

L'Osservatorio

Findomestic - Consumi

2013

**I MERCATI DEI BENI
DUREVOLI E LE NUOVE
TENDENZE DI CONSUMO**



L'Osservatorio

Findomestic - Consumi

2013

**I MERCATI DEI BENI
DUREVOLI E LE NUOVE
TENDENZE DI CONSUMO**

Periodico annuale
Edizione 2013

Direttore responsabile
Marina Beccantini

Direttore
Stefano Martini

Redazione
Claudio Bardazzi

Realizzazione
Ubimaior Srl

Foto
Shutterstock
Fotolia
Corbis Images
Getty Images

Proprietario ed Editore
Findomestic Banca S.p.A.
Via Jacopo da Diacceto, 48 - 50123 Firenze

Registrazione Tribunale
di Firenze n° 4823 del 19/08/1998

Indice

Lo scenario economico	6
La spesa per i veicoli	10
Auto nuove	12
Auto usate	20
Motocicli	22
Camper	28
La spesa per la casa	30
Mobili	33
Elettrodomestici grandi	36
Elettrodomestici piccoli	38
Elettronica di consumo	40
Fotografia	42
Telefonia	44
Information Technology	46
Home comfort	49
Bricolage	51

Nota metodologica

Come ogni anno la sezione dell'Osservatorio dedicata ai mercati torna ad analizzare le principali tendenze e caratteristiche dei consumi delle famiglie relativi ai beni durevoli maggiormente rilevanti in termini di potenziale di spesa finanziabile attraverso credito al consumo.

Per i mercati dell'auto e dell'information technology, nei quali il segmento business rappresenta una quota rilevante della domanda complessiva, vengono fornite, in aggiunta a valutazioni relative all'intero settore, alcune considerazioni riguardanti il solo segmento famiglie.

Rispetto all'anno scorso il perimetro di alcuni comparti relativi ai beni tecnologici è stato ampliato per includere anche i prodotti introdotti più recentemente sul mercato, mentre per il settore dei mobili l'analisi è stata integrata per comprendere alcune valutazioni di dettaglio sul segmento delle cucine. Inoltre l'analisi è stata allargata al comparto del bricolage, con riferimento alla sola spesa delle famiglie, e al settore dell'home comfort (vale a dire ai prodotti per il condizionamento e il trattamento dell'aria).

Come sempre per tutti i comparti, l'analisi dei trend storici è corredata da stime sulla chiusura del 2012.

Tutte le analisi, svolte da Prometeia, tengono conto delle informazioni congiunturali rese disponibili dalle principali fonti accreditate (Istat, data provider privati, associazioni di categoria, stampa specializzata), vengono armonizzate e risultano coerenti con i dati sui consumi delle famiglie di fonte ufficiale (Istat). Le stime per la chiusura del 2012 fanno riferimento allo scenario macroeconomico e dei consumi di Prometeia, aggiornato a ottobre 2012.

1

I mercati

Panoramica sull'andamento
dei principali mercati dei beni
durevoli in Italia

Lo scenario economico



Nel 2012 si indebolisce il ciclo economico mondiale. Le manovre restrittive adottate da numerosi governi europei, oltre al deterioramento del mercato del lavoro, hanno ulteriormente minato fiducia e potere d'acquisto delle famiglie, contribuendo ad indebolire i consumi. La domanda mondiale è prevista in accelerazione nel 2013 con effetti positivi per l'Italia e le sue imprese, che beneficeranno del commercio estero per tornare a crescere. Diversi elementi portano a ritenere che con il secondo semestre 2012, in Italia, si sia toccato il fondo e ci si possa attendere una ripresa, seppur stentata, che non consentirà di tornare sui livelli pre-crisi. Il 2012 si chiude in Italia con un calo dei consumi interni. La tipologia di beni maggiormente penalizzata è stata quella dei durevoli.

• Il quadro macroeconomico internazionale e interno

Il 2012 si è caratterizzato per un indebolimento del ciclo economico mondiale, determinato da una più lenta cresci-

ta dei mercati emergenti. Le politiche monetarie si sono mantenute ovunque espansive e nei paesi emergenti, dove

erano più ampi gli spazi di manovra, ad esse si sono affiancati provvedimenti a sostegno della domanda.

Prodotto interno lordo (Variazioni %)*

	2010	2011	2012	2013
Uem	2,0	1,5	-0,5	0,0
Stati Uniti	2,4	1,8	2,0	1,8
Giappone	4,5	-0,8	2,3	1,7
Mondo	5,0	3,8	3,0	3,3

* Scenario Prometeia ottobre 2012.

Nell'Uem il circolo vizioso che si è innescato tra il persistere della crisi dei debiti sovrani e gli effetti negativi sulla crescita dell'economia ha portato i principali Paesi, fatta eccezione per la Germania, ad adottare provvedimenti di politica fiscale restrittivi con l'obiettivo di raggiungere il pareggio di bilancio. Tali provvedimenti, unitamente al forte deterioramento del mercato del lavoro, hanno penalizzato la formazione di reddito disponibile delle famiglie e determinato un peggioramento del clima di fiducia, con conseguenti effetti negativi sui consumi, stimati in riduzione dello 0,9% nel 2012. In questo contesto la differente evoluzione dei consumi tedeschi, previsti confermare nel 2013 una crescita analoga a quella del 2012 (intorno all'1% medio annuo), non sarà sufficiente a determinare un recupero dei livelli della spesa delle famiglie

nell'area Uem (-0,2% la previsione per il 2013). In mancanza di stimoli alla ripresa dal contesto extraeuropeo, si prospetta una stagnazione anche del Pil dell'area, dopo la flessione dello 0,5% stimata per il 2012.

Per quanto riguarda l'Italia si stima che nel secondo semestre del 2012 il Pil sia sceso al di sotto del precedente livello di minimo toccato durante la fase più acuta della recessione, all'inizio del 2009. Si ritiene che il livello toccato in autunno possa essere considerato come il fondo della Grande Recessione, ipotesi confermata da tutti gli indicatori congiunturali: in autunno si è attenuato il ritmo di caduta della produzione industriale, che si stima sia tornato marginalmente positivo nel quarto trimestre. La debolezza della domanda di servizi e di costruzioni, colpiti dalla crisi dei

consumi delle famiglie e dal blocco degli investimenti pubblici, ha mantenuto in flessione il Pil fino alla fine del 2012, che si è ridotto in media d'anno del -2,4% rispetto al 2011.

Diversi elementi portano tuttavia a ritenere che con il secondo semestre 2012 si sia toccato il fondo e ci si possa attendere l'inizio della risalita.

Innanzitutto il contesto istituzionale europeo è migliorato, benché la probabilità di rottura dell'area euro si sia ridotta senza essere ancora del tutto eliminata. Anche l'Italia aderirà al Fondo Salva Stati in quanto, compiuti i passi necessari per portare i conti pubblici su un sentiero virtuoso, i benefici che deriveranno dal preservare il paese da altre turbolenze finanziarie saranno superiori rispetto agli eventuali costi in termini di immagine.

Le componenti del PIL - Italia*

	Valori 2010 (mln di Euro)	Var. % in termini reali			
		2010	2011	2012	2013
PIL	1.552.042	1,8	0,5	-2,4	-0,3
Consumi interni	948.230	1,2	0,4	-3,4	-1,1
Spesa delle A.P. e I.S.P.**	333.773	-0,6	-0,9	-0,9	-1,1
Investimenti	302.851	1,7	-1,2	-7,9	0,4
Esportazioni	411.351	11,4	6,3	0,9	2,2
Importazioni	441.327	12,4	1,0	-6,5	1,6

*Scenario Prometeia ottobre 2012

** Amministrazione Pubblica e Istituzioni Sociali Private per i servizi alla famiglia



La domanda mondiale, dopo il rallentamento del 2012, è prevista in accelerazione nel 2013, con effetti positivi per il nostro paese in considerazione della crucialità del commercio estero per il sostegno della crescita delle nostre imprese. Per quanto riguarda la domanda interna, le prospettive di ripresa, anche se moderata, delle esportazioni arresteranno la

caduta degli investimenti in macchinari e impianti e, allo stesso tempo, inizierà cautamente il processo di ricostituzione delle giacenze di magazzino.

Non si attendono impulsi significativi dagli investimenti in costruzioni, anche se l'avvio della ricostruzione nelle zone terremotate dell'Emilia Romagna e l'aumento degli incentivi fiscali dovrebbero alme-

no interrompere il trend negativo. Nel 2013 l'economia italiana è quindi prevista uscire dalla fase recessiva vera e propria, ma con una ripresa stentata, che la terrà ben lontana dai livelli pre-crisi e dal recupero che Francia e Germania avranno invece messo in atto. L'anno dovrebbe chiudersi con un altro segno negativo per il Pil reale (-0,3%).

• I consumi delle famiglie italiane

Per quanto riguarda la spesa delle famiglie, anche nel secondo trimestre del 2012 si è registrata un'intensa caduta, che sommandosi a quella dei trimestri precedenti (si è trattato del quinto calo congiunturale consecutivo) ha portato i consumi interni a risultare, nella media del primo semestre, del 3,2% inferiori rispetto allo stesso periodo del 2011. I consumi sono stati fortemente penalizzati dalla dinamica del reddito disponibile, in dete-

rioramento a causa della politica di bilancio restrittiva, del peggioramento delle condizioni del mercato del lavoro e della stabilizzazione dell'inflazione su livelli relativamente elevati. Questa contrazione della spesa è intervenuta nonostante la probabile riduzione della propensione al risparmio, finalizzata a preservare i livelli di consumo a fronte di un'ulteriore compressione del potere d'acquisto delle famiglie. Le informazioni disponibili portano

a stimare un andamento della domanda ancora debole nella seconda metà dell'anno, e si ipotizza che la contrazione dei consumi possa proseguire fino a metà 2013. Sulle decisioni delle famiglie continueranno a pesare gli effetti della manovra di bilancio, la compressione del reddito disponibile e l'incertezza sulle prospettive di reddito, dovuta alle riforme rese necessarie dal risanamento dei conti pubblici.

I consumi interni

	Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012
Totali (mln di Euro)	948.230	977.066	970.256
Pro capite	15.790	16.196	16.032

Scenario Prometeia ottobre 2012

I consumi interni totali (Variazioni %)

	Volumi	Prezzi	Valori
2010	1,2	1,5	2,7
2011	0,4	2,7	3,0
2012	-3,4	2,8	-0,7

Scenario Prometeia ottobre 2012

Si stima pertanto che, a fronte di un calo del reddito disponibile del 4,5% reale, i consumi interni si siano contratti del 3,4% nel 2012, con un'intensità decisamente superiore rispetto al biennio 2008-2009 (quando la variazione cumulata nei due anni era stata del -2,7%).

Per il 2013 è previsto un ulteriore ridimensionamento della domanda a fronte di un'analoga diminuzione del reddito disponibile reale (-1,1% per entrambi). Alla fine del 2013 il livello dei consumi interni risulterà, in termini reali, del 5,7% inferiore rispetto a quello del 2007, men-

tre il reddito disponibile si sarà ridotto del 10,3% rispetto al livello pre-crisi. Per attenuare la caduta dei consumi la propensione al risparmio è stimata aver raggiunto un nuovo minimo nel 2012 (7,8%), livello su cui dovrebbe stabilizzarsi nel 2013.

I consumi di beni durevoli totali*

	Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012
Totale (mln di Euro)	80.453	79.017	71.775
Pro capite	1.340	1.310	1.186

Scenario Prometeia ottobre 2012

* L'aggregato dei durevoli, stimato in Contabilità Nazionale dall'Istat comprende, oltre ai beni analizzati nell'Osservatorio (auto, moto, elettrodomestici, mobili, ...), i seguenti comparti: gioielleria, piccole imbarcazioni, strumenti musicali.

A livello di macroaggregati di spesa, si stima per il 2012 un ridimensionamento della domanda particolarmente accentuato per i beni (-5,8% al netto della variazione dei prezzi), ma marcato anche per i servizi (-1,1%). Anche nel 2012 la tipologia di beni maggiormente sacrificata è stata quella dei durevoli, il cui acquisto è stato rinviato quando non strettamente necessario, au-

mentando così la vita media dei beni in dotazione delle famiglie. La spesa complessiva per beni durevoli (che oltre a quelli analizzati nell'Osservatorio comprendono voci come gioielleria, strumenti musicali e piccole imbarcazioni) si è quindi ridotta nel 2012 a 71,8 miliardi di euro, con un calo del 9,2% rispetto al 2011. La spesa pro-capite, calcolata ri-

partendo quella complessiva sul totale della popolazione e non solo su quella che ha effettuato l'acquisto, è scesa a 1.186 euro, 124 euro in meno rispetto al 2011, portandosi su un livello del 22% inferiore rispetto al picco del 2007. Nel 2012 l'incidenza della spesa per beni durevoli sui consumi interni totali si è così ridotta al 7% (dal 10% del 2007).

Ci si attende che nel 2013 le decisioni di spesa delle famiglie siano ancora fortemente condizionate dagli effetti della manovra di bilancio e della fase recessiva sul reddito disponibile e che, anche se con una forte attenuazione rispetto al 2012, la domanda di beni durevoli si mantenga ancora in moderato calo (-0,8% al netto delle variazioni di prezzo), non riuscendo quindi ad imboccare un sentiero di recupero delle forti contrazioni degli ultimi anni.

I consumi di beni durevoli totali* (Variazioni %)

	Volumi	Prezzi	Valori
2010	-1,6	1,0	-0,6
2011	-1,8	0,0	-1,8
2012	-9,4	0,3	-9,2

Scenario Prometeia ottobre 2012

* L'aggregato dei durevoli, stimato in Contabilità Nazionale dall'Istat comprende, oltre ai beni analizzati nell'Osservatorio (auto, moto, elettrodomestici, mobili, ...), i seguenti comparti: gioielleria, piccole imbarcazioni, strumenti musicali.





La spesa per veicoli

La progressiva perdita di potere d'acquisto delle famiglie continua a condizionare le decisioni di spesa degli italiani, soprattutto relativamente al comparto dei veicoli. Il 2012 si chiude con una flessione importante delle vendite in tutti i settori: auto nuova, auto usata, motoveicoli e camper.

Fin dall'inizio della crisi la spesa per beni durevoli per la mobilità (autovetture nuove ed usate, motoveicoli e camper) era stata fortemente ridimensionata dalle famiglie, riducendosi tra il 2008 e il 2011 del 7,3% medio annuo, nonostante il tempo-

raneo sostegno fornito al settore dagli incentivi. Il perdurare della crisi e il progressivo deterioramento del reddito disponibile hanno intensificato la tendenza al contenimento della spesa delle famiglie per la mobilità, con particolare intensità per il primo

acquisto o la sostituzione del mezzo privato. Nel 2012 la spesa per veicoli si è così ridotta del 17,6% (-18,8% se non si tiene conto dell'aumento dei prezzi), scendendo a 28,7 miliardi di euro, livello del 39% inferiore rispetto a quello del 2007.

La spesa (famiglie) per veicoli (Valore - mln di Euro)

Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012
37.606	34.822	28.702

fonte: elaborazioni Prometeia su dati Unrae

La spesa (famiglie) per veicoli (Variazioni %)

	Volumi	Prezzi	Valori
2010	-10,0	3,1	-7,2
2011	-9,7	2,6	-7,4
2012	-18,8	1,5	-17,6

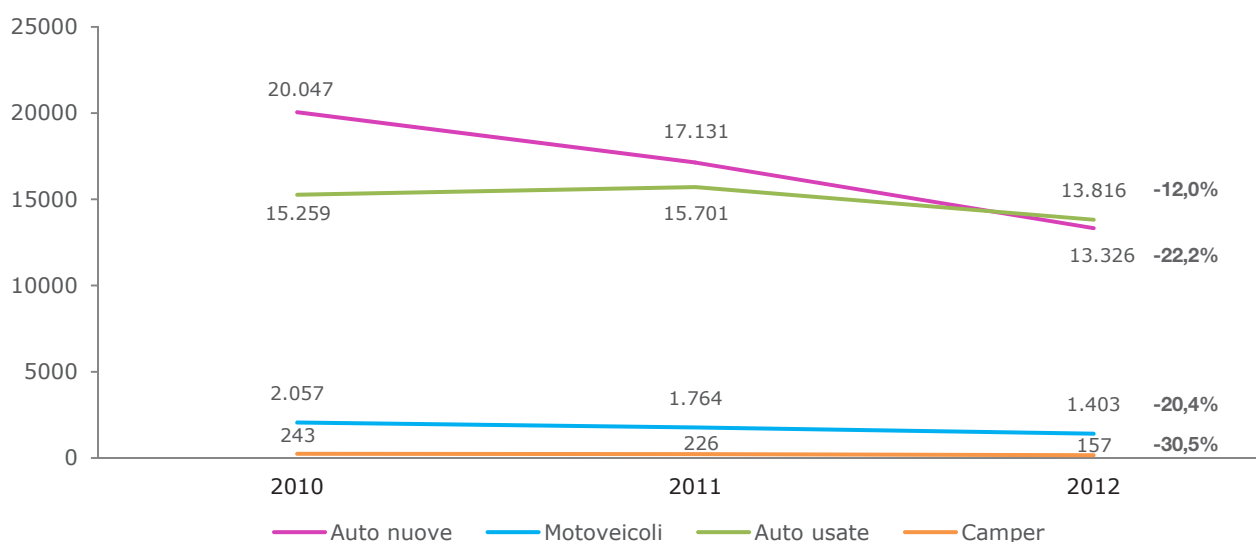
fonte: elaborazioni Prometeia su dati Unrae

Se nel biennio 2010-2011 il comparto dell'auto usata era stato preservato da una caduta degli acquisti, avvantaggiandosi di uno spostamento della domanda dal mercato del nuovo a quello delle meno costose autovetture di seconda mano, nel 2012 la contrazione ha interessato indistintamente tutti i comparti.

Sono state le vendite di camper nuovi a subire la maggiore flessione (-32,6% in volume), scontando un costo medio elevato e una vita media più lunga del veicolo, oltre che una maggiore propensione alla sostituzione dell'acquisto del bene di proprietà con il noleggio, data l'occasionalità d'uso del mezzo. Per autovetture nuove e motoveicoli la flessione della domanda nel

2012 si è intensificata rispetto alle già marcate contrazioni registrate nel 2011. Le immatricolazioni di autovetture intestate a privati sono scese a 894 mila, quelle di motoveicoli a 254 mila, in entrambi i casi toccando il livello più basso almeno degli ultimi 15 anni. Per le autovetture la spesa nel 2012 è scesa, anche se di poco, sotto il livello di quella per usata.

Andamento del valore in mln di Euro dei segmenti compresi nell'aggregato "veicoli" (famiglie)





Auto nuove

La debolezza del quadro macroeconomico, sommata ai recenti interventi sulla fiscalità dell'auto, rende l'auto un bene sempre più di lusso in un contesto di disoccupazione record e di redditi reali fortemente depressi. Il 2012 vede così una flessione di quasi il 20% delle immatricolazioni, che si attestano su un livello di 1,4 milioni. I forti aumenti dei costi dei carburanti tradizionali hanno modificato le scelte d'acquisto sia delle famiglie che delle imprese, portando il mercato a ricomporsi in maniera rilevante a vantaggio delle auto ad alimentazione alternativa, unico segmento in crescita nel 2012.

Nella sezione dell'Osservatorio dedicata al settore dell'automobile è riportata un'analisi approfondita delle dinamiche che stanno interessando le vendite di nuove autovetture e la composizione del parco circolante. I

volumi relativi alle immatricolazioni sono il risultato di elaborazioni su dati di fonte UNRAE e si riferiscono al complesso delle vetture, compresi i fuoristrada. Come di consueto nella prima parte si esamina il mercato a

livello complessivo; in seguito vengono fornite le analisi dettagliate per alimentazione e segmento di cilindrata. Infine sono illustrati gli andamenti per la domanda delle famiglie e quella delle società.

• **La struttura del mercato: immatricolazioni e parco**

La nuova fase di recessione ha inciso duramente sulla domanda di autovetture nuove, soprattutto quella dei privati. Segnali negativi sono emersi anche dal lato delle società, che in un contesto di caduta della domanda interna hanno esitato a intraprendere nuove decisioni di investimento. Alla debolezza del quadro macroeconomico si sono sommati i recenti in-

terventi sulla fiscalità dell'auto, quali la reintroduzione e l'aggravio del superbollo, gli aumenti dell'IPT e dell'Iva, già in vigore dalla seconda metà del 2011, e gli incrementi delle accise sui carburanti. I costi relativi sia all'acquisto che al mantenimento e utilizzo dell'auto sono diventati sempre più proibitivi per le famiglie, rendendo la quattroruote un bene di lusso in

un contesto di disoccupazione record e di redditi reali fortemente depressi. L'anno trascorso ha visto una nuova flessione dell'immatricolato, del 19,9%, con un numero di nuovi veicoli che si è attestato a 1.4 milioni, un livello impensabile per gli operatori di settore qualche anno fa, quando il mercato si attestava sopra i 2 milioni di pezzi l'anno.

Il mercato dell'auto in Italia

	(000 di unità)			Var. %		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Immatricolazioni (000 di unità)	1.974	1.759	1.409	-9,1	-10,9	-19,9
Parco circolante (000 di unità)	30.627	30.711	30.683	0,5	0,3	-0,1
Tasso di motorizzazione ¹	510	509	507	-	-	-
Tasso di motorizzazione qualificato ²	747	748	747	-	-	-
Tasso di rottamazione (%) ³	6,0	5,5	4,7	-	-	-

1) Parco auto (per 1000) su popolazione complessiva.

2) Parco auto (per 1000) su popolazione in età compresa tra i 18 e i 70 anni.

3) È definito come $(ROTTt / PARCOt-1) * 100$; ROTTT = numero di auto rottamate.

La contrazione della domanda di automobili si è mostrata anche più sostenuta rispetto a quanto l'effettiva frenata dell'economia reale avrebbe giustificato: l'incertezza prospettica del quadro economico e politico ha costituito infatti un forte deterrente per le decisioni di acquisto di un bene di consumo durevole con un costo unitario così elevato.

Particolarmente colpita dallo sfavorevole contesto economico è risultata la categoria dei giovani, che a causa del deterioramento del mercato del lavoro ha mostrato maggiori difficoltà di accantonamento dell'importo necessario all'acquisto di veicoli.

La carenza di forme di credito agevolato a sostegno dei lavoratori precari e l'incremento della forbice in termini di trattamento reddituale tra nuove e vecchie generazioni hanno continuato a sottrarre al settore un vasto bacino di utenza,

accentuando il fenomeno di incremento dell'età media per il primo acquisto.

La forte flessione della domanda di nuove autovetture si è accompagnata ad un'ulteriore riduzione del tasso di sostituzione del parco circolante, tendenza in atto già da alcuni anni. Anche il tasso di motorizzazione ha visto un nuovo ridimensionamento, particolarmente significativo in un paese ai primi posti nel panorama internazionale in termini di dotazione di auto pro capite.

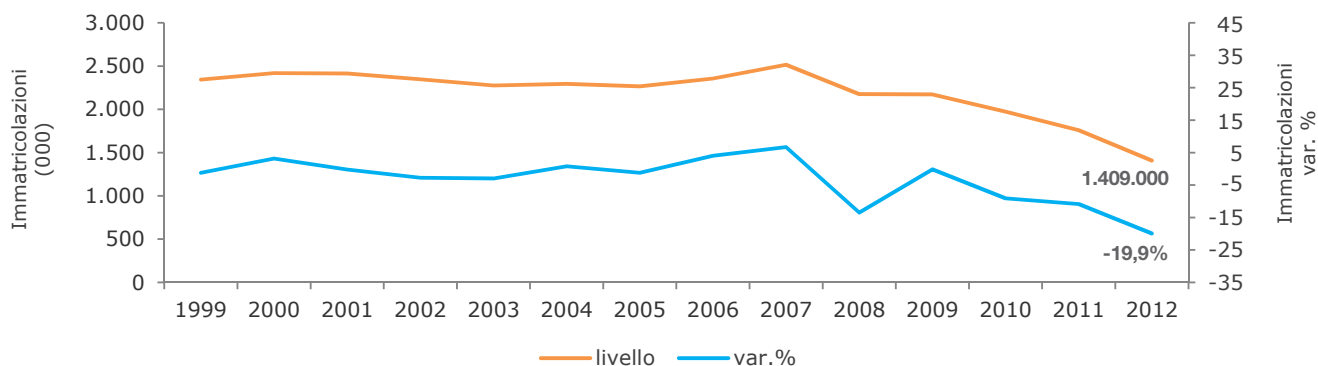
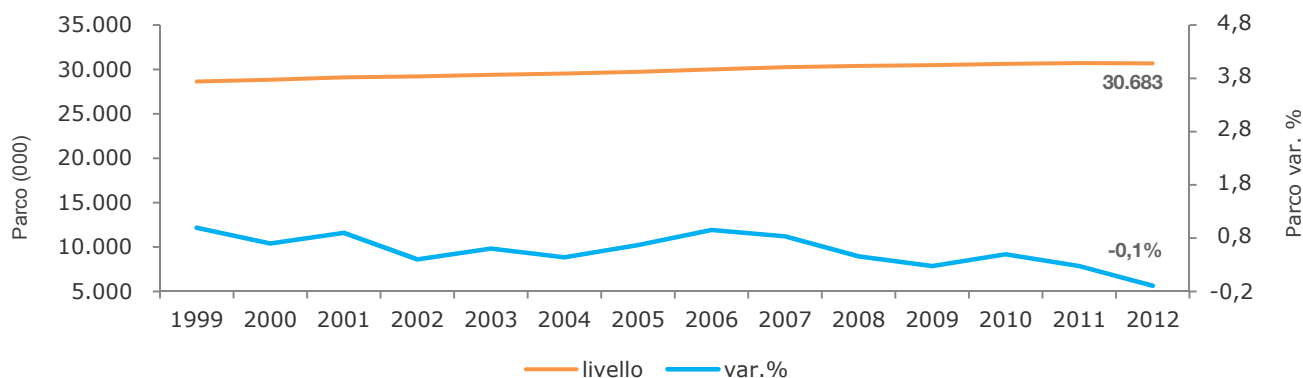
Se la progressiva demotorizzazione è riconducibile al durissimo impatto della crisi sulle famiglie, essa ha anche riflesso in certa misura l'evolvere di fattori di natura strutturale e demografica. I baby boomers (individui nati tra il 1945 e il 1964), tradizionalmente propensi al possesso e al frequente rinnovo del veicolo, sono stati in parte sostituiti tra i principali acquirenti di auto dalle nuove genera-

zioni che, sia per i vincoli di reddito più stringenti che per una maggiore sensibilità ambientale, hanno già mostrato di utilizzare soluzioni di mobilità alternative anche per gli spostamenti a lungo raggio, tra cui il car sharing e il trasporto aereo e ferroviario.

Su questo trend ha influito anche la crescente urbanizzazione della popolazione italiana, in un contesto in cui la garanzia di tempi di percorrenza prevedibili, a fronte della scarsa disponibilità e degli elevati costi del parcheggio, e l'incremento dei pedaggi urbani hanno aumentato strutturalmente il costo opportunità di questo mezzo di trasporto rispetto ad altre forme di mobilità time saving.

Nel 2012 un calo del circolante complessivo ha, infatti, caratterizzato non solo il Sud, in quanto zona maggiormente colpita dalla crisi, ma anche le aree provviste di una buona dotazione di mezzi pubblici.



Immatricolazioni (livelli e variazioni %)

Parco circolante (livelli e variazioni %)

• La qualità del parco e la composizione delle immatricolazioni

Nel corso del 2012, a causa delle dinamiche che hanno caratterizzato le quotazioni internazionali dei prodotti petroliferi e degli interventi pubblici sulle imposte, i prezzi dei carburanti tradizionali alla pompa hanno superato tutti i precedenti record. Aumenti significativi dei costi hanno modificato le scelte d'acquisto sia delle famiglie che

delle imprese, portando il mercato a ricomporsi in maniera rilevante a vantaggio delle auto ad alimentazione alternativa. Nel 2012 l'unico dato in crescita nel mercato delle auto nuove è stato quello relativo alle immatricolazioni di questi veicoli, che hanno sperimentato un deciso rimbalzo (+91,1% la variazione tendenziale media dei pri-

mi dieci mesi) dopo due anni di contrazione. La variazione molto positiva di questo segmento, particolarmente rilevante se si considera l'assenza di eco incentivi a sostegno dell'acquisto, si è tradotta in un forte incremento dell'incidenza sul totale delle immatricolazioni, che ha raggiunto il 13% nei primi dieci mesi del 2012.

Quota auto diesel (%)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Sul tot. delle immatricolazioni	55,9	50,8	42,0	46,2	55,4	52,8
Sul tot. del parco circolante	31,8	32,9	33,4	34,5	35,9	36,4

Il mercato delle auto con alimentazioni alternative (gpl, metano, elettriche)

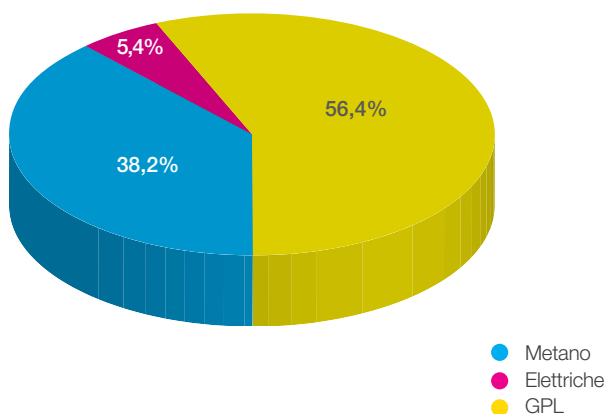
	2007	2008	2009	2010	2011	gen-ott 11	gen-ott 12
Immatricolazioni	94.788	158.426	477.593	351.393	100.405	82.295	157.284
Quota % sul totale delle immatricolazioni	3.8	7.3	22.0	17.8	5.7	5.4	13.0

In parte in conseguenza della peggiore performance relativa del 2011, sono state particolarmente dinamiche le vendite di veicoli a gpl, carburante che alimenta il 68% dei veicoli ecologici. La rete distributiva del gpl

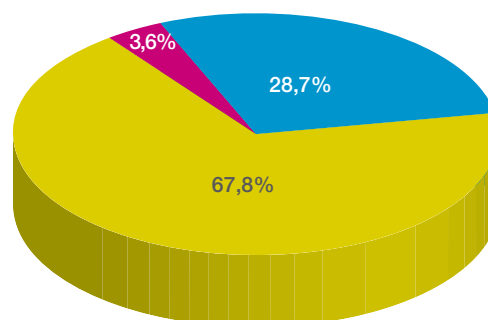
presenta un'elevata capillarità, sia sulla viabilità ordinaria che autostradale, a fronte di una presenza ancora limitata in molti territori del metano, caratterizzato da tempi di rifornimento più lunghi e frequenti. Ha continua-

to a crescere, dopo la buona performance del 2011, anche il segmento delle auto elettriche, nonostante rappresenti ancora una nicchia di mercato in ragione della maggiore difficoltà dei rifornimenti.

Immatricolazioni delle auto con altre alimentazioni (quote % 2011)



Immatricolazioni delle auto con altre alimentazioni (quote % gen-ott 2012)



Anche le case automobilistiche hanno stimolato gli acquisti di queste vetture, effettuando iniziative promozionali per incoraggiare livelli di domanda ancora contenuti. Grazie alla possibilità di ridurre gli im-

patti sulla bolletta energetica, lo spostamento verso i veicoli ad alimentazione alternativa non ha interessato unicamente i privati, ma anche le società. Diversamente da quanto rilevato nel 2011, la crescente rilevanza di

questa categoria ha sottratto quote non solo alla benzina, ma anche al diesel, categoria che ha visto nell'ultimo anno una riduzione dell'incidenza sul numero di immatricolazioni di quasi tre punti percentuali.

Le immatricolazioni per cilindrata

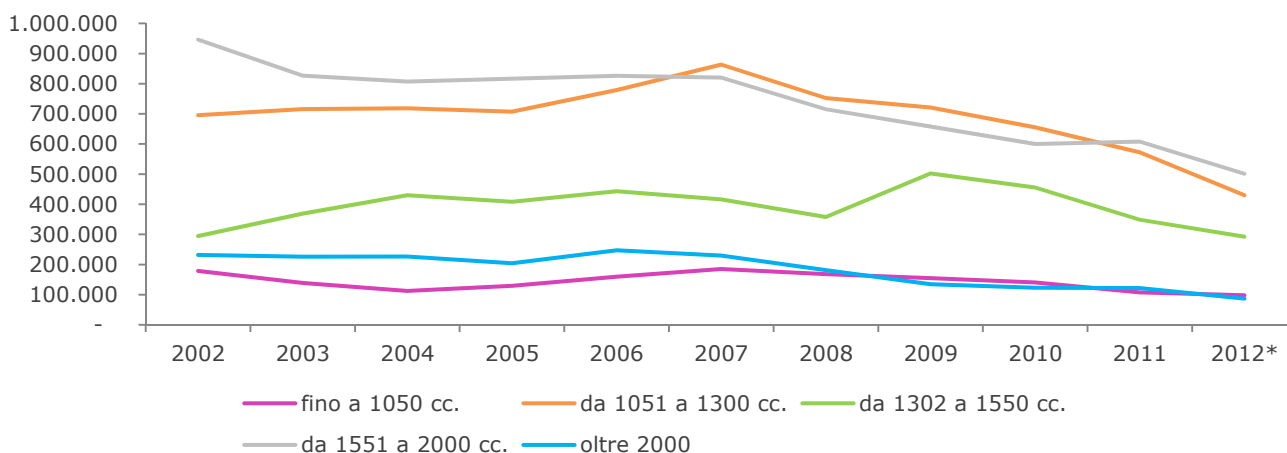
	2011	2012	Var. %
Fino a 1050 cc	107.767	98.017	-9.0
Da 1051 a 1300 cc	572.401	430.271	-24.8
Da 1301 a 1550 cc	348.943	292.425	-16.2
Da 1551 a 2000 cc	608.155	501.087	-17.6
Oltre 2000 cc	122.114	86.830	-28.9
Totale	1.759.380	1.408.630	-19.9

La ricomposizione della domanda verso le alimentazioni alternative si è riflessa anche in una diversa composizione delle immatricolazioni per cilindrata. Le immatricolazioni di autovetture a gpl, metano e ibride sono

concentrate nella fascia tra i 1301 e i 1550 cc, cilindrata che hanno subito contrazioni più contenute. Riduzioni dell'immatricolato minori della media si sono rilevate nella prima fascia di cilindrata (fino a 1050 cc), in ragione

della crescente preferenza accordata dai consumatori alle vetture più piccole ed economiche, sia per la maggiore praticità nello spostamento urbano, sia, principalmente, per i minori impatti in termini di costi.

L'evoluzione delle immatricolazioni per cilindrata



*Stima basata sui dati rilevati fino a ottobre 2012

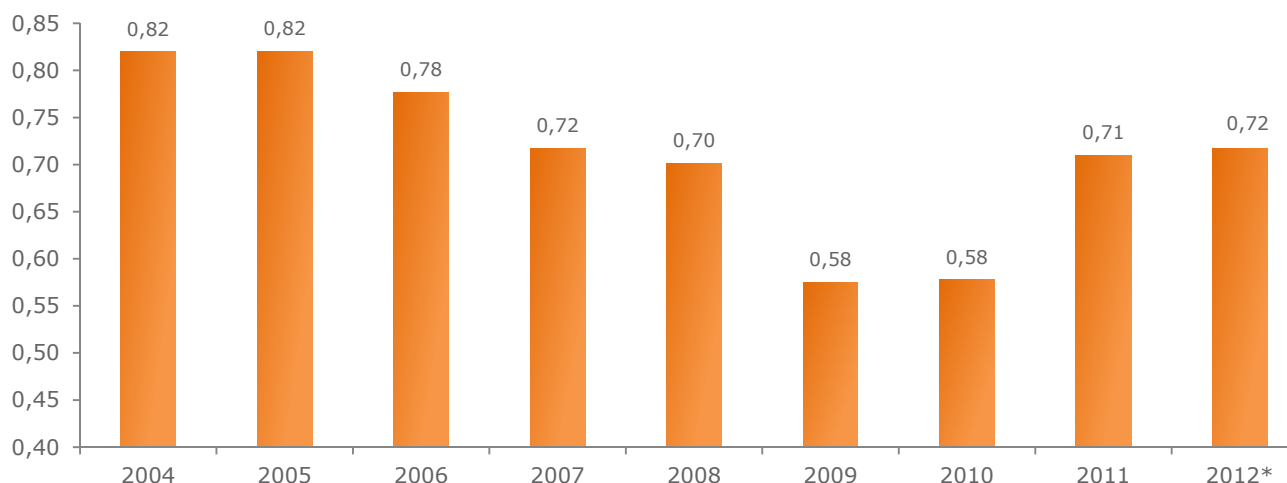
Il calo più sostenuto delle vendite è stato sperimentato dalle auto a maggiore cilindrata, con una flessione del 28,9%, cui ha indubbiamente contribuito la reintro-

duzione del superbollo. Nel complesso si è osservata comunque una performance un pò meno negativa per le auto sopra i 1600 cc, pertanto l'indice di qualità

dell'immatricolato è leggermente aumentato rispetto al 2011, portandosi a 0,72.

Indice di qualità dell'immatricolato

(immatricolato > 1600cc / immatricolato < 1600cc)



*Stima basata sui dati rilevati fino a ottobre 2012

• Il mercato famiglie e il mercato aziende

Come atteso sono state le famiglie italiane a pagare il prezzo più alto della crisi: la nuova fase di recessione, una disoccupazione in crescita e l'impatto della tassazione hanno originato una

forte contrazione dei redditi reali dei nuclei familiari, condizionandone in misura più rilevante le decisioni d'acquisto di automobili. Il 2012 ha fatto registrare una contrazione per la domanda dei privati

pari al -23,4%, in peggioramento rispetto ai dati già molto negativi del precedente biennio, e il numero di nuove autovetture immatricolate dalle persone fisiche è sceso sotto al milione di unità.

Le immatricolazioni per segmento di clientela

	(000 di unità)			Var. %		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Famiglie	1.412	1.167	894	-15,7	-17,4	-23,4
Aziende	562	592	514	13,3	5,4	-13,2



Dopo una buona tenuta nel biennio 2010-'11, il segno negativo ha caratterizzato anche la domanda a volume del segmento business (-13,2%). L'incremento prospettico della pressione fiscale sull'automobile incorporato nella recente riforma del lavoro ha reso più restrittive le possibilità di deduzione dei costi dell'auto aziendale, portando a una contrazione particolarmente accentuata per la domanda delle società già nel 2012 (-17,6% nel tendenziale gennaio-ottobre).

Al calo degli investimenti in mezzi di trasporto da parte delle imprese si è som-

mata l'attenuazione del fenomeno dei Km0, ossia degli acquisti da parte dei concessionari per la successiva collocazione sul mercato dell'usato, vista la debolezza che ha contraddistinto anche questo segmento.

Dinamiche negative hanno interessato anche il noleggio, che ha sperimentato un calo dell'8,5% tendenziale dell'immatricolato nei primi dieci mesi dell'anno: questo fenomeno segnala sia le forti difficoltà delle imprese italiane, che hanno chiesto una proroga dei contratti senza estendere la flotta dei veicoli a nolo a lungo termine, sia le

performance deludenti degli operatori rivolti al turismo, con impatti negativi sulla componente di breve. A ogni modo, nonostante la contrazione dopo due anni di buon andamento dei volumi, in termini di quota sulla domanda complessiva il noleggio ha guadagnato punti, passando da un peso del 16% nel 2011 al 19% del 2012.

Per il 2012, a fronte della spiccata contrazione del numero di nuove autovetture immatricolate, la flessione del valore degli acquisti delle famiglie è stimata di oltre 22 punti percentuali, leggermente inferiore a quella in volume grazie a un effetto prezzo positivo.

Il valore del mercato famiglie (Mln di Euro)

	2010	2011	2012
Valore (livelli)	20.047	17.131	13.326
Valore (var. %)	-11,4	-14,5	-22,2
Quota % su consumi durevoli	24,9	21,7	18,6
Quota % su consumi totali	2,1	1,8	1,4

Il prezzo medio d'acquisto ha presentato infatti nel 2012 un lieve aumento rispetto al 2011, in parte ascrivibile all'impatto sui prezzi al consumo dell'incremento dell'Iva, al cui contenimento ha tuttavia contribuito la ricomposizione della domanda privata verso l'acquisto di veicoli a minor costo unitario.

Il valore del mercato famiglie per aree geografiche (Valore - mln di Euro)

	2010	2011	2012
Nord-ovest	6.640	5.852	4.544
Nord-est	4.535	4.081	3.248
Centro	4.395	3.873	3.021
Sud e isole	4.477	3.326	2.513
Totale Italia	20.047	17.131	13.326

Il valore del mercato famiglie per aree geografiche (Spesa per famiglia in Euro)

	2010	2011	2012
Nord-ovest	927	807	619
Nord-est	909	805	630
Centro	881	763	585
Sud e isole	557	409	306
Totale Italia	796	671	515

La contrazione della spesa è stata più profonda rispetto al 2011 e diffusa su tutto il territorio nazionale: sono emersi inoltre minori differenziali legati alla componente geografica rispetto al biennio passato, dato che tutte le aree hanno registrato una variazione negativa superiore al 20%.

Ha sperimentato la maggiore contrazione (superiore al 24%) la spesa nel Sud e nelle Isole, area già interessata della caduta più intensa durante il 2011, con un mercato che rispetto al 2010 si è quasi dimezzato. Si rileva

una migliore tenuta del potenziale nel Nord-est (-20,4%).

Anche in termini di spesa per famiglia si nota un ridimensionamento molto sostenuto ed esteso a tutte le aree. Nel corso dell'ultimo biennio, i livelli di spesa per nucleo familiare hanno visto una crescente polarizzazione tra Nord e Mezzogiorno: al Sud la spesa per famiglia (calcolata ripartendo la spesa complessiva sul totale delle famiglie residenti e non solo su quelle che hanno effettivamente effettuato l'acquisto) è scesa nel 2012 a una soglia poco

superiore ai 300 euro, mostrando per la prima volta un livello più che dimezzato rispetto alle regioni settentrionali.

Il peso della crisi economica in atto, il deterioramento del mercato del lavoro, gli impatti delle politiche fiscali intraprese dal governo per arginare la crisi del debito hanno continuato a esercitare durante il 2012 un impatto più sostenuto nelle regioni del Sud, dove le difficoltà congiunturali si sono andate a innestare in un contesto economico già fortemente penalizzato rispetto al resto del paese.



Auto usate



Anche il mercato dell'auto usata inverte la tendenza che l'ha contraddistinto fino al 2011 e registra una flessione notevole in termini di passaggi di proprietà e di fatturato. Il sostegno derivante dalla sostituzione dell'acquisto di nuovo con l'usato in un contesto di crisi non è stato sufficiente nel 2012 a preservare il settore da una contrazione della domanda.

Anche il mercato dell'auto usata, relativo ai passaggi di proprietà verso soggetti privati, nel corso del 2012 ha mostrato evidenti segni di cedimento, invertendo la tendenza che l'aveva contraddistinto

fino al 2011 rispetto al mercato del nuovo. Il permanere di un difficile contesto congiunturale e l'intensificarsi degli effetti della crisi, in termini di erosione del potere d'acquisto delle famiglie e di de-

terioramento della fiducia dei consumatori, hanno portato anche la domanda di questo settore a ridimensionarsi notevolmente, sebbene con minore enfasi rispetto al mercato del nuovo.

Il mercato dell'auto usata in Italia

	2010	2011	2012
N° pezzi (000 unità)	2.607	2.600	2.248
Valore (mln di Euro)	15.259	15.701	13.816

Il netto calo dei volumi (-13,2%), trova ragione nella riduzione dei redditi reali che le famiglie italiane stanno subendo dall'avvio della crisi, nell'ultimo anno, in un'inasprita

pressione fiscale, superbollo in primis, che scoraggia gli acquisti soprattutto dei veicoli con maggiore potenza. In questo scenario, il sostegno derivante dalla sostituzione

dell'acquisto di nuovo con l'usato, sempre più intensa durante gli anni della crisi, è stato insufficiente nel 2012 a preservare il settore da una contrazione della domanda.

Il mercato dell'auto usata in Italia (Variazioni %)

	Volumi	Prezzi	Valori
2010	0,1	1,6	1,0
2011	0,5	3,2	2,9
2012	-13,2	1,8	-12,0

È necessario ricordare che all'andamento degli acquisti di usato da parte dei privati contribuisce la domanda di autovetture a Km 0. Pratica oramai diffusa presso la rete dei concessionari è l'autoimmatricolazione di vetture nuove, fenomeno particolarmente accentuato negli ultimi giorni del mese. In questo modo, per sostenere un mercato negli ultimi anni sempre più depresso, le reti di vendita immatricolano vetture nuove (che risultano quindi intestate a società), per poi immetterle sul mercato dell'usato, sostenendo quindi i volumi di usato acquistati da privati, sebbene si tratti di autovetture pressoché nuove. Tali automobili rappresentano in media circa il

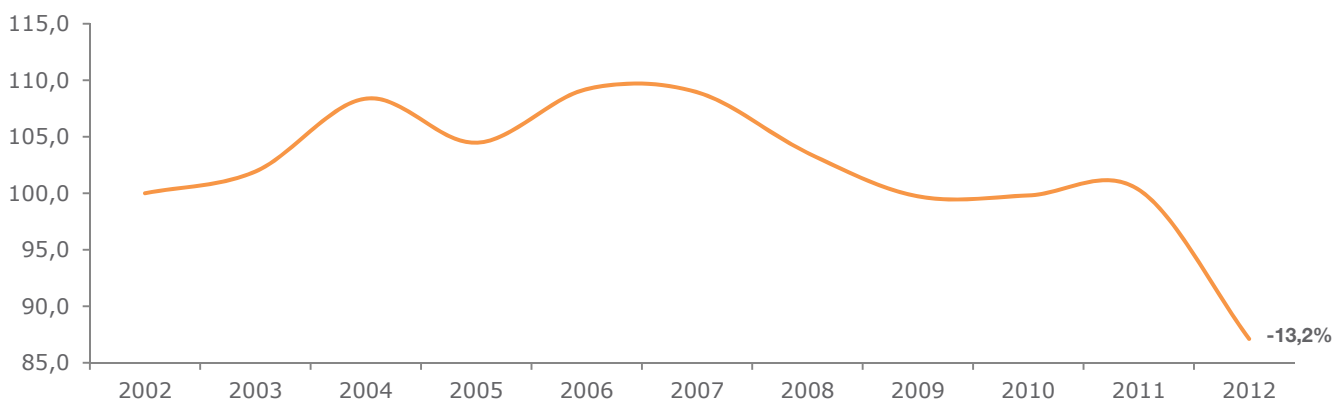
10% di tutto l'immatricolato, con incidenze anche superiori al 15% nei mesi di chiusura dell'anno.

Sebbene il fenomeno delle Km 0 risulti più rilevante nei periodi di maggiore debolezza della domanda di autovetture nuove, e abbia contribuito nel 2011 a far crescere i passaggi di proprietà da società a persone fisiche più di quelli tra privati, nel 2012 tale fenomeno sembrerebbe essersi attenuato o comunque è stato insufficiente a stabilizzare il flusso da società a privati. I dati relativi ai primi sette mesi del 2012 mostrano infatti che sia i trasferimenti tra privati che quelli da società a privati sono notevolmente ca-

lati rispetto allo stesso periodo del 2011, con variazioni rispettivamente del -14,1% e del -12,8%. Tenuto conto del lieve aumento dei prezzi, si stima che il valore del mercato dell'usato sia diminuito nel 2012 del 12%.

Le ripercussioni ben più pesanti che la crisi ha avuto sul mercato delle auto nuove hanno fatto sì che la rilevanza di questo segmento nel soddisfare la domanda di autovetture dei privati sia comunque aumentata nell'ultimo anno: si stima che i passaggi di proprietà, pari a circa 2,2 milioni, abbiano rappresentato il 72% del numero di auto acquistate da privati, a fronte di un'incidenza del 69% registrata nel 2011.

Il mercato delle auto usate (L'andamento dei volumi di vendita)



Motocicli



Non si arresta la fase recessiva che interessa il mercato delle due ruote dal 2008. Contrazione superiore al 30% e doppia rispetto al 2011 per il mercato dei ciclomotori. Questo segmento risente particolarmente della flessione della domanda di giovani e giovanissimi, particolarmente penalizzati dalla crisi. Anche il mercato delle moto registra nel 2012 risultati fortemente negativi, con una flessione dell'immatricolato di poco inferiore al 20%. In controtendenza solo il segmento tra i 501 e i 750 cc grazie alla performance di un modello di successo che ha aumentato la cilindrata nel segmento dei maxiscooter.

• La struttura del mercato: immatricolazioni e parco

Il mercato delle due ruote continua a versare in una grave fase recessiva, iniziata con la crisi economica già nel 2008. Non si arrestano le contrazioni a due cifre dei volumi di immatricolazioni, diffuse come si vedrà in dettaglio ai veicoli di tutte le cilindrature, con la sola rilevante eccezione della categoria tra i 500 e i 750 cc, grazie all'ingresso nel mercato dei nuovi maxiscooter superiori ai 500 cc.

I problemi del comparto sono ormai radicati e legati al progressivo deterioramento del contesto economico, che vede i costi del riaggiustamento dei bilanci pubblici gravare in misura durissima sulle decisioni di spesa delle famiglie. Se si stima una contrazione dei consumi durevoli di circa il 10%, nel 2012 la tendenza negativa è stata notevolmente più ampia per i mezzi di

trasporto, caratterizzati da un più elevato costo unitario. Sono le nuove generazioni a versare in maggiori difficoltà: non solo la disoccupazione giovanile è arrivata a toccare soglie particolarmente elevate, ma in concomitanza della crisi si è accentuato fortemente il divario di redditi e di trattamento contrattuale per fascia di età, alimentando un contesto di precarietà e incertezza che frena le decisioni di acquisto e limita l'accesso al credito al consumo da parte di un vasto bacino di domanda.

A questi problemi si sommano le tensioni dal lato dei costi: non solo le recenti impennate dei prodotti energetici hanno comportato un assestamento del prezzo del carburante su livelli storicamente alti, ma tariffe assicurative più elevate della

media europea, soprattutto in alcune aree metropolitane del centro e nelle zone del meridione, hanno contribuito a strangolare ulteriormente le prospettive per il settore.

Solo una ripresa dell'attività economica, unitamente a misure che portino a ridurre i costi di utilizzo e mantenimento dei veicoli, sembrano poter risollevarlo un settore ormai in crisi da molti anni.

Data la forte elasticità al reddito disponibile, sono necessari provvedimenti per arginare gli effetti d'impoverimento delle famiglie italiane, decisamente rilevante nel corso degli ultimi anni: nel 2012 si è tornati su valori di reddito reale pro capite di fine anni ottanta, cui si è accompagnato un forte deterioramento dello stock di ricchezza detenuta.

Il mercato dei ciclomotori in Italia

	2010	2011	2012
Vendite (unità)	99.751	71.351	48.839
Parco circolante (unità)	3.369.116	2.907.897	2.754.890
Tasso di motorizzazione qualificato ¹	86	74	70
Tasso di rottamazione (%) ²	13,0	11,4	10,1

1) Parco moto (per 1000) su popolazione in età compresa tra i 15 e i 64 anni.

2) È definito come $(ROTT_t / PARCO_{t-1}) * 100$; ROTT = numero di ciclomotori rottamati.

Dinamica della domanda di ciclomotori in Italia

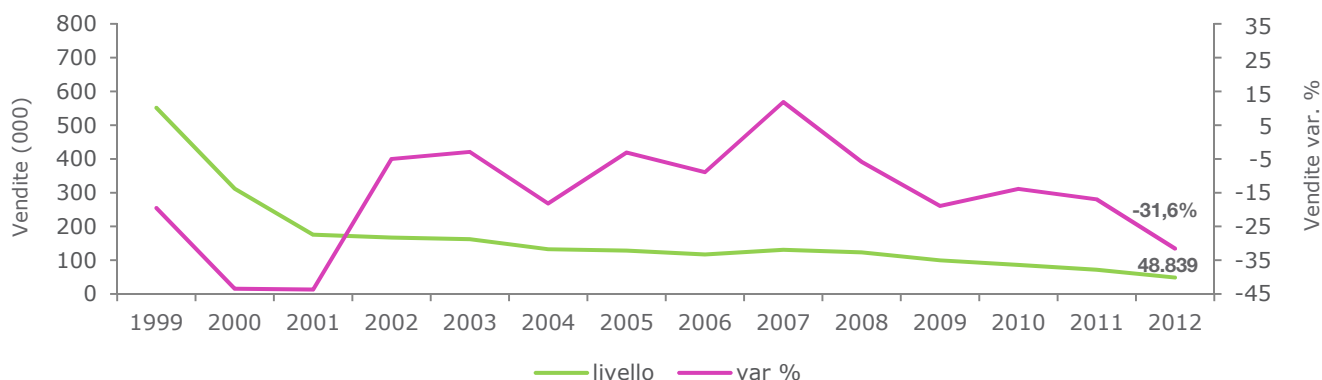
	2010	2011	2012
Vendite (var. %)	-13,9	-17,0	-31,6
Parco circolante (var. %)	-7,6	-6,6	-5,3

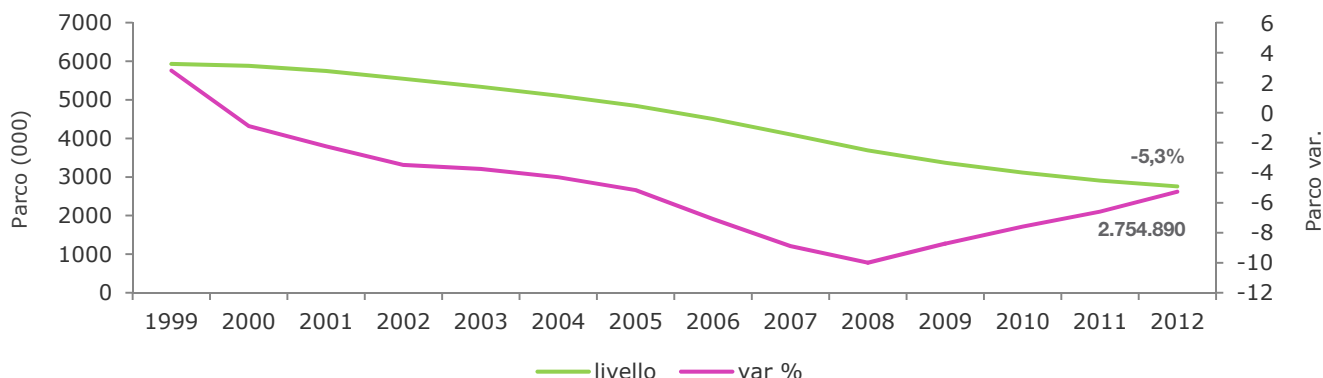
Il mercato dei ciclomotori continua a perdere significativamente volumi, con una contrazione che nel 2012 ha superato il 30%, una flessione di entità quasi doppia rispetto al 2011, e riportando una contrazione media annua prossima al 20% dall'avvio della Grande Recessione nel 2008. Questo segmento, che aveva già subito un ridimensionamento strutturale della domanda con l'introduzione degli scooter di cilindrata maggiore, ha visto

ulteriormente accentuarsi la curva negativa delle vendite in ragione di un target maggiormente focalizzato sulla categoria dei giovani e giovanissimi, particolarmente penalizzati dalla crisi. Nel 2012 il mercato ha intermediato meno di 50 mila pezzi, rispetto ai 130 mila del 2007, più che dimezzandosi in cinque anni. Dall'osservazione delle dinamiche di lungo periodo appare evidente come la nuova recessione sia andata ad accen-

tuare fortemente le difficoltà del settore. Oltre a comprimere la domanda di primo acquisto, la contrazione dei redditi familiari e l'incertezza prospettica hanno accentuato gli atteggiamenti cautelativi e di posticipazione delle sostituzioni procrastinabili: il tasso di rottamazione è sceso nuovamente, posizionandosi al 10%, e il parco circolante negli ultimi anni ha continuato a contrarsi in maniera significativa.

Vendite ciclomotori (livelli e variazioni %)



Parco circolante ciclomotori (livelli e variazioni %)


Anche il risultato del mercato delle moto nel 2012 è stato fortemente negativo, ma con una flessione che si ferma al -19,4%. Si tratta di una performance in peggioramento rispetto al dato già preoccupante del 2011, che sottende inoltre una spiccata flessione della domanda da parte dei privati. La contrazione del totale delle immatricolazioni è il risultato di una riduzione molto accentuata delle vendite di moto superiori ai 250 cc, con un contributo particolarmente negativo del segmento tra i 250 e i 500 cc (-37,4%), attenuata da una caduta del 12,1% delle vendite nel primo segmento (51-250 cc). Tale relativa 'tenuta' delle piccole cilindrata è però in

larga parte motivata dall'effetto della commessa di Poste Italiane, che ha rinnovato il suo parco scooter (con cilindrata 125 cc), contribuendo alla domanda di settore con oltre 15 mila pezzi. Al netto di tale contributo la riduzione per il primo segmento sarebbe di circa il 25%, con un totale delle moto che fletterebbe in misura analoga, segnalando una domanda delle famiglie in maggiore difficoltà, rispetto a quanto mostrato dal dato complessivo. Degna di nota, per la sostanziale controtendenza con l'andamento del comparto nel complesso, la dinamica che ha interessato il segmento tra i 501 e i 750 cc (+20% delle immatricolazioni nel

tendenziale gennaio-ottobre), risultato fortemente legato alla performance di un modello di successo che ha aumentato la cilindrata nel segmento dei maxiscooter. In conseguenza della debolezza della domanda, il circolante ha continuato a mostrare una dinamica in progressivo ridimensionamento, prossima all'1% di crescita nel 2012. Il parco totale si è posizionato poco sopra i 6 milioni di veicoli, 168 ogni 1000 abitanti nella fascia di età 20-64. Il rallentamento della crescita del parco è principalmente riconducibile alla parallela debolezza delle vendite, osservata a fronte di una riduzione del tasso di rottamazione.

Il mercato delle moto in Italia

	2010	2011	2012
Vendite (unità)	306.885	254.906	205.410
Parco circolante (unità)	5.961.129	6.083.052	6.141.896
Tasso di motorizzazione qualificato ¹	164	167	168
Tasso di rottamazione (%) ²	2,8	2,9	2,2

¹ Parco moto (per 1000) su popolazione in età compresa tra i 20 e i 64 anni.
² è definito come $(ROTTt / PARCOt-1) \cdot 100$; ROTT = numero di motocicli rottamati.

Dinamica della domanda di moto in Italia

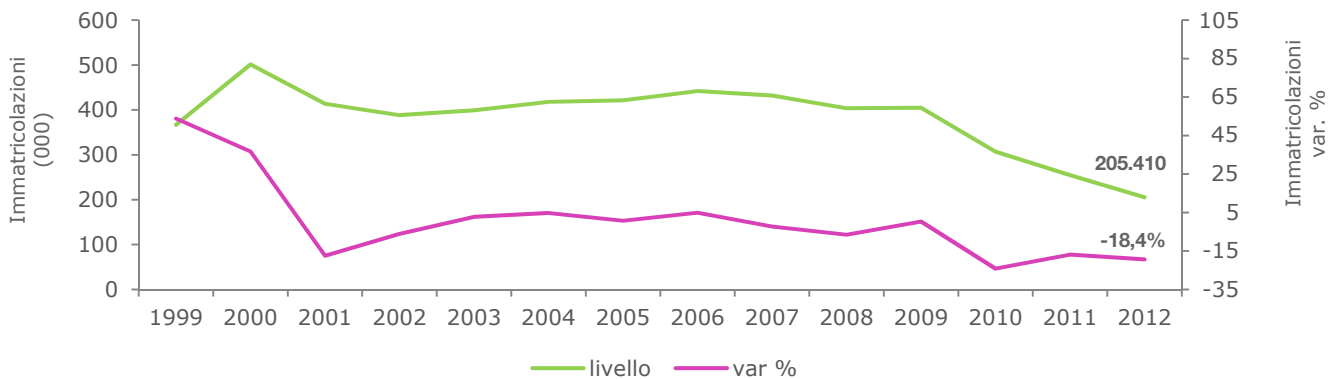
	2010	2011	2012
Immatricolazioni (var. %)	-24,2	-16,9	-19,4
Parco circolante (var. %)	3,1	2,0	1,0

Rispetto al 2010-2011, anni nei quali si era riscontrata una maggiore tenuta dei livelli di domanda per le moto di cilindrata maggiore, nel 2012 le moto oltre i 1000 cc hanno mostrato una contrazio-

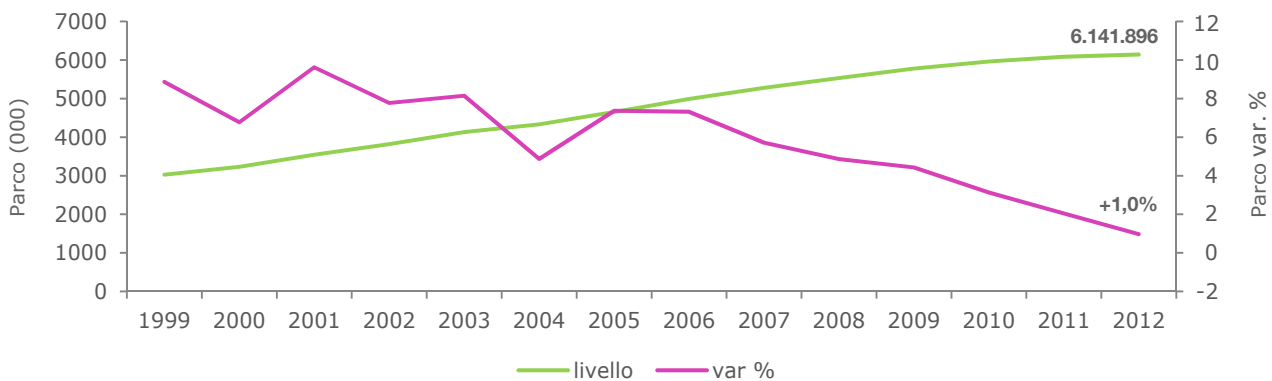
ne consistente, subito seguite dal segmento tra gli 800 e i 1000 cc. In termini di tipologia, tutti i segmenti di moto hanno mostrato una grave sofferenza: solo le enduro stradali e le moto da turismo

hanno mostrato nei primi tre trimestri dell'anno flessioni più contenute del 30% tendenziale, mentre 'naked' e 'custom' hanno mostrato le accentuazioni negative più rilevanti.

Vendite moto (livelli e variazioni %)



Parco circolante moto (livelli e variazioni %)



Nel risultato aggregato del segmento 251-750 cc, il dato molto positivo riportato dai maxiscooter è stato contrastato dalla pessima performance all'interno della categoria delle moto inferiori ai 500 cc, che hanno sperimentato la contrazione più sostenuta nel comparto. Nel suo complesso il segmento ha mantenuto pressoché stabile nel 2012 la sua incidenza sulle immatricolazioni totali,

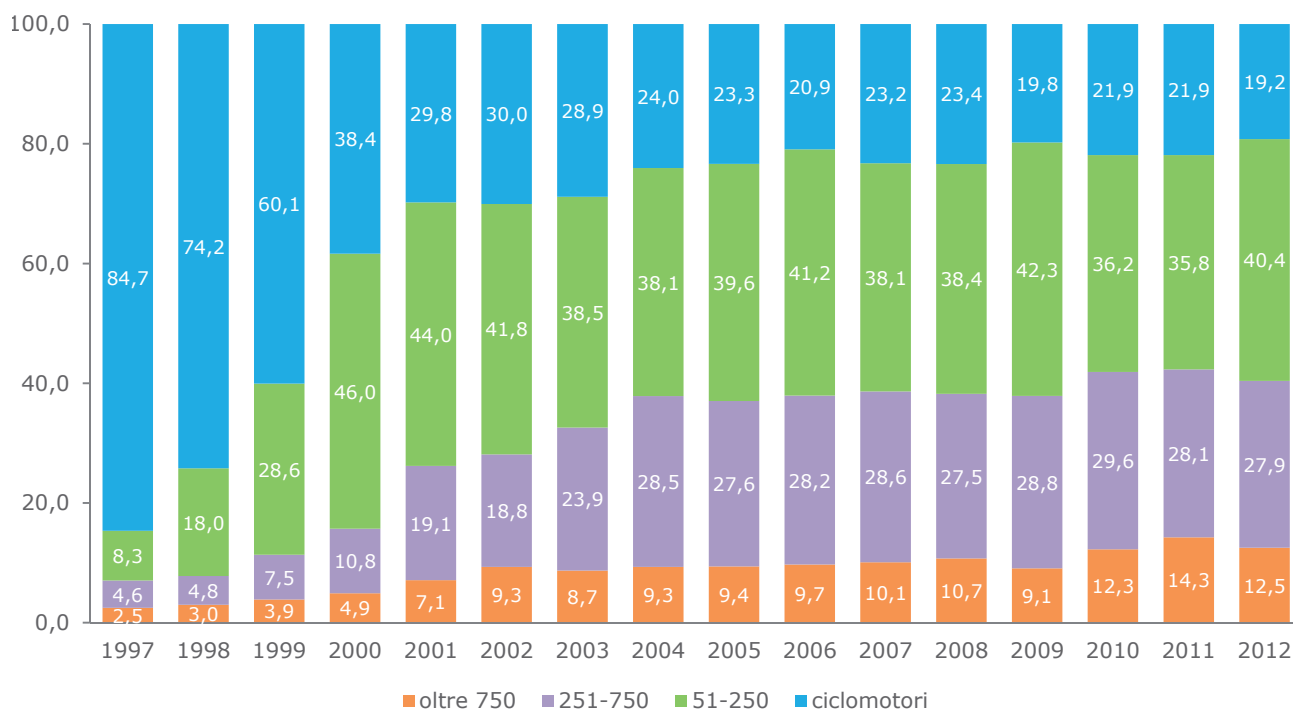
prossima al 28%. Si è interrotto il processo di spostamento degli acquisti verso le cilindrata superiori ai 750 cc, che aveva caratterizzato il triennio 2009-'11, con una quota che si è assestata intorno al 13%.

Una nuova riduzione di oltre tre punti percentuali ha interessato la quota dei ciclomotori, portandone l'incidenza a meno di un quinto del mercato. La ri-

composizione osservata nel 2012 risente dell'effetto della commessa di Poste Italiane, concentrata nel segmento 51-250 cc e che si è tradotta in un aumento della sua incidenza di circa 5 punti percentuali (portandola al 40%), interrompendo così la tendenza al progressivo deterioramento di questo segmento dopo la crescita della prima parte degli anni duemila.



Composizione delle immatricolazioni



In sintesi, le vendite a valore del mercato totale sono stimate essersi ridotte del 20,4%, in misura leggermente più limi-

tata rispetto ai volumi (-22,1%), anche grazie a una ricomposizione verso cilindrata più elevate all'interno del segmen-

to tra i 251 e i 750 cc che si è tradotta in un significativo aumento del prezzo medio della categoria.

Il valore del mercato totale, ciclomotori + moto (Mln di Euro)

	2010	2011	2012
Valore (livelli)	2.057	1.764	1.403
Valore (var. %)	-18,8	-14,2	-20,4

Oltre la metà del mercato è concentrato nelle regioni del Nord (con una netta prevalenza del Nord-ovest, che detiene una quota pari al 33%), che hanno sperimentato una contrazione a valore intorno al 20%, contro un ridimensionamento del 32% al Sud, dove gli effetti della crisi economica sono stati

più acuti, in regioni che partono già con un gap significativo in termini di redditi e livelli di occupazione rispetto alle altre macroaree.

Il dato meno negativo del Centro (e particolarmente positivo per il primo segmento di cilindrata) riflette l'incidenza

della commessa di Poste Italiane sulle immatricolazioni effettuate nella macroarea. Il segmento, come già ricordato, più dinamico, ossia quello delle moto tra i 251 e i 750 cc, ha mostrato una flessione più contenuta nel Nord-est (-3,5%), in un panorama molto negativo in tutte le aree e le cilindrata.

Il valore per segmento e macro area (Valore 2012 - mln di Euro)

	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Italia
51-250 cc	114	59	165	76	414
251-750 cc	166	95	115	116	493
oltre 750 cc	164	106	78	56	404
Moto	444	261	358	249	1.311
Ciclomotori	21	20	19	32	92
Totale	465	280	377	280	1.403

Il valore per segmento e macro area (Variazioni percentuali del valore 2012 su 2011)

	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Italia
51-250 cc	-24,5	-25,7	35,1	-35,0	-11,9
251-750 cc	-8,8	-3,5	-16,4	-26,7	-14,6
oltre 750 cc	-28,8	-24,2	-36,8	-37,5	-30,7
Moto	-21,2	-18,1	-6,6	-32,0	-19,6
Ciclomotori	-31,0	-30,6	-30,2	-30,8	-30,7
Totale	-21,7	-19,2	-8,2	-31,9	-20,4



Camper



In un contesto di difficoltà economiche e di incertezza cala nettamente la domanda di autocaravan. Il comparto registra nel 2012 una contrazione sia in termini di vendite che di fatturato superiore al 30%. A frenare il desiderio di acquisto dei consumatori è soprattutto l'elevato investimento che spinge le famiglie o a rimandare l'acquisto di un bene non strettamente necessario o a spostare le proprie mire verso il mercato dell'usato e del noleggio.

Il contesto di forte difficoltà economica e di incertezza sul futuro nel quale si trovano le famiglie italiane anche

nel 2012 ha pesato fortemente sulle decisioni di acquisto dei consumatori, soprattutto su quelle relative a

beni non necessari e di elevato importo unitario.

Il mercato del camper in Italia

	2010	2011	2012
N° pezzi	6.256	5.817	3.918
Valore (mln di Euro)	243	226	157

In questo scenario, il mercato dei camper non ha dato segni di miglioramento rispetto alle già negative performance

del precedente quadriennio: nel 2012 il livello dell'immatricolato si è portato sotto i 4 mila pezzi, mostrando un netto

calo (-32,6%) rispetto al 2011 che, dato il lieve aumento dei prezzi, si è tradotto in una riduzione a valore del 30,5%.

Il mercato dei camper in Italia (Variazioni %)

	Volumi	Prezzi	Valori
2010	-7,4	0,7	-6,8
2011	-7,0	-0,1	-7,1
2012	-32,6	3,2	-30,5

Questo risultato negativo, confermando il trend osservato dall'inizio della crisi, ha portato il livello delle immatricolazioni da parte di privati a ridursi a meno di un terzo di quello del 2007. Infatti, se fino al 2007 il settore si era mantenuto in crescita, nel 2008 si è registrata un'inversione di tendenza, che protraendosi per diversi anni ha portato la domanda nettamente al di sotto dei livelli di inizio anni Duemila.

I motivi di una contrazione così prolungata e sostenuta, che lascia scarse prospettive di recupero, quantomeno nel

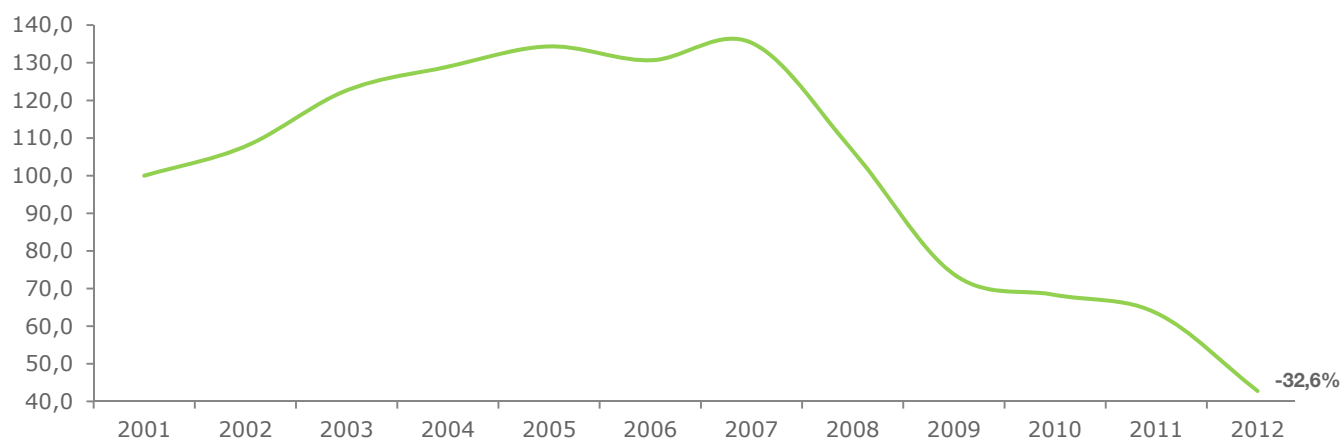
breve periodo, sono da ricercare prevalentemente nella mancata promozione del settore e nella minore necessità di possesso di un camper rispetto ad un'autovettura, mezzo a cui storicamente gli Italiani difficilmente rinunciano, soprattutto per gli spostamenti quotidiani casa-lavoro.

La ricerca "Viaggi e vacanze" pubblicata dall'Istat a inizio 2012 ha inoltre sottolineato come l'utilizzo di camper/ autocaravan per le vacanze si sia ulteriormente ridotto nel 2011, nonostante l'idea della vacanza en plein air, più a basso costo rispetto ad altre

forme di turismo, potesse essere considerata appetibile in periodi di ristrettezza economica.

Verosimilmente l'elevato investimento iniziale per l'acquisto di un camper nuovo (stimiamo un prezzo medio prossimo ai 40 mila euro), il vertiginoso aumento del prezzo del carburante, le maggiori difficoltà di accesso al credito nonché la storica carenza delle reti ricettive italiane, hanno frenato le decisioni di acquisto delle famiglie, in parte modificando le modalità di fruizione delle vacanze in parte spostando la domanda delle famiglie verso il mercato dell'usato o verso il noleggio.

Il mercato dei camper (L'andamento dei volumi di vendita)





La spesa per la casa

Non fanno eccezione al calo dei consumi i mercati dei beni durevoli per la casa che, se pur caratterizzati da una dinamica favorevole dei prezzi, registrano una flessione sia delle vendite che del fatturato. La crisi economica e il persistente clima di incertezza inducono le famiglie a rinviare l'acquisto di beni non strettamente necessari. A farne le spese sono tutti i comparti, compresi quelli sostenuti dall'innovazione tecnologica come quello di Tv, video e Hi-fi. Si salva solo la telefonia, trainata dal segmento degli "smartphone", e l'home comfort che si è avvantaggiato quest'anno di condizioni meteorologiche particolarmente favorevoli all'acquisto di condizionatori.

Anche la spesa per beni durevoli per la casa (mobili, elettrodomestici, telefonia, information technology e bricola-

ge) ha subito un forte contenimento nel 2012 (-4,3% in valore), minore di quello che ha interessato la spesa per

veicoli (-17,6%) ma comunque più accentuato rispetto al risultato già negativo del 2011.

La spesa (famiglie) per la casa (Valore - mln di euro)

Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012
36.343	35.769	34.230

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology e Istat

La spesa (famiglie) per la casa (Variazioni %)

	Volumi	Prezzi	Valori
2010	4,6	-1,0	3,6
2011	-0,8	-0,8	-1,6
2012	-4,9	0,6	-4,3

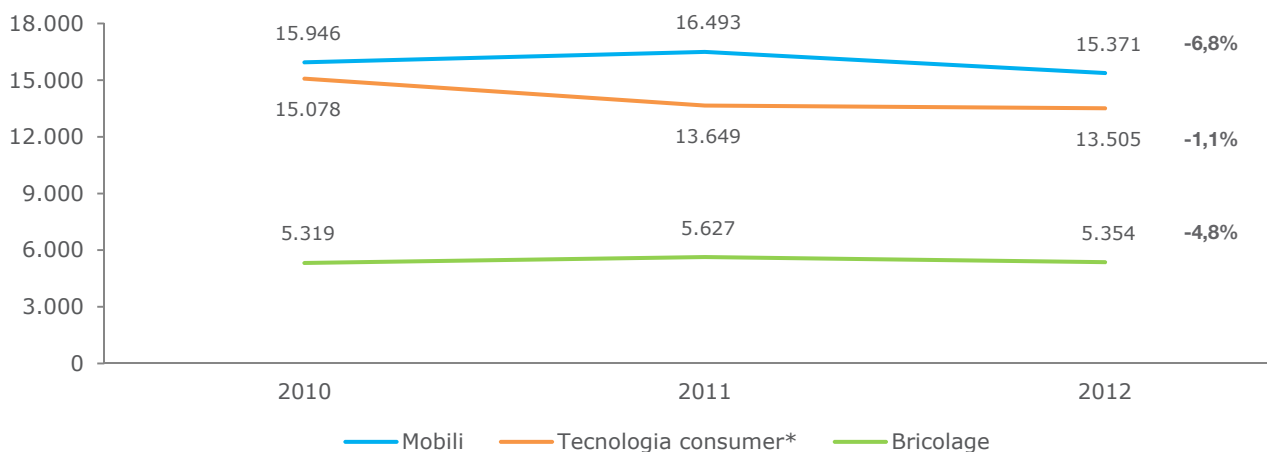
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology e Istat

Pur se con diversa intensità, il calo della spesa ha interessato tutti i macro-comparti dell'area 'casa': se per la tecnologia consumer la spesa si è ri-

dotta solo dell'1,1%, peraltro mostrando una migliore tenuta rispetto al 2011 (quando il calo era stato prossimo al 10%), per il bricolage (con riferimento

ai soli consumi delle famiglie) e i mobili il valore degli acquisti ha invertito la tendenza del 2011 ed è diminuito rispettivamente del 4,8% e del 6,8%.

Andamento del valore in mln di Euro dei segmenti compresi nell'aggregato "casa" (famiglie)



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology e Istat

*la voce comprende: elettrodomestici grandi e piccoli, elettronica di consumo, telefonia, information technology, fotografia, home comfort



L'aggravarsi delle condizioni di reddito delle famiglie e la persistente condizione d'incertezza ha spinto i consumatori nel 2012 a contenere gli acquisti, soprattutto quando non strettamente necessari.

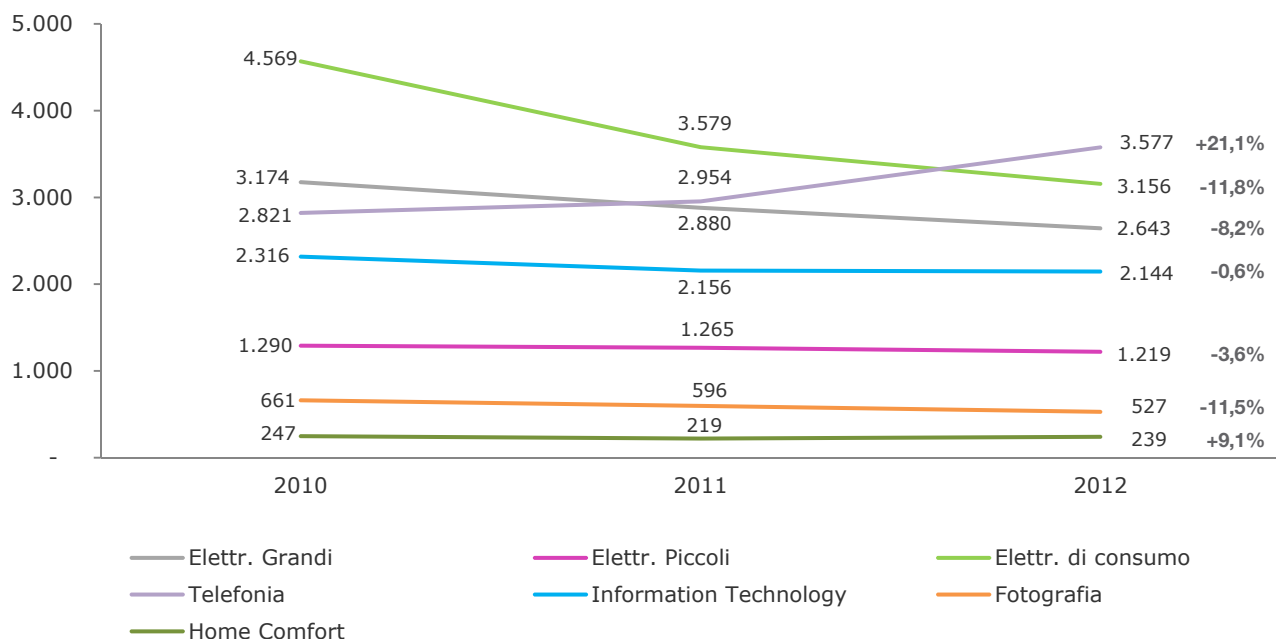
Oltre a mobili e grandi e piccoli elettrodomestici, per i quali quando possibile la sostituzione è stata rinviata, anche l'elettronica di consumo, scemato il sostegno derivante dallo switch-off della televisione analogica (completato l'estate scorsa anche in tutte le regioni

del Sud), ha subito un'ulteriore contrazione degli acquisti, dopo quella che aveva già caratterizzato il 2011.

Solo la telefonia e l'home comfort hanno fornito contributi positivi all'andamento del comparto dei beni tecnologici, nel primo caso continuando a beneficiare del driver tecnologico legato alla penetrazione sul mercato degli smartphone e di una vita media del telefono cellulare breve, nel secondo potendo avvantaggiarsi quest'anno di condizioni meteorolo-

giche particolarmente favorevoli all'acquisto di apparecchi per il condizionamento dell'aria. Per l'information technology, la dinamica positiva dei volumi, sostenuta quasi esclusivamente dalle ottime performance dei tablet, non si è invece tradotta in un aumento del valore della spesa, in lieve flessione rispetto al 2011, per effetto della contrazione dei prezzi medi, peraltro importante elemento di sostegno della domanda in un contesto di così forti pressioni sul potere d'acquisto delle famiglie.

Andamento del valore in mln di Euro dei segmenti compresi nell'aggregato "tecnologia consumer"



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Mobili



Il mercato del mobile e articoli da arredamento, che aveva tenuto nel biennio 2010/2011, registra una marcata flessione della domanda, sia in termini di vendite che di fatturato. Ad influire su questo andamento negativo figurano, oltre alla crisi economica e al conseguente clima di incertezza, l'assenza di incentivi e le difficoltà del mercato immobiliare. A penalizzare gli acquisti di mobili e arredamento contribuisce, oltre al deterioramento del potere d'acquisto delle famiglie e alle maggiori difficoltà di accesso al credito, la contrazione delle compravendite immobiliari ad uso residenziale registrata nel primo semestre del 2012.

Dopo la tenuta dei consumi di mobili evidenziata dai dati Istat di Contabilità Nazionale (pubblicati a ottobre 2012) per il 2011, si stima che nel 2012 si sia verificata una caduta della domanda anche per questo setto-

re. Dopo un accenno di recupero nel biennio 2010/2011, del tutto insufficiente a recuperare il forte deterioramento subito dalla domanda nel biennio 2008/2009, si ritiene che nel 2012 il comparto sia tornato a regi-

strare una forte contrazione tanto nei volumi di vendita (-8,9%) che nel fatturato (-6,8%), tornando sui livelli depressi del 2009, vale a dire oltre il 9% al di sotto del valore del mercato pre-crisi.

Il mercato dei mobili (Valore mln di euro)

Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012
15.946	16.493	15.371

fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT Contabilità Nazionale



Il mercato dei mobili (Variazioni %)

	Volumi	Prezzi	Valori
2010	3,1	1,4	4,6
2011	1,4	2,0	3,4
2012	-8,9	2,3	-6,8

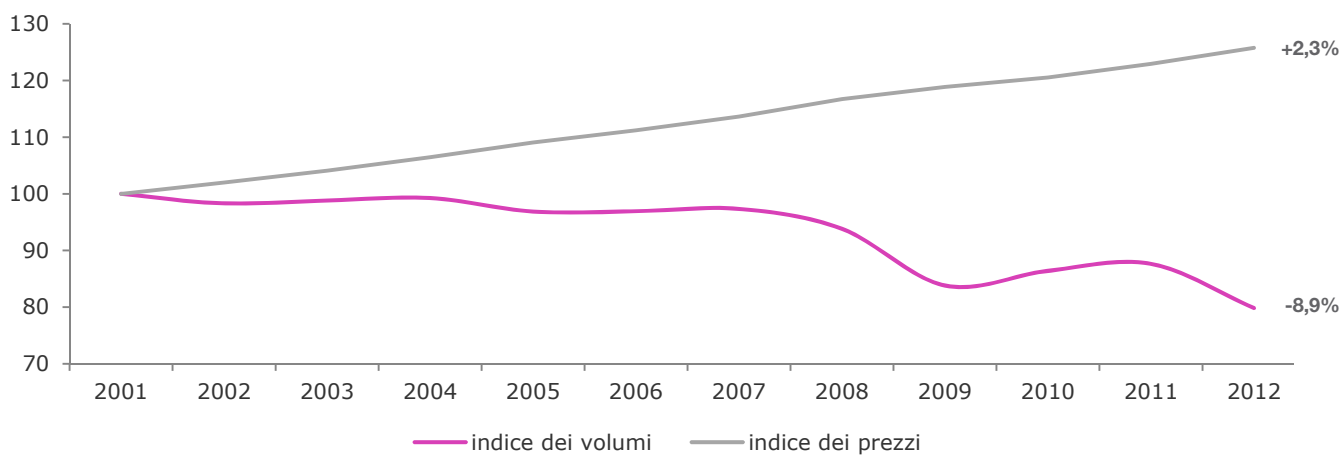
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology e Istat

Al forte deterioramento del potere d'acquisto delle famiglie e alle maggiori difficoltà di accesso al credito, si è

sommata la contrazione delle compravendite immobiliari ad uso residenziale registrata nel primo semestre del

2012, che ha contrastato la domanda di questi beni.

Il mercato dei mobili (L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi)



fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT Contabilità Nazionale

Nonostante l'estensione e l'innalzamento degli incentivi per la riqualificazione del patrimonio abitativo, il lento proseguire della fase di aggiustamento degli investimenti in costruzione, non consente di stimare per il 2012 alcuna crescita per la domanda di questo comparto.

Gli stretti vincoli di bilancio dovrebbero, anche in questo settore, aver accentuato lo spostamento della domanda verso le grandi catene di distribuzione, caratterizzate da un'offerta più economica

rispetto a quella dei distributori indipendenti dell'arredamento. La dinamica rilevata dal data provider GfK Retail and Technology relativamente al solo segmento dei mobili per cucina, conferma il momento di forte difficoltà attraversato dal settore nel 2012.

I dati delle vendite realizzate presso catene e distributori indipendenti, disponibili da inizio 2011, mostrano nella prima metà dell'anno una contrazione a doppia cifra delle vendite di

cucine, che portano a stimare per la media del 2012 un fatturato in contrazione del 22% rispetto all'anno precedente. Il valore delle vendite rilevate da GfK è così stimato essersi ridotto a 3 miliardi di euro.

La flessione è stata nettamente più marcata per gli indipendenti (-27% in valore il calo tendenziale nella media dei primi otto mesi del 2012), a fronte di un ridimensionamento più contenuto per le catene (-5%).

Il mercato dei mobili per cucina

	2011	2012
valore (mln di euro)	3.902	3.042
var. %		-22,0

fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT Contabilità Nazionale

Sebbene oltre 2/3 delle vendite di cucine siano ancora veicolate dagli indipendenti, i cambiamenti nei comportamenti di acquisto accentuati dalla crisi stanno portando anche in questo comparto ad una sempre maggiore rilevanza dei format e dei canali in grado di offrire possibilità di

risparmio, come le grandi superfici e i mercatoni (che hanno visto la loro quota passare dal 19% del 2011 al 22% dei primi otto mesi del 2012). Il ridimensionamento della quota di mercato degli indipendenti è stata il risultato sia di una riduzione dei volumi (-14% il numero di cucine acquista-

te presso il canale tradizionale nei primi otto mesi) sia di una riduzione del prezzo medio (-15%), che riflette le scelte di contenimento della spesa per l'acquisto/rinnovo dell'ambiente cucina ma anche politiche di offerta orientate sostenere i volumi in questo canale.





Elettrodomestici grandi

La domanda dei consumatori, sempre più cauti e inclini a rinviare gli acquisti di beni durevoli in un clima di fiducia fortemente deteriorato, ha evidenziato una flessione consistente sia in termini di vendite che di fatturato. A livello di macro aggregati, si evince un forte deterioramento della categoria merceologica della cottura. Meno spiccata la flessione del segmento lavaggio. Performance migliore per il comparto refrigerazione che beneficia dei driver dell'ecologia e della tecnologia.

La curva negativa del mercato dei grandi elettrodomestici non ha invertito la tendenza durante il 2012, con una contrazione stimata di oltre 8 punti percentuali a valore, che ha portato il giro d'affari a sperimentare il picco più negativo dell'ultimo quinquennio.

Il mercato degli elettrodomestici grandi (Valore - mln di euro)

Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012
3.174	2.880	2.642

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Il mercato degli elettrodomestici grandi (Variazioni %)

	Volumi	Prezzi	Valori
2010	4,5	1,4	6,0
2011	-7,2	-2,2	-9,3
2012	-6,7	-1,6	-8,3

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology e Istat

Il deterioramento del contesto economico, unitamente agli effetti della manovra per il contenimento del bilancio pubblico, ha originato una caduta dei consumi durevoli nel corso del 2012 pari a circa il 10%, minando fortemente la domanda rivolta al settore. Il consolidarsi dell'incertezza prospettica ha incentivato atteggiamenti cautelativi e di proroga delle scelte di acquisto più procrastinabili e a elevato importo unitario, drenando risorse fondamentali a un settore in cui la domanda di sostituzione incide fortemente, in ragione di un'elevata penetrazione delle referenze nelle famiglie italiane. Il lento proseguire della fase di aggiustamento degli investimenti in costruzione, nonostante l'estensione degli incentivi per la riqualificazione del patrimonio abitativo, la debole formazione del potere di acquisto e l'instabilità del mercato del lavoro hanno contribuito a mantenere negativa l'attività della nuova edilizia abitativa, driver principale per il primo acquisto di grandi elettrodomestici built in.

Rispetto al 2011, l'anno appena trascorso si è caratterizzato per un significativo ampliamento della forbice in termini di performance di fatturato tra il segmento freestanding e i grandi elettrodomestici a incasso, in favore del primo. Questa evi-

denza segnala un orientamento maggiormente selettivo dei consumi, che favorisce una sostituzione delle singole componenti nel breve periodo rispetto a un rinnovamento integrale e più oneroso dell'ambiente abitativo. Nel corso del 2012 i mobiliari hanno scontato anche la maggiore pressione sui prezzi, con un livello che, rispetto al 2011, è sceso sotto a quello dei rivenditori freestanding, contribuendo ad accentuare il vantaggio di questo canale in termini di valori complessivamente intermediati dal comparto.

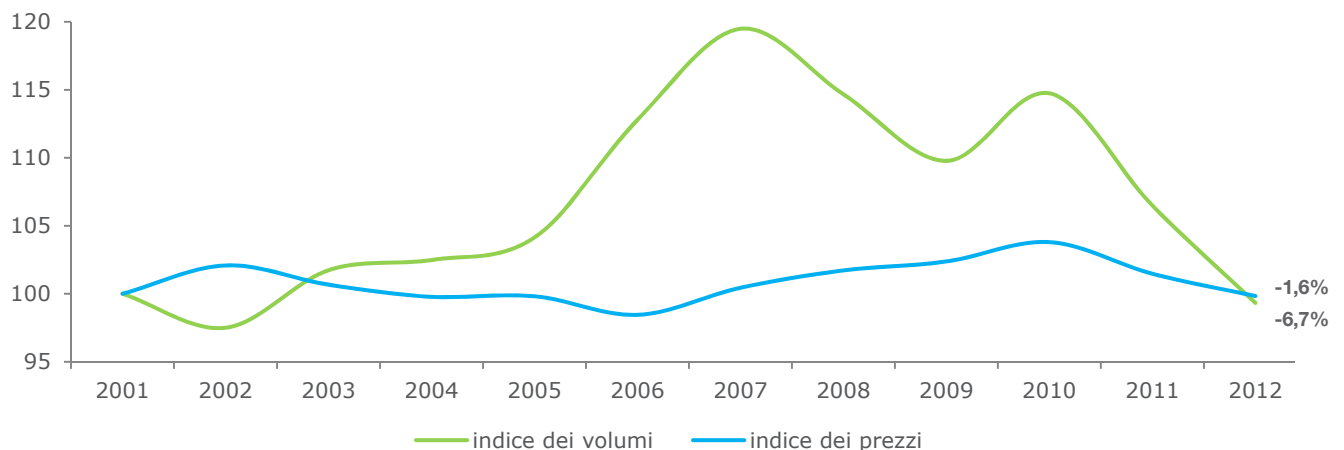
A livello di macro aggregati, si evince un forte deterioramento della categoria merceologica della cottura (che riporta una contrazione del 13% a valore nei primi tre trimestri del 2012 secondo le rilevazioni GfK), più accentuata per i mobiliari, nonostante rappresentino il canale a cui il mercato continua ad accordare, in termini di quote a valore, una forte preferenza. Al contrario, il buon andamento dei fornelli a induzione ha contribuito a ridurre la flessione dei piani cottura freestanding, spingendo questi rivenditori a incrementare lo spazio espositivo dedicato a questi prodotti. In una famiglia merceologica che ha scarsamente variato le sue modalità di fruizione, contribuisce a sostenere la do-

manda di questa referenza la garanzia di maggiore sicurezza della cucina elettrica, in un paese in cui, data la forte diffusione della rete a metano, i piani cottura sono ancora largamente alimentati a gas. Il comparto del lavaggio ha evidenziato nel corso dell'anno una flessione meno spiccata, nonostante il rilevante calo sperimentato dalle lavastoviglie, elettrodomestico che insieme agli apparecchi per la cottura aveva più massicciamente fruito delle misure incentivanti nel corso del 2010.

La contrazione è in parte dovuta alla minore penetrazione di questa referenza (con un'incidenza intorno al 14% a volume sul sell out complessivo del comparto, contro il 24% delle lavatrici), a sua volta legata a un'offerta di questo prodotto prevalentemente tramite soluzioni built in, fortemente penalizzate dalla debolezza del mercato immobiliare.

Migliore performance è stata sperimentata dalle lavatrici, unica referenza tra i grandi elettrodomestici a segnalare una tenuta del prezzo medio, riflesso della ricomposizione dell'offerta verso apparecchi a maggiore contenuto qualitativo ed energy saving, che ha visto premiata l'evoluzione della capacità di carico e il minor impatto su costi energetici domestici in forte aumento.

Il mercato degli elettrodomestici grandi (L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi)



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

I driver dell'ecologia e della tecnologia sono all'origine della migliore performance complessiva del comparto refrigerazione, soprattutto per quanto riguarda le referenze a libera installazione, i cui acquisti sono

stati in parte sostenuti da una domanda di sostituzione più debole durante l'anno precedente. Unica eccezione è il trend molto negativo delle wine cabinets, originato in parte da una crescente maturità di

questa referenza e in parte dal suo carattere maggiormente accessorio, il cui contributo è tuttavia limitato dalla scarsa penetrazione che questo prodotto ha sul mercato complessivo.



Elettrodomestici piccoli

La crisi dei redditi e della fiducia delle famiglie non risparmia il mercato degli elettrodomestici piccoli che evidenzia un andamento negativo che nasconde al suo interno performance differenziate tra i vari segmenti: flessione più rilevante per il comparto “cura persona”, migliore tenuta per i piccoli elettrodomestici per la casa.

Un aggiustamento dei conti pubblici di entità senza precedenti, unitamente agli effetti di indebolimento del ciclo economico e a un'inflazione su livelli elevati, ha gravato fortemente sui bilanci delle famiglie, compromettendone il potere d'acquisto. Il calo della fiducia dei consumatori ha influenzato il settore dei piccoli

elettrodomestici e ne ha aggravato la flessione rispetto all'anno precedente, pur presentando una certa variabilità nei risultati delle diverse famiglie merceologiche: perde in misura più rilevante il comparto cura persona, su cui maggiormente si sono concentrate le azioni di razionalizzazione della spesa domestica, mentre

mostrano una migliore tenuta relativa i piccoli elettrodomestici per la casa. Nonostante una crescita tendenziale di circa due punti percentuali dei prezzi medi, il forte ridimensionamento del numero di unità vendute si è tradotto nel 2012 in livelli di spesa ampiamente depressi rispetto al biennio 2007-'08.

Il mercato degli elettrodomestici piccoli (Valore mln di euro)

Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012
1.290	1.265	1.219

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Dopo un inizio d'anno di forte flessione, i successivi mesi del 2012 hanno fatto registrare andamenti altalenanti, pur raggiungendo nei trimestri centrali dell'anno una maggiore stabilità. Il profilo degli acquisti, in ragione dell'ampiezza dell'offerta di questo comparto merceologico, è fortemente differenziato, mostrando andamenti anche diametralmente opposti per le singole referenze nelle diverse categorie merceologiche.

Il driver dell'evoluzione tecnologica, relazionato a migliori prestazioni in termini di funzionalità e di contenimento della bolletta energetica, ha indirizzato gli acquisti verso le referenze maggiormente innovative nella totalità delle famiglie merceologiche del comparto; sono stati inoltre premiati i prodotti funzionali all'arredo casa che hanno valorizzato la componente di design.

Andando a esaminare le principali famiglie merceologiche, nel comparto della cura della persona confermano un'ottima performance i prodotti per l'igiene orale e le referenze funzionali e multistyle, come gli epilatori a luce pulsata e i tagliacapelli di precisione. In questo senso, come sottolineato dal più vivace incremento dei prezzi medi nel settore dei piccoli elettrodomestici, nella cura del corpo hanno sperimentato andamenti positivi quei beni che non solo presentano un più elevato contenuto tecnologico e di innovazione, ma che esercitano an-

Il mercato degli elettrodomestici piccoli (Variazioni %)

	Volumi	Prezzi	Valori
2010	0,4	2,1	2,5
2011	-2,7	0,8	-2,0
2012	-5,3	1,8	-3,6

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology e Istat

che un effetto di sostituzione rispetto al ricorso a servizi esterni.

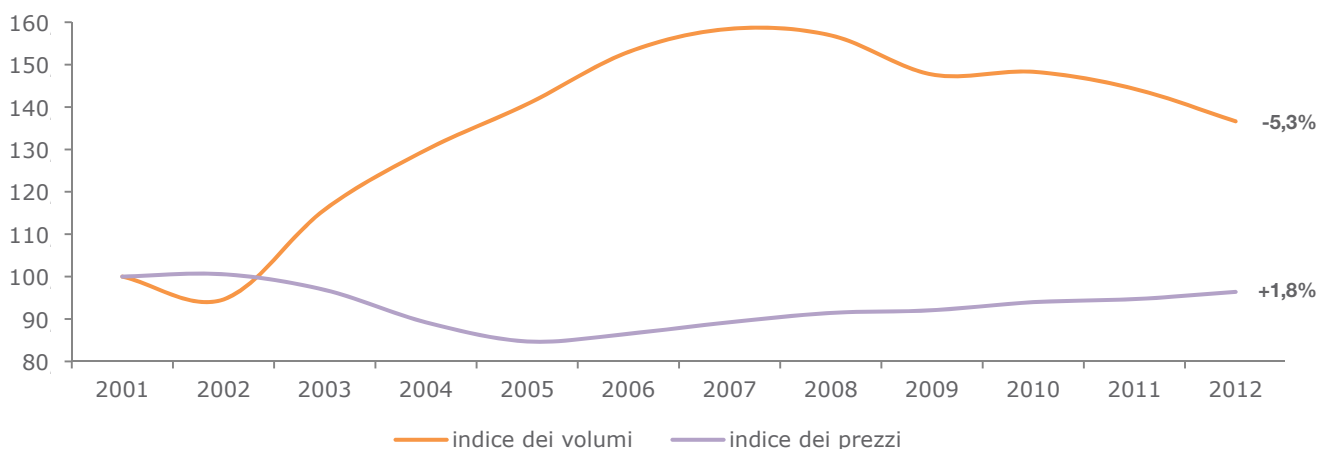
Nonostante presentino un importo unitario maggiore rispetto alla media del comparto, questi prodotti permettono di ammortizzare all'interno delle mura domestiche i costi delle prestazioni professionali di estetisti e parrucchieri e di minimizzare il ricorso alle cure dentistiche.

La tendenza alla razionalizzazione degli acquisti di elettrodomestici monofunzionali e di carattere più accessorio è particolarmente rilevante negli apparecchi per la cottura: mediamente le referenze del comparto segnalano un andamento negativo, mentre si evince l'ottima performance sia a valore che a volume del segmento food preparation, in particolare delle kitchen machines, strumenti multifunzionali e integrati anche con sistemi di cottura a induzione. L'anda-

mento positivo di queste referenze evidenzia il bisogno di risparmio di tempo delle famiglie italiane, sempre più caratterizzate da nuclei monocomponente e da un'attiva partecipazione femminile al mondo del lavoro.

Negativa al contrario, dopo l'andamento positivo degli ultimi anni, la variazione dei valori intermediati dal segmento della preparazione delle bevande calde, in relazione alle maggiori iniziative promozionali che hanno fortemente ridotto il prezzo medio delle macchine per caffè. Si riscontra un impatto positivo dei trend di lungo periodo sulle dinamiche congiunturali anche nell'universo dei prodotti per la casa, in cui i robot per l'aspirazione continuano a imprimere stimoli positivi alle vendite, rivoluzionando il mercato della pulizia domestica e sperimentando continue innovazioni di gamma.

Il mercato degli elettrodomestici piccoli (L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi)



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology



Elettronica di consumo



Il comparto dell'elettronica di consumo rallenta, nel 2012, la propria decrescita, pur registrando una flessione importante sia per quanto riguarda il volume di vendite che il fatturato. A mitigare la flessione del settore il passaggio al digitale terrestre che ha interessato nell'ultimo anno il Sud Italia e le Isole, aree che hanno registrato un andamento positivo del comparto a differenza di tutte le altre. Il comparto video conferma la propria leadership nel mercato dell'elettronica di consumo mantenendo una quota superiore all'80% del valore totale.

Il mercato dell'elettronica di consumo nel 2012 ha rallentato la propria decrescita sia in termini di volumi (-8,4%) che di valori (-11,8%).

Il mercato dell'elettronica di consumo (Valore - mln di euro)

Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012
4.569	3.579	3.156

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Il mercato dell'elettronica di consumo (Variazioni %)

	Volumi	Prezzi	Valori
2010	11,7	-5,7	5,3
2011	-17,0	-5,7	-21,7
2012	-8,4	-3,7	-11,8

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology e Istat

Nonostante la flessione del settore sia rimasta importante, è stata mitigata almeno nella prima metà dell'anno dall'importante driver tecnologico legato al passaggio al digitale terrestre, che nel 2012 ha riguardato finalmente anche il Sud Italia e le Isole. In questa macroarea i dati GfK Retail and Technology mostrano nei primi nove mesi del 2012 una crescita delle vendite del 7% in valore, a fronte di dinamiche marcatamente negative in tutte le altre ripartizioni.

Nel primo semestre del 2012 non si è osservata un'inversione di tendenza né per il comparto audio né per il comparto video; i trend si sono confermati negativi, con perdite in doppia cifra sia in termini di volumi che di valori. Tutti i prodotti hanno registrato perdite rispetto allo stesso periodo del 2011, con le uniche eccezioni rappresentate dai volumi di decoder per il digitale terrestre, grazie all'ultima ondata di switch-off che ha interessato il meridione, degli accessori 3D e del car vision. Il comparto video ha confermato la propria leadership nel mercato dell'elettronica di consumo mantenendo una quota superiore all'80% del valore totale. Nonostante a giugno 2012 il segmento abbia chiuso in positivo in termini di vendite a

unità (+8,4%), il fatturato ha registrato una contrazione a doppia cifra (-12,1%), a causa di un andamento dei prezzi fortemente negativo.

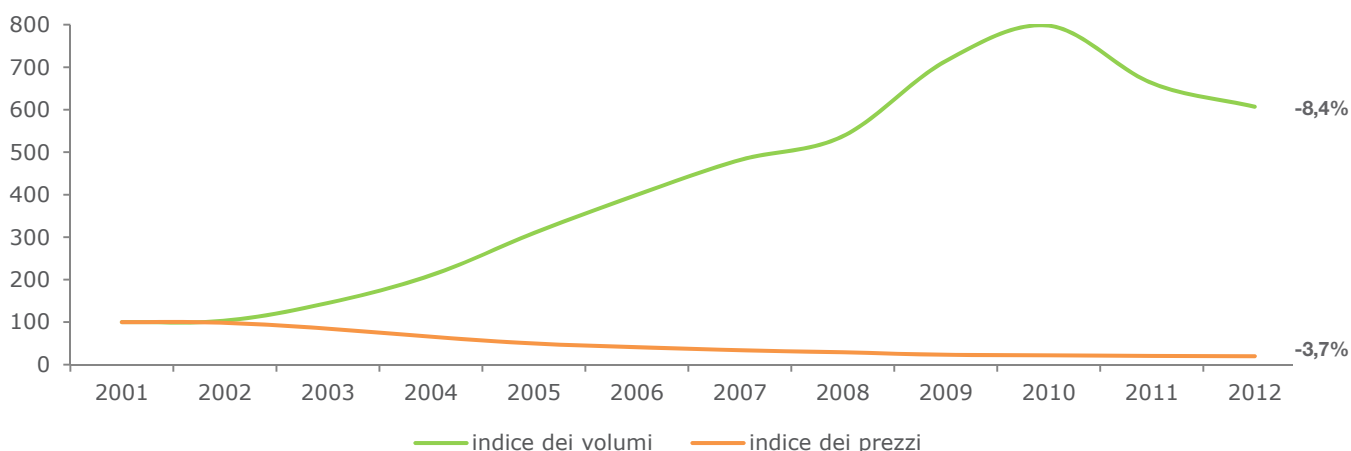
Nell'ambito del comparto video, ha mostrato ottime performance il segmento dei televisori LED che, nel primo semestre dell'anno, rappresentava il 75,2% delle tv vendute e il 79,5% del fatturato complessivo. L'importante crescita delle vendite di questo prodotto non ha, tuttavia, impedito al mercato delle tv a schermo piatto di registrare, nel complesso, una seppur attenuata contrazione degli acquisti sia nei valori che nei volumi (rispettivamente -12% e -7% nel confronto con il 2011); si è potuto, infatti, assistere ad un fenomeno di upgrading a discapito dei televisori al plasma e soprattutto LCD (a tecnologia meno evoluta), gradualmente sostituiti.

Nel complesso i televisori a schermo piatto non hanno perso quota sul comparto video, in termini di valore (rappresentando l'85,4% a giugno 2012) ma solo in termini di unità vendute (43,8%), a vantaggio dei decoder per il digitale terrestre (43,5% dei volumi del comparto, a giugno 2012). La quota in valore di tali decoder rimane

comunque bassa (7,2%) e il prezzo medio si è ancora una volta ridotto considerevolmente; nonostante l'ottimo andamento delle vendite ad unità (+54,7%) e del fatturato (+22%), questa categoria di prodotto è destinata, essendosi concluso il passaggio dal nuovo al vecchio sistema di ricezione su tutta la penisola, a tornare marginale, data l'integrazione di default in tutti i nuovi televisori del ricevitore digitale. Il fatturato delle rimanenti tipologie di prodotto appartenenti al segmento video (in ordine di rilevanza, lettori DVD, camcorder e tv portatili) è nettamente crollato (con variazioni tendenziali attorno al -30%); tali tecnologie ricoprono sempre più un ruolo marginale nel mercato a causa della mancanza di innovazione.

Anche i prodotti audio hanno mantenuto il trend negativo degli ultimi anni, continuando a registrare contrazioni a doppia cifra sia in termini di volumi che di valori, sia per il segmento fisso che per quello portatile. L'unica nota positiva proviene dai sintonizzatori, con vendite in aumento nel primo semestre sia in termini di volumi che di valori, anche se si tratta di un prodotto di nicchia che scarsamente incide sulla dinamica complessiva del comparto audio.

Il mercato dell'elettronica di consumo (L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi)



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology





Fotografia

Il settore della fotografia nel 2012 registra una flessione delle vendite e del fatturato. A fornire un contributo positivo all'andamento del mercato sono le macchine fotografiche con lenti intercambiabili a conferma di una tendenza dei consumatori ad acquistare prodotti tecnologicamente più avanzati e capaci di garantire una resa qualitativa maggiore. In calo invece le vendite delle macchine compatte che rappresentano ancora il segmento di gran lunga più rilevante nel settore fotografia.

Il settore della fotografia ha sperimentato nel 2012 un calo della domanda ancora maggiore (-17% in volume) rispetto al risultato negativo del 2011. In termini di valore del venduto si stima una contrazione meno marcata (-11,5%) grazie ad un'inversione di tendenza dei prezzi (+6,6%).

Il mercato della fotografia (Valore - mln di euro)

Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012
661	596	527

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Il mercato della fotografia (Variazioni %)

	Volumi	Prezzi	Valori
2010	10,9	-2,5	8,1
2011	-8,7	-1,3	-9,9
2012	-17,0	6,6	-11,5

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology e Istat

Questo andamento dei prezzi medi è il risultato di due differenti dinamiche: da un lato il segmento delle macchine compatte sta perdendo fortemente quota, dall'altro si registrano performance positive per le macchine fotografiche con lenti intercambiabili, dal più alto prezzo medio.

Dai dati GfK Retail and Technology emerge, tuttavia, come nel 2012 il segmento delle macchine compatte sia rimasto di gran lunga il più rilevante nel settore fotografia. Nel primo semestre dell'anno, nonostante le vendite di questo prodotto risultassero in ridimensionamento (-21% la variazione in valore rispetto al primo semestre del 2011), esse rappresentavano ancora circa il 77% in termini di volumi e il 58% in termini di valore.

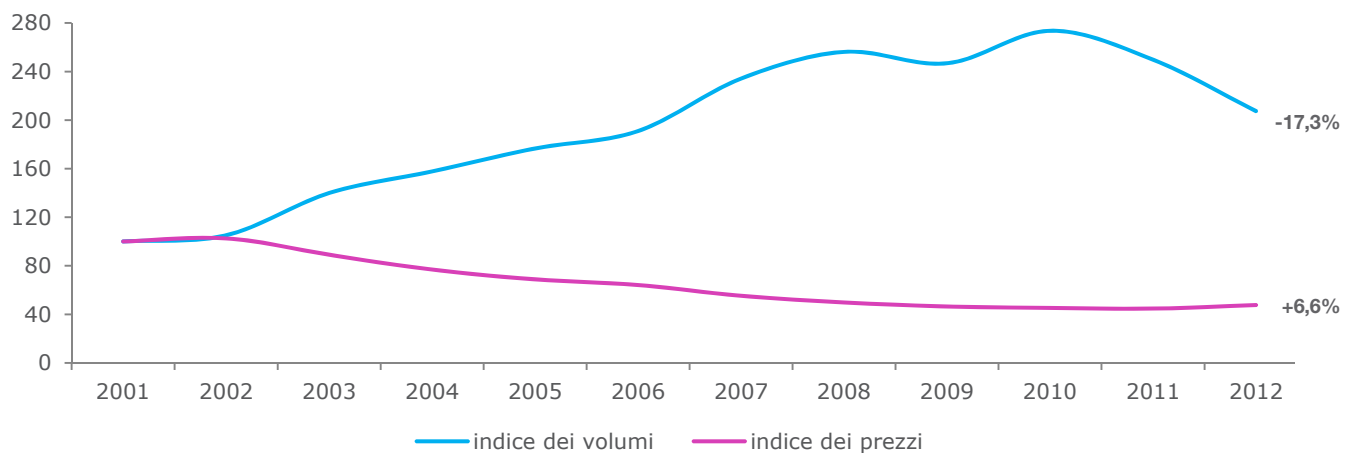
Nello stesso periodo si osservava una crescita delle vendite di fotocamere reflex, che hanno continuato a fornire un contributo positivo all'andamento del mercato sia in termini di volumi (+5%) che di valore (+6%), confermando la tendenza già osservata nel 2011 di un upgrading degli acquisti verso prodotti tecnologicamente più avanzati, capaci di garantire una resa qualitativa maggiore e a un prezzo sempre più accessibile al grande pubblico.

Sempre a conferma dell'upgrading graduale degli acquisti in questo settore, è da rilevare l'ottima performance delle fotocamere mirrorless (con una crescita superiore al 100% rispetto al giugno

2011 sia in quantità che in termini di valore del venduto), un segmento che a giugno 2012 è arrivato a pesare il 3,2% del fatturato totale del comparto fotografia. Le mirrorless sono fotocamere non riconducibili alla tecnologia reflex che sono riuscite a riscuotere interesse presso quegli utenti più sofisticati e attenti alla qualità degli scatti. L'aumento dell'offerta a seguito dell'ingresso di nuovi player lascia intravedere ulteriori buoni risultati per questo segmento.

Infine, nei primi 6 mesi dell'anno il fatturato delle cornici digitali ha registrato una contrazione del 40%. Il peso di tale segmento si è dunque ridotto al 4,9% del mercato totale della fotografia.

Il mercato della fotografia (L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi)



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology





Telefonia

Con la migliore performance tra i settori dei beni durevoli monitorati dall'Osservatorio, la telefonia evidenzia nel 2012 un forte crescita sia in termini di volumi che di fatturato. Questa performance si spiega per il fatto che il mercato è oggi interessato dal fenomeno della sostituzione di cellulari meno evoluti con gli smartphone. Proprio I-phone e simili hanno fatto segnare nel corso dell'anno un aumento delle vendite che ha più che compensato la contrazione del segmento dei cellulari meno evoluti.

Tra i settori monitorati nell'Osservatorio, quello della telefonia ha chiuso il 2012 di gran lunga con la migliore performance sia in termini di volumi di vendita (+24,1%) che di valore (+21,1%).

Il mercato della telefonia (Valore - mln di euro)

Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012
2.821	2.954	3.577

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Il mercato della telefonia (Variazioni %)

	Volumi	Prezzi	Valori
2010	17,4	-20,2	-6,3
2011	12,2	-6,7	4,7
2012	24,1	-2,5	21,1

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology e Istat

Il mercato è interessato dal fenomeno di sostituzione tra cellulari tecnologicamente meno evoluti, mobilephone, e più evoluti, smartphone. I dati dei primi nove mesi del 2012 mostrano che i primi hanno fatto registrare nuovamente una flessione del valore degli acquisti (-39%), avvenuta a fronte di una contrazione dei volumi del 28%. I secondi hanno invece continuato a conquistare un sempre maggiore appeal tra i consumatori finali; nello stesso periodo, infatti, complice la crescente varietà di modelli presenti nei punti vendita a prezzi sempre più accessibili, gli smartphone hanno registrato un notevole aumento delle vendite sia in quantità (+62%) che in valore (+63%). Anche nel 2012 la crescita degli smartphone, trainata dal persistente aumento

dei volumi di vendita, ha più che compensato la contrazione delle vendite dei cellulari meno evoluti.

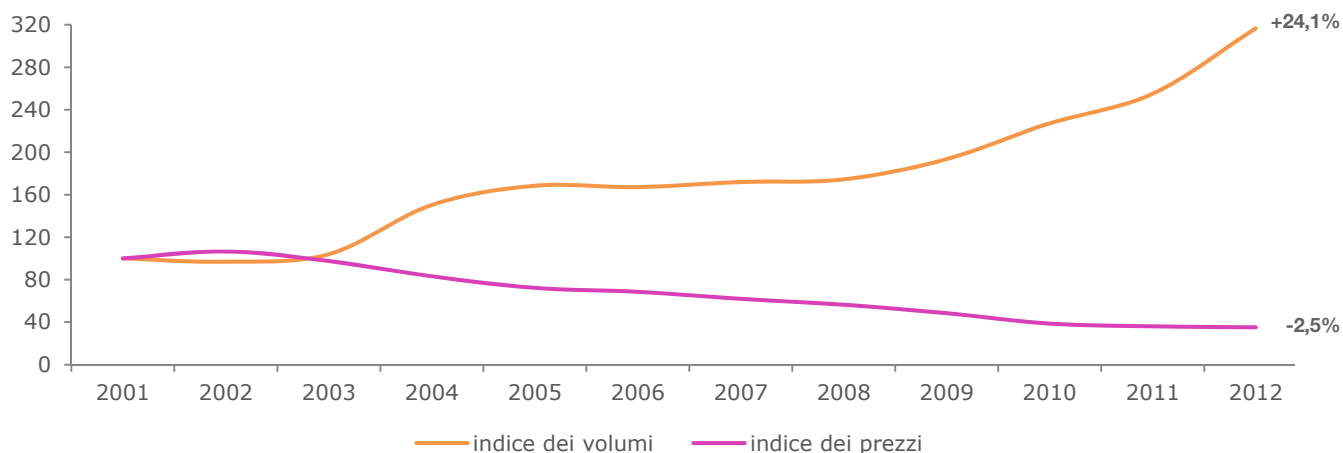
Sono proseguite, invece, le performance negative della telefonia fissa e dei fax; queste tecnologie, ormai da tempo sostituite, rispettivamente, da telefonia mobile e stampanti multifunzione, a settembre 2012 complessivamente pesavano meno del 3% del valore totale del settore telecomunicazioni.

Gli accessori e auricolari per telefonia mobile hanno rivelato andamenti positivi, continuando a sfruttare la scia del trend positivo di settore e la forte promozione applicata nei punti vendita. I primi hanno realizzato un netto aumen-

to sia in termini di vendite (+43%) che di valore (+26%); i secondi, a fronte di un ridimensionamento delle vendite (-9%), sono arrivati ad incrementare il fatturato del 2%, grazie ad un aumento del loro prezzo medio. Queste due categorie continuano tuttavia ad essere residuali nel settore (complessivamente circa il 4% del totale).

Un segmento sempre più marginale (attorno al 3% del totale del mercato) è rappresentato dalle internet keys; a seguito del grande boom delle tecnologie smartphone e webbook con accesso internet integrato, hanno mantenuto un trend negativo di vendite anche nel 2012 (-24% in termini di volumi e -9% a valore nella media dei primi tre trimestri).

Il mercato della telefonia (L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi)



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology





Information technology

Il mercato dell'informatica registra anche nel 2012 una lieve flessione delle vendite che, in virtù del nuovo calo dei prezzi, comporta una contrazione sensibile del fatturato. La crisi economica ha penalizzato soprattutto la domanda delle aziende a fronte di una sostanziale tenuta di quella delle famiglie. Le scelte dei consumatori premiano soprattutto i prodotti portabili: crescita a tripla cifra per i tablet a scapito di desktop, notebook e, soprattutto, netbook. I desktop PC hanno confermato il loro declino.

In linea con quanto accaduto fin dagli inizi della crisi economica, anche nel 2012 il settore IT (con riferimento al mercato dell'hardware) ha continuato a registrare una crescente contrazione dei volumi acquistati (-2,8%). Il concomitante calo del livello medio dei prezzi rispetto all'anno precedente ha fatto sì che la flessione del valore delle vendite risultasse più marcata (-4,5%).

Il mercato dell'information technology (Valore - mln di euro)

Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012
5.462	4.999	4.776

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Il mercato dell'information technology (Variazioni %)

	Volumi	Prezzi	Valori
2010	-1,5	12,8	11,0
2011	-2,3	-6,4	-8,5
2012	-2,8	-1,7	-4,5

Il mercato dell'information technology - La domanda delle famiglie

(Valore - mln di euro e quota sul mercato totale)

	Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012
Valore (000)	2.316	2.156	2.144
Quota % sul mercato totale	42,4	43,1	44,9

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Il mercato dell'information technology - La domanda delle famiglie

(Variazioni %)

	Volumi	Prezzi	Valori
2010	1,0	5,1	6,2
2011	1,7	-8,4	-6,9
2012	3,2	-3,7	-0,6

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

I dati GfK Retail and Technology hanno mostrato come, forte di una crescita a tripla cifra, il segmento dei tablet nei primi nove mesi del 2012 sia riuscito ad imporsi con decisione nel comparto dei personal computer, arrivando a rappresentarne circa il 30% del fatturato; a farne le spese sono stati i desktop, i notebook (ancora prodotto rilevante nei canali consumer) e, soprattutto, i netbook.

Le scelte dei consumatori sono quindi ricadute principalmente su apparecchi in grado di coniugare portabilità e connettività wireless per la navigazione, sia a scopo ludico che lavorativo.

Data l'appetibilità di questo mercato in

continua crescita, l'ingresso di nuovi competitor, con conseguente diversificazione e ampliamento dell'offerta, assieme ad un'aggressiva politica promozionale degli operatori telefonici, ha generato una battaglia sui prezzi fino a ridurli in dodici mesi del 23%. Questo fenomeno ha dato un forte impulso alle vendite aprendo uno spazio importante ai tablet di fascia bassa, non dotati di tecnologia 3G.

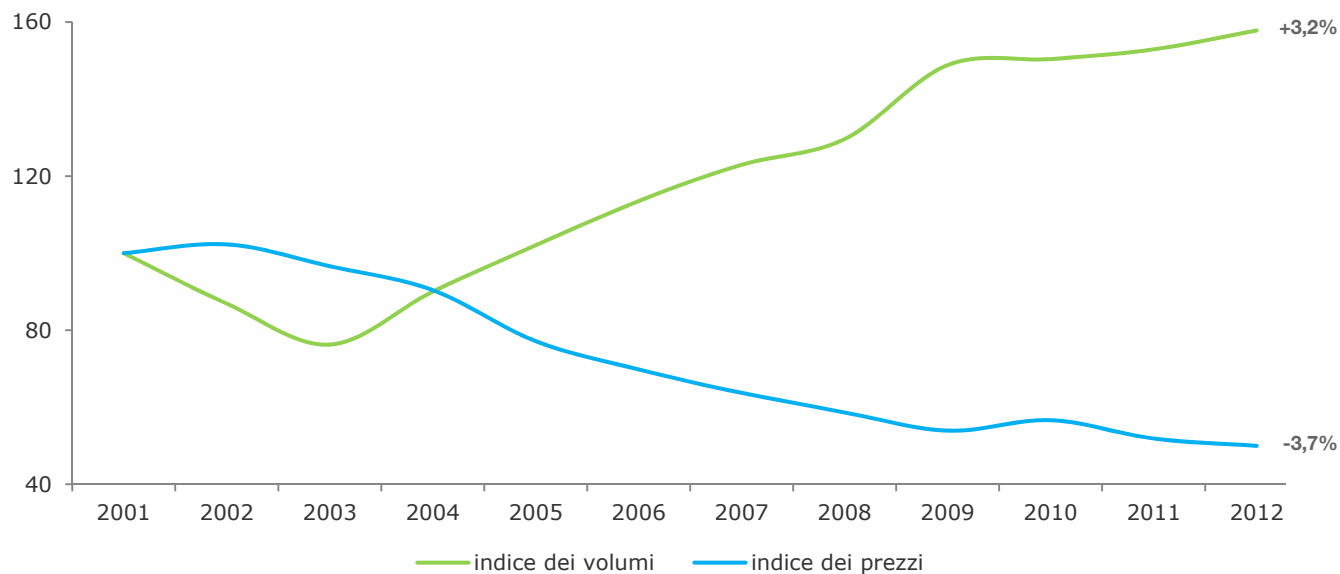
I netbook hanno subito più di ogni altro prodotto il colpo della crescente concorrenza diretta apportata dai tablet, manifestando un'enorme difficoltà sia in termini di fatturato che di quantità vendute. I desktop PC hanno confermato il loro

declino (-13% in valore e -20% in volumi), sempre più soggetti all'effetto sostitutivo dei notebook nei canali consumer e caratterizzati da un ciclo di vita mediamente più lungo degli altri prodotti. A causa delle scarse politiche promozionali della distribuzione e dei troppo timidi tentativi di innovazione, la crisi del mercato si è, tuttavia, abbattuta anche sui notebook, che hanno registrato un ridimensionamento sostanziale sia nel venduto che nel fatturato (nel complesso le vendite di notebook e netbook si sono ridimensionate del 33% in volumi e del 25% in valore nella media dei primi nove mesi).



Il mercato dell'information technology

(L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi per il settore famiglie)



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Quasi tutti i prodotti dell'office equipment (stampanti, scanner, calcolatrici) hanno visto una riduzione in doppia cifra del fatturato; anche le stampanti multifunzione, nonostante le ottime performance degli ultimi anni, hanno accusato un arresto nella domanda

(-13% di fatturato). Infine, il comparto degli accessori per PC (input devices), nel complesso, ha subito un brusco calo: nel 2012 solo il segmento delle tastiere è stato preservato da una contrazione (+5% il fatturato), grazie al successo dei dispositivi utilizzati in mobilità

con il tablet, che hanno più che compensato le perdite sulle tastiere tradizionali. Per il resto, i pointing devices e i gaming devices sono stati condizionati in maniera negativa sia dalla flessione del comparto PC che dalla mancanza di lanci di nuove console.

Home comfort



Insieme alla telefonia, l'home comfort è l'unico mercato di beni durevoli, tra quelli monitorati dall'Osservatorio, ad evidenziare nel 2012 una crescita in termini di vendite e di fatturato. Il segmento è stato avvantaggiato durante tutto l'anno da condizioni metereologiche incentivanti le vendite. Le vendite di apparecchi per il riscaldamento elettrico hanno beneficiato di un inverno particolarmente lungo e rigido, quelle di condizionatori ha tratto impulso invece da una stagione estiva molto afosa.

Il comparto dell'home comfort, inclusivo dei condizionatori d'aria e degli apparecchi per il riscaldamento e il trattamento dell'aria, ha sperimentato durante l'anno trascorso una crescita a valore del 9,1%, in netta controtendenza rispetto agli altri settori degli elettrodomestici, fruendo inoltre di un livello dei prezzi complessivamente stabile.

Il mercato dell'home comfort (Valore - mln di euro)

Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012
247	219	239

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Il mercato dell'home comfort (Variazioni %)

	Volumi	Prezzi	Valori
2010	13,3	-1,0	12,2
2011	-12,5	1,2	-11,4
2012	9,4	-0,3	9,1



Il segmento, che durante il biennio 2008-'09 era stato duramente colpito dalla caduta della domanda, nonostante la residua debolezza del reddito disponibile è stato avvantaggiato durante tutto il 2012 da condizioni metereologiche incentivanti le vendite.

Gli apparecchi per il riscaldamento elettrico hanno tratto stimolo da un inverno rigido e protrattosi oltre i mesi usuali, ma è stata in particolare la stagione estiva molto afosa a conferire impulso alle vendite al settore, imprimendo al segmento dei condizionatori d'aria, motore del comparto con oltre l'80% dei valori complessivi intermediati, una variazione tendenziale in volume prossima al 20% durante i mesi estivi, secondo quanto rilevato dal data provider GfK. All'interno del seg-

mento, si segnala la migliore prestazione dei condizionatori portatili rispetto ai fissi, per i quali tuttavia buona parte delle vendite sono ancora veicolate dagli installatori, e quindi non comprese nel perimetro rilevato da GfK.

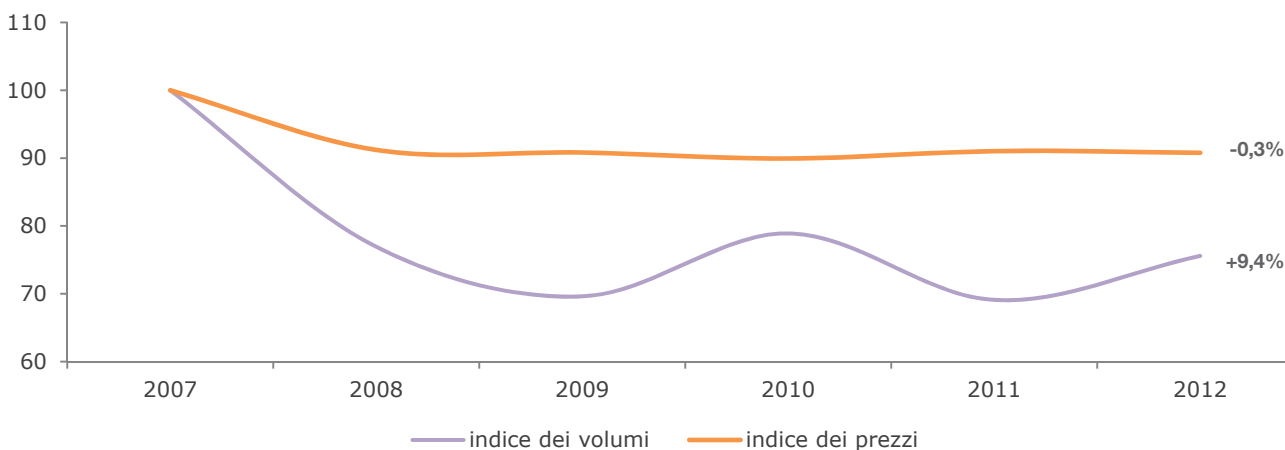
Gli apparecchi per il riscaldamento elettrico hanno mostrato il maggiore incremento del prezzo medio di vendita: questa tendenza è in parte ascrivibile alla crescente diffusione dei termocamini e di impianti a maggiore valore aggiunto e più elevata efficienza energetica, che consentono una riduzione dell'impatto sulla bolletta energetica delle famiglie.

Unico segmento a evidenziare un andamento in controtendenza con il comparto è stato quello dei prodotti per il trattamen-

to dell'aria, tra cui si annoverano le referenze per la pulizia, la deumidificazione e l'umidificazione degli ambienti, che ha scontato inoltre una pressione deflativa sui prezzi.

Questo segmento sta in parte scontando gli effetti dell'innovazione tecnologica delle altre referenze del comparto, che incorporano in larga misura funzioni che prima ne erano esclusivo appannaggio. La tendenza alla multifunzionalità di un singolo elettrodomestico per esigenze energy e space saving, e la crescente attenzione verso la dimensione complessiva della domotica e la componente di design, hanno rappresentato, accanto all'eccezionalità del contesto climatico, i driver principali per le vendite di questo comparto.

Il mercato dell'home comfort (L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi)



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Bricolage



Calano nel 2012 i consumi delle famiglie all'interno del mercato del bricolage che torna ad assestarsi sui livelli del 2010 in termini di valore degli acquisti. In marcata flessione l'acquisto di utensili e attrezzi per la casa e il giardino, più contenuta la contrazione delle vendite di prodotti per la riparazione e la manutenzione domestica vista l'impossibilità di rinviare tali interventi e le spese ad essi collegate.

Il settore del Bricolage ha mostrato nel 2012 una contrazione delle vendite, solo parzialmente compensata dall'aumento dei prezzi. In ragione del contesto di sfiducia e di compressione del potere d'acquisto delle famiglie dovuto alla crisi economica, anche i volumi delle vendite di prodotti per il bricolage sono calati sensibilmente.

Bisogna tuttavia precisare che le analisi dell'Osservatorio fanno riferimento ai soli

consumi delle famiglie, e pertanto non sono compresi nel perimetro considerato gli acquisti effettuati da operatori del settore, pur se effettuati presso le superfici di vendita al dettaglio, né gli acquisti finalizzati alla ristrutturazione dell'abitazione, coerentemente con la logica della Contabilità Nazionale Istat che li considera investimenti delle famiglie (in quanto spese che accrescono il valore dell'abitazione) e non consumi. Restano naturalmente escluse dal perimetro di analisi anche le

spese per servizi di manutenzione dell'abitazione, essendo oggetto di osservazione in questo contesto soltanto gli acquisti di beni per la manutenzione ordinaria dell'abitazione e per il giardinaggio.

Nel corso del 2012 il mercato è tornato ai livelli del 2010 in termini di valore degli acquisti, in controtendenza con quanto avvenuto nel 2011 quando si era osservato un lieve miglioramento sia per quanto concerne i volumi che il fatturato.

Il mercato del bricolage (Valore - mln di euro)

Valore 2010	Valore 2011	Valore 2012
5.319	5.627	5.354

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology



Il mercato del bricolage (Variazioni %)

	Volumi	Prezzi	Valori
2010	0,1	1,6	1,8
2011	3,6	2,1	5,8
2012	-7,5	2,9	-4,8

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology e Istat

In marcata flessione è stimato l'acquisto di utensili e attrezzi per la casa e il giardino, con un profilo in linea con l'attuale trend negativo dei consumi.

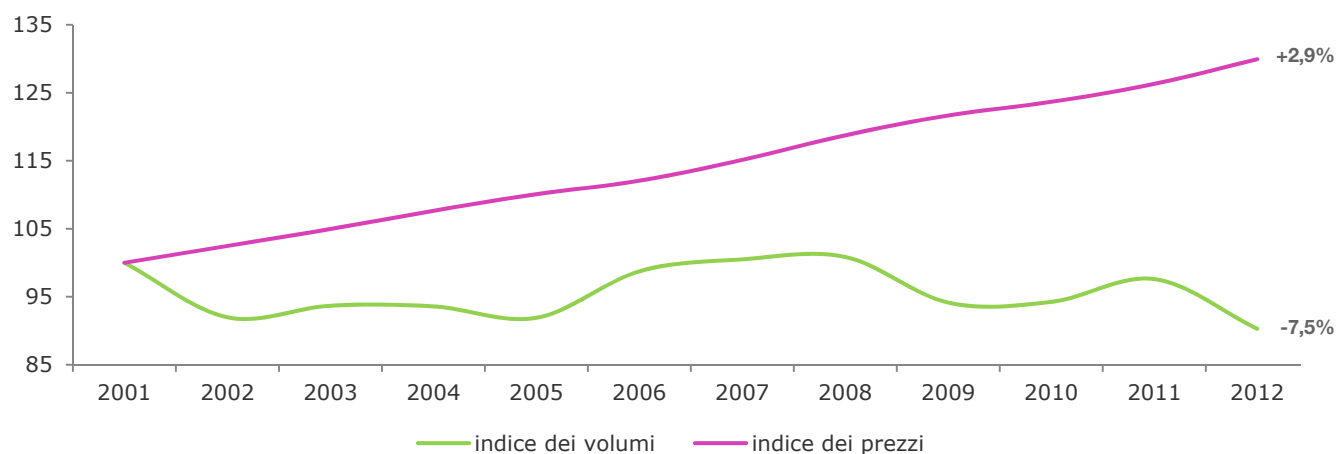
Diversamente, la contrazione dei volumi della componente dei prodotti per la riparazione e la manutenzione domestica è stimata più contenuta in quanto questo comparto presenta un andamento meno sensibile alla dinamica dei redditi per l'impossibilità di rinviare tali interventi di ma-

nutenzione dell'abitazione e le spese ad essi collegate. La più intensa crescita dei prezzi stimata per questo segmento del mercato dovrebbe aver portato la spesa destinata a questi beni a stabilizzarsi sui livelli del 2011.

Quanto stimato per il mercato del bricolage nel 2012 evidenzia come questo settore abbia presentato difficoltà a crescere, analogamente a quanto accaduto in quasi tutti gli altri mercati dei beni

durevoli, a causa del difficile clima congiunturale che ha smorzato le aspettative delle famiglie e portato ad una maggior cautela negli acquisti in genere. Le flessioni si sono tuttavia mantenute più contenute che in altri comparti, grazie al sostegno derivato agli acquisti dal carattere meno accessorio di questi acquisti rispetto a quello di altre tipologie di durevoli e dalla non procrastinabilità di alcuni interventi di manutenzione dell'abitazione.

Il mercato del bricolage (L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi)



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Visita il sito:
www.osservatoriofindomestic.it

Findomestic Banca S.p.A.

Via Jacopo da Diacceto, 48 - 50123 Firenze I
Capitale Sociale 659.403.400 Euro i.v. - R.E.A. 370219 FI

Cod. Fisc./P.IVA e R.I. di FI 03562770481 - Albo Banche n°5396
Iscritta all'Albo dei Gruppi Bancari come "Findomestic Gruppo" al n. 3115.3

Società soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte
del Socio Unico BNP Paribas Personal Finance S.A. - Parigi (Gruppo BNP Paribas)

Associata ABI Associazione Bancaria Italiana
Associata ASSOFIN Associazione Italiana del Credito al Consumo ed Immobiliare



Più responsabili, insieme