

## CONSUMI: CASA OK (+2,6%) MA MOTORI KO (-6,2%), DUREVOLI A 69 MLD

***La XXIX edizione dell'Osservatorio Findomestic stima un calo annuo in valore del 2% dei consumi di beni durevoli che tornano a 69,1 miliardi di euro come nel 2019. Gli italiani si rifugiano nella dimensione domestica e acquistano soprattutto mobili, elettrodomestici e prodotti di telefonia. Bene i motocicli che crescono del 2,7%. Toscana e Lombardia sono le regioni in cui il mercato resiste meglio.***

Gli acquisti per la casa (+2,6%) tengono a galla il mercato dei beni durevoli compensando, almeno in parte, il crollo del settore motori (-6,2%): secondo i dati dell'Osservatorio Findomestic 2022, realizzato dalla società di credito al consumo del Gruppo BNP Paribas in collaborazione con Prometeia, la spesa delle famiglie in beni durevoli a fine anno toccherà quota 69,1 miliardi di euro con una contrazione del 2% rispetto al 2021, attribuibile ad una riduzione dei volumi (-7.6%) solo parzialmente compensata dalla crescita dei prezzi (+6.1%). Le migliori performance si registrano nel comparto della telefonia, con un'impennata del giro d'affari del 7,1% grazie all'incremento record dei prezzi dell'11%, e in quello dei mobili, con un incremento del 4,8% favorito da un'inflazione al 7% ; crescono anche gli elettrodomestici: +4,4% i grandi e +2,2% i piccoli, anche in questo caso grazie alla dinamica crescente dei prezzi che compensa la flessione dei volumi. L'unica voce positiva nel campo della mobilità riguarda i motoveicoli, in aumento del 2,7%. Risultano in calo, invece, gli altri capitoli di spesa: -3,4% le auto usate, -7,2% l'information technology, -10,6% le auto nuove (domanda dei privati) e -12,2% per Tv/Hi-Fi.

**“CASA DOLCE CASA”.** “Gli italiani hanno reagito all'emergenza inflazione e al clima di incertezza investendo sulla dimensione domestica, come già accaduto nel 2020 e nel 2021 sull'onda della crisi pandemica – commenta **Gilles Zeitoun, Amministratore Delegato e Direttore Generale Findomestic Banca** -. I beni legati alla casa raggiungeranno, secondo le nostre stime, un valore di 34 miliardi, a un passo dai 35 miliardi del mondo dei motori. Il ripiegamento verso la sfera familiare emerge anche dall'analisi relativa ai primi nove mesi dell'anno dei trend nei segmenti chiave che restituiscono l'immagine della casa come ambiente-rifugio: il +8,9% dei frigoriferi, il +14,1% dei piani cottura, il +18,8% dei mobili da salotto, il +26,4% dei filtri per l'acqua e il 49,5% delle friggitrice raccontano di una rafforzata centralità della cucina e del soggiorno, irrinunciabili comfort zone di uno spazio domestico sempre più multifunzionale. Tutti i mercati dei beni durevoli, fatta eccezione per i motoveicoli, chiuderanno l'anno con una flessione dei volumi di vendita – evidenzia **Claudio Bardazzi, Responsabile dell'Osservatorio Findomestic**. Una flessione controbilanciata dalla dinamica inflattiva che riuscirà a portare in territorio positivo il valore dei comparti del mobile e della tecnologia ma non quello dell'auto.

**L'ANALISI REGIONALE.** Secondo Findomestic, che rimane leader nel mercato del credito al consumo in Italia, le regioni che evidenziano una migliore tenuta rispetto all'andamento negativo generalizzato sono la Toscana, con un calo dello 0,7% rispetto al 2021 per 5,1 miliardi complessivi di spesa, e la Lombardia, che contiene la flessione allo 0,9% e resta la regina dei consumi con 13,7 miliardi totali. Fanalini di coda sono, invece, la Basilicata (-5% per 500 milioni), le Marche (-3,9% per 1,7 miliardi) e

la Calabria (-3,7% per 1,6 miliardi) insieme al Veneto, che nonostante il -3,6% si conferma la terza "forza" in Italia con un fatturato di 6,3 miliardi. Il quadro cambia parzialmente se si considera la spesa media per famiglia: nel 2022 troviamo in testa il Trentino-Alto Adige (3.308 euro), con Toscana (3.076 euro) e Emilia-Romagna (3.074) quasi appaiate al secondo posto. Ultima è la Campania (2.016 euro medi per famiglia), preceduta da Calabria (2.038 euro) e Basilicata (2.055).

**LA CASA È "SOLIDA"**. Nell'universo casa, i mobili crescono in valore del 4,8% (grazie ad un incremento dei prezzi medi del 7% e nonostante un calo dei volumi del 2,1%) e toccano i 16,82 miliardi di fatturato, sfiorando così i 17,15 miliardi della tecnologia consumer, che non va oltre il +0,6%: in un anno il gap tra i due comparti si è ridotto da 1 miliardo a 300 milioni di euro, secondo i dati dell'Osservatorio Findomestic. Oltre ai mobili da soggiorno (+18,8%) e da cucina (+7,8%), dopo i primi tre trimestri, risultano in forte espansione quelli da ufficio (+40,4%) sotto la spinta delle dotazioni domestiche per lo smart working, per molti ancora da perfezionare. Più in generale, il comparto del mobile resta favorito dalle agevolazioni fiscali e dal traino al rinnovo degli ambienti domestici indotto dalla riqualificazione energetica degli immobili. A livello regionale, lo sviluppo più ampio si rileva in Liguria (+5,7%), in Abruzzo e in Friuli-Venezia Giulia (entrambi + 5,5%). Nella tecnologia consumer, la telefonia rafforza la propria leadership rasentando i 6,4 miliardi in valore grazie a un balzo del 7,1% nel quale il +11% dei prezzi si incrocia al -3,5% dei volumi. Protagonisti indiscussi del comparto, a tutto settembre, sono gli smartphone che rappresentano circa l'84% del giro d'affari della telefonia: se ne comprano meno (-4,7% in volumi) ma si pagano di più (+7,3% di inflazione), per un giro d'affari in crescita del 2,2%.; positivo anche l'andamento dei dispositivi indossabili (+10,2%) e dei supporti per i device (+15,4%). La regione "scalatrice" del comparto è l'Umbria con +17,9% rispetto allo scorso anno, mentre in coda troviamo la Basilicata con +2,6%. Sul fronte degli elettrodomestici, il fatturato dei grandi sale del 4,4% (3,96 miliardi), sostenuto dal +9% dei prezzi che compensa la flessione del 4,2% dei volumi di vendita, mentre il giro d'affari dei piccoli aumenta del 2,2% (1,91 miliardi) con un calo dei volumi contenuto a -1,8% e un'inflazione al 4,1%. Si ferma quest'anno la "cavalcata" delle asciugatrici, che perdono a settembre oltre un quinto del mercato (-21,1%) rispetto all'anno precedente. Non sorprende, invece, il +26,4% dei filtri per l'acqua, eloquente segnale dello stop alla plastica nelle abitudini domestiche. A livello regionale, in evidenza per gli elettrodomestici l'Umbria (+6,3%), la Toscana (+5,7%) e il Lazio (+5,5%); il risultato peggiore tocca al Veneto (+2,1%). L'information technology sconta la corsa all'acquisto degli ultimi due anni e concluderà il 2022 a 2,44 miliardi con una flessione del 7,2% in valore e del 12% in volume. "In maniera analoga agli altri comparti dei beni durevoli – spiega **Claudio Bardazzi, Responsabile Osservatorio Findomestic** - i rincari dei costi dei componenti e della logistica e le difficoltà di approvvigionamento dei produttori hanno sostenuto un incremento dei prezzi che ha raggiunto il 5.5%. Un incremento che in questo settore non è sufficiente a contenere il calo dei volumi di vendita" Se dopo i primi nove mesi dell'anno i computer fissi perdono il 18,8% e i monitor il 13,1%, di segno opposto è la performance dei dispositivi per il gaming, in crescita del 3,2%. La Basilicata limita le perdite a -4%; il Veneto è ultimo con un -9,9%. L'elettronica di consumo (Tv/Hi-Fi) vede deteriorarsi il proprio mercato del 12,2% arretrando a quota 2,43 miliardi anche a causa del crollo dei prezzi del 10,2%. Sull'evoluzione del settore pesa la dinamica delle vendite dei televisori (-2,9% dopo i primi nove mesi), che valgono l'84% del fatturato complessivo. "La sostituzione delle tv – ha aggiunto Bardazzi - è avvenuta in gran parte nella prima fase dello switch off (non a caso nel 2021 il segmento aveva chiuso a +42,3%), mentre ora le famiglie sono orientate essenzialmente all'acquisto di decoder (+62,6%) per ragioni di ordine economico".

**MOTORI: "GIOIA DUE RUOTE, DOLORI AUTO"**. La flessione del 6,2% del settore motori è l'esito del -11,5% dei volumi di vendita combinato al +6% dei prezzi. All'interno del comparto, si allarga a 4

miliardi di euro la forchetta tra usato e nuovo: a fine 2022, secondo le proiezioni dell'Osservatorio Findomestic, le auto di seconda mano perderanno il 3,4% assestandosi a quota 18,58 miliardi, mentre quelle di nuova immatricolazione acquistate dai privati toccheranno il record negativo di -10,6% sprofondando a 14,45 miliardi. A livello regionale, l'usato tiene meglio in Val d'Aosta (-1,1%), mentre il nuovo ammortizza la caduta in Lombardia (-6,5%) che vale da sola 3,2 miliardi, oltre un quinto dell'intero segmento.

In controtendenza, nel settore mobilità, il comparto delle due ruote, che dà seguito all'accelerazione avviata nella fase post-pandemica e fa registrare un fatturato annuo di 2,12 miliardi con una crescita del 2,7%. "Il risultato – spiega il responsabile dell'Osservatorio Findomestic - è essenzialmente espressione dei nuovi trend legati, da un lato, all'opportunità di spostamento senza rischi di contagio e, dall'altro, all'emergente sensibilità verso il tema della sostenibilità ambientale, come testimonia il boom dei ciclomotori elettrici". A incassare le migliori performance sono le regioni in cui il clima è tendenzialmente più mite, in testa la Sardegna con uno straordinario +17,5% seguita dalla Basilicata (+11,3%) e dall'Umbria (+11,2%).

**E-COMMERCE: CRESCONO TELEFONIA E MOBILI.** Anche l'e-commerce risente inevitabilmente del contesto di forti tensioni inflazionistiche e di elevata incertezza. Le performance, tuttavia, si mantengono superiori a quelle della rete di vendita fisica. A consuntivo del 2022 si stima la dinamica più vivace per i settori della telefonia (+27,9%), dei mobili (+12%) e dei piccoli elettrodomestici (+8,9%); seguono grandi elettrodomestici e Information Technology con tassi di crescita inferiori al 2% (rispettivamente +1,7% e +1,5%). In calo, invece, gli acquisti on line del settore Tv/Hi-Fi (-4,3%), che risente di un generalizzato ripiegamento delle vendite, dopo i picchi del 2022. In termini di incidenza delle vendite totali, nel 2022 l'on line si conferma più rilevante nei comparti dei piccoli elettrodomestici (37,3%) e dell'IT (31,4%) ma è interessante osservare come incida sempre di più (14,5% nel 2022) in un mercato per tradizione «fisico» come quello del mobile.

*Findomestic Banca opera al servizio di oltre tre 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 – [angelo.vitale@secnewgate.it](mailto:angelo.vitale@secnewgate.it) - 338/6907474