

L'OSSERVATORIO FINDOMESTIC | 2019

I MERCATI DEI BENI DUREVOLI E
LE NUOVE TENDENZE DI CONSUMO



Più responsabili, insieme

L'OSSERVATORIO FINDOMESTIC | 2019

I MERCATI DEI BENI DUREVOLI E
LE NUOVE TENDENZE DI CONSUMO

REALIZZATO IN COLLABORAZIONE
CON **PROMETEIA**



Più responsabili, insieme

Periodico annuale

Edizione 2019

Responsabile Osservatorio Findomestic

Claudio Bardazzi

Dati ed elaborazioni

Prometeia

Progetto grafico

Ubimaior

Foto

iStockphoto

Adobe stock

Proprietario ed Editore

Findomestic Banca S.p.A.

Via Jacopo da Diacceto, 48 - 50123 Firenze

INDICE

I MERCATI	05
LO SCENARIO ECONOMICO	06
LA SPESA PER I VEICOLI	08
AUTO NUOVE	10
AUTO USATE	18
MOTOCICLI	20
CAMPER	26
LA SPESA PER LA CASA	28
MOBILI	31
ELETTRODOMESTICI GRANDI	34
ELETTRODOMESTICI PICCOLI	36
ELETTRONICA DI CONSUMO	38
FOTOGRAFIA	40
TELEFONIA	42
INFORMATION TECHNOLOGY	44
HOME COMFORT	46
BRICOLAGE	48

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 i mercati dell'auto e dell'information technology, nei quali 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. Dati i profondi cambiamenti che stanno interessando le abitudini di acquisto delle famiglie e, di conseguenza, il panorama distributivo, quest'anno l'Osservatorio dedica una sezione più ampia al canale dell'e-commerce a testimoniare la valenza che sta assumendo il settore in un contesto di forte difficoltà dei consumi e per le forti potenzialità di crescita che si intravedono. Come sempre per tutti i comparti, l'analisi dei trend storici è corredata da stime sulla chiusura del 2018. 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). Le stime per la chiusura del 2018 fanno riferimento allo scenario macroeconomico e dei consumi di Prometeia, aggiornato a ottobre 2018. Le previsioni sono state elaborate con le informazioni disponibili all'11 ottobre e tengono conto delle indicazioni fornite dalla Nota di aggiornamento del Def (Nadef) che prefigura una politica di bilancio espansiva per il 2019 con un peggioramento del disavanzo pubblico al 2.4% del Pil. Le misure - attualmente in fase di discussione - sono costituite principalmente dalla sterilizzazione dell'aumento delle aliquote Iva nel 2019 e dalla loro rimodulazione nei due anni successivi, dall'introduzione di una nuova misura di contrasto alla povertà e di interventi che agevolano il pensionamento anticipato, dall'ampliamento dei beneficiari del regime di imposta semplificato e dal rilancio degli investimenti pubblici. Tra le misure di copertura figurano interventi di contrasto all'evasione fiscale, la revisione di alcuni regimi fiscali e la cosiddetta pace fiscale. Nello scenario valutiamo l'impatto espansivo delle misure nello 0.6% del Pil, che porterebbe a un aumento del disavanzo pubblico al 2.4% del Pil e del debito pubblico al 131.5%. Lo spread, che ha risentito dell'incertezza sulle prospettive dei conti pubblici, è atteso mantenersi nell'ordine dei 300 punti base.



An aerial, high-angle photograph of a city street. The street is dark and runs vertically through the center, with several cars parked along the sides. On the left, a tall, modern building with a glass facade and orange structural elements is visible. On the right, another tall building with a grid-like window pattern is seen. The overall scene is urban and dense.

I MERCATI

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

LO SCENARIO ECONOMICO

I CONSUMI DELLE FAMIGLIE ITALIANE

Nel 2018 la ripresa della spesa delle famiglie italiane è proseguita attenuandosi. In base ai dati di Contabilità Trimestrale dell'Istat, nel secondo trimestre del 2018 i consumi hanno rallentato il passo in termini congiunturali, in un quadro di incertezza politica alimentata dai tempi resisi necessari per la formazione del nuovo governo. Le informazioni quali-quantitative per la seconda parte dell'anno indicano una prosecuzione della crescita dei consumi, ma a ritmi relativamente moderati,

che potrebbe tradursi in un incremento in media d'anno dello 0,8% in volume e del 2% in valore, in rallentamento rispetto agli elevati incrementi registrati nel biennio 2016-'17. Nel 2018, pur in presenza di una positiva dinamica del mercato del lavoro e di un rafforzamento dei redditi (sostenuto dagli aumenti retributivi connessi al rinnovo dei contratti del pubblico impiego e dalle misure di politica di bilancio volte al sostegno dei redditi delle famiglie con figli e al contrasto della povertà), il clima di incertezza e gli effetti dell'instabilità

dei mercati finanziari sulla componente finanziaria della ricchezza (prevista in calo del 2.7% in termini reali) manterranno caute le decisioni di spesa delle famiglie. L'evoluzione dei consumi delle famiglie prevista per il 2018 risulterebbe inferiore a quella del potere di acquisto, riflettendo quindi un incremento della propensione al risparmio, che si era attestata nel 2017 su livelli relativamente bassi e assai inferiori a quelli del decennio scorso. Per il 2019 i consumi interni sono previsti in moderata accelerazione, alimentata dall'at-

• Consumi interni

	Valore 2016	Valore 2017	Valore 2018
Totali (mln di Euro)	1.031.208	1.058.957	1.080.097
Pro capite	17.094	17.585	17.959

Scenario Prometeia ottobre 2018 (i dettagli in nota metodologica)

teso rafforzamento della crescita dei redditi, sostenuto dagli impulsi positivi della politica di bilancio, attraverso l'incremento delle prestazioni sociali ed il contenimento della pressione fiscale. Analogamente al 2018, tuttavia,

il miglioramento dei redditi non dovrebbe trasferirsi completamente sulla spesa per consumi. L'incertezza sul percorso di risanamento dei conti pubblici compenserà gli impulsi fiscali della manovra di bilancio, alimentando

un ulteriore incremento della propensione al risparmio delle famiglie italiane. In termini merceologici, nel 2018 la dinamica dei consumi si confermerà selettiva e concentrata nelle voci di spesa più sacrificate durante la

• Consumi interni totali - Variazione %

	Volumi	Prezzi	Valore
2016	1,3	0,2	1,5
2017	1,6	1,1	2,7
2018	0,8	1,2	2,0

Scenario Prometeia ottobre 2018 (i dettagli in nota metodologica)

crisi (beni durevoli e i beni/servizi legati al turismo e al tempo libero). In particolare, la spesa per l'acquisto di beni durevoli, pur mostrando una marcata decelerazione rispetto al trend del biennio 2016 -'17, manterrà una dinamica in volume più vivace rispetto ai consumi totali,

confermando il ruolo di traino della crescita. All'interno del mercato dei durevoli, tuttavia si attende un passaggio di testimone della crescita dal comparto della mobilità, che ne ha sostenuto l'espansione nel recente passato, a quello dei beni per la casa, la cui spesa è

prevista risultare più vivace, grazie al positivo contributo del mercato dei mobili, in ragione del permanere degli incentivi all'acquisto ed al miglioramento del mercato immobiliare, e delle telecomunicazioni.



• I consumi di beni durevoli totali*

	Valore 2016	Valore 2017	Valore 2018
Totali (mln di Euro)	78.562	81.979	83.203
Pro capite	1.302	1.361	1.383

Scenario Prometeia ottobre 2018 (i dettagli in nota metodologica)

* L'aggregato dei durevoli, stimato in Contabilità Nazionale dall'Istat comprende, oltre ai beni analizzati nell'Osservatorio (auto, moto, elettrodomestici, mobili, ...), i seguenti comparti: gioielleria, piccole imbarcazioni, strumenti musicali.

• I consumi di beni durevoli totali* - Variazione %

	Volumi	Prezzi	Valore
2016	5,4	1,1	6,6
2017	5,1	-0,7	4,3
2018	1,9	-0,4	1,5

Scenario Prometeia ottobre 2018 (i dettagli in nota metodologica)

* L'aggregato dei durevoli stimato in Contabilità Nazionale dall'Istat comprende, oltre ai beni analizzati nell'Osservatorio (auto, moto, elettrodomestici, mobili, ...), i seguenti comparti: gioielleria, piccole imbarcazioni, strumenti musicali.

LA SPESA PER I VEICOLI

La spesa delle famiglie italiane in beni durevoli legati alla mobilità ha registrato un ulteriore rallentamento nel 2018, dopo aver spuntato un più vivace, anche se parziale, recupero dai minimi toccati all'apice della crisi economica. I valori complessivi di spesa sono condizionati negativamente dall'andamento del comparto delle auto nuove, il cui ripiegamento compensa in parte gli ulteriori incrementi che caratterizzano l'usato, le moto nel complesso e i camper.



Nel 2018 la spesa per veicoli delle famiglie italiane è potuta crescere a un tasso limitato all'1% a valore, in ulteriore rallentamento rispetto al 2017. La frenata rispetto agli anni di uscita dalla recessione è evidente: in particolare, si sono consolidati i segnali di attenuazione del ciclo di sostituzione delle auto, nonostante la buona tenuta della domanda rivolta al

segmento dell'usato. I consumatori, il cui bilancio è ancora condizionato da redditi reali inferiori al pre-crisi, hanno destinato una quota crescente delle loro risorse ai beni durevoli per la casa, sostenuti da esigenze di sostituzione, dal permanere degli incentivi fiscali per l'acquisto di mobili ed elettrodomestici e dal miglioramento del mercato immobiliare. Nell'ambito delle autovetture domandate dai

privati è quindi proseguito lo spostamento a favore del canale dell'usato, in crescita del 3,5% a fronte del calo del 2,1% sperimentato dal nuovo immatricolato. A favorire tale trend sono sia un prezzo medio d'acquisto sensibilmente inferiore a quello del nuovo sia l'elevata presenza di vetture a "chilometro zero" e provenienti dalle flotte del noleggio, che vivacizzano l'offerta con auto paragonabili in termini

• **La spesa (famiglie) per veicoli**
Valore (mln in Euro)

Valore 2016	Valore 2017	Valore 2018
36.949	37.999	38.396

fonte: elaborazioni Prometeia su dati Unrae

• **La spesa (famiglie) per veicoli**
Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2016	8,9	0,6	9,6
2017	3,6	-0,7	2,8
2018	1,6	-0,5	1,0

fonte: elaborazioni Prometeia su dati Unrae

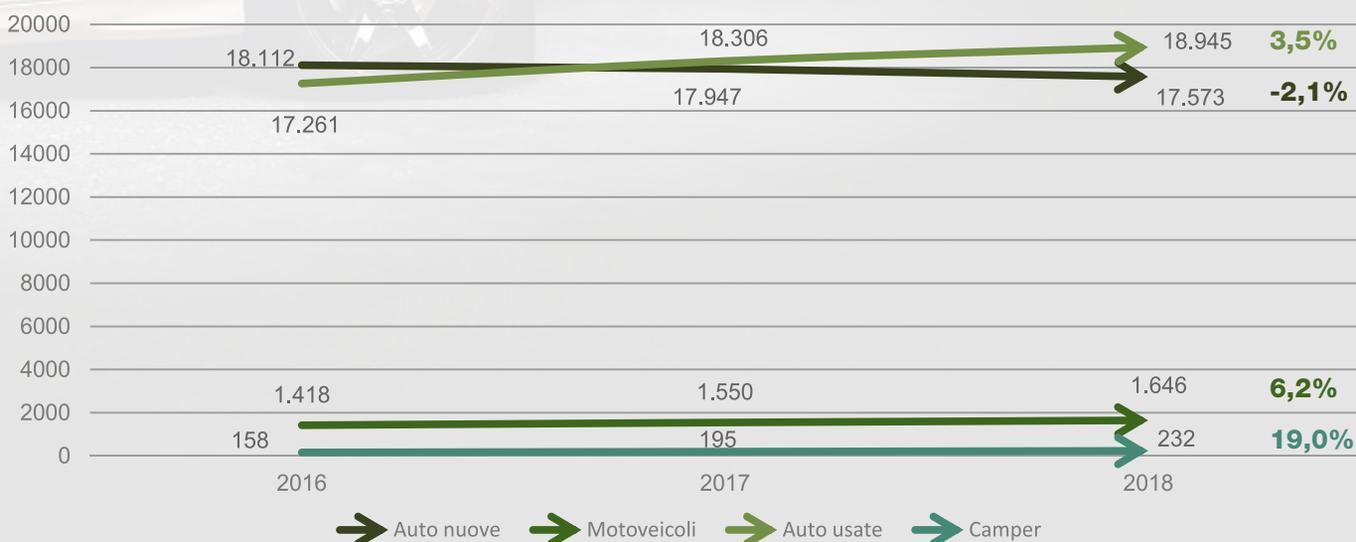
di qualità a quelle nuove. Grazie a ciò il valore del mercato dell'auto usata ha consolidato il suo superamento rispetto al nuovo, avvenuto nel 2017, andando a rappresentare il 52% del totale dei consumi delle famiglie in autovetture nel 2018. Gli altri comparti di spesa sono in crescita più decisa. I valori di spesa in motoveicoli sono in aumento del 6,2%. Il dato sottende andamenti differenziati per i diversi segmenti di due ruote: i ciclomotori

hanno mostrato una nuova flessione, superiore all'11%, mentre le moto targate hanno mostrato buone crescite grazie sia a volumi in incremento, soprattutto per le cilindrata minori, sia a prezzi dinamici, soprattutto per le cilindrata maggiori. Infine, il mercato dei camper, grazie a una ulteriore decisa crescita dei volumi venduti, ha potuto spuntare un aumento del 19% in termini di spesa a valore, favorita da un contesto reddituale che è ri-

masto positivo e ha sostenuto la domanda di beni e servizi legati al turismo. Nel complesso i prezzi medi mostrano un ulteriore moderato ripiegamento, dinamica simile a quella osservata nel 2017, condizionati dallo spostamento della domanda dei privati verso il mercato dell'usato, con acquisti di autovetture caratterizzate da un valore medio unitario minore.



• **Andamento del valore (mln di Euro) dei segmenti compresi nell'aggregato "veicoli" (famiglie)**



fonte: elaborazioni Prometeia su dati Unrae



AUTO NUOVE

Nel 2018 le immatricolazioni di autovetture in Italia hanno mostrato un ripiegamento (-2,9%), battuta d'arresto che segue quattro anni di buona ripresa (+51% cumulato tra il 2014 e il 2017). Le vendite alle persone giuridiche hanno registrato una maggior tenuta, mentre il calo delle immatricolazioni a privati è stato del 3,5%, acuendo il trend negativo già avviatosi nel 2017. Il mercato rimane sotto ai 2 milioni di vetture, con la quota delle famiglie che scende attorno al 56% (dall'oltre 70% nel 2010).

Questa sezione dell'Osservatorio è dedicata all'analisi delle tendenze recenti del mercato delle auto nuove. Le analisi relative alle immatricolazioni di automobili, inclusive dei

fuoristrada, sono elaborazioni su dati di fonte UNRAE, quelle riferite al parco circolante su dati di fonte Aci. Nella prima parte del capitolo si esamina il mercato complessivo; poi si forniscono indicazioni dettagliate sull'andamen-

to della domanda per comparto: alimentazione, struttura qualitativa e, infine, utilizzatore finale (famiglie e imprese).

LA STRUTTURA DEL MERCATO: IMMATRICOLAZIONI E PARCO

Il rallentamento economico, l'incertezza sulle linee di politica economica del governo e l'aumento dello spread hanno impresso una frenata alla domanda di autovetture nuove nel 2018, che ha chiuso con un segno meno. Si tratta di una battuta d'arresto che segue quattro anni in crescita (oltre +50% l'incremento cumulato tra il 2014 e il 2017). Il rallentamento del mercato era già iniziato nel 2017, quando le immatricolazioni totali avevano dimezzato la loro crescita rispetto al biennio precedente, con dati in ripiegamento per le vendite a privati. Proprio questo canale è quello a soffrire di più anche nel 2018, a causa del deciso rallentamento del ciclo dei consumi durevoli. A frenare la spesa delle famiglie in autovetture hanno contribuito sia l'elevata incertezza sull'evoluzione economica generale sia, nello specifico, gli interventi di policy nel settore. Nel corso dell'ultimo anno si sono moltiplicati gli annunci di divieti alla circolazione per le autovetture inquinanti, diesel in particolare, per cui si sono indicate da più parti (case auto e governi) date di 'abbandono' di tale propulsione collocate da qui al 2030-'40. L'incertezza sull'evoluzione tecnologica delle

vetture, sulle decisioni delle case automobilistiche e soprattutto delle autorità in termini di regolamentazione è tanta e non aiuta nella scelta di acquisto. Non c'è certezza su quale sarà la tecnologia prevalente nel prossimo futuro ma il ruolo principale sembra essere appannaggio delle autovetture ibride e elettriche, anche se manca un'indicazione chiara sul piano degli investimenti infrastrutturali necessari ad agevolarne la diffusione (rete di ricarica elettrica). Inoltre il loro costo è ancora significativamente più elevato rispetto alle vetture tradizionali, fattore che fa da barriera d'accesso per i consumatori, i quali stanno posticipando le decisioni d'acquisto in attesa di indicazioni più chiare e dell'annuncio di politiche di incentivazione che possano aiutare il passaggio verso le nuove soluzioni di mobilità, ad oggi non previste. Parte degli acquisti dei privati, in questo contesto incerto, vengono dirottate verso forme di noleggio a lungo termine, canale che sta funzionando come importante canale per l'iniziale diffusione delle tecnologie ibride e elettriche e sta continuando a crescere in volume. Il canale delle persone giuridiche nel complesso, però, ha chiuso il 2018 in stagnazione, nonostante l'elevato

potenziale di domanda derivante dalla nuova clientela del noleggio a lungo termine (privati e PMI), dal driver turistico che sostiene il rent a car e dalla diffusione del car sharing nei centri urbani. Tale dato segnala come il deterioramento del clima economico abbia influito negativamente sulle decisioni di investimento delle imprese. Va sottolineato che ci si confronta con anni di forte crescita degli investimenti delle imprese in mezzi di trasporto, che avevano beneficiato anche del sostegno degli incentivi, Superammortamento in particolare, non più in vigore sulle autovetture nel 2018. Nel complesso l'anno ha chiuso con un -2,9% di calo delle immatricolazioni a volume, che sono rimaste quindi sotto i 2 milioni di unità, valore ritenuto di equilibrio per il nostro mercato, in assenza di incentivi alla rottamazione in grado di spingere la domanda anche su livelli superiori come accaduto nei primi anni duemila. Continua la decisa ricomposizione del mercato a vantaggio del canale delle persone giuridiche: la quota delle vendite a privati è infatti ulteriormente scesa posizionandosi sul 56% (dall'oltre 70% del 2010).



Il parco auto è stimato crescere a tassi solo in leggero rallentamento rispetto al 2017. A fornire un contributo positivo alla crescita del circolante è la componente delle vetture intestate a persone giuridiche. Aumentano le flotte di noleggio sia a breve sia soprattutto a lungo termine, mentre si ha una stabilizzazione su livelli elevati del parco di vetture a chilometro zero presso i concessionari. Nel 2018, infatti, dopo il boom di autoimmatricolazioni che si era osservato nel 2017, il fenomeno si è attenuato anche a causa appunto delle elevate giacenze presso gli operatori a fronte di una domanda finale che si è andata indebolendo. Si mantiene sostanzialmente stabile il parco delle autovetture in possesso dei privati, i cui acquisti sono principalmente domanda di sostituzione. La nuova domanda è contenuta

sia dai persistenti vincoli reddituali (il reddito reale è ancora del 6,4% inferiore rispetto al 2007) sia dalle tendenze demografiche che portano ad un progressivo calo ed invecchiamento della popolazione. Le previsioni demografiche di lungo periodo dell'Istat, il cui ultimo aggiornamento è stato diffuso a inizio maggio 2018, confermano il processo di spostamento della popolazione verso le coorti più anziane e la crescita demografica zero per il nostro Paese. Nel 2018 quasi il 23% della popolazione residente è composta da ultra 65enni (era il 15% nel 1990), caratterizzati da una propensione alla mobilità decisamente inferiore rispetto alle classi di età precedenti, anche perché prossimi a uscire dal mercato del lavoro o già pensionati. Se da un lato è vero che l'utilizzo dell'autovettura si va estendendo anche ai più anziani, è quindi pur vero

che la loro percorrenza chilometrica è molto ridotta; ciò comporta una propensione alla sostituzione dell'autovettura minore e nuovi acquisti esigui. Per contro le coorti di giovani neopatentati (classe di età 18-24) si vanno a ridurre: essi nel 2018 rappresentano il 7% della popolazione rispetto all'11% del 1990. Oltre a ridursi in numerica le classi di età più giovani sono state maggiormente colpite dalla crisi e risentono della precarietà del lavoro e di un tasso di disoccupazione più elevato. Infine le nuove generazioni si caratterizzano per nuclei famigliari più piccoli e stili di consumo diversi, con una maggiore propensione all'uso e minore alla proprietà. I dati sul mercato del noleggio di fonte Unrae e le analisi riportate nell'ultimo rapporto Aniasa confermano tali tendenze: nel 2017 si è avuto un nuovo importante balzo in avanti della penetrazione

• Il mercato dell'auto in Italia

	(000 di unità)			(var. %)		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Immatricolazioni (000 di unità)	1.849	1.990	1.932	16,3	7,6	-2,9
Parco circolante (000 di unità)	31.321	31.854	32.318	1,4	1,7	1,5
Tasso di motorizzazione¹	519	529	537	-	-	-
Tasso di motorizzazione qualificato²	759	775	789	-	-	-
Tasso di sostituzione (%)³	4,6	4,7	4,6	-	-	-

¹ Parco auto (per 1000) su popolazione complessiva.

² Parco auto (per 1000) su popolazione in età compresa tra i 18 e i 70 anni.

³ È definito come $(ROTT_t / PARCO_{t-1}) * 100$; ROTT = numero di auto rottamate.

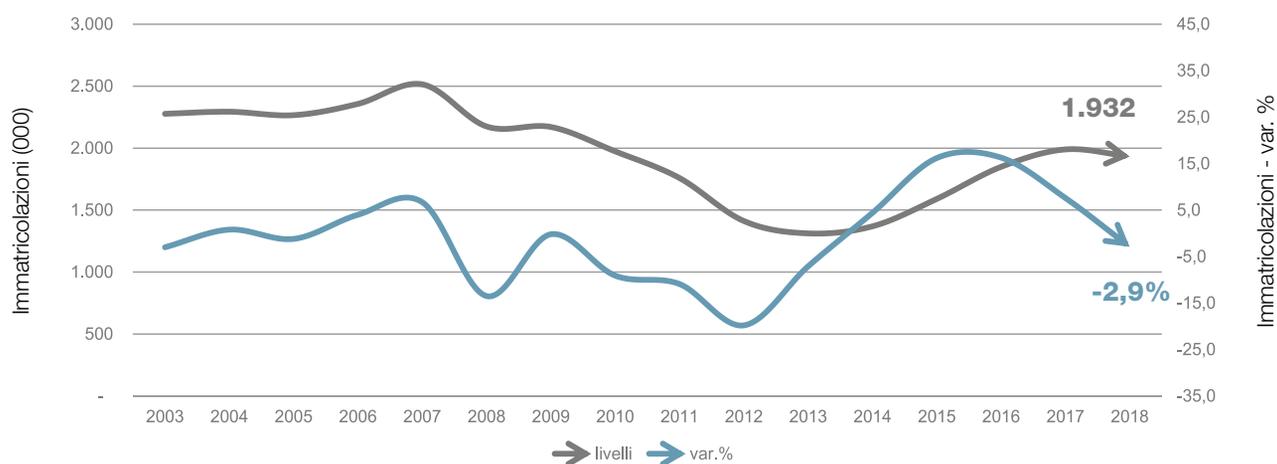
del noleggio a breve, che è passato da circa 7 auto a noleggio ogni 100 acquistate da privati nel 2009 a quasi 16 ogni 100. Inoltre l'associazione di categoria dei noleggiatori nel 2017 ha registrato un ulteriore aumento degli utenti (+21% gli iscritti, +38% gli attivi); la fascia di età prevalente dei clienti è quella tra i 26 e i 35 anni e l'età media dell'utilizzatore è di 36 anni (con bassa penetrazione oltre i 46 anni). In

sintesi, il risollevarsi dei volumi di immatricolato avvenuto negli ultimi anni dopo la Grande Recessione ha potuto portare a una ripresa della crescita dei livelli di circolante ma non è stato sufficiente a invertire il trend di progressivo invecchiamento del parco: secondo i dati Aci più recenti l'età media delle vetture circolanti in Italia ha mostrato un nuovo aumento nel 2017, salendo oltre gli 11 anni. I trend di

parco circolante, in crescita ulteriore, e popolazione, in contrazione, portano a un aumento del tasso di motorizzazione, già situato ai vertici in Europa. Rimane sostanzialmente stabile il tasso di sostituzione, mantenendosi su livelli bassi rispetto allo storico e offrendo al circolante un ricambio non sufficiente a ridurre l'età media delle vetture in parco.

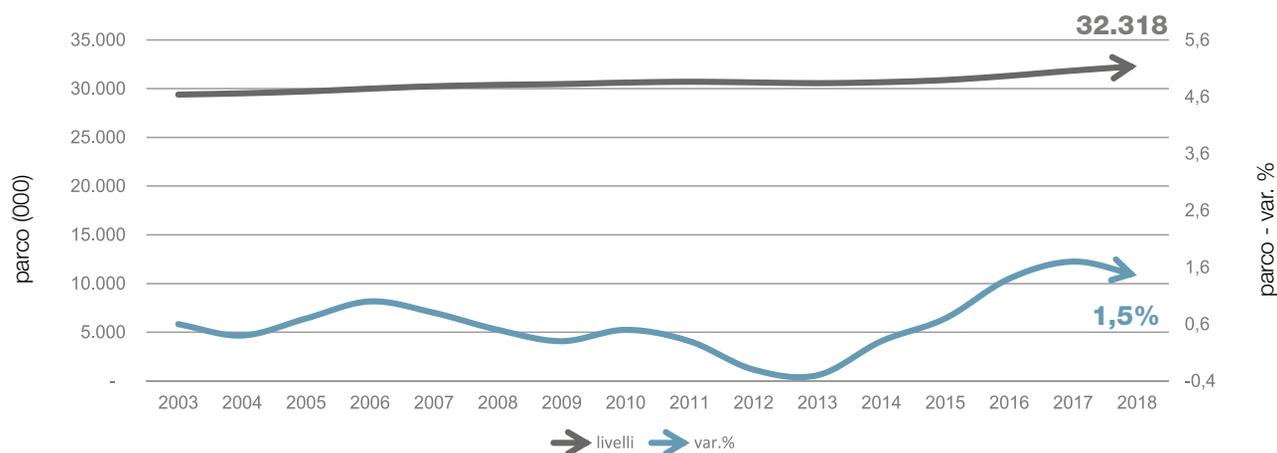


• Immatricolazioni: livelli e variazioni %



fonte: elaborazione Prometeia su dati Aci

• Parco circolante: livelli e variazioni %



fonte: elaborazione Prometeia su dati Aci

LA COMPOSIZIONE DELLE IMMATRICOLAZIONI

Il 2018 è stato caratterizzato da una decisa flessione delle vendite di nuove vetture diesel, trend che è iniziato nel primo trimestre dell'anno, in cui si è osservato un calo modesto (-2% circa), e si è andato acuendo nei periodi successivi, con flessioni a doppia cifra. Nel complesso del 2018 le vendite di auto a gasolio sono risultate in calo di quasi il 10%, dinamica legata ai crescenti vincoli alla circolazione, già imposti e attesi, per questa tipologia di veicoli nei centri urbani. Il tema delle emissioni dei motori diesel è diventato di attualità in seguito al dieseldgate scoppiato nel settembre 2015 e ha portato le case auto, via via, a spostarsi da questa tecnologia a soluzioni meno inquinanti, l'ibrido e l'elettrico

in particolare. La maggior parte dei produttori ha infatti fissato obiettivi in merito che vanno nella direzione, in alcuni casi dell'abbandono del diesel nell'arco di 2-5 anni, in generale del massiccio spostamento dell'offerta sulle motorizzazioni elettriche e ibride, tecnologia su cui si concentreranno gli investimenti del settore nel prossimo futuro. La domanda sta già andando in tale direzione, orientata dalle politiche di offerta delle case, che stanno ampliando la gamma delle vetture con modelli elettrici e ibridi. Le immatricolazioni di questa categoria sono risultate in aumento di oltre il 40% nel 2018, dopo l'incremento attorno al 70% che aveva caratterizzato il 2017. Il tasso è quindi in fisiologico rallentamento ma la penetrazione sulle vendite complessive con-

tinua ad aumentare (dal 3,5 al 5% nel giro dell'ultimo anno). All'interno di questo comparto sono ancora le ibride (ovvero le auto dotate anche di motorizzazione tradizionale, più frequentemente benzina) a dominare la scena, con le vetture elettriche "pure" che si fermano a poche migliaia di nuove immatricolazioni. Queste ultime vetture sono ancora penalizzate, oltre che da un costo elevato rispetto agli analoghi modelli a combustione, da limitazioni in termini di autonomia e da una rete di ricarica che è ancora poco diffusa, ma destinata nei prossimi anni a una significativa espansione. Enel, nel piano e-Mobility Revolution ha indicato come obiettivo la costruzione di 14.000 colonnine di ricarica entro il 2022, l'amministrazione locale di Roma ha

promesso 700 colonnine elettriche entro il 2020 e alcune compagnie petrolifere si stanno muovendo per dotare i propri distributori di punti per la ricarica elettrica. Se la tecnologia alternativa con migliori prospettive di sviluppo sembra essere l'elettrico, ad oggi le immatricolazioni di gpl e metano, nel complesso, sono ancora preponderanti: insieme si posizionano sulle circa 170 mila immatricolazioni nel 2018, a fronte delle meno di 100 mila delle

elettriche e ibride. Il particolare è il gpl nell'ambito delle alimentazioni alternative a coprire la quota maggiore, anche se in calo. Le vendite di queste autovetture, infatti, nel 2018 sono rimaste stabili sui volumi 2017, contro crescite a doppia cifra che oltre all'elettrico-ibrido hanno riguardato anche il metano. Quest'ultimo, dopo anni di forti cali, ha potuto invertire la tendenza recuperando una rappresentatività superiore al 2% sulle immatricolazioni totali

(dell'16,7% nel periodo gennaio-settembre 2018 sulle alternative), grazie all'uscita di nuovi modelli che hanno vivacizzato le vendite. Per chiudere il quadro, nell'ambito delle trazioni tradizionali, la benzina si mantiene in crescita (+4% circa le vendite sull'intero 2018), anche se a un passo decisamente più moderato rispetto alle alimentazioni alternative. La sintesi di queste dinamiche porta a un deciso calo della quota coperta dalle vet-

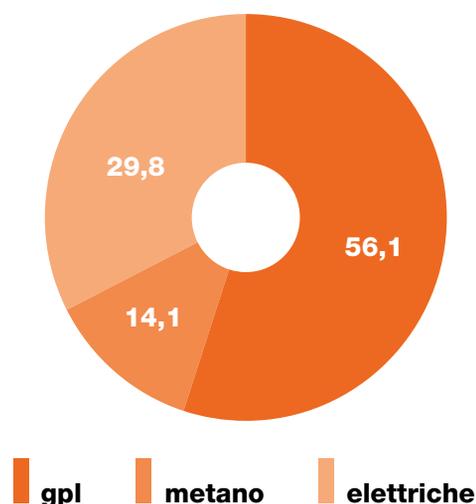
• Quota auto diesel (%)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Sul totale delle immatricolazioni	54,1	55,2	55,7	57,4	56,7	53,7
Sul totale del parco circolante	37,2	37,7	37,8	37,9	37,0	38,1

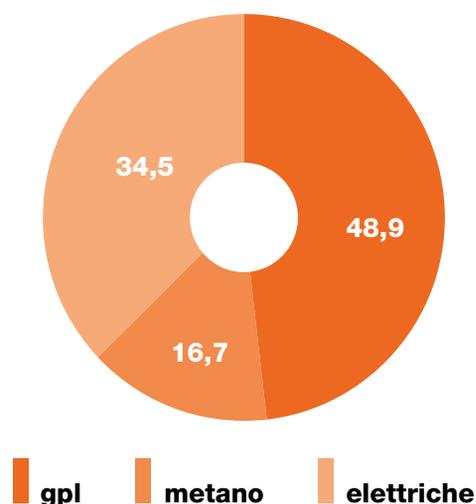
• Il mercato delle auto con alimentazione alternative (gpl, metano, elettriche)

	2013	2014	2015	2016	2017	gen - sett 2017	gen - sett 2018
Immatricolazioni	200.299	219.750	211.932	186.982	231.559	172.838	197.367
Quota % sul totale delle immatricolazioni	15,3	16,1	13,3	10,1	11,6	11,2	13,1

• Immatricolazioni delle auto con altre alimentazioni: quote % 2017



• Immatricolazioni delle auto con altre alimentazioni: quote % gen-sett 2018



ture tradizionali sul complesso del mercato del nuovo: essa scende dall'88% del 2017 all'86% del 2018. Il calo è soprattutto imputabile alla discesa della quota del diesel, già iniziata nel 2017 e in accelerazione nel 2018. Tale andamento del nuovo porta il parco circolante a gasolio a stabilizzarsi in termini di incidenza sul parco circolante complessivo (38,1%). Passando ad esaminare la composizione delle vendite di autovetture per classe di cilindrata emergono andamenti diversificati per i diversi comparti. In particolare a un deciso calo della classe di cilindrata 1051-1300

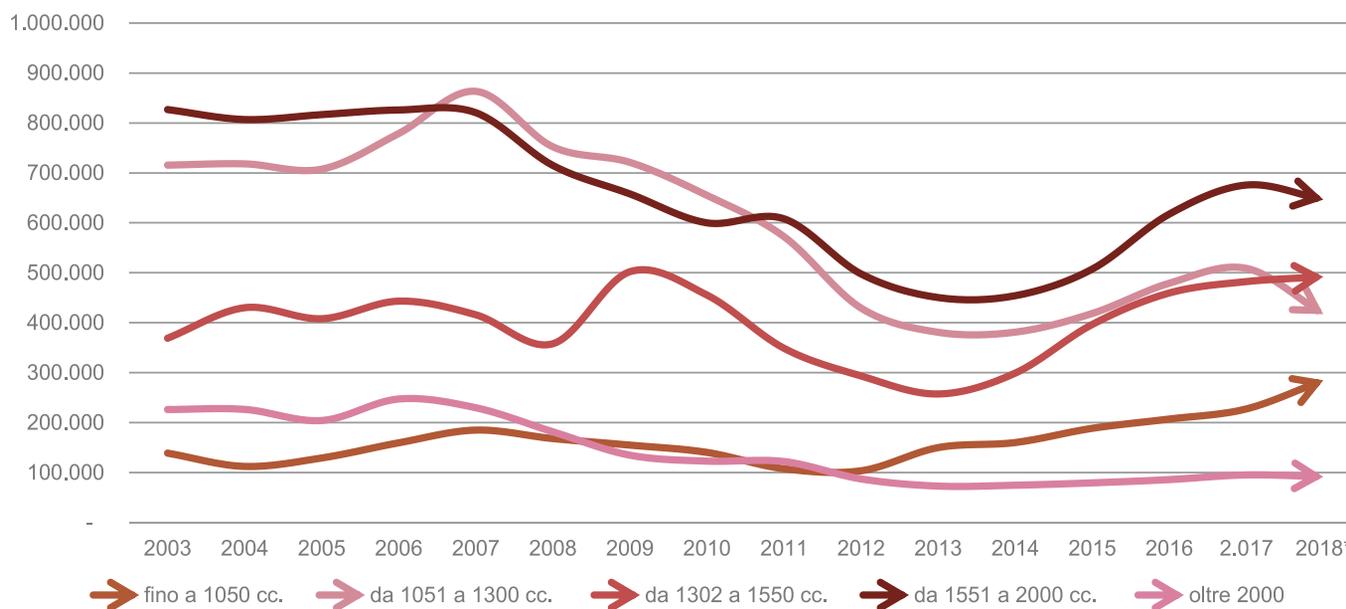
fa da contraltare un incremento significativo della prima classe; più stabili i volumi degli altri segmenti. Nonostante la ripresa dei redditi delle famiglie e una domanda rivolta alle vetture "premium", in particolare quelle con carrozzeria suv e crossover, che si è mantenuta più vivace della media del mercato, non si è verificato uno spostamento a vantaggio delle vetture con cilindrata maggiore. Ciò è probabilmente dovuto sia a un contesto che rimane incerto, con un calo della ricchezza reale detenuta dalle famiglie, sia a dinamiche di offerta. Le uscite di nuovi modelli e le prefe-

renze dei consumatori si concentrano, infatti, sui fuoristrada di minore cilindrata, con uno spostamento di quote nell'ambito del mercato "premium" a vantaggio della "fascia bassa" di vetture. Guardando gli andamenti degli ultimi anni storici è evidente il trend di recupero che ha caratterizzato le vetture di media cilindrata (tra 1301 e 1550), che si mantengono in crescita anche nel 2018. In decisa crescita, anche rispetto ai volumi storici, le "piccole" in un contesto di bisogno di sostituzione della vettura con vincoli di reddito che persistono.

• Le immatricolazioni per cilindrata

	2017	2018	Var. %
Fino a 1050 cc	227.429	284.830	25,2
Da 1051 a 1300 cc	508.936	417.200	-18,0
Da 1301 a 1550 cc	482.371	492.046	2,0
Da 1551 a 2000 cc	675.736	646.492	-4,3
Oltre 2000 cc	95.316	91.684	-3,8
Totale	1.989.788	1.932.252	-2,9

• L'evoluzione delle immatricolazioni per cilindrata



*stima basata sui dati rilevati fino a settembre 2018



IL MERCATO FAMIGLIE E IL MERCATO AZIENDE

Nel 2018 la domanda di autovetture nuove da parte delle famiglie mostra un'ulteriore contrazione, dopo l'1,8% del 2017, in peggioramento (-3,5% in termini di veicoli immatricolati). Il dato negativo era nelle attese, dopo il deciso recupero delle sostituzioni di auto rimandate con la crisi avvenuto negli scorsi anni. La spesa delle famiglie in beni durevoli, ancora compressa da redditi in miglioramento ma su livelli reali decisamente inferiori al pre-crisi, viene assorbita in misura crescente dai durevoli per la casa, sostenuti dalla presenza di incentivi e dalla ripresa del mercato immobiliare. Occorre inoltre tenere conto, nell'interpretare il dato negativo sulle vendite di nuovo, che una quota crescente di

domanda dei privati si rivolge al canale dell'usato, sostenuto dalla vivace offerta di modelli a km0, a prezzi vantaggiosi. Le vetture immatricolate direttamente dagli operatori del mercato, le cosiddette autoimmatricolazioni, si sono infatti mantenute su livelli particolarmente alti anche nel corso del 2018, dopo i record 2017. Il 2018 chiude quindi con poco più di un milione di unità vendute a privati, un livello ancora decisamente inferiore a quello pre-crisi (circa 750 mila auto in meno). La brusca revisione nei livelli di immatricolato è frutto di diversi fattori e difficilmente potrà essere del tutto recuperata, dato che alla base ci sono anche dinamiche strutturali. Un primo fattore è il drastico calo dei redditi, ancora sotto di oltre il 6% rispetto al 2007, vincolo aggravato

dal ripiegamento della ricchezza netta delle famiglie nel 2018 in termini reali, a causa di un ulteriore calo della componente abitativa e della flessione di quella finanziaria per la prima volta dal 2011 dato l'andamento dei prezzi delle attività finanziarie. Un altro fattore che influisce sulle performance del mercato delle vendite a privati è il dinamismo che connota le offerte alternative alla vettura nuova; oltre al già citato vivace mercato dell'usato si fa riferimento alla diffusione di forme di noleggio a lungo termine, con proposte di canoni mensili ormai accessibili, che consentono di evitare il grande esborso economico che richiederebbe l'acquisto, in un momento di forte incertezza. L'incertezza cui ci si riferisce non è solo quella economica ma anche quella lega-

ta al tipo di vettura da acquistare, nell'ottica di fronteggiare i sempre più pressanti vincoli alle emissioni attesi per i prossimi anni. A diffondersi come alternativa all'acquisto, infine, è anche il car sharing che sta velocemente prendendo piede nei grandi centri cittadini che, unitamente al bike sharing e all'offerta di mezzi pubblici, permette di rinunciare all'acquisto della vettura di proprietà per l'uso urbano. Non ultimo incide il fattore demogra-

fico: la contrazione nella popolazione totale e il suo progressivo invecchiamento portano a impatti negativi sia sulla domanda di sostituzione (gli anziani hanno percorrenze chilometriche minori e quindi sostituiscono l'auto con minor frequenza) sia sulla domanda di nuovo (via riduzione delle coorti di neopatentati). Le vendite alle aziende, dopo le crescite superiori al 20% che hanno caratterizzato il biennio 2016-'17, grazie anche al sostegno

del Superammortamento, ripiegano nel 2018 (-2,2% in unità). Al risultato contribuisce un assestamento del fenomeno delle km0 che contiene le immatricolazioni a società, dopo i livelli record raggiunti nel 2017, un calo delle immatricolazioni da parte delle aziende di noleggio a breve termine, nonostante la vivacità del mercato turistico, che segue però anni di crescite molto significative, e una crescita che prosegue, anche se in attenuazione col veni-

• Le immatricolazioni per segmento di clientela (000 di unità e var. %)

	(000 di unità)			(var. %)		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Famiglie	1.142	1.122	1.083	13,1	-1,8	-3,5
Aziende	707	868	849	21,9	22,8	-2,2

re a mancare degli incentivi, delle registrazioni di nuove autovetture destinate al noleggio a lungo termine. È quest'ultimo quindi il comparto più dinamico tra quelli business, che ha le maggiori potenzialità di crescita anche nel prossimo futuro, grazie all'espansione sulla clientela privata e le PMI. Nel complesso le immatricolazioni di persone giuridiche si

situano sulle 850 mila unità nel 2018, pari a circa il 44% del totale. Il mercato delle famiglie a valore ha mostrato una maggior tenuta (-2,1%) grazie a prezzi medi in aumento a un passo leggermente superiore all'inflazione generale. L'aumento dei prezzi è legato anche ai forti investimenti che le case stanno mettendo in campo per adeguare le vetture ai

vincoli ambientali e estendere la gamma modelli alle nuove tecnologie. Scende la quota dei consumi in autovetture sia sul totale delle spese in durevoli sia sui consumi totali in quanto, dopo il forte recupero delle sostituzioni che ha caratterizzato gli anni scorsi, nel 2018 i redditi sono stati dirottati maggiormente su altri beni durevoli.

• Il valore del mercato famiglie (mln. di Euro)

	2016	2017	2018
Valore (livelli)	18.112	17.947	17.573
Valore (var. %)	14,0	-0,9	-2,1
Quota % su consumi durevoli	23,1	21,9	21,1
Quota % su consumi totali	1,8	1,7	1,6

AUTO USATE

Il mercato dell'usato mostra un rallentamento rispetto al 2017, quando aveva ricevuto un forte sostegno dalle vetture immesse sul mercato a km0. I volumi di vendita si mantengono in crescita attorno al 3%, a fronte di un calo delle compravendite di auto nuove. L'incertezza sulla situazione economica, redditi che non hanno ancora recuperato quanto perso con la crisi e incisive politiche promozionali stanno avvantaggiando questo canale rispetto al nuovo, portando a un incremento della sua rilevanza sul totale della domanda dei privati.

Il 2018 chiude in positivo per le vendite di vetture usate, che registrano una crescita a volume del 3% a fronte di una contrazione dell'immatricolato di auto nuove. Il mercato, pur mostrando un rallentamento rispetto al 2017, quando la domanda era stata sostenuta da un'immissione record di vetture a km0, ha potuto mantenere un'intonazione positiva agevolato dal contesto di incertezza economica che ha frenato le vendite di nuovo. Redditi delle famiglie che non hanno ancora recuperato in termini reali i livelli pre-crisi, po-

litiche promozionali che si mantengono particolarmente aggressive sulle vetture usate, un'offerta vivacizzata sia dal segmento delle km0 sia dalle vetture provenienti dal noleggio stanno avvantaggiando questo canale rispetto al nuovo, portando a un ulteriore incremento della sua rilevanza sul totale della domanda dei privati. A livello di offerta, in particolare, si consideri che circa il 60% delle autoimmatricolazioni effettuate da case e concessionari viene venduto sul canale dell'usato a clientela privata. Si tratta di auto equiparabili al nuovo ma accessibili per il cliente a prezzi interes-

santi. Un altro aspetto, che sorprende, è che se sul mercato del nuovo si sta registrando un "abbandono" del diesel, questo non è vero sul mercato dell'usato, dove le compravendite di auto a gasolio si mantengono in crescita, in quanto caratterizzate da un elevato valore residuo e affidabilità, dato l'alto chilometraggio da esse garantito. Occorrerà vedere se nei prossimi anni tale trend verrà invertito dai provvedimenti restrittivi sempre più diffusi sul diesel. Ad oggi il mercato dell'usato è toccato in maniera marginale dalle novità tecnologiche. L'anzianità media delle vetture trasferite

• Il mercato dell'auto usata in Italia

	2016	2017	2018
N° pezzi (000 unità)	2.633	2.774	2.863
Valore (mln di Euro)	17.261	18.306	18.945

è, infatti, di poco meno di 9 anni: se da un lato negli anni recenti c'è stato un forte incremento di vetture 'giovani' (da 1 a 2 anni di età o immatricolate nello stesso anno) derivante dal sostanzioso volume di km0, per contro si è ridotta la quota delle vetture con età intermedia e sono aumentati i trasferimenti di auto più anziane, con oltre 10 anni di età, che rappresentano il 40% circa del totale delle compravendite, destinate per l'80% a soggetti privati.

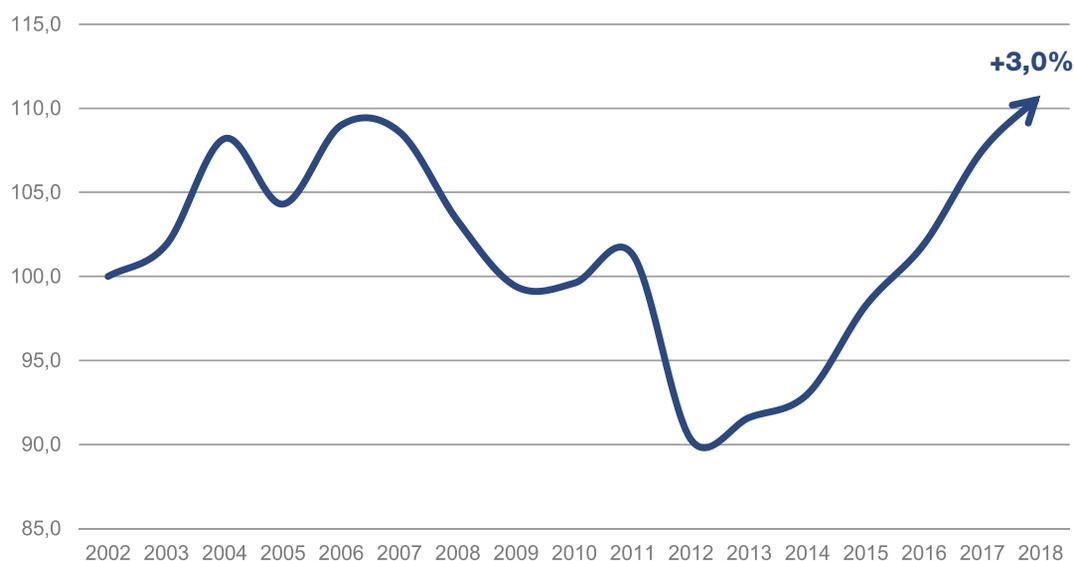
I dati disponibili sul 2018, relativi ai primi sei mesi, indicano che a crescere sono gli scambi tra società e privati, a confermare come la vivacità del mercato sia attribuibile all'immissione sul mercato dell'auto usata di vetture a km0 e provenienti dal noleggio. Le compravendite tra privati sono invece stabili sui livelli del 2017. I passaggi di proprietà di vetture usate nel 2018 hanno superato i 2.8 milioni, e rappresentano quasi il 73% del totale del-

le auto acquistate dalle famiglie in termini di volumi e del 52% a valore, per il minor costo medio unitario della vettura usata i cui prezzi medi si sono mantenuti stabili nel 2018 grazie alle politiche promozionali vivaci. Il superamento del valore di mercato dell'usato rispetto al nuovo, già osservato nel 2017, quindi si consolida con le dinamiche del 2018.

• Il mercato dell'auto usata in Italia – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2016	3,7	0,8	4,8
2017	5,5	0,7	6,1
2018	3,0	0,3	3,5

• Il mercato delle auto usate- L'andamento dei volumi di vendita





MOTOCICLI

Le immatricolazioni di moto targate si mantengono in crescita nel 2018, a un tasso in linea con il 2017, grazie a redditi che hanno proseguito su un percorso positivo e agli ulteriori miglioramenti sul mercato del lavoro. I ciclomotori, dopo il leggero recupero dei volumi sperimentato nel 2017, hanno intrapreso nuovamente un trend di significativa riduzione.

LA STRUTTURA DEL MERCATO: IMMATICOLAZIONI E PARCO

Nel 2018 la domanda complessiva di moto a volume ha registrato un incremento del 3,4%, in rallentamento rispetto al 2017 a causa del nuovo trend negativo che ha caratterizzato i ciclomotori, dopo il leggero recupero dei volumi sperimentato nel 2017, a fronte di un mercato delle due ruote targate che si è mantenuto dinamico. Grazie a una domanda che si è mantenuta in crescita anche il parco circolante di due ruote ha sperimentato un aumento, pari allo 0,3% nel complesso, risultato di un aumento del circolante targato e di un ulteriore calo del parco dei ciclomotori. Le vendite di ciclomotori, dopo i dati positivi che hanno caratterizzato il 2017 interrompendo un trend di calo partito all'inizio degli anni duemila con la progressiva sostituzione di questi mezzi con gli scooter targati, hanno nuovamente virato in negativo. Il calo delle consegne di cinquantini nel 2018 è a doppia cifra e porta i volumi su un nuovo minimo

(poco più di 21 mila unità). La crescita del 2017 era stata resa possibile dai nuovi servizi di scooter sharing avviati in alcune grandi città. In particolare a Roma nel corso del 2017 è stato attivato il servizio di noleggio di ciclomotori elettrici, con una dotazione di circa 250 mezzi. La crescita attesa per questi servizi nei prossimi anni dovrebbe poter sostenere le vendite del comparto, ma nel 2018 non è stata tale da invertire il trend di contrazione legato all'assottigliamento del bacino di clientela privata. Anche nel contesto di ripresa economica che sta sostenendo la domanda di due ruote, infatti, i ciclomotori perdono volumi per diversi fattori: la sostituzione con i mezzi targati, che hanno progressivamente sottratto utenti maggiorenni ai 'cinquantini' godendo del vantaggio dell'utilizzo anche per spostamenti extra-urbani con costi di acquisto e uso non significativamente diversi, e la riduzione della clientela più giovane sia per motivi demografici (riduzione progressiva del

tasso di natalità che ha portato ad assottigliare il bacino di popolazione nelle classi di età sotto i 18 anni) sia di preferenze mutate. La domanda del segmento è stata di recente vivacizzata dalla presenza di nuovi mezzi a propulsione elettrica. Scorrendo la classifica dei modelli più venduti nel 2018, dopo i classici scooter Piaggio e Aprilia, si trovano i primi modelli elettrici. Nei mesi finali dell'anno è uscita la versione elettrica della Vespa, destinata a un probabile futuro successo. Se la soluzione della mobilità elettrica nei centri urbani sembra vincente, a frenare il mercato dei ciclomotori è il costo elevato di tali mezzi, rispetto alle concorrenti e-bike che godono di un costo d'acquisto e di utilizzo (non necessitano di assicurazione) decisamente vantaggioso. Le vendite di bici elettriche si sono posizionate nel 2017 su livelli prossimi ai 150 mila pezzi, in nuova forte crescita rispetto al 2016 (dati di fonte Ancma). Le stesse aziende motociclistiche stanno investendo su

• Il mercato dei ciclomotori in Italia

	2016	2017	2018
Vendite (unità)	23.253	23.876	21.176
Parco circolante (unità)	2.011.963	1.956.499	1.903.572
Tasso di motorizzazione qualificato¹	52	51	49
Tasso di sostituzione (%)²	4,1	3,9	3,8

¹ Parco moto (per 1000) su popolazione in età compresa tra i 15 e i 64 anni.

² È definito come $(\text{ROTT}_t / \text{PARCO}_{t-1}) * 100$; ROTTE = numero di ciclomotori rottamati.

• Dinamica della domanda di ciclomotori in Italia

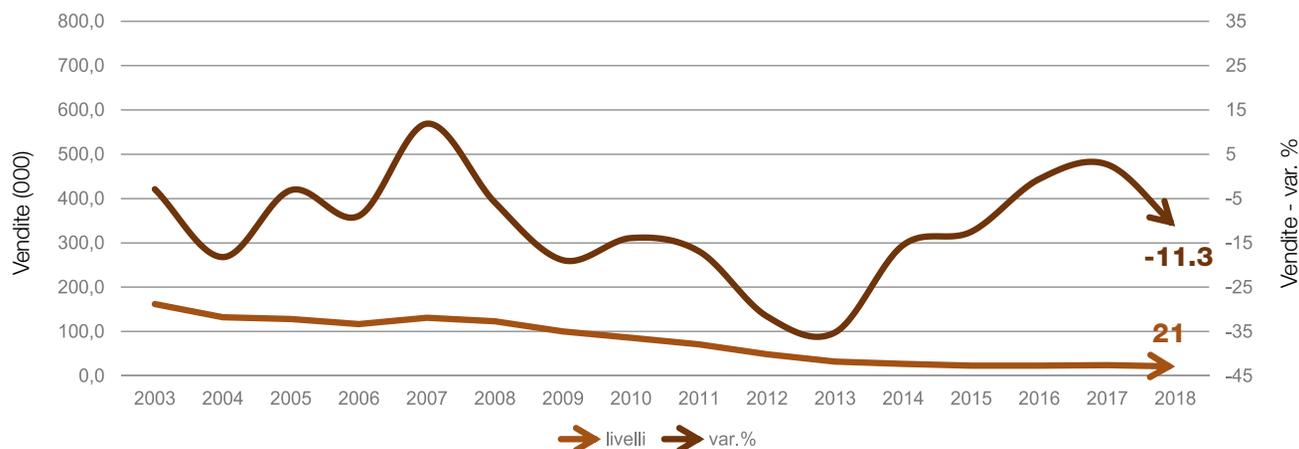
	2016	2017	2018
Vendite (var. %)	-0,6	2,7	-11,3
Parco circolante (var. %)	-3,0	-2,8	-2,7

tale tipologia di veicoli, che rappresenta una soluzione di successo per gli spostamenti cittadini, con una velocità sostenuta (25 km/h), il vantaggio di non essere soggette all'obbligo di casco e l'accesso nelle zone a traffico limi-

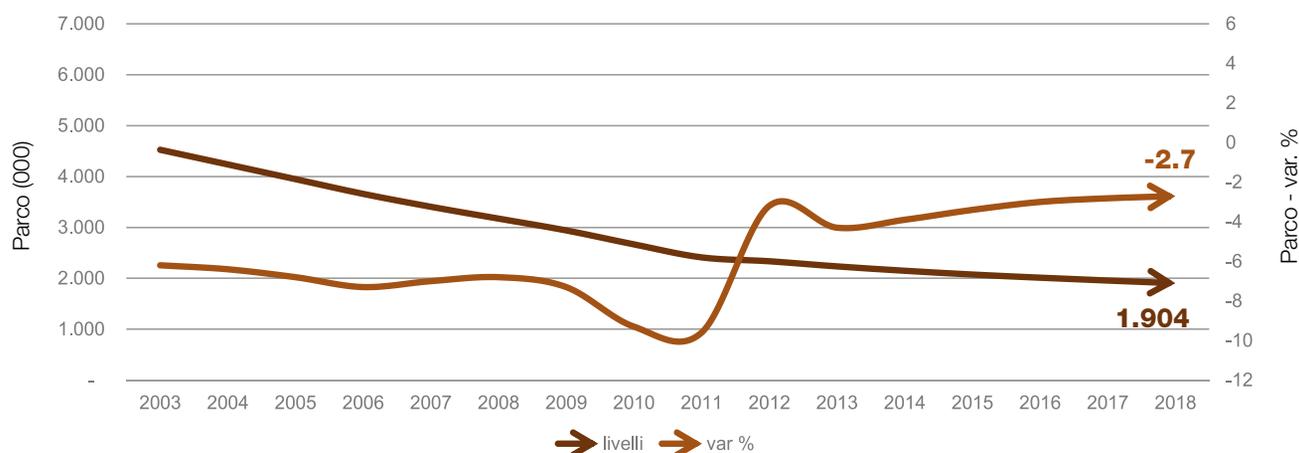
tato. Prosegue il trend di riduzione del parco circolante dei ciclomotori, a tassi in fisiologico contenimento. Le consegne di nuovi motorini sono posizionate su livelli di minimo storico, a segnalare sia una nuova domanda partico-

lamente debole sia un tasso di sostituzione dei vecchi mezzi in ulteriore calo, nonostante l'età media elevata del parco circolante. Il tasso di motorizzazione qualificato scende sotto i 50 ciclomotori ogni 1000 abitanti.

• Vendite ciclomotori (livelli e variazioni %)



• Parco circolante ciclomotori (livelli e variazioni %)



Nel 2018 la domanda di moto targate ha proseguito il suo recupero, su un trend di crescita analogo al 2017. Le immatricolazioni a volume sono nel complesso aumentate del 5,2%, posizionandosi sui 215 mila pezzi. Il recupero del mercato è proseguito grazie a redditi delle famiglie che sono rimasti intonati positivamente, crescendo dell'1% in termini reali nonostante un'inflazione in ripresa. Si tratta di un mercato che resta dimezzato rispetto agli anni d'oro pre-crisi, quando per dieci anni di fila si sono targati 500 mila pez-

zi. Il ridimensionamento dei volumi, legato in primis alla crisi, è condizionato anche da altre tendenze che hanno portato ad assottigliare il bacino di clientela delle due ruote, come già indicato in merito ai cinquantenni. Ci si riferisce all'invecchiamento della popolazione e al mutare delle preferenze dei consumatori, che si stanno spostando su tipologie di mobilità alternativa nei centri urbani (biciclette, in particolar modo elettriche, e veicoli in sharing). I crescenti vincoli ambientali alla circolazione nei centri urbani portano a un aumento del tasso di sostituzione, che torna sul 2,1% nel

2018. Il parco circolante mantiene un passo di incremento in linea con il 2017, con un tasso di motorizzazione qualificato che, complice anche il trend di riduzione demografica nelle coorti esaminate, sperimenta un ulteriore incremento. Dagli andamenti di lungo periodo si può apprezzare quanto il mercato sia ancora distante dai livelli di immatricolato pre-crisi e come si sia andata appiattendolo la curva di crescita del circolante, nonostante una diffusione ancora limitata.

• Il mercato delle moto in Italia

	2016	2017	2018
Immatricolazioni (unità)	193.697	203.978	214.489
Parco circolante (unità)	6.274.956	6.357.827	6.439.607
Tasso di motorizzazione qualificato¹	175	178	180
Tasso di sostituzione (%)²	2,1	1,9	2,1

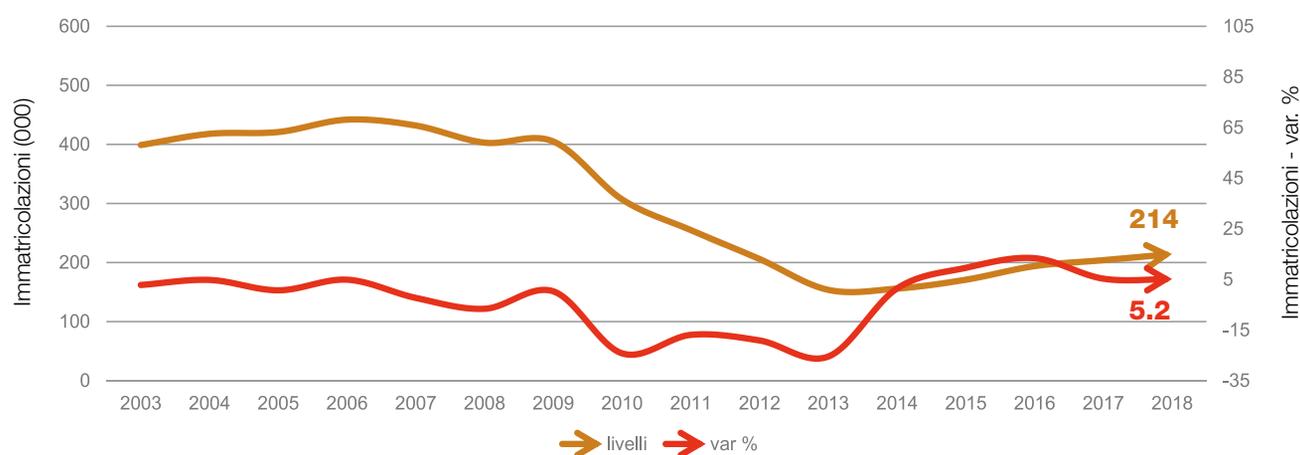
• Dinamica della domanda di moto in Italia

	2016	2017	2018
Immatricolazioni (var. %)	13,3	5,3	5,2
Parco circolante (var. %)	1,1	1,3	1,3

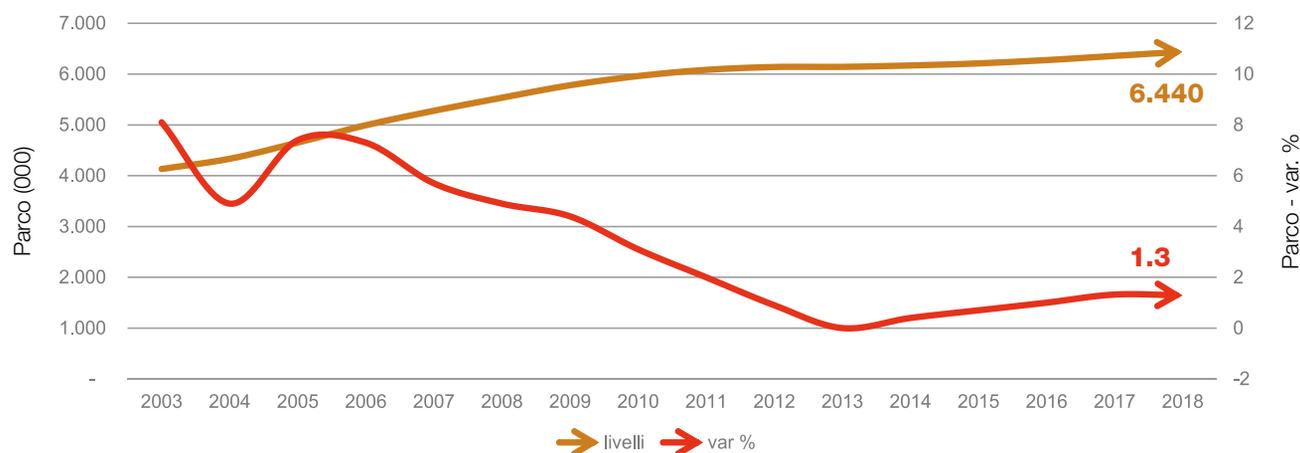
¹ Parco moto (per 1000) su popolazione in età compresa tra i 20 e i 64 anni.

² È definito come $(ROTT_t / PARCO_{t-1}) * 100$; ROTT = numero di motocicli rottamati.

• Vendite moto (livelli e variazioni %)



• Parco circolante moto (livelli e variazioni %)





Lofferta delle case si conferma vivace nei segmenti delle moto sportive ed enduro di media cilindrata, che hanno mostrato gli incrementi maggiori delle vendite nel 2018. In buona crescita anche i modelli naked, a fronte di una stabilità per le moto da turismo. Hanno scaraggiato i nuovi modelli proposti dalle case nel settore degli scooter, che infatti hanno

mostrato un rallentamento delle immatricolazioni rispetto al 2017. Gli andamenti delle immatricolazioni per classi di cilindrata sono risultati piuttosto differenziati: dopo anni in cui le crescite si erano concentrate sulle due ruote di cilindrata maggiore, nel 2018 i volumi di 500cc e oltre sono in lieve calo mentre le crescite si concentrano sulle moto più piccole, in particolare nel segmento da 251 a 500 cc.

Nel 2018 la quota dei ciclomotori scende al 9% sul totale delle immatricolazioni, a fronte di un'espansione della rappresentatività delle classi da 51 a 750. Un incremento dei prezzi di acquisto nel 2018, particolarmente forte per le due ruote di cilindrata maggiore e pari a circa l'1% per la media dei motoveicoli, in rallentamento rispetto al 2017, ha portato le vendite a valore ad aumentare del 6,2%.

• Composizione delle immatricolazioni



• Il valore del mercato totale, ciclomotori + moto (mln. di Euro)

	2016	2017	2018
valore (livelli)	1.418	1.550	1.646
Valore (var %)	14,3	9,3	6,2



CAMPER

La domanda di camper nel 2018 mostra un'ulteriore crescita, grazie a redditi delle famiglie che si sono mantenuti in recupero, favorendo la domanda di turismo e di beni ad esso correlati. Dall'ultima indagine Istat sui viaggi e vacanze degli italiani, su dati 2017, emerge un'incidenza crescente del camper come mezzo utilizzato per gli spostamenti, in particolar modo per i viaggi brevi (1-3 notti).

S secondo le stime più recenti fornite dall'Eurostat nel 2016 il 9% dei turisti in viaggio in Europa ha alloggiato in campeggi e aree di sosta per caravan e autocaravan, a testimoniare la vivacità del mercato del turismo in libertà. In particolare, l'Italia è al quarto posto tra le destinazioni privilegiate da questa forma di turismo, dietro a Francia, Regno Unito e Germania. Tornando al nostro paese, sulla base dei dati diffusi dall'Associazione Produttori Camper e Caravan (APC), nel 2016 quasi 8.4 milioni di turisti, italiani e stranieri, hanno scelto di visitare il paese in camper, caravan o tenda, una percentuale pari a circa il 7%

degli arrivi totali nella nostra Penisola, in incremento del 3,7% rispetto al 2015. La più recente indagine Istat sui viaggi e vacanze degli italiani, riferita al 2017, mostra che dopo il buon recupero del 2016, il numero di viaggi con pernottamento effettuati dai residenti si è mantenuto sostanzialmente stabile con andamenti contrapposti tra quelli a motivazione leisure, che hanno continuato a incrementarsi a dimostrazione che l'uscita dalla crisi ha ridato stimolo alla domanda di turismo degli italiani, e quelli legati a motivi lavorativi, in calo. In un generale contesto di ripresa del numero di viaggi turistici l'Istat rileva una percentuale di quelli effettuati in camper in aumento mo-

desto (da 1,4 su cento nel 2016 a 1,5 nel 2017) ma con una ricomposizione a vantaggio delle vacanze brevi (da 1 a 3 notti), per cui la quota è salita dall'1,7% al 2,2%. Per i viaggi più lunghi si è registrata una crescita sia dell'autovettura sia del pullman, che ha rubato quote al treno grazie alle crescenti offerte di trasferimenti low cost con questo mezzo di trasporto. Sulla base del Rapporto Apc, nel 2017 all'incremento delle vendite di nuovo ha fatto da contraltare un calo dei trasferimenti di proprietà di caravan usati (-4,2%). Il mercato del nuovo ha tratto sostegno dagli incentivi, varati con decreto attuativo a novembre 2016, che prevedevano un bonus di 8 mila

euro per l'acquisto di un veicolo Euro 5 a fronte della rottamazione dei vecchi camper, valido anche per la prima parte del 2017. La presenza dell'incentivo ha quindi avvantaggiato gli acquisti di nuovi veicoli a discapito

delle compravendite di usato, agevolando un po' di rinnovo del parco circolante, che rimane tuttavia decisamente anziano. A fine 2017, infatti, quasi il 64% dei mezzi circolanti ha più di 10 anni di età, di cui un 18% circa

ha un'anzianità superiore ai venti anni. Il nord Italia si conferma il principale bacino di utenza del settore, con quasi il 60% del mercato totale (in termini di immatricolazioni e trasferimenti di proprietà).

• Il mercato dei camper in Italia

	2016	2017	2018
N° pezzi (000 unità)	3.386	4.124	4.828
Valore (mln di Euro)	158	195	232

Nel 2018 la domanda di nuovi camper in Italia si è mantenuta in crescita, a un tasso del 17% circa a volume, grazie al proseguire del recupero dei redditi delle famiglie che ha ali-

mentato la domanda di turismo e di beni ad esso correlati. Rispetto al 2017 si è osservato un rallentamento, che trova giustificazione sia nella minor crescita della spesa delle famiglie

rispetto al 2017 (da 1,4% a 0,9% in termini reali) sia nello scadere degli incentivi stanziati dalla Legge di Stabilità 2016.

• Il mercato dei camper in Italia – Variazioni %

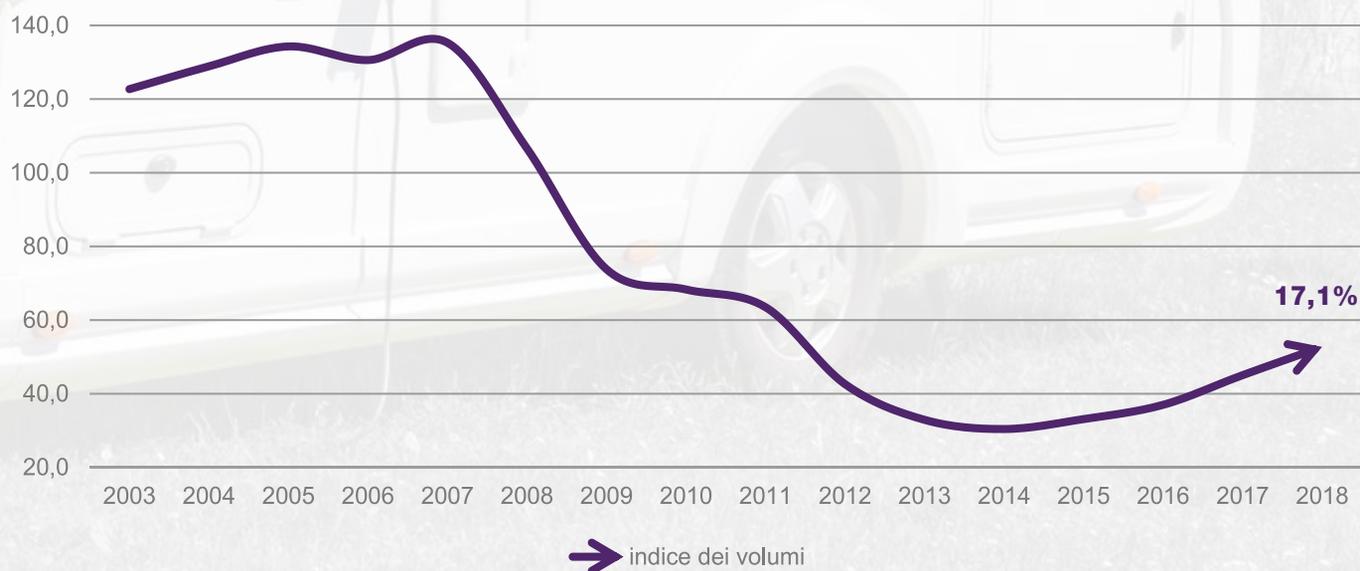
	Volumi	Prezzi	Valore
2016	11,7	2,3	14,3
2017	21,8	1,3	23,4
2018	17,1	1,7	19,0

Il mercato si situa su un livello prossimo ai 5 mila pezzi, volumi che se valorizzati portano ad un incremento rispetto al 2017 del 19%. I

prezzi medi dei camper sono infatti aumentati dell'1,7% nel 2018, ad un tasso maggiore dell'inflazione generale e in accelerazione ri-

spetto all'anno precedente.

• Il mercato dei camper - L'andamento dei volumi di vendita



LA SPESA PER LA CASA

La spesa dei beni durevoli per la casa rafforza la crescita sul fatturato, grazie all'accelerazione dei prezzi, mentre i volumi di vendita tornano in territorio negativo. All'interno dell'aggregato di spesa le performance risultano eterogenee. I contributi positivi alla crescita si concentrano nel mobile e soprattutto nella telefonia, mentre tutti gli altri comparti forniscono un contributo negativo, in ragione di un calo del giro di affari. L'evoluzione del mercato è trainata dalle performance del comparto della telefonia, in cui gli smartphone mostrano importanti progressi del fatturato, ma risultati negativi in termini di volumi che compensano la dinamica positiva del mobile. Trasversale a quasi tutti comparti, si osserva un rilevante contributo dell'on line e dei prodotti innovativi, performanti e smart.

La spesa per beni durevoli per la casa (mobili, elettrodomestici, telefonia, fotografia, elettronica di consumo, information technology e bricolage) accelera la crescita sul fatturato (+2% nel 2018), grazie esclusivamente

al rafforzamento dei prezzi; i volumi, invece, mostrano un calo (-0,6%), dopo la contenuta ripresa del 2017. In termini di fatturato, nel 2018, la spesa per la casa si mostrerà più dinamica di quella per la mobilità, stimata invece in rallentamento rispetto al trend dello

scorso anno. All'interno del mercato, tuttavia, le performance risultano eterogenee. I contributi positivi alla crescita si concentrano nel mobile e soprattutto della telefonia, mentre tutti gli altri comparti forniscono un contributo negativo, in ragione di un calo del giro di affari.

• La spesa (famiglie) per la casa – Valore (mln di Euro)

Valore 2016	Valore 2017	Valore 2018
33.238	33.483	34.158

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology e ISTAT

• La spesa (famiglie) per la casa – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2016	-0,8	3,9	3,0
2017	0,4	0,4	0,7
2018	-0,6	2,7	2,0

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology e ISTAT

Il comparto del mobile, in particolare, fornisce un contributo positivo sia in volume sia in valore (+1,8% nel 2018), in un contesto di miglioramento dei redditi, di proroga del bonus fiscale e di ripresa del mercato immobiliare. Il settore della “telefonia”, invece, fornisce il maggiore sostegno alla dinamica della spesa a valore, grazie a importanti progressi del fatturato (+10,6% nel 2018), sostenuti da prezzi medi in crescita, ma contestualmente condiziona negativamente l'evoluzione dei volumi, stimati in calo, a riflesso del buon grado di diffusione raggiunto dagli smartphone, prodotto che rappresenta l'88% del fatturato del mercato. Il settore beneficia soprattutto delle positive performance degli smartphone, sostenute dalla domanda di modelli del segmento premium, e riceve un sostegno anche

dalla crescita dei prodotti di nicchia, quali le cuffie ed i “dispositivi indossabili” (che rappresentano tra il 2 e il 3% del giro di affari del settore). Tutti gli altri comparti dell'aggregato Tecnologia consumer, invece, forniscono un contributo negativo all'evoluzione del mercato della spesa per la casa. I comparti degli elettrodomestici (grandi e piccoli) mostrano un calo delle vendite, scontando soprattutto i risultati negativi dei grandi elettrodomestici a fronte di una migliore tenuta per i piccoli. Innovazione, design, multifunzionalità e connessione sostengono tuttavia in crescita la fascia premium ed i prodotti di nicchia. Il settore dell'home comfort torna in territorio negativo sia in termini di fatturato sia sui volumi di vendite, in ragione del confronto con le ottime performance del 2017, trainate da

condizioni climatiche estive eccezionali. Migliore la dinamica dei prodotti innovativi, performanti e smart, che soddisfano le richieste dei consumatori in termini di risparmio energetico e della normativa che regola il settore. Il comparto dell'IT famiglie continua ad essere penalizzato dal segmento dei tablet e dai pc portatili, la cui domanda si sta assestando dopo la crescita sperimentata nel 2016 per necessità di sostituzione del parco; monitor, stampati e input device legati al gaming forniscono un contributo positivo al settore, limitando la caduta sia sul fatturato sia sui volumi venduti. All'interno del comparto si conferma rilevante il contributo dell'on line, dei prodotti con prestazioni ed esperienze d'uso elevate e dei dispositivi premium.

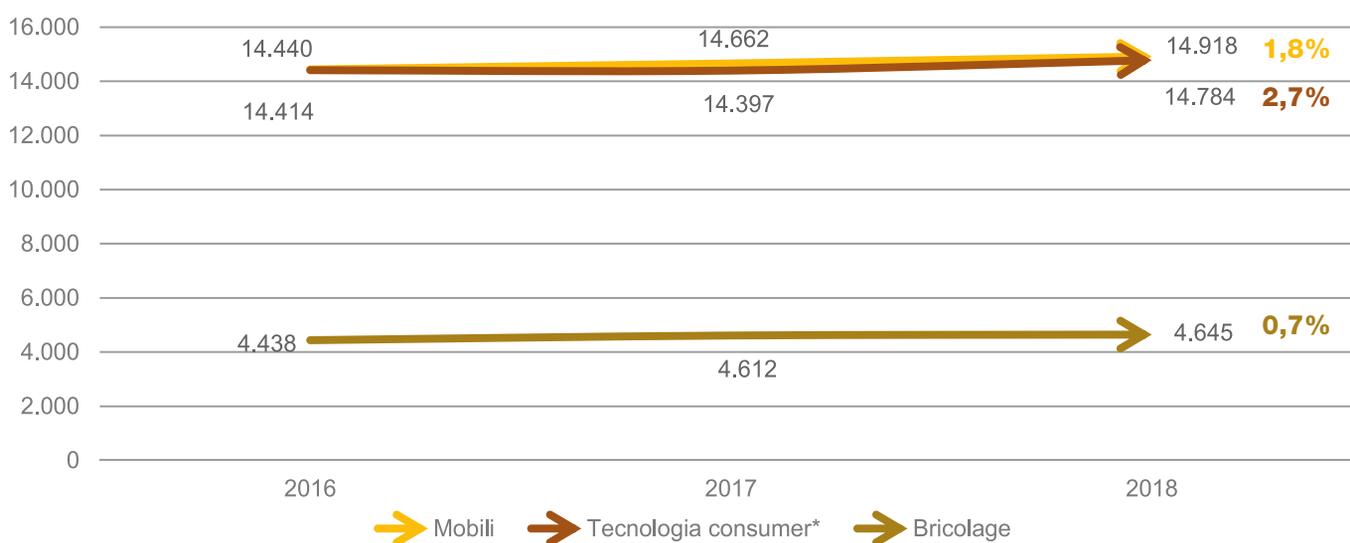


Il mercato dell'elettronica di consumo, invece, continua ad essere condizionato dai risultati negativi del segmento tv, che rappresenta l'86% del fatturato. Nonostante gli importanti progressi dell'on line e delle vendite di tv smart e con schermi di maggiori dimensioni, il segmento non riesce ad avviarsi su un terreno di stabile ripresa, subendo la concorrenza dei prodotti tlc, che offrono multifunzionalità e fruizione dei contenuti in mobilità. Il mercato della fotografia è atteso assottigliarsi ulterior-

mente, scendendo al di sotto dei 350 milioni di euro nell'anno in corso; l'e-commerce conferma, analogamente al 2017, un contributo negativo al mercato, in ragione dell'affievolimento dei prezzi conseguente all'accresciuta competizione. Nonostante segnali di attenuazione della tendenza negativa, i risultati del 2018 confermano le difficoltà del mercato a invertire una crisi in atto da un decennio, causata dalla continua erosione del vicino settore delle telecomunicazioni. Le prospettive di ripresa del settore sembrano quindi sempre

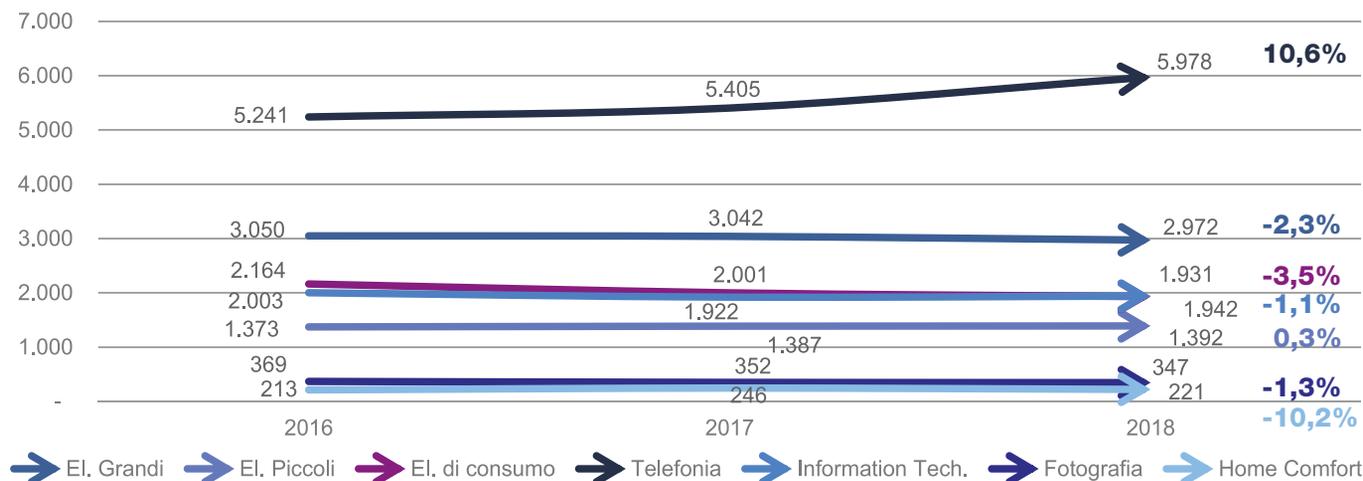
più legate alla capacità dell'offerta di intercettare nuovi segmenti di clientela e nuovi bisogni. Infine, il settore del bricolage è stimato mantenersi in crescita, ad un ritmo di poco inferiore all'1%, sia in valore sia in volume, dopo la ripresa del biennio 2016-'17. Si mantiene più vivace la ripresa della domanda di utensili e attrezzi per la casa e il giardino, trainata dalla pratica del "fai da te", dal crescente interesse verso la cura e l'abbellimento della casa e dalla diffusione di tendenze "green".

• Andamento del valore (mln di Euro) dei segmenti compresi nell'aggregato "casa" (famiglie)



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

• Andamento del valore (mln di Euro) dei segmenti compresi nell'aggregato "tecnologia consumer"



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology



MOBILI

Nel 2018 il mercato è stimato consolidare i risultati di crescita dello scorso anno, in un contesto di miglioramento dei redditi, di proroga del bonus fiscale e di ripresa del mercato immobiliare. La dinamica si manterrà più contenuta rispetto ai picchi raggiunti nel 2016, anno in cui il bonus fiscale era stato più vantaggioso.

La ripresa del mercato del mobile in Italia è stimata proseguire nel 2018, consolidando un trend in attenuazione rispetto ai picchi raggiunti nel 2016. La crescita, in atto dal 2014 grazie alla positiva evoluzione del reddito disponibile delle famiglie e al traino of-

ferto dal bonus mobili (introdotto nel 2013), si è andata rafforzando raggiungendo il suo culmine nel 2016, quando ha messo a segno un +3,3% in valore e 2,5% in volume, in ragione anche dell'estensione del bonus per le giovani coppie under 35, svincolato dalle ristrutturazioni edilizie, e con un plafond au-

mentato da 10 a 16 mila euro. Secondo le stime di Federlegno Arredo l'incentivo fiscale ha prodotto una spesa di circa 4,5 miliardi di euro per acquisti di arredo, interessando complessivamente 860 mila contribuenti dalla sua istituzione nel 2013 (e circa 280 mila contribuenti solo nel 2016).

Nel 2018 si stima che il mercato registrerà una crescita dell'2% a valore e 1,1% in termini reali, consolidando sostanzialmente i risultati del 2017. Nell'anno in corso il mercato continuerà a beneficiare dell'aumento del reddito disponibile delle famiglie, della ripresa seppure contenuta del mercato immobiliare e del permanere delle agevolazioni fiscali che, analogamente al 2017, sono limitate a solo a chi

usufruisce della detrazione del 50% nell'ambito degli "interventi di recupero del patrimonio edilizio". In canale on line si confermerà nell'anno in corso rilevante nel determinare l'evoluzione del mercato. Secondo l'Osservatorio eCommerce B2c Netcomm del Politecnico di Milano, infatti, nel 2018 l'e-commerce di arredamento & living è stimato confermare una vivace dinamica, con vendite in crescita

del 50%. Nonostante livelli ancora marginali, l'elevata crescita degli acquisti on line continua a sostenere la ripresa del mercato del mobile, favorita dal moltiplicarsi delle opportunità offerte dalla rete, attraverso l'aumento di nuovi siti dedicati sia dall'affermarsi di aggregatori e-commerce.

• Il mercato dei mobili – Valore (mln di Euro)

Valore 2016	Valore 2017	Valore 2018
14.440	14.662	14.918

fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT Contabilità Nazionale – ottobre 2018

• Il mercato dei mobili – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2016	2,5	0,7	3,3
2017	1,1	0,5	1,5
2018	1,1	0,6	1,8

fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT Contabilità Nazionale – ottobre 2018

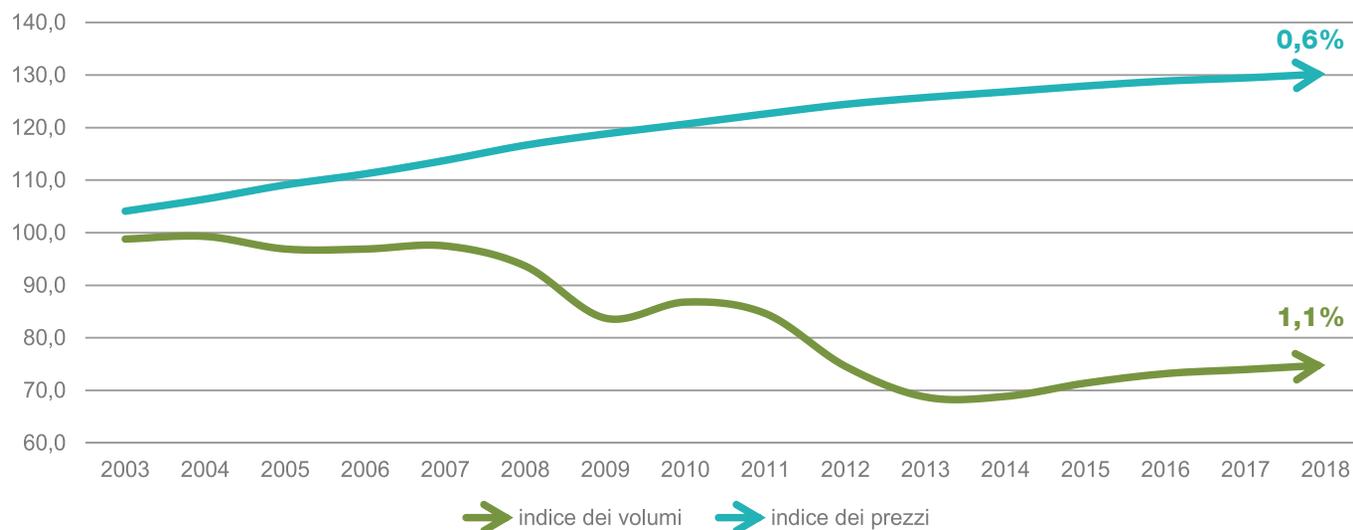


A ll'interno del mercato del mobile, si stimano peggiori le performance del comparto dei mobili per la cucina che torna in territorio negativo, dopo i segnali di ripresa mostrati

negli ultimi anni. Una dinamica coerente con l'evoluzione dei grandi elettrodomestici da incasso, in calo nel 2018, dopo la sostanziale stabilità dello scorso anno. Pur in presenza di una crescita dei redditi, il lento miglioramento

del mercato immobiliare sembra frenare la ripresa della domanda di primo acquisto, in un contesto in cui si attenua il ciclo di sostituzione. Il data provider GfK Retail and Technology segnala, infatti, per l'anno in corso un calo

• Il mercato dei mobili – L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi



Il mercato dei mobili – L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi

della spesa per mobili per cucina dell'1,8% nei primi otto mesi del 2018. A livello di canali di vendita, il risultato è attribuibile al canale dei distributori indipendenti che mostra un calo delle vendite del 3,3%, vanificando i segnali

di ripresa del biennio precedente. Le catene invece confermano un trend positivo (1,6%), seppure in attenuazione rispetto allo scorso anno, e sfiorano il 31% del mercato totale in termini di volume di affari. In media d'anno,

nel 2018 si stima un calo del mercato dei mobili per cucina sostanzialmente in linea al dato congiunturale; il mercato potrebbe collocarsi su livelli di poco superiori ai 2,3 miliardi di euro, in calo dell'1,7% rispetto al 2017.

• Il mercato dei mobili per la cucina

	2017	2018
Valore (mln di euro)	2.409	2.368
Var. %		-1,7

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology



ELETTRODOMESTICI GRANDI

Nel 2018 il mercato dei grandi elettrodomestici potrebbe sperimentare un calo del fatturato, in ragione di una riduzione dei volumi di vendita, che interviene dopo un quadriennio di crescita ininterrotta. Un'evoluzione condizionata dal comparto del freddo, che mostra i peggiori risultati sia in volume sia in valore, e della cottura, in cui le politiche commerciali promozionali hanno portato ad una maggiore compressione dei prezzi dei forni/cucine. Migliore tenuta per il lavaggio, grazie ai risultati delle asciugatrici e dei prodotti smart, soprattutto lavatrici. Innovazione, design, multifunzionalità e connessione sostengono in crescita prodotti di nicchia quali i piani cottura con cappa integrata, i frigoriferi multi-porte e le lavatrici con funzioni di asciugatura.

Il mercato dei grandi elettrodomestici è stimato chiudere il 2018 con un calo del giro di affari (-2,3%), in ragione di una riduzione dei volumi di vendita (-1,5%) e dei prezzi (-0,8%). Un assestamento dei livelli dopo la continua crescita avviata nel 2014, sostenuta dalle esigenze di sostituzione e favorita dagli incentivi fiscali nell'ambito delle ristrutturazioni edilizie. All'interno del mercato risulta, tuttavia, migliore l'evoluzione dei prodotti di maggiori dimensioni, in modo trasversale nei principali segmenti (dalle lavatrici con maggiore capacità di carico ai frigoriferi più

alti e più larghi fino ai forni più spaziosi) e di fascia premium, in cui a trainare la domanda sono i prodotti più performanti e innovativi. Ad esempio, i piani cottura con cappa integrata, i frigoriferi multi-porte e le lavatrici con funzioni di asciugatura. Innovazione, design, multifunzionalità e connessione continuano pertanto a sostenere la vivace performance di prodotti ancora di nicchia. La domanda apprezza in modo crescente il contenuto smart, tanto che il grande elettrodomestico si rileva la categoria in maggiore crescita tra i prodotti smart nel 2018, in particolare nel segmento del lavaggio (in primis lavatrici). Si conferma,

inoltre, rilevante il contributo dell'e-commerce nell'attenuare il trend negativo della rete di vendita tradizionale. L'on line ha mostrato infatti tassi di crescita del 13% circa nei primi 9 mesi dell'anno, secondo i dati di GfK Retail and Technology, a fronte di un calo delle vendite di oltre il 4% per la rete tradizionale. Il canale on line ha continuato a guadagnare quote sul fatturato complessivo del settore, superando l'incidenza del 10% nella prima parte del 2018. L'e-commerce ha aumentato la propria rilevanza per tutti i prodotti, mostrando una crescita maggiore per le lavastoviglie, asciugatrici e piani cottura, arrivando a

rappresentare rispettivamente il 9%, 19% e 7% in termini di fatturato. La maggiore incidenza, tuttavia, si registra per le wine cabinets oltre il 41% delle vendite avviene on line, quota balzata in avanti di 10 punti nei primi nove mesi del 2018, in ragione di un mercato

incremento delle vendite on line (+85,5%). A livello di segmenti, invece, la libera installazione fa peggio in termini di volumi, ma riesce ad attenuare il calo dei valori grazie a un incremento dei prezzi, trasversale a quasi tutti i prodotti e più vivace per il comparto della

cottura. Il segmento ad incasso, al contrario, mostra una migliore tenuta in termini di volumi, ma sconta una riduzione dei prezzi piuttosto marcata, condizionando negativamente l'evoluzione dell'intero mercato degli elettrodomestici.

• Il mercato degli elettrodomestici grandi Valore (mln di Euro)

Valore 2016	Valore 2017	Valore 2018
3.050	3.042	2.972

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

• Il mercato degli elettrodomestici grandi Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2016	2,9	-0,8	2,1
2017	3,2	-3,3	-0,3
2018	-1,5	-0,8	-2,3

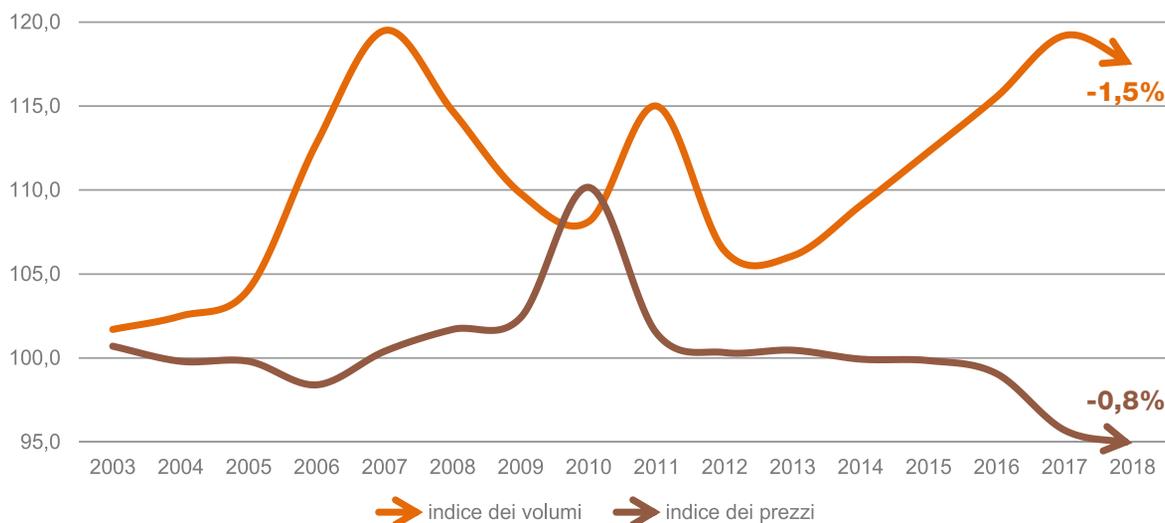
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Dall'analisi dei dati di GfK Retail and Technology, nei primi nove mesi del 2018 le peggiori performance sono state registrate dal comparto del freddo (-3,2% in valore e -3,7 in volume), condizionati dalla dinamica dei frigoriferi, in calo sia nel segmento a libera installazione sia soprattutto in quello dell'incasso. In calo piuttosto marcato anche le vendite di congelatori (nell'ordine dell'8% sia in valore sia in volume), mentre le wine cabinet, seppure su livelli ancora di nicchia, registrano un'importante ampliamento del fatturato, riprendendo vigore, grazie soprattutto ai prodotti da incasso (63,2%) e al canale on line. Nella prima parte del 2018, in territorio negativo anche il comparto della cottura, che ha sperimentato una riduzione sui volumi di vendita (-1%) e

soprattutto del fatturato (-3,5%), condizionato dai risultati del segmento dei forni/cucine, in cui le politiche commerciali promozionali hanno portato ad una marcata compressione dei prezzi. In calo anche le vendite di cappe, che interrompe il trend di ripresa avviatosi nel 2016; anche in questo comparto la dinamica dei prezzi condiziona negativamente il fatturato. I piani cottura, invece, hanno mostrato una migliore tenuta con vendite sostanzialmente stabili sia in volume sia in valore, grazie al contributo dei prodotti più innovativi e di fascia premium, quali i piani cottura con cappa integrata e con sensori di misurazione della temperatura. Nei primi tre trimestri del 2018 il lavaggio, principale comparto dei grandi elettrodomestici, ha evidenziato una migliore tenuta sia sui volumi (-0,5%) sia sul fatturato

(-1,9%) rispetto al corrispondente periodo del 2017. Performance di nuovo in forte crescita per le asciugatrici (superiore al 10% in valore e in volume), trainate anche dai prodotti ad alto contenuto tecnologico quali le asciugatrici in pompa di calore, che hanno tuttavia attenuato solo parzialmente il calo delle vendite delle lavatrici (-3,1%) e delle lavastoviglie (-4,9%). Il comparto delle lavatrici sperimenta, tuttavia, una crescita dei prezzi, a riflesso dello spostamento verso i prodotti più innovativi, come i modelli smart, e con maggiore capacità di carico, mentre le vendite delle lavastoviglie sono risultate condizionate dalla forte promozionalità che ha compresso i prezzi, in particolare per i prodotti ad incasso.

• Il mercato degli elettrodomestici grandi - L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology



ELETTRODOMESTICI PICCOLI

Il mercato degli elettrodomestici piccoli si appresta ad archiviare il 2018 con una contenuta crescita del fatturato, in rallentamento rispetto al 2017; diversamente dallo scorso anno il risultato è imputabile alla contrazione dei volumi che compensa in parte la ripresa dei prezzi di vendita. Il trend positivo del fatturato è attribuibile esclusivamente al segmento “cura della casa”, in cui le aspirapolveri segnano un'importante crescita. Il segmento “preparazione del cibo” continua ad essere condizionato soprattutto dalla compressione dei prezzi, risultato di una maggiore pressione competitiva. In calo anche il fatturato del segmento “cura della persona”, in ragione dei risultati negativi dei prodotti per l'igiene orale e di importanti riduzioni di alcuni prodotti marginali.

Nel 2018 il mercato dei piccoli elettrodomestici potrebbe registrare una crescita del fatturato dello 0,3%, in rallentamento rispetto al 2017. La dinamica sconta, diversamente dallo scorso anno, un calo dei volumi di vendita (-2,4%), dopo le ottime performance dello scorso anno, che compensa in parte la ripresa dei prezzi di vendita. Decisivo il contributo positivo del canale on line, a fronte del peggioramento delle vendite del canale tradizionale. Nei primi nove mesi dell'anno le vendite on line hanno confermato infatti un trend di vivace crescita (+25%), arrivando a rappresentare il 24% circa del fatturato del mercato

dei piccoli elettrodomestici, oltre 3 punti in più rispetto allo scorso anno. Il mercato, caratterizzato da una forte eterogeneità al suo interno, presenta dinamiche differenti nelle diverse categorie di spesa. Il trend positivo del fatturato è attribuibile esclusivamente al segmento “cura della casa”, che si mostra in vivace crescita, diventando il principale comparto dei piccoli elettrodomestici a scapito del segmento “preparazione del cibo”, che sperimenta le peggiori performance. In calo anche il fatturato del segmento “cura della persona”, in cui la sostanziale stabilità dei prezzi non riesce ad attenuare la riduzione dei volumi di vendita. Analizzando i dati di GfK Retail and

Technology sui primi nove mesi dell'anno, il segmento “cura della casa” si contraddistingue per una vivace dinamica positiva in valore (+7,4%) che si è originata grazie al marcato incremento dei prezzi (+9,1%). L'evoluzione del comparto è trainata dalle performance delle vendite delle aspirapolveri (che rappresentano oltre il 60% del valore dei piccoli elettrodomestici per la casa) in progresso di quasi il 25% in valore, grazie alla crescita sia dei volumi sia soprattutto dei prezzi (+17%). Un'evoluzione sostenuta dalla domanda di soluzioni smart, multifunzionali (alla funzione di aspirazione si affianca quella di sorveglianza della casa attraverso telecamere integra-

te), quali i robot, e innovative nel sistema di aspirazione (ciclonico o multiciclonico) e/o nell'aspetto ergonomico (prodotti più leggeri e pratici per assenza di cavi). Gli altri prodotti

del segmento, invece, hanno registrato una dinamica negativa sia in volume sia soprattutto in valore, a causa di una riduzione dei prezzi piuttosto marcata. I ferri da stiro, inve-

ce, sperimentano la peggiore dinamica in termini di volumi (quasi -10%), attenuata tuttavia in termini di valori da un aumento dei prezzi.

• Il mercato degli elettrodomestici piccoli Valore (mln di Euro)

Valore 2016	Valore 2017	Valore 2018
1.373	1.387	1.392

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

• Il mercato degli elettrodomestici piccoli Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2016	0,8	1,5	2,3
2017	4,9	-3,8	1,0
2018	-2,3	2,8	0,3

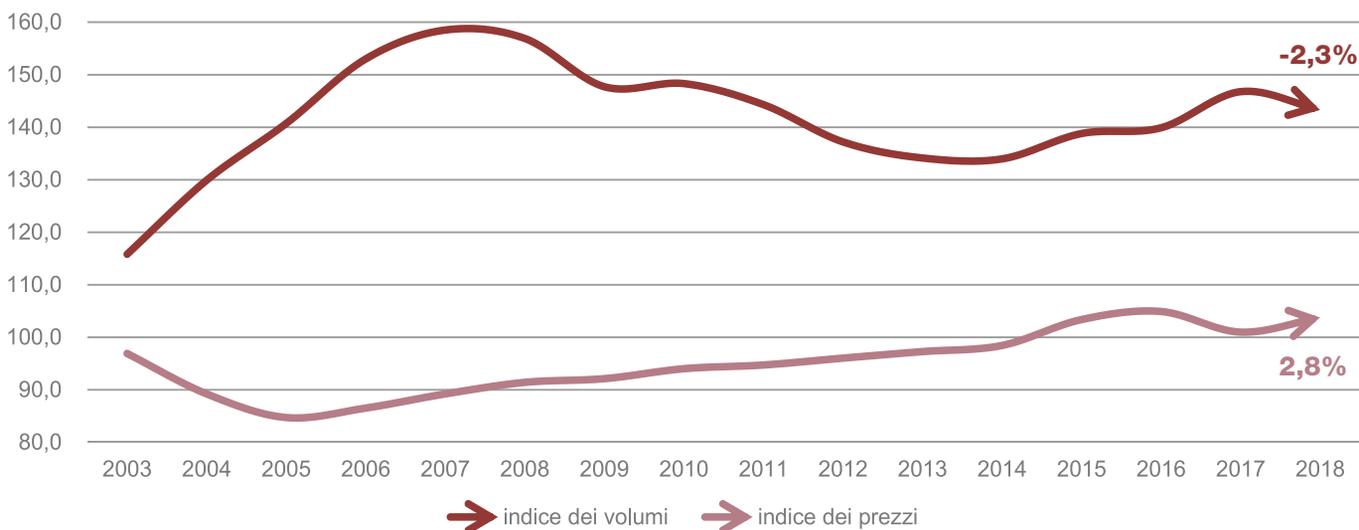
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Il segmento di "preparazione del cibo" continua invece ad essere condizionato dalla compressione dei prezzi, risultato di una maggiore pressione competitiva. Pur confermandosi ancora il principale segmento del mercato in termini di volumi, cede tuttavia il primato in termini di fatturato in favore del segmento della cura della casa. Nei primi nove mesi dell'anno sperimenta infatti un calo del fatturato (-5,1%) che consolida la tendenza del 2017, sintesi di una riduzione dei volumi di vendita (-1,6%) e soprattutto dei prezzi (-3,5%). I maggiori contributi negativi sono riconducibili ai risultati all'insieme dei prodotti per la spremitura, estrazione, centrifuga in mercato calo sul fatturato, in conseguenza di importanti riduzioni sia dei volumi sia dei prezzi, dopo gli elevati incrementi registrati nel triennio 2014-'16, e alle Kitchen Machines. All'opposto i prodot-

ti legati alla preparazione di bevande calde hanno mostrato una delle migliori performance sia in termini di fatturato sia di volumi, consolidando un trend favorevole, sostenuto prevalentemente dalle macchine espresso, la cui offerta si è orientata sempre più verso una maggiore funzionalità ed elevato design. Contributi positivi anche da prodotti ancora poco rilevanti in termini di fatturato, quali le bisticchiere, che sperimentano anche un importante crescita dei prezzi, ed i toaster. L'evoluzione delle vendite del segmento "cura della persona" (-2,3% nei primi nove mesi del 2018) risulta invece condizionata dai risultati negativi dei prodotti per l'igiene orale. I prodotti e soluzioni legate all'igiene orale, pur mostrando risultati positivi in termini di volumi, a riflesso della maggiore diffusione della cultura di prevenzione e dell'ampliamento della gamma di offerta, sperimentano un calo

del fatturato, data la dinamica negativa dei prezzi, conseguente all'accresciuta pressione promozionale. Contributi negativi anche dai risultati di prodotti marginali che incidono tra il 3 e il 6% del mercato, quali gli apparecchi per il benessere, che registrano un calo delle vendite superiore al 20% in valore e di circa il 30% in volume, le coperte elettriche (-30%), che compensano quasi completamente i progressi di vendita del 2017, e per gli apparecchi per il taglio dei capelli (in calo di circa il 9%). Tra i prodotti a maggiore rilevanza, si è mantenuta invece positiva l'evoluzione dei prodotti legati alla rasatura, che pesano più del 35% sul segmento, e alla cura dei capelli. Contributo positivo anche dai misuratori di pressione, in crescita a tassi superiori al 10%, seppure ancora su livelli marginali.

• Il mercato degli elettrodomestici piccoli – L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology



ELETTRONICA DI CONSUMO

Nel 2018 il mercato si manterrà in calo, condizionato dai risultati negativi del segmento tv, che rappresenta l'86% del fatturato. Nonostante gli importanti progressi dell'on line e delle vendite di tv smart e con schermi di maggiori dimensioni, il segmento non riesce ad avviarsi su un terreno di stabile ripresa, subendo la concorrenza dei prodotti tlc, che offrono multifunzionalità e fruizione dei contenuti in mobilità. Anche gli altri segmenti (audio portatile, accessori, car entertainment) contribuiscono negativamente, subendo la concorrenza dei vicini settori dell'IT e delle Telecomunicazioni. Fa eccezione il segmento audio statico, che mostra una tenuta grazie alle positive performance degli audio system.

Nel 2018 il settore è stimato mantenersi in territorio negativo, mostrando un calo sul fatturato (-3,5%) e sui volumi (-3,7%), per effetto del contributo negativo del segmento video che rappresenta l'86% del fatturato. Il mercato dell'elettronica di consumo non riesce, pertanto, ad avviarsi su un terreno di stabile ripresa, subendo la concorrenza dei vicini settori dell'IT e delle Telecomunicazioni, che offrono multifunzionalità e fruizione dei contenuti in mobilità. Un fenomeno trasversale a tutto il comparto e che condiziona negativamente anche gli altri segmenti (audio portatile, accessori, car entertainment). In termini di canali, le vendite on line mostrano un vivace

incremento (quasi +30% nei primi nove mesi del 2018), attenuando l'evoluzione negativa del mercato; il canale accresce rilevanza e supera il 12% del fatturato del mercato dei prodotti dell'elettronica di consumo. L'analisi dei dati di GfK Retail and Technology sui primi nove mesi del 2018 mostra un calo delle vendite per il segmento video del 2,9% in valore e del 4,2% in volume. All'interno del comparto, si mantengono tuttavia migliori le performance di vendita di TV grandi e quelle smart. Si registrano, infatti, importanti progressi delle vendite di televisori con schermi superiori a 55 Pollici, che tuttavia non riescono ad invertire il trend del mercato, restando ancora su livelli marginali. Prosegue inoltre la crescita delle

vendite di televisori connessi e smart. Anche tutte le altre categorie di spesa contribuiscono negativamente alla dinamica del settore, ad eccezione dell'audio statico che rimane stabile in valore (in forte crescita i volumi) e dei droni che proseguono lungo un favorevole trend di crescita, restando tuttavia su livelli di nicchia. Il comparto car entertainment, in particolare, registra il maggiore calo sia in valori (-23,6%) sia in volumi (-21,1%), perdendo nel giro di 3 anni il 54% del suo fatturato. L'evoluzione del mercato, nonostante l'innovazione dell'offerta, continua a scontare la concorrenza degli smartphone e da prodotti già integrati nell'auto che sottraggono mercato ai prodotti a supporto della navigazione. Il comparto au-

dio portatile evidenzia un mercato peggioramento del trend negativo (-10,2% in valore e -11,6% in volume), condizionato dalla riduzione del fatturato e dei volumi dei radio device, che subiscono la concorrenza del settore delle telecomunicazioni. Il segmento "Audio Statico" si mantiene, invece, sui livelli di fatturato del 2017 (0,1% la crescita nei primi nove mesi del 2018) e mostra una vivace ripresa dei volumi di vendita (+10,5%). Il mercato beneficia del contributo positivo degli audio home system, che sperimentano un incremento del 26% dei volumi di vendita, originatosi soprattutto nel canale on line, che si attenua

però in termini di fatturato (in crescita poco superiore all'1%), in ragione di una marcata riduzione dei prezzi di vendita (quasi -20%). Prospettive favorevoli soprattutto per i dispositivi Smart con assistenti vocali incorporati e le funzionalità avanzate che migliorano l'esperienza di ascolto. Si mantengono, inoltre, positive le performance dei prodotti, quali gli amplificatori, che vanno a sostituire la bassa qualità audio di altri dispositivi elettronici e si integrano ai più diversi device (tv, pc, tablet, smartphone), con una crescita sul fatturato sostenuta all'aumento dei prezzi. Il segmento degli accessori conferma un calo in linea con

il 2017 (nell'ordine del 9%, in valore), condizionato dal proseguimento del trend negativo dei supporti Tv e delle riduzioni a doppia cifra delle cuffie, per il rientro del fenomeno di "moda" delle cuffie a padiglione. Unico contributo positivo alla dinamica del mercato continua a provenire dai droni, categoria entrata dal 2015 nel campione di osservazione del GfK Retail and Technology, che con tassi di crescita a doppia cifra ha conquistato nel giro di 2 anni nel 2017 l'1,3% del fatturato del settore (circa 24,5 milioni di euro). I droni rappresentano ancora un segmento marginale e pertanto non riescono a cambiare il trend

• Il mercato dell'elettronica di consumo Valore (mln di Euro)

Valore 2016	Valore 2017	Valore 2018
2.164	2.001	1.931

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

• Il mercato dell'elettronica di consumo Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2016	-0,7	1,3	0,5
2017	-10,3	3,0	-7,6
2018	-3,7	0,3	-3,5

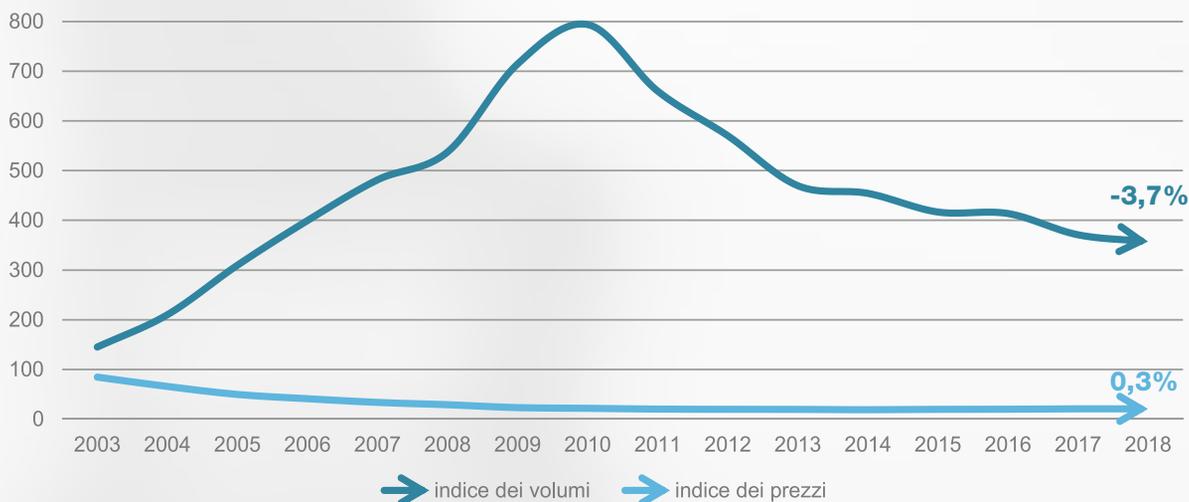
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

negativo del settore. La positiva dinamica è proseguita anche nei primi 9 mesi del 2018; i prezzi medi in crescita, grazie all'ampliamento dell'offerta con nuovi modelli, hanno sostenuto un ampliamento del fatturato di quasi il 15% a fronte di una stabilità delle unità vendute. Il contributo dell'e-commerce è stato rilevante, segnalando una crescente rilevanza dell'acquisto on line rispetto al dettaglio tra-

dizionale, soprattutto in volume; quasi metà delle vendite dei droni è stato effettuato on line. In prospettiva, il recupero di un sentiero di crescita del mercato dell'elettronica di consumo appare condizionata al sostegno che deriverà dallo sviluppo del segmento audio e video di fascia qualitativa più elevata e dei prodotti innovativi, con un ruolo di rilievo per le varie tipologie di accessori dell'elettronica

indossabile (smart watch, dispositivi elettronici per lo sport e il tempo libero). La domanda di prodotti di minore qualità, invece, è destinata a perdere rilevanza, subendo l'erosione di quote di mercato da parte dei beni Ict. In assenza di innovazioni veramente significative nel segmento audio video, tuttavia, il mercato dell'elettronica di consumo difficilmente potrà ritornare ai livelli e ritmi di crescita del passato.

• Il mercato dell'elettronica di consumo - L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

FOTOGRAFIA

Per il 2018 si stima un'ulteriore contrazione del fatturato e dei volumi di vendita. La dinamica positiva dei prezzi continua a contenere il calo del giro di affari rispetto ai volumi di vendita. L'e-commerce conferma, analogamente al 2017, un contributo negativo al mercato, in ragione dell'affievolimento dei prezzi conseguente all'accresciuta competizione. Il settore continua ad essere condizionato dalla riduzione del giro di affari delle fotocamere digitali, cui si associa una stabilizzazione del fatturato delle reflex e degli obiettivi intercambiabili, dopo i progressi di vendita del recente passato. La continua erosione esercitata del vicino settore delle telecomunicazioni non accenna quindi ad arrestarsi. Le prospettive di ripresa del settore sembrano quindi sempre più legate alla capacità dell'offerta di intercettare nuovi segmenti di clientela e nuovi bisogni.

Nel 2018 il mercato della fotografia è atteso assottigliarsi ulteriormente, scendendo al di sotto dei 350 milioni di euro, in ragione di un calo in valore (-1,3%) e in volume (-9,7%). Nonostante segnali di attenuazione della tendenza negativa, i risultati del 2018 confermano le difficoltà del settore a invertire una crisi in atto da un decennio, causata dalla concorrenza innescata dall'evoluzione degli smartphone

che, attraverso una migliore qualità dell'immagine, hanno sottratto mercato alle digitali, toccando prima quelle di fascia bassa per poi andare ad aggredire anche top di gamma. La continua erosione del vicino settore delle telecomunicazioni non accenna quindi ad arrestarsi. Le prospettive di ripresa del settore sembrano quindi sempre più legate alla capacità dell'offerta di intercettare nuovi segmenti di clientela e nuovi bisogni - attraverso un'of-

ferta di prodotti semi professionali, associata a servizi accessori (es, corsi di fotografia), con l'intento di cogliere una clientela di "nicchia", non in sovrapposizione con il settore delle telecomunicazioni. Nell'ambito delle categorie di spesa, nei primi nove mesi del 2018 al contributo negativo delle fotocamere digitali (-1,5%) si affianca quello delle reflex e degli obiettivi intercambiabili (-1,7% in termini di fatturato), che consolida il trend dello scorso

• Il mercato della fotografia – Valore (mln di Euro)

Valore 2016	Valore 2017	Valore 2018
369	352	347

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

• Il mercato della fotografia – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2016	-24,5	21,4	-8,4
2017	-16,7	14,3	-4,8
2018	-9,7	9,4	-1,3

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

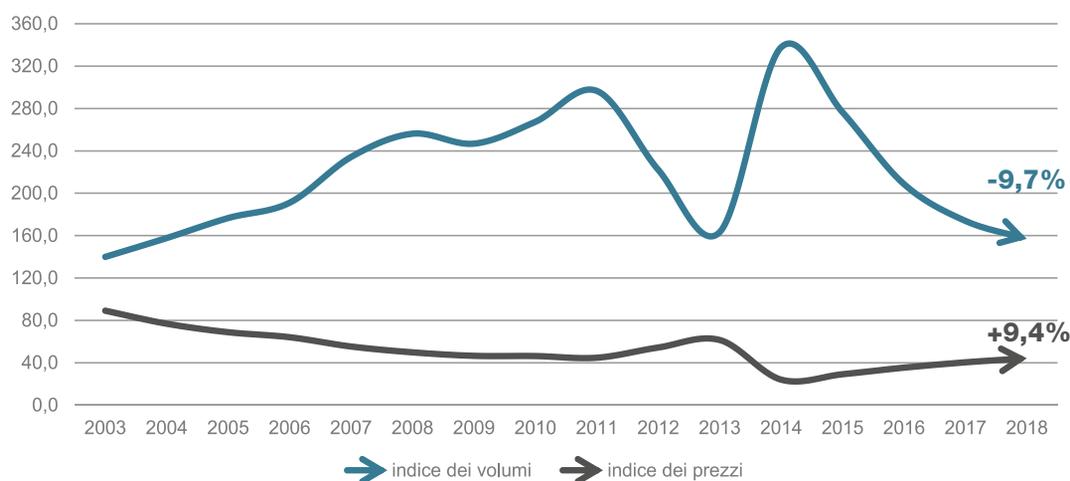
anno, dopo l'ottima performance registrata nel biennio 2015-'16 (circa +20% la crescita). Un'evoluzione nel complesso favorevole che ha consentito al prodotto di aumentare rilevanza all'interno del mercato, raggiungendo il 26% del fatturato della fotografia dal 21% circa del 2014. Dall'analisi dei canali di vendi-

ta, emerge una dinamica negativa dell'on line. Analogamente a quanto osservato nel 2017, nell'anno in corso le vendite on line sono diminuite in valore in modo marcato, condizionando l'evoluzione del fatturato e dei volumi, a fronte di una sostanziale tenuta delle vendite presso il canale tradizionale (che interviene

dopo un lungo periodo di deterioramento). In tale contesto, si riduce pertanto la quota dell'e-commerce sul fatturato settoriale (26% nei primi nove mesi del 2018), confermandosi comunque in termini di incidenza tra le più elevate all'interno dell'aggregato di spesa della tecnologia consumer.



• Il mercato della fotografia – L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

TELEFONIA

Il mercato della telefonia è stimato mostrare un rafforzamento della crescita del fatturato, grazie alla ripresa dei prezzi. Rilevante il contributo dell'on line nel sostenere la crescita del mercato, trasversale a tutti i prodotti. L'evoluzione beneficia soprattutto dalle positive performance degli smartphone, sostenute dalla domanda di modelli del segmento premium, e riceve un sostegno anche dalla crescita dei prodotti di nicchia, quali le cuffie ed i "dispositivi indossabili" (che rappresentano tra il 2 e il 3% del giro di affari del settore). Lo smartphone risulta prodotto leader di crescita nel 2018, intercettando le esigenze di multifunzionalità e connessione in movimento, grazie alla capacità di far convergere il web con le telecomunicazioni, e accresce rilevanza come device per gli acquisti on line.

Il mercato della telefonia potrebbe chiudere il 2018 con un rafforzamento del ritmo di crescita sul fatturato (+10,6% la stima per il 2018), grazie alla ripresa dei prezzi; in calo invece i volumi. L'evoluzione del settore beneficia principalmente dalle performance degli smartphone, che rappresentano oggi l'88% circa del fatturato della telefonia, ma

ha ricevuto un contributo positivo anche dalla crescita dei prodotti di nicchia, quali le cuffie ed "dispositivi indossabili" (che rappresentano tra il 2 e il 3% del giro di affari del settore). Si mostra rilevante il canale on line che, nei primi nove mesi del 2018, in base ai dati GfK Retail and Technology, sperimenta un marcato incremento il giro di affari (circa +23%) ed accresce ulteriormente la propria rilevanza

za sul fatturato complessivo del settore della telefonia (6,1%). Importanti progressi per le vendite on line di smartphone (+24% circa), che rappresentano oltre il 74% del fatturato e-commerce della telefonia, e continuano ad erodere quote al canale tradizionale (in cui si concentra tuttavia ancora il 95% del valore delle vendite). Maggiore, invece, la penetrazione dell'on line per i prodotti innovativi intro-

• Il mercato della telefonia - Valore (mln di Euro)

Valore 2016	Valore 2017	Valore 2018
5.241	5.405	5.978

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

dotti negli ultimi anni, dal 36% degli indossabili al 19% delle cuffie, prodotto quest'ultimo che mostra le maggiori crescita nel canale on line (+58% circa nei primi nove mesi del 2018). Gli smartphone risultano il prodotto leader della crescita del 2018 all'interno del mercato della tecnologia consumer, registrando nel periodo gennaio-settembre 2018

un incremento del 9,9% del fatturato, alimentato dal rafforzamento dei prezzi (+14% circa) che ha compensato la dinamica negativa dei volumi (-3,4%). L'evoluzione del mercato è stata sostenuta dalla domanda di modelli del segmento premium, in particolare dei modelli con prezzo superiore agli 800 euro, che hanno trainato l'accelerazione dei prezzi nel

2018. In termini di volumi, invece, la dinamica negativa sembra segnalare la conclusione del processo di sostituzione rispetto ai mobile phone di vecchia generazione; gli smartphone, infatti, hanno raggiunto un elevato livello di diffusione in Italia - si rilevano 16,7 mln di unità di smartphone in circolazione detenute dal 65% degli italiani secondo Assinform.

• Il mercato della telefonia - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2016	-4,7	15,2	9,8
2017	4,4	-1,2	3,1
2018	-2,0	12,9	10,6

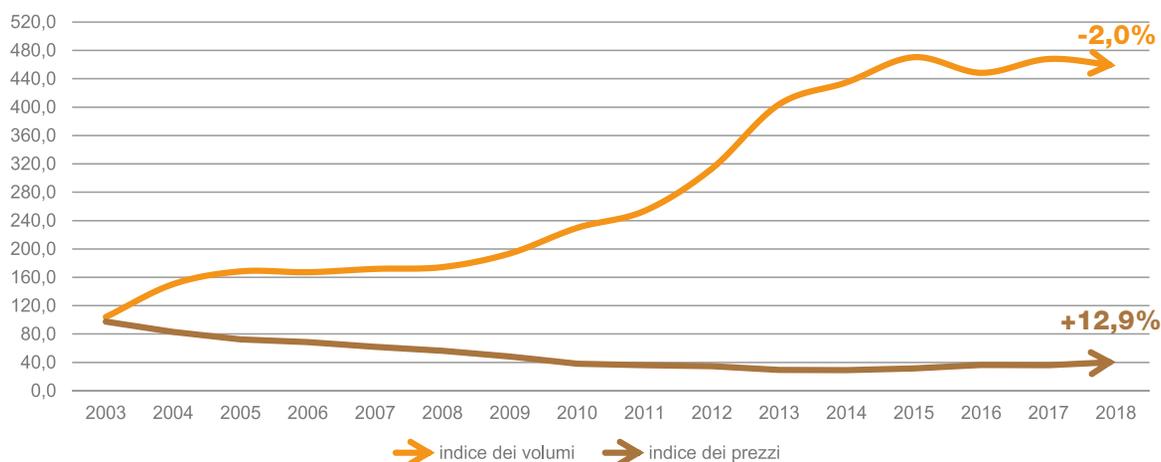
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

L'innovazione tecnologica, il design e la trasformazione digitale sono i principali driver che sostengono la favorevole evoluzione del comparto. Lo smartphone appare leader nel intercettare le esigenze di multifunzionalità dei consumatori, grazie alla capacità di far convergere il web con le telecomunicazioni, sia per la fruizione di beni/servizi ricreativi e legati al benessere sia per la gestione della casa. Assume, inoltre, crescente rilevanza, in un contesto di trasformazione digitale, anche come device per gli acquisti on line. Secondo i dati dell'Osservatorio eCommerces B2c Netcomm del Politecnico di Milano, nel 2018 lo smartphone ha generato quasi un terzo del giro di affari dell'e-commerce, erodendo quote al desktop, che si confer-

ma il principale device per gli acquisti on line (62% nel 2018), ed ai tablet (che scendono al 7% dall'8% del 2017). Tra gli altri prodotti, nell'anno in corso il segmento dei core wearables (dagli orologi a occhiali "smart" e altri dispositivi indossabili), che rappresenta circa il 2% del fatturato del mercato della telefonia, si mantiene in vivace crescita sia sul fatturato (+9%) in attenuazione tuttavia rispetto al trend del 2017. La riduzione dei prezzi (-12%), in ragione dell'ampliamento dell'offerta e di politiche commerciali promozionali, ha infatti condizionato il mercato, attenuando il contributo positivo fornito dai volumi, la cui crescita si è invece mantenuta elevata (+24%), in linea a quella del 2017. All'interno del comparto il prodotto smartwatch mostra le migliori performance. All'interno del mercato, nei primi

nove mesi del 2018, il comparto delle cuffie mostra le migliori performance, con una crescita del 41% del fatturato e del 17% in volume, che consolida il trend del 2017 (+36% in valore, +25% in volume). Il comparto arriva a rappresentare il 3% circa del mercato della telefonia, aumentando rilevanza dal 2,3% nel 2017 (era 1,6 media negli anni precedenti) sostenuto dalla diffusione di prodotti innovativi e versatili (auricolari senza fili), dalla fruizione di contenuti multimediali in mobilità al supporto nelle attività di gaming. Infine, le internet key e i prodotti legati alla telefonia domestica continuano a perdere rilevanza all'interno del mercato della telefonia, sia in valore sia in volume, sostituiti da tecnologie integrate offerte dal settore dell'Information Technology.

• Il mercato della telefonia - L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

INFORMATION TECHNOLOGY

Il mercato dell'information technology mostra una crescita del fatturato nel 2018, trainata dalla domanda business. Rilevante il contributo dell'on line, dei prodotti con prestazioni ed esperienze d'uso elevate e dei dispositivi premium. In crescita soprattutto i device multimediali e per la comunicazione e software, ma anche pc fissi, monitor e stampanti.

Tablet e pc portatili contribuiscono negativamente all'evoluzione del mercato, mantenendo in calo il mercato IT delle famiglie; gli importanti progressi di vendita di stampanti multifunzione, monitor e degli input device associati al gaming hanno potuto solo attenuare il trend negativo.

Il settore dell'information technology potrebbe chiudere il 2018 con una crescita del fatturato (+1,9%) ed una contrazione dei volumi di vendita (-3%). Il contributo dell'on line alla crescita del mercato si conferma rilevante nell'anno in corso e compensa il calo del canale tradizionale. Osservando i dati del GfK Retail and Technology per canale di vendita sul mercato complessivo (business e consumer) sui primi nove mesi del 2018 si rileva infatti una crescita del giro di affari dell'e-commerce del 15% che arriva a rappresentare oltre il 17% del fatturato, in rafforzamento rispetto al biennio precedente. La domanda on line continua a premiare soprattutto i prodotti legati ai segmenti input device, officer

hardware e officer supplies ed è destinata a crescere. L'evoluzione del mercato è guidata dalla domanda di prestazioni ed esperienze d'uso elevate e dispositivi premium, trasversale sia al segmento business sia a quello consumer, nel quale assume rilevanza soprattutto nell'area del gaming. Nei primi tre trimestri del 2018, in base ai dati di GfK Retail and Technology, la crescita del mercato è stata trainata dai device e dai software, sostenuti da una vivace crescita della domanda business. Importanti contributi positivi anche dai monitor (in crescita di oltre il 25% in valore), grazie ai prodotti gaming e di fascia alta, e dai pc fissi, in ragione anche della domanda di device AIO. Performance positive, inoltre, per le stampanti e i device dell'area gaming.

È proseguito, invece, il trend negativo delle vendite di tablet e dei pc portatili, soprattutto nel segmento consumer, continuando a condizionare negativamente il giro di affari del mercato IT delle famiglie. La domanda delle famiglie di prodotti IT dovrebbe, infatti, mantenersi in calo nel 2018 (-1,1% sul fatturato e -3,4% in volume). Il calo delle vendite dei tablet (-12% nei primi nove mesi dell'anno), prodotto tipicamente consumer, e dei pc portatili, dopo gli importanti aumenti del 2016 sostenuti dalla necessità di sostituzione del parco, hanno compensato i progressi di vendita dei pc fissi e soprattutto dei prodotti di nicchia (monitor, stampanti e device per il gaming), mantenendo il mercato in calo.

• **Il mercato dell'information technology**
Valore (mln di Euro)

Valore 2016	Valore 2017	Valore 2018
4.188	4.022	4.098

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

• **Il mercato dell'information technology**
Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2016	-9,6	7,7	-2,6
2017	-8,4	4,9	-4,0
2018	-3,0	5,0	1,9

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

• **Il mercato dell'information technology - La domanda delle famiglie**

	Valori (mln di Euro) e quota sul mercato totale		
	2016	2017	2018
Valore (0000)	2.003	1.964	1.942
Quota % sul mercato totale	47,8	48,8	47,4

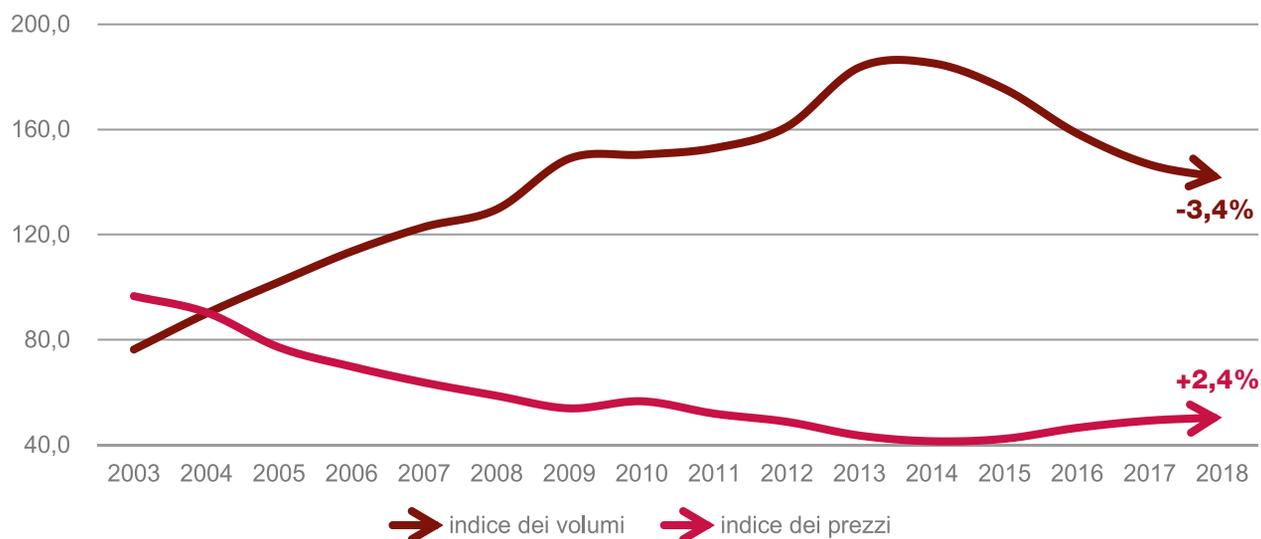
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology e ISTAT

• **Il mercato dell'information technology - La domanda delle famiglie - Variazioni %**

	Volumi	Prezzi	Valore
2016	-9,7	9,8	-0,8
2017	-7,5	6,0	-2,0
2018	-3,4	2,4	-1,1

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology e ISTAT

• **Il mercato dell'information technology - L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi per il settore famiglie**



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

HOME COMFORT

Nel 2018 il settore dell'home comfort torna in territorio negativo sia in termini di fatturato sia sui volumi di vendita, in ragione del confronto con le ottime performance del 2017, trainate da condizioni climatiche estive eccezionali. L'evoluzione del mercato è condizionata dal calo delle vendite di condizionatori, soprattutto portatili, e di stufe elettriche, che avevano sostenuto lo sviluppo dello scorso anno. Si mantengono, invece, in crescita i prodotti per il trattamento dell'aria.



Il settore dell'home comfort, che comprende i condizionatori d'aria e i prodotti per il riscaldamento e il trattamento dell'aria, dopo il marcato incremento registrato lo scorso anno, sostenuto da condizioni climatiche estive eccezionali, ritorna in territorio negativo. Per il 2018 si stima un calo del -10,2% a valore e del -14,1% in volume. Una dinamica che comunque mantiene il mercato su livelli superiori del 4% circa rispetto al 2016. Al netto dell'influenza delle condizioni climatiche, per-

mangono fattori che sostengono la domanda rivolta al comparto, quali la crescita dei redditi, il miglioramento del mercato immobiliare e il permanere delle detrazioni fiscali all'acquisto. Tali fattori, unitamente agli incentivi di varia natura legati al consumo di energia elettrica (l'introduzione della tariffa D1 per incentivare il riscaldamento in casa con pompe di calore, il nuovo conto termico e la ristrutturazione delle tariffe elettriche) continuano a sostenere in particolare l'acquisto di soluzioni eco-sostenibili e più efficienti. Analizzando le diverse ca-

tegorie di spesa attraverso i dati di GfK Retail and Technology nei primi nove mesi del 2018 emerge un trend negativo trasversale a quasi tutte le componenti, con l'eccezione dei prodotti per il trattamento dell'aria. All'interno di un quadro di segni meno, negli primi tre trimestri dell'anno il segmento dei prodotti per il trattamento dell'aria (pulizia, deumidificazione ed umidificazione) ha registrato infatti una dinamica positiva (3,3% in valore e 15,3% in volumi), in rafforzamento rispetto al trend del 2017, arrivando a rappresentare il 14%

di quota del settore. Nonostante il contributo positivo dei prodotti per il trattamento dell'aria, tuttavia, l'evoluzione del mercato dell'home comfort è stata condizionata dai risultati negativi del segmento dei condizionatori che rappresenta circa l'80% del mercato dell'home comfort. Il comparto ha infatti sperimentato

nella prima parte del 2018 un calo del fatturato di quasi il 12%, con la performance peggiore ad appannaggio della versione "mobile" (quasi -30%); decisamente meno negativa, invece, la dinamica delle vendite dei condizionatori fissi (-3,8%), principale prodotto del comparto (rappresenta oltre il 76%

del fatturato). La migliore tenuta dei condizionatori fissi è legata ai prodotti innovativi, performanti e smart, che soddisfano le richieste dei consumatori in termini di risparmio energetico. Dopo i prodotti a pompa di calore, si stanno affermando sul mercato anche soluzioni ibride – combinazione di caldaia a con-

• Il mercato dell'home comfort – Valore (mln di Euro)

Valore 2016	Valore 2017	Valore 2018
213	246	221

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

densazione e pompa di calore – gestite da sistemi smart in grado di ottimizzare l'energia prodotta. Lo sviluppo di questi prodotti sta fornendo un contributo positivo al mercato, sostenendo la ripresa dei prezzi. Il segmento

delle stufe elettriche (7% del settore) mostra invece una delle peggiori performance sia in valore sia in volume (superiore al -30%), che compensa interamente i progressi di vendita del 2017. Migliori tuttavia le performance dei

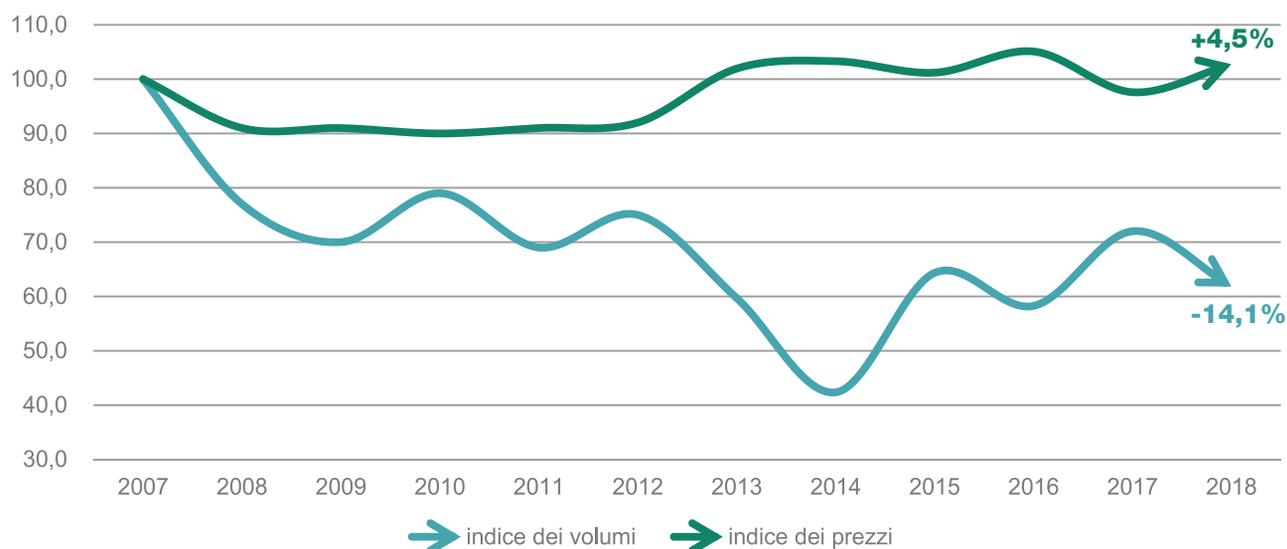
prodotti a minore impatto ambientale e dall'elevato contenuto di design, grazie anche alla capacità dell'offerta di sapersi innovare, presentando il prodotto anche come arredamento dell'ambiente domestico.

• Il mercato dell'home comfort – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2016	-9,5	3,9	-6,0
2017	23,5	-6,4	15,5
2018	-14,1	4,5	-10,2

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

• Il mercato dell'home comfort – L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

BRICOLAGE

Dal 2015, in un contesto di miglioramento dei redditi, il settore del bricolage ha dapprima arrestato la caduta e poi si è via via rafforzato fino a raggiungere un picco di crescita nel 2017. Nel 2018 il mercato è stimato mantenersi in crescita, mostrando tuttavia un'attenuazione rispetto al trend del biennio precedente. Il contributo positivo alla performance del settore è da ricondurre alla vivace ripresa della domanda di utensili e attrezzi per la casa e il giardino, trainata dalla pratica del "fai da te", dal crescente interesse verso la cura e l'abbellimento della casa e dalla diffusione di tendenze "green".

Il settore del bricolage è stimato mantenersi in crescita, ad un ritmo di poco inferiore all'1%, sia in valore sia in volume, dopo la ripresa del biennio 2016-'17. Tali risultati fanno riferimento nell'Osservatorio ai soli consumi delle famiglie e pertanto non sono compresi nel perimetro considerato gli acquisti degli operatori del settore, pur se effettuati presso i format di vendita al dettaglio, né gli acquisti finalizzati alla ristrutturazione dell'abitazione,

coerentemente con la logica della Contabilità Nazionale Istat che li considera "investimenti delle famiglie" (in quanto spese che accrescono il valore dell'abitazione) e non "consumi". Restano, pertanto, escluse dall'analisi anche le spese per servizi di manutenzione dell'abitazione, essendo oggetto di osservazione in questo contesto soltanto gli acquisti di beni per la manutenzione ordinaria dell'abitazione e per il giardinaggio. La recente revisione dei dati di Contabilità dell'Istat resti-

tuisce la fotografia di un settore del bricolage che, in un contesto di miglioramento dei redditi, ha arrestato la caduta nel 2015 e si è via via rafforzato fino a raggiungere un picco di crescita nel 2017. La ripresa del mercato è stata sostenuta principalmente dal rafforzamento della domanda di utensili e attrezzi per la casa e il giardino - trainata dalle nuove tendenze "green" e dal crescente interesse verso la cura e l'abbellimento della casa - che ha compensato la riduzione degli acquisti di pro-

dotti per la manutenzione della casa. Un contributo importante alla ripresa della domanda è provenuto anche dallo sviluppo del canale on line, che ha intercettato nuovi segmenti di clientela, attraverso una vasta gamma di prodotti a prezzi accessibili, e dal rinnovamento della distribuzione specializzata, attraverso la riqualificazione dei punti di vendita e l'offerta di servizi – dagli spazi dedicati alle decorazioni ai servizi di personalizzazioni dell'ambiente

domestico. In termini di aggregati di spesa, nell'anno in corso la domanda di utensili e attrezzi per la casa è stimata confermare una dinamica positiva (intorno al 2% in valore e poco meno in volume), dopo gli importanti progressi registrati nel 2017 superiori all'8%, secondo la revisione dei dati di Contabilità Istat. I prezzi sono stimati mantenersi in calo, a riflesso delle politiche commerciali promozionali. Il mercato sta beneficiando del

crescente interesse del consumatore verso prodotti/accessori di cura e abbellimento della casa e verso prodotti più naturali e sicuri per il garden. La spesa per la manutenzione della casa potrebbe invece mostrare una sostanziale stabilizzazione sia in valore sia in volume, con prezzi in contenuta crescita, che consolida un trend di miglioramento rispetto ai risultati del biennio precedente.

• Il mercato del bricolage Valore (mln di Euro)

Valore 2016	Valore 2017	Valore 2018
4.438	4.612	4.645

fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT Contabilità Nazionale – ottobre 2018

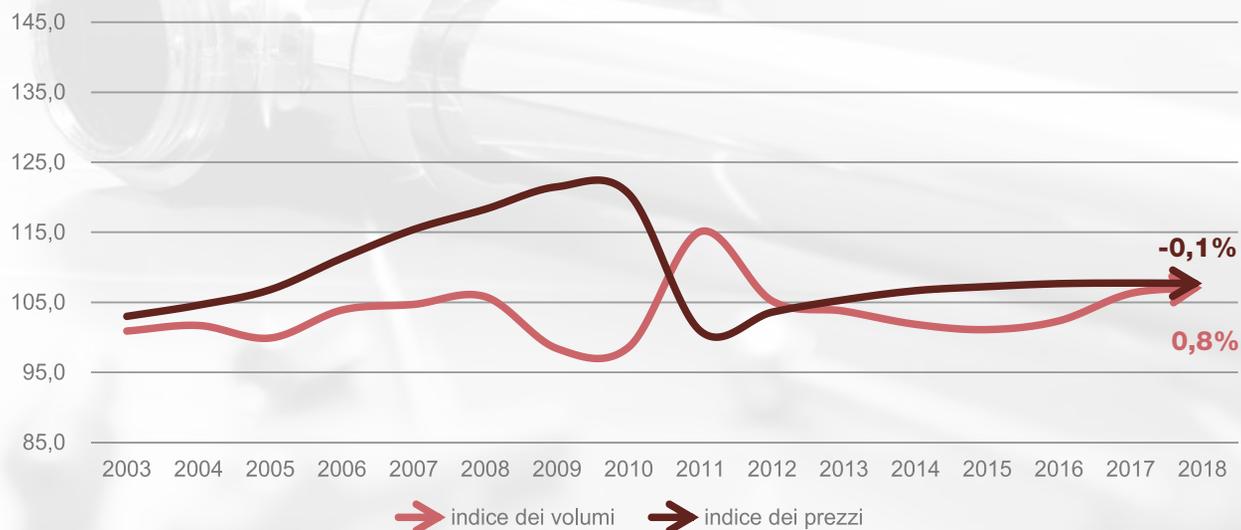
• Il mercato del bricolage - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2016	1,2	0,4	1,6
2017	3,8	0,1	3,9
2018	0,8	-0,1	0,7

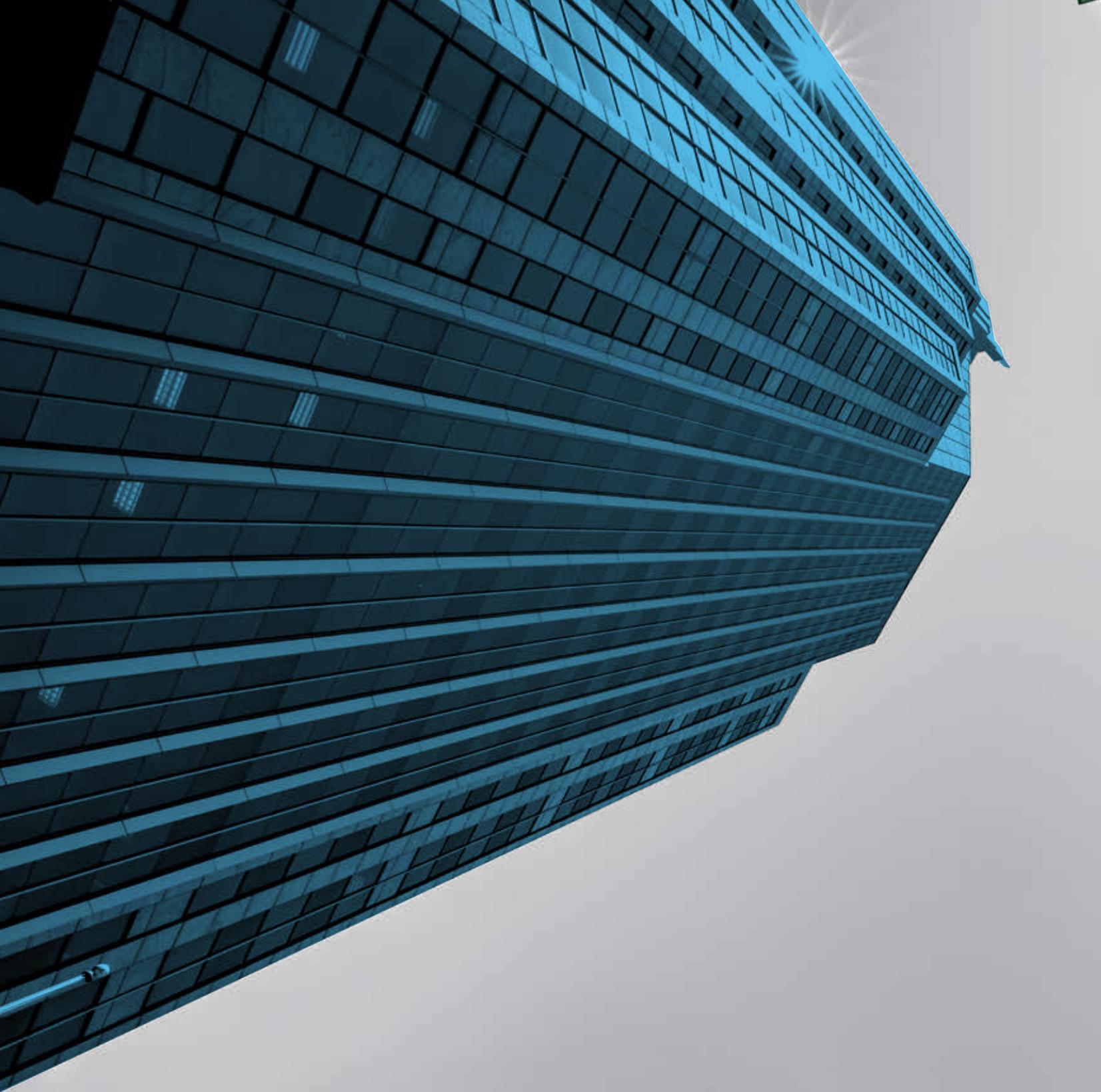
fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT Contabilità Nazionale – ottobre 2018



• Il mercato del bricolage – L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi



fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology







Più responsabili, insieme



www.osservatoriofindomestic.it



twitter.com/.oss_findomestic

Findomestic Banca S.p.A.

Via Jacopo da Diacceto, 48 · 50123 Firenze - I
Capitale Sociale 659.403.400 Euro i.v. · R.E.A. 370219 (FI) · Cod. Fisc./P. Iva e R.I. di FI n. 03562770481

Albo Banche n. 5396 · Iscritta all'Albo dei Gruppi Bancari come "Findomestic Gruppo" al n. 3115.3
Indirizzo PEC: ndomestic_banca_pec@ ndomesticbanca.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



Più responsabili, insieme