

OSSERVATORIO MENSILE FINDOMESTIC: A GIUGNO LE INTENZIONI D'ACQUISTO SI ASSESTANO SUI LIVELLI PRE-COVID.

Le intenzioni d'acquisto sono tornate ai livelli precedenti l'emergenza sanitaria: la voglia di consumare è tornata quella di prima e l'incremento maggiore si registra nel settore dei viaggi (+38,3%), segno evidente della voglia di lasciarsi definitivamente alle spalle il lockdown.

AUTO: IN ATTESA DEGLI INCENTIVI MEGLIO USATA CHE NUOVA. La difficoltà ad accedere agli incentivi e, da parte delle aziende, a garantire tempi di consegna rapidi, unite all'incertezza economica e all'attesa del ventilato inserimento di ulteriori incentivi nel Decreto Semplificazione, fanno sì che la necessità di mobilità individuale si rivolga soprattutto al mercato delle auto usate che, a giugno, registra un incremento del 15,6%, a differenza del segmento dell'auto nuova che resta stabile sui livelli di maggio. In negativo, invece, i mercati motocicli ed e-bike, che calano rispettivamente del 15,3% e del 17,8%, probabilmente perchè parte di chi aveva in mente di dotarsi di un ciclo o motociclo ha provveduto fin subito al momento della riapertura.

CASA, VENTO IN POPPA GRAZIE AGLI INCENTIVI: Spinto probabilmente dagli incentivi, il mercato immobiliare continua la sua risalita, sia dal punto di vista dell'acquisto di case che da quello delle ristrutturazioni, che crescono rispettivamente del +5,9% e del +3,5%. In lieve calo, invece, le intenzioni di acquisto dei mobili, che rispetto alle altre voci del comparto, stentano ancora a ristabilirsi sui livelli pre-covid.

CON LA VOGLIA DI USCIRE, MENO ACQUISTI TECH. Se durante il lockdown le intenzioni d'acquisto di strumenti per scuola e lavoro come tablet e pc erano in ascesa, a giugno i due mercati subiscono una frenata della propensione al consumo rispettivamente del 6,6% e 2,7%. In calo anche TV (-4,6%) e fai-da-te (-2,8%), mentre apparecchiature fotografiche (+17,7%) e telefonia (+5,6%) beneficiano della ritrovata voglia di svago fuori casa.

POST LOCKDOWN, MENO TV E PIU' ARIA APERTA. E in questa scia si inserisce il nuovo calo della propensione verso TV (-4,6%) ed elettrodomestici grandi in flessione del 3,3%: spesso dedicati all'intrattenimento casalingo, sono adesso un po' messi da parte, lasciando spazio nelle preferenze dei consumatori ad altre forme di intrattenimento, magari all'aperto. Tengono solo i piccoli elettrodomestici che registrano un +0,7%.

L'ECOBONUS SOSTIENE IL COMPARTO DELL'EFFICIENZA ENERGETICA: L'incentivo «green» sull'efficienza energetica si fa sentire in particolare per quanto riguarda gli infissi e i serramenti, in netta crescita (+14%). Cala – dopo il boom di maggio – il fotovoltaico (-16,8%), che rimane comunque a livelli tra i più alti mai registrati. Più stabili, ma comunque con una buona propensione, caldaie e solare, rispettivamente +2,6% e -0,5%.

TEMPO LIBERO, TEMPO DI VACANZE. Segno evidente dell'ottimismo e della voglia di lasciarsi alle spalle il lockdown è l'impennata della propensione ad acquisti di viaggi e vacanze (+38,3%). Con la

possibilità di viaggiare, infatti, torna la voglia di girare e staccare un po' dalla routine, prima di un autunno quanto mai incerto.

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.

Ufficio stampa SEC SPA

via Ferrante Aporti, 8 – Milano

Angelo Vitale – vitale@segrp.com - 338/6907474