

OSSERVATORIO FINDOMESTIC: CON LA PANDEMIA BOOM DELLA PAY TV SUPERIORE A QUELLO DEI PC

Secondo le rilevazioni di fine febbraio meno di 3 italiani su 10 pensano che la campagna di vaccinazione finirà entro l'estate. Il 47% delle famiglie è ancora alle prese con DAD e smartworking ma 8 su 10 ritengono che la propria abitazione non sia pienamente funzionale: il 36% sogna un angolo della casa attrezzato, il 34% vorrebbe una sedia ergonomica. Le intenzioni d'acquisto tornano a crescere.

Dall'inizio dell'emergenza Covid-19 sono più gli italiani che hanno acquistato l'abbonamento di una pay tv (23% del campione intervistato) di quelli che si sono dotati di un PC (15%): ormai c'è almeno una televisione a pagamento in ogni famiglia (1,4). I dati dell'Osservatorio Mensile Findomestic di marzo, realizzato dalla società di credito al consumo del gruppo BNP Paribas in collaborazione con Eumetra evidenziano come oltre 6 italiani su 10 (65%) hanno acquistato almeno un dispositivo tecnologico nell'ultimo anno: più di coloro che hanno acquistato una pay tv sono solo quelli che hanno investito in un nuovo smartphone (27%), il "re" incontrastato delle dotazioni tecnologiche nel nostro Paese con una media di quasi 3 apparecchi per famiglia. La voglia di "evadere" dalla routine domestica e di regalarsi un po' di intrattenimento a casa alternativo a quello negato fuori (teatri, cinema, concerti, stadio ecc) si esprime anche nel 13% di chi dice di aver acquistato nell'ultimo anno una smart TV e nel 9% di chi afferma di aver comprato uno smart speaker. Più di tre intervistati su 10 erano già tecnologicamente pronti per affrontare la pandemia e non hanno speso in elettronica.

MEDIA 2,5 SMARTPHONE A FAMIGLIA MA SOLO LA META' DELLE CASE HA UNA CONNESSIONE VELOCE. Se il 43% del campione interpellato possiede in famiglia 3 o più smartphone, il 45% risulta invece sprovvisto di una connessione veloce (adsl o fibra). Ogni famiglia ha mediamente un PC (1,6 in media), una Smart TV (1,1), un tablet (1,0) e una stampante (1,0). Ma se il 7% degli intervistati dichiara di avere 3 o più smart tv connesse alla rete di casa, uno su quattro (26%) non ce l'ha ancora. Quadro simile per i tablet: il 7% ne ha 3 o più, il 30% neanche uno. Sempre più diffusi gli smart speaker (0,6 di media a famiglia), strumento di svago e distrazione a costi accessibili per chi è costretto a restare a casa. Più alta la quota media dei monitor (0,9 a famiglia): in tempi di lavoro e didattica da casa il 63% può contare su almeno uno di questi dispositivi.

PER DAD E SMARTWORKING MANCANO SPESSO STRUMENTI E COMODITA'. Dall'inizio della pandemia il 70% del campione ha vissuto in famiglia l'esperienza dello smartworking e della didattica a distanza, il 44% la sta vivendo ancora adesso. Dopo un anno di emergenza Covid-19 e "reclusione" domestica per l'81% manca qualcosa che consenta di lavorare e studiare da casa in maniera confortevole: si avverte specialmente la mancanza di un angolo dedicato come uno studio (36%) o di una sedia ergonomica (34%). La velocità della connessione è fondamentale in questo contesto, ma rappresenta un problema per il 29% di chi ha lavorato o studiato da casa così come la mancanza di una scrivania (18%) o addirittura di un PC (16%). Chi a casa è alle prese con smartworking o DAD mette in cima alla lista della spesa per i prossimi mesi una seduta più comoda (il 15% ha intenzione di acquistarne una) e una connessione veloce (la prossima spesa per il 12% degli intervistati). Al terzo posto (8%) si pensa alla realizzazione di un piccolo studio o di uno spazio dedicato al lavoro con mobili adatti.

LE ZONE GIALLE DI FEBBRAIO AVEVANO RIAVVICINATO I CONSUMATORI AI NEGOZI. Da dicembre a oggi, complici le zone gialle delle scorse settimane, i negozi recuperano 4 punti percentuali nell'indice delle preferenze dei consumatori: sale al 49% (+4 punti percentuali in 3 mesi) la quota di chi preferisce il punto vendita fisico mentre si riduce al 51% quella di chi mette al primo posto l'e-commerce. Non a caso chi oggi dichiara di acquistare su Internet di più rispetto al pre Covid passa dal 44% di novembre 2020 al 33% di fine febbraio 2021. Sul fronte consumi ci sono segnali di ottimismo: diminuiscono dal 53 al 47% gli intervistati che dichiarano di spendere meno rispetto alla fase pre-Covid: il 21% stringe i cordoni della borsa solo per una questione di prudenza e cautela in tempi di incertezza, il 6% per risparmiare, il 4% perché ha meno occasioni

per spendere mentre il 16% è costretto a tagliare le spese perché la situazione economica è peggiorata. Salgono di 6 punti percentuali al 46% coloro che spendono come prima mentre un 7-8% del campione dichiara di spendere pure più di prima.

TROPPIA INCERTEZZA PER PROGRAMMARE LE VACANZE ESTIVE. Con il 51% di intervistati convinti che ci trascineremo l'emergenza sanitaria fino alla fine dell'anno e il 29% che pensa che ci dovremo convivere anche oltre, il 67% degli intervistati dell'Osservatorio Findomestic aspetta di vedere cosa succederà nei prossimi mesi e non sa ancora se d'estate si concederà una vacanza. Il resto del campione si divide tra i più ottimisti che hanno addirittura già deciso o prenotato una vacanza estiva (16%) e il 17% che esclude, ad oggi, l'ipotesi di un viaggio.

IN LIEVE CALO LA PROPENSIONE AL CREDITO AL CONSUMO, MA È IN CRESCITA IL PRESTITO PERSONALE. A fine febbraio 2021 il 45% degli intervistati si è detto propenso all'idea di acquistare un bene a rate (era il 51% a fine gennaio). Tra questi la soluzione prediletta resta quella del finanziamento sul punto vendita (55%). Cresce la scelta del prestito personale, passata dal 31% al 34% negli ultimi 30 giorni. E, contrariamente a quanto si potrebbe pensare, il pagamento rateale si sceglie più per convenienza e per approfittare di promozioni (43%), come un tasso zero, piuttosto che per necessità (36%). Il 27%, invece, ricorre al credito al consumo per non intaccare il risparmio e il 20% semplicemente perché lo ritiene come uno strumento comodo di pagamento.

INCENTIVI E BELLA STAGIONE SPINGONO LE INTENZIONI D'ACQUISTO. Tra gennaio e febbraio 2021 la propensione all'acquisto degli italiani è salita mediamente del 5% con la spinta più consistente proveniente dal settore dell'efficienza energetica che beneficia dell'eco-bonus governativo al 110%: +29,7% per le intenzioni d'acquisto di **impianti solari termici**, +23,3% per **stufe e caldaie** e + 19,4% per gli **impianti fotovoltaici**. La bella stagione, gli incentivi e la prospettiva di nuovi lockdown alimentano le intenzioni di **ristrutturare casa** (+9,8%) magari anche cimentandosi con il **fai-da te** (+6,8%). Ne beneficia il settore dell'**arredo** (+ 18,8%). In crescita pure **infissi e serramenti**: +10,8% nell'ultimo mese. Con gli incentivi governativi **l'auto nuova** non perde terreno (intenzioni d'acquisto a +5,4%) contrariamente all'**usato** (-12,4%) e, con la primavera in arrivo, torna in positivo il segmento **moto e scooter** (+1,5% rispetto a gennaio). In positivo anche **attrezzature sportive e e-Bike** (+2,8%), **Tv e Hi-fi** (+2,5%) e **viaggi** (+1,9%) tra speranza e illusione. Male, invece, **PC e accessori** (-21,6%) e **tablet/e-book** (-2,4%). Gli italiani si sono già sufficientemente attrezzati con le dotazioni tecnologiche necessarie per affrontare scuola e lavoro a distanza e per ora non pensano di acquistarne nuove. In negativo anche la propensione all'acquisto di **elettrodomestici grandi** (-3%).

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

via Ferrante Aporti, 8 – Milano

Angelo Vitale – vitale@segrp.com - 338/6907474