

Milano, 2 luglio 2009

COMUNICATO STAMPA

**Riprende la crescita della fiducia dei consumatori ma a trainare è solo il Nord del paese:
si ripropone il divario Nord Sud.**

Il futuro viene visto con un leggero ottimismo con un dato di poco inferiore al mese precedente.

Forte crescita delle intenzioni di acquisto a tre mesi di auto nuove, usate e moto.

**Le intenzioni di acquisto di Tv, HI-FI, video, personal computer e telefoni cellulari salgono,
mentre quelle di elettrodomestici inteso in senso generale calano.**

**Le ottime intenzioni di acquistare mobili, ristrutturare casa o acquistarla, registrate a maggio,
nel mese di giugno si sono vanificate.**

Probabilmente i bilanci familiari in questo momento sono più orientati ad acquistare veicoli.

**Subisce una naturale flessione l'intenzione di fare acquisti nel tempo libero poiché i prossimi tre
mesi comprendono la fine dell'estate.**

Il Nord d'Italia inizia a pensare positivo mentre il resto del paese ancora soffre. Se guardiamo la media di tutta la nazione il dato è comunque in lieve crescita e il voto medio ha raggiunto quota 4,68, il più alto dall'inizio della rilevazione.

I più ottimisti sono gli abitanti del nord dell'Italia che superano il valore 5, già raggiunto nel mese scorso dal Nord Est ed in questo mese anche dal Nord Ovest. In calo invece il voto medio del resto del paese da ormai due mesi.

Se chiediamo agli intervistati come prevedono il futuro tra dodici mesi la risposta è che le cose saranno, anche se di poco, migliori di adesso ma il dato è leggermente inferiore rispetto al mese precedente.

L'intenzione di aumentare i propri risparmi continua a flettere da diversi mesi e il valore è tornato a essere quello di gennaio 2009.

Forte incremento nelle intenzioni d'acquisto a tre mesi di auto nuove che passano dal 4,8% all'8% degli intervistati, così come per le auto usate che passano dal 3,8% al 6,6%. In entrambi i casi i valori sono i più alti mai raggiunti dall'inizio della rilevazione. La buona stagione inoltrata influisce positivamente anche sulle intenzioni di acquisto a tre mesi di moto/scooter che passano dal 4,1% di maggio al 4,9% di giugno, interrompendo il periodo altalenante delle dei mesi precedenti.

La percentuale di consumatori che dichiarano di voler acquistare elettrodomestici, inteso come concetto generico, entro i prossimi tre mesi, subisce un forte calo attestandosi, in giugno, al 13,2% e riportandosi di fatto su valori di poco superiori al valore di aprile 2009 (12,9%). La flessione di queste intenzioni d'acquisto è in controtendenza con il 2008 che vedeva giugno in crescita.

Registrano una moderata crescita le intenzioni di acquisto di tv, HI-FI, video, cellulari e pc con valori compresi tra l'11,2 e il 13,7% degli intervistati.

Le ottime intenzioni di acquisto registrate in aprile e in maggio per acquistare mobili o ristrutturare casa hanno avuto una forte flessione in giugno, vanificando così le performance di maggio.

Si suppone che la crescita nelle intenzioni di comperare veicoli, soprattutto per l'auto, abbia influito sulle intenzioni di acquistare mobili, che passano dal 16% al 11,2%, ristrutturare casa, che passa 15,8% al 10,8%, e soprattutto acquistarla, che passa dal 6,1% al 2,3%.

E' naturale dedurre, che quando il budget è limitato e l'acquisto è importante, gli Italiani sono indotti a effettuare delle scelte precise.

Stefano Martini. (Direttore dell'Osservatorio Findomestic)

Per ulteriori informazioni: AD HOC Communication Advisors: Marina Beccantini 02/7606741

Findomestic Banca: Stefano Martini 335/8123542

Il presente comunicato e i precedenti sono disponibili sul sito www.ahca.it