

IN 4 MESI GUERRA IRAN RIPORTA INDIETRO DI 2 ANNI POTERE ACQUISTO ITALIANI

Secondo l'Osservatorio mensile Findomestic di luglio le intenzioni d'acquisto a tre mesi calano del 2,7%. Viaggi ancora in testa, arretrano soprattutto infissi e ristrutturazioni.

Sono bastati quattro mesi di tensioni e guerra in Iran e Medio Oriente per riportare indietro di due anni il potere d'acquisto degli italiani. L'Osservatorio mensile di luglio di Findomestic rileva che se a gennaio di quest'anno lo scarto tra salari e inflazione aveva toccato il punto più basso (7 punti nella ricostruzione che parte da gennaio 2021), da febbraio, quando sono scoppiati i conflitti tra Usa, Israele e Iran la forbice si è allargata nuovamente sfiorando i 10 punti come a maggio del 2024. Le elaborazioni dell'Osservatorio mensile Findomestic rilevano che da gennaio 2021 i salari dei lavoratori dipendenti sono cresciuti complessivamente del 13%, mentre i prezzi sono aumentati del 22,7%: un divario di 9,7 punti. Il calo del potere d'acquisto, che aveva toccato il punto massimo a dicembre 2022 (13,4 punti), è così tornato a rappresentare la terza preoccupazione degli italiani dopo i timori sul cambiamento climatico, balzato al secondo posto in scia all'ondata di caldo, e all'inflazione. Quest'ultima, continua a rappresentare in assoluto la principale preoccupazione per quasi 6 famiglie su 10.

“L'Osservatorio Findomestic evidenzia che soltanto per tre famiglie su dieci il potere d'acquisto è rimasto invariato rispetto al 2021”, commenta Alex Papi, economista di Findomestic. “Per il 61% è invece diminuito, in media del 18%, mentre solo per circa una famiglia su 10 è aumentato, mediamente del 16%. Complessivamente, le famiglie percepiscono un calo del potere d'acquisto intorno all'11% negli ultimi cinque anni: un valore non poi così distante da quanto emerge dalla nostra elaborazione su dati ISTAT riferita a prezzi e retribuzioni dei dipendenti italiani che rappresentano quasi l'80% della totalità degli occupati. In pochi mesi l'aumento dei prezzi ha dunque eroso agli italiani due anni di recupero”. “Di mese in mese anche i dati sulla percezione della situazione economica della propria famiglia non mostrano miglioramenti: per quattro famiglie su dieci il quadro resta problematico”, aggiunge Claudio Bardazzi, responsabile dell'Osservatorio Findomestic. “Ferma anche la capacità di risparmio: un obiettivo centrato da sei famiglie su dieci, ma ancora un'utopia per le altre quattro”.

INTENZIONI D'ACQUISTO IN FRENATA: VIAGGI IN TESTA, INFISSI E RISTRUTTURAZIONI GIÙ. Le intenzioni d'acquisto degli italiani nei prossimi tre mesi calano complessivamente del 2,7% a luglio. Nel dettaglio dei settori monitorati dall'Osservatorio Findomestic, i viaggi consolidano il primato con il 59% di intenzionati all'acquisto (+2,4 punti percentuali sul mese precedente). Seguono i piccoli elettrodomestici, al 36% (+0,7), e le attrezzature per il fai da te, al 33% (-0,5). La telefonia si attesta al 27% (-0,5), le attrezzature sportive al 26% (-1,1) e i mobili al 24% (-0,1). I grandi elettrodomestici salgono al 23% (+1,3), i PC sono al 22% (+0,1), le TV al 21% (-0,2) e i tablet al 15% (-1,1). Tra i mezzi di trasporto, l'auto nuova raggiunge il 14% (+0,6) e l'auto usata il 12% (+1,1), mentre arretrano e-bike al 9% (-0,9), motoveicoli al 7% (-1) e monopattini elettrici o affini al 5% (-1,3). Le fotocamere salgono al 13% (+2). Il quadro più debole riguarda la casa: le intenzioni di ristrutturazione scendono al 13% (-

3,8) e gli infissi all'11% (-4,5), la flessione più marcata del mese. In controtendenza le soluzioni per l'efficienza energetica: fotovoltaico e solare termico sono al 10% (+1,9), così come le caldaie a condensazione o biomassa (+2,5); le pompe di calore raggiungono il 9% (+0,9), mentre l'isolamento si attesta al 9% (-0,3).

**L'indagine è stata realizzata in collaborazione con Eumetra e Research Dogma il 6 e 7 luglio 2026.*

****Nota metodologica**

A partire dall'indagine di settembre 2025, l'Osservatorio mensile di Findomestic mette in risalto la quota degli intervistati che dichiarano l'intenzione di acquistare uno dei beni durevoli dei settori monitorati e misura la variazione espressa in punti percentuali (p.p.) rispetto al mese precedente. L'obiettivo è cogliere i trend ma anche riconoscere alle diverse categorie merceologiche il loro giusto "peso" in base al maggiore o minore numero di "intenzionati" all'acquisto. Da settembre 2025 viene misurato anche l'andamento degli ultimi 3 mesi in ogni mercato rispetto alla media progressiva dell'anno in corso.

Findomestic Banca opera al servizio di oltre tre milioni di clienti, ai quali si rivolge per proporre soluzioni di credito, assicurative, di risparmio e di daily banking grazie a conti correnti dedicati. Presente in tutta Italia, Findomestic ispira la propria attività ai principi della Responsabilità Sociale, promuovendo un approccio al credito sostenibile e responsabile, per sviluppare una relazione di lungo periodo con il Cliente, con i Partner, e con tutti i suoi stakeholders. Partecipata al 100% da BNP Paribas Personal Finance, Findomestic è parte del Gruppo BNP Paribas presente in più di 70 paesi, con oltre 189.000 collaboratori, dei quali oltre 146.000 in Europa.

Ufficio stampa SEC Newgate Italia
via Ferrante Aporti, 8 – Milano
Angelo Vitale – angelo.vitale@secnewgate.it - 338/6907474