

PER L'AUTUNNO GLI ITALIANI SI "RIFUGIANO" NELLA CASA: +40% INTENZIONI D'ACQUISTO

Secondo l'Osservatorio mensile Findomestic di settembre molti italiani nei prossimi tre mesi pensano di acquistare un'immobile nuovo, e, per contrastare il caro energia, renderanno le loro case più efficienti con fotovoltaico, pompe di calore e nuovi elettrodomestici a basso consumo. Rispetto al mese precedente, le intenzioni d'acquisto aumentano del 9,8% con segnali positivi dal comparto mobilità e tecnologia. Cresce il timore per il possibile stop delle forniture.

Il comparto "casa" traina il rialzo, quasi a doppia cifra, delle intenzioni d'acquisto (+9,8%) rilevate dall'Osservatorio Findomestic di settembre, realizzato dalla società di credito al consumo del gruppo BNP Paribas in collaborazione con Eumetra. A fine agosto gli Italiani che hanno manifestato l'intenzione di acquistare nuove case sono aumentati del 40,2% rispetto a luglio avvicinandosi ai livelli massimi toccati lo scorso giugno, ma cresce anche l'interesse a migliorare quella che hanno già: sono soprattutto i progetti per rendere più efficienti le proprie abitazioni contro il caro-energia a dare la spinta: fotovoltaico (+32,6%, ai massimi livelli degli ultimi 12 mesi), pompe di calore (+17,4%), grandi e piccoli elettrodomestici (rispettivamente +10,4% e +9,7%), infissi (+9,2%) e caldaie a condensazione o biomassa (+4,1%). L'ambiente domestico si può migliorare anche grazie a nuovi mobili (+12,6% di intenzioni d'acquisto) o acquistando una nuova TV, segmento che si conferma su livelli alti grazie all'effetto switch-off con un incremento del 12%. Solo i lavori di isolamento termico sono in controtendenza: -3,9%.

*"La rilevazione che abbiamo condotto negli ultimi giorni di agosto - commenta **Claudio Bardazzi, Responsabile Osservatorio Findomestic** - evidenzia come, nonostante le difficoltà del contesto, gli italiani non rinunciano a progettare acquisti importanti per l'autunno. Le paure più grandi rimangono la crescita dei prezzi (50%) e il rischio recessione per il Paese (43%) ma registriamo una crescita sensibile del timore che non sia garantita la fornitura energetica nel prossimo autunno (per il 26% è una delle ansie principali contro il 18% di luglio)".*

NUOVO SLANCIO PER MOBILITA' E TECNOLOGIA, MA STOP VIAGGI CON LA FINE DELL'ESTATE. Dopo la flessione rilevata a fine luglio, i dati dell'Osservatorio Findomestic evidenziano nell'ultimo mese un ritorno in positivo delle intenzioni d'acquisto di auto nuove (+10,5% in generale, +49% per le elettrificate), usate (+2,8%) e motoveicoli che fanno registrare un incremento del 16,3%. Torna a crescere anche la voglia di e-bike (+9,5%) mentre i monopattini elettrici cedono il 10,5%. Fine estate molto positiva per il comparto tecnologico con i livelli di propensione all'acquisto più alti dell'ultimo anno per telefonia (+8,3%, il 35% del campione pensa di acquistare un nuovo telefono nei prossimi 3 mesi), PC e accessori (+9,5% e 30,2%) e tablet/e-book (+16,4%, 22,5% del campione). Andamenti contrastanti nel settore "Tempo libero": in ripresa le intenzioni d'acquisto di attrezzatura sportiva (+18,3%) e fai-da te (+6,6%), in fisiologico calo (-18,2%) a fine estate il settore "viaggi e vacanze".

DOPO LUGLIO L'E-COMMERCE SCAVALCA NUOVAMENTE IL NEGOZIO, ANCORA PREFERITO PER SPESA QUOTIDIANA, ELETTRODOMESTICI, MOBILI E AUTO. Dopo l'exploit di luglio in cui il 61% del campione ha dichiarato di preferire generalmente acquistare nei negozi piuttosto che online (39%), in agosto l'Osservatorio Findomestic ha registrato una nuova inversione di tendenza con una prevalenza dell'online (57%) rispetto al punto vendita fisico (43%). Entrando nello specifico delle

diverse categorie merceologiche ci sono, tuttavia, acquisti per i quali gli italiani non possono fare a meno del negozio fisico: l'89% va in concessionario per acquistare auto e moto, l'85% fa la spesa quotidiana in negozio e l'83% compra i mobili sul punto vendita fisico. Decisamente "più digitalizzati" i mercati dei beni tecnologici: se per comprare grandi elettrodomestici la preferenza è ancora verso il negozio (70% contro 30%), per i piccoli il campione è diviso esattamente a metà, così come per i prodotti informatici. Per telefonia e accessori c'è addirittura un leggero vantaggio dell'online sul negozio (53% contro 47%). Secondo l'indagine di Findomestic, il consumatore cerca oggi sia in negozio che sul web soprattutto offerte e convenienza ma, se dal punto vendita fisico si aspetta subito dopo qualità e assistenza da parte del personale, dall'online pretende servizi e consegna veloci e flessibili, un sito facile da usare, ampia scelta e un'efficace gestione della privacy.

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 – vitale@secnewgateitalia.it - 338/6907474