

Milano, 06 dicembre 2016

COMUNICATO STAMPA

9 italiani su 10 trascorreranno il Natale a casa, solo il 4% consumerà il pranzo natalizio fuori.

9 italiani su 10 fanno i regali di Natale, ma 4 su 10 preferirebbero non farli.

Il 61% degli italiani pensa di spendere in regali come lo scorso anno; il 24% meno e solo l'8% di più.

Il 58% del campione destinerà ai regali fino a €300, il 22% tra €300 e €500, il 10% oltre €500.

I regali sono soprattutto per i propri familiari (84%) e poi per gli amici (33%).

Il 17% degli intervistati dichiara di farsi un regalo in occasione del Natale.

I mercati dei beni durevoli:

in aumento la propensione all'acquisto dei mobili e dell'intero comparto informatica, telefonia e fotografia.

Segno positivo anche per le auto nuove e moto.

In lieve calo, invece, la propensione all'acquisto di viaggi e vacanze.

Crescono rispetto al mese scorso gli indicatori di sentiment.

Il Natale è una festa molto amata dagli italiani: al 75% del campione, infatti, piace il periodo natalizio. È un momento soprattutto di condivisione e aggregazione (lo pensa il 43% del campione), da trascorrere in compagnia dei propri affetti. Quanto alle tradizioni, solo il 5% degli intervistati sostiene di fare il presepe; il 52% fa anche l'albero e il 32% solo l'albero.

Quasi 9 italiani su 10 amano trascorrere il Natale in casa, con la propria famiglia e gli amici; solo il 3% lo passerà in viaggio o in vacanza.

Anche per quanto riguarda la cena della Vigilia o il pranzo di Natale vince la tradizione di ritrovarsi in casa (propria o di altri familiari/amici): lo fa l'87% del campione. Solo il 4% consuma il pasto principale di questa giornata fuori casa, nei ristoranti, nelle pizzerie o negli agriturismi.

9 italiani su 10 fanno i regali di Natale, ma non tutti sono contenti di sostenere questa spesa. 4 su 10, infatti, preferirebbero non doverla sostenere. I regali si fanno soprattutto ai propri familiari (84% del campione) e poi agli amici (33%). Il 17% degli intervistati dichiara di farsi un regalo in occasione del Natale.

Nella scelta del regalo si tiene conto principalmente del gusto di chi lo riceverà (48%) e, in secondo luogo, della sua utilità (28%). Il 61% degli italiani pensa di spendere in regali di Natale quanto ha speso lo scorso anno; il 24% pensa di spendere meno e solo l'8% pensa di destinare ai regali più denaro dell'anno scorso. I prodotti alimentari e i libri sono le voci di spesa per le quali si pensa di spendere un po' di più del Natale scorso.

Entrando nel dettaglio del budget, il 58% del campione destinerà ai regali fino a € 300, il 22% pensa di spendere tra € 300 e € 500, il 10% oltre € 500.

Gli ipermercati e internet sono i luoghi in cui si acquistano principalmente i regali di Natale, seguiti dai negozi tradizionali. Il periodo natalizio è anche l'occasione per trascorrere qualche giorno lontani dal proprio comune di residenza: pensa di farlo il 32% degli intervistati.

Per quanto riguarda il sentiment, la soddisfazione degli italiani per la propria situazione personale e per il Paese è in crescita rispetto al mese scorso.

I MERCATI

I veicoli: trend positivo per le auto nuove ed i motocicli. In crescita la previsione di spesa per le auto usate.

La propensione all'acquisto di automobili nuove passa da 10,7% a 11,8% e la spesa media che si intende sostenere è di 18.215 euro. Crescita anche per il segmento dei motocicli (da 5,3% a 5,7%) con un controvalore in termini di previsione di spesa che ammonta a 2.171 euro. Si registra una contrazione, invece, nel comparto delle auto usate (da 8,9% a 8,6%) con una spesa di 6.166 euro.

Casa e arredamento: si registra un segno positivo nel comparto dei mobili. Flessione nei segmenti di casa/appartamento e progetti di ristrutturazione.

I dati del settore registrano un segno negativo per quanto riguarda i progetti di ristrutturazione (da 14,4% a 13,4%) ed una leggerissima contrazione nel segmento casa/appartamento (da 7,0% a 6,9%). Cresce, invece, la propensione all'acquisto nel comparto mobili (da 21,9% a 22,2%) con una previsione di spesa che si attesta a 2.439 euro.

Informatica, telefonia e fotografia: dati positivi per l'intero comparto.

Il segmento della telefonia registra una crescita nell'intenzione d'acquisto che passa dal 27,1% al 28,1%; seguono il settore tablet/e-book (da 15,2% a 16,1%), quello della fotografia (da 13,8% a 14,1%), PC ed accessori (dal 21,2% al 22,5%). La previsione in termini di spesa per l'acquisto dei beni del settore va dai 300 euro per foto e videocamere ai 500 euro per un PC.

Elettrodomestici: si registra una crescita nel comparto dell'elettronica di consumo e dei piccoli elettrodomestici. Segno negativo per il segmento dei grandi elettrodomestici.

In calo l'intenzione d'acquisto per i grandi elettrodomestici (da 20,6% a 19,2%), a cui fa seguito una crescita nei comparti dei piccoli elettrodomestici (da 29,9% a 31,9%) ed elettronica di consumo (da 20,4% a 22,8%). La previsione di spesa si attesta a 724 euro per i grandi elettrodomestici, 498 euro per l'elettronica di consumo ed infine 184 euro per i piccoli elettrodomestici.

Efficienza energetica: trend positivo per le intenzioni d'acquisto dei comparti di infissi/serramenti e caldaie a risparmio energetico. In calo, invece, i segmenti di impianti fotovoltaici e solari-termici.

Si registra una contrazione per gli impianti fotovoltaici (da 5,3% a 5,2%) con un controvalore in previsione di spesa che ammonta a 6.281 euro; in flessione anche il segmento di impianti solari-termici (da 5,5% a 5,4% per 4.160 euro). Segno positivo, invece, per le caldaie a risparmio energetico (da 8,4% a 8,9% per 1.426 euro) ed infissi/serramenti (da 10,0% a 10,5% per 2.944 euro).

Tempo Libero: contrazione per i segmenti di viaggi/vacanze e attrezzature/abbigliamento sportivi. In crescita le attrezzature fai-da-te.

Segno negativo per il settore di viaggi e vacanze, dove le intenzioni d'acquisto passano dal 40,8% al 40,5%; il segmento guadagna però +5,2 punti percentuali rispetto al confronto congiunturale con lo stesso periodo durante lo scorso anno. Lieve flessione anche nelle attrezzature ed abbigliamento sportivo dove si passa da un 24,7% ad un 23,7%. Gli intervistati si dimostrano, invece, più propensi all'acquisto di attrezzature fai-da-te che registrano una crescita che va dal 25,2% al 25,7%.

<p>AD HOC Communication Advisors: <i>Marina Beccantini</i> marina.beccantini@ahca.it 02 7606741</p>	<p>Findomestic <i>Claudio Bardazzi</i> c.bardazzi@findomestic.com 055 2701895</p>
---	--

Il presente comunicato e i precedenti sono disponibili on-line:
www.adhocommunication.it www.info.findomestic.it