

OSSERVATORIO FINDOMESTIC: PER 73% ITALIANI PREZZI PIU' ALTI RISPETTO A FASE PRE-COVID

Le intenzioni d'acquisto sono tornate ai livelli precedenti l'emergenza sanitaria ma non il clima di fiducia e il reddito di due terzi degli italiani. Secondo il 55% non è un buon momento per comprare, il 57% aspetta di poter utilizzare gli incentivi e il 65% spera in quelli per le auto Euro 6.

Con un incremento medio dell'1,4% nel mese di giugno rispetto a maggio, le intenzioni d'acquisto degli italiani si consolidano sui livelli precedenti l'emergenza Coronavirus, ma i prezzi per il 73% dei consumatori sono cresciuti mentre i redditi di oltre due terzi (67%) restano inferiori rispetto a febbraio. L'Osservatorio Mensile Findomestic di luglio, realizzato dalla società di credito al consumo del gruppo BNP Paribas in collaborazione con Eumetra rileva come a penalizzare la riattivazione delle ritrovate propensioni al consumo siano anche un clima di incertezza permanente (il 45% resta preoccupato per l'economia del Paese), la paura del virus (21%) e il timore concreto di una nuova ondata di contagio in autunno (probabile per il 72%).

PER L'AUTO NUOVA SI ASPETTANO GLI INCENTIVI, PER ORA MEGLIO L'USATO. Nonostante il contesto induca il consumatore alla prudenza, torna la voglia di viaggiare (+38,3%, l'incremento maggiore tra le propensioni all'acquisto), meglio se in auto: un italiano su cinque la preferisce per paura di viaggiare in aereo o treno, ma il mercato dell'auto nuova continua a soffrire in attesa di possibili nuovi incentivi. Più dinamico il segmento delle auto usate, che a giugno ha evidenziato una propensione all'acquisto in crescita del 15,6% rispetto a maggio. Si attenua la voglia di due ruote anche perché in molti si sono già dotati di cicli o motocicli, anche elettrici, grazie agli incentivi annunciati nella fase di riapertura.

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.

INCERTEZZA PERSISTENTE SEPPUR IN CALO. Nonostante la voglia di consumare sia tornata alla normalità, nel mese di giugno il 63% degli intervistati dall'Osservatorio Findomestic ha affermato di spendere meno rispetto al periodo pre-Covid: il 14% per problemi economici, il 23% perché è più attento al risparmio, il 26% attende che il contesto migliori. Il dato è migliorato rispetto a maggio (quando la percentuale di chi spendeva meno del solito era salita al 73%) ma subisce gli effetti di un clima ancora di forte incertezza e gli impatti del Covid sulla situazione economica delle famiglie. Il 27% degli italiani, infatti, a giugno dichiara di avere un reddito molto inferiore rispetto alla fase pre-emergenza e il 40% un po' più basso. Solo il 18% è ottimista e si aspetta un incremento delle proprie entrate nei prossimi mesi mentre il 30% pensa che il reddito familiare peggiorerà. In questa situazione si mantiene su livelli elevati la propensione agli acquisti rateali (50%) non solo per necessità (42%) ma anche per convenienza (41%) e per comodità (16%).

GLI ITALIANI VEDONO PREZZI PIU' ALTI E CHIEDONO PIU' PROMOZIONI. Il ritorno allo shopping nel punto vendita fisico divide gli italiani: se il 49% del campione intervistato dall'Osservatorio Findomestic dichiara di aver ritrovato il piacere di fare acquisti, c'è un 51% che lo trova "spiacevole", in particolare per le code e la perdita di tempo (48%) ma anche perché non si sente ancora sicuro (19%) e avverte l'ansia di dover lasciare in fretta il negozio (17%). Per gli intervistati le aziende devono puntare su esperienze più "fluide", ma in particolare lavorare sui prezzi. Secondo il 55%, infatti, non è un buon momento per comprare, il 73% degli intervistati è convinto che oggi i prezzi siano mediamente più alti rispetto al periodo pre-Covid e che quelli migliori si trovino più online che nei punti vendita fisici (48%). Il 59% ritiene che ci siano poche se non alcuna promozione. I consumatori interpellati hanno trovato qualche opportunità soprattutto per carburante (33%) e abbigliamento (25%).

ITALIANI PRONTI A "TUFFARSI" SUGLI INCENTIVI PUBBLICI. Una spinta importante ai consumi può giungere dagli incentivi. Il 95% degli italiani ha sentito parlare degli incentivi statali annunciati o messi in campo in questo periodo. Quasi 9 italiani su 10 conoscono il "bonus bici e monopattini" e poco meno (8 su 10) l'"Eco-bonus per ristrutturare casa". Solo la metà degli intervistati conosce quelli per l'acquisto di auto green. Nonostante gli incentivi siano percepiti come strumenti complessi per il 51% degli intervistati, il 57% pensa di utilizzarne almeno uno: 22% per il bonus bici, 31% per l'Eco-bonus ristrutturazione e il 14% per la rottamazione di auto e moto. Il 65% del campione è, inoltre, convinto che nuovi incentivi all'acquisto anche di auto Euro 6 a gasolio o benzina siano importanti per sbloccare il mercato delle quattro ruote, il 23% non li ritiene comunque sufficienti mentre solo il 12% pensa che il settore ne abbia già usufruito fin troppo in passato.

Findomestic Banca opera al servizio di oltre due milioni di clienti, ai quali si rivolge per proporre soluzioni di credito, assicurative, di risparmio e di daily banking grazie a conti correnti dedicati. 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@secrp.com - 338/6907474

VACANZE: 14% RINUNCIA PER COVID, 30% INDECISI, 22% NON HA ANCORA SCELTO LA META

Secondo l'Osservatorio Findomestic il 54% degli italiani andrà in vacanza, quasi il 10% in meno dello scorso anno. Per il 67% la spesa di queste vacanze, quasi esclusivamente "italiane", sarà mediamente come gli anni precedenti.

Se nel giugno 2019 il 65% degli italiani aveva già programmato le vacanze, quest'anno comunque il 54% ha già deciso di andarci mentre il 27% è ancora indeciso e il 14% rinuncia espressamente per paura del Covid-19. Sono i dati dell'Osservatorio Mensile Findomestic di luglio, realizzato dalla società di credito al consumo del gruppo BNP Paribas in collaborazione con Eumetra. Il 22% degli intervistati anche se ha già previsto di andare in vacanza non sa ancora dove.

Nel mese di giugno l'incremento maggiore delle intenzioni d'acquisto dell'Osservatorio mensile Findomestic è stato registrato proprio nel settore dei viaggi: +38,3% di propensione all'acquisto rispetto al mese di maggio, segno evidente della voglia di lasciarsi alle spalle il lockdown. Torna la voglia di girare e staccare un po' dalla routine, prima di un autunno quanto mai incerto.

Tra i vacanzieri il 67% prevede di spendere nel 2020 come negli anni passati, mentre il 25% spenderà di meno e solo l'8% spenderà di più. Tra chi partirà, l'89% ha come obiettivo l'Italia e ha scelto la Penisola in particolare per sostenere la nostra economia (53%), ma anche perché non vorrebbe avere "problemi sanitari" al di fuori dei confini nazionali (31%) o addirittura per timore di non essere gradito all'estero (14%). L'estero resta la meta prescelta per l'11% dei vacanzieri.

Sono in particolare gli abitanti del Nord-Ovest, specie i lombardi, a prevedere di spostarsi in altre regioni per trascorrere le proprie vacanze mentre al Sud si preferisce rimanere nella propria regione. Al Centro e nel Nord-Est si privilegeranno le regioni limitrofe.

Alberghi e villaggi turistici (34%) rimangono le strutture preferite dagli italiani per il soggiorno ma cresce la percentuale di chi mette nel mirino case in affitto (32%), B&B e agriturismi (21%), segno che si cerca un maggiore distanziamento sociale.

Nel Sud del Paese le abitudini in materia di vacanze non sono poi cambiate radicalmente a causa del Covid-19: qui si registra infatti la percentuale più alta di chi afferma che rimarrà in Italia come ha sempre fatto. Nel Meridione e nelle isole si registra anche il numero più alto di chi sostiene che sia meglio restare nel Belpaese per timore di trovarsi ad affrontare problemi sanitari all'estero. I Veneti, più degli altri, si sposteranno in auto per timore di tornare a viaggiare in treno o in aereo, mentre la vocazione turistica emiliano romagnola non viene smentita: è la regione che si dichiara più "pronta ad accogliere turisti da ogni destinazione". A partire dai Lombardi, che più di tutti avvertono la sensazione di non essere graditi all'estero.

Findomestic Banca opera al servizio di oltre due milioni di clienti, ai quali si rivolge per proporre soluzioni di credito, assicurative, di risparmio e di daily banking grazie a conti correnti dedicati. 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@secp.com - 338/6907474