

OSSERVATORIO MENSILE FINDOMESTIC: IN CALO LE INTENZIONI D'ACQUISTO IN TUTTI I COMPARTI

A settembre picco negativo per telefonia, mobili e viaggi/vacanze rispetto al mese precedente. Nel confronto con il 2018, invece, il segno più è prevalente.

L'Osservatorio mensile Findomestic di ottobre, realizzato dalla società di credito al consumo del gruppo BNP Paribas in collaborazione con Doxa, ha fotografato un mese di settembre caratterizzato da un calo generale delle intenzioni d'acquisto in tutti i settori analizzati. I mobili, la telefonia e soprattutto i viaggi (-4.4 punti percentuali rispetto ad agosto) sono i settori che negli ultimi 30 giorni ne hanno risentito maggiormente. Il calo generale delle intenzioni d'acquisto risente anche del calo della fiducia degli italiani nei confronti del Paese (-0.3 p.p.). Senza variazioni rilevanti, invece, la soddisfazione riguardo la situazione del proprio nucleo familiare.

PER LA CASA MENO RISTRUTTURAZIONI, MOBILI ED ELETTRODOMESTICI. Se l'intenzione di acquistare casa è rimasta stabile a settembre rispetto ad agosto, sono in calo gli italiani che pensano di ristrutturare (-0,7 punti percentuali) e acquistare mobili (-1,5 p.p.). Anche le intenzioni d'acquistare elettrodomestici sono allineate al trend negativo: -0,7 p.p. sia per i piccoli sia per i grandi nel confronto con agosto e -0,4 per l'elettronica di consumo (TV e HI-FI).

BATTUTA D'ARRESTO PER LA TELEFONIA. Cala per la prima volta dopo febbraio la propensione all'acquisto di smartphone a settembre rispetto al mese precedente (-1,1 p.p.) così come si registra una flessione generale nel comparto tech: -0,6 punti percentuali per PC e accessori, -0,4 p.p. per i tablet e mezzo punto in meno anche per fotocamere e videocamere.

EFFICIENZA ENERGETICA IN LIEVE CALO. Il trend congiunturale del settore è dominato dal segno meno. Arretrano le intenzioni d'acquisto di impianti fotovoltaici (-0,6 p.p.) ma anche di stufe e caldaie (-0,5 p.p.), impianti solari termici (-0,4 p.p.) e infissi e serramenti (-0,4 p.p.).

FINITA L'ESTATE CALANO VIAGGI E VACANZE. La voglia di viaggiare è certamente nei desiderata di molti italiani, ma per ora non si traduce in progetti concreti: conclusa l'estate, a settembre le intenzioni d'acquisto di viaggi e vacanze sono crollate di 4,4 p.p. rispetto ad agosto, dal 56,5% al 52,1%. Più o meno stabili le intenzioni di acquisto di abbigliamento e attrezzature sportive e per il fai-dai-te.

IN NEGATIVO MOTO/SCOOTER E E-BIKE, STABILI LE AUTO. Come per il comparto tempo libero, la chiusura della bella stagione ha inciso sulle intenzioni d'acquisto di mezzi a due ruote: -0,8 p.p. per moto/scooter e -1,1 p.p. per e-bike. L'intenzione di acquistare auto nuove e usate è invece stabile rispetto al mese di agosto.

INTENZIONI D'ACQUISTO IN CRESCITA SU BASE TENDENZIALE*. Se nell'analisi congiunturale l'Osservatorio Findomestic ci restituisce un quadro generale negativo, quella tendenziale è invece di andamento opposto con una crescita diffusa in tutti i comparti. A settembre, rispetto allo stesso mese del 2018, cresce il numero di italiani intenzionati ad acquistare auto usate e motoveicoli (+1 p.p. ciascuno). Incremento di poco inferiore (+0.6 p.p.) anche per chi dichiara di essere pronto ad

acquistare un'auto nuova. Propensione all'acquisto in rialzo rispetto all'anno precedente anche per quanto riguarda l'area domestica: crescono di 0,9 p.p. case e appartamenti e + 0.6 p.p. per mobili e arredo. Segno più anche per il comparto tecnologico con intenzioni d'acquisto in crescita su base annua per PC e accessori (+ 1,6 p.p.) e fotocamere/videocamere (+2 p.p.). Escono ancora meglio dal confronto tendenziale i piccoli elettrodomestici (+2,4 p.p.), mentre TV/Hi-Fi e grandi elettrodomestici evidenziano una crescita appena percettibile (rispettivamente +0.2 e + 0.3 p.p.) Segno positivo anche per il comparto dell'efficienza energetica: rispetto a settembre 2018, sono di più gli italiani che si dichiarano intenzionati ad acquistare infissi e serramenti (+3,2 p.p.) e stufe e caldaie (+1,2 p.p.). Positivo anche l'andamento tendenziale del comparto del tempo libero con intenzioni d'acquisto in crescita di oltre 3 p. p. (+3,1).

**(rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente)*