

OSSERVATORIO FINDOMESTIC: BENI DUREVOLI A +2,1%, BENE VEICOLI, ELETTRODOMESTICI E MOBILI, SMARTPHONE IN FRENATA DOPO 10 ANNI

Secondo la 26° edizione de L'Osservatorio dei Consumi Findomestic tre regioni (Veneto, Lombardia e Emilia Romagna) trainano i consumi nazionali di beni durevoli che si attestano a 75 miliardi di euro. Il credito al consumo, in positivo da 8 anni (+3,9% nel 2019), ha un'incidenza crescente nei consumi di durevoli ed è percepito sempre più come un'opportunità per intraprendere progetti altrimenti irrealizzabili.

Prosegue la ripresa dei consumi interni, seppur in attenuazione, grazie anche al contributo dei mercati dei beni durevoli, per i quali gli italiani spenderanno nel 2019 quasi 75 miliardi. Una spesa destinata a rendere più comoda e bella la loro “dolce casa” ma anche a soddisfare le esigenze di mobilità, a due e quattro ruote. A costo di rinviare l'acquisto di un nuovo modello di smartphone. Risulta, infatti, in calo dopo 10 anni di crescita la telefonia in un contesto di mercato condizionato anche dalla minore spinta innovativa dell'offerta in attesa dell'avvento del 5G. E' questa la fotografia scattata dall'edizione numero 26 dell'Osservatorio Findomestic, realizzato in collaborazione con Prometeia e presentato oggi a Milano.

Se le famiglie, nell'anno in corso, comprano più mobili e apparecchi per il comfort domestico lo si deve anche all'incremento delle compravendite di immobili che supera il 6% e alla proroga degli incentivi fiscali. Fattori che sono alla base anche della crescita della spesa per elettrodomestici, grandi e piccoli. L'incremento delle vendite di beni per la casa beneficia anche di una sostanziale stabilità dei prezzi in un anno in cui si assiste ad un'intensificazione delle politiche promozionali e all'incremento della rilevanza dell'on line. “Trasversale a quasi tutti comparti dell'“aggregato Casa”, ha spiegato **Claudio Bardazzi**, responsabile dell'Osservatorio di Findomestic, “si osserva un rilevante contributo dell'on line e un orientamento della domanda verso prodotti con migliori performance, di fascia premium e eco-sostenibili”. Ma nel 2019 è la spesa per veicoli a mostrare la crescita più intensa sia in termini di volumi che di valore. Registrano, infatti, una buona performance tutti i segmenti di mercato osservati (auto nuove, usate, camper, moto e biciclette a pedalata assistita) che beneficiano di condizioni favorevoli sia per quanto riguarda i redditi delle famiglie, sia per quanto riguarda i costi dei finanziamenti.

I durevoli trainano i consumi totali che sono in crescita da 6 anni. Il rapporto, realizzato in collaborazione con Prometeia, traccia il quadro di un'Italia che per il sesto anno consecutivo consuma di più anche se a passo ridotto rispetto al 2018: l'incremento, nel 2019, è stato dell'1,1% in confronto all'1,8 dello scorso anno. Il comparto dei beni durevoli, che vale circa 75 miliardi e che rappresenta il 7% della totalità dei consumi, è cresciuto in valore con un tasso d'incremento doppio: +2,1%. Questo significa che gli italiani hanno speso 1,5 miliardi di euro in più rispetto al 2018.

Il comparto “veicoli” fa meglio del comparto “casa”. La crescita dei consumi all'interno dell'aggregato dei veicoli è stata del 3,5%, quella del comparto casa non è andata oltre lo 0,5%. Sale così al 54% la rappresentatività dei veicoli all'interno dei consumi in beni durevoli, mentre perde un punto percentuale e scende al 46% la quota della casa.

Nonostante 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.

Nel mercato auto sono proprio le vendite alle famiglie che mostrano nel 2019 un leggero progresso (+1,5%), che segue il deciso ripiegamento del biennio 2017-2018 (-4% circa). Se l'immatricolato complessivo è atteso flettere dell'1%, la causa è da individuare nella domanda delle aziende che vede proseguire il trend negativo avviato nel 2018, con un ulteriore calo del 4,3%, dopo un incremento medio annuo a doppia cifra che ha caratterizzato il periodo 2014-2017.

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 (-24% nei primi 9 mesi dell'anno) alle altre alimentazioni, le tradizionali a benzina (+27%) ma anche quelle più innovative (+14%). **Claudio Bardazzi** ha sottolineato la crescente attenzione nei confronti dei veicoli più ecosostenibili: "Anche se le auto elettriche restano ancora marginali, con una quota dello 0,5% del mercato delle vetture nuove, le alimentazioni alternative (ibride, Gpl, metano) rappresentano oramai il 15% dell'immatricolato in un contesto in cui si assiste parallelamente all'ascesa dell'e-bike e dei motoveicoli elettrici".

Grazie anche alla crescente penetrazione delle motorizzazioni elettriche, il mercato dei motoveicoli chiude per il sesto anno consecutivo in positivo (+4,6% in volumi, +6,1% in valore). Il contributo alla crescita giunge ancora una volta dalle immatricolazioni di moto e scooter di cilindrata superiore (+5,6% in volumi), mentre calano ancora le vendite dei ciclomotori (-5,2% in volumi) anche a causa della crescente concorrenza delle bici elettriche (+8,6% in valore) che stanno dando vita ad una vera e propria rivoluzione della mobilità urbana in tutti i principali paesi europei, inclusa l'Italia. 2019 positivo anche per auto usate (+2,3% in valore) e camper (+9,5% in valore).

Credito al consumo in crescita da 8 anni e sempre più a sostegno dei consumi. Restando nell'ambito dei mercati veicoli l'Osservatorio rivela come gli italiani, quando vanno in concessionaria, facciano sempre più ricorso al credito al consumo: oggi si acquista a rate il 91,6% di moto e scooter, il 90% delle auto usate e oltre il 75% delle auto nuove. Ma anche nel comparto della tecnologia consumer (elettrodomestici, elettronica e telefonia) la penetrazione del credito è significativa (17%). A testimonianza di come il credito al consumo sia oggi uno strumento fondamentale a sostegno dell'economia familiare. "Oggi il credito al consumo è sempre più percepito dai consumatori come uno strumento di pagamento utile e talvolta indispensabile. Non a caso, secondo un'indagine realizzata dall'Osservatorio in collaborazione con Doxa, il 78% degli italiani che hanno acquistato a rate – ha fatto notare **Gilles Zeitoun**, Direttore Generale di Findomestic – avrebbe dovuto posticipare o abbandonare i propri progetti d'acquisto se non avesse potuto ricorrere al credito".

Il mercato del credito al consumo chiuderà il 2019 con flussi erogati pari a 71,5 miliardi di euro, il 3,9% in più rispetto al 2018 (secondo le stime Findomestic su dati Assofin), proseguendo nel trend positivo da otto anni. Findomestic a fine anno avrà, invece, erogato 10,3 miliardi di euro, evidenziando ancora una volta una crescita superiore alla media del mercato: +5,6%. "Quest'anno – ha spiegato **Zeitoun** – l'obiettivo è stato quello di consolidare la nostra quota di mercato del 14,5%, che ci vede come società leader in Italia". E nel 2019 il ricorso al credito è aumentato anche tramite web: nell'ambito dei prestiti personali, l'incidenza dell'online è stata pari al 7% a livello di mercato e del 17% per Findomestic che, anche per quanto riguarda i finanziamenti su Internet risulta di gran lunga il primo operatore nel nostro Paese.

Performance eterogenee all'interno del comparto "casa": bene mobili, elettrodomestici e home comfort. Fa da freno la tecnologia consumer.

Per l'arredamento, il 2019 è il sesto anno consecutivo di crescita (+2,1% in valore), spinto dall'aumento dei redditi, dalla ripresa del mercato immobiliare e dai meccanismi di detrazione fiscale. Gli incrementi del 2,1% in valore e dell'1,4% in volume consolidano una tendenza di lungo corso che non riporta comunque il mercato ai livelli precedenti la crisi del 2007, rispetto ai quali è ancora inferiore del 10%. Tra le mura domestiche, l'incremento più marcato della spesa interessa il settore "home comfort" (+36,1%) e in particolare i condizionatori e i prodotti per il trattamento dell'aria (pulizia, deumidificazione/umidificazione). Andamento positivo anche per gli elettrodomestici, grandi e piccoli, che in valore crescono rispettivamente dell'1,7 e del 6,4%. Tra i singoli prodotti 2019 con il vento in poppa per gli aspirapolvere (+26,3%), le asciugatrici (+22,9%), gli asciugacapelli (+15,2%) e le macchine da caffè (+6,3%). "Connessione, innovazione, multifunzionalità, e design continuano a guidare le scelte di acquisto delle famiglie in modo

trasversale nei principali segmenti di mercato degli elettrodomestici” ha spiegato **Claudio Bardazzi**, responsabile dell’Osservatorio di Findomestic. “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”

Elettronica di consumo e telefonia maglie nere dei consumi 2019. Smartphone in calo dopo 10 anni. L’elettronica di consumo (rappresentata per oltre l’80% dal segmento TV, ancora in flessione) vede calare ancora la spesa degli italiani (-5,6%) e, nonostante i progressi delle vendite di tv di fascia premium e con schermi di maggiori dimensioni, non riesce ad avviarsi su un terreno di stabile ripresa.

“La spiegazione – ha detto **Claudio Bardazzi** - risiede nel forte calo dei prezzi, conseguenza dell’aggressiva concorrenza dei contigui settori dell’Information Technology e delle telecomunicazioni, che offrono multifunzionalità e fruizione dei contenuti in mobilità. Fenomeno questo trasversale a tutto il comparto e in grado di condizionare anche gli altri segmenti dell’elettronica, come quello dell’audio portatile e del car entertainment. Un’eventuale ripartenza è legata a doppio filo 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”

All’interno del mercato dell’elettronica da segnalare le performance in controtendenza degli altoparlanti per TV, PC, Smartphone e Tablet (+12,1%) e degli Audio Home System (+9,3%), specialmente quelli dotati di smart speaker.

Fa riflettere, invece, in uno dei Paesi con la più alta penetrazione di schede Sim e di telefoni cellulari, la prima flessione dopo 10 anni della spesa per smartphone. Il 2019 della telefonia si chiude in rosso sia in termini di volumi di vendita (-1,7%) che di valore (-4,4%). Se galoppa la nicchia dei cosiddetti wearables (“indossabili”) che segnano addirittura un + 61,5% (in valore) e degli auricolari (+45,5%), a far innestare la retromarcia al settore ci pensano proprio gli smartphone, in arretramento del 6% in valore. Anche dietro questa frenata, come in quella dei televisori, si erge l’ombra del 5G: la sua attesa ha infatti condizionato sia l’offerta, che spinge meno sull’innovazione, che la domanda, perché i potenziali acquirenti, com’è naturale che sia, traccheggiano in attesa della nuova tecnologia.

L’e-commerce sempre più incidente nei consumi di durevoli. Si vendono meno in assoluto ma si comprano molto di più attraverso l’e-commerce gli smartphone: la spesa on-line per l’acquisto di cellulari intelligenti aumenta del 27% anche se va ricordato che il 92% delle vendite totali rimane appannaggio dei tradizionali canali commerciali fisici. Ma l’incidenza dell’online aumenta in tutti i mercati dei beni durevoli monitorati dall’Osservatorio Findomestic: l’e-commerce vale nel 2019 il 7% degli acquisti di mobili (+30% rispetto al 2018), l’11% della spesa in elettrodomestici (+12,6% sul 2018) e il 20,4% dei consumi di prodotti informatici (+16%).

Flessione anche per l’IT. A proposito di prodotti informatici, il mercato cala in valore dello 0,8% a causa della contrazione delle vendite di PC (che valgono oltre il 50% del mercato) e tablet. Si confermano migliori le performance di periferiche, soprattutto di monitors, di software e device per il gaming. Dinamiche positive anche per i prodotti per la videosorveglianza domestica, seppure ancora di nicchia.

In Veneto la maggior crescita dei consumi di beni durevoli. Nel 2019 sono tre le regioni a trainare i consumi di beni durevoli dell’Italia. Il Veneto è in testa con un +4,5% di crescita, seguito da Lombardia ed Emilia Romagna con un +4% ciascuna. Soltanto altre due regioni si collocano al di sopra o al pari della media nazionale (+2,1%): Friuli Venezia Giulia (+2,3%) e Trentino Alto Adige (+2,1%). Tre si mantengono intorno all’1%: Lazio (+1,3%), Sardegna (+1,3%) e Campania (+1,2%), la migliore del Sud Italia. Poco sotto l’1% troviamo la Sicilia (+0,9%) e il Piemonte (+0,8%) mentre tutte le altre sono più vicine allo stallo. Le Marche sono l’unica regione nella quale gli acquisti di beni durevoli sono calati nell’anno in corso (-0,4%).

La maglia rosa della spesa assoluta in durevoli resta saldissimamente sulle spalle della Lombardia con 14,2 miliardi di euro, più del doppio di Veneto e Lazio, al secondo e al terzo posto della graduatoria regionale con una spesa che oscilla tra i 6 e i 7 miliardi. Da segnalare come le prime 6 regioni (Lombardia, Veneto, Lazio, Emilia-Romagna, Piemonte e Toscana) rappresentino il 65% del totale della spesa in beni durevoli in Italia nel 2019.