

Clima economico e consumi - maggio 2008

Le principali evidenze dell'Osservatorio

L'insediamento del nuovo Governo sembra iniettare nuova linfa nelle percezioni degli italiani relativamente alle sorti del Paese. Al contrario, invariate, se non addirittura in percettibile peggioramento, risultano essere le tendenze relative al miglioramento della situazione economico-finanziaria della famiglia (eccetto che per i 18-34enni: 23.7% e per i residenti al Nord Est: 24.3%). Di conseguenza, ferme, e piuttosto asfittiche, paiono le propensioni all'acquisto di beni di prima necessità.

In leggera ripresa, dato l'approssimarsi dellestate, i soli consumi per i beni voluttuari: ma si tratta, come ben sappiamo, di consumi stagionali che, in questo periodo, risentono di una maggior spinta all'incremento.

La rilevazione di questo mese continua a confermare il trend di consumi a crescita nulla. Alte sono le aspettative, anche dei gruppi più consumistici, che rimangono a guardare, in questo momento, l'evoluzione della situazione economico-finanziaria del Paese mantenendo stabili e piuttosto stagnanti i consumi.

- Figura 1 La percezione della situazione economica del Paese e della famiglia
- Figura 2 I consumi in generale
- Figura 3 I beni di prima necessità e i beni non di prima necessità

La situazione economico-finanziaria

Se la percezione delle prospettive del Paese appare migliorare (migliorerà: +3.7% rispetto ad aprile), non altrettanto può dirsi per quella relativa alle prospettive della famiglia (migliorerà: -1.3%). Si riscontra, presso alcuni gruppi socio-economici (come i 18-34enni ed i residenti al Nordest), un atteggiamento più positivo rispetto alle potenzialità della famiglia: ma, in generale, l'atteggiamento sembra essere quello di una certa invariabilità del futuro economico-finanziario sia del Paese sia del proprio nucleo familiare.

- Figura 4 Evoluzione della situazione economica del Paese
- Figura 5 Evoluzione della situazione finanziaria della famiglia

I consumi

Se per i beni di largo consumo le tendenze prevalenti sono quelle di contenerne le spese, appaiono in leggera ripresa le prospettive di spesa per i beni voluttuari, più influenzabili dai fattori stagionali. Anche per questi ultimi si riscontra una maggior propensione a spendere di più presso gli intervistati di 18-34 anni e i residenti al Nord Est.

- Figura 6 Evoluzione dei consumi in generale della famiglia
- Figura 7 Previsioni di acquisto di beni di largo consumo
- Figura 8 Previsioni di acquisto di beni e servizi non di prima necessità

Il fenomeno outlet

In questa rilevazione si sono approfonditi gli aspetti relativi alla frequentazione degli outlet: quasi un italiano su due dichiara di essere stato in un outlet, anche se in maniera sporadica.

Guardando ai dati relativi alla frequenza, si rileva che coloro i quali vi sono andati dichiarano di recarvisi mediamente una volta ogni 2/3 mesi: interessante è il dato relativo a quel 9.0% che vi si reca da 1 volta a settimana ad 1 volta al mese.

Il giorno clou di frequentazione è il sabato (33.3%): interessante è anche il 11.8% di indicazioni conseguito dal mercoledì. Il 21.1% degli intervistati appare più destrutturato e dichiara di andarci quando capita.

Si va soprattutto per acquistare abbigliamento (da uomo: 49.3%, da donna: 48.0%, da bambino: 16.7%, casual: 4.9%). A seguire si trovano gli articoli per la casa, anche se con percentuali molto più basse (6.8%).

Mediamente, rispetto al prezzo normale di mercato, si spende il 22.5% in meno.

Infine, si frequenta l'outlet che si trova, in media, nel raggio di 34 km da casa: anche se degno di nota è il 18.4% che fa oltre 100 km per raggiungerlo.

- Figura 9 Frequenza di visita di un outlet
- Figura 10 Giorno della settimana preferito per la visita
- Figura 11 Tipologia di acquisto
- Figura 12 Risparmio rispetto ai prezzi di mercato
- Figura 13 Distanza percorsa per raggiungere loutlet

L'Osservatorio Dinamiche intende analizzare, in maniera continuativa, la percezione degli italiani relativamente ad una serie di aspetti di primo piano: la situazione economico-finanziaria del Paese e della propria famiglia, l'atteggiamento verso i consumi e verso alcune categorie di beni, sia di largo consumo sia voluttuari.

In questa indagine si sono approfonditi i temi relativi al fenomeno outlet in termini di: frequentazione reale, frequenza di visita, abitudini di acquisto, spesa media, distanza percorsa.

Gli obiettivi dell'Osservatorio vengono perseguiti intervistando mensilmente un campione di 1.000 individui, rappresentativi della popolazione italiana maggiorenne in base alle variabili del genere, età, grande ripartizione territoriale e ampiezza centri, tramite metodologia CATI (Computer Assisted Telephone Interview). Il field di ricerca, i cui risultati sono presentati in queste pagine, è stato effettuato nei giorni compresi tra il 2 ed il 7 Maggio 2008.

A cura di Dinamiche