

L'OSSERVATORIO FINDOMESTIC

I MERCATI DEI BENI DUREVOLI
E LE NUOVE TENDENZE DI CONSUMO

28.650

16,5%

110110000110

28,650

68.032

101110111010

20%

16.425

4.257

Periodico annuale
Edizione 2024

Responsabile Osservatorio Findomestic
Claudio Bardazzi

Dati ed elaborazioni
Prometeia

Progetto grafico
Ubimaior

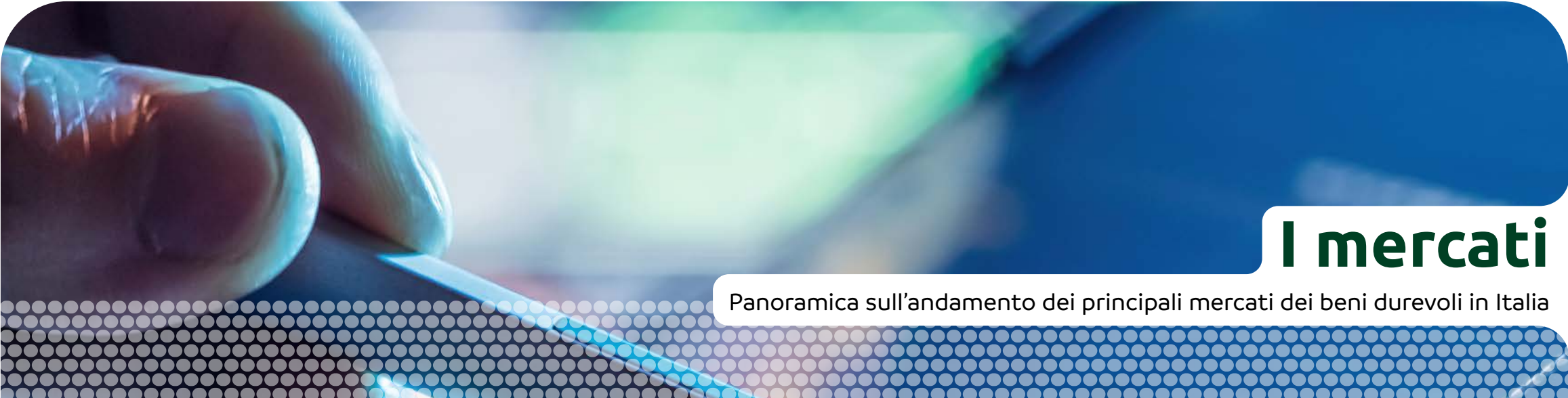
Foto
iStockphoto
Adobe stock

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

Indice

L'Osservatorio dei consumi 2024

I MERCATI	3
LO SCENARIO ECONOMICO	4
AUTO NUOVE	7
AUTO USATE	12
MOTOCICLI	14
MOBILI	17
ELETTRODOMESTICI GRANDI	19
ELETTRODOMESTICI PICCOLI	21
ELETTRONICA DI CONSUMO	24
TELEFONIA	26
INFORMATION TECHNOLOGY	28
E-COMMERCE	30



I mercati

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

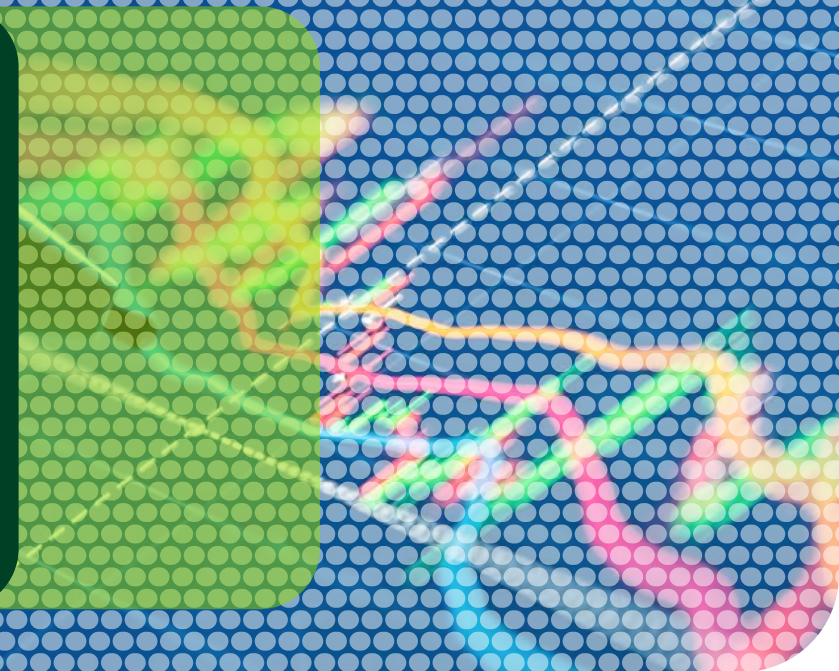
NOTA METODOLOGICA

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 sta assumendo il commercio on line, alla consueta analisi è stata aggiunta una sezione dedicata all'e-commerce.

Come sempre per tutti i comparti, l'analisi dei trend storici è corredata da stime sulla chiusura del 2024, che fanno riferimento allo scenario macroeconomico e dei consumi di Prometeia, aggiornato nei primi giorni di dicembre 2024. 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).





Lo scenario economico

I CONSUMI DELLE FAMIGLIE ITALIANE

Nel corso del 2024, in un contesto di ripresa del potere di acquisto, sostenuta dal contenimento dell'inflazione, dalla tenuta del mercato del lavoro e dagli incrementi delle retribuzioni in termini reali, i consumi si sono mantenuti stabilmente in crescita, mostrando un progressivo rafforzamento congiunturale. I dati di Contabilità nazionale dell'Istat segnalano un deciso incremento nel terzo trimestre del 2024 (+1.3% a prezzi costanti rispetto al secondo trimestre), grazie al rilevante contributo dei servizi, in particolare dei consumi turistici; un contributo positivo è giunto anche dai beni, in rafforzamento congiunturale, con l'unica eccezione dei beni semidurevoli (moda in primis).

Nonostante l'accelerazione degli ultimi trimestri, la debolezza di avvio d'anno fa, tuttavia, archiviare i primi nove mesi del 2024 con una moderata crescita (+0.3% a prezzi costanti) rispetto al corrispondente periodo dell'anno scorso. Una dinamica che se letta alla luce della crescita del potere di acquisto (+2.3% nel primo semestre 2024 rispetto al corrispondente periodo del 2023) segnala cautela nelle decisioni di spesa e un maggiore orientamento alla ricostituzione del risparmio da parte delle famiglie italiane.

A livello di aggregati di spesa, nei primi nove mesi del 2024 si osserva una decelerazione della crescita dei servizi cui fa contraltare una ripresa dei consumi di beni, dopo un primo semestre negativo. A sostenere la crescita dei beni sono stati in particolare i consumi

alimentari, in ripresa dopo la debolezza di avvio d'anno, e i consumi durevoli che hanno mantenuto una maggiore vivacità rispetto all'evoluzione degli altri beni di consumo, beneficiando del miglioramento della domanda di beni per la casa a fronte del raffreddamento della domanda di mezzi di trasporto.

Le attese per i mesi finali dell'anno sono di un rallentamento dei consumi, come sembrano suggerire anche le indagini sui climi di fiducia dei consumatori. Pur in un contesto di rientro delle tensioni inflative, che ha allentato nel 2024 le pressioni sui redditi, il recupero lento e solo parziale del potere di acquisto e prezzi che restano su livelli superiori a quelli pre-crisi contribuiranno a vincolare le decisioni di spesa delle famiglie.



I CONSUMI INTERNI

	Valore 2022	Valore 2023	Valore 2024
Totali (mln di Euro)	1.177.122	1.250.693	1.272.702
Pro capite	20.081	21.385	21.740

Scenario Prometeia dicembre 2024 (i dettagli in nota metodologica)

I CONSUMI INTERNI - VARIAZIONI %

	Volumi	Prezzi	Valore
2022	5,9	6,9	13,2
2023	1,0	5,2	6,3
2024	0,6	1,2	1,8

Scenario Prometeia dicembre 2024 (i dettagli in nota metodologica)

In media d'anno, pertanto, il 2024 è atteso chiudersi con una moderata crescita (+0.6% a prezzi costanti), in decelerazione rispetto al 2023. La domanda di beni è attesa in ripresa, dopo il calo del 2023, grazie al contributo positivo dei beni durevoli e dei consumi di beni alimentari, che mostreranno una ripresa dei volumi dopo le tensioni inflative e potranno beneficiare della normalizzazione dei ritmi di crescita del canale fuori casa. Si manterranno in calo, invece, i consumi di abbigliamento e calzature, messi sotto la lente del risparmio da parte delle famiglie con redditi medio-bassi. Per contro, proseguirà la crescita della domanda di servizi, in particolare nei comparti legati alla socialità (alberghi e ristoranti, cultura e spettacolo), ma attenuandosi dopo il rimbalzo del 2021-'23.



I CONSUMI DI BENI DUREVOLI TOTALI*

	Valore 2022	Valore 2023	Valore 2024
Totali (mln di Euro)	68.896	75.175	78.328
Pro capite	1.175	1.285	1.338

* Si fa riferimento ai beni analizzati nell'Osservatorio.

I CONSUMI DI BENI DUREVOLI TOTALI* - VARIAZIONI %

	Valore 2022	Valore 2023	Valore 2024
2023	1,8	7,2	9,1
2024	3,1	1,0	4,2

* Si fa riferimento ai beni analizzati nell'Osservatorio.

Relativamente ai beni durevoli monitorati nell'Osservatorio, nel 2024 la spesa è stimata registrare una crescita del 4.2% in valore, che porterà il mercato su livelli superiori ai 78 miliardi di euro. Un'evoluzione in rallentamento rispetto al 2023, imputabile alla decelerazione dei prezzi (+1%), dovuta al rientro delle tensioni inflative del biennio precedente sia nei comparti mobilità sia in quelli dei beni per la casa. Si manterranno in buona crescita i volumi, grazie al contributo rilevante degli acquisti di auto e moto e alla ripresa dei volumi di vendita

dei beni della tecnologia consumer. Per il comparto della mobilità, in particolare, si stima un incremento del 7.6% in valore, in rallentamento rispetto al 2023, cui ha contribuito una crescita più contenuta sia dei volumi che dei prezzi. Questi ultimi, dopo un andamento marcato nel 2023, hanno mostrato un raffreddamento grazie al rientro delle tensioni inflazionistiche lungo la filiera. A contenere i prezzi hanno contribuito, inoltre, gli incentivi pubblici, che hanno portato a dei significativi sconti sui prezzi di listino.



Performance migliori per il comparto delle auto usate (+9.6% in valore), che ha proseguito sul percorso di crescita tonica dei volumi avviato nel 2023 (+7.9% a volume), confermandosi la scelta preferita dagli italiani in un contesto economico che rimane complesso e spinge alla ricerca di risparmio nell'acquisto della vettura. Più contenuta la crescita del comparto delle auto nuove (+5.7% in valore), che sul fronte dei volumi ha scontato la cautela delle famiglie nelle decisioni di spesa e uno spostamento della domanda verso il più economico mercato dell'usato. In crescita anche il mercato delle due ruote a motore (+3.9% in valore), grazie alla spinta dei volumi di moto e scooter targati, ma in deciso rallentamento, in parte fisiologico dopo la crescita a doppia cifra archiviata nel 2023.

Nel mercato dei beni per la casa, invece, dopo il calo del 2023, la spesa è attesa mostrare una sostanziale stabilità (-0.1% in valore), trasversale ai comparti della tecnologia consumer e dei mobili, consolidando il giro di affari su livelli elevati di 33.1 miliardi di euro.

In termini di volumi, migliore l'evoluzione delle vendite del comparto della tecnologia consumer, atteso mostrare una crescita dell'1.3%, a fronte di vendite di mobili che si manterranno in calo (-1.7% in volume), seppure in attenuazione rispetto alla dinamica registrata nel 2023. Andamenti divergenti anche sul fronte dei prezzi che, dopo gli incrementi del biennio 2022-'23, sono stimati mostrare un calo per i beni della tecnologia consumer ma mantenersi in crescita, seppure moderata, per i mobili.



All'interno del mercato della tecnologia consumer, l'evoluzione si conferma eterogenea: i piccoli elettrodomestici (+6.5% in valore) e i grandi elettrodomestici (+1.6% in valore) sono stimati mostrare le performance migliori in ragione di un incremento dei volumi di vendita e di prezzi

sostanzialmente fermi sui livelli del 2023. Stazionaria la spesa per la telefonia (-0.6%), comparto quest'ultimo in cui sarà preponderante il calo dei prezzi, a fronte di volumi di vendita in ripresa, dopo il forte deterioramento del 2023. Si manterranno in calo, seppure in attenua-

zione rispetto al 2023, i comparti dell'information technology (-4.4% in valore), ancora in saturazione dopo i picchi del 2020-'21, e dell'elettronica di consumo (-4.1% in valore) che continua a essere condizionato dal confronto con i picchi di crescita indotti dallo switch off.

A close-up, low-angle shot of the rear side of a bright orange sports car, showing the rear wheel, door, and taillight. The car is parked on a dark surface, and the background is a dramatic, cloudy sky at sunset or sunrise.

1

Auto nuove

Delude il mercato delle auto nuove nel 2024, atteso più tonico grazie al sostegno di ecoincentivi potenziati nella loro formulazione con l'estensione alle persone giuridiche. L'anno chiude con un livello poco sopra a quello del 2023 (+0.6%), ancora sotto del 17% circa rispetto al 2019. I privati vanno meglio (+4.1%), mentre le persone giuridiche soffrono del rallentamento dell'industria (-3.7%). Nonostante gli aiuti, la penetrazione dell'elettrico si ferma al 4%.

LA STRUTTURA DEL MERCATO: IMMATRICOLAZIONI

Il 2024 chiude con un risultato deludente per le immatricolazioni di nuove autovetture: dopo una prima parte dell'anno ottimistica data la spinta degli ecoincentivi, infatti, a partire da agosto la domanda si è raffreddata.

Il risultato è un livello di mercato non dissimile da quello del 2023: un milione e seicentomila autovetture (+0.6%), che confrontate con i volumi del 2019 fanno segnare ancora un -17%. Le attese all'inizio dell'anno erano migliori, per l'annuncio di incentivi potenziati rispetto al 2023. I fondi inizialmente stan-

ziati erano, infatti, pari a 793 milioni di euro, allocati per il 30% sulla fascia di emissioni 0-20 g/Km (240 milioni), per il 19% sulla 21-60g/Km (150 milioni) e per il 51% sulla 61-135 g/Km (403 milioni), cui si sono aggiunte le risorse stanziolate e non utilizzate nel biennio 2022-'23. Nella nuova formulazione gli incentivi sono stati, inoltre, estesi a tutte le persone giuridiche, ad esclusione dei concessionari, con contributi unitari equivalenti a quelli concessi ai privati. Il pacchetto di incentivi 2024 prevede poi, come novità, anche un contributo maggiorato al crescere

dell'anzianità del veicolo rottamato ed un incremento del contributo unitario per le persone fisiche con ISEE sotto i 30.000 euro. Cosa non ha funzionato, allora? Innanzi tutto, un problema è venuto dai ritardi con cui è stata messa a disposizione la piattaforma Ecobonus, gestita da Invitalia. Attesa dall'inizio della primavera è stata resa operativa solo dal 3 giugno 2024. Inoltre, i fondi annunciati sono stati ridotti di circa 180 milioni di euro. Tutto ciò in un contesto economico che è andato deteriorandosi, limitando la propensione all'acquisto dell'auto. In particolare, nonostante l'ampliamento



della platea dei beneficiari del bonus alle persone giuridiche, gli acquisti del noleggio sono risultati in deciso calo, risentendo del contesto economico difficile, con la contrazione della produzione industriale ed il rallentamento degli investimenti delle imprese.

Sul fronte dei privati, il sostegno derivante dal bonus non ha del tutto compensato le difficoltà reddituali che hanno caratterizzato il periodo recente, spingendo i consumatori ad un atteggiamento di spesa cautelativo e a un aumento della propensione al risparmio.

Esaminando con maggior dettaglio l'andamento dei due segmenti di clientela, per le famiglie il 2024 ha rappresentato un anno di rallentamento, nonostante la presenza ed il potenziamento degli aiuti pubblici. Le immatricolazioni a privati sono stimate in crescita del 4.1% a volume, portandosi attorno alle 920 mila unità, confermando che i livelli pre-pandemici (superiori al milione di vetture) sono diventati un traguardo probabilmente non più raggiungibile. Il difficile contesto economico è solo uno dei fattori che sta contribuendo al ridimensionamento del mercato delle famiglie. A questo si aggiunge un contributo demografico negativo: la popolazione italiana è in progressiva riduzione e la sua età media aumenta, con un 24% dei residenti che nel 2024 hanno 65 anni o più. Parallelamente, si vanno diffondendo tra i giovani nuove abitudini di consumo, con una maggiore propensione allo sharing e una visione della mobilità come servizio. Tali tendenze, unite all'incertezza che permane sul contesto tecnologico e sull'effettiva sostituibilità della vettura tradizionale con quella elettrica, stanno condizionando i volumi di mercato.

Lato imprese i risultati sono stati decisamente più negativi delle attese, con un calo atteso prossimo al 4% dei volumi immatricolati nonostante per la prima volta gli ecoincentivi sono stati destinati anche a questa tipologia di clientela. I volumi rimangono tuttavia buoni, prossimi alle 700 mila vetture, in quanto si tratta di una flessione che segue i risultati molto positivi del 2023, anno in cui si erano immatricolate vetture ordinate anche precedentemente grazie allo sbloccarsi dei vincoli produttivi legati ai problemi di disponibilità di chip. La contrazione dei

volumi del segmento aziende è stata determinata dall'aggiustamento al ribasso dei livelli di auto domandate dal comparto del noleggio a lungo termine, che segue una lunga fase di sviluppo che ha portato questo mercato già ampiamente sopra i livelli 2019. Si sono mantenuti, invece, in aumento il noleggio a breve termine, grazie anche al proseguire della crescita del turismo internazionale, e i volumi di autoimmatricolato, comparto che va ad alimentare le vendite di km0 sul mercato dell'usato, che si è caratterizzato nel 2024 per una domanda vivace.



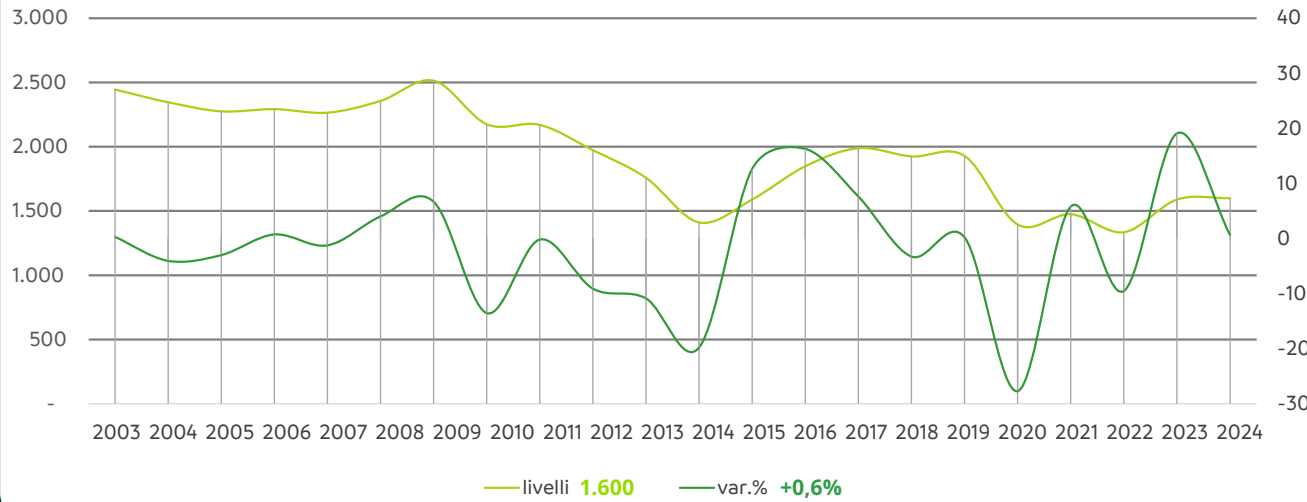
IL MERCATO DELL'AUTO IN ITALIA

	(000 di unità)			(var. %)		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Immatricolazioni (000 di unità)	1.335	1.590	1.600	-9,5	19,1	0,6

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

	(000 di unità)			(var. %)		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Famiglie	779	883	919	-15,6	13,4	4,1
Aziende	557	707	681	0,8	27,1	-3,7

IMMATRICOLAZIONI: LIVELLI E VARIAZIONI %



La combinazione degli andamenti dei due canali esaminati porta ad un aumento della quota delle famiglie sul totale mercato, invertendo la tendenza di aumento di rap-

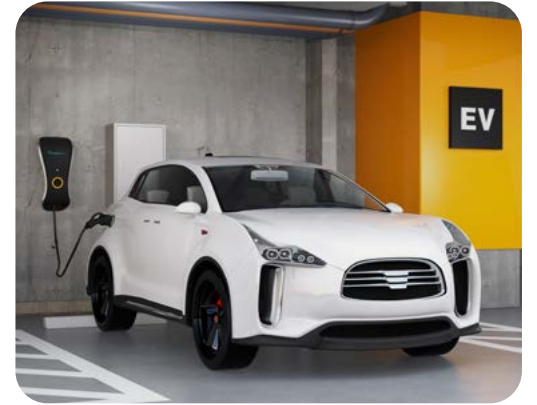
presentatività delle auto delle aziende in atto negli ultimi anni, che è stata trainata in particolare dall'espansione del noleggio a lungo termine.



LA COMPOSIZIONE DELLE IMMATRICOLAZIONI

Il 2024 si sta dimostrando un anno di stand by per la transizione green tracciata da Bruxelles: la quota di vetture BEV sul totale delle vendite in Italia è, infatti, risultata ferma al 4% nel gennaio-ottobre 2024 (4.2% nel 2023), nonostante lo stanziamento dei fondi pubblici per incentivarne la diffusione. Siamo, quindi, ben lontani dall'obiettivo del 2035 di eliminazione delle emissioni da parte delle nuove autovetture, ovvero della completa sostituzione dei veicoli endotermici con quelli elettrici (o di altra tecnologia con emissioni zero, ad oggi non disponibile).

L'Italia si posiziona, in termini di penetrazione delle auto elettriche sul totale immatricolato, ben al di sotto della media europea, pari al 13.1% nel gennaio-settembre 2024 (dati Acea). Si tratta, quindi, di un'incidenza ancora minoritaria, con l'eccezione dei paesi del Nord Europa, dove il processo è stato sostenuto con politiche di incentivazione molto incisive (in Norvegia le BEV rappresentano quasi il 90% del venduto). Nell'anno in corso, inoltre, il venir meno di politiche di incentivazione in mercati importanti, Germania in primis, e un contesto economico problematico, hanno portato a un'inversione di tendenza, con una riduzione della quota di auto elettriche vendute sul totale rispetto al 2023. Con questi numeri di immatricolato il processo di sostituzione del circolante con vet-



ture green è solo all'inizio: le BEV rappresentano poco più dell'1% del parco auto europeo e meno dello 0.5% di quello italiano, costituito da oltre 40 milioni di vetture in gran parte vetuste. A frenare la diffusione delle vetture elettriche in Italia contribuisce l'assenza di una rete capillare di ricarica: a fronte di una densità di colonnine pari a 1.7 ogni 100 abitanti in Germania e 2.2 in Francia, in Italia il numero di colonnine è ancora inferiore ad una

per mille abitanti (dati di fonte European Alternative Fuels Observatory ed Eurostat). La scarsa diffusione delle infrastrutture sul territorio è particolarmente penalizzante nel nostro paese, dove gran parte della popolazione vive in provincia: i comuni che, in base al grado di urbanizzazione, sono classificati come "Città" o "Zone densamente popolate", rappresentano solo il 3.2% del totale e in essi vive il 35% della popolazione italiana (fonte Istat).

Ciò, quindi, rappresenta un fattore limitante alla diffusione delle BEV, date le distanze medio alte da percorrere e una rete infrastrutturale di ricarica elettrica ad oggi concentrata nei grandi centri urbani, con lunghi tempi di rifornimento.

Se ampliamo lo sguardo all'intero comparto delle elettrificate, ovvero sommiamo alle elettriche pure le ibride e le plug-in, l'aggregato continua a crescere, arrivando vicino al 47% del mercato nei primi dieci

mesi del 2024 (quasi tre punti percentuali in più dello stesso periodo 2023), grazie all'incremento di quota delle ibride, sostenute dagli incentivi ma anche da uno spostamento di offerta delle case, con nuovi modelli sempre più concentrati in questo tipo di soluzioni, al fine di rispettare i limiti di emissioni imposti dalle autorità europee. Parallelamente è proseguita la riduzione dei volumi di vendita delle vetture a gasolio, con una quota sul totale

immatricolato che nel gennaio-ottobre 2024 è scesa di oltre 4 punti percentuali rispetto allo stesso periodo 2023, toccando il minimo del 14% e dimezzandosi in quattro anni. L'incertezza tecnologica e i prezzi medi superiori che caratterizzano le soluzioni elettrificate continuano, al contempo, a sostenere il comparto della benzina, la cui penetrazione sul totale immatricolato si sta mantenendo in crescita (oltre 29% rispetto al 28% circa del 2023).



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

	2020	2021	2022	2023	gen-ott 2023	gen-ott 2024
Benzina	37,5	29,7	27,5	28,2	28,1	29,2
Diesel	33,1	22,6	19,9	17,8	18,3	14,0
Alternative	29,4	47,7	52,6	54,0	53,6	56,7

Nel complesso, l'aggregato delle alimentazioni alternative è cresciuto in termini di rappresentatività sul totale di un ulteriore 3% nel 2024. Al suo interno, le auto a gpl hanno sostanzialmente confermato la loro

rappresentatività continuando a costituire una valida alternativa per coloro che sono alla ricerca di risparmio in un contesto in cui i prezzi dei carburanti si sono stabilizzati su livelli elevati. È andato, invece, so-

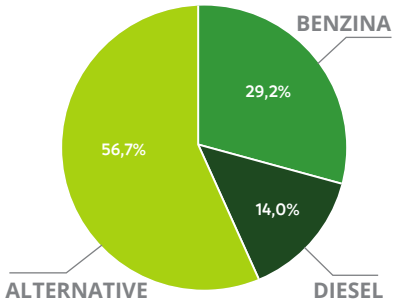
stanzialmente a sparire l'immatricolato di vetture a metano in quanto le case produttrici hanno abbandonato gli investimenti su questo tipo di motorizzazione, concentrandosi sulle nuove tecnologie.

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

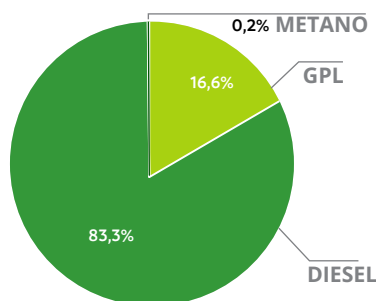
	2020	2021	2022	2023	gen-ott 2023	gen-ott 2024
Immatricolazioni	409.222	704.084	702.073	859.055	715.401	762.626
Quota % sul totale delle immatricolazioni	29,4	47,7	52,6	54,0	53,6	56,7

All'interno dell'aggregato delle altre alimentazioni, le vetture elettrificate vanno quindi a rappresentare oltre l'83% dell'immatricolato, mantenendo praticamente invariata la quota registrata nel 2023. Gli incentivi, seppur estesi alla clientela aziendale, non si stanno quindi mostrando sufficienti a imprimere un'accelerazione alla diffusione delle vetture elettrificate nel mercato italiano, rendendo l'obiettivo del raggiungimento delle emissioni zero nel 2035 sempre meno realistico.

IMMATRICOLAZIONI DELLE AUTO PER ALIMENTAZIONI: QUOTE % GEN-OTT 2024



IMMATRICOLAZIONI DELLE AUTO CON ALTRE ALIMENTAZIONI: QUOTE % GEN-OTT 2024



IL MERCATO FAMIGLIE

Il 2024 ha chiuso con un'ulteriore crescita del valore della spesa delle famiglie in auto nuove, dopo l'incremento prossimo al 20% registrato nel 2023, che si porta sopra ai 18 miliardi di euro. L'incremento rispetto allo scorso anno si ferma sot-

to al 6%, in deciso rallentamento, cui ha contribuito una crescita più contenuta rispetto al 2023 sia dei volumi che dei prezzi. Questi ultimi, dopo un andamento tonico (oltre il 5%) nel 2023, hanno mostrato un raffreddamento grazie al rien-

tro delle tensioni inflazionistiche lungo la filiera, aumentando dell'1.6% in media 2024. A contenere i prezzi hanno contribuito, inoltre, gli incentivi pubblici, che hanno portato a dei significativi sconti sui prezzi di listino.



IL VALORE DEL MERCATO FAMIGLIE (mln. di Euro)

	2022	2023	2024
Valore (livelli)	14.356	17.154	18.125
Valore (var. %)	-11,2	19,5	5,7



Nel complesso, però, la dinamica si è mantenuta in crescita a causa dello spostamento delle vendite a favore dei segmenti medio alti del mercato e verso vetture, le elettriche in particolare, con un costo medio decisamente superiore rispetto agli analoghi model-

li ad alimentazione tradizionale. Sul fronte dei volumi, l'espansione del mercato del nuovo è stata limitata dagli strascichi della crisi dei redditi che ha colpito le famiglie italiane nel biennio 2022-'23, quando le fiammate inflazionistiche hanno ridotto

significativamente il loro potere d'acquisto. Questo ha portato ad un atteggiamento di spesa cautelativo nel 2024, con un aumento della propensione al risparmio e uno spostamento della domanda verso il più economico mercato dell'usato.

A background image showing the interior of a car, focusing on the steering wheel and the dashboard with various gauges and controls.

2

Auto usate

Nel 2024 il mercato dell'usato ha proseguito sul percorso di crescita tonica avviato nel 2023 (+7.9% a volume), grazie alla rinnovata disponibilità di prodotto, confermandosi la scelta preferita dagli italiani in un contesto economico che rimane complesso e spinge alla ricerca di risparmio nell'acquisto della vettura. A sostenere il comparto hanno contribuito anche gli incentivi rivolti agli acquirenti di vetture più ecologiche (almeno Euro 6).

Il mercato dell'auto usata archivia nel 2024 un'ulteriore crescita dei volumi acquistati dai privati, prossima all'8%, che porta il livello a quasi 2.9 milioni di scambi. Rientrati definitivamente i vincoli di offerta che avevano condizionato i risultati del 2022, le vendite di usato hanno continuato ad aumentare, trainate dalle necessità di sostituire le vetture obsolete in dotazione dei consumatori italiani. Il parco circolante del nostro paese si caratterizza, infatti, per un'età media particolarmente elevata (oltre 12 anni da fonte Aci nel 2023) e in continuo aumento negli anni recenti, dati i bassi volumi di vendita sul mercato del nuovo. Tale domanda di sostituzione, anche nel 2024, si è rivolta in larga parte al mercato dell'usato, per poter beneficiare di un

costo d'acquisto alla portata di consumatori alle prese con gli strascichi delle pressioni inflazionistiche sul loro reddito reale. Un sostegno al mercato dell'usato è venuto anche dagli incentivi: nel 2024 il governo ha stanziato un fondo di 20 milioni di euro per finanziare uno sconto sul prezzo di acquisto di 2000 euro, a patto che la vettura usata sia almeno un Euro 6, con la contestuale rottamazione di un'auto Euro 4 o precedente. La presenza di incentivi sul mercato dell'usato ha contribuito a sostenere il livello delle autoimmatricolazioni, che nel 2024 si sono mostrate in crescita a doppia cifra sul 2023, portando quindi ad un aumento della consistenza delle vetture a chilometri zero sui piazzali dei concessionari.

A livello di composizione per alimentazione, come rilevato da Unrae, nei primi otto mesi del 2024 la scelta privilegiata sul mercato dell'usato si è confermata essere il diesel (45.6% di quota, in discesa però rispetto al 48.5% del gennaio-agosto 2023). A fronte di una sostanziale stabilità delle quote di benzina, gpl e metano, sono state le ibride a crescere come rappresentatività, superando nel gennaio-agosto il 7%

degli scambi (5% negli stessi mesi 2023). Aumenta, ma non decolla, l'elettrico, con una quota che è rimasta inferiore all'1% del mercato, a causa del costo elevato e della carenza di infrastrutture di ricarica. La ripartizione dei passaggi di proprietà per classe di età evidenzia, a tutto agosto 2024, un calo della quota di vetture con oltre 10 anni di anzianità rispetto al 2023, che scende sotto al 50% del totale degli scambi.

Si tratta, però, di una fetta ancora predominante (oltre il 48%) delle vendite di usato, indicando come i vicoli reddituali portino a mantenere sul mercato vetture vetuste, rallentando la necessaria transizione ecologica del parco auto.

Il mercato a valore si è posizionato sopra ai 24 miliardi di euro nel 2024, in continuo aumento, superando di oltre 6 miliardi di euro il giro d'affari dell'auto

nuova. La spesa a valore ha mostrato una crescita prossima al 10%, dinamica circa dimezzata rispetto al 2023 a causa del significativo rallentamento dei prezzi. Dopo le fiammate inflazionistiche che avevano caratterizzato il biennio 2022-'23, causate anche dalla scarsità dell'offerta a fronte di una domanda in crescita, i prezzi medi dell'auto usata si sono, infatti, mantenuti più stabili, contenuti anche dalla presenza di sconti sull'acquisto delle vetture più ecologiche.



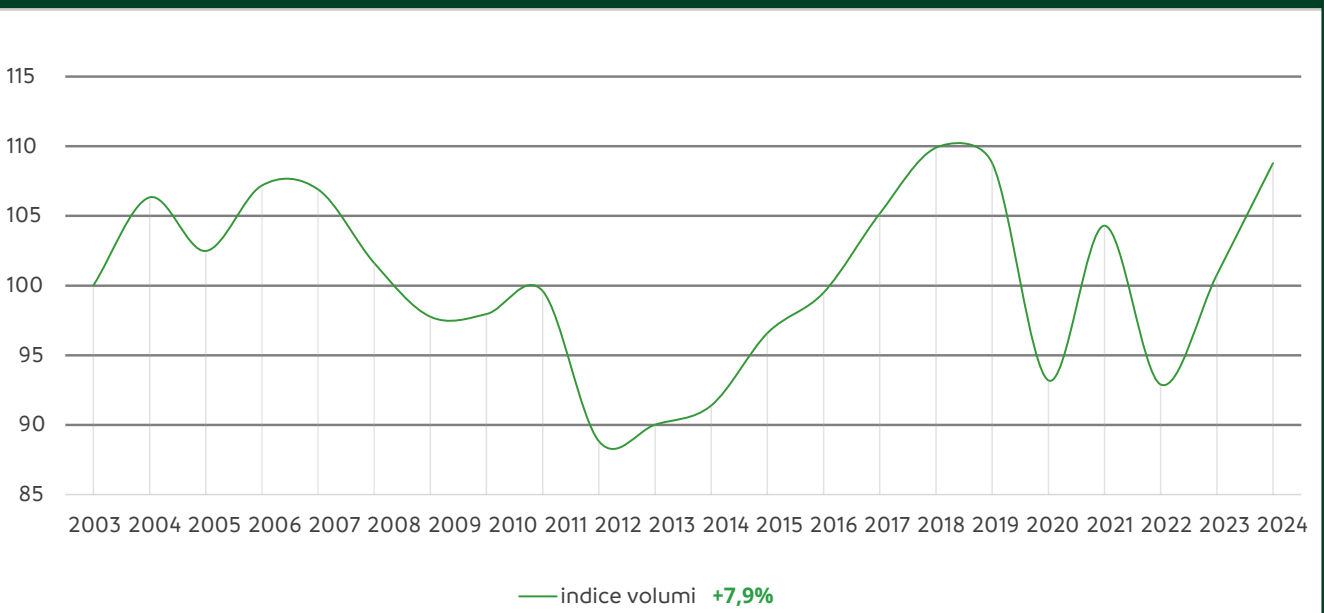
IL MERCATO DELL'AUTO USATA IN ITALIA - VARIAZIONI %

	Volumi	Prezzi	Valore
2022	-10,9	7,8	-4,3
2023	8,4	10,8	19,8
2024	7,9	1,7	9,6

IL MERCATO DELL'AUTO USATA IN ITALIA

	2022	2023	2024
N° pezzi (000 unità)	2.482	2.683	2.890
Valore (mln di Euro)	18.496	22.153	24.278

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





3

Motocicli

Il mercato delle due ruote rallenta ma rimane su un sentiero di crescita, trainato come nel 2023 dall'incremento delle vendite di moto targate (+4.3% a volume), che più che compensa la contrazione dei volumi registrata dai ciclomotori (-5.2%). In calo le vendite di due ruote elettriche, nonostante il rinnovo degli incentivi per questo tipo di veicoli.

Nel 2024 il mercato delle due ruote ha mostrato un deciso rallentamento, in parte fisiologico dopo la crescita a doppia cifra archiviata nel 2023, rimanendo su un sentiero di crescita (+3.7% a volume) che ha consentito alle immatricolazioni complessive di motoveicoli di superare i 350 mila pezzi. In termini di valori si è osservata una dinamica simile, che ha portato i livelli del mercato vicino ai 2.8 miliardi di euro. A favorire la tenuta della domanda rivolta alle due ruote nel 2024, pur in un contesto di atteggiamento di spesa delle famiglie italiane improntato alla cautela, ha contribuito il raffreddamento dei prezzi, cresciuti nell'ordine dell'1% per le moto targate e rimasti sostanzialmente stabili per i ciclomotori.

Il dato relativo al mercato delle due ruote nel complesso cela, ancora una volta, dinamiche contrapposte tra ciclomotori, in ulteriore ridimensionamento (-5.2%), e targato, che traina il comparto con una crescita dei volumi superiore al 4%, dopo il +18% del 2023. In particolare, all'interno del segmento del targato la crescita maggiore nel gennaio-ottobre 2024 è stata registrata dalle moto (+6% circa), ma i volumi maggiori si confermano quelli degli scooter (il 54% delle unità immatricolate nei dieci mesi), anch'essi in incremento stabile (+4% circa). Ai primi posti tra i modelli più venduti si posizionano proprio degli scooter, che si confermano una valida soluzione per la mobilità giornaliera casa-lavoro.

Un sostegno alla domanda è venuto, anche nel 2024, dal rinnovo degli ecoincentivi diretti all'acquisto di veicoli elettrici, consistenti in un bonus pari al 30% del prezzo d'acquisto, con un tetto di 3 mila euro, e pari al 40%, con tetto a 4 mila euro, in caso di rottamazione di un modello vecchio (da Euro 0 a Euro 3). I fondi stanziati dal governo per questa misura (37 milioni di euro), come nel 2023, sono stati de-



IL VALORE DEL MERCATO TOTALE, CICLOMOTORI + MOTO
(mln. di Euro)

	2022	2023	2024
Valore (livelli)	2.150	2.682	2.786
Valore (var. %)	4,4	24,7	3,9

I VOLUMI DEL MERCATO TOTALE, CICLOMOTORI + MOTO
(immatricolazioni)

	2022	2023	2024
Volumi (livelli)	291.787	337.824	350.421
Volumi (var. %)	1,0	15,8	3,7

IL MERCATO DEI CICLOMOTORI IN ITALIA

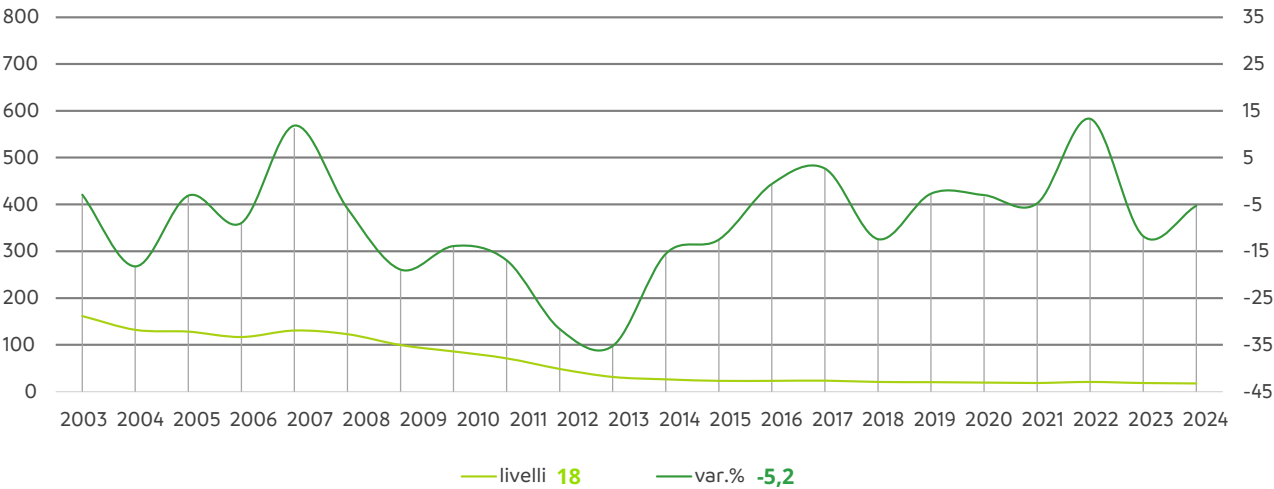
	2022	2023	2024
Volumi (livelli)	21.318	18.805	17.821
Volumi (var. %)	13,3	-11,8	-5,2

stinati anche ai quadricicli, sottraendo risorse al mercato delle due ruote e non riuscendo ad invertire la tendenza di calo dei volumi di due ruote elettriche che aveva connotato il 2023 (-25% rispetto al 2022, con volumi scesi a poco più di 12 mila pezzi). Nei primi nove mesi del 2024 i dati sull'andamento delle immatricolazioni per ali-

mentazione di fonte ACEM indicano per le due ruote elettriche il mantenimento di una tendenza di calo simile (-25.5%), trend comune ai principali mercati del continente, tutti in riduzione a doppia cifra ad eccezione del segmento delle moto targate in Francia. In particolare, nel mercato italiano si stan-

no ridimensionando sia i volumi venduti di ciclomotori elettrici (-16.9% nel gennaio-settembre, con una quota di rappresentatività sul totale ciclomotori che scende dal 22.4% del 2023 al 21%) che quelli del targato (-29.9% nel gennaio-settembre, con una quota di rappresentatività che scende sotto al 2%).

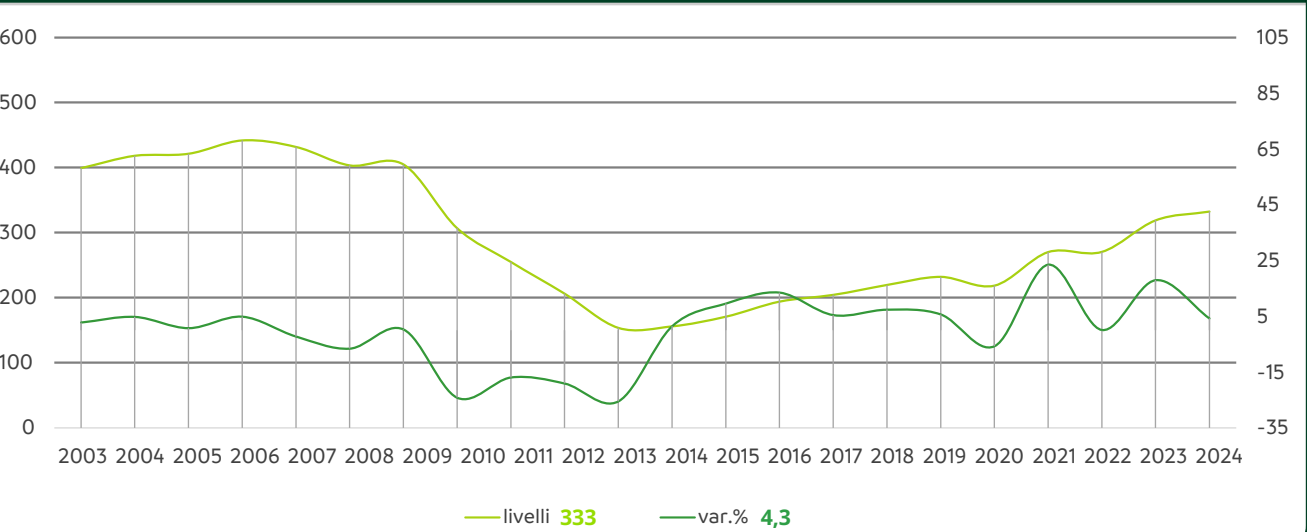
VENDITE CICLOMOTORI: LIVELLI E VARIAZIONI %



IL MERCATO DELLE MOTO IN ITALIA

	2022	2023	2024
Immatricolazioni (unità)	270.469	319.019	332.600
Immatricolazioni (var. %)	0,1	18,0	4,3

VENDITE MOTO: LIVELLI E VARIAZIONI %



In conclusione, la tenuta della domanda di moto a volume e valore nel 2024, nonostante il difficile contesto economico, conferma l'importanza di questi veicoli per i consumatori italiani, in parte gui-

dati dalla "passione" delle due ruote, in parte dalla loro praticità come soluzione di mobilità urbana. Il mercato nazionale, infatti, si posiziona al primo posto in Europa per numero complessivo di due

ruote immatricolate annualmente, seguito a distanza di quasi 100 mila pezzi dalla Francia (dati ACEM), grazie in particolare all'elevata dotazione di due ruote targate.





4

Mobili

Nel 2024 le vendite di mobili si manterranno sostanzialmente stabili, confermando la tendenza all'attenuazione dopo la fase di rinnovo degli spazi abitativi che ha caratterizzato il periodo post-pandemia; la componente prezzo, analogamente al 2023, confermerà un contributo preponderante. I volumi di vendita, nonostante il permanere di agevolazioni fiscali nel 2024, si manterranno in calo, in un contesto di cautela nelle decisioni di spesa delle famiglie oltre che di debolezza del mercato immobiliare, sia in termini di ristrutturazioni sia di compravendite.

Nel 2024 le vendite di mobili mostreranno una sostanziale tenuta in valore (-0.2%), confermando una tendenza all'attenuazione dopo il rimbalzo del biennio 2021-'22. Analogamente allo scorso, si confermerà rilevante la componente prezzo che si manterrà in crescita (+1.5%), seppure in decelerazione dopo i forti rincari del biennio 2022-'23. I volumi di vendita, invece, sono attesi confermarsi in calo (-1.7% nel 2024), ma a un tasso in attenuazione rispetto al 2023.

Nonostante un contesto di ripresa dei redditi e ancora favorito dagli incentivi fiscali connessi alle ristrutturazioni (Bonus mobili prorogato a tutto il 2024, anche se con un tetto di spesa ridotto da 8 mila a 5 mila euro), la maggiore cautela dei consumatori verso gli acquisti ad elevato importo ha continuato a condizionare la domanda di mobili, soprattutto dopo l'intensa fase di rinnovo

degli spazi abitativi che ha caratterizzato il periodo post-pandemia. Il mercato immobiliare, inoltre, si è mantenuto debole, frenando la domanda di primo acquisto. In un contesto di attenuazione dei tassi di interesse e di minore onerosità di ricorso al credito, nel secondo trimestre 2024 le compravendite immobiliari residenziali hanno mostrato infatti una ripresa molto contenuta, non sufficiente a compensare il calo di avvio d'anno. I dati dell'Agenzia dell'Entrate segnalano a consuntivo dei primi nove mesi del 2024 compravendite immobiliari residenziali su livelli inferiori di quasi il 3% rispetto al corrispondente periodo del 2023. La rimodulazione degli incentivi e il lento esaurirsi della spinta del Superbonus 110% stanno contribuendo inoltre alla normalizzazione della domanda attivata dagli interventi di ristrutturazione edilizia e di riqualificazione energetica.



In tale contesto, le vendite di mobili si sono mantenute in calo per gran parte dell'anno, mostrando solo nel terzo trimestre del 2024 segnali di moderato miglioramento. Tale tendenza è attesa proseguire nei

mesi finali dell'anno, contribuendo ad attenuare il calo dei volumi di vendita e stabilizzare il giro di affari. A livello di canali distributivi, nel 2024 il ruolo dell'on line si confermerà rilevante. Dopo la crescita del 4% spe-

rimentata nel 2023, secondo l'Osservatorio eCommerce B2c del Politecnico di Milano, nel 2024 le vendite online di arredamento e home living mostreranno un'accelerazione, a ritmi tra i più dinamici a livello di prodotto (+12%).

Il giro di affari dell'on line è stimato raggiungere i 4,4 mld di euro, arrivando a rappresentare il 19% del fatturato retail del settore (dal 18% del 2023).

Un risultato importante reso possibile grazie anche a un processo di integrazione omnicanale e alla spinta tecnologica dell'offerta che ha consentito lo sviluppo di nuove modalità di interazione grazie anche alla realtà aumentata (dalle showroom virtuali ai configuratori di prodotti e al design nel metaverso).

IL MERCATO DEI MOBILI - VALORE (mln di Euro)

Valore 2022	Valore 2023	Valore 2024
16.873	17.009	16.975

fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT Contabilità Nazionale

IL MERCATO DEI MOBILI - VARIAZIONI %

	Volumi	Prezzi	Valore
2023	-4,3	5,3	0,8
2024	-1,7	1,5	-0,2

fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT Vendite al dettaglio - novembre 2024





5

Elettrodomestici grandi

In un contesto ancora favorito dagli incentivi fiscali connessi alle ristrutturazioni, il giro di affari dei grandi elettrodomestici si manterrà in crescita, grazie alla dinamica positiva dei volumi di vendita, trasversale ai diversi comparti, e prezzi sostanzialmente stabili sui livelli del 2023. Migliori le performance in volume dei comparti del freddo e del lavaggio, a fronte di una stazionarietà delle vendite dei prodotti per cottura.

Nel corso del 2024, in un contesto di rientro delle tensioni inflattive, la ripresa dei volumi di vendita ha consentito al fatturato del mercato dei grandi elettrodomestici di mantenersi in crescita (+0.6%). Dopo una prima parte dell'anno in calo, la domanda di grandi elettrodomestici ha recuperato un trend di crescita a partire da luglio, consentendo a consuntivo dei primi nove mesi del 2024 un incremento dei volumi dell'1.3%. Nei mesi finali dell'anno si attende un lieve rafforzamento del ritmo di crescita, sostenuto anche da esigenze di sostituzione degli apparecchi in un contesto ancora favorito dagli incentivi fiscali connessi alle ristrutturazioni per l'acquisto di gran-

di elettrodomestici con risparmio energetico (Bonus mobili prorogato a tutto il 2024, anche se con un tetto di spesa ridotto da 8 mila a 5 mila euro). Un contributo importante soprattutto in chiave di rinnovo degli apparecchi domestici con modelli più efficienti e a basso consumo energetico, in particolare per frigoriferi e lavatrici, che consentirebbe risparmi di energia elettrica rispettivamente del 40% e 35% (dati Enea). In media d'anno nel 2024, nonostante il calo dei prezzi, la crescita dei volumi di vendita consentirà al mercato di registrare un incremento dell'1.6% in valore, mantenendosi su livelli elevati, superiori ai 4.1 miliardi di euro.

Sul fronte distributivo, le performance di vendita si confermeranno migliori per il canale della rete di vendita fisica. Il giro di affari del canale on line è atteso mostrare un calo, segnalando una tendenza consolidamento, dopo il balzo del 2020. A consuntivo d'anno nel 2024, l'on line rappresenterà il 12.1% del giro di affari complessivo del settore, una percentuale in ridimensionamento rispetto a quella del 2023 (12.6%).

Entrando nel dettaglio dei comparti, in base ai dati di GfK, i prodotti da incasso mostrano le performance migliori (+3.6% in valore), continuando ad accrescere rilevanza all'interno del mercato dei grandi elettrodomestici (42.8% in valore nei primi nove mesi

del 2024, circa 1.5 punti in più rispetto al 2023). L'evoluzione è imputabile alla dinamica positiva sia dei prezzi (+2.7% rispetto ai primi nove mesi del 2023) sia dei volumi di vendita (+0.9%). In calo, invece, le vendite di prodotti a libera installazione (-1.6% in valore), che scontano una riduzione dei prezzi di vendita (-3.1%) a fronte di volumi in crescita dell'1.5%.

IL MERCATO DEGLI ELETTRODOMESTICI GRANDI
VALORE (mln di Euro)

Valore 2022	Valore 2023	Valore 2024
3.911	4.078	4.141

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

IL MERCATO DEGLI ELETTRODOMESTICI GRANDI
VARIAZIONI %

	Volumi	Prezzi	Valore
2023	-1,8	6,1	4,3
2024	2,2	-0,6	1,6

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

A livello di segmenti, nei primi nove mesi del 2024, secondo i dati GfK, le performance sono risultate sostanzialmente allineate in valore (tra lo 0.3% della cottura allo 0.9% del lavaggio). I comparti del freddo e del lavaggio si contraddistinguono per la crescita dei volumi di vendita più elevata, nell'ordine del 2%, e il calo dei prezzi più marcato (circa -1%).

In particolare, il comparto del lavaggio, il più importante comparto del mercato (39.5% in valore), mostra la migliore performance in valore (+0.9% in valore, +1.6% in volume). A sostenere la crescita sono state in particolare le lavastoviglie (+4.1% in valore, +1.6% in volume, +2.4% prezzi), che hanno continuato a beneficiare di positive performance dei prodotti da incasso, arrivando a rappresentare circa il 37% delle vendite in valore del comparto del lavaggio, e le asciugatrici (+1% in valore, +0.5% in volume, +0.5% prezzi). In calo, invece, le vendite di lavatrici, principale prodotto del segmento del lavaggio (circa 52% in valore): il giro di affari è diminuito dell'1.3% nei primi nove mesi del 2024, in ragione tuttavia di un calo dei prezzi (-3.1%) che ha più che compensato la crescita dei volumi (circa +2%).

Poco più contenuta, invece, la crescita delle vendite del comparto del freddo (+0.5% in valore, +1.8% in volume, -1.5% prezzi), che rappresenta il 29.4% del valore del mercato dei grandi elettrodomestici. L'evoluzione è imputabile alla dinamica dei frigoriferi, con vendite in crescita nei primi nove mesi del 2024 dello 0.9% in valore, in ragione di un



incremento dei volumi di vendita (+2.2%), in ripresa rispetto al 2023, e prezzi in calo (-1.2%). Più intenso l'ampliamento delle vendite dei prodotti da incasso (+7.5% in valore) a fronte di una dinamica negativa dei prodotti a libera installazione (-2.7% in valore), che sconta però un calo dei prezzi. Relativamente agli altri prodotti del comparto del freddo, si sono mantenute in calo, seppure a tassi in attenuazione rispetto al 2023, le vendite di congelatori (-4.1% in valore, che scontano la riduzione sia dei volumi, fisiologica dopo il forte incremento del 2020, sia dei prezzi). Dinamiche negative anche per le wine cabinets, che mettono a segno nei primi nove mesi

del 2024 un calo del -2.6% in valore, imputabile esclusivamente ai prezzi (-2.5%) a fronte di una tenuta dei volumi di vendita (-0.1%).

Infine, il comparto della cottura, il secondo mercato per importanza (31% in valore) mostra la crescita in valore più contenuta (+0.3%), dovuta ai volumi di vendita a fronte di prezzi stabili sui livelli del 2023. A pesare sul comparto è stato il calo delle vendite di cappe (-1.8% in valore, -2.7% in volume) che ha smorzato le performance positive dei piani di cottura (+1.2% in valore, +0.7% volumi, +0.4% prezzi) e dei forni/cucine (+0.5% in valore, +1.1% volumi, -0.7% prezzi).



6

Elettrodomestici piccoli

Il mercato degli elettrodomestici piccoli è atteso mostrare la migliore performance tra i beni durevoli per la casa. Evoluzione positiva trasversale ai comparti, più dinamica per i prodotti per la “preparazione del cibo”, grazie alla forte crescita delle Kitchen Machines, e dei prodotti per la “cura della persona”, con il rilevante contributo dei prodotti di prodotti e soluzioni per l’igiene dentale, a riflesso della maggiore diffusione della cultura di prevenzione e dell’ampliamento della gamma di offerta. Dinamiche positive anche per la “cura della casa”, che continua a beneficiare della portata innovativa del segmento dell’aspirazione. Multifunzionalità, praticità d’uso e di manutenzione continueranno a guidare le scelte di acquisto delle famiglie italiane.

Dopo il calo del 2023, nel 2024 le vendite dei piccoli elettrodomestici hanno recuperato un trend di crescita, con un passo che ha mostrato un progressivo rafforzamento in corso d’anno, portando a consuntivo dei primi nove mesi del 2024 ad un incremento di circa il 6% in valore. Tale evoluzione è imputabile soprattutto alla dinamica dei volumi di vendita, in marcata ripresa dai primi mesi del 2024, a fronte di una decelerazione dei prezzi che segnala il rientro delle tensioni inflative sugli input produttivi.

Nei mesi finali del 2024 si attende un ulteriore rafforzamento del valore delle vendite che in media d’anno porterà il mercato dei piccoli elettrodomestici a collocarsi su livelli di poco prossimi ai 2.1 miliardi di euro, in crescita del 6.5% rispetto al 2023. A livello di canali di vendita, l’on line mostrerà performance sostanzialmente allineate al canale fisico, consolidando una penetrazione del 36.6% del fatturato del mercato dei piccoli elettrodomestici, la più elevata tra i beni della tecnologia consumer.

IL MERCATO DEGLI ELETTRODOMESTICI PICCOLI VALORE (mln di Euro)

Valore 2022	Valore 2023	Valore 2024
2.075	2.057	2.191

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

IL MERCATO DEGLI ELETTRODOMESTICI PICCOLI VARIAZIONI %

	Volumi	Prezzi	Valore
2023	-5,1	4,5	-0,8
2024	6,6	-0,1	6,5

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK



All'interno del mercato l'evoluzione è stata positiva tra le diverse categorie di spesa. La domanda di piccoli elettrodomestici per la "preparazione del cibo" mostra le migliori performance in valore nei primi nove mesi del 2024, grazie a un marcato incremento dei volumi di vendita a fronte di prezzi che si sono mantenuti in crescita. Più contenuta, invece, la ripresa dei volumi e dei fatturati dei piccoli elettrodomestici per la "cura della persona" e per la "cura della casa", comparto quest'ultimo condizionato anche da un calo dei prezzi.

Analizzando i dati di GfK sui primi nove mesi del 2024, il segmento "preparazione del cibo" mostra un incremento del 10% in valore, arrivando a rappresentare quasi il 39% del mercato dei piccoli elettrodomestici, quota in aumento di 1.5 punti rispetto al corrispondente periodo dello scorso anno. Un'evoluzione imputabile sia alla crescita dei prezzi (+1.6%) sia soprattutto dei volumi di vendita (8.2%).

Rilevante il contributo delle Kitchen Machines (che rappresentano il 22.5% del segmento della preparazione del cibo) con vendite in crescita del 25.5% in valore, sostenute da una dinamica positiva sia dei volumi (+6.4%) sia soprattutto dei prezzi (+17.9%). Altrettanto sostenuto, inoltre, lo sviluppo delle vendite di friggitrice, che arrivano a rappresentare oltre il 14% del fatturato del segmento in marcata crescita nei primi nove mesi del 2024 (+30.2% in valore), per l'incremento dei volumi (+37%) a fronte di prezzi in calo (-5%).



Positive performance anche per le vendite di macchine per il caffè (principale prodotto per valore, quasi il 27.5% del fatturato del segmento) con vendite in crescita di quasi il 9% in valore, sostenute da una dinamica positiva sia dei volumi (+7.3%) sia dei prezzi (+1.4%).

Tra gli altri prodotti, ancora nicchie di mercato, emergono in evidenza dinamiche positive sia in valore sia in volume, in-

vece, per i bollitori (+3.1% in valore, +12.7% in volume) e le bilance (+4.1% in valore, +8.5% in volume), rappresentando tuttavia entrambi meno del 2% del segmento. Sostanzialmente stabili, invece, i filtri per l'acqua (-0.6% in valore), con un fatturato che scende al 4.7% del segmento (dal 5.2% dello scorso anno), in ragione esclusivamente del calo dei volumi (-3.9%) che ha più che compensato la crescita dei prezzi (+3.4%);



Il segmento “cura della casa” sperimenta una crescita del 4.2% in valore, nei primi nove mesi del 2024, dovuta esclusivamente all’incremento dei volumi (+3.6%) a fronte di un calo dei prezzi (-1.3%). Tale dinamica è imputabile soprattutto alle vendite di aspirapolveri (+3.1% in valore, +4.8% in volume), che rappresentano il 71% del valore del segmento della cura casa e il 25% del mercato complessivo dei piccoli elettrodomestici. Tra gli altri prodotti per l’aspirazione, un contributo positivo è giunto anche dai mini-aspirapolvere (+16.6% in valore, 9.7% in volume), nicchia di merca-

to che è arrivata al 3.5% del fatturato (dal 3.1% dei primi nove mesi del 2023). Si sono, invece, mantenute in calo le vendite di pulitori a vapore (-2.7% in valore, 0.5% in volume), rappresentando poco più del 4% del fatturato del segmento “cura della casa”. Infine, in contenuto calo le vendite di ferri da stiro (-1.7% in valore), secondo prodotto per rilevanza all’interno del segmento della cura della casa, con un’incidenza di poco superiore al 21%.

Il segmento “cura della persona” mostra una crescita del 4.2% in valore nei primi nove mesi del 2024, grazie a dinami-

che positive sia dei volumi sia dei prezzi, nell’ordine del 2% per entrambi. All’interno del segmento le vendite dei prodotti per la cura dei capelli (apparecchi per asciugare e acconciare) si sono mantenute in crescita (+7.8% in valore, +1.6% in volume), consolidando gli elevati livelli raggiunti lo scorso anno e il giro di affari più rilevante all’interno del segmento cura persona (35.2% in valore). In calo invece le vendite di prodotti legati alla rasatura (-1.6% in valore, -2.7% in volume), che si assestano su livelli elevati, rappresentando il 27% del segmento.

Peggiora la dinamica per i tagliacapelli (-11.5% in valore), il cui ripiegamento dei volumi (-13.4%), in ragione anche del confronto con gli elevati livelli toccati nel biennio di pandemia, ha più che compensato l’aumento dei prezzi (quasi +2.2%).

Migliori le performance del mercato dei prodotti e soluzioni legate all’igiene dentale (+13.3% in valore, +8.5%

in volume), a riflesso della maggiore diffusione della cultura di prevenzione e dell’ampliamento della gamma di offerta; il segmento ha accresciuto rilevanza nel comparto, rappresentando il 23.3% del fatturato generato dal segmento cura della persona, dal 21.4% dello scorso anno.

Tra gli altri prodotti a minore rilevanza, si mostrano in crescita i

misuratori di pressione (circa +3.5% in valore, +6% in volume, con prezzi in calo del 2%), con un peso di quasi il 4% del fatturato del segmento “cura della persona” e le bilance (+4.1% in valore), che mostrano un forte incremento in volume (+28%, a fronte di un calo dei prezzi nell’ordine dell’11%), rappresentando poco meno del 2% del fatturato del segmento.





7

Elettronica di consumo

Il mercato chiuderà il 2024 con un ulteriore calo del fatturato, in attenuazione però dopo il forte deterioramento del 2023. Continua a pesare sull'evoluzione del settore il rimbalzo delle vendite del comparto video, dopo i picchi di crescita sostenuti dallo switch off e dai bonus Tv/decoder. Tra gli altri prodotti spiccano per crescita sia in valore sia in volume gli amplificatori e i ricevitori, segnalando un crescente interesse delle famiglie verso la realizzazione di sistemi di Home Theater.

Il mercato dell'elettronica di consumo continua ad essere condizionato dal rimbalzo dai picchi di crescita che hanno interessato il segmento video tra il 2021 e la prima parte del 2022, indotto dal rinnovo di Tv e decoder, in seguito all'avvio dello switch off. Il bilancio a tutto settembre 2024, secondo i dati GfK, vede il mercato su livelli di quasi il 7% inferiori rispetto ai primi nove mesi del 2023, sintesi di un ripiegamento dei volumi di vendita (-8.5%) solo parzialmente attutito dalla crescita dei prezzi (+1.7%). Sull'evoluzione del settore pesa la dinamica delle vendite di Tv (circa l'84% del fatturato del mercato). Nella

prima parte dell'anno, le vendite di Tv si sono mantenute in forte calo, mostrando una ripresa solo a partire da giugno, su cui ha influito anche il volano degli eventi sportivi nel rinnovo della dotazione video. Il consuntivo dei primi nove mesi del 2024 resta tuttavia negativo (-4.8% in valore, -6.6% in volume). Diminuite invece le vendite di decoder (-48% in valore, -53% in volume, con prezzi in crescita del 10%), con una rappresentatività scesa all'1.4% del fatturato del mercato (dal 4.9% del 2022), segnale di un quasi completo assorbimento dei picchi indotti dallo switch off.



All'interno del settore, nei primi nove mesi del 2024 segni negativi hanno interessato anche tutte le altre categorie di spesa, non risparmiando i droni (-22% in valore), che registrano un sostenuto calo dei prezzi (circa -23%) in grado di compensare ampiamente la crescita dei volumi (+1%).

In particolare, nel segmento degli "accessori" (-5.7% in valore, -4.8% in volume, -1% dei prezzi) si è registrato un calo piuttosto intenso delle vendite

di cuffie (-15% in valore, -18% in volume) e di accessori digital per le tv (-10.5% in valore, -11% in volume); più contenuto invece il ridimensionamento delle vendite di supporti, quali le staffe (-4.1% in valore e -2.7% in volume, che rappresentano oltre il 53% del giro di affari del segmento accessori). In crescita solo i telecomandi universali (+4.3% in valore, +1.9% in volume) che arrivano a rappresentare il 18% del fatturato del segmento degli accessori.

Tra le altre categorie di spesa il segmento "Audio Statico" mostra un ridimensionamento del 9.8% in valore, imputabile esclusivamente al calo dei volumi di vendita (-19.1%) a fronte di un forte incremento dei prezzi (+11.5%). Tra i prodotti spiccano per crescita sia in valore sia in volume gli amplificatori (+15.9%) e i ricevitori (+17.5% in valore), segnalando un crescente interesse delle famiglie verso la realizzazione di sistemi Home Theater.

Il ripiegamento dei volumi ha interessato sia gli altoparlanti sia gli audio home system (-10.9% e -34.1% rispettivamente), prodotti questi ultimi che hanno registrato un forte incremento.

Non sono invece emersi segnali di inversione di tendenza delle vendite per i segmenti "Audio portatile e "Car Entertainment" (in calo in valore del -16.4% e del -18.8% rispettivamente), che vedono un ulteriore marcato ridimensionamento del giro di affari, in linea con un trend strutturale indotto dalla concorrenza degli smartphone e dei prodotti già integrati nell'auto che sottraggono mercato ai prodotti a supporto della navigazione. Nei mesi finali dell'anno, dovrebbe arrestarsi il calo dei volumi di vendita, in ragione anche dei bassi volumi toccati nel 2023. In tale contesto, il mercato dell'elettronica di consumo è stimato chiudere il 2024 con un calo del fatturato del 4.1%, in ragione esclusivamente del ripiegamento dei volumi (-4.9%); i prezzi di vendita, invece, dovrebbero mantenersi in crescita, restando comunque su livelli inferiori a quelli del 2022. Una dinamica che manterrà il mercato su 1.7 miliardi di euro, circa 750 milioni di euro sotto i livelli del 2022.

In termini di canali distributivi, si attendono performance negative sia nel canale fisico sia nel canale on line; il canale on line continuerà ad accrescere rilevanza nel mercato, seppure a ritmi più moderati rispetto al balzo sperimentato nel 2023, arrivando a rappresentare il 24.3% delle vendite in valore (dal 24.1% del 2023).

IL MERCATO DELL'ELETTRONICA DI CONSUMO - VALORE (mln di Euro)

Valore 2022	Valore 2023	Valore 2024
2.407	1.721	1.651

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

IL MERCATO DELL'ELETTRONICA DI CONSUMO - VARIAZIONI %

	Volumi	Prezzi	Valore
2023	-29,2	1,0	-28,5
2024	-4,9	0,9	-4,1

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK



Il giro di affari del mercato della telefonia si manterrà stabile su livelli superiori ai 6 miliardi di euro, confermandosi il principale comparto del mercato della Tecnologia consumer. La risoluzione di problemi di disponibilità dei prodotti e la riduzione dei prezzi hanno sostenuto una ripresa dei volumi di vendita degli smartphone, intercettando la richiesta di convenienza e di prodotti dal migliore rapporto qualità/prezzo. Tra gli altri prodotti, proseguirà lo sviluppo delle vendite delle cuffie, mentre i core wearables (dagli orologi a occhiali "smart" e altri dispositivi indossabili) sono attesi consolidare gli elevati livelli raggiunti.

La ripresa dei volumi di vendita, dopo il marcato deterioramento del 2023, ha sostenuto un'attenuazione del calo del giro di affari della telefonia. A consuntivo dei primi nove mesi del 2024, in base ai dati GfK, le vendite mostrano un calo del -1.4%, sintesi di una crescita dei volumi di vendita (+2.4%) compensato dal contestuale calo dei prezzi (-3.7%). Nei mesi finali dell'anno i volumi sono attesi mantenersi in crescita, confermando la tendenza emersa negli ultimi mesi, dopo il marcato deterioramento del 2023. Il contestuale calo dei prezzi porterà a una sostanziale tenuta delle vendite in valore (-0.6% in media d'anno nel 2024). Tale evoluzione consentirà al giro di affari del mercato della telefonia di mantenersi su livelli superiori ai 6 miliardi di euro, confermandosi il princi-

pale comparto del mercato della Tecnologia consumer. L'evoluzione del mercato è condizionata dalle performance degli smartphone, che rappresentano circa l'84% del fatturato della telefonia. Nei primi nove mesi del 2024, secondo i dati GfK, le vendite di smartphone hanno recuperato un trend di crescita in volume (+2.8%), mostrando una tendenza al rafforzamento in corso d'anno, dopo un avvio debole. La risoluzione di problemi di disponibilità dei prodotti e la riduzione dei prezzi hanno sostenuto una ripresa dei volumi di vendita, intercettando la richiesta di convenienza e di prodotti dal migliore rapporto qualità/prezzo. Il contestuale rientro dei prezzi (-3.9%) ha mantenuto tuttavia in calo il valore delle vendite (-1.3% nei primi nove mesi del 2024).



Tra gli altri prodotti, in crescita invece le vendite in valore di cuffie (+1.3% in valore, +1% in volume, +0.3% prezzi), che arrivano a rappresentare il 5.9% del giro di affari del settore (dal 5.7% dei primi nove mesi del 2023). Performance negative anche per i core wearables (dagli orologi a occhiali "smart" e altri dispositivi indossabili) che registrano un calo

del -4.5% in valore, rappresentando il 5% del giro di affari del settore nei primi nove mesi del 2024 (dal 5.2% dell'analogo periodo del 2023). In questo caso, tuttavia, la dinamica si è originata in ragione di un calo nell'ordine del -10% dei prezzi, in rimbalzo dopo i rialzi del 2023; i volumi di vendita, invece, hanno recuperato un trend di crescita (+6.6%).

Tra gli altri prodotti di nicchia, si mantiene stabile al 4% la rilevanza dei supporti per la telefonia che registrano un calo delle vendite dell'1% in valore, dovuto alla riduzione dei volumi di vendita (circa -5%) a fronte di un incremento dei prezzi che si è mantenuto sostenuto (nell'ordine del 4%), in controtendenza rispetto al mercato.

In termini di canali di vendita, in base ai dati GfK, l'on line ha recuperato un trend di crescita nei primi nove mesi del 2024, grazie a un marcato incremento dei volumi di vendita, accrescendo rilevanza nel mercato, trasversale a tutti i prodotti, dopo la battuta d'arresto del 2023. Tali tendenze sono attese proseguire nei mesi finali dell'anno; in media nel 2024 il canale on line è stimato rappresentare il 21.7% del giro di affari della telefonia, accrescendo rilevanza nel mercato, dopo il fisiologico assestamento registrato nel 2023.

A livello di prodotti, le performance del canale digitale sono state sostenute dalla crescita delle vendite di smartphone (+6.9%), che rappresentano il 73% del fatturato e-commerce della telefonia. Dopo l'assestamento del 2023, la penetrazione dell'on line ha registrato un incremento di quasi 1.5 punti in più rispetto ai primi nove mesi del 2023, collocandosi al 18%, livello

IL MERCATO DELLA TELEFONIA - VALORE (mln di Euro)

Valore 2022	Valore 2023	Valore 2024
6.200	6.054	6.016

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

IL MERCATO DELLA TELEFONIA - VARIAZIONI %

	Volumi	Prezzi	Valore
2023	-10,9	9,6	-2,3
2024	2,6	-3,1	-0,6

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK

simile a quello del 2022. Tra i prodotti di nicchia, in forte crescita anche le vendite di cuffie (circa +9.5% in valore nei primi nove mesi del 2024) che portano il canale digitale a rappresentare quasi il 43% del fatturato. Sostanzialmente stabili, invece, le

vendite on line dei core wearables (-0.6%) e dei supporti (0.1%); le performance sono risultate comunque migliori rispetto a quelle della rete di vendita fisica consentendo per questi prodotti un incremento della penetrazione del canale digitale.



Information technology

Il mercato It continua ad essere condizionato dal rimbalzo dai picchi di crescita del biennio 2020-'21, confermandosi nel 2024 tra i settori meno performanti della tecnologia consumer. A pesare sulla dinamica della spesa delle famiglie è stato il proseguimento del calo delle vendite di Pc, seppure in attenuazione rispetto allo scorso anno; in ripresa, invece, le vendite di tablet e di monitor. Confermano performance positive i prodotti di nicchia quali le web cams e soprattutto i digital assistants, in linea con il crescente interesse verso una gestione smart della casa. In termini di canali di vendita, l'on line conferma un ruolo rilevante, mostrando un consolidamento sui livelli raggiunti.

Il mercato It continua ad essere condizionato dal rimbalzo dai picchi di crescita del biennio 2020-'21, che ha portato all'adeguamento della dotazione tecnologica domestica delle famiglie italiane indotto dalle nuove esigenze di lavoro e studio in casa. Nel corso del 2024 le vendite si sono mantenute in calo, mostrando tuttavia una tendenza all'attenuazione a partire dal mese di agosto, grazie a volumi di vendita di nuovo in crescita. Il consuntivo dei primi nove

mesi del 2024 resta tuttavia negativo (-6.4% in valore, -3.7% in volume), a fronte anche di un calo dei prezzi, dovuto al rientro dei costi dei componenti e della logistica. Le attese per i mesi finali sono di un proseguimento delle tendenze in atto che contribuiranno ad attenuare la caduta dei volumi di vendita (-2.3% in media d'anno). In tale contesto, il contestuale calo dei prezzi (nell'ordine del -2%) porterà nel 2024 a una riduzione del giro di affari del 4.4% in media d'anno.



IL MERCATO DELL'INFORMATION TECHNOLOGY
LA DOMANDA DELLE FAMIGLIE

Valori (mln di Euro) e quota sul mercato totale			
	2022	2023	2024
Valore (000)	2.429	2.267	2.167
Quota % sul mercato totale	51,6	51,6	51,6

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK e Istat

IL MERCATO DELL'INFORMATION TECHNOLOGY
LA DOMANDA DELLE FAMIGLIE - VARIAZIONI %

	Volumi	Prezzi	Valore
2023	-11,2	5,2	-6,7
2024	-2,3	-2,1	-4,4

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK e Istat

Dall'analisi dei dati GfK per canale di vendita sul mercato complessivo (business e consumer) nei primi nove mesi del 2024 il calo è stato trasversale ai diversi canali distributivi, risultando tuttavia più accentuato per la rete di vendita fisica (-7% in valore) a fronte di un ripiegamento del -5.1% del giro di affari dell'on line. In tale contesto il fatturato dell'e-commerce ha rappresentato poco più del 30% del fatturato, 0.4 punti in più rispetto al corrispondente periodo del 2023. In particolare, la penetrazione dell'on line è au-

mentata soprattutto per i tablet (salita al 35.6% dal 31.8% del 2023), in ragione di un incremento delle vendite del 15%, i monitors (dal 40.7% al 44.1%) e le stampanti (dal 38.6% al 41.1%). Sostanzialmente stabile, invece, la rilevanza dell'on line per i pc sia fissi sia portatili sui livelli (16.1% e 26.8% rispettivamente). A pesare sulla dinamica della spesa delle famiglie è stato il proseguimento del calo delle vendite di Pc, che rappresentano circa il 36% del mercato in valore (-8.4%); In base ai dati di GfK, nei primi nove mesi

del 2024, il calo è stato trasversale, più intenso per le vendite di Pc portatili (-8.9%) rispetto ai pc fissi (-6%). In ripres, invece, le vendite di tablet (3.6%), che generano quasi il 15% del giro di affari del mercato, e di monitors (+5.3%). È proseguita, infine, la crescita delle vendite di alcuni prodotti di nicchia quali le visual cams (+4.6% in valore) e digital assistants (+15.4%), prodotti questi ultimi che consentono di integrare i diversi dispositivi connessi presenti in casa, per una gestione della smart home.



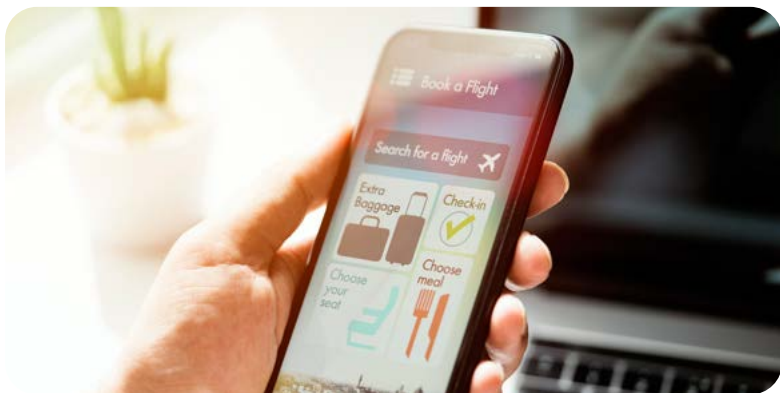
E-Commerce

Il canale digitale è ormai parte integrante del processo di acquisto delle famiglie, un processo reso possibile anche dal miglioramento e ampliamento dell'offerta distributiva, attraverso investimenti in tecnologia e la revisione dei modelli di business, sempre più orientati all'integrazione del

canale fisico e l'on line. Nel 2024 l'e-commerce è atteso confermare performance superiori a quelle della rete di vendita fisica, consolidando un trend di crescita strutturale su tassi che si stanno normalizzando. Secondo l'Osservatorio eCommerce B2c del Politecnico di Milano nel 2024 il giro di affari

dell'e-commerce è stimato collocarsi sui 58.8 miliardi di euro, in crescita del 6% rispetto al 2023. Gli acquisti di prodotto continuano ad ampliarsi (+5%), sostanzialmente in linea con il trend degli ultimi due anni, in netta attenuazione rispetto al balzo del biennio 2020-'21 (circa +33% in media d'anno), superando

i 38 miliardi di euro. La domanda di servizi conferma una crescita più vivace (+8%), che segue il balzo del 2022 che aveva consentito ai livelli di ripianare completamente le perdite maturate nel 2020. Un'evoluzione sostenuta dalla positiva dinamica dei comparti del turismo e dei trasporti e del ticketing.



Nel 2023 il giro di affari dei servizi è stimato collocarsi sui 20.6 miliardi di euro, 7.1 miliardi di euro in più rispetto ai livelli pre-pandemia (13.5 miliardi di euro nel 2019).

Secondo i dati del Politecnico di Milano, tra i prodotti la tecnologia consumer si conferma il principale settore, generando un fatturato di 9 miliardi di euro, in crescita del 5% rispetto al 2023. Gli acquisti di prodotti moda crescono del 5% e raggiungono i 5.8 miliardi di euro, confermandosi il secondo

comparto per rilevanza. In ripresa, inoltre, le vendite nel comparto del food&grocery (+7%), dopo l'assestamento del 2023 sugli elevati livelli raggiunti dopo il balzo del triennio 2020-'22, generando 4.6 miliardi di euro, terzo comparto di spesa per rilevanza tra i prodotti. Seguono i comparti arredamento/home living (4.4 miliardi di euro, in crescita del 12%), dei ricambi auto (3 miliardi di euro, +4%) e del beauty (+12%), che raggiunge un giro di affari di 2.9 miliardi di euro.

Nell'ambito dei servizi, il settore Turismo e trasporti, dopo il rimbalzo del 2023, ha mantenuto un buon ritmo di crescita (+8%), grazie al traino del turismo internazionale.

Il mercato dovrebbe collocarsi sui 16.9 miliardi di euro nel 2024. È proseguita, inoltre, la crescita del comparto Altro e Ticketing che si assesta su un ritmo del 9%, dopo gli incrementi a tripla cifra del 2022, continuando a beneficiare di una programmazione ricca di eventi.

In tale contesto, nel 2024 il tasso di penetrazione degli acquisti online sul totale retail potrebbe assestarsi al 13%. Relativamente ai prodotti, dopo il balzo del 2020 di 3 punti percentuali, la crescita si arresta, mantenendo la penetrazione all'11%, incidenza superiore di 5 punti rispetto a quella del 2019 (6%). Un dato medio, tuttavia, che sintetizza dinamiche eterogenee tra i comparti. All'aumento della penetrazione dell'on line nei mercati della tecnologia consumer, editoria, arredamento e home living e abbigliamento fa da contraltare la stabilità per beauty, food&grocery e auto e ricambi auto.

Sostanzialmente stabile al 17% la penetrazione delle vendite on line nel settore dei servizi, valore superiore di 6 punti rispetto a quella del 2019 (11%).

Entrando nel dettaglio dei prodotti dei beni durevoli monitorati nell'Osservatorio e integrando le analisi con i dati rilevati da GfK (riferimento panel market della tecnologia consumer al netto del comparto media storage) si osserva un assestamento della rilevanza dell'on line, diffusa a quasi tutti i comparti. Relativamente alla sola tecnologia consumer, i dati GfK segnalano infatti nei primi nove mesi del 2024 un calo delle vendite tramite canale on line di circa l'1% che ha portato il digitale a una sostanziale tenuta della propria rilevanza nel settore, con una quota del 22.3% del totale del mercato. I canali tradizionali sperimentano, invece, un calo del fatturato del -2%, attestandosi a quota 77.7%.

A consuntivo del 2024 si stima un calo per i settori It (-1.8%), elettronica di consumo (-3.3%) e elettrodomestici grandi (-2.1%), a fronte di una crescita delle vendite negli altri comparti nell'ordine del 7% per telefonia e piccoli elettrodomestici (+7% e +6.4% rispettivamente).

In termini di incidenza, nel 2024 l'on line si conferma più rilevante nei comparti dei piccoli elettrodomestici (36.6%), dell'It (31.1%) e dell'elettronica di consumo (24.3%); all'opposto riveste un ruolo

inferiore per gli elettrodomestici grandi (12.1%), per i mobili (19%) e la telefonia (21.7%). In quasi tutti i comparti si attende nel 2024 una sostanziale tenuta della penetrazione dell'on line rispetto al 2023, a indicare un assestamento dopo lo sviluppo degli anni. Fanno eccezione il comparto della telefonia e dell'It per i quali si stima un incremento, dopo la battuta d'arresto dello scorso anno, che riporta la penetrazione su valori simili al 2022 (21.7% e 31.1% rispettivamente).





www.osservatoriofindomestic.it

Findomestic Banca S.p.A.

Via Jacopo da Diacceto, 48 · 50123 Firenze - I
Capitale Sociale 659.403.400 Euro i.v. · R.E.A. 370219 (FI) · Cod. Fisc./P. Iva e R.I. di FI 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