

PER 8 ITALIANI SU 10 NON È UN BUON MOMENTO PER GLI ACQUISTI, 7 SU 10 LI RIMANDANO

Secondo l'Osservatorio Findomestic di aprile le intenzioni d'acquisto sono in calo del 7,8%, il dato più basso degli ultimi 12 mesi. In positivo solo attrezzature sportive, caldaie, viaggi, tablet, attrezzature fai da te e ristrutturazioni.

Secondo i dati rilevati dall'Osservatorio Mensile Findomestic (Gruppo Bnp Paribas) di aprile* quello attuale non è un buon momento per fare acquisti per quasi 8 italiani su dieci (il 78% del campione intervistato), il record negativo dell'ultimo anno. L'inflazione, che rimane ancora la principale preoccupazione degli italiani (per quasi 6 su 10), unita al calo del potere d'acquisto (al secondo posto tra le preoccupazioni più avvertite), continua a frenare la propensione all'acquisto a 3 mesi: -7,8%, anche in questo caso il livello più basso registrato da aprile dello scorso anno. *“Far quadrare il bilancio familiare – commenta **Claudio Bardazzi, Responsabile Osservatorio Findomestic** – rappresenta oggi un problema per il 38% delle famiglie, un dato stabile rispetto al mese scorso anche se in lieve miglioramento rispetto a gennaio e dicembre”.*

IL 68% RIMANDA I PROGETTI D'ACQUISTO, IL 38% AVREBBE LE RISORSE MA ATTENDE MOMENTI MIGLIORI. Dall'Osservatorio mensile Findomestic di aprile emerge come solamente il 9% degli italiani – quelli con maggiori problematiche economiche - rinunciano a progettare acquisti importanti. Il 68%, invece, ha progetti ma li rimanda a tempi migliori: il 30% perché dichiara di non avere risorse sufficienti ma la maggior parte solo perché influenzata dall'incertezza del momento. C'è, infine, un 23% del campione che dichiara di avere progetti e di realizzarli serenamente. *“Chi continua a desiderare di acquistare beni importanti e non ha smesso di progettare – ha aggiunto **Claudio Bardazzi** - potrebbe tornare a spendere a patto che l'acquisto garantisca vantaggi concreti, soprattutto in termini di risparmio a medio-lungo termine (34%) oppure, più semplicemente, che rappresenti un miglioramento, una semplificazione della propria vita (28%)”.*

QUEI PRODOTTI CHE HANNO CAMBIATO LA VITA QUOTIDIANA. Secondo la rilevazione Findomestic non tutti i prodotti introdotti negli ultimi anni sul mercato “hanno cambiato” la vita degli italiani, hanno rappresentato una piccola o grande svolta per chi li ha acquistati: *“Ad ottenere livelli di soddisfazione superiori al 50% - spiega **Bardazzi** - sono l'asciugatrice, le auto di nuova generazione, i pannelli solari, ma soprattutto l'aspirapolvere elettrico e la friggitrice ad aria. Ci sono però anche prodotti di ultima generazione che non migliorano la vita, che non soddisfano pienamente chi li acquista. E quando questo accade, quando il consumatore non ottiene dalla spesa quel ritorno pratico o emozionale sperato, in tempi di incertezza, tenderà a rinviare l'acquisto successivo il più a lungo possibile.”*

LE ULTIME TECNOLOGIE ATTRAGGONO, MA DEVONO GARANTIRE VANTAGGI CONCRETI. *“La maggioranza dei nostri intervistati (il 60%) – conclude **Bardazzi** – si dice curiosa, aperta e interessata nei confronti della tecnologia, anche quella più spinta (AI, robot, visori, auto a guida autonoma e sempre più connesse, ecc.), ma quando si tratta di dire se vale la pena spendere di più per gli ultimi ritrovati della tecnologia quella maggioranza diventa minoranza, anche se riscata. Il 53%, spesso perché deluso dall'acquisto di una tecnologia che si è rivelata inutile, si dice contrario a spendere di*

più per prodotti con tecnologie innovative semplicemente perché non crede nel ritorno dell'investimento".

INTENZIONI D'ACQUISTO: RECORD NEGATIVI DELL'ULTIMO ANNO PER AUTO NUOVE, MOTOVEICOLI, TELEFONIA, SERRAMENTI, ISOLAMENTO TERMICO E FOTOVOLTAICO. La propensione all'acquisto degli italiani per i prossimi 3 mesi ha perso il 7,8% negli ultimi 30 giorni attestandosi al livello più basso da aprile 2023. A trascinare in negativo l'indice monitorato dall'Osservatorio Findomestic, sono in particolare i prodotti per l'isolamento termico (-28,4%), i motoveicoli (-27%), gli infissi e i serramenti (-24,2%) e le pompe di calore (-21,3%). Flessioni marcate anche nel settore della mobilità alternativa: le e-bike perdono il 15,8%, i monopattini il 6,1%. Non va meglio per il segmento delle auto nuove (-13,9%) e delle auto usate (-8%). Tranne i tablet (+3,8%), gli altri segmenti della tecnologia sono tutti in negativo: telefonia (-12%), PC (-7,7%), TV (-5,6%) e fotocamere (-4,2%). Si allineano al trend negativo anche i mobili (-6,5%) e gli elettrodomestici (grandi -1,2% e piccoli -4,2%). Beneficiano dell'arrivo della primavera, invece, le ristrutturazioni domestiche (+2,9%), il fai-da-te (+3,6%), i viaggi (+5,5%) e soprattutto il segmento delle attrezzature e abbigliamento sportivi (+19,3%). In positivo anche la propensione all'acquisto di caldaie a condensazione e biomassa: +11,1%.

**L'indagine è stata realizzata in collaborazione con Eumetra e Research Dogma con interviste effettuate tra il giorno 3 e 5 aprile 2024.*

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 - 338/6907474