OSSERVATORIO MENSILE FINDOMESTIC: CON IL NATALE ALLE PORTE CRESCONO LE INTENZIONI D'ACQUISTO PER TECNOLOGIA ED ELETTRODOMESTICI

Novembre senza variazioni nel confronto con ottobre per veicoli, casa e efficienza energetica. In negativo il settore tempo libero.

L'Osservatorio mensile Findomestic di dicembre, realizzato dalla società di credito al consumo del gruppo BNP Paribas in collaborazione con Doxa, evidenzia intenzioni d'acquisto in positivo per l'elettronica di consumo come TV e Hi-Fi (+1,3 punti percentuali), telefonia (+0,6) e computer e accessori (+0,7 p.p.). Se la volontà di acquistare un nuovo veicolo o una casa risultano sostanzialmente stabili, sono invece diminuiti i progetti di viaggi o vacanze (-1,2 p.p. rispetto a ottobre 2019 e -2,1 rispetto allo stesso mese dell'anno precedente).

Da ottobre non è cambiata la fiducia degli italiani nei confronti della situazione economica del proprio nucleo familiare, mentre la fiducia sulla situazione del Paese vede a novembre 2019 il segno meno avvicinarsi al mezzo punto percentuale (-0,4 p.p.) rispetto allo stesso periodo del 2018.

AUTO E MOTO SENZA VARIAZIONI. A novembre le intenzioni d'acquisto di auto nuove e e-bike sono rimaste stabili rispetto al mese precedente con una previsione di spesa media di 20.508 euro per un'auto nuova e 878 euro per una e-bike. In lieve calo, invece, quelle di auto usate (-0.5 p.p.). Nel comparto mobilità segno positivo solo per motocicli e scooter, in lieve ripresa (+0.4 p.p.) rispetto ad ottobre.

RISTRUTTURAZIONI IN CALO. Nel settore casa le intenzioni d'acquisto di case o mobili non hanno visto cambiamenti rispetto al mese precedente, mentre la volontà di impegnarsi in una ristrutturazione è in calo di 0,7 punti percentuali.

CRESCE LA VOGLIA DI TECNOLOGIA. Complice il "Black Friday" e "Cyber Monday", a novembre gli italiani si sono dimostrati intenzionati ad acquistare nuovi prodotti tecnologici, comparto che cresce rispetto a ottobre sia per la telefonia (+0,6 punti percentuali e 417 euro di previsione di spesa media), che per PC,accessori (+0,7) e tablet/e-book (+0,5). Le intenzioni d'acquisto di fotocamere e videocamere sono invece sostanzialmente stabili rispetto al mese precedente.

TV e Hi-FI IN FORTE CRESCITA. Gli effetti positivi del "Black Friday" e del "Cyber Monday" si estendono anche al comparto degli elettrodomestici: secondo l'ultimo Osservatorio Findomestic sono cresciute le intenzioni d'acquisto in particolare di TV e Hi-Fi di 1,3 punti percentuali rispetto al mese di ottobre con una spesa media prevista per questo tipo di prodotti di 570 euro. Segno più (0,5 p.p.) anche per i piccoli elettrodomestici che risentono della positiva onda lunga dei grandi elettrodomestici con intenzioni d'acquisto in aumento di 0,7 punti percentuali e una spesa media prevista di 793 euro.

EFFICIENZA ENERGETICA STABILE, MA CALANO INFISSI/SERRAMENTI. Le soluzioni per l'efficienza energetica non sono state a novembre, nel confronto con il mese di ottobre, un pensiero d'acquisto prioritario. La stabilità è il filo conduttore delle intenzioni d'acquisto di impianti fotovoltaici (+0,3

punti percentuali), stufe e caldaie (+0,5 p.p.) e impianti solari termici (+0,5 p.p.). In calo, invece, infissi e serramenti che a novembre fanno segnare un -0,9 p.p. rispetto al mese precedente.

NON CI SONO VIAGGI O VACANZE NEI PROGRAMMI DEGLI ITALIANI. A livello congiunturale il calo è netto (-1,2 punti percentuali) e a livello tendenziale* ancora più deciso (-2,1 p.p.): le intenzioni d'acquisto di viaggi e vacanze non crescono e rimangono distanti anche dai livelli di "stabilità" che invece contraddistinguono la volontà d'acquisto – rispetto al mese precedente - di attrezzatture e abbigliamento sportivo (+0,2 p.p.) e attrezzature per il fai-da-te (-0,5 p.p.).

RISPETTO A NOVEMBRE 2018 CASA E EFFICIENZA ENERGETICA IN POSITIVO. L'analisi tendenziale dell'Osservatorio Findomestic di dicembre evidenzia come le intenzioni d'acquisto siano cresciute rispetto allo stesso mese dell'anno precedente solo per il comparto casa e efficienza energetica. La propensione all'acquisto di auto nuove tocca i -1,3 punti percentuali e la telefonia -1,6. Rispetto a novembre 2018 calano i piccoli (-1,0 p.p.) e i grandi (-1,1) elettrodomestici così come crollano per il tempo libero "Viaggi e Vacanze" (-2,1 punti percentuali) e attrezzature e abbigliamento sportivo (-1).

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