

## **BNL BNP PARIBAS E FINDOMESTIC: FAMIGLIE PRONTE A SACRIFICI, MA SENZA TAGLIARE LE SPESE PER I FIGLI**

***L'analisi congiunta dell'Osservatorio Findomestic e dell'Economic Research di BNL BNP Paribas fotografa il momento economico delle famiglie italiane. L'inflazione si conferma la prima preoccupazione e incide sui comportamenti di spesa. Si riduce la quantità più che la qualità degli acquisti.***

Roma-Firenze, 4 ottobre 2023. Il 60% degli italiani è pronto a fare sacrifici negli ultimi mesi dell'anno, ma il 55% non taglierà le spese per i figli. Uno studio macro e microeconomico realizzato, per la prima volta in forma congiunta, da Findomestic e BNL BNP Paribas, restituisce una foto in chiaroscuro delle famiglie impegnate a fare quadrare i conti, analizzando la propensione agli acquisti e al risparmio in un contesto economico internazionale incerto. Secondo l'Osservatorio Findomestic, archiviata l'estate, la situazione economica familiare è percepita oggi "abbastanza" o "molto problematica" dal 47% del campione intervistato. Si arriva al 91% aggiungendo chi la valuta ancora "poco problematica". Il 22% delle famiglie che vivono una situazione di difficoltà economica sta scendendo a compromessi sulla qualità della propria spesa alimentare e il 38% sta riducendo quantità e frequenza delle spese sanitarie, anche se la maggioranza (55%) non taglia le spese dedicate ai propri figli. Sale al 65% (dal 60% di marzo) la percentuale di chi presta sempre più attenzione alle promozioni, il 45% fa scorta di prodotti in offerta, il 31% si reca più spesso nei discount e uno su quattro è costretto a rinviare almeno un acquisto importante.

*"Nell'incertezza e nella complessità del contesto che stiamo vivendo – afferma **Riccardo Del Sarto, Vice Direttore Generale e Direttore Mercato B2C di Findomestic Banca** – è fondamentale sentire il polso del consumatore e comprendere quali siano le difficoltà e le nuove esigenze delle famiglie. L'Osservatorio Findomestic, che dà voce agli italiani dal 1994, ci consente di farlo e l'indagine realizzata a fine agosto, insieme all'analisi macroeconomica di BNL, offre una fotografia nitida dello stato d'animo e delle condizioni economiche attuali delle famiglie".*

**Gianfilippo Pandolfini, Chief of People & Stakeholders Engagement BNL BNP Paribas:** *"È la prima volta che BNL BNP Paribas e Findomestic uniscono le proprie analisi per offrire uno sguardo trasversale, micro e macroeconomico, su un campione delle famiglie italiane. Siamo in un momento storico caratterizzato da fenomeni sociali, politici ed economici che molti di noi non avevano mai vissuto. Analizzare i dati e ascoltare i clienti per coglierne comportamenti ed intenzioni è un modo per orientare il nostro lavoro verso soluzioni su misura – finanziarie e non solo - in grado di rispondere ai veri bisogni, attuali e prospettici, della Società in cui operiamo".*

**I PRESTITI ALLE FAMIGLIE.** L'analisi dell'Osservatorio Findomestic e BNL BNP Paribas Economic Research evidenzia il progressivo rallentamento del credito alle famiglie nel corso del 2023 che nel mese di luglio ha registrato la prima variazione negativa (-0.1%). Tra gennaio e luglio, i mutui sono cresciuti in media del 2,6% (+4,9% nello stesso periodo del 2022); anche il credito al consumo ha continuato a crescere, seppure ad un ritmo non elevato (+3,8% in media nei sette mesi e +4,3% a luglio rispetto a luglio 2022), e si conferma una valida soluzione per supportare gli acquisti delle famiglie e l'economia italiana.

Secondo l'Osservatorio Findomestic, il 46% degli italiani ha acquistato un bene a rate negli ultimi due anni e quasi il 70% di loro, senza questo strumento di pagamento, avrebbe rinviato l'acquisto o non lo avrebbe fatto. Secondo le elaborazioni di BNL BNP Paribas, grazie anche al sostegno del credito al consumo, i consumi di beni durevoli rispetto alla fine del 2019 sono aumentati in quantità del 5,5%, insieme a quelli di semidurevoli (+1,4%) e ai servizi (+0,9%), mentre i consumi non durevoli sono a -1,2%, categoria maggiormente colpita dal caro prezzi. In Italia, fino alla scorsa primavera il 21% dei prodotti del paniere aveva registrato un aumento di prezzo superiore al 5% per più di dodici mesi consecutivi, meno che in Germania (dove questo fenomeno ha coinvolto il 33% dei prodotti), Francia e Spagna (per entrambi il 28,7%).

**PIU' REDDITO DISPONIBILE NON SI TRADUCE IN MAGGIOR POTERE D'ACQUISTO.** Le elaborazioni degli economisti di BNL evidenziano come il tasso di occupazione in Italia nel 2023 abbia superato il 61%, rimanendo comunque al di sotto dei valori evidenziati dalle altre principali economie dell'area Euro. Questa tendenza ha contribuito a un recupero, seppur articolato, del reddito lordo disponibile degli italiani, cresciuto del 20% dal secondo trimestre 2020 al secondo 2023, ma non si è tradotto in un pari incremento del potere d'acquisto per le famiglie, cresciuto del 5% nello stesso periodo. La propensione al risparmio, che in piena crisi pandemica ha registrato un'impennata passando dall'8% del reddito disponibile del 2019 al 19,7% del secondo trimestre del 2020, negli anni successivi caratterizzati dall'incremento dell'inflazione è calata fino a scendere sotto il 5% nel quarto trimestre del 2022. La prima parte del 2023 evidenzia, tuttavia, una lieve ripresa con i consumatori che sono tornati ad accantonare mediamente intorno al 6,5% del reddito.

**INTENZIONI D'ACQUISTO A +6,1% DOPO IL CALO D'AGOSTO.** Negli ultimi giorni di agosto, l'Osservatorio Findomestic ha rilevato un "rimbalzo" positivo del 6,1% delle intenzioni d'acquisto rispetto al calo a doppia cifra (-10,1%) fatto registrare alla fine del mese di luglio. *"Siamo comunque lontani di quasi 10 punti percentuali – ha aggiunto Del Sarto – rispetto ai livelli massimi registrati a marzo 2023, quando la propensione al consumo a 3 mesi si era avvicinata ai livelli pre Covid"*.

---

**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 – 02.624999.1

**BNL BNP Paribas**, con 110 anni di attività, è uno dei principali gruppi bancari italiani, presente su tutto il territorio nazionale. Offre un'ampia gamma di prodotti e servizi per soddisfare le molteplici esigenze dei propri clienti (privati, imprese e PA). È dal 2006 in BNP Paribas, Gruppo presente in 64 paesi, con più di 184.000 collaboratori, di cui oltre 145.000 in Europa, dove opera in quattro mercati domestici: Belgio, Francia, Italia e Lussemburgo. BNP Paribas detiene posizioni chiave nei suoi grandi settori di attività: "Commercial, Personal Banking & Services"; "Investment & Protection Services" e "Corporate & Institutional Banking". BNL BNP Paribas è particolarmente impegnata, come tutto il Gruppo, sul fronte della sostenibilità economica, sociale ed ambientale; una strategia di #PositiveBanking che sintetizza l'ambizione della Banca di generare, attraverso il proprio business, un impatto positivo su clienti, collaboratori e sulla collettività intera, contribuendo ad un futuro più sostenibile.

Media Relations: Maurizio Cassese +39 06.42925362 [press.bnl@bnpparibas.com](mailto:press.bnl@bnpparibas.com)