interpellati da Findomestic, infatti, ha almeno un figlio che gioca a pallone: una passione che costa a mamma e papà 337 euro all'anno in media.

IL TOTO-SCUDETTO. Nel bel mezzo della sessione estiva di calciomercato, è già scattato il rito del toto-scuдетto: secondo il 54% dei tifosi interpellati la Juventus, Campione d'Italia in carica, è la favorita alla conquista del Campionato di Serie A. L'indagine di Findomestic conferma anche la predominanza di tifosi bianconeri in Italia: il 29%, infatti, è un sostenitore delle Vecchia Signora, davanti a Inter (16%), Milan (15%), Napoli e Roma (appaiate al 7%).

FIDUCIA E INTENZIONI DI ACQUISTO. L'Osservatorio Findomestic, come sempre, esamina anche i principali segmenti di mercato in Italia e, in tema di fiducia e intenzioni di acquisto, rileva un ulteriore peggioramento del livello di soddisfazione nei confronti della situazione del Paese (-0,1%): si tratta del punto più basso registrato da oltre un anno a questa parte.

VEICOLI, MERCATO STABILE. Dopo una lunga fase di ascesa, subisce una leggera frenata il settore dei 'veicoli': se le intenzioni di acquisto di auto nuove si dimostrano stabili rispetto al mese precedente (con un saldo positivo dell'1,7% rispetto a 12 mesi fa), sono tuttavia in lieve calo le previsioni per auto usate (-0,5%) e moto e scooter (-0,2%).

BOOM MOBILI E CASA PROTAGONISTA. Andamento favorevole per il comparto 'casa/arredamento': in un solo mese crescono dell'1,3% le intenzioni di acquisto di mobili e dello 0,9% gli interventi di ristrutturazione preventivati. Stabili, invece, le abitazioni. E a livello tendenziale l'intero comparto riprende quota dopo un avvio di anno piuttosto complicato.

L'HI-TECH VA AL MASSIMO. L'Osservatorio Findomestic testimonia l'impennata del comparto 'informatica, telefonia e fotografia' sia a livello tendenziale che congiunturale. A guidare la crescita delle intenzioni di acquisto sono i pc e gli smartphone: i primi fanno segnare un +1,2% rispetto al mese scorso e un +2,4% rispetto a un anno fa, mentre i secondi volano a +1,8% in un solo mese. Fotocamere e tablet fanno registrare crescite più contenute.

ELETTRODOMESTICI OK. Segno positivo anche per elettronica di consumo, piccoli e grandi elettrodomestici. Crescono principalmente le intenzioni di acquisto di piccoli elettrodomestici; stabili o in lieve aumento grandi elettrodomestici ed elettronica di consumo.

ENERGIA NEGATIVA. Prosegue il trend negativo del comparto 'efficienza energetica'. Rispetto al mese di giugno calano soprattutto gli intenzionati ad acquistare infissi e impianti fotovoltaici (-0,8% per entrambi). A livello tendenziale il calo è più marcato per infissi e per gli impianti fotovoltaici e solari.

VOGLIA DI ARIA APERTA. Confermato l'ottimo stato di salute del comparto 'tempo libero' che cresce sia a livello congiunturale che, soprattutto, tendenziale. L'incremento maggiore si registra - rispetto all'anno scorso - per la voce attrezzature e abbigliamento sportivo con uno straordinario +4,7%.

Ufficio stampa SEC RP
via Panfilo Castaldi, 11 - Milano
Angelo Vitale - vitale@segrp.com - 338/6907474
Riccardo Maruti - maruti@segrp.com - 328/0564232

Responsabile Osservatorio Findomestic
Claudio Bardazzi - c.bardazzi@findomestic.com - 055/2701895