

CONSUMI BENI DUREVOLI OLTRE 70 MLD: +2% SU LIVELLI PRE-PANDEMIA

Secondo l'Osservatorio Findomestic 2021 gli acquisti di beni durevoli crescono del 13,7% rispetto al 2020 superando i livelli del 2019. Spiccano le performance dei beni per la casa: elettronica di consumo +38%, elettrodomestici grandi +17,1% e mobili +16,1%. Grande protagonista la cucina con il boom di lavastoviglie (+33,1%), piani cottura (+64,5%) e friggitrice (+147,8%). I veicoli recuperano il 12,1% ma restano in ritardo del 4,5% sul 2019.

Con un'impennata dei consumi del +13,7% il mercato dei beni durevoli chiuderà il 2021 a quota 70,6 miliardi, vale a dire il 2% in più rispetto ai livelli pre-Covid. Secondo i dati della 28esima edizione dell'Osservatorio Findomestic, realizzato in collaborazione con Prometeia, l'incremento della spesa in durevoli si deve soprattutto alle performance dei mercati casa, con il mobile a +16,1% che recupera e supera i livelli pre Covid (+2,2%) e la tecnologia che con un nuovo incremento del 14,9% raggiunge un giro d'affari di gran lunga superiore al 2019 (+19,8%). Nel settore mobilità, invece, la ripresa del 12,1% non basta ad azzerare il gap accumulato durante l'emergenza sanitaria: il distacco sui valori pre-crisi è del 4,5%. Il risultato peggiore è quello delle auto nuove, che recuperano soltanto il 10,5%, mentre il segmento delle due ruote schizza a +22,5%. «La traiettoria espansiva dei durevoli risulta particolarmente positiva nel quadro dei consumi totali, che hanno uno scarto negativo del 6,6% sul 2019 - osserva Claudio Bardazzi, responsabile dell'Osservatorio Findomestic -. Dall'analisi dei segmenti di spesa traspare il rafforzamento di alcune dinamiche innescate dal fenomeno pandemico, che ha riportato al centro dei bisogni degli italiani la dimensione domestica, interpretata in chiave sempre più tecnologica e orientata al comfort. Lo spazio su cui si investe maggiormente è la cucina, come dimostra la crescita nella domanda di beni come friggitrice (+147,8%), piani cottura (+64,5%) e lavastoviglie (+33,1%)».

L'ANALISI REGIONALE. I mercati dei beni durevoli (veicoli, mobili e tecnologia) monitorati da Findomestic, società di credito al consumo del Gruppo BNP Paribas, registrano il balzo più ampio in Calabria con +17,4%, davanti a Molise e Sicilia con +16,2% e alla Basilicata con +16,1%. È la riscossa dei territori meridionali, che nel 2020 avevano patito in modo particolare le ricadute economiche dell'emergenza sanitaria e che nel 2021 beneficiano della maggiore spinta dei mercati auto nuova e motoveicoli, favoriti in questi territori dalla maggiore propensione a rinnovare un parco circolante più datato che altrove. Con una spesa complessiva di 13,9 miliardi, in aumento del 12,4%, la Lombardia rimane la regione con la maggiore incidenza in valore assoluto (19,6%) sui consumi dei durevoli, davanti al Lazio con 6,8 miliardi, al Veneto con 6,6 miliardi, all'Emilia-Romagna con 6,4 miliardi e al Piemonte con 6,2 miliardi. La regione con minor slancio all'acquisto è, invece, l'Umbria, dove il recupero dei consumi di durevoli non va oltre l'11,4%.

GLI ACQUISTI PER LA CASA.

L'Osservatorio Findomestic stima nel mercato dei beni per la casa una crescita del 15,5% rispetto al 2020 che consente all'aggregato di collocarsi su livelli superiori del +10,7% a quelli del 2019.

Mobili. Con un fatturato da 15,6 miliardi a fine 2021, il comparto dell'arredo riprende il suo percorso di crescita dopo la battuta d'arresto dello scorso anno. Il +16,1% è l'esito di una felice combinazione di fattori: l'andamento favorevole delle compravendite immobiliari, il sostegno di bonus legati a mobili e immobili e il consolidamento delle nuove abitudini domestiche emerse con la pandemia. La regione che fa segnare la crescita maggiore è il Piemonte con +18,6% (1,41 miliardi totali), mentre in Campania e in Sardegna l'espansione del mercato si ferma al +14,2%. Sempre più rilevante il ruolo dell'online: nel 2021 l'e-commerce di arredamento e home living aumenta del 18% raggiungendo una penetrazione del 13,3%.

Tecnologia consumer. L'altro grande comparto del settore casa sperimenta un incremento del 14,9% superando i 17 miliardi. Nell'ampio paniere della tecnologia consumer, il segmento più rilevante in valore è quello della telefonia, che con un incremento dell'11,6% sfiora i 6,1 miliardi grazie anche

al consistente contributo dell'e-commerce (+25,7%). Mentre gli smartphone - padroni del mercato - crescono dell'11,7%, a far registrare le performance migliori in termini percentuali sono i wearables: orologi, occhiali smart e altri dispositivi indossabili fanno segnare un balzo del 65,2%. Sul fronte degli elettrodomestici grandi, l'evoluzione positiva del mercato raggiunge i 3,6 miliardi con un +17,1%, sulla spinta dei bonus legati alle ristrutturazioni. Spiccano i risultati di prodotti da incasso (+62,4%) favoriti dalle riaperture dei negozi di arredo. Per quanto riguarda gli elettrodomestici piccoli, si consolida il trend positivo rilevato nel 2020: il +7,4% rilevato porta il giro d'affari oltre 1,8 miliardi. Emerge un buon contributo dei segmenti «cura della casa» e «preparazione del cibo»: tra i best performer figurano le friggitrice (+147,8%), le bilance pesapersona (+39,2%) e le macchine per il caffè (+25,5%). Anche l'Information Technology, che nel 2020 aveva spiccato il volo sull'onda dell'implementazione di Smart Working e Dad, continua a vivere una fase di espansione con un +6,6% che porta il valore complessivo del comparto a 2,7 miliardi. Il maggior tempo trascorso in casa spinge in particolare gli acquisti di dispositivi per il gaming (+35,1%), monitor (+20,3%) e tablet (+29,9%). Infine, l'elettronica di consumo conferma uno slancio straordinario proiettandosi a quota 2,7 miliardi grazie al +38% previsto dall'Osservatorio Findomestic. Nel 2021 l'importante sviluppo delle vendite è stato sostenuto da grandi eventi sportivi, switch off e bonus Tv. Non a caso i risultati migliori riguardano decoder (+263,5%), accessori per le Tv digitali (+60,4%) e televisori (+48,8%). Una spinta importante arriva anche dalle vendite online che, con un incremento del 13,6% (inferiore solo a quello registrato nella telefonia) arrivano a sfiorare un'incidenza del 18%.

IL SETTORE DELLA MOBILITA'

A fine anno la spesa delle famiglie nel settore della mobilità risulterà inferiore del 4,5% rispetto ai livelli pre-Covid, nonostante un rimbalzo del 12,1% nell'ultimo anno: la filiera dell'automotive, malgrado il sostegno degli ecoincentivi, rimane in sofferenza anche a causa della carenza di microchip e componenti elettroniche che perdura da mesi.

Auto nuove. Il comparto in maggiore difficoltà è quello delle auto nuove con poco più di 1 milione e 500 mila immatricolazioni nel 2021 tra privati e aziende (1.514.359) che corrisponde a un +8,6% rispetto al 2020, ma in calo del 21,5% sui livelli 2019. La spesa delle famiglie italiane nel segmento del nuovo si assesta a 16,7 miliardi contro gli oltre 18 miliardi registrati due anni fa. A livello regionale l'andamento del mercato risulta profondamente disomogeneo: la forbice è compresa fra il +31,7% della Valle d'Aosta e il +4,1% della Lombardia e dell'Emilia-Romagna.

Auto usate. L'introduzione di incentivi all'acquisto di auto usate non è bastata a riportare le compravendite sui livelli pre-Covid anche se il segmento soffre meno rispetto al "nuovo": il giro d'affari complessivo della spesa delle famiglie italiane per l'usato è cresciuto nel 2021 del 12,5% per 19,1 miliardi complessivi. I passaggi di proprietà sono stati quest'anno oltre 2,7 milioni, in aumento del 10,9% sul 2020 ma ancora indietro del 4,7% sul 2019. A condizionare il mercato sono la limitatezza del bacino di auto interessate dagli incentivi, la scarsa disponibilità di modelli e i prezzi medi in accelerazione. Anche nell'usato è la Valle d'Aosta la regione con il maggiore incremento passaggi di proprietà (+14,1%), mentre in fondo alla classifica si trovano Campania e Friuli-Venezia Giulia (+9%).

Due ruote. Raggiunge la soglia dei 2 miliardi la spesa delle famiglie italiane per i motoveicoli, vale a dire +22,5% sul 2020 e +14,1% sul 2019. Il boom è determinato principalmente dalla diffusa rinuncia all'utilizzo dei mezzi di trasporto pubblico per il rischio di contagio e dalla crescita dell'appeal di moto e scooter ibridi o elettrici, interessati da sostanziosi ecoincentivi. L'analisi regionale evidenzia la top performance del Lazio con +33,7% di pezzi venduti; fanalino di coda, invece, è il Trentino-Alto Adige con +5,3%.

CREDITO AL CONSUMO

In un quadro di accelerazione degli acquisti di beni durevoli, il credito al consumo fa registrare un'importante ripresa: secondo le rilevazioni Assofin, nella finestra temporale gennaio-ottobre il mercato ha recuperato il 16,6% sullo stesso periodo del 2020. "In questo contesto, Findomestic ha reagito alla crisi meglio della media del mercato facendo registrare un +23,7% - evidenzia Gilles Zeitoun, Amministratore Delegato e Direttore Generale di Findomestic - Merito, anzitutto, dell'estrema flessibilità dell'offerta della nostra società che ha permesso ai clienti di trovare nella nostra gamma il prodotto con le funzionalità più consone alle proprie esigenze". Anche in relazione all'andamento del 2019, la società di credito al consumo del Gruppo BNP Paribas conferma un rimbalzo più marcato rispetto alla media con un gap, ad ottobre, limitato all'1,8% rispetto al -9,8% del mercato.

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 Newgate Italia

via Ferrante Aporti, 8 – Milano

Angelo Vitale – vitale@secnewgateitalia.it - 338/6907474