

L'OSSERVATORIO FINDOMESTIC 2020

I MERCATI DEI BENI DUREVOLI
E LE NUOVE TENDENZE DI CONSUMO



Periodico annuale

Edizione 2020

Responsabile Osservatorio Findomestic

Claudio Bardazzi

Dati ed elaborazioni

Prometeia

Progetto grafico

Ubimaior

Foto

iStockphoto

Adobe stock

Proprietario ed Editore

Findomestic Banca S.p.A.

Via Jacopo da Diacceto, 48 - 50123 Firenze

INDICE

I MERCATI	05
LO SCENARIO ECONOMICO	06
LA SPESA PER I VEICOLI	08
AUTO NUOVE	10
AUTO USATE	16
MOTOCICLI	18
CAMPER	23
E-BIKE	26
LA SPESA PER LA CASA	28
MOBILI	32
ELETTRODOMESTICI GRANDI	34
ELETTRODOMESTICI PICCOLI	37
ELETTRONICA DI CONSUMO	40
FOTOGRAFIA	42
TELEFONIA	44
INFORMATION TECHNOLOGY	46
HOME COMFORT	48
BRICOLAGE	50

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 il credito al consumo. Per il mercato dell'auto, nel quale 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. Per rendere conto, inoltre, della crescente rilevanza che stanno assumendo le nuove forme di mobilità, alla

consueta analisi sulla spesa delle famiglie per veicoli è stata aggiunta una sezione dedicata al mercato dell'e-bike. Come sempre per tutti i comparti, l'analisi dei trend storici è corredata da stime sulla chiusura del 2019, che fanno riferimento allo scenario macroeconomico e dei consumi di Prometeia, aggiornato a settembre 2019. 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), le quali vengono armonizzate e rese coerenti con i dati sui consumi delle famiglie di fonte ufficiale (Istat).



I MERCATI

PANORAMICA SULL'ANDAMENTO DEI PRINCIPALI MERCATI
DEI BENI DUREVOLI IN ITALIA

LO SCENARIO ECONOMICO

I CONSUMI DELLE FAMIGLIE ITALIANE

La ripresa dei consumi interni è proseguita attenuandosi nel corso del 2019. In base ai dati di Contabilità trimestrale dell'Istat, nel primo semestre del 2019 la crescita dei consumi interni ha rallentato ulteriormente il passo (0,5% in volume sul corrispondente periodo del 2018), confermando nei mesi primaverili una fase di stallo. Il persistere del clima di incertezza ha pesato sulle decisioni di spesa delle famiglie, nonostante il proseguimento di una positiva dinamica del mercato del lavoro e di un'inflazione che

è rimasta su livelli bassi. Le informazioni quali-quantitative prospettano per la seconda parte dell'anno il recupero di un segno positivo dei consumi in termini congiunturali ma, grazie anche al manifestarsi degli effetti del reddito di cittadinanza, introdotto dalla legge di bilancio 2019, ma erogato solo dalla fine del secondo trimestre, pur ipotizzando un miglioramento nel secondo semestre, tuttavia, in media d'anno, nel 2019 la crescita dei consumi confermerà un profilo (+0,6% in volume, +1,1 in valore) in attenuazione rispetto allo scorso anno.

Una dinamica modesta e inferiore al potere di acquisto, atteso in accelerazione nel 2019 (+1,2%, a prezzi costanti, dopo il +0,8% del 2018), in ragione delle misure di sostegno ai redditi varate dal precedente governo, dagli incrementi delle retribuzioni da lavoro dipendente e dal contenimento delle tensioni inflazionistiche. La propensione al risparmio, pertanto, aumenterà in misura rilevante, a conferma della cautela con cui le famiglie italiane stanno approcciando le decisioni di spesa e in ragione dell'obiettivo di ricostituzione della ricchezza.

• CONSUMI INTERNI

	Valore 2017	Valore 2018	Valore 2019
Totali (mln di Euro)	1.059.153	1.078.000	1.090.202
Pro capite (in Euro)	17.588	17.939	18.182

Scenario Prometeia settembre 2019 (i dettagli in nota metodologica)

In termini merceologici, la crescita dei consumi interni continuerà ad essere concentrata nei settori dei servizi, la cui domanda è prevista rafforzarsi, e dei beni durevoli, che proseguirà confermando tassi superiori a quelli dei consumi, in termini

di volume, mostrando tuttavia una marcata attenuazione. La domanda degli altri beni, invece, è attesa in calo, in termini di volumi. Relativamente al mercato dei beni durevoli, monitorato nell'Osservatorio l'attenuazione della crescita dei volumi (+1,2%

un tasso quasi dimezzato rispetto al 2018) si accompagnerà a un lieve rafforzamento dei prezzi. In tale contesto, la spesa per l'acquisto di beni durevoli è stimata in crescita del 2.1%, in decelerazione rispetto al risultato del 2018 (2,5% in valore).

• CONSUMI INTERNI TOTALI - Variazione %

	Volumi	Prezzi	Valore
2017	1,6	1,1	2,7
2018	0,7	1,1	1,8
2019	0,6	0,6	1,1

Scenario Prometeia settembre 2019 (i dettagli in nota metodologica)

All'interno del mercato dei durevoli, in termini di volumi, nel 2019 si attende un'attenuazione della crescita trasversale sia al comparto della casa sia a quello della mobilità. La spesa per l'acquisto di veicoli mostrerà la crescita più intensa sia in termini di volumi – dato il recupero di una dinamica positiva nel segmento delle auto nuove – sia di valori, a fronte di prezzi medi di nuovo in crescita, sostenuti dai rilevanti investi-

menti che le case auto stanno effettuando sia sul fronte delle propulsioni sia su quello dell'automazione oltre che dello spostamento verso le alimentazioni ibride. Nel mercato dei beni per la casa, invece, l'attuazione di strategie promozionali da parte delle imprese e l'ulteriore spostamento verso il canale on line (in particolare per i beni tecnologici) concorreranno a contenere la dinamica dei prezzi e dei fatturati.

All'interno dell'aggregato di spesa, si attendono migliori prospettive per il comparto dei mobili e degli elettrodomestici che continuerà a fornire un importante contributo alla crescita del mercato dei beni per la casa, in ragione del permanere degli incentivi all'acquisto e del miglioramento del mercato immobiliare. Attese di calo, invece, per la telefonia, dopo le ottime performance del 2018.

• I CONSUMI DI BENI DUREVOLI TOTALI*

	Valore 2017	Valore 2018	Valore 2019
Totali (mln di Euro)	71.628	73.405	74.934
Pro capite (in Euro)	1.189	1.222	1.250

* Si fa riferimento ai beni analizzati nell'Osservatorio.

• I CONSUMI DI BENI DUREVOLI TOTALI* - Variazione %

	Volumi	Prezzi	Valore
2017	2,0	0,1	2,2
2018	2,1	0,4	2,5
2019	1,2	0,9	2,1

* Si fa riferimento ai beni analizzati nell'Osservatorio.

LA SPESA PER I VEICOLI

Condizioni favorevoli sia per quanto riguarda i redditi delle famiglie, sia per quanto riguarda i costi dei finanziamenti, hanno consentito di prolungare anche al 2019 il percorso di crescita delle vendite di veicoli in Italia. Per quanto riguarda l'auto, a beneficiare del miglioramento della capacità di spesa delle famiglie è soprattutto il mercato del nuovo, mentre gli scambi tra privati hanno un profilo stagnante, scontando anche la minore offerta di Km0. Positive anche le vendite di motocicli e, soprattutto, di camper.

Pur in un contesto di persistente incertezza, nel corso del 2019 il miglioramento della capacità di spesa delle famiglie (+1.2% il reddito disponibile reale) e il basso costo dei finanziamenti (con i tassi di interesse ai minimi storici) hanno continuato a sostenere la crescita degli acquisti di beni durevoli legati alla mobilità da parte dei privati. A fronte di prezzi medi tornati nuovamente a crescere, nel 2019 la spesa per veicoli ha registrato un

incremento a valore del 3.5%, in accelerazione di un punto percentuale rispetto al risultato del 2018. Nel dettaglio dei comparti, è proseguita la tendenza negativa per le immatricolazioni di autovetture in Italia che, tuttavia, non ha riguardato le vendite a privati, cresciute dell'1.5% rispetto al 2018. Da rilevare come il dato del 2019, pur rappresentando un'inversione della tendenza negativa osservata nel biennio precedente, non compensa neppure il calo registrato nell'anno precedente, e man-

tiene i volumi di vendita su livelli decisamente modesti (circa il 40% in meno rispetto al 2007). Si sono invece confermate su livelli simili a quelli del 2018 le vendite di auto usate (-0.2%), penalizzate sia dall'incertezza sull'evoluzione della normativa sui veicoli più inquinanti (ricordiamo che gran parte degli scambi sul mercato dell'usato riguarda i veicoli diesel), sia dalla minore immissione di km0 sul mercato. Non si arresta invece il recupero dei volumi del mercato delle due ruote, guidato

• LA SPESA (FAMIGLIE) PER VEICOLI - Valore (mln in Euro)

Valore 2017	Valore 2018	Valore 2019
38.038	39.005	40.372

fonte: elaborazioni Prometeia su dati Unrae, Ancma

• LA SPESA (FAMIGLIE) PER VEICOLI - Variazione %

	Volumi	Prezzi	Valore
2017	3,7	-0,7	2,9
2018	3,3	-0,7	2,5
2019	1,8	1,7	3,5

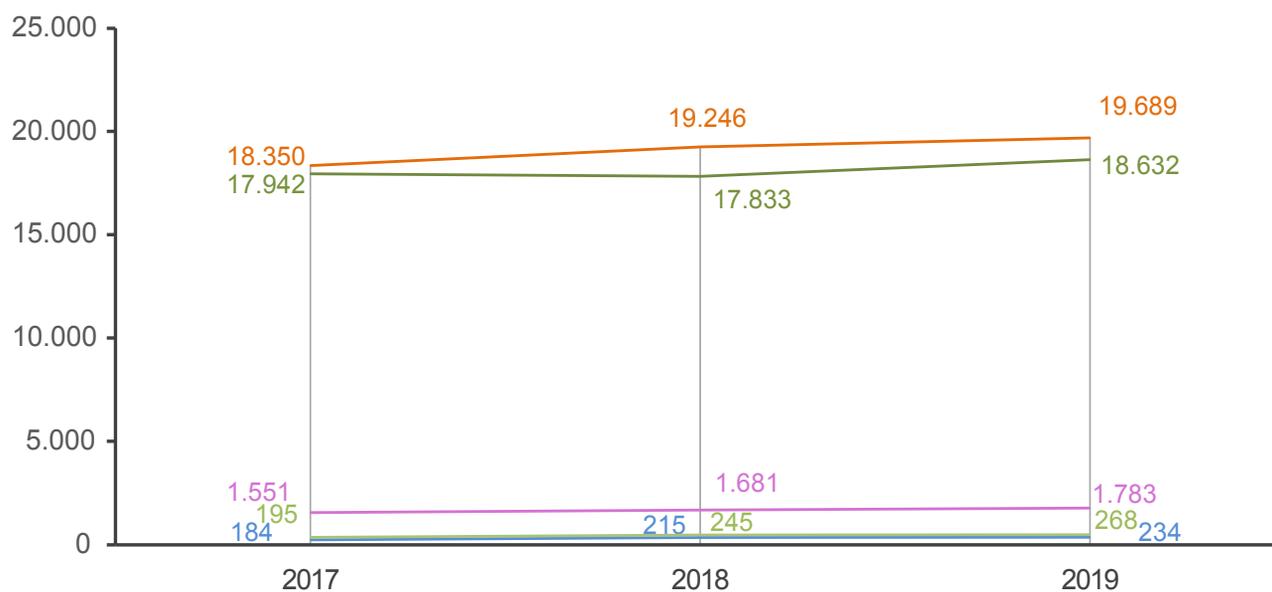
fonte: elaborazioni Prometeia su dati Unrae, Ancma

soprattutto dalle moto targate (+5.6% di immatricolato) a fronte di un'ulteriore contrazione per quanto riguarda il mercato dei ciclomotori (-5.2%), le cui vendite, oltre a fattori demografici legati all'invecchiamento della popolazione, scontano anche lo spiazzamento connesso al recente boom delle biciclette a pedalata assistita.

Nel 2019 le vendite di e-bike hanno, infatti, continuato a crescere a ritmi elevati (+7.2% in volume), sebbene relativamente più contenuti dopo il boom che ha caratterizzato il biennio precedente. Il crescente interesse per i veicoli ricreazionali ha consentito di prolungare il percorso di crescita delle vendite di camper che ha caratte-

rizzato l'ultimo quinquennio. Pur in rallentamento dopo un biennio caratterizzato da ritmi medi di crescita dell'ordine del 25%, nel 2019 gli acquisti di questi veicoli si sono mantenuti incanalati in un percorso espansivo, superando i 5.5 mila pezzi venduti, +8.4% rispetto al 2018.

• ANDAMENTO DEL VALORE (MLN DI EURO) DEI SEGMENTI COMPRESI NELL'AGGREGATO "VEICOLI" (FAMIGLIE)



AUTO USATE +2,3% AUTO NUOVE +4,5% MOTOVEICOLI +6,1% CAMPER +9,5% E-BIKE +8,6%

fonte: elaborazioni Prometeia su dati Unrae, Ancma

AUTO NUOVE

Nel 2019 è proseguita la tendenza negativa per le immatricolazioni di autovetture in Italia che, dopo la contrazione del 3.3% che nel 2018 ha interrotto il buon trend di recupero del mercato, hanno mostrato un ulteriore arretramento dell'1%. Il dato sottende un leggero recupero delle vendite a privati (+1.5%), sostenute dal rafforzamento dei redditi delle famiglie, mentre le immatricolazioni delle imprese si sono mantenute su di un trend negativo in linea con quello del 2018 (-4.3%) penalizzate dal clima di incertezza che ha pesato sulle decisioni di investimento delle imprese.

Questa sezione dell'Osservatorio è dedicata all'analisi delle tendenze recenti del mercato delle auto nuove. Le analisi relative alle immatricolazioni di automo-

bili, inclusive dei fuoristrada, sono elaborazioni su dati di fonte UNRAE, quelle riferite al parco circolante su dati di fonte Aci. Nella prima parte del capitolo si esamina il mercato complessivo e distinto

per segmento di clientela (famiglie e imprese), nel seguito si forniscono indicazioni dettagliate sull'andamento della domanda per alimentazione e una valorizzazione delle vendite a privati.

LA STRUTTURA DEL MERCATO: immatricolazioni e parco

Il 2019 si configura come un anno complessivamente negativo per il mercato italiano dell'auto nuova, che chiude archiviando un nuovo calo dei volumi (-1%), solo in contenimento rispetto alla contrazione del 2018 (-3.3%). Le vendite di vetture nuove sono risultate penalizzate da un'economia nazionale in sostanziale stagnazione (+0.1% il Pil reale nel 2019¹), dato di sintesi che riassume da un lato un incremento della capacità di spesa delle famiglie (+1.2% il reddito disponibile reale), i cui consumi però continuano ad essere contenuti dall'incertezza e dalla necessità di ricostituire lo stock di ricchezza perso con la crisi, dall'altro investimenti delle imprese in frenata, a causa del deterioramento della fiducia degli operatori, legato alle tensioni sui mercati internazionali (guerra commerciale tra Usa e Cina in primis) e

a una domanda sul mercato interno che si mantiene debole. Il mercato dell'auto, strettamente legato ai driver economici, ha restituito nella dinamica del venduto tale situazione, con vendite alle famiglie che hanno mostrato un leggero progresso (+1.5%), che segue il deciso ripiegamento del biennio 2017-'18 (-4% circa) e immatricolazioni a persone giuridiche che, invece, hanno mantenuto l'intonazione negativa già osservata nel 2018, con un ulteriore calo del 4.3%, da leggersi però alla luce dell'incremento medio annuo a doppia cifra che ha caratterizzato il periodo 2014-'17.

A frenare il mercato, nell'ultimo anno, non è stata solo la situazione economica non brillante. Un contributo significativo è giunto anche dall'incertezza legata alla transizione tecnologica epocale che sta interessando il settore, accelerata dai fatti legati al *dieselgate* che stan-

no portando al progressivo abbandono dell'alimentazione a gasolio, fortemente penalizzato dalle normative sulle emissioni. Parallelamente l'offerta è solo parzialmente pronta a sopperire con modelli sostitutivi. Le vetture elettriche e ibride, prime candidate dal punto di vista ecologico a sostituire le alimentazioni più inquinanti, presentano infatti ancora dei limiti di accessibilità per la clientela, che vanno dal costo elevato, ai limiti di autonomia chilometrica (che ne fanno ad oggi una valida alternativa solo per l'uso nei centri urbani), alla scarsa diffusione dei punti di ricarica sul territorio nazionale. Ciò ha portato in alcuni casi a rimandare la sostituzione dei veicoli in attesa di un adeguamento dell'offerta o comunque nella speranza che si faccia maggior chiarezza sulla direzione intrapresa dai vari policy maker, in particolare sulle politiche di infrastrutturazione.

¹ Rapporto di previsione settembre 2019, Prometeia

• IL MERCATO DELL'AUTO IN ITALIA

	(000 di unità)			(var. %)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Immatricolazioni (000 di unità)	1.990	1.925	1.905	7,6	-3,3	-1,0
Parco circolante (000 di unità)	31.854	32.266	32.589	1,7	1,3	1,0

• LE IMMATRICOLAZIONI PER SEGMENTO DI CLIENTELA: (000 di unità e var. %)

	(000 di unità)			(var. %)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Famiglie	1.122	1.095	1.111	-1,8	-2,4	1,5
Aziende	868	830	794	22,8	-4,4	-4,3

Il tema è trasversale ad entrambi gli utilizzatori, cliente famiglie e cliente aziende, e sta riguardando in particolare le società di noleggio che sono interes-

sate al valore residuo del veicolo a fine contratto e stanno rapidamente spostandosi sulle vetture ad alimentazione alternativa al tradizionale diesel.

Nonostante la spinta al mercato fornita dalla diffusione delle nuove tecnologie il segmento della clientela aziendale però chiude il 2019 in deciso calo in termini di

volumi immatricolati, confermando in sostanza il trend del 2018. Le vendite di questo segmento sono state spinte negli anni scorsi da diversi fattori, in primis il Superammortamento, reintrodotta per il 2019 solo sui veicoli commerciali, che ha sostenuto gli acquisti delle imprese tra il 2016 e la prima parte del 2018. Lato società le immatricolazioni sono state sostenute, fino all'inizio del 2018, dagli acquisti dei concessionari di auto a chilometro zero con l'obiettivo di ricollocarle sul canale dell'usato. Tali politiche sono rientrate poi dal secondo trimestre del 2018 e nel corso del 2019 - a seguito della scadenza dell'incentivo fiscale

legato all'innalzamento del valore ammortizzabile, che si è coniugata alla debolezza della domanda interna - portando case e concessionari a rivedere al ribasso i propri obiettivi di mercato. Lato noleggio il trend di sviluppo del comparto ha beneficiato negli ultimi anni dell'espansione sia del *car sharing* e del *rent a car* turistico, che hanno portato a un incremento delle immatricolazioni di noleggio a breve termine (+77% tra il 2013 e il 2017), sia dall'aumento della penetrazione delle forme di noleggio a lungo termine presso le imprese (anche quelle di medie dimensioni) e all'apertura di tale formula contrattuale al cliente privato,

segmento in espansione ma su volumi ancora ridotti (+90% il noleggio a lungo termine tra il 2013 e il 2017). Il biennio 2018-2019 ha rappresentato l'interruzione di tali tendenze, battuta d'arresto da leggersi alla luce del forte sviluppo pregresso e cui hanno contribuito lo stop delle politiche di incentivazione e l'incertezza sul contesto economico e politico. Il calo di oltre il 4% del totale imprese si compone di una riduzione del 12% circa degli acquisti diretti delle società e di un incremento modesto per il noleggio (+2% circa, sintesi di un breve termine sostanzialmente stabile e di un lungo termine in crescita di oltre il 3%).



Il debole segno positivo per le immatricolazioni di autovetture nuove da parte delle famiglie nel 2019 (+1.5%) rappresenta un'inversione della tendenza negativa che ha caratterizzato il biennio precedente, che però non compensa neppure il calo registrato nel 2018 e mantiene i volumi di vendita su livelli decisamente modesti (circa il 40% in meno rispetto al 2007). La spesa delle famiglie in auto nuove ha beneficiato del recupero dei redditi, che si è avviato nel 2014 e ha trovato un rafforzamento nel corso del 2019, quando il reddito disponibile delle famiglie italiane è tornato a incrementarsi oltre il punto percentuale reale grazie al sostegno derivante dalle politiche fiscali. A contribuire positivamente sulla spesa delle famiglie sono anche i tassi d'interesse, situati su livelli minimi storici. Uno stimolo ulteriore è provenuto dalle politiche di incentivo che sono state varate a sostegno delle vetture elettriche e ibride con emissioni inferiori a determinate soglie, che hanno portato a stimolare la sostituzione delle vecchie vetture

soprattutto per chi utilizza il mezzo per la circolazione nei centri urbani, dove sono sempre più frequenti le limitazioni alle auto inquinanti. Inoltre nel 2019, a differenza di quanto osservato l'anno precedente, si è avuta una sostanziale stabilità dei volumi di vendita di usato a privati, data anche la minore immissione di km0 sul mercato. Ciò, assieme alla crescente pressione sui temi ambientali, ha giocato a vantaggio delle vendite di vetture nuove. Le immatricolazioni delle famiglie rimangono però su volumi depressi e difficilmente potranno risollevarsi in maniera significativa anche in un'ottica di medio periodo. La domanda di auto nuove del canale privato risulta, infatti, compressa dal diffondersi delle nuove forme di mobilità alternative all'acquisto, a partire dal *car sharing* che continua a prendere piede nei grandi centri cittadini, per arrivare all'utilizzo più esteso di altri mezzi per gli spostamenti cittadini, come la bicicletta e il monopattino, veicoli peraltro dove la diffusione dell'elettrico si sta mostrando più rapida. Un fattore più volte

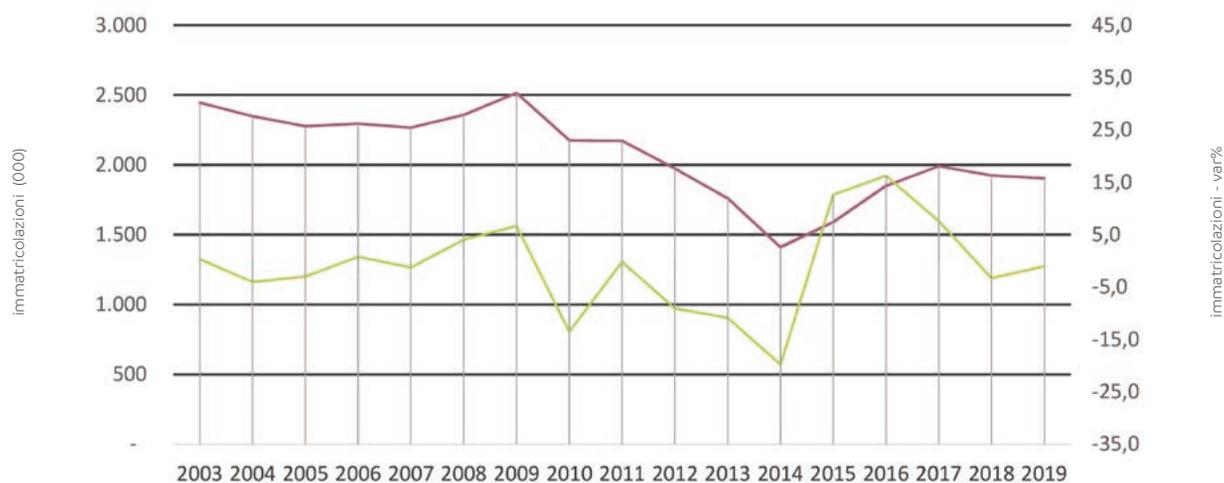
citato e che sta comprimendo e continuerà a comprimere le immatricolazioni dei privati è poi quello demografico: dal 2016 la popolazione presente in Italia si va riducendo e si sta assistendo a un suo rapido invecchiamento che ha impatti negativi sia sulla domanda di sostituzione, dato il minore utilizzo dell'auto da parte degli anziani, sia sulla domanda di nuovo, data la riduzione delle coorti di neopatentati. Nel complesso il 2019 ha chiuso su un livello di circa 1.9 milioni di nuove immatricolazioni, di cui il 58.3% sono appannaggio della clientela privata, una percentuale in crescita rispetto a quella del 2018. Si è quindi interrotta la lunga tendenza di ricomposizione del mercato a vantaggio delle persone giuridiche. Il parco circolante nel 2019 mostra un ridimensionamento nella sua crescita, che si assesta sul punto percentuale, in ulteriore decelerazione rispetto al 2018. Tale rallentamento è legato alla dinamica della domanda del segmento aziende, che hanno ridotto, nel caso del noleggio a breve e delle autoim-

matricolazioni, le flotte di autovetture detenute rispetto ai livelli medi del 2018. Continua, invece, ad aumentare lo stock di vetture detenute dai noleggiatori a lungo termine, anche se i tassi di espansione vanno contenendosi in maniera fisiologica. Sul fronte dei privati, il parco detenuto dalle famiglie non è atteso mostrare dei progressi, in quanto i nuovi acquisti sono principalmente domanda di sostituzione e la nuova domanda rimane contenuta dalle tendenze demografiche già evidenziate. Nel 2019 il 23% della popola-

zione residente è composta da ultra 65enni, percentuale in aumento di circa tre punti negli ultimi dieci anni. Parallelamente si contrae la capienza delle coorti dei neopatentati: la classe di età 18-24 nel 2019 pesa il 6.9% sul totale dei residenti (nel 2009 era il 7.1%). Le tendenze demografiche si accompagnano, poi, a un cambiamento nelle abitudini di consumo degli italiani che, soprattutto per le classi di età più giovani, sono fortemente orientate alle forme di noleggio spostando il focus sull'utilizzo del bene rispetto al possesso,

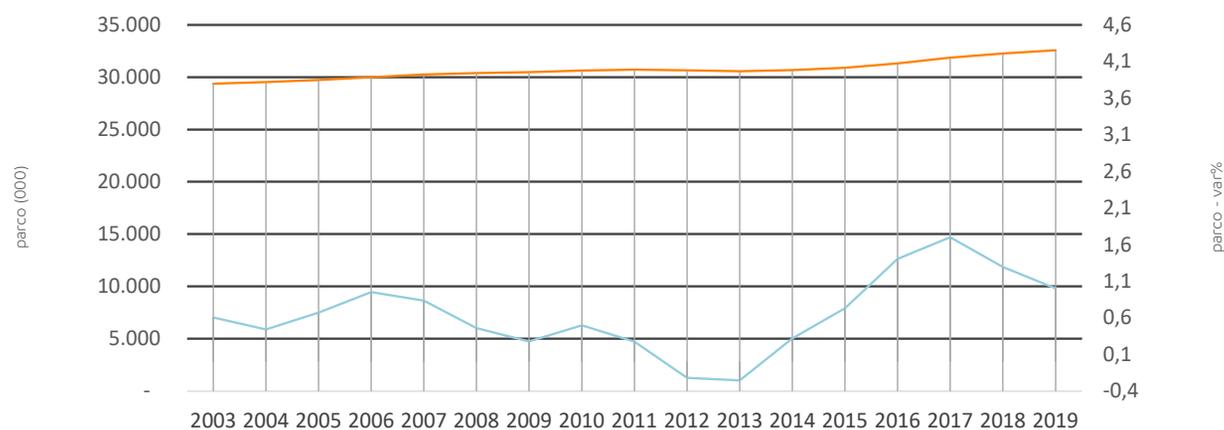
anche in ragione degli stringenti vincoli reddituali. L'ultimo rapporto Aniasa conferma tali tendenze, indicando per il 2018 un ulteriore forte aumento degli utenti iscritti ai servizi di *car sharing*, a fronte, tuttavia, di un calo di quelli attivi (stabile la dimensione della flotta). È però aumentato significativamente il numero dei noleggi effettuati (+27%), a segnalare una maggiore frequenza di utilizzo e fedeltà nei confronti di questi servizi di mobilità da parte di chi vi aderisce in modo attivo (al netto quindi degli iscritti «curiosi»).

• IMMATRICOLAZIONI: LIVELLI E VARIAZIONI %



LIVELLI **1.905** VARIAZIONI **-1,0%**

• PARCO CIRCOLANTE: LIVELLI E VARIAZIONI %



LIVELLI **32.589** VARIAZIONI **+1,0%**

LA COMPOSIZIONE DELLE IMMATRICOLAZIONI

Il 2019 ha visto, sul fronte delle alimentazioni, la prosecuzione e l'accentuazione delle tendenze già tracciate nel corso del 2018, ovvero il forte spostamento dalle autovetture diesel alle altre alimentazioni, quelle più innovative ma anche le tradizionali. La corsa all'abbandono del gasolio è scaturita dalla vicenda del *dieselgate* e dalla conseguente presa di posizione delle autorità europee, che ha portato le case automobilistiche a rivedere i propri piani produttivi al punto che diversi marchi hanno già dichiarato di intendere interrompere la produzione di tali vetture nel giro

di alcuni anni. Gli investimenti dei costruttori sono stati massicciamente re-direzionati sulle altre motorizzazioni, elettrico e ibrido principalmente. La domanda ha reagito anch'essa con l'abbandonando del diesel: -24% il calo delle immatricolazioni archiviato nei nove mesi del 2019, con una rappresentatività sul totale mercato che è scesa di oltre dieci punti percentuali e una quota sul circolante stabile. A trarne gran parte del vantaggio è stata la tradizionale vettura a benzina (+27% nello stesso periodo), che è diventata l'alimentazione più venduta, superando i volumi di immatricolato diesel, che fino al 2018

guidava la classifica con ampi margini. In progresso più limitato sono le vendite delle alimentazioni alternative (+13.6% nei primi nove mesi del 2019) al cui interno sono le auto più innovative, ovvero le vetture elettriche e ibride, a guadagnare quota, passando a rappresentare oltre il 40% dell'immatricolato di tali veicoli nel 2019. All'interno di questa tipologia sono le elettriche pure a mostrare le dinamiche più interessanti (+54% nei primi nove mesi del 2019, da leggersi tenendo conto dei volumi ancora esigui - circa 8 mila vetture, lo 0.5% del totale).

• IL MERCATO DELLE AUTO PER ALIMENTAZIONI (quota % sul totale immatricolazioni)

	2014	2015	2016	2017	2018	gen-set 2018	gen-set 2019
benzina	28,8	31,0	32,4	31,6	35,3	33,6	43,6
diesel	55,2	55,7	57,4	56,7	51,5	53,3	41,3
alternative	16,1	13,3	10,1	11,6	13,3	13,1	15,2

Le vendite di elettrico stanno crescendo anche grazie agli incentivi stanziati dal governo per spingere la diffusione di vetture ecologiche: si tratta di un ammontare di finanziamento che va dai 2 ai 6 mila euro per le auto con emissioni inferiori a determinate soglie (in cui

ricadono solo i modelli elettrici e qualche modello ibrido). I fondi destinati alla misura riguarderanno, per il triennio 2019-'21, circa 25-30 mila veicoli l'anno, un ammontare non sufficiente a spingere la penetrazione dell'elettrico su volumi tali da soddisfare gli ambiziosi obiettivi

comunitari in termini di riduzione delle emissioni. Un altro fattore che sta limitando la penetrazione delle auto elettriche pure sul parco è la carenza di infrastrutture di ricarica.

• IL MERCATO DELLE AUTO CON ALIMENTAZIONI ALTERNATIVE (gpl, metano, elettriche)

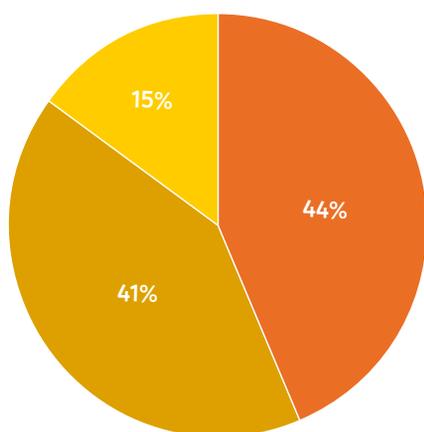
	2014	2015	2016	2017	2018	gen-set 2018	gen-set 2019
Immatricolazioni	219.750	211.932	186.982	231.559	255.057	196.595	223.363
Quota % sul totale delle immatricolazioni	16,1	13,3	10,1	11,6	13,3	13,1	15,2

In Italia i punti pubblici di ricarica elettrica ad oggi disponibili sono circa 3800 unità e sono quasi triplicati tra il 2012 e il 2019. Si tratta di un dato insufficiente a garantire un'espansione significativa del parco di autovetture elettriche, anche perché non capillare sul territorio nazionale ma concentrato in pochi grandi centri metropolitani. Si consideri, come termine di paragone, che la dotazione di colon-

nine di ricarica in Olanda, che detiene la leadership in Europa, è di oltre 39 mila unità, con numeri significativi anche in Germania (oltre 28 mila), Francia (oltre 25 mila) e Norvegia (quasi 13 mila), paese in cui si è messa in campo da diversi anni una politica di incentivazione al mezzo elettrico che ha portato le immatricolazioni di tali veicoli a pesare oltre il 50% del totale nel 2019.

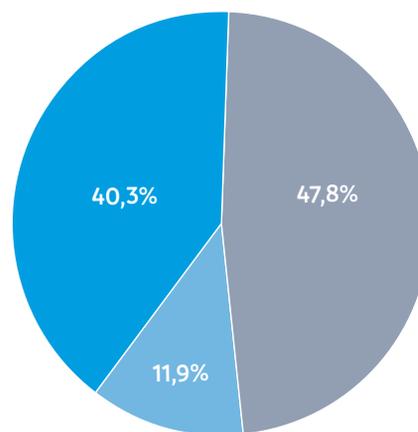
Sarà quindi fondamentale, per accompagnare e velocizzare lo spostamento verso le autovetture meno inquinanti, colmare il gap esistente in termini di infrastrutture di ricarica, oltre ad immettere sul mercato modelli di veicoli a prezzi sempre più accessibili e con una maggiore autonomia di spostamento, altri punti che ad oggi portano molti consumatori a preferire la tradizionale benzina alle e-car.

• IMMATRICOLAZIONI DELLE AUTO PER ALIMENTAZIONI: QUOTE % GEN-SETT 2019



BENZINA 44% DIESEL 41% ALTERNATIVE 15%

• IMMATRICOLAZIONI DELLE AUTO CON ALTRE ALIMENTAZIONI: QUOTE % GEN-SETT 2019



GPL 47,8% METANO 11,9% ELETTRICHE 40,3%

IL MERCATO FAMIGLIE

Nel 2019 si è realizzata una decisa inversione della dinamica della spesa delle famiglie in autovetture nuove, dopo le contrazioni del biennio 2017-'18, caratterizzato da un modesto incremento della rilevanza degli altri beni durevoli (elettrodomestici e mobili, in recupero dopo la cri-

si dei redditi) sui bilanci famigliari. La crescita dei volumi immatricolati dalla clientela privata si è combinata a una dinamica dei prezzi medi del venduto più accentuata rispetto all'inflazione generale, con il risultato di un incremento della spesa a valore da parte delle famiglie in autovetture nuove del 4,5%. I rilevanti investimenti che le

case auto stanno effettuando sia sul fronte delle propulsioni sia su quello dell'automazione si stanno infatti riverberando sulle politiche di prezzo. L'andamento dei prezzi medi risente, inoltre, dello spostamento verso le alimentazioni ibride che, a parità di modello di autovettura, hanno un prezzo d'acquisto più elevato.

• IL VALORE DEL MERCATO FAMIGLIE (mln. di Euro)

	2017	2018	2019
Valore (livelli)	17.942	17.833	18.632
Valore (var. %)	-0,9	-0,6	4,5

AUTO USATE

Dopo anni di crescita ininterrotta, il mercato dell'usato chiude il 2019 con un sostanziale consolidamento dei volumi raggiunti nel 2018. La sempre maggiore attenzione al tema delle emissioni e il calo dell'offerta di Km0 rinnovano l'interesse delle famiglie per l'acquisto di autoveicoli nuovi.

Gli anni più recenti sono stati caratterizzati da un boom degli acquisti di autoveicoli usati da parte dei privati, cresciuti a tassi medi annui prossimi al 4,5% tra il 2013 e il 2018. Uno sviluppo riconducibile in prima battuta alla debolezza del percorso di recupero dei redditi delle famiglie che, a parità di altre condizioni, ha portato queste ultime a privilegiare gli acquisti di beni a minor valore unitario, ma anche a fattori propriamente di offerta. Tra questi, citiamo la maggiore capilla-

rità garantita dallo sviluppo di portali web dedicati, in grado di facilitare l'incontro tra venditori e acquirenti e, soprattutto, l'immissione di volumi significativi di autoveicoli a Km0 da parte delle concessionarie. Si tratta di automezzi con un target di clientela mosso da logiche più vicine a quelle che determinano l'acquisto di un veicolo nuovo che, al prezzo di una minore personalizzazione, riesce a spuntare sconti anche consistenti rispetto al listino originale della casa madre. Secondo le statistiche pubblicate da Unrae,

le auto a Km0 hanno rappresentato il 7,8% circa dei trasferimenti di proprietà nel 2018, un livello di quasi 5 punti percentuali più elevato rispetto a quello osservato solo 3 anni prima. Ancora marginali, invece, i trasferimenti di autoveicoli provenienti dal noleggio a breve e lungo termine (la cui quota complessiva non raggiunge l'1% del totale), mentre quello tra privati sembra riscuotere meno successo rispetto al passato, con una quota di compravendite sul totale che, nel 2018, ha toccato il 44,7% (era il 50,7% nel 2015).

• IL MERCATO DELL'AUTO USATA IN ITALIA

	2017	2018	2019
N° pezzi (000 unità)	2.783	2.904	2.903
Valore (mln di Euro)	18.350	19.246	19.689

Se si considerano gli acquisti operati fuori dal canale del Km0, l'identikit che risulta dalle statistiche sugli acquisti di autoveicoli usati è ancora oggi quello di un cliente-tipo relativamente "conservatore", poco sensibile ai mutamenti tecnologici, e la cui attenzione è focalizzata sulle caratteristiche di affidabilità ed economicità. Così si spiegano alcune tendenze strutturali in atto da tempo

su questo mercato. In primis l'appeal che il diesel continua a esercitare nel mercato dell'usato, contrapposto invece al trend di progressivo abbandono di questa alimentazione sul "nuovo". In secondo luogo, sempre secondo le rilevazioni di Unrae, la predominanza delle compravendite di autoveicoli con oltre 10 anni di età che, nel 2018, hanno rappresentato più del 40% del totale (62%

se si considerano quelle oltre i 6 anni di età). Fattori intrecciati a doppio filo tra loro, che concorrono a comporre un mercato qualitativamente inferiore rispetto alla media Ue: lo dimostrano i prezzi di vendita che, secondo le rilevazioni dell'Osservatorio Autoscout24, risultano notevolmente più contenuti rispetto a quelli rilevati nei principali paesi europei.

• IL MERCATO DELL'AUTO USATA IN ITALIA - Variazioni %

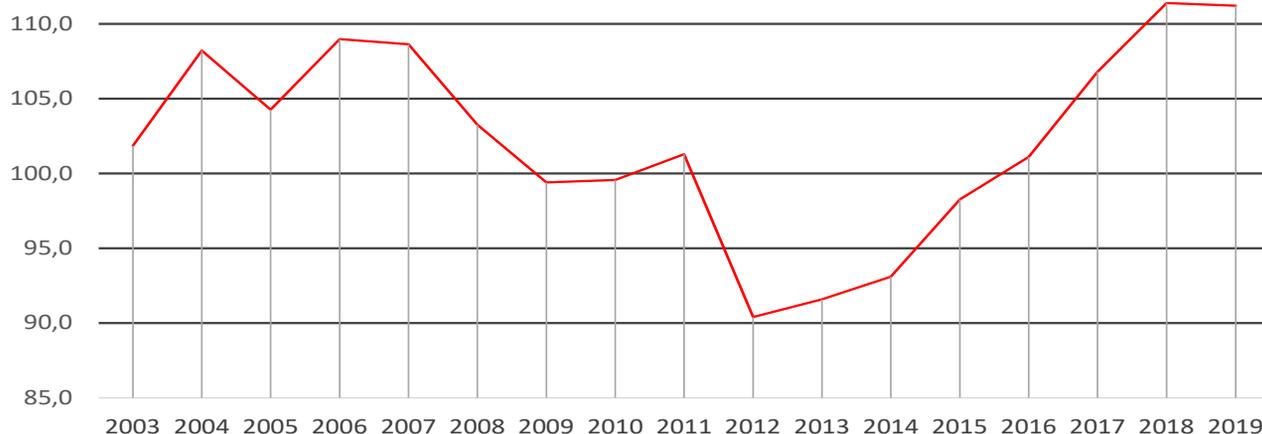
	Volumi	Prezzi	Valori
2017	5,7	0,6	6,3
2018	4,4	0,5	4,9
2019	0,0	2,3	2,3

Da questo punto di vista è plausibile ipotizzare che – complice anche la rapidità del progresso tecnologico che accompagna l'uscita dei nuovi autoveicoli – qualcosa stia già cambiando. Dopo un quinquennio di crescita intensa i dati relativi al 2019 sembrano, infatti, evidenziare l'avvio di un periodo di ricomposizione delle scelte delle famiglie, tornate a privilegiare nuovamente gli acquisti

di autoveicoli nuovi (+1.5% in volume) a fronte di una sostanziale stagnazione delle compravendite di quelli usati. Un andamento, quest'ultimo, riconducibile a un mix di condizioni: al di là di quelle connesse all'aumento della capacità di spesa delle famiglie (comunque compensato dal contestuale incremento dei prezzi medi di vendita) citiamo in particolare la minore offerta di Km0 da parte

delle concessionarie, dopo un 2017-'18 in cui questa componente aveva contribuito in misura rilevante a guidare la crescita degli scambi nel mercato dell'usato e, soprattutto, la crescente attenzione al tema delle emissioni di Co2 imposta da una normativa che, con ogni probabilità, in futuro penalizzerà in misura crescente i possessori di autovetture inquinanti.

• IL MERCATO DELLE AUTO USATE- L'ANDAMENTO DEI VOLUMI DI VENDITA



INDICE VOLUMI 0%

MOTOCICLI

Prosegue nel 2019 il recupero dei volumi del mercato delle due ruote, guidato dalle moto targate che con la loro crescita di immatricolato (+5.6%) compensano l'ulteriore ridimensionamento dei ciclomotori (-5.2%). A trainare il mercato, oltre all'intonazione positiva dei redditi, ha contribuito la presenza degli incentivi a sostegno delle motorizzazioni elettriche.

Nel 2019 la domanda complessiva di moto a volume ha registrato un incremento del 4.6%, mantenendo una buona dinamica anche se in rallentamento rispetto al 2018 quando la forte crescita delle moto targate aveva portato i volumi complessivi di due ruote a svilupparsi del 5.5%. Il ritorno alla mobilità su

due ruote trova conferma anche nei dati relativi alle prove d'esame per il conseguimento delle patenti A di fonte Ministero delle Infrastrutture e Trasporti: nel biennio 2017-2018 i permessi rilasciati sono tornati a salire (circa 220 mila medi annui, rispetto ai 155 mila del 2013). L'aumento dei volumi si è combinato con un modesto incremento dei

prezzi di acquisto, con il risultato che i valori venduti sono cresciuti di oltre il 6% nel 2019, mostrando anch'essi una decelerazione rispetto al biennio precedente. A livello di segmenti di cilindrata si segnala che gli incrementi più rilevanti si sono avuti per i ciclomotori, mentre si sono mantenuti più stabili in media quelli del targato.

• IL VALORE DEL MERCATO TOTALE, CICLOMOTORI + MOTO

	2017	2018	2019
Valore (mln di euro)	1.550	1.681	1.783
Valore (var. %)	9,3	8,4	6,1

• LE VENDITE DEL MERCATO TOTALE, CICLOMOTORI + MOTO

	2017	2018	2019
Immatricolazioni	227.852	240.492	251.590
Immatricolazioni (var. %)	5,0	5,5	4,6

L'intonazione positiva della domanda ha favorito un'ulteriore espansione del parco circolante di due ruote, pari allo 0.2% nel complesso, risultato di un aumento del circolante targato mentre continua a ridimensionarsi la dotazione di ciclomotori. Le vendite di ciclomotori continuano a ripiegare, anche se il risultato del 2019, pari a un calo del 5.2%, rappresenta un miglioramento rispetto alla contrazione a doppia cifra archiviata nel 2018, che a sua volta era frutto di un rimbalzo su un 2017 positivo, sostenuto dalle consegne di scooter destinati ai servizi di sharing avviati in

alcuni grandi centri metropolitani. Al di là di questi andamenti altalenanti legati a fattori contingenti, il segmento di mercato è strutturalmente in declino in termini di volumi, come si può apprezzare osservando le dinamiche di medio periodo. A guidare tale trend sono sia fattori demografici, sia cambiamenti nelle scelte di mobilità, sia fattori reddituali, che hanno portato ad assottigliare la clientela potenziale di ciclomotori. Nei dati più recenti un sostegno al comparto sta provenendo, oltre che dall'attivazione dei servizi di condivisione, anche dalla penetrazione sul com-

parto delle motorizzazioni elettriche, fenomeno peraltro che va a braccetto col precedente in quanto il 70% circa dei veicoli in sharing sono elettrici secondo stime Ancma. La domanda di due ruote elettriche ha beneficiato, inoltre, della presenza degli incentivi pubblici. Essi riguardano sia i ciclomotori sia le moto targate e sono rilasciati sotto forma di sconto fino al 30% sul prezzo di listino applicato al momento dell'acquisto del veicolo, in caso di rottamazione di un vecchio due ruote che ricada nelle categorie da euro 0 a euro 3 (purché detenuto da almeno un anno).

L'impatto dell'ecobonus è stato più significativo sul segmento dei ciclomotori e ha portato la penetrazione dell'elettrico su questa tipologia di motocicli a livelli interessanti. Da dati disponibili sul primo semestre 2019 di fonte ACEM (Associazione dei Costruttori Europei di Moto) emerge che sono elettrici circa 1500 ciclomotori, con una penetrazione del 15.7% sul totale venduto. Si tratta di un'incidenza ampiamente più significativa di quella raggiunta per

le autovetture (circa 0.5% le e-car sul totale immatricolato) e del segmento delle moto targate in cui, nonostante l'incentivo, l'incidenza di elettrico sul totale immatricolato rimane decisamente contenuta (solo 656 veicoli elettrici nel semestre, in raddoppio rispetto ai volumi del 2018 ma ancora risibile come livello in rapporto al mercato complessivo). L'avanzata della motorizzazione elettrica sul mercato degli scooter di cilindrata inferiore emerge anche

guardando la lista dei modelli di ciclomotori più venduti nel 2019, dove compaiono tre modelli di e-scooter. A spingere il mercato contribuiscono le forti pressioni sul controllo delle emissioni nei centri urbani, che stanno portando anche consumatori di fascia di età matura a scegliere questi mezzi che consentono di avere prestazioni soddisfacenti con un costo più accessibile, rispetto a modelli di cilindrata superiore o alla stessa autovettura.



• IL MERCATO DEI CICLOMOTORI IN ITALIA

	2017	2018	2019
Vendite (unità)	23.875	20.918	19.821
Parco circolante (unità)	1.956.498	1.903.532	1.852.647

• DINAMICA DELLA DOMANDA DI CICLOMOTORI IN ITALIA

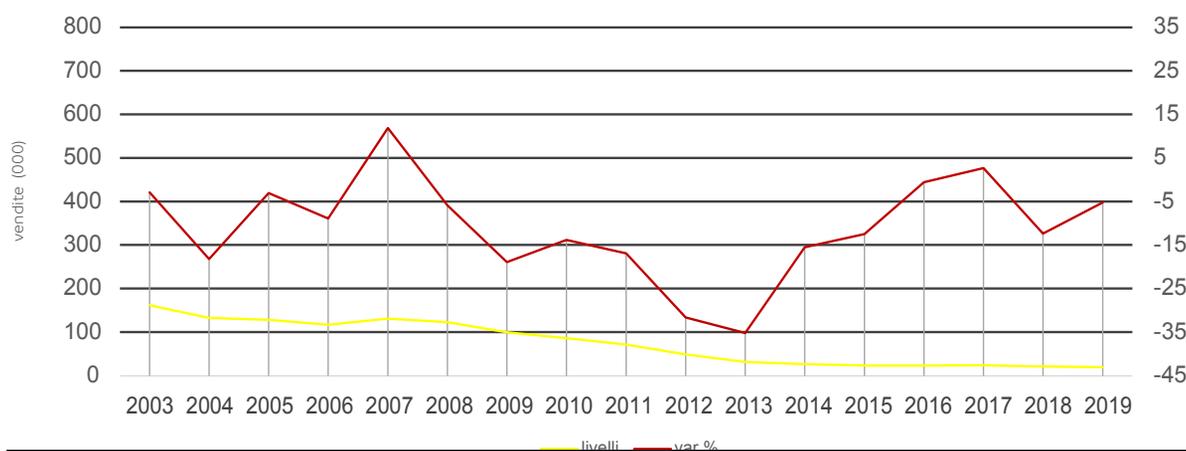
	2017	2018	2019
Vendite (var. %)	2,7	-12,4	-5,2
Parco circolante (var. %)	-2,8	-2,7	-2,7

Le dinamiche osservate sulla domanda di nuovi ciclomotori non sono tali da coprire la domanda di sostituzione del circolante, che continua a

ridursi portandosi nel 2019 sotto 1.9 milioni di unità, indicando con le sue dinamiche di medio periodo, la sostituzione del cinquantino con gli sco-

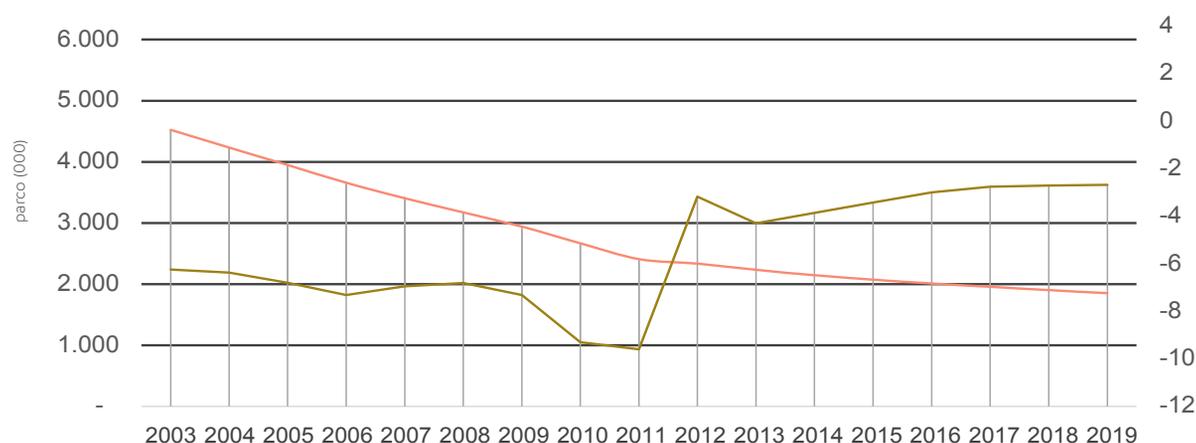
oter targati di cilindrata maggiore da un lato e con le biciclette (e-bike in particolare) dall'altro.

• VENDITE CICLOMOTORI: LIVELLI E VARIAZIONI %



LIVELLO **20** VARIAZIONI **-5,2%**

• PARCO CIRCOLANTE CICLOMOTORI: LIVELLI E VARIAZIONI %



LIVELLO **1.853** VARIAZIONI **-2,7%**

La domanda di moto targate ha proseguito su un percorso di espansione nel 2019, in decelerazione rispetto al 2018, ma consolidando il recupero dei volumi intrapreso dal comparto dal 2014. Si chiude quindi un sesto anno consecutivo in crescita per le immatricolazioni di moto, che si posizionano sulle 232 mila unità, +5.6% rispetto ai livelli 2018 e con un incremento diffuso a tutti i segmenti di cilindrata considerati nell'analisi, più significativo per la classe di cilindrata 251-500. All'interno del tar-

gato, sono i modelli di moto naked ed enduro a mostrare le crescite più interessanti, mentre le vendite di quelle da turismo si presentano più stabili. Crescono anche le immatricolazioni di scooter targati, anche se in maniera meno dinamica rispetto al comparto delle moto. Il percorso di recupero dei redditi famigliari sta sostenendo la domanda di motocicli targati, spinta anche dalla necessità di sostituire i vecchi mezzi con soluzioni meno inquinanti che non siano colpite dalle sempre più frequenti

limitazioni alla circolazione nei centri cittadini. Tale driver sta portando anche ad una crescita delle motorizzazioni elettriche che però, come già evidenziato, sul segmento del targato hanno ancora una rappresentatività del tutto modesta. Il rallentamento delle immatricolazioni, combinato a una domanda di sostituzione dei vecchi mezzi crescente, porta a un ridimensionamento del tasso di crescita del parco circolante, che si assesta a fine 2019 su livelli prossimi ai 6.7 milioni di veicoli.

• IL MERCATO DELLE MOTO IN ITALIA

	2017	2018	2019
Immatricolazioni (unità)	203.977	219.574	231.769
Parco circolante (unità)	6.506.860	6.597.110	6.663.231

• DINAMICA DELLA DOMANDA DI MOTO IN ITALIA

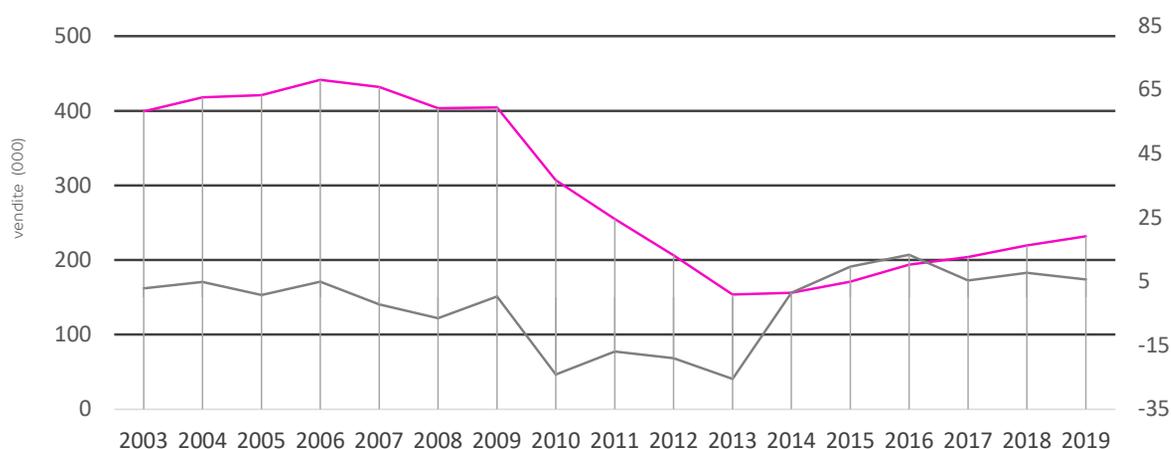
	2017	2018	2019
Immatricolazioni (var. %)	5,3	7,6	5,6
Parco circolante (var. %)	1,3	1,4	1,0

Nonostante gli incrementi spuntati negli anni recenti le vendite di moto targate rimangono ben al di sotto dei

livelli pre-crisi e dall'inclinazione della curva dello stock di veicoli circolanti si può apprezzare come si sia ridi-

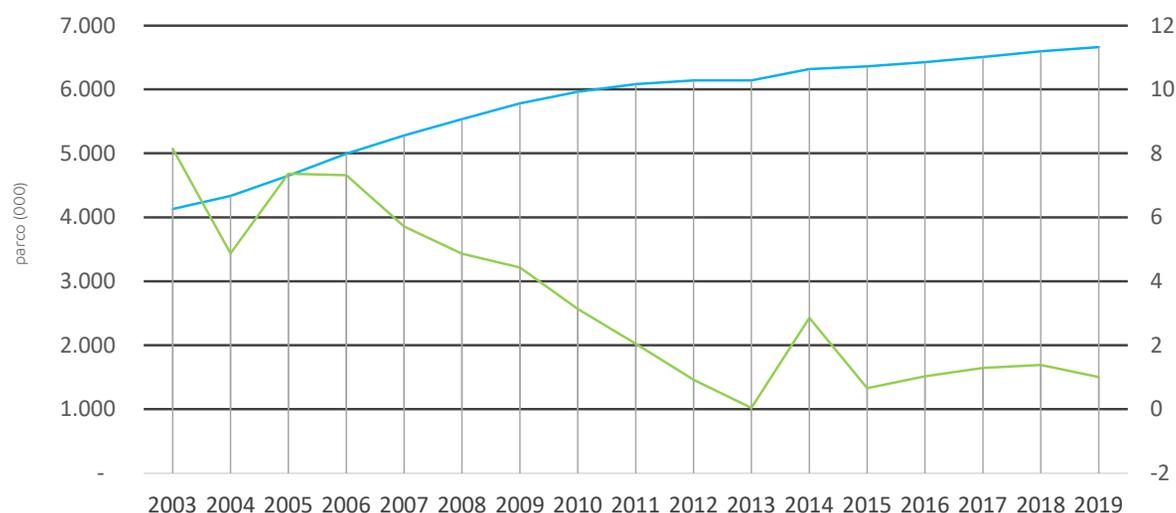
mentato il passo dell'espansione della dotazione di questi veicoli rispetto al periodo 1999-2007.

• VENDITE MOTO : LIVELLI E VARIAZIONI %



LIVELLO **232** VARIAZIONI **+5,6%**

• PARCO CIRCOLANTE MOTO : LIVELLI E VARIAZIONI %



LIVELLO **6.663** VARIAZIONI **+1,0%**

CAMPER

Nuove tendenze e stili di vita eco-friendly contagiano in misura crescente il modo di vivere le vacanze, promuovendo forme di villeggiature all'aria aperta e la domanda di beni ad esse correlate. Anche così si spiega il boom della domanda di camper che, dopo un biennio di crescita intensa, ha chiuso il 2019 con un incremento dell'8,4%, per un controvalore di oltre 268 milioni di euro (+9,5%).

La ricerca di uno stile di vita salutare e consapevole, fatto di contatto con la natura e di scelte sostenibili da un punto di vista ambientale, continua a costituire uno dei trend fondamentali alla base dei mutamenti delle scelte di consumo tanto delle famiglie quanto, e soprattutto, delle nuove generazioni. Coniugato ai concetti di flessibilità e mobilità, rappresenta anche una chiave di lettura attraverso cui interpretare il cre-

scente fascino che le forme di villeggiatura "all'aria aperta" continuano ad esercitare sul turista. Quest'ultimo, diversamente dal passato, non identifica più il campeggio come un'alternativa economica all'hotel ma, in misura crescente, intravede in esso la possibilità di immergersi nell'ambiente circostante e battere rotte avulse dai flussi di massa, senza per questo rinunciare ai confort di casa o, addirittura (come dimostra il recentissimo boom del Glamour Camping), di

vivere un'esperienza esclusiva. Un cambio di prospettiva agevolato dalle profonde trasformazioni tecnologiche che stanno coinvolgendo il lato dell'offerta (basti pensare ai progressi in termini di durata delle batterie, o alle innovazioni nella gestione dei rifiuti dei camper) che, anno dopo anno, hanno consentito di superare il classico trade-off tra comodità e flessibilità che, tipicamente, caratterizza il dilemma del potenziale viaggiatore all'aria aperta.

Nessuna sorpresa quindi che (nonostante la crescente competizione portata avanti dalle piattaforme di prenotazione online), camper, caravan e tenda rappresentino ancora oggi, secondo le statistiche Eurostat, la scelta d'elezione per oltre 12 turisti europei su 100. Per quanto riguarda il nostro paese, le presenze turistiche (calcolati in termini di numero di notti) in campeggi e aree di sosta per caravan e autocaravan nel corso del 2018 hanno rappresentato il 12.7% del totale: quasi 57 milioni di pernottamenti "en plein air", che

pongono l'Italia al secondo posto della graduatoria europea, preceduta dalla sola Francia (con quasi 124 milioni di pernottamenti, il 28% del totale) e seguita, a distanza, da Spagna (il cui 18% dei pernottamenti, per un totale di 39 milioni, avviene al di fuori di alberghi/case vacanze) e Germania (31 milioni).

La vivacità delle forme di turismo all'aria aperta si rispecchia nei numeri, relativamente più modesti ma in decisa crescita, che riguardano la quota di italiani che utilizzano il camper per il proprio tempo libe-

ro. Secondo le statiche pubblicate nell'indagine Istat sui Viaggi e le Vacanze degli Italiani, nel corso del 2018 i cittadini residenti hanno effettuato quasi 79 milioni di viaggi con pernottamento (di cui quasi il 90% a motivazione leisure), il 20% in più rispetto all'anno precedente. L'aumento a doppia cifra del numero di viaggi e quello, relativamente più contenuto, del numero di pernottamenti (+10% circa), si sono associati a una decisa crescita della quota di quelli effettuati con camper e autocaravan.



Quest'ultima ha sfiorato il 2% del totale nel 2018, un incremento di quasi mezzo punto percentuale rispetto al livello osservato nell'anno precedente, frutto di un vero e proprio boom dell'utilizzo di questo mezzo per i viaggi lunghi (con durata superiore alle 4 notti) la cui quota è passata dallo 0.9% del 2017 all'1.7% del 2018. Il crescente interesse per i veicoli ri-

creazionali ha consentito di prolungare anche al 2018 il percorso di crescita delle vendite di autocaravan che ha caratterizzato l'ultimo quinquennio. Come evidenzia il rapporto 2019 dell'Associazione Produttori Caravan e Camper (APC), a trainare il mercato nel corso del 2018 sono state soprattutto le vendite di nuovi veicoli, mentre i trasferimenti di

proprietà hanno registrato un calo. Ciò tuttavia non ha portato particolari benefici per quanto riguarda l'età media del parco circolante che, con quasi 3 autocaravan su 4 immatricolate prima del 2008 (e oltre 1 su 3 appartenente a categorie inferiori alla Euro 3) si conferma tra i più "vecchi" in Europa.

• IL MERCATO DEI CAMPER IN ITALIA

	2017	2018	2019
N° pezzi (000 unità)	4.124	5.097	5.527
Valore (mln di Euro)	195	245	268

• IL MERCATO DEI CAMPER IN ITALIA – Variazioni %

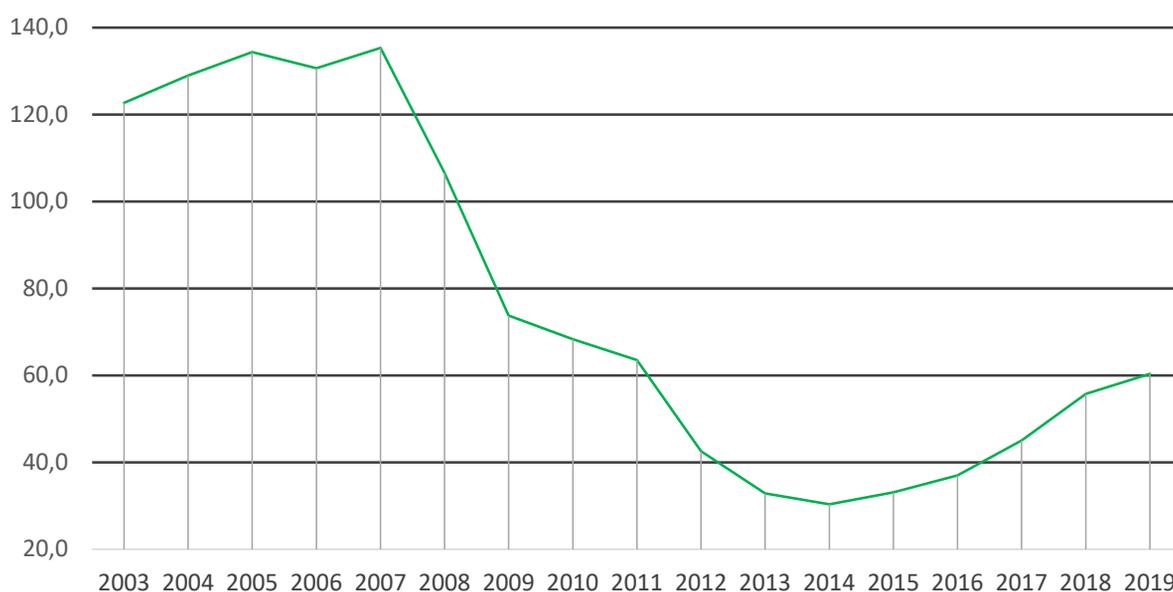
	Volumi	Prezzi	Valori
2017	21,8	1,3	23,4
2018	23,6	1,6	25,6
2019	8,4	0,9	9,5

Nel 2019 il miglioramento del reddito disponibile delle famiglie, combinato a condizioni particolarmente favorevoli per quanto riguarda la possibilità di accedere a finanziamenti per l'acquisto (con i tassi di interesse ai minimi) ha contribuito a sostenere la domanda di nuovi camper in Italia.

Quest'ultima si è mantenuta incanalata in un percorso espansivo, sebbene in rallentamento dopo un biennio in cui la stessa si era espressa a ritmi medi annui nell'ordine del 25%. Il mercato si è attestato su un livello prossimo ai 5.5 mila pezzi (+8.4%) per un controvalore complessivo pari a

268 milioni di euro, +9.5% rispetto a quanto rilevato nell'anno precedente. Nello stesso periodo i prezzi medi dei camper sono aumentati dello 0.9%, ad un tasso lievemente più elevato dell'inflazione generale, ma in forte decelerazione rispetto al +1.6% rilevato nel corso del 2018.

• IL MERCATO DEI CAMPER – L'ANDAMENTO DEI VOLUMI DI VENDITA



INDICE DEI VOLUMI **+8,4%**

E-BIKE

Via di mezzo tra scooter e velocipede, la bicicletta a pedalata assistita sta rappresentando una vera e propria rivoluzione della mobilità urbana in tutti i principali paesi europei, inclusa l'Italia, dove le vendite di questa categoria di veicoli sono più che raddoppiate tra il 2016 e il 2018. Tali tendenze potranno trovare conferma anche nel 2019, con le vendite complessive di e-bike stimate superare le 185 mila unità.

Rapidità negli spostamenti nel traffico e nessun dispendio energetico, ma al prezzo di elevati costi di acquisto, gestione e manutenzione, nel caso degli scooter. Libertà dall'obbligo delle protezioni, economicità e accessibilità a percorsi dedicati, ma anche scarsa velocità e un impegno fisico spesso non irrilevante per quanto riguarda, invece, la bicicletta tradizionale. *Tertium non datur*: la scelta, per l'utente medio che necessita di spostarsi in autonomia nel tragitto quo-

tidiano, è sempre stata ponderata sulla base dei pro e dei contro associati alle due tipologie di due ruote. Questo, almeno, fino alla metà degli anni 2010. Nell'ultimo quinquennio, il trend di innovazioni tecnologiche che hanno caratterizzato l'industria delle batterie, e quella della trasformazione dell'energia elettrica in moto, hanno reso possibile la creazione di un veicolo a due ruote in grado di coniugare i vantaggi di bicicletta e scooter e, al tempo stesso, minimizzarne gli svantaggi associati: l'e-bike. Un mezzo pensato soprat-

tutto per affrontare i percorsi cittadini ma che trova una sua ragione d'essere anche in funzione ludico/sportiva, per macinare molti più chilometri rispetto a un velocipede tradizionale o superare pendenze impegnative. Tali fattori, combinati alla crescente disponibilità di infrastrutture dedicate e alla messa a sistema di meccanismi incentivanti all'acquisto, contribuiscono a spiegare l'enorme successo che la bicicletta elettrica ha ottenuto, in particolare nell'ultimo triennio, nei principali paesi europei.



• IL MERCATO DELL'E-BIKE IN ITALIA

	2017	2018	2019
N° pezzi (000 unità)	148	173	186
Valore (mln di Euro)	183,5	215,2	233,7

fonte: elaborazioni Prometeia su dati Ancma e fonti varie

Secondo le ultime rilevazioni del *French Bicycles Observatory* le vendite di e-bike in Francia sono cresciute del 21% nel corso del 2018, toccando le 338mila unità, per un controvalore complessivo di 535 milioni di euro: si tratta di un livello pari al 40% circa del totale del mercato francese delle due ruote a pedali (il 12% circa in volume). Tendenze espansive ancora più marcate si registrano in Germania, il primo mercato europeo per questo mezzo di trasporto: con 980mila pezzi (+36% rispetto ai livelli del 2017) una bicicletta su quattro venduta sul mercato tedesco appartiene proprio a questa tipologia di veicolo. Non sorprendono neppure - alla luce del proverbiale feeling del cittadino nord-europeo con questi veicoli - l'incremento

del 38% delle vendite di e-bike registrate in Olanda, per un totale di circa 410mila pezzi, o quello del Belgio, dove nel 2018 sono state vendute oltre 250 mila e-bike (+21% sul 2017). Decisamente positivi anche i mercati più vicini all'Italia, Svizzera e Austria in primo luogo, con 110 e 150 mila unità vendute in più rispetto al 2017 per una quota che, in entrambi i casi, ha superato il 30% del mercato delle due ruote a pedali. Statistiche che delineano i contorni di una vera e propria rivoluzione della mobilità urbana che, negli anni più recenti, ha coinvolto tutti i principali paesi europei, inclusa l'Italia. Numerosi fattori sono all'origine del successo dell'e-bike nel nostro paese. Da un lato, quelli riconducibili ad elementi che si potrebbero definire strut-

turali: condizioni climatiche più favorevoli rispetto alla media europea, che incentivano le forme di sport e turismo "en plein air", ma anche l'orografia di un territorio in massima parte collinare, in cui dislivelli pronunciati incentivano la transizione dalla pedalata tradizionale a quella assistita. Dall'altro, gli sforzi volti a creare un terreno fertile allo sviluppo di questo mezzo di trasporto: tra questi, la presenza di una normativa particolarmente "benigna" che, di fatto, equipara le e-bike "standard" (con potenza nominale inferiore ai 0,25 Kw) a quelle tradizionali, minimizzandone i costi di possesso e gestione, e i meccanismi incentivanti posti in essere, sia pure a macchia di leopardo, per favorire la transizione verso questo mezzo di trasporto.

• IL MERCATO DELL'E-BIKE IN ITALIA – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valori
2017	19,0	3,3	22,9
2018	16,9	0,3	17,2
2019	7,2	1,3	8,6

Se si scorrono le statistiche relative all'ultimo triennio pubblicate dall'Ancma lo scenario che ne risulta è di vero e proprio *boom* della bicicletta a pedalata assistita nel nostro paese. Le vendite sono passate da una media di 40-50 mila unità all'anno del 2011-'15 alle oltre 124mila registrate nel 2016, salite a quasi 140mila nel 2017. La tendenza espansiva ha trovato conferma anche nel 2018: l'anno passato si è chiuso con un incremento di circa 25mila e-bike vendute rispetto al 2017, portando il mercato complessivo per questa categoria di

biciclette a toccare la soglia dei 173mila pezzi, equivalenti a un incremento del 17% su base annua. Valorizzato sulla stima dei prezzi medi di vendita *retail*, restituisce una dimensione del mercato italiano dell'e-bike di poco superiore ai 230 milioni di euro. Tali tendenze potranno trovare conferma anche nel 2019, sebbene a ritmi fisiologicamente più contenuti, con le vendite complessive attese superare le 185mila unità, +7.2% (in volume) e +8.6% (in valore) rispetto ai livelli dell'anno precedente. In prospettiva, il varo di misure incentivan-

ti all'acquisto, l'ingresso dell'e-bike nel circuito del *bike sharing*, le prospettive di ulteriore estensione della rete di ciclovie, associati ai continui sviluppi di una tecnologia ancora relativamente "giovane" aprono scenari decisamente favorevoli per la bicicletta a pedalata assistita. Sebbene la quota sul totale delle vendite sia ancora molto distante rispetto ai picchi osservati nel Nord Europa non è escluso che, in un futuro non troppo distante, l'e-bike possa diventare lo standard del mercato a due ruote anche per il nostro paese.

LA SPESA PER LA CASA

Si attenua la ripresa della spesa dei beni durevoli per la casa, in ragione di un rallentamento dei volumi di vendita e di una stabilità dei prezzi. All'interno del mercato, tuttavia, le *performance* risultano eterogenee. I contributi positivi alla crescita si concentrano nel mobile e nel *bricolage*, mentre il comparto della Tecnologia consumer, dopo la brillante *performance* del 2018, mostra un calo del giro di affari, condizionato dalla negativa dinamica degli *smartphone* e dei prodotti It. In buona crescita, invece, le vendite nel comparto degli elettrodomestici e dell'Home Comfort. Trasversale a quasi tutti comparti, si osserva un rilevante contributo dell'on line e un orientamento della domanda verso prodotti con migliori *performance*, di fascia premium e eco-sostenibili.

La spesa per beni durevoli per la casa (mobili, elettrodomestici, telefonia, fotografia, elettronica di consumo, *information technology* e *bricolage*) è stimata mostrare una crescita del fatturato (0,5%), in attenuazione rispetto alla buona *performance* del 2018 (+2,4%); si attenua la ripresa dei volumi di vendita e si arresta la crescita dei prezzi, in ragione anche di un'intensificazione delle politiche promozionali e dell'accresciuta

rilevanza dell'on line, trasversale a tutti i mercati. In termini di fatturato, nel 2019, la spesa per la casa si mostrerà meno dinamica di quella per la mobilità, stimata invece in rafforzamento rispetto al trend dello scorso anno.

• LA SPESA (FAMIGLIE) PER LA CASA – Valore (mln di Euro)

Valore 2017	Valore 2018	Valore 2019
33.589	34.400	34.562

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK e Istat

• LA SPESA (FAMIGLIE) PER LA CASA – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valori
2017	0,1	1,2	1,3
2018	0,6	1,8	2,4
2019	0,4	0,0	0,5

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK e Istat

All'interno del mercato, tuttavia, le *performance* risultano eterogenee. I contributi positivi alla crescita si concentrano nel mobile e *bricolage*, mentre il comparto della Tecnologia consumer, dopo la brillante *performance* del 2018, mostra un calo del giro di affari. Il comparto del mobile, in particolare, è stimato fornire un contributo positivo sia in volume sia in valore, consolidando per il secondo anno consecutivo una dinamica

positiva. Crescita dei redditi, ripresa del mercato immobiliare e detrazioni fiscali continueranno a fornire un sostegno alla domanda di mobili. In ripresa la spesa per l'acquisto di mobili per la cucina. Anche nel settore del *bricolage* le prospettive si confermano positive, seppure su tassi contenuti e in attenuazione rispetto al trend del biennio precedente. La *performance* del settore continua ad essere sostenuta

dalla domanda di utensili e attrezzi per la casa e il giardino che, grazie all'innovazione dell'offerta, hanno intercettato la richiesta dei consumatori in termini di migliori prestazioni d'uso e risparmio di tempo. L'aggregato di spesa della Tecnologia consumer, invece, è stimato mostrare un calo del giro di affari (-1.2%), fornendo pertanto un contributo negativo all'evoluzione del mercato della spesa per la casa.

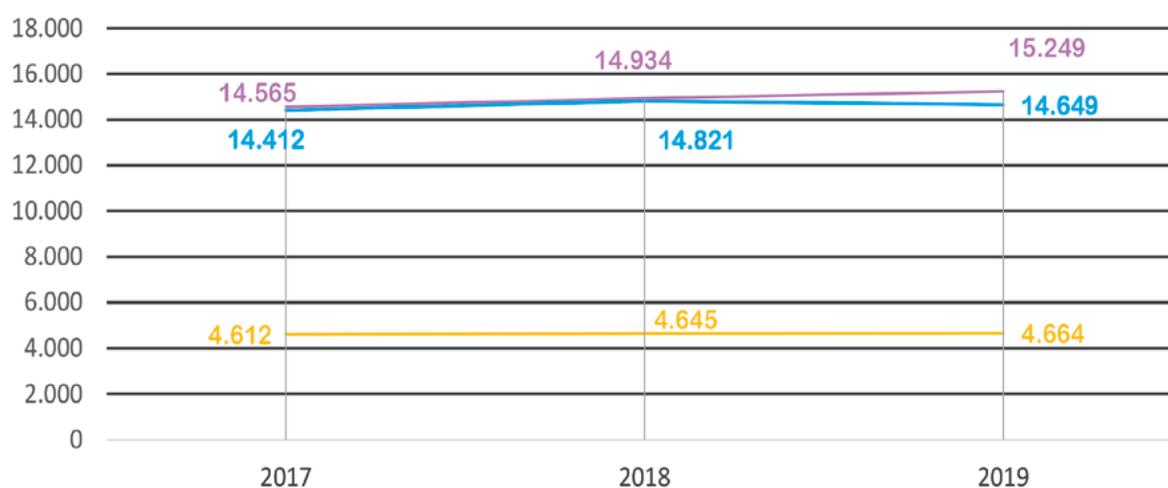
L'evoluzione del settore sconta principalmente il trend negativo del mercato della "telefonia" che, dopo gli importanti progressi di vendita del 2018, risente del calo degli *smartphone*, in un contesto di mercato condizionato anche dalla minore spinta innovativa dell'offerta in attesa dell'avvento del 5G. In ulteriore crescita, invece, le vendite dei prodotti di nicchia, quali le cuffie ed i "dispositivi indossabili" che, tuttavia, non riescono a invertire la tendenza negativa del mercato, dati i livelli ancora di nicchia (rappresentano tra il 3% e il 4% del giro di affari del settore). In calo anche il mercato IT delle famiglie, condizionato dalla riduzione delle vendite dei Pc; la positiva dinamica dei prezzi, dovuta allo sviluppo delle vendite di prodotti con prestazioni ed esperienze d'uso elevate e dei dispositivi premium, com-



penserà solo parzialmente il calo dei volumi di vendita. Si confermano migliori le *performance* di periferiche, soprattutto di monitors, di softwa-

re e di device per il *gaming*. Attese positive anche per i prodotti per la videosorveglianza domestica, seppure ancora di nicchia.

• **ANDAMENTO DEL VALORE (MLN DI EURO) DEI SEGMENTI COMPRESI NELL'AGGREGATO "CASA" (FAMIGLIE)**



MOBILI **+2,1%** TECNOLOGIA CONSUMER* **-1,2%** BRICOLAGE **+0,4%**

* la voce comprende: elettrodomestici grandi e piccoli, elettronica di consumo, telefonia, *information technology*, fotografia, *home comfort*
 fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK e Istat

Il comparto degli elettrodomestici (grandi e piccoli), invece, mostra buone *performance* di crescita, trasversale ai segmenti e più vivace per i piccoli. Connessione, innovazione, multifunzionalità, e design continuano a guidare le scelte di acquisto delle famiglie in modo trasversale nei principali segmenti. Una domanda che si orienta sempre più verso modelli performanti non solo in termini tecnologici, ma anche sotto l'aspetto dei consumi energetici e del risparmio di tempo. Il settore dell'home comfort torna in territorio positivo, mostrando un'ottima *performance* sia in termini di fatturato sia di volumi di vendite, in un contesto di crescita dei redditi, del permanere delle detrazioni fiscali all'acquisto e di condizioni climatiche estive eccezionali. Dinamiche positive per tutti i prodotti, con il rilevante con-

tributo dei condizionatori, sia fissi sia portatili. Prosegue inoltre, il favorevole momento per i prodotti per il trattamento dell'aria. Elevata attenzione al risparmio energetico, all'eco-sostenibilità degli apparecchi e alle tematiche legate alla salubrità degli ambienti domestici continuano a guidare le scelte di acquisto delle famiglie.

Tra gli altri comparti della Tecnologia consumer, il mercato dell'elettronica di consumo, nonostante lo sviluppo del segmento audio statico trainato dalla diffusione degli audio home system, continua ad essere condizionato dalla dinamica cedente del segmento video, in particolare del comparto delle TV, ancora preponderante in termini di fatturato (oltre l'80% del fatturato nei primi nove mesi del 2019).

In prospettiva, il recupero di un sentiero di crescita del mercato dell'e-

lettronica di consumo appare condizionato al sostegno che deriverà dallo switch off a favore della tecnologia 5G che dovrebbe prendere avvio dalla fine del 2021 per concludersi entro luglio 2022. L'adozione della nuova tecnologia dovrebbe sostenere l'innovazione nel segmento Tv, favorendo la sostituzione degli apparecchi non più adatti.

Il mercato della fotografia è atteso registrare un ulteriore ridimensionamento, scendendo su un livello di 325 milioni di euro. I risultati del 2019 confermano le difficoltà del settore a invertire una crisi in atto da un decennio e che ha portato il mercato a dimezzarsi dal 2011 ad oggi. La continua erosione esercitata del vicino settore delle telecomunicazioni che, attraverso una migliore qualità dell'immagine, hanno sottratto mercato alle digitali non accenna quindi ad arrestarsi.

• ANDAMENTO DEL VALORE (MLN DI EURO) DEI SEGMENTI COMPRESI NELL'AGGREGATO "TECNOLOGIA CONSUMER"



TELEFONIA **-4,4%** ELETTRODOMESTICI GRANDI **+1,7%** ELETTRODOMESTICI DI CONSUMO **-5,6%**
 INFORMATION TECHNOLOGY **-0,8%** ELETTRODOMESTICI PICCOLI **+6,4%** FOTOGRAFIA **-4,2%** HOME COMFORT **+36,1%**

MOBILI

Nel 2019 il mercato è stimato mantenersi in crescita, consolidando per il sesto anno consecutivo una dinamica positiva. Crescita dei redditi, ripresa del mercato immobiliare e detrazioni fiscali continueranno a fornire un sostegno alla domanda di mobili. In ripresa la spesa per l'acquisto di mobili per la cucina.

Nel 2019 si stima che il mercato registrerà una crescita del 2,1% a valore e dell'1,4% in volume, consolidando per il sesto anno consecutivo un trend positivo. Il valore del mercato resta, tuttavia, su livelli inferiori del 10% rispetto a quelli precedenti la crisi del 2007, che ha determinato un calo del 25% in valore.

Nell'anno in corso, la domanda continuerà ad essere sostenuta dalla ripresa dei redditi e del mercato immobiliare e dalle agevolazioni fiscali all'acquisto, introdotte nel 2013 e ancora in vigore (detrazione del 50% nell'ambito degli "interventi di recupero del patrimonio edilizio").

Nel mercato immobiliare, prosegue infatti la ripresa delle transazioni, fornendo un sostegno alla crescita della domanda di primo acquisto di mobili. I dati dell'Agenzia delle entrate disponibili sul primo semestre del 2019 segnalano una crescita del 6,1% (6,5% nel 2018) delle compravendite immobiliari residenziali che consolida la ripresa in atto dal 2014. Il mercato continuerà, inoltre, a beneficiare della domanda attivata dagli interventi di ristrutturazione edilizia e di riqualificazione energetica, che continuano a ricevere impulso dalle agevolazioni fiscali. Nel 2019, infatti, nell'ambito delle attività di ristrutturazione o manutenzione ordinaria nella

propria abitazione, le famiglie segnalano tra le principali voci di spesa l'acquisto degli arredi per il bagno e dei mobili per la cucina, dopo l'imbiancatura delle pareti e la manutenzione degli impianti idraulici. In termini distributivi, l'elevata crescita degli acquisti on line, nonostante livelli ancora marginali, continua a sostenere la ripresa del mercato del mobile, favorita anche dall'ampliamento dell'offerta in rete. Secondo l'Osservatorio eCommerce B2c Netcomm del Politecnico di Milano, infatti, nel 2019 l'e-commerce di arredamento & living è stimato confermare una vivace dinamica, con vendite in crescita del 30% (dopo il 50% del 2018).

• IL MERCATO DEI MOBILI – Valore (mln di Euro)

Valore 2017	Valore 2018	Valore 2019
14.565	14.934	15.249

fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT Contabilità Nazionale

• IL MERCATO DEI MOBILI – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valori
2017	1,4	0,4	1,8
2018	2,3	0,2	2,5
2019	1,4	0,7	2,1

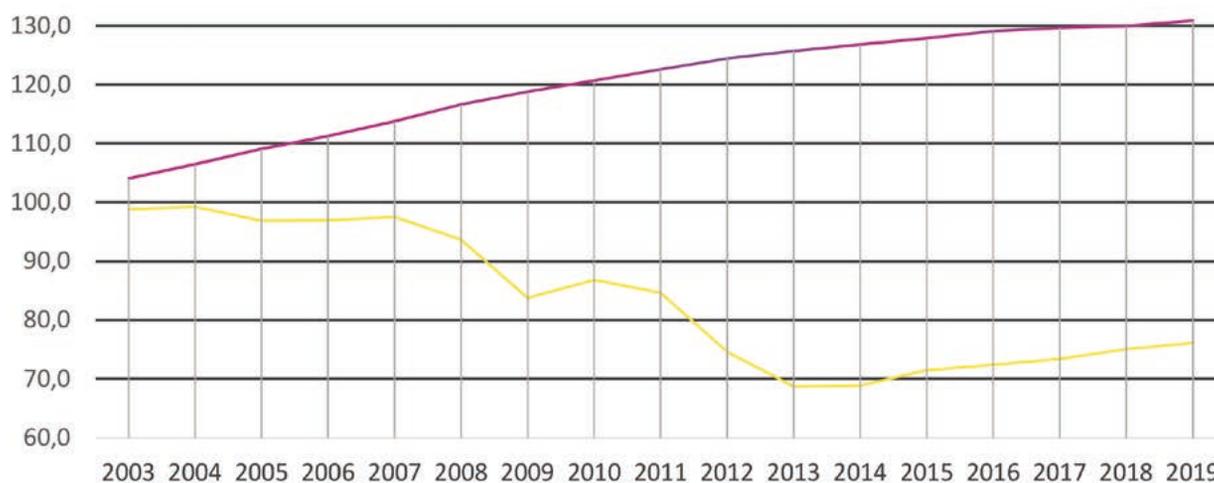
fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT Contabilità Nazionale – settembre 2019

All'interno del mercato del mobile, il comparto dei mobili per la cucina è atteso recuperare un trend positivo,

dopo la battuta d'arresto sperimentata nel 2018 (-0.5% in valore). Una dinamica coerente con l'evoluzione dei grandi

elettrodomestici da incasso, di nuovo in crescita nel 2019, dopo il calo dello scorso anno.

• IL MERCATO DEI MOBILI – L'ANDAMENTO DEI VOLUMI DI VENDITA E DEI PREZZI



INDICE DEI VOLUMI **+1,4%** INDICE DEI PREZZI **+0,7%**

fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT Contabilità Nazionale – settembre 2019

Il data provider GfK segnala, infatti, nel primo semestre del 2019 una crescita della spesa per mobili per cucina dell'1,5% rispetto al corrispondente periodo dello scorso anno. A livello di canali di vendita, il

risultato è attribuibile principalmente alla ripresa delle vendite dei distributori indipendenti (+1,6%), che concentrano oltre il 69% del valore del mercato. Le catene confermano il trend positivo in atto dal

2016, mostrando tuttavia una dinamica (+1,2%) in attenuazione rispetto allo scorso anno (+2%). In media d'anno, nel 2019 il mercato è stimato superare il livello dei 2,4 miliardi di euro.

• IL MERCATO DEI MOBILI PER CUCINA

	2018	2019
valore (mln di euro)	2.398	2.435
Var. %	-	1,6

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

ELETTRODOMESTICI GRANDI

Prospettive di rafforzamento sia in valore sia in volume per il mercato dei grandi elettrodomestici, che continua a beneficiare delle detrazioni fiscali. Una dinamica positiva trasversale ai prodotti da incasso e di libera installazione e a tutti i segmenti merceologici. Tra i prodotti, le asciugatrici confermano vendite in marcata crescita. Connessione, innovazione, multifunzionalità, design continuano a guidare le scelte di acquisto delle famiglie in modo trasversale nei principali segmenti. Una domanda che si orienta sempre più verso modelli performanti non solo in termini tecnologici, ma anche sotto l'aspetto dei consumi energetici e del risparmio di tempo.

I mercato dei grandi elettrodomestici è stimato chiudere il 2019 con una crescita del giro di affari (+1,7%), in ragione di un incremento dei volumi di vendita (+2,3%) e un calo dei prezzi (-0,6%). Una dinamica che consolida il trend in atto dal 2014, sostenuto dalle esigenze di sostituzione e favorita dagli incentivi fiscali nell'ambito delle ristrutturazioni edilizie (detrazione del 50% nell'am-

bito degli "interventi di recupero del patrimonio edilizio"). Connessione, innovazione, multifunzionalità, design continuano a guidare le scelte di acquisto delle famiglie in modo trasversale nei principali segmenti. Una domanda che si orienta sempre più verso modelli performanti non solo in termini tecnologici, ma anche sotto l'aspetto dei consumi energetici e del risparmio di tempo. Nel lavaggio si affermano i modelli

dotati di sistemi di monitoraggio e ottimizzazione dei cicli, di dosaggio automatizzato dei detersivi, mentre nel freddo i frigoriferi con touch screen e il monitoraggio della conservazione del cibo. Il segmento della cottura, invece, adotta sempre più tecnologie prima appannaggio del solo mercato professionale, quale la cottura a vapore per i forni, e la connessione tra i vari apparecchi (con i piani cottura connessi con le cappe).



Sul fronte distributivo, nel 2019 si conferma rilevante il contributo dell'e-commerce nel sostenere la crescita del mercato. L'on line ha mostrato, infatti, tassi di crescita del 13% circa nei primi 9 mesi dell'anno, secondo i dati di GfK, a fronte di una contenuta crescita (0.5%) per la rete tradizionale. Il canale on line ha continuato a guadagnare quote sul fatturato complessivo del settore, con un'incidenza di quasi l'11% nella prima parte del 2019. L'e-commerce ha aumentato la propria rilevanza i quasi tutti i prodotti, ad eccezione delle cappe, le cui vendite sono risultate in calo. Tra i prodotti a maggiore crescita,

analogamente allo scorso anno, si confermano le asciugatrici (circa +30%), le lavastoviglie e piani cottura (entrambi +20%), prodotti in cui l'on line è arrivato a rappresentare rispettivamente il 19%, 10% e 7.6% in termini di fatturato. La maggiore incidenza continua a interessare le wine cabinets: oltre il 44% delle vendite avviene on line, quota che ha mostrato un ulteriore incremento nei primi nove mesi del 2019 (era il 41% nell'analogo periodo del 2018), in ragione di un aumento delle vendite del 7,5%. Dall'analisi dei dati di GfK, il 2019 mostra una ripresa del giro di affari del segmento dei prodotti ad incasso, che

rappresenta il 36% in valore del mercato dei grandi elettrodomestici nei primi nove mesi dell'anno; una dinamica che si è originata in ragione di un rafforzamento dei volumi di vendita rispetto allo scorso anno e di un'evoluzione meno negativa dei prezzi, dopo il calo piuttosto marcato osservato nel 2018. Rallenta, invece, il valore del mercato dei prodotti a libera installazione che consolida una crescita nell'ordine del 2% (dopo il +3% del 2018), sintesi di un rafforzamento dei volumi di vendita e di un ripiegamento dei prezzi (dopo la crescita del 2018).

• IL MERCATO DEGLI ELETTRODOMESTICI GRANDI – Valore (mln di Euro)

Valore 2017	Valore 2018	Valore 2019
3.058	3.077	3.128

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

• IL MERCATO DEGLI ELETTRODOMESTICI GRANDI – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valori
2017	3,2	-2,8	0,3
2018	1,5	-0,9	0,6
2019	2,3	-0,6	1,7

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

A livello di segmenti, nel periodo gennaio-settembre del 2019 il segmento del lavaggio, che rappresenta il più importante comparto del mercato (circa 43% in valore), registra una crescita del 2% in valore e del 3% in volume rispetto al corrispondente periodo del 2018. Si conferma trainante la performance delle asciugatrici (circa +23% in valore, +24% in volume), grazie anche a un processo di destagionalizzazione delle vendite. In crescita anche le vendite di lavastoviglie (+3% in valore, +6% in volume), prodotti che hanno sperimentato il più intenso calo dei prezzi (circa -3%), confermando la forte promozionalità

che interessa il prodotto. Si è confermato, invece, in calo il comparto delle lavatrici, principale prodotto del segmento del lavaggio (circa 53% in valore); le vendite sono diminuite nell'ordine del 3% sia in valore sia in volume (con una sostanziale stabilità dei prezzi). Il comparto del freddo (+1,1% in valore e -0,5% in volume) beneficia della ripresa delle vendite di frigoriferi (+1,8 in valore, +1,5 in volume) in crescita sia nel segmento a libera installazione sia soprattutto in quello dell'incasso.

Si confermano, invece, in calo piuttosto marcato le vendite di congelatori (-6% in valore, -3.3% in volume). Sta-

bili le vendite di wine cabinet, dopo l'importante ampliamento del 2018; in riduzione i prodotti da incasso, che avevano sostenuto le vendite lo scorso anno. In buona crescita, invece, il prodotto a libera installazione (+6.6% in volume, +15.4% in valore), in ragione di una domanda sempre più orientata verso modelli premium. Dinamiche nuovamente positive, infine, per il comparto della cottura (+3.4% in valore, +1% in volume), con trend in crescita in valore per tutti i prodotti, trainati dai prodotti più innovativi e di fascia premium. Migliori le performance dei piani cottura (+6.2% in valore, 3.7% in volume), seguiti dai

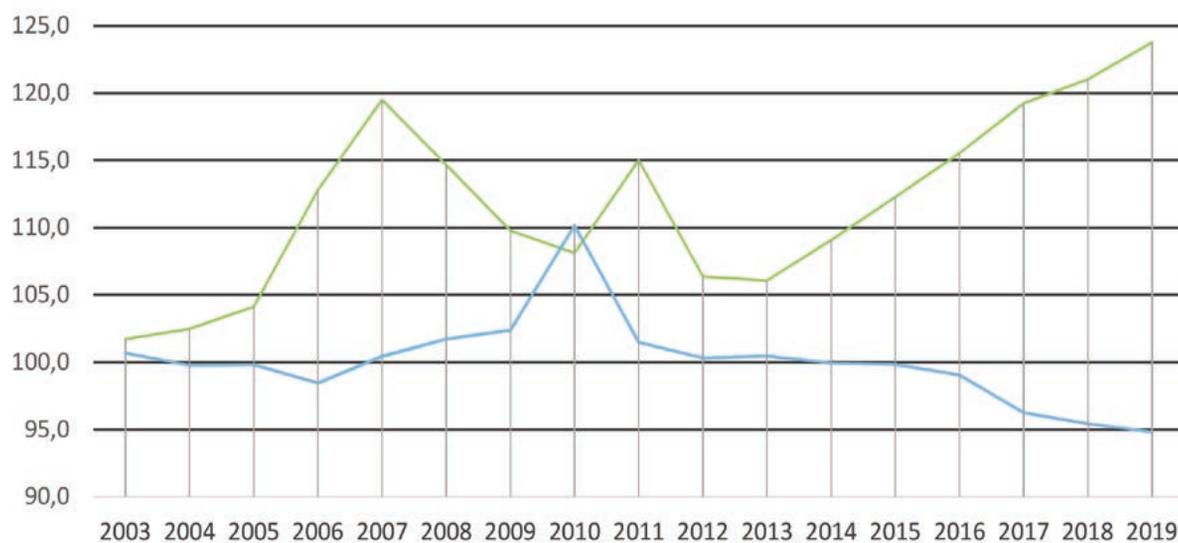


forni/cucine (+1.5% in valore, +1.8% in volume), con la crescente rilevanza dei modelli con cottura a vapore. Le cappe, invece, mostrano una

crescita in valore (+2.7%), imputabile esclusivamente al forte incremento dei prezzi (6.5%), in ragione di uno spostamento delle vendite

verso prodotti multifunzionali (in grado di garantire una buona qualità dell'aria) e ad elevato contenuto di design.

• IL MERCATO DEGLI ELETTRODOMESTICI GRANDI – L'ANDAMENTO DEI VOLUMI DI VENDITA E DEI PREZZI



INDICE DEI VOLUMI **+2,3%** INDICE DEI PREZZI **-0,6%**

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

ELETTRODOMESTICI PICCOLI

Il mercato degli elettrodomestici piccoli si appresta a chiudere il 2019 con una crescita del fatturato molto positiva, in accelerazione rispetto al 2018, grazie alla tonica ripresa dei volumi di vendita e al mantenimento di una positiva dinamica dei prezzi. Tutti i segmenti del mercato mostrano un trend positivo del fatturato; si conferma, tuttavia, rilevante il contributo della “cura della casa”, in cui le aspirapolveri confermano un'importante crescita. Il segmento “preparazione del cibo” mostra le *performance* di crescita più contenute, condizionate dal contenimento dei prezzi, risultato di una maggiore pressione competitiva. In ripresa il fatturato del segmento “cura della persona”, trainato dalle vendite di apparecchi per la cura dei capelli e di prodotti per l'igiene dentale.

Nel 2019 il mercato dei piccoli elettrodomestici è atteso mostrare ottime *performance* di crescita, con un aumento del fatturato del 6,4%, in accelerazione rispetto al 2018, grazie alla ripresa dei volumi di vendita, dopo la stabilità del 2018, e al mantenimento di una positiva dinamica dei prezzi (in lieve rafforzamento rispetto allo scorso anno). A livello di canali di vendita, si osservano *performance* positive sia nel canale tradizionale, i cui fatturati sono stati trainati

in particolare dalla crescita dei prezzi, a fronte di volumi in lieve calo, sia soprattutto nel canale on line. Nei primi nove mesi del 2019, secondo i dati *GfK*, infatti, le vendite on line hanno confermato un trend di vivace crescita (+11,8% circa), arrivando a rappresentare il 24% circa del fatturato del mercato dei piccoli elettrodomestici, quasi 1 punto in più rispetto all'analogo periodo dello scorso anno.

Il mercato, caratterizzato da una forte eterogeneità al suo interno, presenta di-

namiche positive in tutte le diverse categorie di spesa. Il trend positivo del fatturato è attribuibile, tuttavia, principalmente al segmento “cura della casa” che, analogamente allo scorso anno, si mostra in vivace crescita, confermandosi il principale comparto dei piccoli elettrodomestici a scapito del segmento “preparazione del cibo”, che consolida una crescita contenuta. In crescita anche il fatturato del segmento “cura della persona”, grazie in particolare alla ripresa dei volumi di vendita.



Analizzando i dati di GfK sul periodo gennaio-settembre del 2019, il segmento "cura della casa" si contraddistingue per una vivace dinamica positiva in valore (+15,2%) che si è originata grazie alla crescita dei volumi (+5%) e soprattutto al marcato incremento dei prezzi (+9,7%). L'evoluzione del comparto è trainata dalle *performance* delle vendite delle aspirapolveri (che rappresentano il 66% del valore del segmento della cura casa e

oltre il 24% del mercato complessivo dei piccoli elettrodomestici) in progresso di oltre il 26% in valore, grazie alla crescita sia dei volumi (+10,4%) sia soprattutto dei prezzi (+14,4%). Un'evoluzione sostenuta, in particolare, dalle vendite di aspirapolvere senza filo, che intercettano le richieste di prodotti con migliore usabilità (prodotti più leggeri e pratici per assenza di cavi). I ferri da stiro (secondo prodotto per rilevanza all'interno del

segmento della cura della casa con un'incidenza del 26%), invece, mostrano una sostanziale stabilità del fatturato (-0,3% nei primi nove mesi del 2019), sintesi di un calo dei volumi di vendita parzialmente attenuato dalla contestuale crescita dei prezzi. Gli altri prodotti del segmento (miniaspirapolvere e aspirapolvere a vapore), invece, hanno registrato una dinamica negativa in valore, in ragione soprattutto di una riduzione dei prezzi.

• IL MERCATO DEGLI ELETTRODOMESTICI PICCOLI – Valore (mln di Euro)

Valore 2017	Valore 2018	Valore 2019
1.387	1.419	1.510

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

• IL MERCATO DEGLI ELETTRODOMESTICI PICCOLI – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valori
2017	4,9	-3,8	1,0
2018	-0,1	2,5	2,3
2019	3,0	3,3	6,4

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

Il segmento di "preparazione del cibo" continua, invece, ad essere condizionato dalla compressione dei prezzi, risultato di una maggiore pressione competitiva. Pur confermandosi ancora il principale segmento del mercato in termini di volumi, ha perso già nel 2018 tuttavia il primato in termini di fatturato in favore del segmento della cura della casa. Nei primi nove mesi del 2019, le vendite hanno registrato la *performance* più contenuta in termini

di fatturato (1,2%), sintesi di una buona crescita dei volumi di vendita (+3,6%) attenuata però dal calo dei prezzi (-2,3%).

I maggiori contributi positivi sono riconducibili ai prodotti per la preparazione di bevande calde sia in termini di fatturato sia di volumi (nell'ordine del 7%), che consolidano un trend favorevole, sostenuto prevalentemente dalle macchine per il caffè, la cui offerta si è orientata sempre più verso una mag-

giore funzionalità ed elevato design. Contributi positivi anche da prodotti ancora poco rilevanti in termini di fatturato, quali i sodamaker, i filtri per l'acqua, le bisticchiere e i barbecue.

Si conferma invece negativa la dinamica delle vendite dei prodotti per la spremitura, estrazione, centrifuga in marcato calo sul fatturato, in conseguenza di importanti riduzioni sia dei volumi sia dei prezzi, e delle Kitchen Machines.

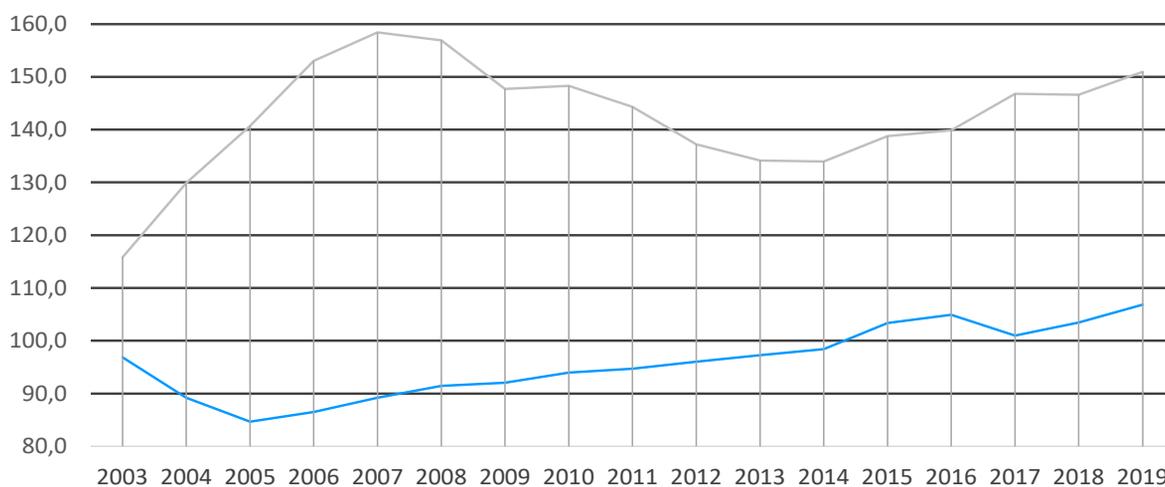


L'evoluzione delle vendite del segmento "cura della persona" (+4% in valore nel periodo gennaio-settembre 2019) risulta trainata soprattutto dalle positive *performance* dei prodotti per la cura dei capelli, in primis asciugacapelli (in crescita del 15,2% in valore), che rappresentano circa il 30% del valore del segmento. Contributi positivi, tut-

tavia, anche dai prodotti e soluzioni legate all'igiene dentale che registrano un aumento delle vendite del 6,4%, arrivando a rappresentare quasi il 20% del fatturato generato dal segmento cura della persona, a riflesso della maggiore diffusione della cultura di prevenzione e dell'ampliamento della gamma di offerta.

Tra gli altri prodotti a maggiore rilevanza, i prodotti legati alla rasatura, che pesano circa il 33% sul segmento, hanno invece fornito un contributo negativo, mostrando un calo del fatturato del -4,2%, imputabile soprattutto al calo dei prezzi (-3,8%).

• IL MERCATO DEGLI ELETTRODOMESTICI PICCOLI – L'ANDAMENTO DEI VOLUMI DI VENDITA E DEI PREZZI



INDICE DEI VOLUMI **+3,0%** INDICE DEI PREZZI **+3,3%**

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

ELETTRONICA DI CONSUMO

Nel 2019 il mercato è atteso mostrare un calo in valore, in ragione soprattutto della riduzione dei prezzi. L'evoluzione del settore continua ad essere condizionata dalla dinamica del segmento video, in particolare del comparto delle TV, ancora preponderante in termini di fatturato. Nonostante gli importanti progressi dell'on line e delle vendite di tv di fascia premium e con schermi di maggiori dimensioni, il segmento non riesce ad avviarsi su un terreno di stabile ripresa. Anche gli altri segmenti (audio portatile, accessori, car entertainment) contribuiscono negativamente; continua a fare eccezione il segmento audio statico, che conferma una crescita grazie alle positive *performance* degli audio system.

Nel 2019 il mercato dell'elettronica di consumo è stimato mostrare un trend in peggioramento rispetto al 2018, con un calo del fatturato di circa il -6%, in ragione soprattutto della marcata riduzione dei prezzi. Un'evoluzione che continua a scontare la concorrenza dei vicini settori dell'IT e delle Telecomunicazioni, che offrono multifunzionalità e fruizione dei contenuti in mobilità. Un fenomeno trasversale a tutto il comparto e che condiziona negativamente anche gli altri segmenti (audio portatile, accessori, car entertainment). In prospettiva, il recupero di un sentiero di crescita del mercato dell'elettronica di consumo appare condizionato al sostegno che deriverà dallo switch off a favore della tecnologia 5G che dovrebbe prendere avvio dalla fine del 2021 per concludersi entro luglio 2022. L'adozione della nuova tecnologia dovrebbe

sostenere l'innovazione nel segmento Tv, favorendo la sostituzione degli apparecchi non più adatti.

Relativamente all'anno in corso, i dati di *GfK* confermano gli importanti progressi di vendite dell'e-commerce. Le vendite on line mostrano, infatti, una dinamica positiva (circa +8% nei primi nove mesi del 2019), che attenua l'evoluzione negativa del mercato; il canale accresce rilevanza, arrivando a rappresentare il 14% del fatturato del mercato dei prodotti dell'elettronica di consumo.

L'evoluzione del settore continua ad essere condizionata dalla dinamica del segmento video, in particolare del comparto delle TV, ancora preponderante in termini di fatturato (oltre l'80% del fatturato nei primi nove mesi del 2019). Le vendite di TV, infatti, mostrano un trend negativo sia in volume (-0,7%) che soprattutto in valore (-5,4%), a fronte di un calo dei

prezzi di circa il 5%. Una dinamica che trae origine, analogamente ad altri prodotti del settore, dall'accresciuta rilevanza dell'on line, che ha veicolato l'11,5% delle vendite in valore di Tv nei primi nove mesi dell'anno (dal 9,6% del corrispondente periodo del 2018). All'interno del comparto, si mantengono migliori le *performance* di vendita di modelli con caratteristiche premium e con schermi di grande dimensioni. Si registrano infatti importanti progressi di vendite per le TV con la tecnologia Ultra HD (oltre il 70% del valore del mercato) e con schermi superiori a 55 Pollici che sono arrivati a rappresentare la metà del fatturato del comparto.

Tutte le altre categorie di spesa contribuiscono negativamente alla dinamica del settore, ad eccezione dell'audio statico in crescita in valore e soprattutto in volume. Il segmento "Audio Statico" sperimenta, infatti, una buona



crescita del fatturato (8%) e un forte aumento dei volumi di vendita (+25,3%). Il mercato continua a beneficiare del contributo positivo degli audio home system, che sperimentano un incremento di quasi il 43% dei volumi di vendita, originatosi soprattutto nel canale on line, che si attenua però in termini di fatturato (in crescita del 9,5% circa), in ragione di una marcata riduzione dei prezzi di vendita (-23,5%). Risultati importanti soprattutto per i dispositivi con assistenti vocali incorporati e le

funzionalità avanzate che migliorano l'esperienza di ascolto. All'interno del segmento dell'audio statico, si mantengono, inoltre, positive le performance degli altoparlanti, sia in valore (+12,1%) sia in volume (15,6%), che vanno a sostituire la bassa qualità audio di altri dispositivi elettronici e si integrano ai più diversi device (tv, pc, tablet, *smartphone*). Tra gli altri comparti, invece, l'aggregato car entertainment, in particolare, continua a registrare il maggiore calo sia in valori (-23,3%)

sia in volumi (-20,8%), consolidando un trend negativo che ha determinato nel giro di 3 anni una riduzione del 54% del valore del mercato. Nonostante l'innovazione dell'offerta, il comparto continua a scontare la concorrenza degli *smartphone* e dei prodotti già integrati nell'auto che sottraggono mercato ai prodotti a supporto della navigazione. Il comparto audio portatile conferma il trend negativo (-9% in valore e -12% in volume), condizionato dalla riduzione del fatturato e dei volumi dei radio device, che subiscono la concorrenza del settore delle telecomunicazioni. Il segmento degli accessori si conferma in calo (-4,4%, in valore e -5,2% in volume), condizionato dal proseguimento del trend negativo dei supporti Tv e delle riduzioni a doppia cifra delle cuffie, per il rientro del fenomeno di "moda" delle cuffie a pagdiglione. In un quadro di segni meno, tuttavia, si distinguono gli accessori per le Tv digitali che mostrano un progresso delle vendite in volume del 21,4%, attenuato in termini di fatturato (+7,8%), da un calo dei prezzi di quasi l'11,5%. Si mostrano, infine, in calo le vendite dei droni (circa -12% in valore e -22% in volume), dopo l'exploit degli anni scorsi; analogamente al 2018, tuttavia, si osservano prezzi medi in forte crescita (13%), in ragione dell'ampliamento dell'offerta con nuovi modelli.

• IL MERCATO DEGLI ELETTRONICI DI CONSUMO – Valore (mln di Euro)

Valore 2017	Valore 2018	Valore 2019
2.001	1.993	1.881

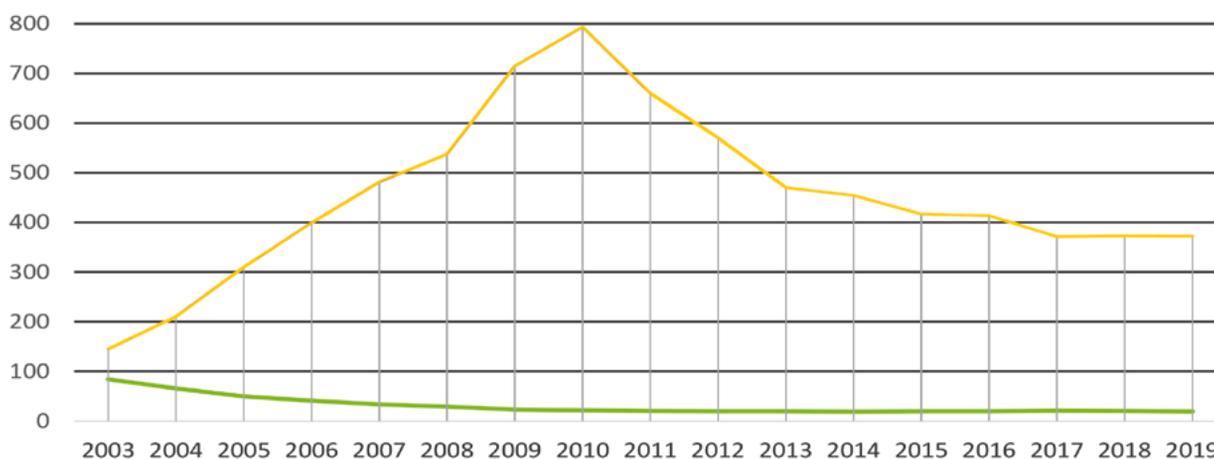
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

• IL MERCATO DELL'ELETTRONICA DI CONSUMO – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valori
2017	-10,3	3,1	-7,6
2018	0,5	-0,9	-0,4
2019	-0,3	-5,4	-5,6

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

• IL MERCATO DELL'ELETTRONICA DI CONSUMO – L'ANDAMENTO DEI VOLUMI DI VENDITA E DEI PREZZI



INDICE DEI VOLUMI **-0,3%** INDICE DEI PREZZI **-5,4%**

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

FOTOGRAFIA

Nel 2019 non si arresta il trend negativo del mercato che mostra un'ulteriore contrazione sia del fatturato sia dei volumi di vendita. La continua erosione esercitata del vicino settore delle telecomunicazioni non accenna quindi ad arrestarsi. Il settore risulta condizionato dalla riduzione del giro di affari sia delle fotocamere digitali sia delle reflex e degli obiettivi intercambiabili che, nonostante una riduzione più contenuta sul fronte dei volumi, sconta il calo dei prezzi, dovuto anche all'accresciuta rilevanza dell'on line.

Nel 2019 il mercato della fotografia è atteso registrare un ulteriore ridimensionamento, scendendo su un livello di 325 milioni di euro. I risultati del 2019 confermano le difficoltà del settore a invertire una crisi in atto da un decennio e che ha portato il mercato a dimezzarsi dal 2011 ad oggi. Un'evoluzione condizionata dalla concorrenza innescata dall'evoluzione degli *smartphone* che, attraverso una migliore qualità dell'immagine, hanno sottratto mercato alle digitali. Le prospettive di ripresa del settore sembrano quindi sempre più legate alla capa-

bilità di innovazione dell'offerta - attraverso un'offerta di prodotti semi professionali, associata a servizi accessori, quali i corsi di fotografia - al fine di intercettare una clientela di nicchia non in sovrapposizione con il settore delle telecomunicazioni.

Nei primi nove mesi del 2019, secondo i dati *GfK*, il mercato della fotografia conferma un trend negativo sia in valore (-7,3%) sia in volume (-9,3%). La dinamica positiva dei prezzi, imputabile esclusivamente al segmento delle fotocamere digitali, continua tuttavia a contenere il calo del giro di affari rispetto ai volumi di vendita.

Nell'ambito delle categorie di spesa, entrambi i prodotti - fotocamere digitali e reflex e obiettivi intercambiabili - mostrano un calo sia in valore (rispettivamente -7% e -8%) sia in volume (-11,5% e -1,3%). Dinamiche dicotomiche, tuttavia, si osservano sul fronte dei prezzi; se da un lato le fotocamere continuano a sperimentare una crescita dei prezzi per le reflex e gli obiettivi intercambiabili, invece, il 2019 ha finora consolidato un calo (-6,8% nei primi nove mesi del 2019), che interrompe il trend positivo dell'ultimo quadriennio. Tale evoluzione è imputabile anche al mercato incremento



delle vendite on line che hanno registrato un balzo nella prima parte del 2019 (+11,3% in valore e +19% in numero di pezzi), arrivando a rappresentare quasi il 42% del valore del segmento (incidenza in crescita di oltre 7 punti, dal 34% dei primi nove mesi del 2018). Anche nel segmento delle fotocamere digitali, il canale on line ha accresciuto la

sua rilevanza, mostrando tuttavia una crescita meno sostenuta, con un incremento dell'incidenza di 1 punto e mezzo (dal 23% al 24,4% nei primi nove mesi del 2019). Nel complesso del mercato della fotografia, pertanto, diversamente a quanto osservato nel 2018, nel 2019 le vendite on line sono aumentate di circa il 3,5%, fornendo un contributo positivo

all'evoluzione del fatturato, che ha attenuato il calo delle vendite presso il canale tradizionale (-11%). In tale contesto, è aumentata la quota dell'e-commerce sul fatturato settoriale (29% nei primi nove mesi del 2019), che si conferma in termini di incidenza tra le più elevate all'interno dell'aggregato di spesa della tecnologia consumer.

• IL MERCATO DELLA FOTOGRAFIA – Valore (mln di Euro)

Valore 2017	Valore 2018	Valore 2019
352	339	325

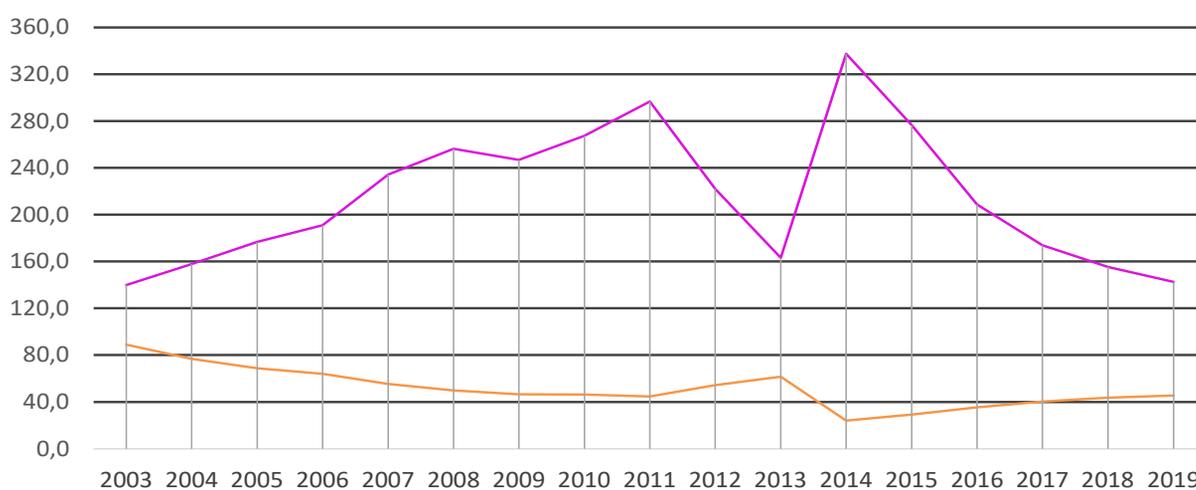
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

• IL MERCATO DELLA FOTOGRAFIA – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valori
2017	-16,7	14,3	-4,8
2018	-10,7	8,0	-3,6
2019	-8,1	4,3	-4,2

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

• IL MERCATO DELLA FOTOGRAFIA – L'ANDAMENTO DEI VOLUMI DI VENDITA E DEI PREZZI



INDICE DEI VOLUMI **-8,1%** INDICE DEI PREZZI **+4,3%**

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

TELEFONIA

Dopo l'ottima *performance* del 2018, il giro di affari del mercato della telefonia è atteso in calo, in ragione di una riduzione sia dei volumi di vendita sia dei prezzi. L'evoluzione sconta le negative *performance* degli *smartphone*, in un contesto di mercato condizionato anche dalla minore spinta innovativa dell'offerta in attesa dell'avvento del 5G. In ulteriore crescita, invece, le vendite dei prodotti di nicchia, quali le cuffie ed i "dispositivi indossabili" (che rappresentano tra il 3% e il 4% del giro di affari del settore). Si conferma rilevante il contributo dell'on line, trasversale a tutti i prodotti.

Dopo l'ottima *performance* dello scorso anno, nel 2019 il mercato della telefonia è atteso mostrare un calo del fatturato (-4,4% dopo +6,8% del 2018); in calo sia i volumi di vendita sia i prezzi. L'evoluzione del settore sconta le negative *performance* degli *smartphone*, che rappresentano oggi l'87% circa del fatturato della telefonia, dopo il vivace incremento del 2018. All'interno del mercato, si confermano migliori le *performance* della domanda di modelli del segmento premium. È proseguita, invece, la crescita dei prodotti di nicchia, quali le cuffie ed i "dispositivi indossabili" (che

rappresentano tra il 3% e il 4% del giro di affari del settore). Si mostra rilevante il canale on line che nei primi nove mesi del 2019, in base ai dati *GfK*, sperimenta un marcato incremento il giro di affari (circa +27,5%) ed accresce ulteriormente la propria rilevanza sul fatturato complessivo del settore della telefonia (8,1% quasi 2 punti in più rispetto al corrispondente periodo del 2018). Importanti progressi soprattutto per i prodotti innovativi introdotti negli ultimi anni, con incrementi del 78% per le cuffie e del 56% per i dispositivi indossabili. Il canale on line conferma un ruolo crescente per questi prodotti, rappresentando per cuffie e *core*

wearable rispettivamente il 24% e il 35% del fatturato. In buona crescita anche le vendite on line di *smartphone* (+19%), che rappresentano quasi il 70% del fatturato e-commerce della telefonia, e continuano ad erodere quote al canale tradizionale (in cui si concentra tuttavia ancora il 95% del valore delle vendite). Gli *smartphone*, dopo l'ottima *performance* del 2018, in cui sono risultati i prodotti leader della crescita all'interno del mercato della tecnologia consumer, registrano nei primi nove mesi del 2019 un calo del fatturato del 6%, in ragione di un calo sia dei prezzi (-2,4%) sia dei volumi (-3,7%).

Il calo dei volumi, in atto da qualche anno, segnala la conclusione del processo di sostituzione rispetto ai *mobile phone* di vecchia generazione, in un contesto di mercato che nella prima parte del 2019 non ha visto l'introduzione di prodotti con innovazioni significative. Il lancio dei *foldable* (gli *smartphone* pieghevoli) potrebbe fornire un

contributo positivo negli ultimi mesi dell'anno, senza tuttavia invertire la tendenza negativa dei volumi. Il mercato, ormai maturo, potrebbe ricevere un nuovo impulso dall'avvio di una nuova era di connettività che seguirà alla diffusione su scala globale del 5G e che sosterrà la ripartenza dell'innovazione e la ripresa dei volumi di vendita.

Tra gli altri prodotti, nei primi nove mesi del 2019 il segmento dei *core wearables* (dagli orologi a occhiali "smart" e altri dispositivi indossabili), seppure su livelli ancora di nicchia rappresentando il 3% del fatturato del mercato della telefonia, si mantiene in vivace crescita (+61.5%) in rafforzamento rispetto al trend del 2018. Una dinamica che si è originata in ragione di una sostenuta crescita dei volumi di vendita, a fronte di una riduzione dei prezzi (-9% circa), in ragione dell'ampliamento dell'offerta e di politiche commerciali promozionali. *Performance* positive anche per il comparto delle cuffie che archivia la prima parte del 2019 con una crescita del 45% del fatturato e del 17% in volume, che consolida il trend dell'ultimo biennio. Nei primi nove mesi del 2019, il comparto arriva a rappresentare oltre il 4% circa del mercato della telefonia, aumentando rilevanza dal 2,7% del corrispondente periodo del 2018. La domanda continua ad essere sostenuta dalla diffusione di prodotti innovativi e versatili (auricolari senza fili), dalla fruizione di contenuti multimediali in mobilità al supporto nelle attività di *gaming*.

• IL MERCATO DELLA TELEFONIA – Valore (mln di Euro)

Valore 2017	Valore 2018	Valore 2019
5.405	5.772	5.521

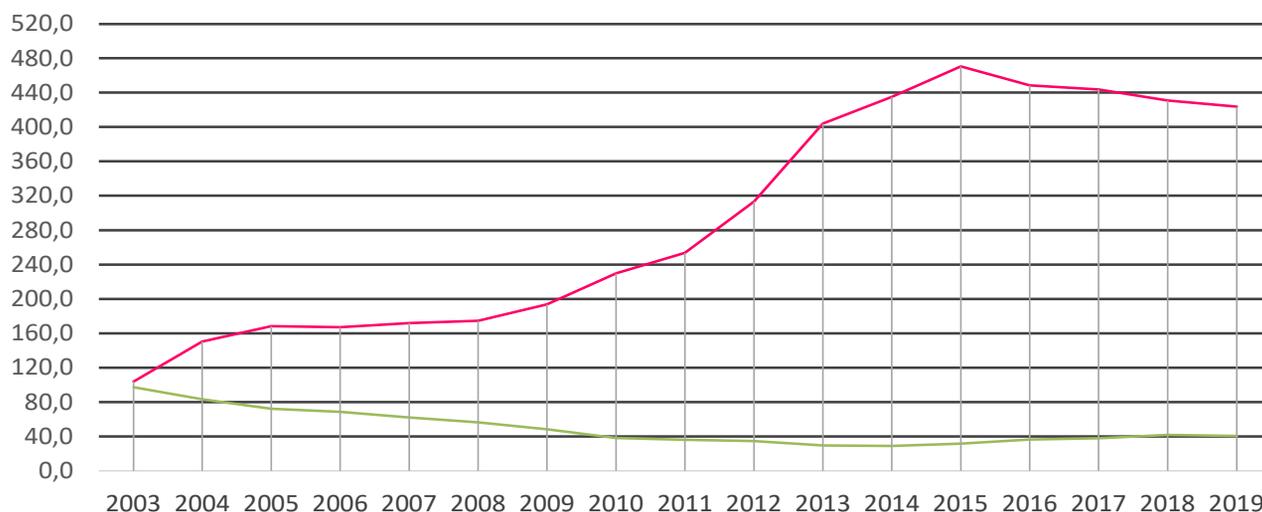
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

• IL MERCATO DELLA TELEFONIA – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valori
2017	-1,1	4,2	3,1
2018	-2,9	10,0	6,8
2019	-1,7	-2,7	-4,4

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

• IL MERCATO DELLA TELEFONIA – L'ANDAMENTO DEI VOLUMI DI VENDITA E DEI PREZZI



INDICE DEI VOLUMI **-1,7%** INDICE DEI PREZZI **-2,7%**

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

INFORMATION TECHNOLOGY

Il mercato IT delle famiglie è atteso mostrare un lieve calo del fatturato; la positiva dinamica dei prezzi, dovuta allo sviluppo delle vendite di prodotti con prestazioni ed esperienze d'uso elevate e dei dispositivi premium, compenserà solo parzialmente il calo dei volumi di vendita.

Si confermano migliori le *performance* di periferiche, soprattutto di monitors, di software e di device per il *gaming*. Attese positive anche per i prodotti per la videosorveglianza domestica, seppure ancora di nicchia.

La spesa delle famiglie per l'acquisto di prodotti IT è stimata mostrare un calo in termini di fatturato (di poco inferiore all'1%), sintesi di una riduzione dei volumi di vendita, in tendenziale peggioramento rispetto al dato del 2018, parzialmente compensata dal contestuale mercato incremento dei prezzi. Analogamente allo scorso anno, l'evoluzione del mercato è guidata dalla domanda di prestazioni ed esperienze d'uso elevate e dispositivi premium, che sostengono le vendite soprattutto nell'area del *gaming*. Il contributo dell'on line alla

crescita del mercato si conferma rilevante nella prima parte del 2019 e compensa il calo del canale tradizionale. Osservando i dati del *GfK* per canale di vendita sul mercato complessivo (business e consumer) nel periodo gennaio-settembre 2019 si rileva infatti una crescita del giro di affari dell'e-commerce di circa il 16% che arriva a rappresentare oltre il 20% del fatturato, quasi 3 punti in più rispetto all'analogo periodo del 2018. La domanda on line premia soprattutto i prodotti legati al segmento *hardware*, che mostra incrementi importanti per tutti i beni, soprattutto i Pc portatili, ma anche l'area

dell'*officer hardware* e *officer supplies*, trainata dalle vendite di cartucce per stampanti, e degli input device, tra cui si distingue la vivace crescita del *gaming* (+40% l'incremento delle vendite nei primi nove mesi del 2019). In base ai dati di *GfK*, nei primi nove mesi del 2019, la dinamica della spesa delle famiglie sconta il calo delle vendite dei Pc, che rappresentano oltre il 50% del mercato in valore. In riduzione le vendite sia di Pc portatili (nell'ordine del -2%) sia di quelli fissi (di poco inferiore al -1%); si conferma più intenso il calo delle vendite di tablet (circa -8%), in linea con la tendenza degli ultimi anni.

Nel segmento hardware, tuttavia, fanno eccezione i monitors, che mostrano una crescita di circa il 10% in valore. Dinamiche positive anche per i software, in crescita di circa il 25% nei primi nove mesi del 2019, e per gli input device, gra-

zie alla favorevole evoluzione dei device per il *gaming* (+9,4%), dei keying device (+10,2%) e delle memorie esterne (4,4%). La crescente attenzione verso i prodotti legati alla sicurezza, inoltre, sostiene le vendite di visual cams (in valore +2,2%, in

pezzi oltre +17%) per la sorveglianza domestica, spinte anche dall'intensificarsi di politiche promozionali. Un prodotto ancora di nicchia (poco meno dell'1% del mercato It), ma con positive prospettive di sviluppo.

• IL MERCATO DELL'INFORMATION TECHNOLOGY – LA DOMANDA DELLE FAMIGLIE

Valori (mln di Euro) e quota sul mercato totale

	2017	2018	2019
Valore (000)	1.964	1.998	1.982
Quota % sul mercato totale	48,8	48,3	47,7

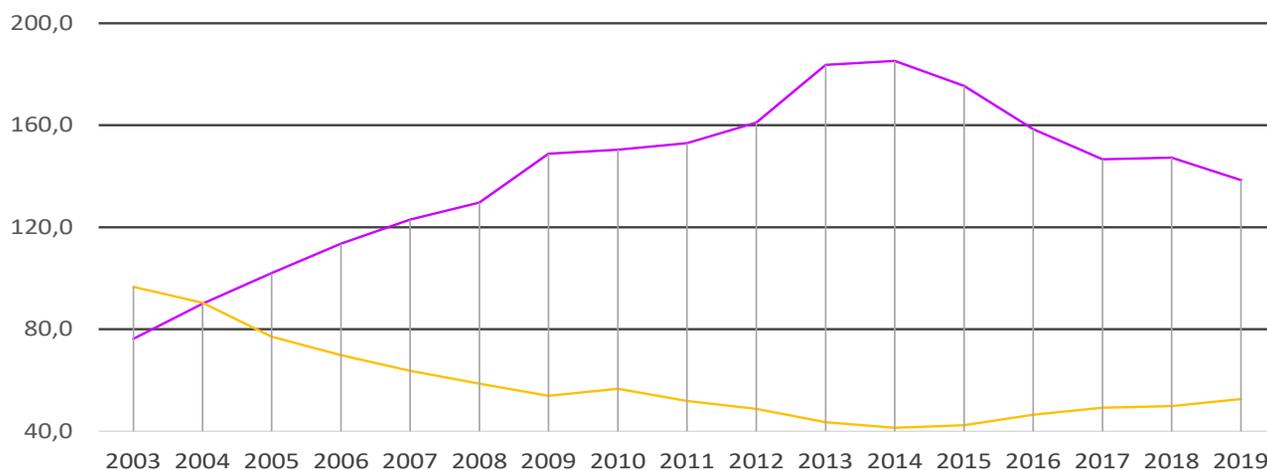
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK e Istat

• IL MERCATO DELL'INFORMATION TECHNOLOGY – LA DOMANDA DELLE FAMIGLIE – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valori
2017	-7,5	6,0	-2,0
2018	0,4	1,3	1,7
2019	-5,9	5,5	-0,8

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK e Istat

• IL MERCATO DELL'INFORMATION TECHNOLOGY – L'ANDAMENTO DEI VOLUMI DI VENDITA E DEI PREZZI PER IL SETTORE FAMIGLIE



INDICE DEI VOLUMI **-5,9%** INDICE DEI PREZZI **+5,5%**

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK e Istat

HOME COMFORT

Nel 2019, in un contesto di crescita dei redditi, del permanere delle detrazioni fiscali all'acquisto e di condizioni climatiche estive eccezionali, il settore dell'home comfort mostra un'ottima *performance* sia in termini di fatturato sia sui volumi di vendita. Dinamiche positive per tutti i prodotti, con il rilevante contributo dei condizionatori, sia fissi sia portatili. Prosegue inoltre, il favorevole momento per i prodotti per il trattamento dell'aria. Elevata attenzione al risparmio energetico, all'eco-sostenibilità degli apparecchi e alle tematiche legate alla salubrità degli ambienti domestici continuano a guidare le scelte di acquisto delle famiglie.

I settore dell'home comfort, che comprende i condizionatori d'aria e i prodotti per il riscaldamento e il trattamento dell'aria, dopo il calo registrato lo scorso anno, ritorna in territorio positivo, mostrando ottime *performance* di crescita sia in valore sia in volume. Condizioni climatiche estive eccezionali, in particolare nel mese di giugno, la crescita dei redditi, il miglioramento del mercato immobiliare e le detrazioni fiscali all'acquisto sono i principali fattori che hanno sostenuto la domanda. Nei primi nove mesi del 2019, in base ai dati di GfK, le vendite sono aumentate di circa il 48% in valore e del 43% in volume. Ottime *performance* rese possibili sia

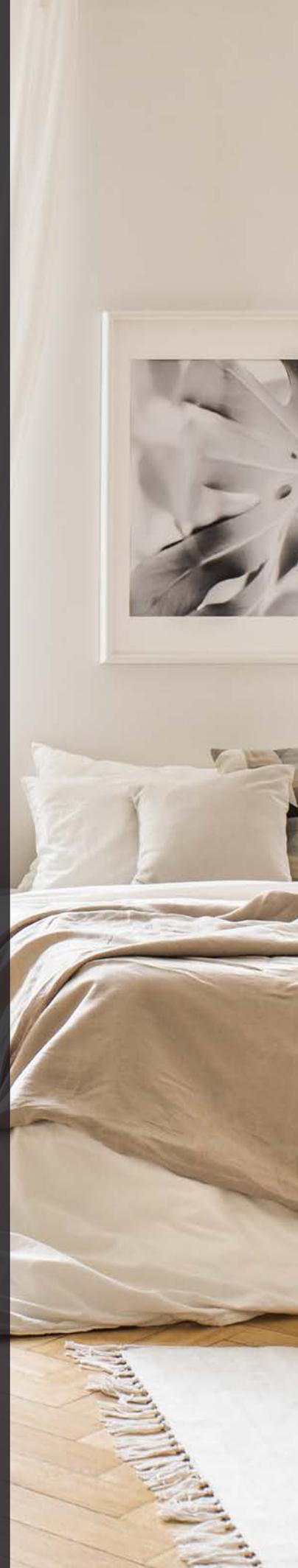
in ragione delle attività di stagionalizzazione messe in atto dai distributori, con intense attività promozionali nei primi mesi dell'anno, sia di condizioni climatiche estive eccezionali. Nel mese di giugno, in particolare, le vendite hanno registrato un vero e proprio boom, con crescita a tre cifre (nell'ordine del 175% rispetto al corrispondente mese del 2018). Analizzando le diverse categorie di spesa emerge un trend positivo trasversale a tutte le componenti, con il rilevante contributo dei condizionatori, principale prodotto del mercato che ha particolarmente beneficiato delle temperature elevate del mese di giugno. Il segmento dei condizionatori, che rappresenta circa l'81% del mercato in valore dell'ho-

me comfort, ha sperimentato una crescita del fatturato di oltre il 50% (poco meno in volume), determinando l'85% dell'incremento del giro di affari complessivo. Le *performance* sono state vivaci e simili sia per i condizionatori fissi, principale prodotto del comparto (rappresenta il 61% del fatturato) sia per la versione "mobile" (il 19% del fatturato). Si conferma elevata l'attenzione al risparmio energetico nel guidare le scelte di acquisto dei consumatori; nel segmento dei condizionatori fissi, in particolare, la crescita delle vendite è stata trainata dai prodotti dalle classi ad alta efficienza energetica e dalla tecnologia "gas refrigerante R32", che permette un importante risparmio e rappresenta il 60% del mercato.

• IL MERCATO DELL'HOME COMFORT – Valore (mln di Euro)

Valore 2017	Valore 2018	Valore 2019
246	222	303

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK



La crescente attenzione verso la salubrità degli ambienti domestici continua a sostenere l'evoluzione dei prodotti per il trattamento dell'aria (pulizia, deumidificazione ed umidificazione), con un trend in rafforzamento (36,4% in valore e 20,3% in volumi) rispetto alle positive performance del 2018. Nei primi nove mesi del 2019, il comparto ha originato il 13% del fatturato del settore Home Comfort. Lo sviluppo di

prodotti che combinano tecnologie avanzate (gestione in remoto, monitoraggio continuo della qualità dell'aria), eco-sostenibilità (con utilizzo di gas refrigeranti naturale con minimo impatto sull'ambiente), multifunzionalità, maggiore usabilità e design sta fornendo un importante contributo alla crescita del mercato, sostenendo un marcato incremento dei prezzi (nell'ordine del 14%). Tra gli altri prodotti del mercato, il seg-

mento delle stufe elettriche (che ha rappresentato il 6% delle vendite nei primi nove mesi del 2019) segna un incremento nell'ordine del 26% sia in valore sia in volume. Trainanti le performance dei prodotti a minore impatto ambientale e, analogamente ai prodotti per il trattamento dell'aria, dall'elevato contenuto di design, che sta rendendo il prodotto un vero e proprio elemento di arredamento dell'ambiente domestico.



• IL MERCATO DELL'HOME COMFORT – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valori
2017	23,5	-6,4	15,5
2018	-13,1	3,8	-9,7
2019	31,5	3,5	36,1

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

• IL MERCATO DELL'HOME COMFORT – L'ANDAMENTO DEI VOLUMI DI VENDITA E DEI PREZZI



INDICE DEI VOLUMI **+31,5%** INDICE DEI PREZZI **+3,5%**

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

BRICOLAGE

Nel 2019 il mercato è stimato mantenersi in crescita, mostrando tuttavia un'attenuazione rispetto al trend del biennio precedente. La *performance* del settore continua ad essere sostenuta dalla domanda di utensili e attrezzi per la casa e il giardino che, grazie all'innovazione dell'offerta, hanno intercettato la richiesta dei consumatori in termini di migliori prestazioni d'uso e risparmio di tempo.

Nel 2019 il settore del *bricolage* è stimato mantenersi in crescita, ad un ritmo di poco inferiore allo 0.5%, sia in valore sia in volume, mostrando un'attenuazione rispetto al trend del 2018. Tali risultati fanno riferimento nell'Osservatorio ai soli consumi delle famiglie e pertanto non sono compresi nel perimetro considerato gli acquisti degli operatori del settore, pur se effettuati presso i format 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, pertanto, escluse dall'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.

La crescita del mercato continua ad essere sostenuta dagli interventi effettuati dalle famiglie italiane per la manutenzione e abbellimento della casa, sia degli ambienti interni sia di quelli esterni. Se gli spazi interni sono quelli maggiormente interessati dagli interventi di riqualificazione, soprattutto in ragione di necessità dovute ad un cambiamento dello stile di vita, tuttavia, anche quelli esterni sono sempre più oggetto di migliorie. Una tendenza che si conferma in crescita nel 2019 e che coinvolge sempre più direttamente le famiglie. Due famiglie su tre, infatti, si occupa personalmente della cura del giardino e dell'orto, e 1 una 4 vi dedica almeno un'ora tutti i giorni.

In termini di canali distributivi, anche il settore registra una crescente rilevanza

dell'on line, in ragione dell'offerta di una vasta gamma di prodotti a prezzi accessibili; la distribuzione specializzata si conferma comunque preponderante e mostra una rinnovata fiducia da parte dei consumatori, grazie anche alle strategie di riqualificazione dei punti di vendita e dell'offerta di servizi – dagli spazi dedicati alle decorazioni ai servizi di personalizzazioni dell'ambiente domestico.

In termini di aggregati di spesa, nel 2019 la domanda di utensili e attrezzi per la casa e il giardino è stimata confermare una dinamica positiva (+1.3% in volume e poco meno in valore), consolidando il trend espansivo in atto dal 2016. I prezzi sono stimati mantenersi in calo, a riflesso delle politiche commerciali promozionali. Il mercato sta beneficiando dell'introduzione di nuove gamme di prodotto che, combinando tecnologia e innovazione, riescono meglio



ad intercettare la richiesta dei consumatori in termini di migliori prestazioni d'uso e risparmio di tempo. Questi fattori stanno favorendo soprattutto le attrezzature per il giardinaggio, quali i tosaerba robotizzati, utensili elettrici, e sistemi di irrigazione automatizzati. Nel 2019, in particolare, i tosaerba robotizzati risultano il prodotto meglio performante (+13% in valore, secondo

una recente analisi di Euromonitor International). Inoltre, relativamente alla cura del verde, l'affermarsi di stili di vita sani e la crescente attenzione verso la riduzione dell'utilizzo della plastica sta sostenendo le vendite di prodotti rispettosi dell'ambiente anche nell'attività di giardinaggio (dai prodotti biologici ai vasi con materiali alternativi alla plastica e riciclabili).

La spesa per l'acquisto di prodotti per la riparazione e manutenzione della casa potrebbe confermare, invece, una dinamica negativa, sia in valore sia in volume, con prezzi in contenuta crescita. In un contesto negativo, alcuni prodotti, tuttavia, mostrano performance positive, quali le vernici per interno, in particolare le idropitture, e gli smalti e vernici per il legno.

• IL MERCATO DEL BRICOLAGE – Valore (mln di Euro)

Valore 2017	Valore 2018	Valore 2019
4.612	4.645	4.664

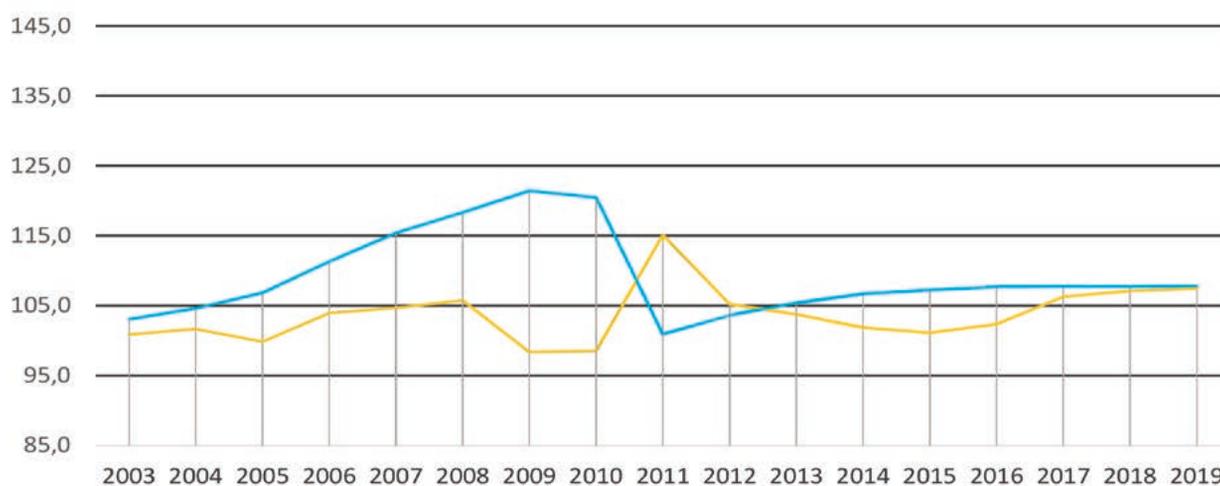
fonte: elaborazioni Prometeia su dati Istat

• IL MERCATO DEL BRICOLAGE – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valori
2017	3,8	0,1	3,9
2018	0,8	-0,1	0,7
2019	0,3	0,1	0,4

fonte: elaborazioni Prometeia su dati Istat – settembre 2019

• IL MERCATO DEL BRICOLAGE – L'ANDAMENTO DEI VOLUMI DI VENDITA E DEI PREZZI



INDICE DEI VOLUMI **+0,3%** INDICE DEI PREZZI **+0,1%**

fonte: elaborazioni Prometeia su dati Istat – settembre 2019



www.osservatoriofindomestic.it



twitter.com/.oss_findomestic

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 n. 03562770481

Albo Banche n. 5396 · Iscritta all'Albo dei Gruppi Bancari come "Findomestic Gruppo" al n. 3115.3
Indirizzo PEC: findomestic_banca_pec@findomesticbanca.telecompost.it

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