

Milano, 1 febbraio 2016

COMUNICATO STAMPA

**Quest'anno il 35% degli Italiani non ha rinunciato a concedersi qualche giorno di vacanza durante le feste natalizie: il 64% ha optato per un soggiorno breve, tra i 2 e i 5 giorni.**

**Il "Fattore Terrorismo" ha condizionato il 32% dei turisti nelle proprie scelte di viaggio e oltre la metà degli italiani dichiara che la minaccia di nuovi attentati inciderà sulla programmazione delle vacanze per il 2016.**

**Ancora in crescita le intenzioni d'acquisto per i settori casa, tempo libero, elettrodomestici e informatica.**

Durante le vacanze natalizie del 2015, il 35,2% della popolazione attiva (18-64 anni) ha deciso di godere di qualche giorno di vacanza. La maggior parte degli italiani in viaggio (il 63,9%) ha optato per un soggiorno breve (da 2 a 5 giorni), mentre il 22,9% ha trascorso qualche giorno in più (da 6 a 10). La meta su cui è ricaduta la scelta dell'82% della popolazione è stata la Penisola, complice la varietà delle città di interesse culturale: il 17,5% ha infatti goduto delle bellezze delle città d'arte, il 29% ha potuto ammirare i paesaggi di montagna e il 16,6% ha preferito il mare o il lago.

Ad incidere nella decisione di rimanere nel Bel Paese è anche l'idea del Natale degli italiani: per la maggior parte di loro le ferie natalizie offrono un'opportunità unica per poter trascorrere qualche giorno con la propria famiglia. Il 44% infatti ha soggiornato nella casa dei propri parenti a differenza del 34,3% dei vacanzieri che ha invece optato per un albergo o per una sistemazione più economica come i b&b o gli ostelli (il 15,7%).

Tuttavia i recenti attacchi terroristici nelle mete più spesso visitate dai turisti italiani tra cui Parigi, l'Egitto e la Turchia, hanno costituito un elemento di destabilizzazione. Il 32,1% ha dichiarato di essersi sentito condizionato nella scelta delle proprie ferie natalizie. In oltre tre casi su dieci il "fattore terrorismo" ha influito nella scelta della destinazione e del mezzo di trasporto in merito al quale l'aereo è considerato quello più "pericoloso".

Per l'anno in corso, quando arriverà il momento di programmare un viaggio, per quanto riguarda la scelta della meta gli italiani si considerano "fatalisti": il 28,4% della popolazione crede che nessuna delle mete sia veramente protetta da ogni rischio. Un altro 26,9% ritiene comunque l'Italia la meta più sicura da scegliere. Più distanziate (intorno all'8-9%) sono valutate le città australiane e dell'Europa in generale.

Coloro i quali non hanno potuto concedersi qualche giorno di vacanza, nel 40,4% dei casi hanno dovuto rinunciare per motivi economici, nel 26% per motivi di salute/familiari e nel 21,2% per motivi di lavoro.

In merito invece alla soddisfazione degli italiani per la situazione politica, economica e sociale del Paese e per la propria condizione personale, i dati mostrano una leggera flessione dopo il trend favorevole dell'ultimo semestre.

## I MERCATI

### **I veicoli: si registra un andamento negativo nell'intero comparto; il segmento dell'usato è quello che rileva una diminuzione più contenuta delle intenzioni d'acquisto.**

Trend negativo per il settore della mobilità: la propensione all'acquisto di automobili usate passa da 8,6% a 8,3% e la spesa media che si intende sostenere è di 6.753 euro. Gli intenzionati all'acquisto di motocicli calano nell'ultimo mese da 7,0% a 6,4% (3.111 euro). In flessione anche il comparto delle automobili nuove (da 17,8% a 16%), che però registra un aumento di 2,3% rispetto a gennaio 2015.

### **Casa e arredamento: l'intenzione d'acquisto cresce in tutti i comparti.**

I dati dell'intero settore sono in rialzo, con i progetti di ristrutturazione che passano da un 12,5% ad un 13,7%. In crescita anche la propensione all'acquisto di casa/appartamenti (dal 7,0% al 7,2%) e di mobili (dal 20,2% al 21,5%).

La previsione di spesa per l'acquisto dei mobili si attesta a 2.093 euro.

### **Informatica, telefonia e fotografia: andamento positivo per il comparto PC ed accessori.**

Il segmento della telefonia registra una lieve flessione nell'intenzione d'acquisto che va dal 27,8% al 27,4%, così come si attesta una diminuzione anche nei segmenti di fotografia (dal 17,6% al 15,7%) e tablet (dal 18,3% al 17,9%). PC ed accessori, invece, passano da un 24,4% ad un 25,3% registrando un aumento di 3,2 punti percentuali su gennaio 2015.

La previsione di spesa per l'acquisto dei beni di settore va dai 300 ai 360 euro, con l'unica eccezione del comparto pc ed accessori per il quale gli intervistati spenderanno di più (525 euro).

### **Elettrodomestici: cresce l'intenzione d'acquisto per piccoli e grandi elettrodomestici. Lieve flessione per l'elettronica di consumo.**

Diminuisce l'intenzione d'acquisto dell'elettronica di consumo (da 28,5% a 27,2%), a cui fa seguito una crescita nei comparti dei grandi e piccoli elettrodomestici (rispettivamente da 22,5% a 23,4% e 32,9% a 33,4%). La previsione di spesa nei settori è la seguente: per i grandi elettrodomestici 759 euro, per l'elettronica di consumo 607 euro ed infine i piccoli elettrodomestici 181 euro.

### **Efficienza energetica: intenzione d'acquisto stabile per infissi/serramenti e impianti fotovoltaici. In crescita il segmento degli impianti solari termici e delle stufe a pellet.**

L'intenzione d'acquisto si mantiene stabile nei settori di infissi/serramenti (da 11,0% a 11,1%) e impianti fotovoltaici (da 5,6% a 5,5%); cresce, invece, nel comparto degli impianti solari termici (da 4,7% a 5,2%) e stufe a pellet (da 8,7% a 9,0%).

Si registra una prospettiva di spesa che ammonta a 1.354 euro per gli impianti fotovoltaici, 2.320 per gli impianti solari/termici, 4.747 euro per il segmento delle stufe a pellet e caldaie a risparmio ed infine 6.204 euro per gli infissi/serramenti.

### **Tempo Libero: trend positivo in ogni comparto del settore; si rileva un andamento particolarmente dinamico in viaggi/vacanze.**

Crescita sostenuta per i comparti dell'attrezzatura fai-da-te ed abbigliamento sportivo: gli intenzionati all'acquisto passano rispettivamente dal 30,1% al 31,3% e dal 24,3% al 25,2%.

Gli intervistati si dimostrano molto propensi all'acquisto di viaggi e vacanze (da 36,9% a 40,2%); il settore registra, infatti, una crescita di 9 punti percentuali rispetto allo stesso periodo nell'anno precedente e di +3,3% rispetto a dicembre 2015.

<b>AD HOC Communication Advisors:</b>	<b>Findomestic</b>
Marina Beccantini	Claudio Bardazzi
<a href="mailto:marina.beccantini@ahca.it">marina.beccantini@ahca.it</a>	<a href="mailto:c.bardazzi@findomestic.com">c.bardazzi@findomestic.com</a>
02 7606741	055 2701895

Il presente comunicato e i precedenti sono disponibili on-line:

www.[adhoccommunication.it](http://adhoccommunication.it)    www.[info.findomestic.it](http://info.findomestic.it)