



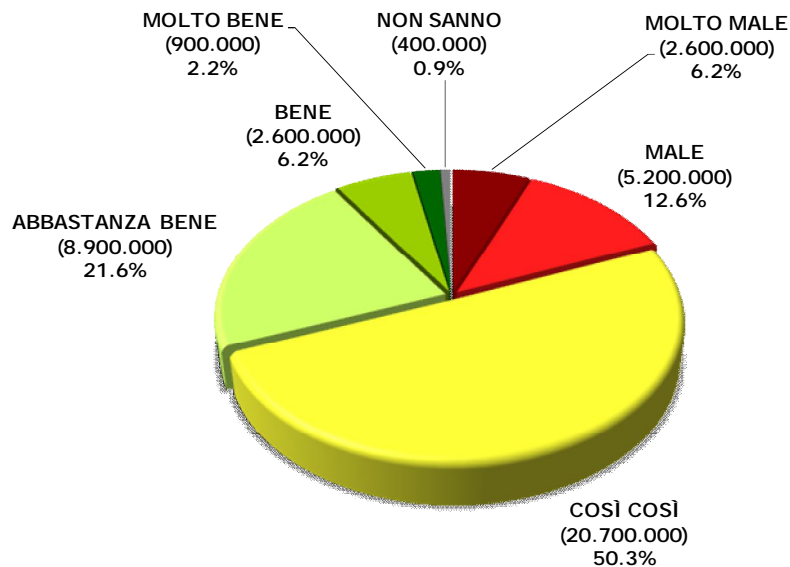
## SINTESI

Indagine commissionata  
da Federazione Moda Italia ad AstraRicerche  
sul "sentiment" degli italiani e sulle tendenze dei consumi

*Aprile 2012*

Il **Monitor** mensile – realizzato ad **aprile** da AstraRicerche per Federazione Moda Italia su un campione rappresentativo della popolazione italiana 18-69enne, pari a un universo di 41.1 milioni di adulti – ha evidenziato che la situazione del Paese continua a peggiorare con un **incremento degli insoddisfatti della condizione socio-economica propria e dei propri cari, giunti al 69.1% rispetto al 68,3% del marzo 2012** e battendo ogni *record* dall'inizio degli anni '80.

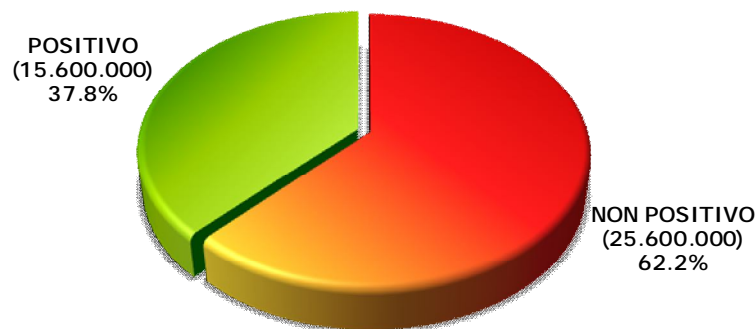
### L'attuale situazione personale





Quanto al *sentiment*, il clima di fiducia degli italiani, si rileva che i **pessimisti** aumentano sensibilmente (+6.3%) rispetto allo scorso mese di marzo, assestandosi al **62.2%** e contestualmente i **positivi** si attestano al **37,8%** dal **44.1%** di marzo.

### Il 'sentiment' autoriferito a breve



Il *trend* segnala che il **netto e inatteso miglioramento del mese precedente non è affatto proseguito ma anzi si è dimostrato un "fuoco di paglia"**: basti dire che in marzo si sono persi oltre 6 punti (l'equivalente di oltre 2.5 milioni di adulti).

Cruciali sono stati **tre fattori**:

1. le **preoccupazioni** collettive circa la modifica dell'**art. 18 dello Statuto dei Lavoratori**
2. il diffondersi della **convinzione circa l'inefficacia dei provvedimenti governativi** per rilanciare la crescita e l'occupazione
3. **l'attesa di un rinnovato incremento della pressione fiscale e dell'inflazione** (massimamente confermata dalla dinamica del prezzo dei carburanti).

In generale, il mancato passaggio dal **Salvitalia** al **Crescitalia**, almeno secondo i vissuti della maggioranza della popolazione, esplica e continuerà probabilmente a esplicare i suoi effetti anche nei mesi a venire.

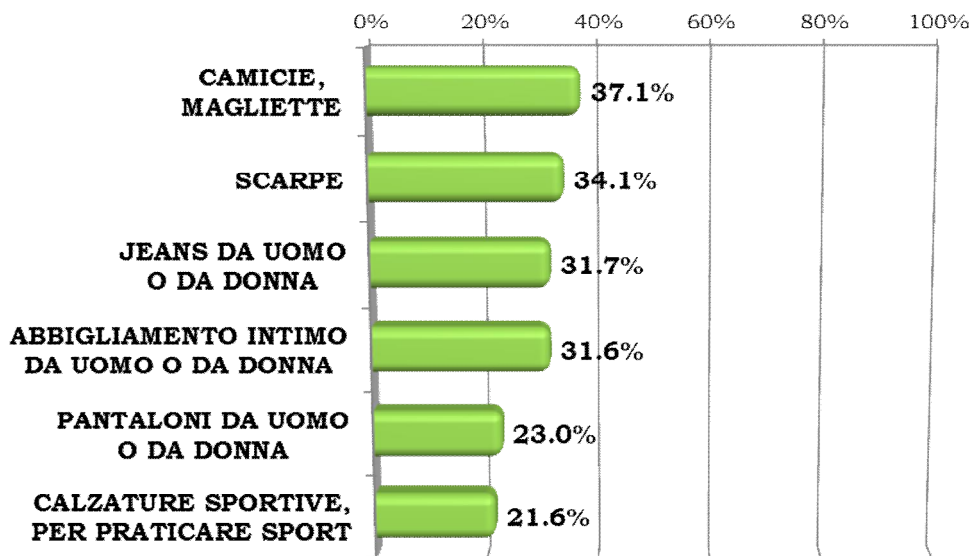




Per quel che attiene all'**abbigliamento**, alle **calzature** e agli **accessori**, abbiamo rilevato anzitutto gli **acquisti nell'ultimo mese**, notando in primo luogo che è **calata di due punti (dal 22.4% al 20.4%)** la quota della popolazione che **non ha comprato alcun prodotto**.

Rispetto alla rilevazione dell'inizio di marzo, il **trend degli acquirenti nell'ultimo mese è prevalentemente positivo**: infatti per solo due categorie di prodotto si registra un calo, per lo più legato alla stagionalità (per i giacconi/giubbotti dal 18% al 15% e per i golf/maglioni/gilet sempre dal 18% al 15%).

### Il recente acquisto di abbigliamento ed accessori

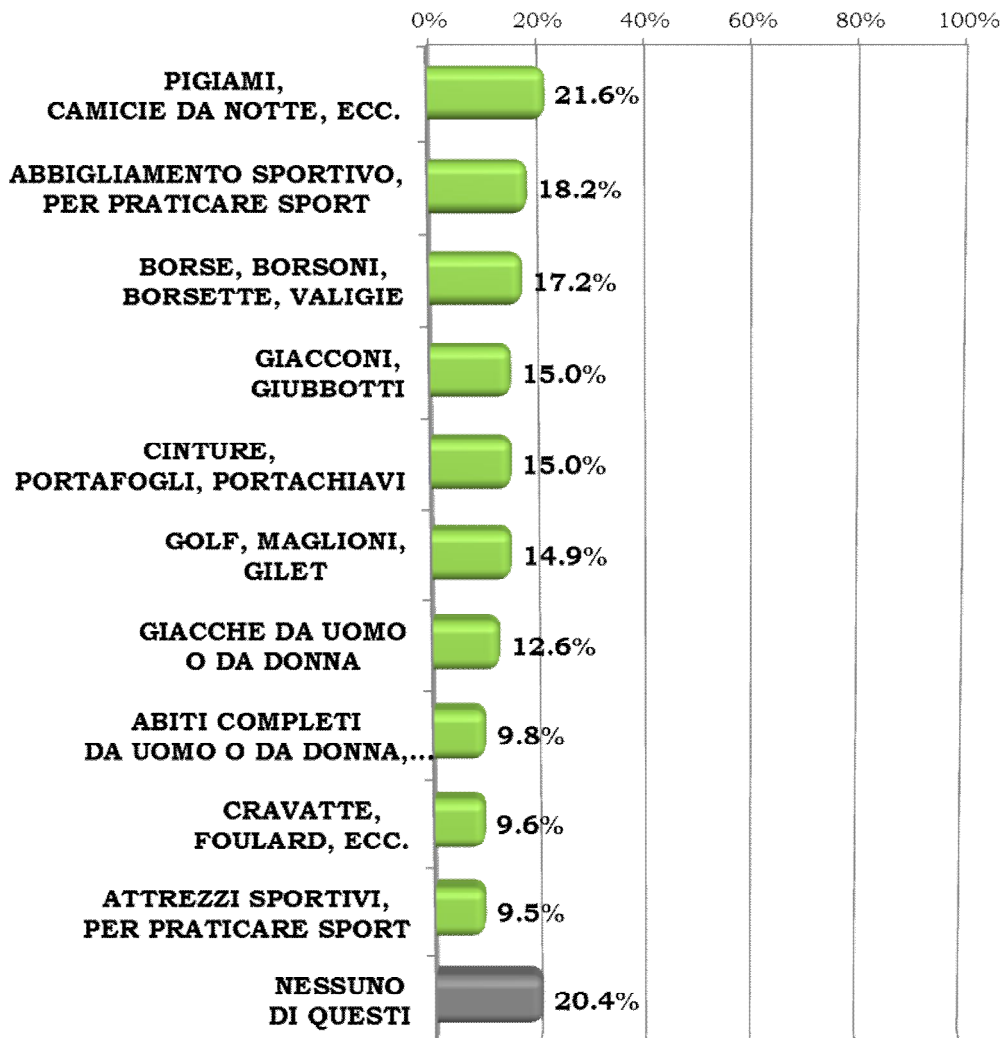


(segue)





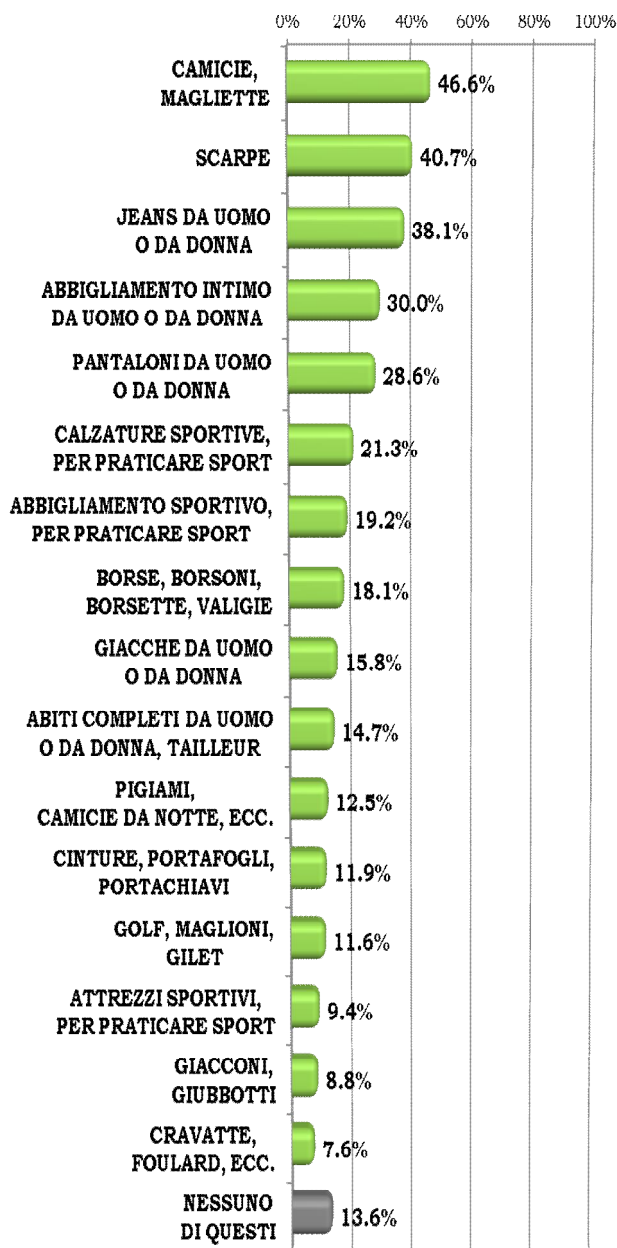
(segue)



Per quel che riguarda le **previsioni a tre mesi**, riportate nella tabella riportata nella pagina seguente, si evince che solo il 14% della popolazione italiana 18-69enne prevede di non acquistare alcun *prodotto* nel periodo aprile-giugno.



## La previsione di acquisto di abbigliamento ed accessori nei prossimi tre mesi



Quanto ai *drivers* più importanti della scelta dei capi d'abbigliamento, il rapporto qualità/prezzo (indicato dal 65% del campione) è al primo posto, seguito dalle proprie preferenze personali e dunque dai propri gusti; dalla convenienza e quindi dal prezzo basso.