

Osservatorio Findomestic 2018: consumi crescono di 21 miliardi, beni durevoli +1,5%

Il settore casa (+2%) va meglio dei veicoli (+1%), l'e-commerce vola a 27,4 miliardi (+16%), il credito al consumo (+3,9% nel 2018) da sette anni in positivo, con Findomestic che cresce più del doppio (+9,1%) rispetto alla media del mercato

Nasce l'era del consumatore "connesso" che acquista sempre più beni collegati alla Rete, multifunzionali e di fascia premium

Nel 2018 i **consumi degli italiani sono in crescita di 21,14 miliardi di euro (+2%)** rispetto al 2017: la spesa totale raggiunge 1.000 miliardi e 80 milioni, consolidando un trend positivo che dura da cinque anni (8,65% dal 2014). I dati dell'Osservatorio dei Consumi Findomestic 2018, realizzato in collaborazione con Prometeia, dimostrano che il **mercato dei beni durevoli è cresciuto dell'1,5% in valore**, con un incremento doppio nel comparto casa (+2%) rispetto a quello dei veicoli (+1%). L'Osservatorio, presentato oggi a Milano, registra anche il **boom dell'e-commerce**: si stima un aumento in valore del **16%** a fine anno. Quello che sta per concludersi, inoltre, rappresenta per il **credito al consumo**, che **cresce del 3,9%** negli ultimi 12 mesi, un ritorno ai livelli pre-crisi. "La ripresa del settore – afferma Chiaffredo Salomone, ad di Findomestic - dura da quattro anni e in questo arco di tempo Findomestic ha evidenziato tassi d'incremento dei finanziamenti erogati del 9,1%, ovvero più che doppi rispetto alla media del mercato".

RIPRESA DEI CONSUMI CONCENTRATA IN DUREVOLI E SERVIZI. Nel 2018 il **mercato dei beni durevoli vale 83 miliardi e 203 milioni**, distribuiti fra il settore dei veicoli (53%) e quello della casa (47%) come rileva l'Osservatorio Findomestic. Se i consumi totali sono cresciuti in valore mediamente dell'1,8% nell'ultimo quinquennio, il mercato dei durevoli è migliorato in media del 4,7%, rivelandosi il più dinamico con un'**incidenza sui consumi totali passata dal 6,8% del 2014 al 7,7% del 2018**. "La riattivazione del ciclo dei durevoli – spiega Claudio Bardazzi, responsabile dell'Osservatorio Findomestic - è stata sostenuta non solo dalla ripresa economica e dal miglioramento del quadro di redditi e occupazione, ma anche dai bassi tassi d'interesse e dalla presenza di incentivi fiscali, oltre che dalla necessità di sostituzione dopo i rinvii e le rinunce all'acquisto negli anni della crisi".

VEICOLI, MENO AUTO NUOVE E PREZZI IN CALO, PIÙ USATO. Il mercato dei veicoli pesa per il 3% sui consumi totali, con un incremento dell'incidenza dello 0,7% rispetto al 2014. Nell'anno che volge al termine le vendite di veicoli risultano in crescita dell'1,6% in volume, mentre i prezzi sono in calo dello 0,5%. Il primato per giro d'affari spetta alle auto usate con quasi 19 miliardi di euro, mentre il mercato delle auto nuove, secondo le stime di Prometeia, a fine anno raggiungerà 17,6 miliardi di euro per un totale di 1.932.000 immatricolazioni con una contrazione del 2,1% in valore e del 2,9% in volume: una quota di equilibrio per il mercato italiano, in assenza degli incentivi alla rottamazione che avevano spinto la domanda nei primi anni 2000.

Calano del 3,5% le immatricolazioni dei privati, confermando l'andamento negativo già rilevato nel 2017. **Brusca frenata anche per le auto aziendali**, per le quali si registra una **flessione del 2,2%** dopo l'impennata del +22,8% dello scorso anno. A rallentare l'acquisto di auto nuove – secondo l'Osservatorio Findomestic – contribuiscono l'incertezza della situazione economica, la crescente incidenza sui budget familiari dei durevoli per la casa, gli interventi di policy come l'introduzione della procedura di omologazione WLPT (il nuovo standard per le emissioni inquinanti in vigore da settembre 2018) e i provvedimenti contro le

motorizzazioni diesel, ma anche la diffusione del car sharing nei grandi centri cittadini e una crescente propensione verso il noleggio a lungo termine (NLT). Sono 881mila le auto NLT in circolazione: nel 2018 le immatricolazioni toccheranno le 276.000 unità con un aumento del +6,1% rispetto al 2017, garantendo al settore una quota di mercato del 14,3%.

Anche se il primato è a rischio, **più di un'auto su due (54%) di nuova immatricolazione è alimentata ancora a diesel**, nonostante il calo del 10% registrato quest'anno. Le auto a benzina crescono del 4% e raggiungono una quota del 33%, mentre quelle con alimentazione alternativa aumentano del 15% per una fetta di mercato pari al 13%. Le ibride/elettriche sono in aumento del 40% e valgono un terzo di quelle con alimentazione alternative. I veicoli a metano crescono del 23% mentre sono in lieve flessione (-0,6%) quelli a GPL.

Il mercato dell'usato cresce in valore del 3,5% e in volume del 3%, ma mostra un **rallentamento rispetto al 2017** quando la domanda era stata sostenuta da un'immissione record di vetture a km 0 (+49% la variazione rispetto al 2016). La propensione all'acquisto di vetture usate è favorita non solo dall'incertezza della situazione economica, ma anche dall'offerta particolarmente vivace nel segmento delle km 0 e delle vetture provenienti dal noleggio. Se sul mercato del nuovo si sta registrando un progressivo 'abbandono' del diesel, **nell'usato le compravendite di auto a gasolio si mantengono in crescita (+6%)**.

DUE RUOTE: BENE LE MOTO, MALE I CICLOMOTORI. L'Osservatorio dei Consumi Findomestic registra che **il mercato dei motoveicoli nel 2018 cresce del 6,2% in valore e del 3,4% in numero di immatricolazioni**. Sono 215mila le moto vendute nel 2018 (+5,2%), mentre i nuovi ciclomotori in circolazione sono 21mila, in calo dell'11,3% soprattutto a causa della concorrenza degli scooter di media cilindrata e delle e-bike, oltre che dall'affermarsi di nuovi tipi di status symbol per i giovani, che preferiscono "spostarsi virtualmente" con i dispositivi elettronici.

CAMPER, UNA NICCHIA DI SUCCESSO. Il mercato dei camper si conferma in espansione sia in termini di pezzi venduti (+17,1%) che in valore (+19%). Il giro d'affari dei camper ammonta a **232 milioni di euro**: una nicchia che, però, sta attirando di anno in anno un numero crescente di appassionati, in un contesto generale di ripresa del numero di viaggi turistici.

CASA, I CONSUMI SONO SMART E PREMIUM. Secondo i dati elaborati da Prometeia **il settore casa nel 2018 cresce del 2% in valore**: un 'segno più' che è il risultato dell'accelerazione dei prezzi medi (+2,7%) e della leggera contrazione dei volumi di vendita (-0,6%). Non una variazione contingente, come sottolinea Claudio Bardazzi responsabile dell'Osservatorio Findomestic: **"Siamo nell'era del consumatore 'connesso' che acquista sempre più beni collegati alla Rete, multifunzionali e di fascia premium"**. Non a caso nell'ultimo anno il segmento della tecnologia consumer è calato in volume del 2,7% ma ha visto una crescita media dei prezzi del 5,6%: il risultato è un incremento in valore del 2,7% per un totale di 14 miliardi e 800milioni, a un passo dal primato dei mobili cresciuti dell'1,8% per un fatturato totale di 15miliardi di euro. Il mercato del mobile da un lato è stato favorito dalla ripresa dell'immobiliare, ma dall'altro è stato penalizzato dall'applicazione del bonus mobile esclusivamente alle ristrutturazioni edilizie. Vale, invece, 4 miliardi e mezzo il mercato del **bricolage (+0,7%)**, il cui contributo positivo alla performance del settore è da ricondurre soprattutto alla **crescita della domanda di utensili e attrezzi per la casa e il giardino (1,3% in valore)**.

TELEFONIA, UN ANNO A TUTTO SMARTPHONE. L'Osservatorio Findomestic rileva per il 2018 un **+10,6%** di fatturato per il segmento telefonia con un **fatturato che sfiora i 6 miliardi di euro**. I dati evidenziano la preferenza degli italiani soprattutto per gli smartphone di alta gamma: infatti le unità vendute sono in flessione del 2% (decretando la conclusione del processo di sostituzione dei telefoni di vecchia

generazione), ma i prezzi sono in ascesa del 12,9%. Il mercato riceve un sostegno anche dalla crescita dei prodotti di nicchia, quali le cuffie (+41% in valore) e i dispositivi indossabili (+9%).

MENO TABLET E PC PORTATILI. Il decremento dell'1,1% in valore per l'Information Technology è ancora più pesante se si guarda all'andamento dei volumi, in flessione del 3,4%. A contribuire negativamente sono **tablet (-12%) e PC portatili (-3,5%)** che, insieme valgono quasi la metà del mercato. Un contributo positivo arriva dalle cartucce per stampanti, (+3%), da monitor (+20%) e videogiochi con accessori (+11,5%).

GIÙ I TELEVISORI, PIÙ DRONI E SMART DEVICE PER LA CASA. Prometeia valuta una decrescita del 3,5% in valore per l'elettronica di consumo, fortemente condizionata dai **risultati negativi dei televisori (-1,6%)** che rappresentano l'80% del fatturato. Gli importanti progressi delle vendite di smart tv e di televisori con schermi di grandi dimensioni (oltre i 55 pollici) non bastano a riportare il segmento su un terreno di ripresa subendo la concorrenza dei prodotti delle telecomunicazioni, che offrono la possibilità di fruire dei contenuti audio-visivi in mobilità. Resta stabile sui livelli 2017, invece, il segmento audio statico, grazie agli home sound system (impianti audio wireless) e soprattutto a quelli con **assistenti vocali incorporati** (Alexa di Amazon Echo e Google Home) che **cregono dell'1,2%**. L'unico contributo positivo alla dinamica del mercato continua a provenire dai **droni**, che con tassi di crescita a doppia cifra (+14,6%) ha conquistato nel giro di 3 anni (2016-2018) l'1,3% del fatturato del settore (circa 24,5 milioni di euro).

FOTOGRAFIA ANCORA IN CALO. La dinamica positiva dei prezzi (+9,4%) contiene il **calo del fatturato del settore fotografico**. Per le macchine digitali (73% del mercato) la contrazione è dell'1,7%, mentre per reflex e obiettivi intercambiabili (27% del mercato) il decremento è dell'1,5%. Il crollo delle vendite e del volume d'affari è dovuto prevalentemente alla diffusione degli smartphone, in grado di garantire una qualità dell'immagine sempre maggiore.

ELETTRODOMESTICI, MEGLIO I PICCOLI CHE I GRANDI. Il mercato degli **elettrodomestici grandi chiuderà l'anno in declino: -2,3% di fatturato con -1,5% nei volumi e -0,8% nei prezzi**. La riduzione - più netta nel comparto del freddo con un -3,2% - arriva al termine di quattro anni di crescita ininterrotta. In controtendenza il dato relativo alle **asciugatrici**, che fanno registrare un'impennata del **+10,8%** in valore grazie al traino dei prodotti ad alto contenuto tecnologico quali le asciugatrici **con pompa di calore**. I risultati attenuano solo parzialmente il calo delle vendite di lavatrici (-2,3%) e lavastoviglie (-4,9%). Segno positivo, invece, per gli **elettrodomestici piccoli** con un **fatturato complessivo di 1,4 miliardi di euro per una crescita dello 0,3%** (-2,3% volumi e +2,8% prezzi). Il trend positivo del fatturato è attribuibile esclusivamente al segmento **"cura della casa" (+7,4%)**, in cui gli aspirapolvere (che rappresentano il 23% del mercato dei piccoli elettrodomestici) segnano un'importante crescita (+23,4%). Un'evoluzione sostenuta dalla domanda di soluzioni smart quali i robot che alla funzione di aspirazione affiancano quella di sorveglianza della casa attraverso telecamere integrate. In calo, invece, il segmento "preparazione del cibo" (-5,1%) e quello "cura della persona" (-2,3%).

CONDIZIONATORI E STUFE A PICCO. La brusca **frenata nelle vendite dei condizionatori (-11,5%)**, soprattutto di quelli portatili, e il tracollo delle stufe elettriche (-30,9%) trascina in territorio negativo il segmento dell'home comfort, per cui l'Osservatorio Findomestic calcola un calo del 14,1% in volumi e del 10,2% in valore. Si mantengono in **crescita (+3,3%) i prodotti per il trattamento dell'aria** (pulizia, deumidificazione ed umidificazione) che rappresentano il 14% del settore.

E-COMMERCE, PROGRESSIONE INARRESTOPABILE. Negli ultimi 5 anni il mercato dell'e-commerce, in base ai dati del Politecnico di Milano, è passato **dai 14,3 miliardi del 2014 ai 27,4 miliardi di euro del 2018**, crescendo di anno in anno a due cifre e apprestandosi a chiudere l'anno con un **incremento in valore del 16%**. L'e-commerce è composto per il 44% da servizi, con il turismo che ricopre la quota più ampia (35,8%), e per il 56% da prodotti tra cui spiccano quelli dei comparti informatica e elettronica (16,8%),



abbigliamento (10,6 %), arredamento (5,1%), food & grocery (4%) e editoria (3,6%). Tra i beni durevoli, secondo l'Osservatorio Findomestic, nel 2018 risultano in forte crescita i mobili (+50%), l'elettronica di consumo (+30%), l'home comfort (+24%) e la telefonia (+23%). Online si comprano meno soltanto i prodotti della fotografia (-7%), che però continua a rappresentare il segmento in cui l'incidenza dell'e-commerce è più elevata (con un peso del 26%.)

CREDITO AL CONSUMO DA 7 ANNI IN CRESCITA E FINDOMESTIC DOPPIA IL MERCATO. In un contesto di crescita dei consumi, il mercato del credito al consumo prolunga l'andamento positivo che dura da quattro anni e si prepara a salutare il 2018 con **erogazioni per 67 miliardi di euro e un saldo positivo del 3,9%**. "Findomestic nello stesso arco di tempo ha evidenziato tassi d'incremento sempre superiori alla media del mercato - commenta Chiaffredo Salomone, ad della società del Gruppo BNP Paribas - e quest'anno chiuderà con un +9,1%. Questa crescita si spiega anzitutto con l'appartenenza a un grande gruppo bancario, che da sempre ci mette nelle migliori condizioni per svolgere il nostro mestiere. Le buone performance, però, dipendono anche dalla bontà dei piani industriali orientati all'innovazione e dalle scelte in materia di responsabilità sociale intraprese da Findomestic nel rispetto dei propri clienti, della comunità in cui opera e dei propri dipendenti".

Nel settore dei beni durevoli il ricorso al credito al consumo aumenta quando l'esborso si fa più elevato per il consumatore. Nel mercato dell'auto nuova il 75% degli acquisti avviene a rate; la quota si alza al 90% per l'auto usata e al 92% per le due ruote. Un finanziamento per l'auto nuova ammonta mediamente a 15.000 euro, 10.400 euro per l'auto usata, 4.600 euro per i motoveicoli, 840 euro per elettrodomestici ed elettronica e 2.500 euro per mobili e arredo. In Italia i prestiti erogati online rappresentano il 4% del totale di mercato e Findomestic eroga il 40% di questi prestiti affermandosi come leader del segmento, che per la società del gruppo BNP Paribas costituisce il 14% del totale dei prestiti erogati.

Findomestic Banca opera al servizio di oltre due milioni di clienti, ai quali si rivolge per proporre soluzioni di credito, assicurative e di risparmio. Presente in tutta Italia, Findomestic ispira la propria attività ai principi della Responsabilità Sociale, promuovendo un approccio al credito sostenibile e responsabile, per sviluppare una relazione di lungo periodo con il Cliente, con i Partner, e con tutti i suoi stakeholders. Partecipata al 100% da BNP Paribas Personal Finance, Findomestic è parte del Gruppo BNP Paribas presente in più di 70 paesi, con oltre 189.000 collaboratori, dei quali oltre 146.000 in Europa.