

L'Osservatorio Findomestic • Consumi

I MERCATI DEI BENI DUREVOLI E
LE NUOVE TENDENZE DI CONSUMO 2018

L'Osservatorio Findomestic • Consumi

I MERCATI DEI BENI DUREVOLI E
LE NUOVE TENDENZE DI CONSUMO 2018

Periodico annuale

Edizione 2017

Direttore responsabile

Marina Beccantini

Responsabile Osservatorio Findomestic

Claudio Bardazzi

Realizzazione

Ubimaior Srl

Foto

Shutterstock

Proprietario ed Editore

Findomestic Banca S.p.A.
Via Jacopo da Diacceto, 48 - 50123 Firenze

Registrazione Tribunale
di Firenze n° 4823 del 19/08/1998

INDICE

I MERCATI	05
Lo scenario economico	06
La spesa per i veicoli	10
Auto nuove	12
Auto usate	22
Motocicli	24
Camper	31
La spesa per la casa	33
Mobili	36
Elettrodomestici grandi	38
Elettrodomestici piccoli	40
Elettronica di consumo	42
Fotografia	44
Telefonia	46
Information technology	48
Home comfort	51
Bricolage	53
ANALISI DEI MERCATI CON FOCUS REGIONALI	55
Lo scenario macroeconomico	56
Dati regionali	60



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 2017. 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 2017 fanno riferimento allo scenario macroeconomico e dei consumi di Prometeia, aggiornato a settembre 2017.

I MERCATI

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



LO SCENARIO ECONOMICO

IL QUADRO MACROECONOMICO INTERNAZIONALE E INTERNO

La ripresa dell'economia mondiale si consolida e si rafforza nell'anno in corso, grazie all'accelerazione del commercio mondiale e all'attenuazione dei rischi per lo scenario, portando il PIL a registrare tassi dell'ordine del 3,5% a tutto il 2017. Se il 2016 ha rappresen-

tato un anno di generale rallentamento per le economie avanzate rispetto al biennio precedente, l'anno in corso sta restituendo un quadro globale molto favorevole:

- una ripresa della Cina che fornisce impulso al commercio mondiale, ulte-

riormente ampliato dal recupero ciclico dei paesi emergenti;

- un deprezzamento del dollaro sulle principali monete che amplia l'effetto positivo sul commercio mondiale;
- una sorprendente crescita dell'Unione Monetaria.



In particolare, il Pil cinese si prevede cresca ad un ritmo di quasi il 7% nel 2017, grazie al contributo positivo sia della domanda interna, sostenuta dalla politica espansiva di bilancio di inizio anno, sia dalle esportazioni nette. La crescita particolarmente brillante è spiegata dalle intenzioni governative di portare l'economia cinese in condizioni floride agli appuntamenti politici di ottobre, superati i quali ci si attende una rifocalizzazione dell'attenzione

sulle riforme strutturali, che potrebbero nei primi tempi frenare l'attuale dinamismo. Sta di fatto che la ripresa della Cina ha innescato un'accelerazione al commercio mondiale che cresce nel primo semestre del 2017 ad un ritmo del 4% circa, ulteriormente amplificato oggi dal deprezzamento del dollaro sulle principali monete. Quest'ultimo è stato guidato più da fattori politici – tensioni con la Corea del Nord e esiti delle elezioni in Francia – che da pro-

spettive di crescita dell'economia statunitense, ipotizzare rimanere attorno al suo potenziale (2,2%). L'effetto è di un progressivo spostamento del potere di acquisto dall'area del dollaro agli altri paesi con conseguente ripresa della fiducia degli operatori verso i paesi emergenti più esposti al dollaro e la possibilità di maggiori spazi di manovra per le politiche monetarie di alcuni paesi – allargamento delle condizioni monetarie con riduzione dei tassi di in-



teressi (es. Brasile) -. Il recupero ciclico degli emergenti è atteso proseguire, ma appare vulnerabile a diversi fattori di rischio, dalla normalizzazione della politica monetaria Usa alle decisioni di politica commerciale dell'amministrazione Trump. Nel dettaglio, in Cina il controllo del credito e il rientro degli stimoli della politica economica accompagneranno un graduale rallentamento della crescita intorno al 6% medio annuo; più elevata, nell'ordine del 7%, l'espansione prevista per l'economia indiana, una

volta assorbito l'impatto della riforma monetaria. Russia e Brasile sanciscono la loro uscita dalla recessione. L'UEM evidenzia una sorprendente ripresa, prevedendo un tasso di crescita del 2,2% nel 2017. La crescita in Italia ed in molti altri paesi è stata alimentata dalla domanda interna, grazie all'impulso fornito dalle politiche economiche espansive in un contesto di continuo miglioramento dei mercati del lavoro, di ripresa dell'economia mondiale e di incertezze politiche dissipate dagli esiti

elettorali. Gli investimenti hanno presentato una crescita superiore ai consumi delle famiglie, beneficiando del miglioramento del commercio mondiale, dell'impatto sulle esportazioni, della riduzione della capacità produttiva inutilizzata e delle favorevoli condizioni finanziarie. I consumi, seppure non protagonisti, hanno tenuto la crescita, nonostante l'aumento dell'inflazione. Inoltre la ripresa si è diffusa a tutti i paesi, interessando anche la Germania che era stata la grande assente nel 2016.

• **Prodotto interno lordo - (Variazioni %)***

	2015	2016	2017	2018
Uem	1,9	1,8	2,2	1,9
Stati Uniti	2,6	1,6	2,2	2,1
Giappone	1,1	1,0	1,4	1,3
Mondo	3,1	2,9	2,5	3,4

* Scenario Prometeia settembre 2017

Anche l'economia italiana si è rivelata più dinamica delle attese di inizio anno, portando al rialzo la previsione sul 2017 (+1,4%), per effetto sia della revisione delle serie storiche ufficiali sia soprattutto per effetto del miglioramento del contesto internazionale e della fiducia dei consumatori. La ripresa trova la spinta nella domanda interna, in particolare negli investimenti e nel rafforzamento inaspettato

della spesa delle famiglie, ma soprattutto nel commercio mondiale, attraverso la dinamica delle esportazioni, penalizzate solo in parte dall'apprezzamento dell'euro, e delle importazioni. Il miglioramento del mercato del lavoro prosegue, consolidando l'occupazione anche in assenza di incentivi fiscali, ma con caratteristiche diverse: aumentano le forme "precarie" di lavoro ed aumenta il numero di

disoccupati; ciò a voler segnalare che un miglioramento strutturale del mercato del lavoro richiede ad oggi ancora tempo per realizzarsi. Cresce la ricchezza finanziaria, grazie all'aumento dei redditi sia da lavoro, per effetto del miglioramento dell'occupazione e politiche di bilancio ancora moderatamente espansive, sia da capitale, riflesso delle buone performance registrate dai mercati azionari.

• **Le componenti del PIL - Italia***

	Valori 2014 (mln. di Euro)	Var. % in termini reali			
		2015	2016	2017	2018
PIL	1.622.757	0,7	1,0	1,4	1,2
Consumi interni delle famiglie**	993.926	1,8	1,4	1,5	1,3
Spesa delle A.P.	313.311	-0,7	0,6	0,8	-0,3
Investimenti	271.867	1,4	3,1	2,0	2,9
Esportazioni	475.323	4,1	2,6	4,7	3,4
Importazioni	428.983	6,7	3,1	5,5	3,9

* Scenario Prometeia settembre 2017 (i dettagli in nota metodologica)

** Famiglie e Istituzioni Sociali Private per i servizi alle famiglie

A partire dall'ultima parte dell'anno in corso, molti fattori tenderanno a frenare la crescita dell'economia italiana: il cambio di intonazione della politica monetaria della BCE – con graduale riduzione dell'acquisto di titoli dall'area euro –, l'apprezzamento

dell'euro, la riduzione dell'impulso al commercio mondiale per effetto del rallentamento dell'economia cinese, l'incertezza politica all'avvicinarsi del prossimo appuntamento elettorale. In definitiva pur ipotizzando il prosieguo della crescita dell'economia italia-

na, l'intensità dovrebbe cambiare in quanto il complesso dei fattori positivi che si sono esplicitati nel 2017 tenderanno a smorzarsi; tutto ciò giustifica una crescita del PIL italiano al 2018 in rallentamento (+1,2%).



I CONSUMI DELLE FAMIGLIE ITALIANE

La spesa delle famiglie italiane, in controtendenza rispetto agli altri paesi europei, ha registrato un rafforzamento congiunturale nel primo trimestre del 2017, dopo il rallentamento

registrato nei trimestri precedenti, sostenuto dalla positiva dinamica dei redditi e dal migliorato clima di fiducia dei consumatori sia in relazione alla situazione economica generale sia in

relazione alla situazione personale. Per l'anno in corso si prevede una chiusura all'1,5% in volumi e 2,7% in valore, migliore delle attese di inizio anno. I drivers che hanno sostenuto

il rafforzamento sono stati molteplici: il prosieguo del miglioramento del mercato del lavoro, seppure ad un ritmo più contenuto del biennio 2015-2016, quando era stato favorito dalla ripresa dell'attività economica e dagli incentivi fiscali; l'aumento del reddito disponibile per effetto del migliorato mercato del lavoro e del buon andamento dei mercati finanziari. Nel bien-

nio 2018-2019, si prevede una decelerazione della crescita dei consumi in Italia, come nella maggior parte dei paesi europei, che incorporerà il rallentamento dei redditi, per effetto di un'occupazione più contenuta e del minor impulso dalla politica di bilancio già a partire dal 2018. L'evoluzione dei consumi interni continua ad essere trainata dal ciclo dei beni durevoli,

sostenuto da esigenze di sostituzione e dai bassi tassi di interesse sui prestiti. Le esigenze di sostituzione vanno però via via a smorzarsi come testimoniano gli ultimi dati sulle immatricolazioni delle auto. Pertanto inglobando i segnali più recenti non si va molto lontano dall'ipotizzare un'attenuazione della spesa in beni non alimentari.

• consumi interni

	Valore 2015	Valore 2016	Valore 2017
Totali (mln di Euro)	1.010.119	1.023.598	1.050.946
Pro capite	16.712	16.968	17.447

Scenario Prometeia settembre 2017 (i dettagli in nota metodologica)

• I consumi interni totali – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2015	1,8	-0,1	1,6
2016	1,4	0,0	1,3
2017	1,5	1,2	2,7

Scenario Prometeia settembre 2017 (i dettagli in nota metodologica)

Il contributo maggiore alla dinamica della spesa in beni durevoli deriva dal mercato della mobilità, nonostante il ritmo di crescita sia stato attenuato dal rallentamento del ciclo di sostituzione delle vetture nuove da parte delle famiglie. La domanda di cam-

per e moto, molto sensibile di altri comparti al miglioramento del reddito, mostra una dinamica più vivace. Importante anche il contributo delle auto usate che beneficiano delle incisive politiche promozionali delle case e dei concessionari e dell'offerta di

vetture a Km0. La spesa per la casa fornisce un contributo più modesto alla crescita dei consumi durevoli, penalizzata dal ridimensionamento sul fatturato dei mercati della telecomunicazione e *information technology*.

• I consumi di beni durevoli totali*

	Valore 2015	Valore 2016	Valore 2017
Totali (mln di Euro)	73.066	77.635	79.966
Pro capite	1.209	1.287	1.328

Scenario Prometeia settembre 2017 (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* – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2015	1,8	-0,1	1,6
2016	1,4	0,0	1,3
2017	1,5	1,2	2,7

Scenario Prometeia settembre 2017 (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

Il contesto economico positivo ha contribuito a sostenere la spesa per veicoli ma il ritmo di crescita si è attenuato, a causa del rallentamento del ciclo di sostituzione delle vetture nuove da parte delle famiglie. I comparti dei camper e delle moto mostrano le dinamiche più vivaci, seguiti dalle auto usate che beneficiano delle incisive politiche promozionali delle case e dei concessionari e dell'offerta di vetture a Km0.

Nel 2017 la spesa per veicoli continua ad essere sostenuta da un contesto economico positivo, da politiche fiscali favorevoli e da un mercato del lavoro in miglioramento ma cambia ritmo di crescita, a causa del rallentamento delle vendite di auto nuove alle famiglie. Si prevede pertanto una chiusura a valore della spesa di circa 38 miliardi di euro con una crescita del 3,1%, in decelerazione rispetto al 2016. Il comparto di spesa più dinamico è quello del camper (+19,5% sul fatturato), sebbene rappresenti una quota marginale della spesa complessiva per veicoli. La domanda è stata sostenuta dalla presenza di incen-

tivi alla rottamazione dei veicoli Euro 2 e precedenti, che costituiscono oltre un terzo del parco nazionale, e dalla crescita del turismo in Italia. La dinamica delle moto per il 2017 si conferma positiva ma a tassi più contenuti rispetto allo scorso anno (+9,8% sul fatturato). Il risultato è il frutto della ripresa delle moto targate e dell'interruzione dei forti cali che avevano caratterizzato i cinquantini nel 2015. Il mercato delle auto usate accelera la crescita nell'anno sia in volumi sia sul fatturato (+5,5% a valore), grazie alle incisive politiche promozionali messe in campo dalle case e dai concessionari e grazie all'offerta interessante sulle vetture

a Km0. La domanda del segmento "usato" è vivacizzata anche dal canale on line, che svolge un ruolo di primo piano nella gestione delle compravendite di vetture e motoveicoli usati. Gli strumenti disponibili su Internet sono di diverso tipo e vanno dai siti specializzati nella vendita di usato, che sono sempre più numerosi e mettono solitamente a disposizione uno strumento on-line per la valutazione del veicolo, la possibilità di prenotare una perizia dal vivo, e spesso si occupano anche delle pratiche relative al passaggio di proprietà, ai siti di annunci che permettono l'incontro di domanda e offerta tra privati e i siti di aste on-line.

• La spesa (famiglie) per veicoli –

Valore (mln in Euro)

Valore 2015	Valore 2016	Valore 2017
33.721	36.988	38.127

fonte: elaborazioni Prometeia su dati Unrae

• I consumi di beni durevoli totali* –

Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2015	11,4	1,7	13,3
2016	8,8	0,8	9,7
2017	3,8	-0,7	3,1

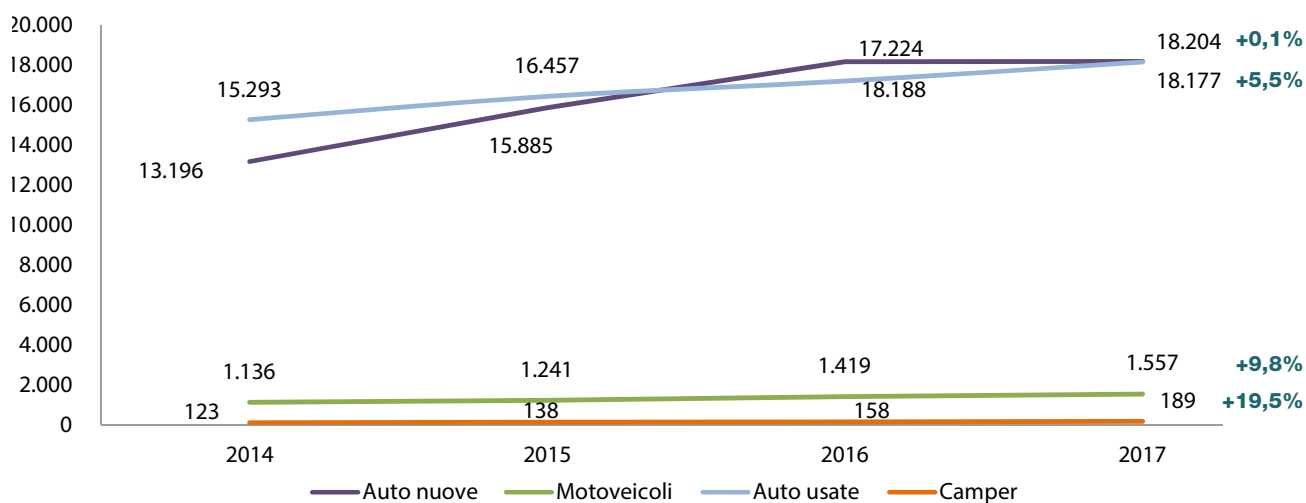
fonte: elaborazioni Prometeia su dati Unrae

Il mercato degli acquisti di auto nuove delle famiglie è il grande assente questo anno. Dopo le brillanti *performance* del biennio 2015-2016, il mercato rallenta la corsa, in assenza di rilevanti incentivi alla rottamazione, dimezzando i tassi di crescita. Le immatricolazioni di auto a privati a volu-

me dovrebbero chiudere con un lieve calo nel 2017 (-0,5%) che si riflette sul fatturato, contenuto da prezzi in leggero aumento, per effetto della ricomposizione della spesa verso auto di cilindrata medio-alta. L'espansione del fenomeno del noleggio a breve e a lungo termine è un trend che sta in-

teressando il settore da alcuni anni, incidendo positivamente sulla crescita della domanda da parte delle imprese a svantaggio dei privati, con ricomposizione della quota detenuta dalle famiglie, che è passata dal 70% nel 2010 al 56% nel 2017.

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



fonte: elaborazioni Prometeia su dati Unrae



AUTO NUOVE

Nel 2017 il mercato auto rallenta la corsa, dimezzando il tasso di crescita del biennio precedente. Il cambio di passo era nelle attese, dopo il recupero della domanda di sostituzione da parte delle famiglie sperimentato tra il 2015 e il 2016. Le vendite sono tuttavia rimaste dinamiche grazie agli ottimi risultati delle persone giuridiche, in crescita di oltre il 25%. Il mercato si è portato su livelli superiori ai 2 milioni di vetture, valore simile a quello del 2010 ma con un peso ben diverso degli utilizzatori: nel 2010 la quota delle famiglie era di oltre il 70%, nel 2017 è scesa al 56%.

Questa sezione dell'Osservatorio è dedicata all'analisi delle recenti tendenze del settore dell'automobile. I dati relativi alle immatricolazioni di autovetture nuove, inclusive dei fuoristrada, sono

elaborazioni basate su dati di fonte UNRAE, quelli riferiti al parco circolante sono elaborazioni su dati di fonte Aci. Nella prima parte del capitolo si esamina il mercato complessivo; poi si fornirò

scono analisi dettagliate sull'andamento della domanda per comparto: alimentazione, struttura qualitativa e, infine, utilizzatore finale (famiglie e imprese).

LA STRUTTURA DEL MERCATO: IMMATRICOLAZIONI E PARCO

Il contesto economico positivo ha continuato a sostenere nel 2017 la domanda di autovetture in Italia, che ha potuto spuntare un ulteriore buon incremento dopo i tassi di crescita a due cifre del biennio 2015-'16. Il passo del mercato tuttavia è cambiato, come era nelle attese, a causa del rallentamento del ciclo di sostituzione delle vetture da parte delle famiglie, che rimangono condizionate da vincoli di bilancio in un contesto di redditi meno brillanti del 2016 e di ripresa dell'inflazione. L'anno ha chiuso con un +8,8% d'incremento delle immatricolazioni a volume, grazie a una domanda del canale delle persone giuridiche che si è mantenuta decisamente sostenuta, in accelerazione. Il mercato delle imprese ha continuato a essere stimolato dagli incentivi (proroga del Super-ammortamento, con una limitazione ai soggetti che

non utilizzano il veicolo nell'ambito dell'attività principale d'impresa) e da una domanda tonica per il noleggio, sia a breve che a lungo termine. Le immatricolazioni hanno raggiunto i 2 milioni di unità, valore ritenuto di equilibrio per il nostro mercato, in assenza dei rilevanti incentivi alla rottamazione che avevano spinto la domanda sui 2,3-2,4 milioni nei primi anni duemila. Il livello delle vendite è tornato in linea con quello del 2010, ma è ben diversa la sua composizione. La quota rappresentata dalle vendite a privati, infatti, è decisamente più modesta (dall'oltre 70% del 2010 al 56% registrato nel 2017) e mostra una decisa ricomposizione del mercato a vantaggio del canale delle persone giuridiche. L'espansione del fenomeno del noleggio, in particolare, è un trend che sta interessando il settore da alcuni anni, trainato sia dalla sempre

maggior diffusione delle formule di *long-term rental*, che sta interessando anche le PMI e, su numeri ancora modesti, la clientela privata, sia dai driver del turismo e del *car sharing* che sostengono il noleggio a breve. Va però sottolineato che una parte rilevante della crescita registrata dalle persone giuridiche nel 2017 è legata al fenomeno delle autoimmatricolazioni da parte delle concessionarie auto, che spiega il balzo consistente del canale delle società (+33% sull'anno). Tali vetture trovano, nel giro di alcuni mesi, una collocazione sul mercato dell'usato a km0 venduto in massima parte ai privati; ciò spiega anche i risultati più deludenti delle attese delle vendite di nuovo a famiglie e i buoni incrementi registrati sul mercato dell'usato nel 2017. Il parco auto è stimato crescere a tassi simili al 2017, grazie al contributo fornito

dall'espansione del circolante delle persone giuridiche (flotte di noleggio a breve e lungo termine e parco di vetture a chilometro zero in giacenza presso i concessionari). È invece sostanzialmente stabile il parco delle autovetture in possesso dei privati, le cui immatricolazioni sono principalmente domanda di sostituzione. La nuova domanda è contenuta a causa di diversi fattori. In primis le tendenze demografiche che portano ad assottigliare le coorti dei giovani, a fronte di una popolazione complessiva che rimane ferma: sulla base delle previsioni demografiche diffuse dall'Istat nell'aprile 2017 la popolazione tra i 18 e i 35 anni sarebbe passata dal 25% del totale dei residenti del 2000 al 18% nel 2017 e la tendenza è atte-

sa proseguire nel lungo periodo. Una possibile attenuazione dell'invecchiamento demografico nel medio termine è possibile solo aumentando i tassi d'immigrazione, dati gli attuali tassi di natalità ai minimi storici. Inoltre, le classi di età più giovani sono state maggiormente colpite dalla crisi, risentendo della precarietà del lavoro e di un tasso di disoccupazione più elevato. Infine si va diffondendo tra i giovani il ricorso a formule alternative al possesso della vettura, soprattutto tra quelli residenti nei grandi centri urbani dove l'auto può agevolmente essere sostituita nella mobilità urbana da mezzi alternativi e da forme di condivisione della vettura. Sulla base dell'ultimo rapporto Aniasa, infatti, aumenta l'utilizzo del *car sharing*

nei grandi centri urbani: gli utenti nel 2016 hanno superato il milione, di cui quasi 600 mila sono utenti attivi; la durata media dei noleggi è di mezz'ora, con una media di 11 noleggi per utente attivo e una distanza media di 7 km, dati in crescita rispetto al 2015. Tali fattori giocheranno un ruolo anche negli anni a venire, limitando l'espansione del parco circolante a tassi modesti, da imputarsi soprattutto alla componente aziende. Il miglioramento del mercato delle auto nuove degli ultimi anni ha potuto quindi portare a una ripresa della crescita dei livelli di circolante ma non è stato sufficiente a invertire il processo di invecchiamento del parco che, secondo i dati Acipù più recenti, ha mostrato un nuovo aumento dell'età media nel 2016.

• Il mercato dell'auto in Italia

	(000 di unità)			(var. %)		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Immatricolazioni (000 di unità)	1.590	1.849	2.011	16,2	16,3	8,8
Parco circolante (000 di unità)	30.887	31.321	31.917	0,7	1,4	1,9
Tasso di motorizzazione¹	511	519	530	-	-	-
Tasso di motorizzazione qualificato²	747	759	777	-	-	-
Tasso di sostituzione (%)³	4,5	4,6	4,5	-	-	-

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 (ROTTt / PARCOt-1) *100; ROTT = numero di auto rottamate.

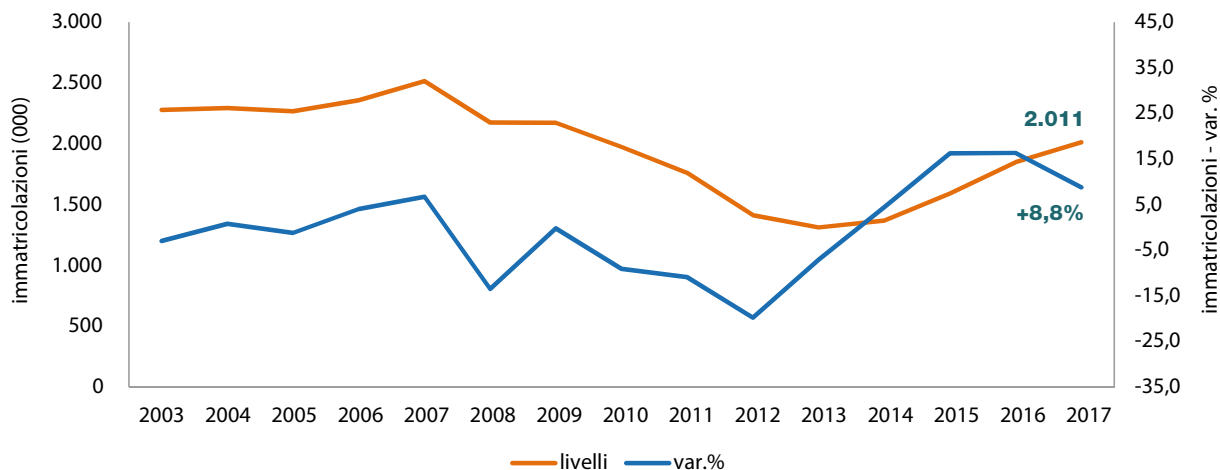


Il tasso di motorizzazione, ai vertici in Europa, è in crescita, mentre il tasso di sostituzione rimane stabile sui livelli del biennio precedente, storicamente modesti. Sarebbe necessaria un'accelerazione del

processo di sostituzione delle vecchie vetture circolanti per ottenere risultati importanti in termini di ambiente e incidentalità, soprattutto in questa fase dove sul mercato vengono offerti modelli (sia alimenta-

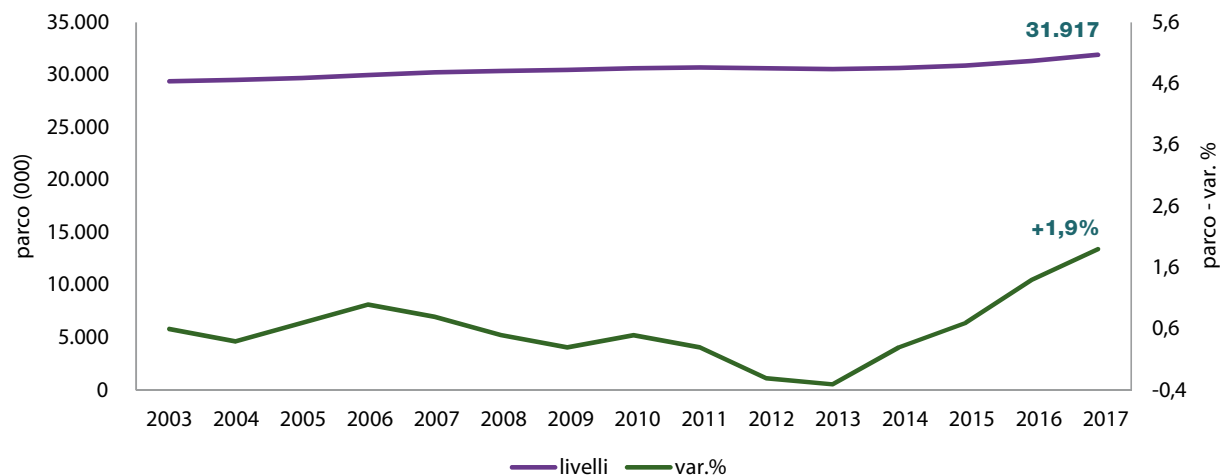
zioni ibride e elettriche sia motorizzazioni tradizionali) con emissioni decisamente più ridotte e standard di sicurezza non paragonabili rispetto alla media del circolante italiano, che ha oltre 10 anni di anzianità.

• Immatricolazioni: livelli e variazioni %



fonte: elaborazioni Prometeia su dati Unrae

• Parco circolante: livelli e variazioni %



fonte: elaborazioni Prometeia su dati Unrae

LA COMPOSIZIONE DELLE IMMATRICOLAZIONI

Nel 2017 le alimentazioni tradizionali, in maniera più rilevate la benzina, hanno rallentato la crescita, superate a tassi più che doppi dalle altre alimentazioni, al cui interno però si riscontrano andamenti ben differenziati tra gpl e elettriche-ibride, in incremento, e metano, in forte calo. Le immatricolazioni di auto a benzina registrano una crescita del 5% circa, inferiore alla media del mercato, condizionate dal cambio di passo della domanda delle famiglie e da prezzi del carburante alla pompa in incremento. Il diesel rimane più dinamico, sostenuto dalla domanda business che data la percorrenza media più elevata continua a preferire questo tipo di alimentazione, nonostante i sempre maggiori vincoli provenienti dal fronte ambientale (limitazioni di circolazione nei centri urbani). Il tasso di crescita delle immatricolazioni di vetture a gasolio si mantiene in linea con la media del mercato, superato dal comparto delle auto con alimentazioni alternative. L'incidenza delle vetture diesel sul parco circolante

complessivo si è stabilizzata negli ultimi anni attorno al 38% (scende al 56,7% quella sull'immatricolato). Il risultato è una perdita di quota delle tradizionali, che scendono a rappresentare l'88% del venduto a volume (-2 punti quota rispetto al 2016), a vantaggio delle altre alimentazioni. Tale aggregato incrementa la propria rappresentatività grazie a due fattori: la ripresa delle vendite di vetture a gpl dopo i forti cali sperimentati lo scorso anno e il trend di espansione delle alternative più innovative, ovvero le vetture ad alimentazione elettrica e ibrida, che nel 2017 hanno accelerato il passo, già buono, del 2016. Le immatricolazioni di auto a gpl hanno registrato un incremento pari a circa il 26%, recuperando rappresentatività dopo le flessioni del biennio scorso, grazie all'inversione della dinamica dei prezzi dei carburanti alla pompa. Sull'onda della ripresa dei corsi del petrolio, infatti, benzina e gasolio si sono entrambi apprezzati dopo i cali 2013-'16, rendendo più vantaggioso

l'acquisto di questo tipo di vetture, che sono state preferite al metano, in tendenza opposta (-26%) sia per una maggior offerta di modelli sul mercato sia per la capillarità della rete distributiva. Ad oggi i punti di vendita di carburanti dotati di gpl sono circa 4mila in Italia, con una buona copertura dell'intero territorio nazionale, 1100 sono quelli di gas naturale, con una distribuzione più disomogenea nelle diverse regioni italiane (più del 50% della rete è fatta da quattro regioni italiane, Emilia Romagna, Veneto, Toscana e Marche mentre la Sardegna non è servita), e una presenza decisamente limitata negli altri paesi europei (il paese che conta più punti di vendita di metano è la Germania con quasi 900 distributori, la Francia ne ha poco più di 50). La riduzione delle immatricolazioni di vetture a metano, iniziata nel 2015, è decisamente consistente: si è passati dalle circa 72 mila vetture del 2014 alle 44 mila del 2016, per scendere alle 30 mila nel 2017, un mercato più che dimezzato.

• Quota auto diesel (%)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Sul tot. delle immatricolazioni	53,4	54,1	55,2	55,7	57,4	56,7
Sul tot. del parco circolante	36,7	37,2	37,7	37,8	37,9	38,0

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

	2012	2013	2014	2015	2016	gen - sett 2016	gen - sett 2017
Immatricolazioni	190.523	200.299	219.750	211.932	186.982	142.181	172.704
Quota % sul totale delle immatricolazioni	13,5	15,3	16,1	13,3	10,1	10,0	11,2

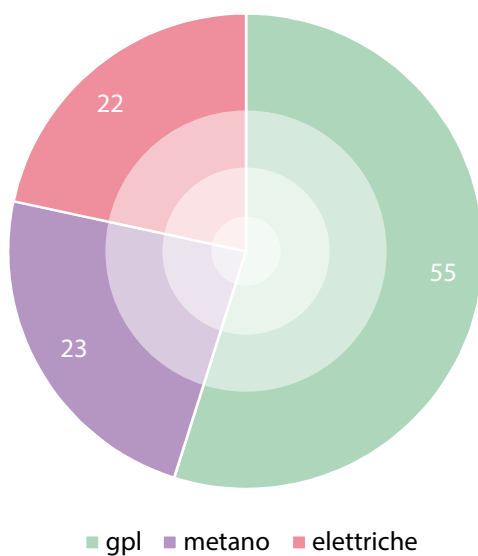
Accelera a oltre +70% la crescita delle vendite di vetture elettriche e ibride, in incremento a doppia cifra dal 2011. Nel 2017 le immatricolazioni di questa tipologia di veicoli hanno toccato il 3,5% delle vendite totali, un'incidenza superiore a quella del metano che è calato a meno del 2% di rappresentatività. All'interno di questo comparto sono le

vetture ibride a dominare la scena, visto che le elettriche "pure" risentono di limitazioni in termini di autonomia e problemi di ricarica, con una rete di colonnine di rifornimento ancora limitata. È in questo mercato, però, che si concentrano gli investimenti recenti, sia in tecnologia da parte delle case (con la progressiva riduzione dei costi d'acquisto

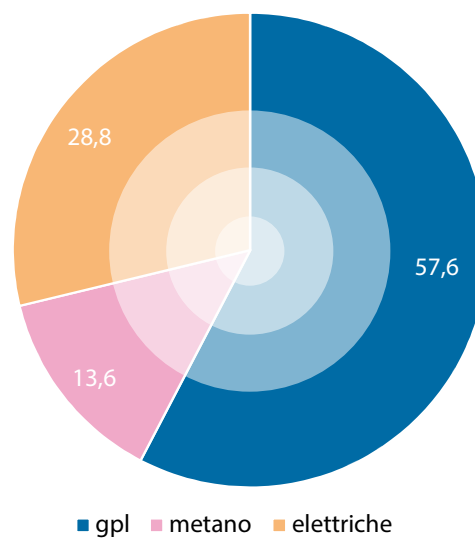
delle vetture, l'aumento dell'autonomia e il contenimento dei tempi di ricarica) sia in potenziamento della rete di rifornimento da parte degli operatori della distribuzione elettrica (Enel è il principale attore con il progetto Enel Drive, nell'ambito del quale gestisce oltre 700 colonnine di ricarica, concentrate soprattutto nei grandi centri urbani).



• **Immatricolazioni delle auto con altre alimentazioni: quote % 2016**



• **Immatricolazioni delle auto con altre alimentazioni: quote % gen-sett 2017**



Passando ad esaminare la composizione delle vendite di autovetture per classe di cilindrata emerge come tutti i comparti hanno registrato crescita in termini di pezzi immatricolati, con ai vertici il comparto da 1051 a 1300 cc. L'accentuazione della crescita delle cilindrato medio alte, già rilevata nel

2016, prosegue con incrementi più alti della media per la classe da 1551 a 2000 cc. Tale segmento di mercato è trainato dalla domanda business (società e noleggio), che si mantiene decisamente positiva. Inoltre la ripresa dei redditi e della ricchezza delle famiglie ha consentito un recupero del mercato

delle vetture "premium", al cui interno vanno per la maggiore suv e crossover, di cilindrato medie elevate. Incrementi più contenuti della media del mercato si osservano per le piccole e, soprattutto, per la classe da 1301 a 1550, condizionate da una domanda dei privati in deciso rallentamento.

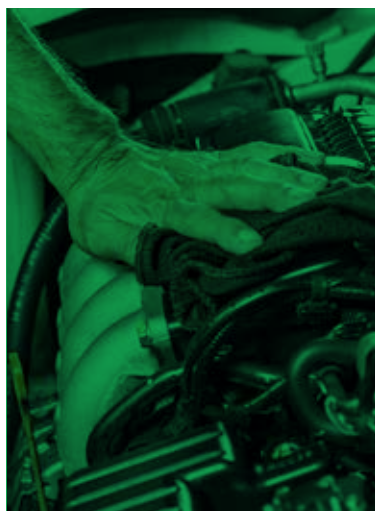
• Le immatricolazioni per cilindrata

	2016	2017	Var. %
fino a 1050 cc	207.132	223.890	8,1
da 1051 a 1300 cc	479.065	531.457	10,9
da 1301 a 1550 cc	459.558	485.637	5,7
da 1551 a 2000 cc	617.420	676.878	9,6
Oltre 2000 cc	85.935	93.165	8,4
Totale	1.849.110	2.011.027	8,8

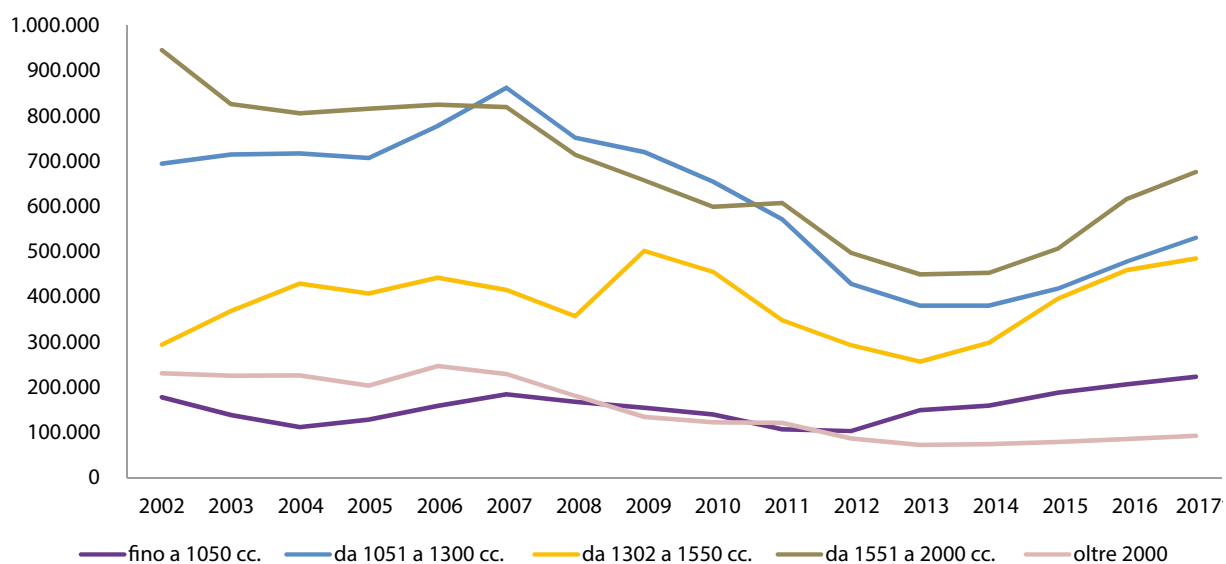
Negli ultimi anni si è avviato un deciso recupero della classe media (1301-1550), il cui livello di immatricolazioni si è avvicinato a quello della classe infe-

riore grazie alla vivacità della domanda business. Nel 2017 si rileva tuttavia un'inversione di questa tendenza e un andamento più dinamico per le cilin-

drate superiori, che stanno beneficiando della ripresa dei redditi e del ritorno alla crescita della ricchezza delle famiglie, sia abitativa sia finanziaria.



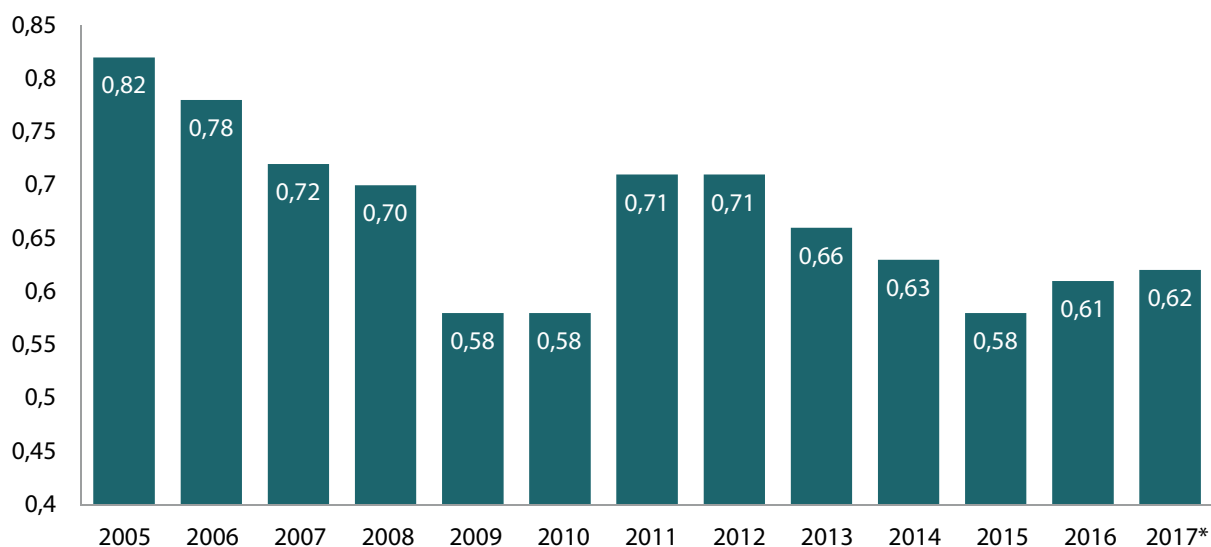
• **L'evoluzione delle immatricolazioni per cilindrata**



*Stima basata sui dati rilevati fino a settembre 2017

Ciò consente all'indice di qualità dell'immatricolato di sperimentare un ulteriore recupero, dopo quello del 2016, assestandosi su un livello di 0,62.

• **Indice di qualità dell'immatricolato** (immatricolato > 1600cc / immatricolato < 1600cc)



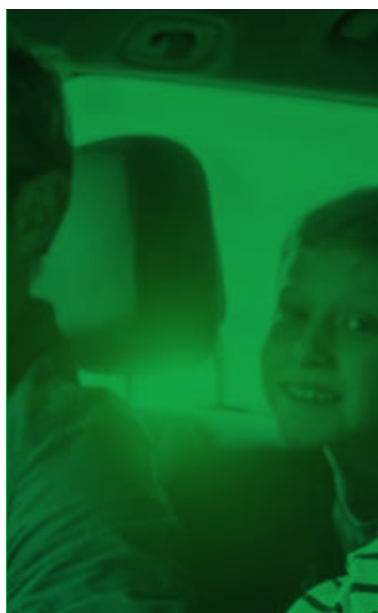
*Stima basata sui dati rilevati fino a settembre 2017

IL MERCATO FAMIGLIE E IL MERCATO AZIENDE

Nel 2017 la domanda di autovetture nuove da parte delle famiglie ha sperimentato un lieve calo rispetto ai volumi 2016. Una stabilizzazione che era nelle attese, dopo il deciso recupero delle sostituzioni di auto rimandate con la crisi avvenuto negli scorsi anni. Per un'interpretazione corretta del dato, inoltre, occorre tenere conto che una parte di domanda dei privati si rivolge al canale dell'usato, in particolare l'usato a km0, che nel corso del 2017 è stato particolarmente spinto dalle politiche commerciali di case e concessionari. Le vetture immatricolate direttamente dagli operatori del mercato, le co-

siddette autoimmatricolazioni, hanno toccato livelli record portando da un lato a una crescita eccezionale delle immatricolazioni del canale delle società (conteggiate all'interno del mercato delle aziende, assieme al noleggio), dall'altro a minori vendite di nuovo a privati. Il 2017 chiude quindi con un -0,5% delle vendite di auto a famiglie, che si assestano poco sopra gli 1,1 milioni di unità, un livello ancora decisamente inferiore a quello pre-crisi (quasi 700 mila auto in meno). Peraltro i volumi del 2007 saranno difficilmente raggiunti in quanto il mercato è cambiato, non solo a causa del drastico calo

dei redditi che ancora non è stato recuperato ma anche per i mutamenti intervenuti nell'offerta (dinamismo dell'usato a km0 ma anche sostituzione dell'auto di proprietà con forme di noleggio a lungo e a breve termine, la cui penetrazione è destinata ad aumentare in futuro) e per le tendenze demografiche. Lo stallo demografico e il progressivo invecchiamento della popolazione portano con sé impatti negativi sia sulla domanda di sostituzione (gli anziani hanno percorrenze chilometriche minori e quindi sostituiscono l'auto con minor frequenza) sia sulla nuova domanda (si riducono le coorti di neopatentati).



Le vendite alle aziende continuano a mantenersi in decisa crescita (+23,7%, in ulteriore accelerazione rispetto al 2016). Al risultato contribuisce in parte il fenomeno delle km0, che non è vera e propria domanda business essendo il dato influenzato dalle politiche commerciali degli operatori di settore. La stragrande maggioranza delle vetture immatricolate da case e concessionari, infatti, vie-

ne immessa nel giro di 4-5 mesi sul mercato dell'usato, principalmente a privati. Al di là di tale effetto, i dati sono positivi anche per il noleggio, sia a breve sia a lungo termine, grazie a una domanda rivolta ad entrambi i comparti in decisa espansione e stimolata dalla proroga del Super-ammortamento al 140% per questi veicoli. Gli incrementi maggiori si sono osservati per il noleggio a breve,

che è stato sostenuto dall'ulteriore espansione del car sharing nei centri cittadini e da una domanda turistica in decisa crescita. Dinamico anche il noleggio a lungo termine, il cui parco è in progressiva espansione su livelli di massimo storico, a dimostrare l'esistenza di ulteriori spazi per il business, che si sta estendendo alle PMI e, anche se ancora marginalmente, alla clientela privata.

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

	(000 di unità)			(var. %)		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Famiglie	1.010	1.142	1.136	18,2	13,1	-0,5
Aziende	580	707	875	12,8	21,9	23,7

Un aumento contenuto dei prezzi medi, inferiore all'1%, non ha consentito uno sviluppo ulteriore della spesa corrente delle famiglie in auto nuove, che è in assestamento sui valori 2016.

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

	2015	2016	2017
Valore (livelli)	15.885	18.188	18.204
Valore (var. %)	20,4	14,5	0,1
Quota % su consumi durevoli	21,7	23,4	22,8
Quota % su consumi totali	1,6	1,8	1,7





La dinamica dei prezzi è stata in decelerazione rispetto al 2016, in controtendenza con l'inflazione generale, a segnalare le rilevanti offerte promozionali messe in campo dalle case e

dai concessionari per intercettare la domanda dei consumatori, in rallentamento. Nel 2017, dopo aver guidato la ripresa dei consumi durevoli e totali negli anni scorsi, l'auto riduce il suo

peso sui due aggregati a valore, che rimane comunque elevata (1,7% della spesa totale delle famiglie).

• **Il valore del mercato famiglie per aree geografiche** (mln di Euro)

	Valore (mln. di Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
	2015	2016	2017		2015	2016	2017
Nord-ovest	5.334	6.061	6.094	Nord-ovest	735	832	834
Nord-est	3.899	4.421	4.401	Nord-est	770	870	864
Centro	3.615	4.189	4.230	Centro	681	786	793
Sud e isole	3.036	3.517	3.479	Sud e isole	369	426	422
Totale Italia	15.885	18.188	18.204	Totale Italia	614	701	701

A livello di macro area territoriale si rileva una stabilità della spesa a valore, sia complessiva che per famiglia, in Centro, un lieve calo nell'area Nord-ovest del paese e contrazioni più significative della media Italia sia

nel Nord-est che al Sud. Il Mezzogiorno continua ad essere penalizzato da una situazione reddituale critica e la spesa a valore, dopo il buon recupero del 2016 quando la crescita era stata maggiore del totale Italia, subisce una

nuova revisione al ribasso del 2%. Le regioni in cui si riscontrano i cali più significativi in termini di immatricolazioni dei privati sono Molise e Campania, in crescita le vendite in Sardegna.

AUTO USATE

Il mercato dell'usato si mantiene tonico, in accelerazione rispetto al 2016, grazie alle incisive politiche promozionali messe in campo dalle case e dai concessionari e all'offerta particolarmente vivace di vetture a km0. Come risultato aumenta la rilevanza del segmento sul totale della domanda dei privati in termini di numero di pezzi, che supera il 71% (poco sopra al 50% la quota dell'usato sul mercato auto totale a valore). Internet è ormai il canale preferito per la gestione della compravendita, scavalcando i concessionari che ancora hanno la sostanziale esclusiva nel mercato del nuovo.

Il 2017 chiude in positivo per le vendite di vetture usate, che registrano una crescita a volume superiore a quella dell'immatricolato di auto nuove (+5,2%, in accelerazione rispetto al 2016). Il mercato ha potuto mantenersi tonico grazie alle politiche promozionali particolarmente incisive messe in campo dagli operatori set-

toriali: i prezzi medi delle auto usate mostrano infatti una stabilizzazione (+0,2%), non riflettendo la generale accelerazione dell'inflazione al consumo in corso nel 2017. A stimolare la domanda ha contribuito un'offerta particolarmente vivace di vetture a Km0, che ha portato sul mercato modelli analoghi al nuovo ma con

costi vantaggiosi. Il settore dell'usato inoltre, negli anni recenti, sta beneficiando dell'arrivo sul mercato delle vetture del canale del noleggio, le cui flotte sono in continua espansione e vengono ricollocate con un'età media contenuta, anche se con un chilometraggio significativo.

• Il mercato dell'auto usata in Italia

	2015	2016	2017
N° pezzi (000 unità)	2.531	2.627	2.766
Valore (mln di Euro)	16.457	17.224	18.177

Il ruolo di internet nella gestione delle compravendite di vetture usate è ormai di primo piano e raccoglie una serie di strumenti che vanno dalle 'vetrine' dei rivenditori tradizionali a siti specializzati, dove si può effettuare la valutazione

on-line della vettura e offrono assistenza lungo il processo di compravendita, ai siti di annunci che permettono l'incontro di domanda e offerta tra privati fino ai siti di aste on-line. Nel primo semestre del 2017 la crescita degli acqui-

sti di vetture usate da parte dei privati è il risultato di un deciso incremento dei passaggi di proprietà tra società e privati, al cui interno si colloca il flusso delle km0, mentre risultano stabili quelli tra privato e privato.

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

	Volumi	Prezzi	Valore
2015	5,6	1,5	7,5
2016	3,5	0,8	4,7
2017	5,3	0,2	5,5

I passaggi di proprietà di vetture usate nel 2017 sono stati circa 140 mila in più rispetto al 2016, oltre il 71% del

totale delle auto acquistate dalle famiglie. La quota a valore è ovviamente inferiore, a causa del minor valore

medio unitario associato alla vettura usata, ma è comunque leggermente superiore al 50% del mercato.



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



MOTOCICLI

Prosegue il recupero del mercato delle moto targate nel 2017, con un tasso in decelerazione rispetto al 2016. La graduale ripresa dei redditi disponibili e i miglioramenti sul mercato del lavoro hanno permesso al settore di uscire da una lunga crisi, durata otto anni. La domanda di ciclomotori sembra ormai arrivata a livelli di minimo e già dal 2016 è sostanzialmente stagnante su volumi attorno ai 23 mila pezzi.

LA STRUTTURA DEL MERCATO: IMMATRICOLAZIONI E PARCO

Nel 2017 la domanda complessiva di moto a volume ha registrato una crescita del 5,6%, in rallentamento rispetto agli ottimi risultati del biennio precedente in cui si è verificata l'uscita del mercato da una lunga crisi, durata otto anni, legata al calo drastico dei redditi dei consumatori e all'aumento del tasso di disoccupazione, con dinamiche più accentuate nelle fasce di età più giovani. Il recupero dei volumi di mercato è frutto della ripresa del comparto delle moto targate (+6,3% dopo il +13,4% dello scorso anno) e dell'interruzione dei forti cali che hanno caratterizzato il mercato dei cinquantini a tutto il 2015. Il parco circolante complessivo di due ruote si è stabilizzato su un livello di circa 8,3 milioni di pezzi, risultato che è la combinazione di uno

stock che continua a contrarsi per i ciclomotori e di crescite progressive nel parco di moto targate, per cui ci sono ancora ampi spazi di diffusione dato il tasso di motorizzazione relativamente contenuto. Le vendite di ciclomotori hanno sperimentato un ridimensionamento fortissimo rispetto ai primi anni duemila, legato nella fase iniziale all'introduzione dei modelli di scooter targati. Essi sono stati interessati da un progressivo ampliamento della gamma di offerta alle cilindrato maggiori e hanno sottratto ai 'cinquantini' gli utenti maggiorenni che utilizzano il mezzo negli spostamenti urbani, attirati dal vantaggio di poter usare il veicolo anche per spostamenti extra-urbani, con costi di carburante e assicurazione non significativamente diversi. A tale trend si è aggiunta la crisi dei redditi che negli anni dal 2008 al 2014 ha ulteriormente penalizzato la domanda di ciclomotori, ponendo un forte vincolo al bilancio familiare. La ripresa economica avviata, gradualmente, dal 2014 con il cambio di segno dei redditi delle famiglie, ha permesso un progressivo rientro dei cali dei volumi di vendita di ciclomotori, senza però arrivare ad un'inversione della tendenza della domanda, come riscontrato per

gli scooter e le moto targate. Il settore deve fare i conti con i cambiamenti di offerta che hanno connotato in questi ultimi anni il mercato delle due ruote, quando all'avanzata degli scooter targati si è sommata la forte crescita delle bici, in particolare quelle elettriche, che occupano un ruolo sempre più significativo negli spostamenti urbani. I principali produttori di due ruote stanno immettendo sul mercato, a prezzi d'acquisto sostanzialmente in linea con quelli di un ciclomotore, modelli di E-Bike sempre più avveniristici, con attenzione ai materiali e al design, proprio per intercettare il segmento di clientela di fascia d'età matura che intende utilizzare il mezzo negli spostamenti quotidiani casa-lavoro. Le vendite di bici elettriche hanno ampiamente superato, già nel 2015, i volumi di mercato dei 'motorini' (56 mila pezzi), consentono di raggiungere una velocità sostenuta (25 km/h) risultando un valido sostituto dello scooter di piccola cilindrato, con il vantaggio di essere esenti da costi di utilizzo quali carburante e assicurazione. Tutto questo si iscrive in un contesto demografico negativo, con una popolazione giovane in calo, e in presenza di un significativo cambiamento nelle abitu-



dini delle nuove generazioni, che hanno in parte sostituito la mobilità fisica con quella 'virtuale' effettuata sul web. I circa 23 mila pezzi stimati per il 2017 confermano un mercato stabile sui livelli del biennio precedente. Il parco

circolante dei ciclomotori mantiene un profilo negativo, in fisiologica attenuazione. Nel parco continuano a permanere mezzi con un'età media elevata, che non vengono sostituiti con nuovi modelli causa vincoli reddituali e pre-

ferenze per veicoli alternativi. Il tasso di motorizzazione qualificato subisce un'ulteriore ridimensionamento, in linea con quanto osservato lo scorso anno; il tasso di sostituzione mostra un assestamento attorno al 4%.

• Il mercato dei ciclomotori in Italia

	2015	2016	2017
Vendite (unità)	23.390	23.253	23.095
Parco circolante (unità)	2.074.200	2.011.963	1.955.344
Tasso di motorizzazione qualificato ¹	8,8	8,8	3,1
Tasso di sostituzione (%) ²	8,8	0,8	3,1

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

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

• Dinamica della domanda di ciclomotori in Italia

	2015	2016	2017
Vendite (var. %)	-12,5	-0,6	-0,7
Parco circolante (var. %)	-3,4	-3,0	-2,8

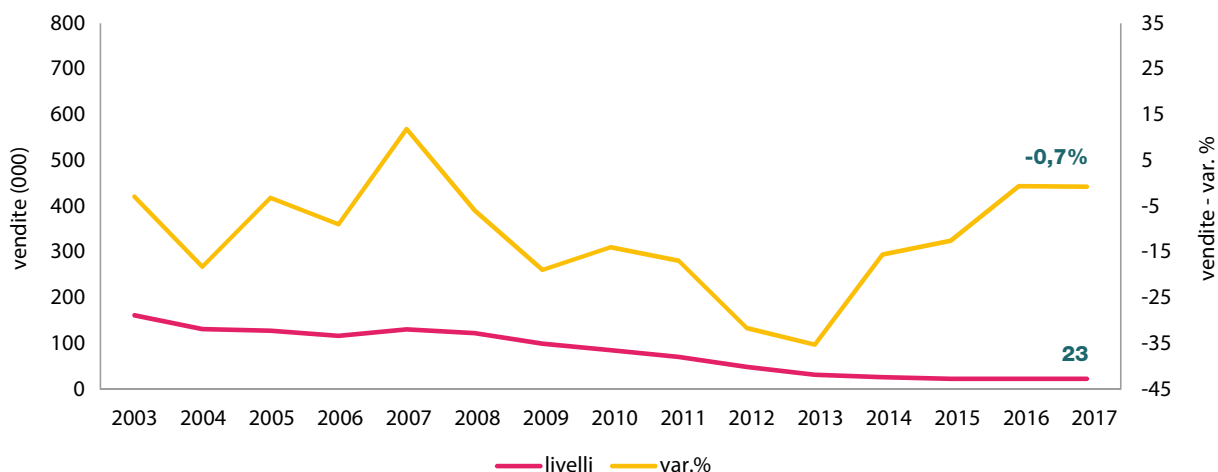
I dati di vendita per modello rilevano come ai primi posti continuano a stazionare da diversi anni quelli classici

offerti dai principali costruttori nazionali, Piaggio e Aprilia, ovvero Liberty, Scarabeo e Vespa, che hanno il van-

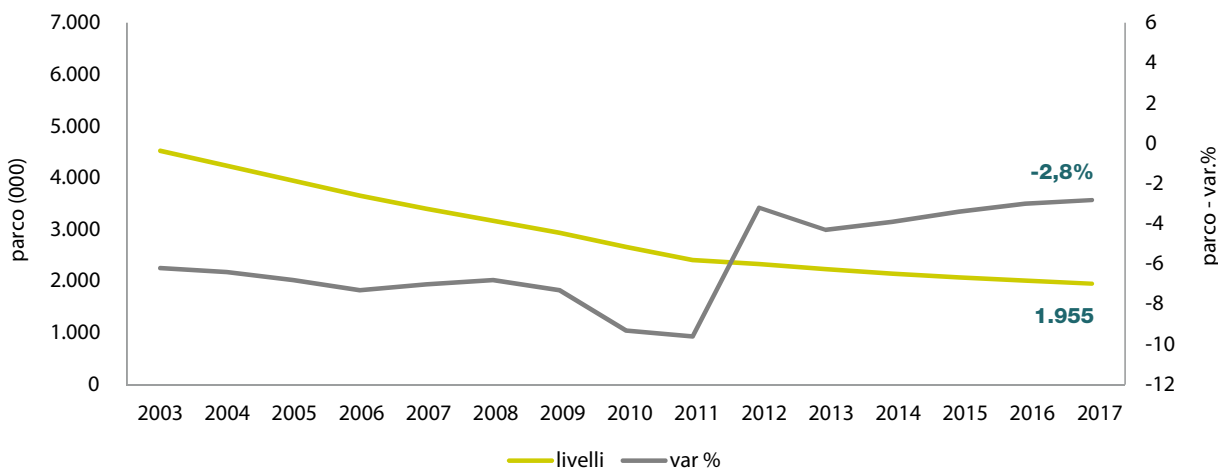
taggio di essere adatti a utenti di diverse fasce di età negli spostamenti urbani.



• **Vendite ciclomotori:** livelli e variazioni %



• **Parco circolante ciclomotori:** livelli e variazioni %



Nel 2017 la domanda di moto targate ha potuto spuntare un'ulteriore crescita dopo le buone dinamiche sperimentate nel biennio 2015-'16. Le immatrico-

lazioni a volume sono nel complesso aumentate del 6,3%, superando i 200 mila pezzi e tornando sui livelli del 2012. Il recupero del mercato è prose-

guito grazie al nuovo incremento dei redditi delle famiglie nel 2017, anche se a un tasso reale in ridimensionamento rispetto allo scorso anno data la ripresa



dell'inflazione. Il mercato si situa su volumi più che dimezzati rispetto al 2007; la strada da percorrere per tornare ai livelli pre-crisi è ancora lunga, condizionata dall'incertezza sul futuro che spinge i consumatori a mantenere un atteggiamento di cautela, anche in vista dell'elevato costo di mantenimento del veicolo a due ruote. Sul tema del costo assicurativo, in particolare, l'Associazione di categoria lavora da anni per un allineamento a standard europei, oltre a chiedere un miglioramento

delle infrastrutture stradali per aumentare la sicurezza di chi viaggia su due ruote. Un'agevolazione al mercato potrebbe provenire anche dalle attese modifiche del Codice della Strada che prevedono l'opportunità di utilizzare le corsie preferenziali e l'ingresso delle moto a 125 cc in autostrada. In merito ai viaggi su rete autostradale è diventata operativa nel corso del 2017 la riduzione del pedaggio autostradale del 30% per le moto, a patto di essere titolari di un contratto Telepass Family

associato alla targa del veicolo. Il tasso di sostituzione mostra una stabilizzazione su livelli bassi (poco sopra al 2%), segno della presenza di una domanda aggiuntiva, soprattutto per le moto di cilindrata maggiore, e del permanere della debolezza del processo di sostituzione dei vecchi veicoli. Il tasso di motorizzazione qualificato (rapportato alla popolazione di età compresa tra i 20 e i 64 anni) ha ripreso a crescere dal 2015 e nel 2017 e si porta sulle 177 moto ogni 1000 abitanti.

• **Il mercato delle moto in Italia**

	2015	2016	2017
Immatricolazioni (unità)	170.896	193.726	205.994
Parco circolante (unità)	6.209.717	6.274.894	6.335.816
Tasso di motorizzazione qualificato¹	172	175	177
Tasso di sostituzione (%)²	2,1	2,1	2,3

• **Dinamica della domanda di moto in Italia**

	2015	2016	2017
Immatricolazioni (var. %)	9,6	13,4	6,3
Parco circolante (var. %)	0,7	1,0	1,0

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

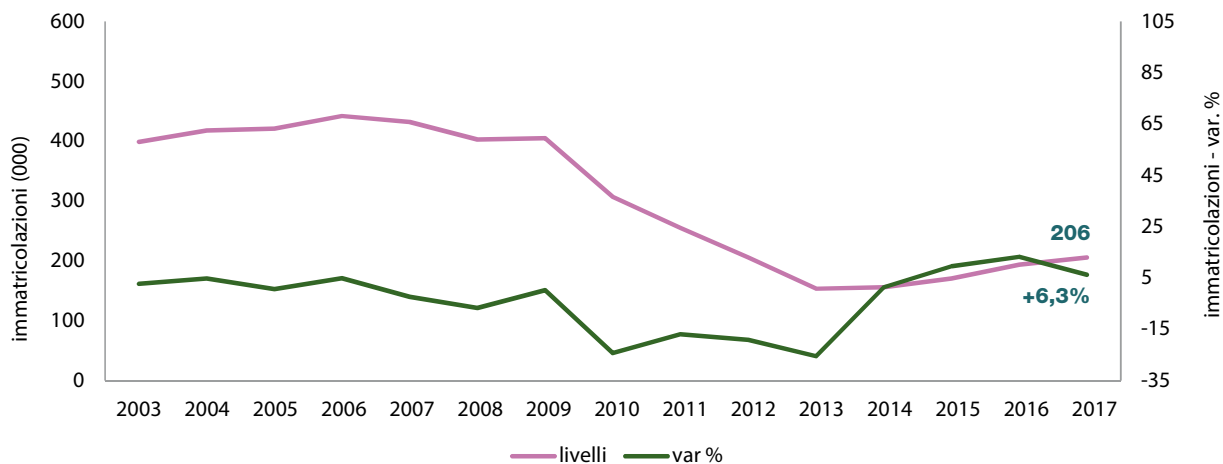
² È definito come (ROTT_t / PARCO_{t-1})*100; ROTT = numero di motocicli rottamati.

Dall'esame degli andamenti di lungo periodo emerge che il settore è uscito dalla crisi ma continua a faticare. Le vendite hanno, infatti, intrapreso un

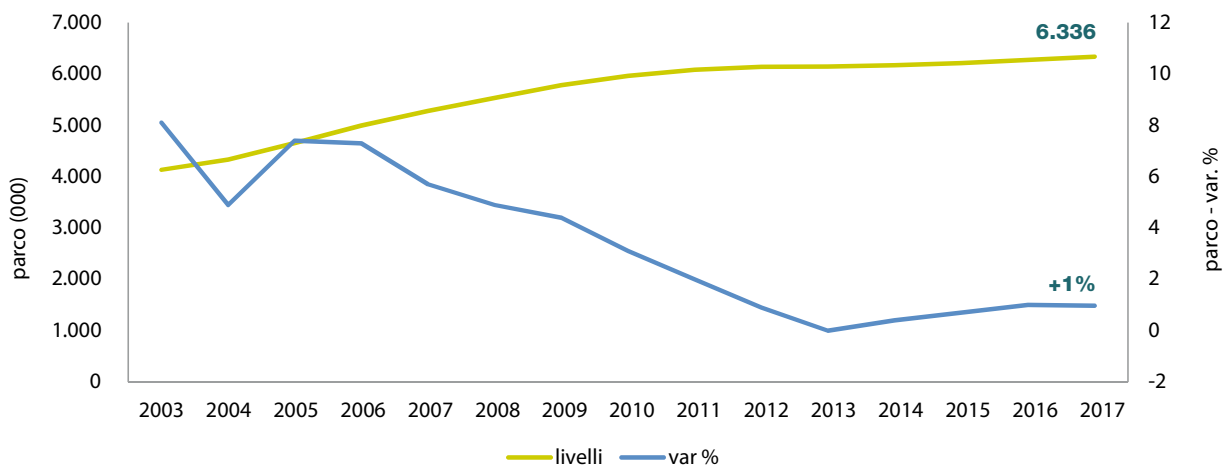
percorso di recupero rispetto ai minimi del 2013 ma il passo della ripresa è lento e la penetrazione delle due ruote sulla popolazione mostra un deciso

rallentamento, evidente nell'appiattimento della curva del parco dal 2010 in avanti.

• Vendite moto: livelli e variazioni %



• Parco circolante moto: livelli e variazioni %

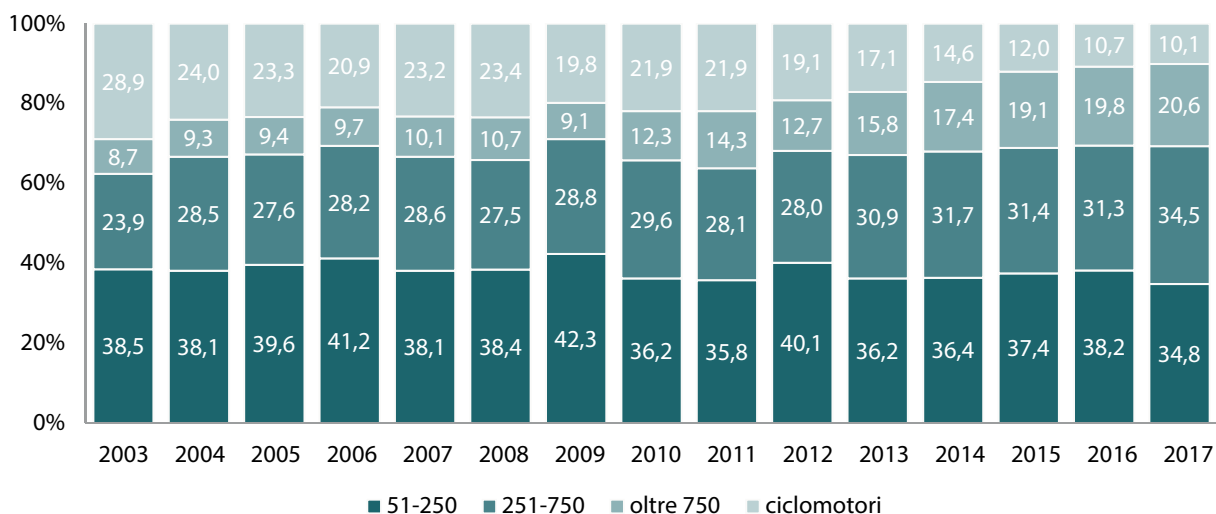


L'offerta delle case si conferma vivace e le scelte dei consumatori continuano a dirigersi sulle moto di cilindrata medio-alta nei segmenti naked e turismo, col risultato che le vendite di moto continuano a essere più dinamiche di quelle degli scooter, con tassi di

crescita doppi. I risultati più deludenti a livello di cilindrata si hanno per le classi inferiori, quali le 51-250 cc, che sono in flessione in termini di numero di pezzi venduti, oltre ai ciclomotori. La quota sul totale del venduto scende al 10% circa per i ciclomotori e al

34,8% per il segmento successivo, rispetto all'oltre 38% del 2016. Per contro il maggior dinamismo dei volumi di vendita si ha per la classe tra 251 e 750; continuano a mostrare buoni incrementi anche le moto più grandi.

• Composizione delle immatricolazioni



Lo spostamento della domanda su segmenti di cilindrata più alti, unito a un incremento dei prezzi medi di vendita, porta il mercato a valore a segnare un

progresso vicino al 10%, risultando ben più dinamico dei volumi. I tassi positivi sono diffusi a tutte le macro-aree territoriali, con un risultato più contenuto

nel Nord-Ovest, penalizzato da un calo significativo delle compravendite di moto 51-250 e da crescite inferiori alla media per gli altri segmenti di targato.

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

	2015	2016	2017
Valore (livelli)	1.241	1.419	1.557
Valore (var.%)	9,3	14,3	9,8

I risultati migliori si osservano nel Mezzogiorno, dove prosegue il recupero delle significative perdite registrate con la crisi.

In quest'area si registra un incremento anche per la prima classe di cilindrata, in controtendenza con il resto del paese;

sembra esserci una maggiore sostituzione dei ciclomotori, che sono in calo, con gli scooter targati di piccola taglia.

• Il valore per segmento e macro area

Valore 2017 (mln. Euro)					
	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Italia
51-250 cc	99	56	86	83	325
251-750 cc	177	102	132	161	572
oltre 750 cc	222	167	126	98	613
Moto	498	325	345	342	1.510
Ciclomotori	12	12	10	14	48
Totale	510	337	335	356	1.557

Variazioni % del valore 2017 su 2016					
	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Italia
51-250 cc	-7,3	-3,4	-5,7	1,6	-4,1
251-750 cc	12,3	16,5	21,2	26,7	18,9
oltre 750 cc	6,0	10,5	14,8	19,9	11,0
Moto	5,1	9,5	11,0	17,7	10,1
Ciclomotori	1,2	1,3	0,9	-0,2	0,8
Totale	5,0	9,2	10,7	16,9	9,8

CAMPER

Si mantiene positiva, in deciso miglioramento, la dinamica della domanda di camper nel 2017, grazie anche alla presenza di incentivi alla rottamazione dei veicoli Euro 2 e precedenti, che costituiscono oltre un terzo del parco nazionale. Il turismo en plein air, pur in un contesto positivo di generale ripresa del turismo, perde peso a vantaggio di altre scelte come testimoniato dall'indagine Istat sull'utilizzo del camper nei viaggi e vacanze degli italiani (indagine del 2016).

Il turismo in libertà ha un peso significativo in Europa e in Italia: sulla base dei dati Eurostat, nel 2015, un turista su 10 che ha viaggiato in Europa ha alloggiato in campeggi e aree di sosta. L'Italia è al quarto posto tra le destinazioni privilegiate, tra cui primeggia la Francia. Tornando al nostro paese, sulla base dei dati diffusi dall'Associazione Produttori Camper e Caravan (APC) nel 2015 sono stati circa 8,2 milioni i turisti, italiani e stranieri, che hanno deciso di visitare il paese in autocaravan, caravan o tenda, pari al 7,5% degli arrivi nella nostra penisola, in aumento rispetto al 2014. La più recente indagine Istat sui viaggi e vacanze degli italiani, riferita al 2016, mostra un dato decisamente positivo per il turismo nel complesso. Il numero di viaggi con pernottamento effettuati dai residenti è in forte crescita (+14% circa), prima variazione positiva

dopo sette anni penalizzati fortemente dalla crisi. In un generale contesto di ripresa del numero di spostamenti, però, l'Istat rileva che la percentuale di quelli effettuati in camper registra un calo di circa un punto quota tra il 2015 e il 2016, a vantaggio di auto e aereo. Una penalizzazione potrebbe essere derivata dall'aumento dei prezzi dei campeggi, in un contesto di costo dei carburanti in calo e sempre maggior diffusione dei voli *low cost*. Il quadro è comunque positivo e la ripresa del turismo è attesa aver proseguito nel 2017, grazie a redditi che rallentano ma rimangono in ripresa e al permanere di incertezze internazionali che tendono a spostare le preferenze su mete sicure e mezzi di trasporto privati. Oltre all'incremento delle vendite di nuovo, nel 2016, è risultato positivo anche il mercato dell'usato con una crescita del 9% dei

trasferimenti netti di proprietà, come rilevato da Apc. Il mercato ha ricevuto un sostegno dagli incentivi, varati con decreto attuativo a novembre 2016, che prevedono un bonus di 8 mila euro per l'acquisto di un veicolo Euro 5 a fronte della rottamazione dei vecchi camper (Euro 2 e precedenti rappresentano oltre il 30% dei veicoli circolanti, mentre quasi il 60% dei mezzi presenti nel parco ha più di dieci anni di anzianità). Tale bonus, partito nel 2016, è valido per gli autocaravan nuovi immatricolati entro il 31 marzo 2017. Rimane tonico anche il mercato del noleggio, che ricopre una quota stabile attorno al 15% delle nuove immatricolazioni complessive di autocaravan e ha un ruolo importante in quanto permette agli appassionati, potenziali nuovi acquirenti, di sperimentare questa tipologia di vacanza senza una spesa eccessiva.

• Il mercato dei camper in Italia

	2015	2016	2017
N° pezzi	3.031	3.386	3.998
Valore (mln di Euro)	138	158	189

Nel 2017 le vendite di camper nuovi hanno mostrato una crescita in accelerazione e sono salite su livelli prossimi ai 4 mila pezzi; +18,1% l'incremento dei volumi rispetto al già tonico 2016. A sostenere la domanda hanno contribuito sia il contesto economico favorevole sia gli incentivi alla rottamazione stanziati dalla



Legge di Stabilità 2016, pari a 5 milioni di euro destinati, sotto forma di sconto sul prezzo d'acquisto (fino a 8 mila euro), a chi compra un veicolo nuovo rottamando un "euro2" o precedenti. Tali veicoli, data l'età media elevata del parco in Italia, rappresentano oltre un terzo dello stock.

• **Il mercato dei camper in Italia - Variazioni %**

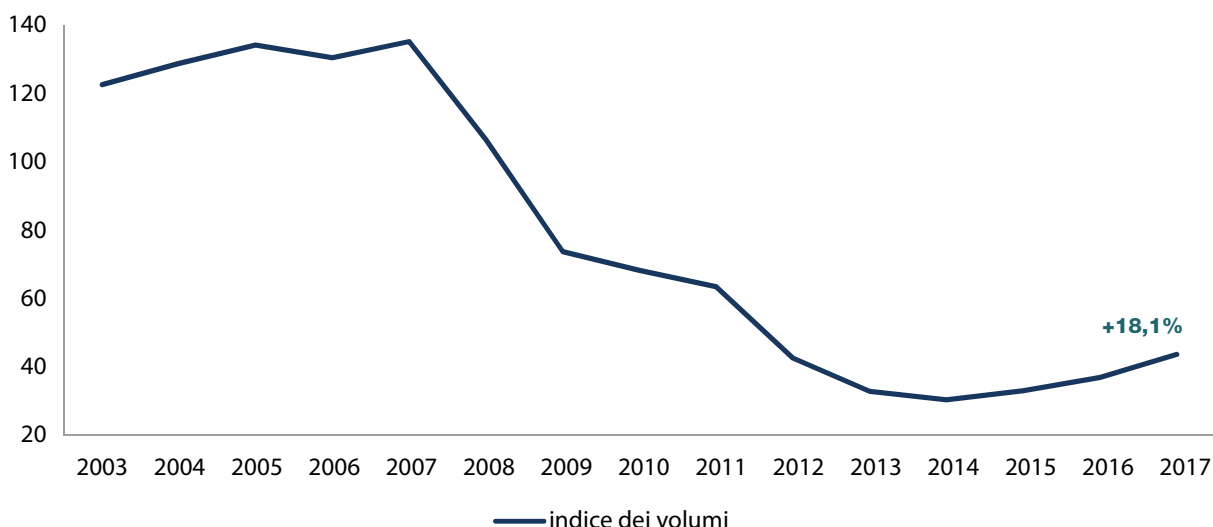
	Volumi	Prezzi	Valore
2015	8,9	2,8	12,0
2016	11,7	2,3	14,3
2017	18,1	1,2	19,5

I prezzi medi di vendita dei camper nuovi sono risultati in crescita poco sopra l'1%, in ridimensionamento ri-

spetto alle dinamiche del biennio precedente. La combinazione di volumi particolarmente dinamici e di prezzi in

ulteriore incremento restituisce un mercato a valore di circa 190 milioni di euro (+19,5% rispetto al 2016).

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



LA SPESA PER LA CASA

La spesa dei beni durevoli per la casa rallenta la crescita sul fatturato e mette a segno un ulteriore calo sui volumi di vendita, penalizzata dalla domanda della telefonia, *information technology* ed elettronica di consumo. Il settore trainante in termini di fatturato si conferma quello della telefonia, ma la contrazione dei volumi venduti rallenta la crescita, nonostante la buona *performance* dei dispositivi indossabili e delle cuffie. Il mobile fornisce un importante contributo alla crescita dell'aggregato, favorito dal protrarsi degli incentivi fiscali e dal miglioramento del mercato immobiliare residenziale, elementi che sostengono anche la domanda dell'home comfort, la cui crescita a due cifre è però da attribuirsi prevalentemente alle favorevoli condizioni climatiche. Gli elettrodomestici grandi e piccoli forniscono un contributo positivo ma più marginale rispetto al recente passato, mentre i comparti della fotografia, dell'elettronica di consumo e dell'*Information Technology* continuano a soffrire la competizione del vicino settore delle telecomunicazioni.

La spesa per beni durevoli per la casa (mobili, elettrodomestici, telefonia, fotografia, elettronica di consumo, *information technology* e *bricolage*),

rallenta la crescita sul fatturato (+1,0% sul 2017), e sperimenta un ulteriore calo sui volumi (-1,3%). Pertanto, anche a fronte di una spesa per la mobi-

lità meno brillante dello scorso anno, la spesa per la casa risulta più ridimensionata raggiungendo i 33 miliardi di euro.

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

Valore 2015	Valore 2016	Valore 2017
31.935	32.847	33.188

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

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

	Volumi	Prezzi	Valore
2015	0,7	2,7	3,5
2016	-1,0	3,9	2,9
2017	-1,3	2,3	1,0

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

Il comparto che contribuisce maggiormente alla crescita del volume d'affari è quello del mobile (+1,8% nel 2017), che può beneficiare ancora della proroga degli incentivi fiscali nell'ambito delle ristrutturazioni edilizie, della ripresa delle compravendite residenziali e delle condizioni crediti-

zie favorevoli. Il settore della "telefonia" continua a fornire il suo contributo positivo alla dinamica della spesa a valore (+4,1%), sostenuta da prezzi medi in crescita, sebbene in rallentamento, mentre si contrae nuovamente sui volumi di vendite, a testimonianza del buon grado di diffusione raggiunto

dagli smartphone, prodotto che rappresenta l'87% del fatturato del mercato. La buona *performance* dei nuovi prodotti – "dispositivi indossabili" e cuffie - sostiene il settore a valore e in volumi ma non riesce a fare accelerare il passo, rappresentando ancora una quota marginale.

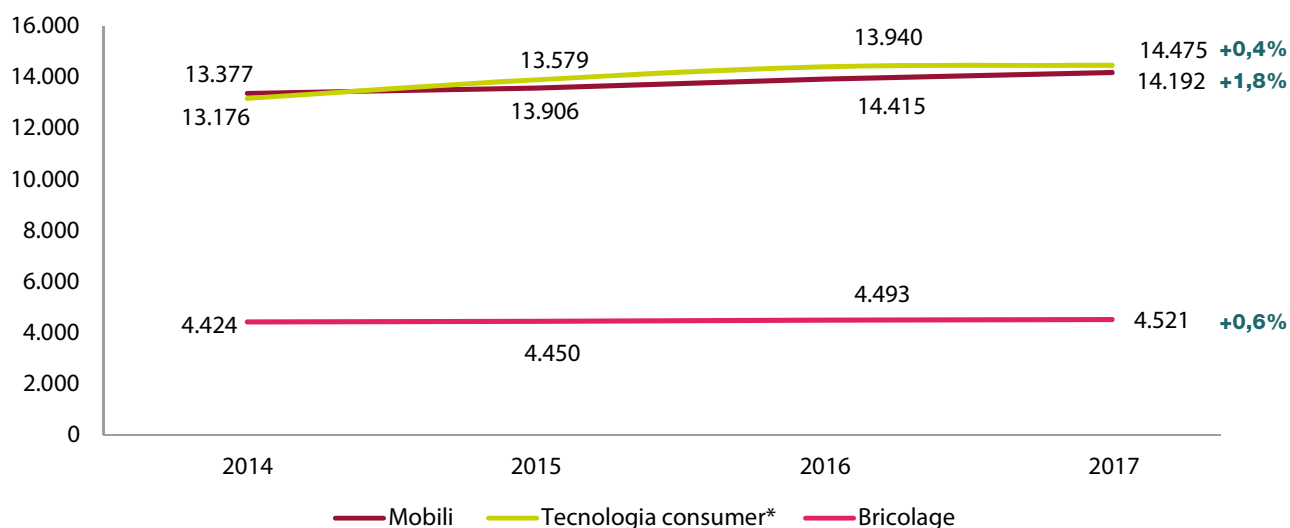


I comparti degli elettrodomestici (grandi e piccoli) contribuiscono positivamente ma il calo sui volumi venduti ridimensiona l'entità del contributo al fatturato, incidendo così solo marginalmente sulla crescita del volume di affari generato dalla spesa per la casa. Il comparto dell'*home comfort* fornisce un contributo positivo alla crescita dell'aggregato in volumi e a valore, sostenuto da condizioni climatiche favorevoli – l'estate calda ha riattivato la domanda di condizionatori a partire da giugno – dagli incentivi fiscali che sostengono l'acquisto di soluzioni che rispettano l'ambiente e incrementano l'efficienza energetica. Il comparto dell'IT famiglie continua ad essere penalizzato dal segmento dei tablet e quest'anno anche dai pc portatili, dopo la crescita sperimentata lo scorso anno per necessità di sostituzione del parco; monitor, stampati e *input device* legati al *gaming* sostengono il settore, limitando la caduta sia sul

fatturato sia sui volumi venduti. Il mercato dell'elettronica di consumo, che è rappresentato per la gran parte dal segmento video, non riesce ad avviarsi su un terreno di stabile ripresa e torna a registrare come per il 2015 un'importante caduta sui volumi di vendita e sul fatturato. La domanda, non più sostenuta da eventi sportivi importanti, subisce gli effetti della progressiva convergenza tra l'industria della comunicazione e quella delle telecomunicazioni, in un contesto dove la domanda premia sempre di più la fruizione dei contenuti audio visivi in mobilità. La normativa che fissa nel 2022 il passaggio al digitale di nuova generazione e gli incentivi già messi in campo dal governo non riescono a fornire ancora impulso alla crescita. Il comparto della fotografia dopo aver investito nel digitale ha visto, anno dopo anno, erodere il suo fatturato dal vicino mercato delle telecomunicazioni che con l'introduzione dello smartphone ha rivoluziona-

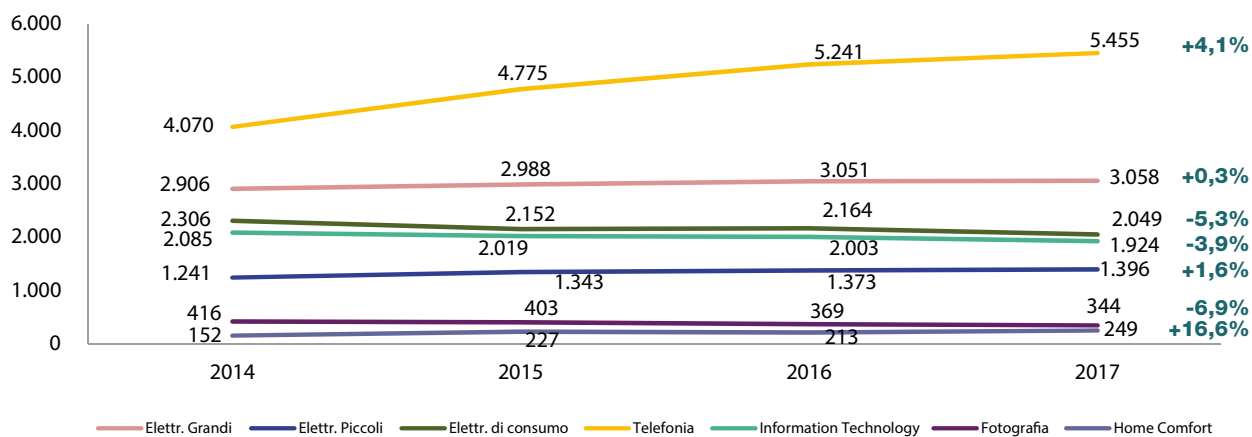
to l'esperienza del fotografare, rendendola più agevole e consentendone la condivisione *real time*; inoltre l'offerta del settore delle telecomunicazioni ha concentrato nel tempo l'innovazione di prodotto sul miglioramento della *performance* delle telecamere integrate e a farne le spese sono state prima le macchine digitali compatte di bassa fascia, poi anche il top di gamma. Il mercato della fotografia resta quindi sempre più di nicchia con un'offerta semi professionale che, incorporando prezzi mediamente elevati, contiene il ridimensionamento del volume d'affari. Infine il settore del *bricolage* continua la lenta ripresa (+0,6% a valore nel 2017), sostenuto da un contesto economico e finanziario in miglioramento che consolida nuove tendenze nelle scelte di acquisto: la domanda privilegia prodotti più naturali e sicuri per il garden e sposta l'interesse verso prodotti che attingono alla cura e all'abbellimento della casa.

• **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 2017 la crescita del mercato dei mobili proseguirà, grazie al miglioramento dei redditi, alla proroga del bonus fiscale e alla ripresa del mercato immobiliare. La dinamica sarà più contenuta rispetto all'anno scorso quando si è potuto godere di un stance fiscale più vantaggiosa dell'attuale. Nel 2017 il bonus mobile è limitato solo a chi usufruisce della detrazione del 50% nell'ambito delle ristrutturazioni edilizie.

Il mercato del mobile in Italia sta sperimentando una ripresa che partita dal 2014 si è andata via via rafforzando raggiungendo il suo culmine nel 2016, quando ha messo a segno un +2,7% in valore e 1,9% in volumi (i dati non recepiscono le ultime revisioni storiche dell'Istat di ottobre 2017). La crescita del reddito disponibile delle famiglie e le misure fiscali del governo a sostegno attraverso il "bonus mobile" hanno contribuito al risultato positivo raggiunto; in particolare, l'estensione delle condizioni più vantaggiose per le giovani coppie under 35, svincolato dalle ristrutturazioni edilizie, e con

un plafond aumentato da 10 a 16 mila euro, ha innescato un'accelerazione ai consumi del settore facendo pertanto registrare il picco sia in valore sia volumi nel 2016. Per l'anno in corso, i drivers citati, ai quali si aggiunge la ripresa del mercato immobiliare, continuano a fornire un contributo positivo alla crescita del settore, seppure con un'intonazione più contenuta: il miglioramento del reddito disponibile in termini reali fa i conti con l'inflazione e la proroga del bonus mobile è limitata solo a chi usufruisce della detrazione del 50% nell'ambito degli "interventi di recupero del patrimonio edilizio"

– non è stata prorogata l'estensione vantaggiosa del 2016. Alla luce del quadro delineato, nel 2017 si prevede che il mercato registrerà una crescita dell'1,8% a valore e 1,2% in termini reali, leggermente in riduzione rispetto allo scorso anno.



• **Il mercato dei mobili –**
Valore (mln in Euro)

Valore 2015	Valore 2016	Valore 2017
13.579	13.940	14.192

fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT Contabilità Nazionale

• **Il mercato dei mobili –**
Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2015	0,8	1,1	1,9
2016	1,9	0,7	2,7
2017	1,2	0,6	1,8

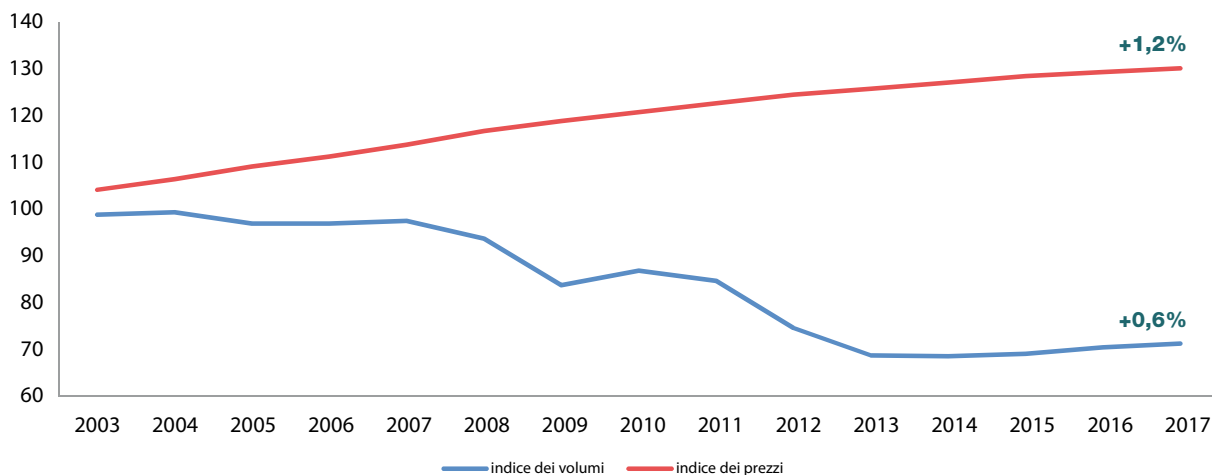
fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT Contabilità Nazionale – settembre 2017

La crescita del mercato del mobile risulta diffusa a tutti i comparti di spesa. In particolare, il graduale mi-

glioramento del mercato immobiliare ha dato ossigeno alla spesa di mobili per cucine che rappresenta una parte

importante della spesa complessiva.

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



fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT Contabilità Nazionale – settembre 2017

Il data provider *GfK Retail and Technology* conferma, infatti, per l'anno in corso il proseguimento su un sentiero di crescita degli acquisti di mobili per la cucina, con un incremento della spesa dell'1,5% nei primi otto mesi del 2017. A livello di canali di vendita, nella prima parte del

2017, i distributori indipendenti, dopo le buone *performance* del 2016, seguite a flessioni piuttosto intense degli anni precedenti, hanno sperimentato una crescita più contenuta (vicino allo 0,8%). Le catene invece hanno mostrato una maggiore dinamicità (+3,1%) sfiorando qua-

si il 30% del mercato totale in termini di volume di affari. In media d'anno, si prevede una crescita del mercato dei mobili per cucina di poco superiore al dato congiunturale, raggiungendo un valore superiore ai 2,4 miliardi di euro, in crescita ad un tasso nell'ordine dell'1,6%.

• Il mercato dei mobili per cucina

	2016	2017
Valore (mln di euro)	2.388	2.426
Var. %	-	1,6

fonte: elaborazioni Prometeia su dati ISTAT Contabilità Nazionale – settembre 2017

La tendenza all'acquisto on line, sperimentata negli ultimi anni, rafforza la ripresa del mercato del mobile,

favorita dal moltiplicarsi delle opportunità offerte dalla rete, sia dai numerosi nuovi siti dedicati sia dall'af-

fermarsi di aggregatori e-commerce.

ELETTRODOMESTICI GRANDI

Nel 2017 il mercato dei grandi elettrodomestici si conferma in crescita sui volumi ma rallenta sul fatturato. La domanda beneficia del protrarsi degli incentivi fiscali, della ripresa del mercato immobiliare residenziale e delle esigenze di sostituzione. Il comparto del freddo registra la migliore *performance* per i risultati conseguiti dai frigoriferi. Vivace anche la dinamica di prodotti innovativi e meno diffusi, quali piani ad induzione, asciugatrici con pompa di calore e cappe di design. Sul comparto del lavaggio e della cottura il fatturato evidenzia una battuta d'arresto nella crescita a causa delle politiche commerciali promozionali che hanno compresso i prezzi di alcuni prodotti rilevanti per il settore.

Il mercato dei grandi elettrodomestici rallenta il passo sotto il profilo del volume di affari (+0,3%) risentendo della forte competizione sui prezzi, nonostante la buona *performance* dei volumi di vendita (+3,5%). La domanda, in ripresa dal 2014 in concomitanza del riavvio del ciclo dei durevoli, continua infatti a sperimentare una crescita delle unità vendute, sostenuta dai prodotti innovativi e/o con bassa penetrazione nelle case delle famiglie italiane. La preferenza verso soluzioni *smart* sembra essere trasversale a tutti i segmenti di clientela con diverse motivazioni alla base dell'acquisto: dai più giovani che ricercano tecnologia all'avanguardia ai più anziani che ricer-

cano sicurezza, risparmio economico e basso impatto ambientale. I volumi venduti riescono a mantenersi vivaci, grazie alla proroga degli incentivi fiscali nell'ambito delle ristrutturazioni edilizie, al riattivarsi delle compravendite residenziali ed alle favorevoli condizioni creditizie. Osservando la spesa per canale di vendita, si segnala il contributo positivo fornito dall'e-commerce alla crescita del mercato, con tassi di crescita del 30% circa nei primi 9 mesi dell'anno per i soli elettrodomestici, secondo i dati di *GfK Retail and Technology*. Se si considera la spesa al netto dell'on line, nei primi tre trimestri dell'anno in corso, la crescita dei volumi di vendita passa all'1% e, con i

prezzi in riduzione, il fatturato inverte il trend portandosi in territorio negativo. Oggi la spesa dei grandi elettrodomestici sul canale on line rappresenta più dell'8% del settore ed interessa i frigoriferi e le lavatrici che in termini di composizione rappresentano più del 50% dell'e-commerce. In termini di crescita, nei primi tre trimestri dell'anno, l'ottima *performance* è stata registrata dai *freezers*, seguita da piani cottura/forni e asciugatrici. Entrambi i segmenti, a libera installazione e ad incasso, contribuiscono positivamente alla crescita dei volumi dell'intero mercato (tradizionale e on line), mentre solo per il segmento ad incasso si rileva un segno positivo sul fatturato.



• **Il mercato degli elettrodomestici grandi –**
Valore (mln in Euro)

Valore 2015	Valore 2016	Valore 2017
2.988	3.051	3.058

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

• **Il mercato degli elettrodomestici grandi –**
Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2015	2,9	-0,1	2,8
2016	2,9	-0,8	2,1
2017	3,5	-3,2	0,3

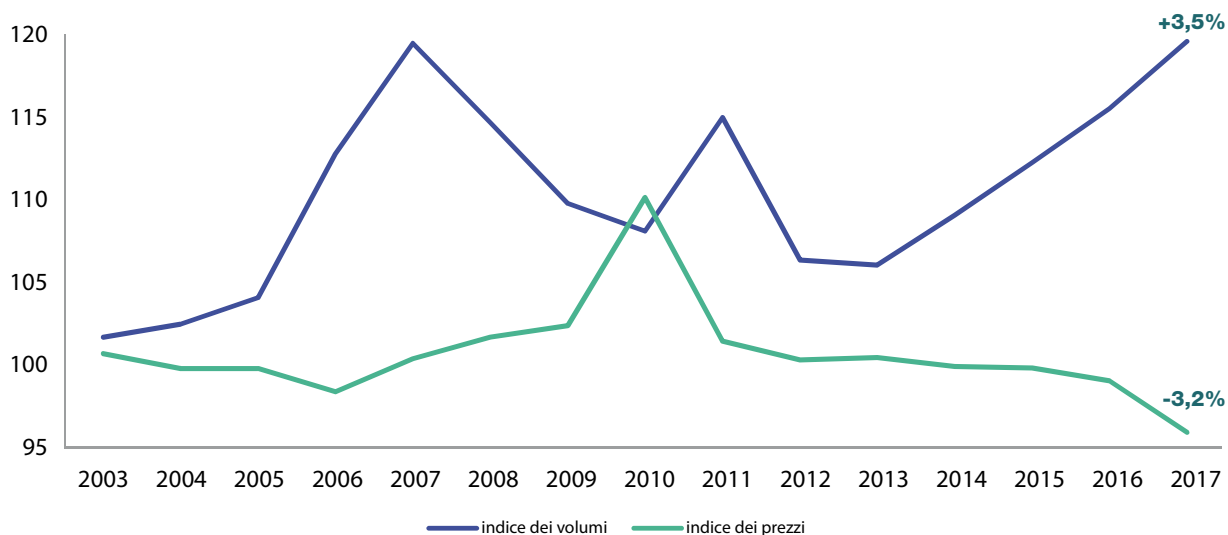
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Le migliori *performance* sono state registrate dal comparto del freddo (+1,2% e 5,2%) per i risultati positivi conseguiti dai frigoriferi, sia ad incasso sia soprattutto a libera installazione, con preferenza per i combinati con tecnologia No Frost. I congelatori e le *wine cabinet* registrano un calo sia in volumi sia in valore incidendo però marginalmente sulla dinamica complessiva del comparto (3% il peso sul fatturato). Il comparto del lavaggio, che conferma il suo primato sul mercato dei grandi elettrodomestici,

evidenzia una dinamica positiva sui volumi (+3,3%), mentre sul fatturato registra una leggera contrazione (-0,4%) nei primi tre trimestri del 2017, per effetto delle politiche commerciali promozionali che hanno compresso in modo importante i prezzi medi. Tra i prodotti sono stati privilegiati quelli ad alto contenuto tecnologico quali le asciugatrici in pompa di calore e le lavastoviglie. Il comparto cottura, come quello del lavaggio, ha registrato una buona *performance* sui volumi di vendita

(+2,2%) a fronte di una lieve caduta sul fatturato (-0,3%); la domanda ha premiato i nuovi piani di cottura ad induzione e i forni di ultima generazione, quali i multifunzione (integrati con cottura a vapore) e autopulenti; bene anche la categoria delle cappe sia per quanto riguarda le unità vendute sia in termini di fatturato; tale prodotto ha assunto un ruolo importante all'interno dell'ambiente cucina sia per la funzionalità di garantire una buona qualità dell'aria sia per il suo alto contenuto di design.

• **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 rallenta nuovamente la crescita sul fatturato ma diversamente dallo scorso anno il risultato è imputabile alla contrazione dei prezzi che compensano in parte l'ottima *performance* dei volumi di vendita. Il contributo positivo alla crescita del comparto arriva dal segmento "cura della persona", dove crescono i rasoi e i prodotti legati all'igiene orale, e dal segmento "cura della casa" dove trainano le aspirapolveri e si affermano le termocoperte. Il segmento "preparazione del cibo", nonostante la crescita sui volumi, sperimenta un calo sul valore da ricondurre alla compressione dei prezzi, risultato di una maggiore pressione competitiva.

Il mercato dei piccoli elettrodomestici vede ridimensionare il suo fatturato (1,6% la chiusura al 2017), ma diversamente dallo scorso anno il risultato è frutto di un calo dei prezzi che compensa in parte l'ottima *performance* dei volumi di vendita (5,5%). Il mercato, caratterizzato da una forte eterogeneità al suo interno, presenta dinamiche differenti nelle diverse categorie di spesa. I segmenti "cura della casa" e "cura della persona" registrano le migliori *performance* sul fatturato mentre il segmento "preparazione del cibo", pur mantenendo una buona vivacità in termini di volumi di vendita, sperimenta un calo sul fatturato. Analizzando i dati di *GfK Retail and Technology* sui primi nove

mesi dell'anno, il segmento "cura della casa" evidenzia una dinamica positiva in volumi (1,9%) e ancora più rafforzata in valore (3,4%) con prezzi in aumento. Tutti i prodotti del segmento contribuiscono positivamente alla crescita del comparto, con tassi di crescita a due cifre per la pulizia a vapore. La domanda di aspirapolveri, che rappresenta più del 50% del segmento, traina la dinamica del segmento, sostenuta da soluzioni innovative nel sistema di aspirazione (ciclonico o multiciclonico) e/o nell'aspetto ergonomico (prodotti più leggeri e pratici per assenza di cavi); anche le soluzioni più smart, come i robot, sono premiate dalla domanda, grazie ad una serie di fattori: l'aumento della gamma di offer-

ta sul mercato con modelli a prezzi più accessibili rispetto ai primi esemplari, le tecnologie evolute (sensori ottici più precisi) che rendono il prodotto multifunzione (alla funzione di aspirazione si affianca quella di sorveglianza della casa attraverso telecamere integrate). I ferri da stiro invece mettono a segno nei primi tre trimestri dell'anno una dinamica negativa in valore e volumi.



• **Il mercato degli elettrodomestici piccoli –**
Valore (mln in Euro)

Valore 2015	Valore 2016	Valore 2017
1.343	1.373	1.396

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

• **Il mercato degli elettrodomestici piccoli –**
Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2015	3,6	5,0	8,8
2016	0,8	1,5	2,3
2017	5,5	-3,7	1,6

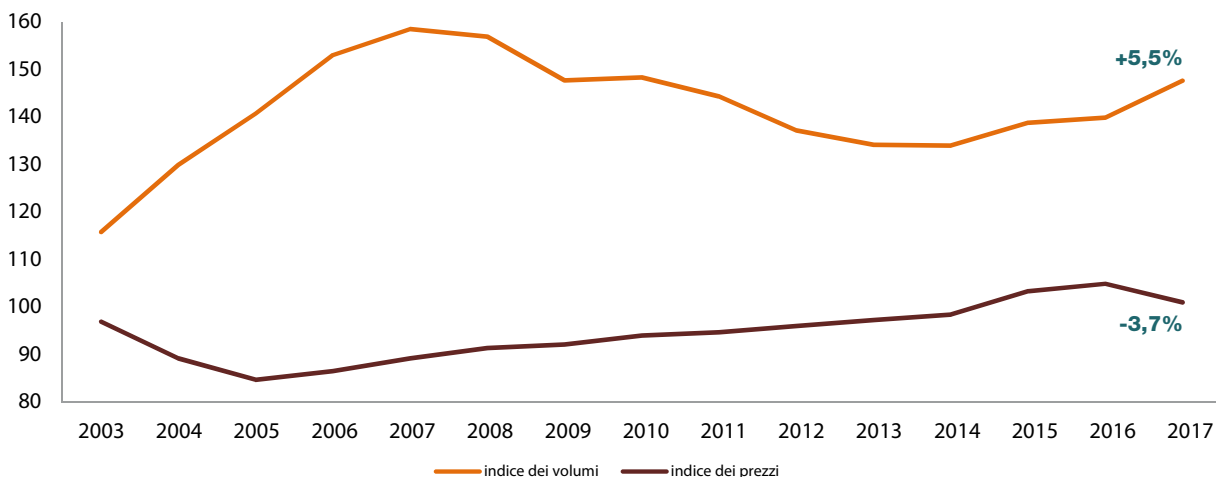
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Il segmento “cura della persona” evidenzia la seconda migliore *performance* sul fatturato (2,7%) e guadagna il primato sui volumi, sperimentando una crescita del 9,2% sui primi nove mesi dell’anno. Il brillante risultato è da attribuirsi ai prodotti legati alla rasatura, che pesano più del 35% sul segmento, e alle termocoperte che mettono a segno tassi di crescita a due cifre sia sul valore sia sui volumi venduti, pur rappresentando ancora una quota marginale. Un contributo positivo arriva anche dai prodotti e soluzioni legate all’igiene orale, la cui domanda trova sostegno dalla

diffusione della cultura di prevenzione e dall’ampliamento della gamma di offerta. Il segmento di “preparazione del cibo” si conferma ancora il primo del mercato in termini di fatturato e volumi ma perde quota rispetto al segmento della cura della casa. Nei primi nove mesi dell’anno inoltre sperimenta un calo sul fatturato (-1,7%) che segue alla battuta d’arresto dello scorso anno. Sui volumi invece riesce a garantire una vivace crescita (5,1%), sostenuto dalla domanda di prodotti legati alla preparazione di bevande calde, che registra un trend positivo sui volumi e sul fattu-

rato: i risultati sono da attribuirsi prevalentemente alle macchine espresso che hanno saputo evolversi creando un connubio tra massima funzionalità ed elevato design. Anche i prodotti legati alla preparazione del cibo contribuiscono positivamente alla crescita dei volumi venduti, ma calano sul valore per la riduzione dei prezzi a seguito all’ampliamento dell’arena competitiva sul segmento delle *Kitchen Machines*; infine risulta buona anche la *performance* delle bistecchiere che trovano consenso in un contesto di affermazione della cultura del mangiar sano.

• **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

Dopo il rallentamento della caduta del fatturato e dei volumi lo scorso anno, favorito dalla presenza di importanti eventi sportivi internazionali, nell'anno in corso il mercato torna a registrare importanti cali sia sul volume di affari sia sui volumi venduti, nonostante la brillante *performance* dei droni. I droni però rappresentano ancora un segmento marginale, nonostante stiano conquistando popolarità e diffusione grazie all'ampliamento dell'offerta che include modelli a prezzi più contenuti dei primi esemplari. Il contributo negativo rilevante al settore arriva dal segmento tv, che rappresenta ormai l'85% del mercato e le cui sorti sono sempre più legate alla presenza di eventi sportivi importanti, a testimonianza della preferenza dei consumatori a fruire dei contenuti audio visivi in mobilità. Anche gli altri segmenti (audio statico, audio portatile, accessori, car entertainment) contribuiscono negativamente, subendo la concorrenza dei vicini settori dell'IT e delle Telecomunicazioni.

Dopo il rallentamento del calo dello scorso anno, favorito dalla concomitanza di importanti eventi sportivi internazionali, il settore torna a registrare una contrazione sul fatturato (-5,3%) e sui volumi (-8,8%), per effetto del contributo negativo del segmento video che rappresenta l'85% del mercato. Dall'analisi dei dati di *GfK Retail and Technology* sui primi nove mesi del 2017, emerge infatti che il segmento video riduce il suo volume d'affari di 6,5% e del 10,1% volume delle vendite. Anche tutte le altre categorie di spesa contribuiscono negativamente alla dinamica del settore, ad eccezione dell'audio statico che rimane stabile e dei droni, che rappresentano la novità del campione di osservazione. Il comparto car entertainment registra il maggior calo sia in valori (-15,9%) sia in volumi (-14%), perdendo nel giro di 2 anni il 23% del suo fatturato: parte del mercato dei prodotti a supporto della navigazione è stato eroso dagli *smartphone* o da prodotti già integrati nell'auto e nonostante innovazioni di prodotto non si riesce ad invertire il

trend di crescita. Per quanto riguarda il comparto audio portatile si evidenzia un ulteriore rallentamento sul fatturato e sui volumi ed anche i radio device non riescono a garantire la crescita, superati dal settore delle telecomunicazioni. Il segmento "Audio Statico", dopo la buona *performance* degli ultimi due anni, rallenta il ritmo di crescita, pur rimanendo in territorio positivo (fatturato 0,2% e volumi 0,5%); buona la *performance* degli amplificatori e casse che vanno a sostituire la bassa qualità audio di altri dispositivi elettronici, e si integrano, in quanto nativamente digitali, ai più diver-



si strumenti (tv, pc, tablet, *smartphone*). Il segmento degli accessori, come quello del "car entertainment", sperimenta un'importante contrazione, venendo meno il fenomeno di "moda" delle cuffie a padiglione. Il prodotto di punta del mercato che incontra il favore dei consumatori è rappresentato 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 l'1,3% del fatturato del settore. Oggi il mercato dei droni vale in Italia 17 milioni di euro con più di 300 mila pezzi annui venduti. Il crescente interesse dei consumatori ricade sui droni aerei che rappresentano secondo il GfK il 96% del fatturato del segmento – anche se esistono anche altre tipologie, terrestri e marini. I prezzi medi in crescita, grazie all'offerta che si amplia con nuovi modelli, sostengono il fatturato, riportando nel 2016 un tasso di crescita dell'80% a fronte di una crescita del 29% sulle unità vendute. Nonostante stiano conquistando popolarità e diffusione presso i

consumer, i droni rappresentano ancora un segmento marginale e pertanto non riescono a cambiare le sorti del settore. In definitiva, il mercato dell'elettronica di consumo, che è rappresentato per la gran parte dal segmento video, non riesce ad avviarsi su un terreno di stabile ripresa, subendo gli effetti della progressiva convergenza tra l'industria della comunicazione e quella delle telecomunicazioni, in un contesto dove la domanda premia sempre di più la fruizione dei

contenuti audio visivi in mobilità. Osservando i dati storici emerge chiaramente che solo la presenza di eventi eccezionali riesce a vivacizzare la domanda del segmento TV. Nello scenario di medio termine il settore potrebbe trovare una boccata di ossigeno dalla normativa che, secondo quanto richiesto dalla decisione europea n. 2017/899, stabilisce entro cinque anni il termine ultimo per la sostituzione delle attuali tv digitali con quelle di nuova generazione, attraverso

un graduale *switch off* di due anni dal 2020 al 2022. Con la Legge di Bilancio 2017 sono previsti incentivi all'acquisto di decoder e televisori adeguati al nuovo standard per avviare con largo anticipo la naturale sostituzione degli apparecchi e già lo scorso anno il governo aveva iniziato il percorso prevedendo che dal primo gennaio del 2017 fosse obbligatoria la commercializzazione esclusivamente di televisori con tecnologia di nuova generazione.

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

Valore 2015	Valore 2016	Valore 2017
2.152	2.164	2.049

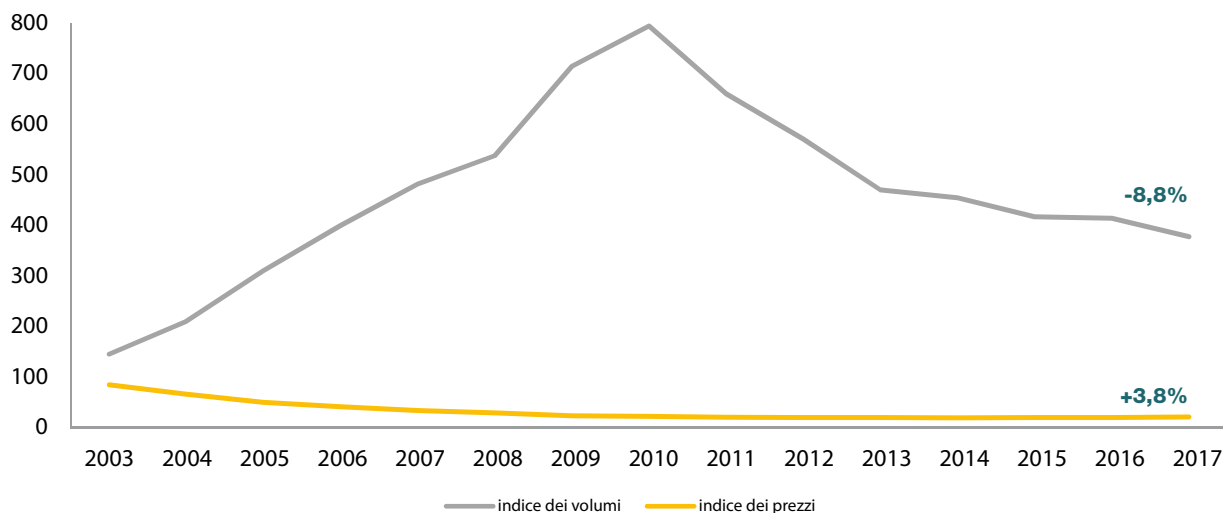
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

• Il mercato dell'elettronica di consumo – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2015	-8,3	4,0	-4,6
2016	-0,7	1,3	0,5
2017	-8,8	3,8	-5,3

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

• 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 2017 si prevede un'ulteriore contrazione del fatturato e dei volumi di vendita. L'e-commerce dopo avere contribuito nel 2015 all'attenuazione delle perdite sul volume d'affari e sulle vendite non riesce negli ultimi anni a contenere gli effetti dell'erosione del vicino settore delle telecomunicazioni.

Il settore fotografico sta sperimentando dagli inizi di questo decennio una profonda crisi. Il contributo maggiore al crollo delle vendite e del volume d'affari è da imputare prevalentemente alla diffusione degli smartphone che hanno reso sempre più marginale il mercato delle digitali, toccando prima quelle di fascia bassa per poi andare ad aggredire anche top di gamma. L'offerta del vicino settore delle telecomunicazioni si è evoluta nel tempo dotando gli smar-

phone di sensori performanti in grado di fornire una buona qualità dell'immagine. Con queste premesse, anche la ripresa dei redditi e del contesto economico e finanziario non riescono ad invertire la tendenza del settore: il mercato continua a registrare un calo in valore (-6,9%) e in volumi (-19,4%). Nell'ambito delle categorie di spesa, al contributo negativo delle fotocamere digitali si affianca quello degli obiettivi intercambiabili che nei primi 9 mesi dell'anno registrano

-10,5% circa in termini di fatturato, dopo l'ottima *performance* registrata negli ultimi anni. Osservando i canali, si segnala l'importante crescita dell'e-commerce che è passato a rappresentare il 31% del fatturato del settore nel 2016 (solo il 13% nel 2011): nel 2015 il contributo positivo dell'on line è riuscito ad attenuare il calo del fatturato e dei volumi di vendita mentre quest'anno non è riuscito a contenere il ridimensionamento del mercato.



• **Il mercato della fotografia –**
Valore (mln in Euro)

Valore 2015	Valore 2016	Valore 2017
403	369	344

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

• **Il mercato della fotografia –**
Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2015	-18,1	21,2	-0,8
2016	-24,5	21,4	-8,4
2017	-19,4	15,5	-6,9

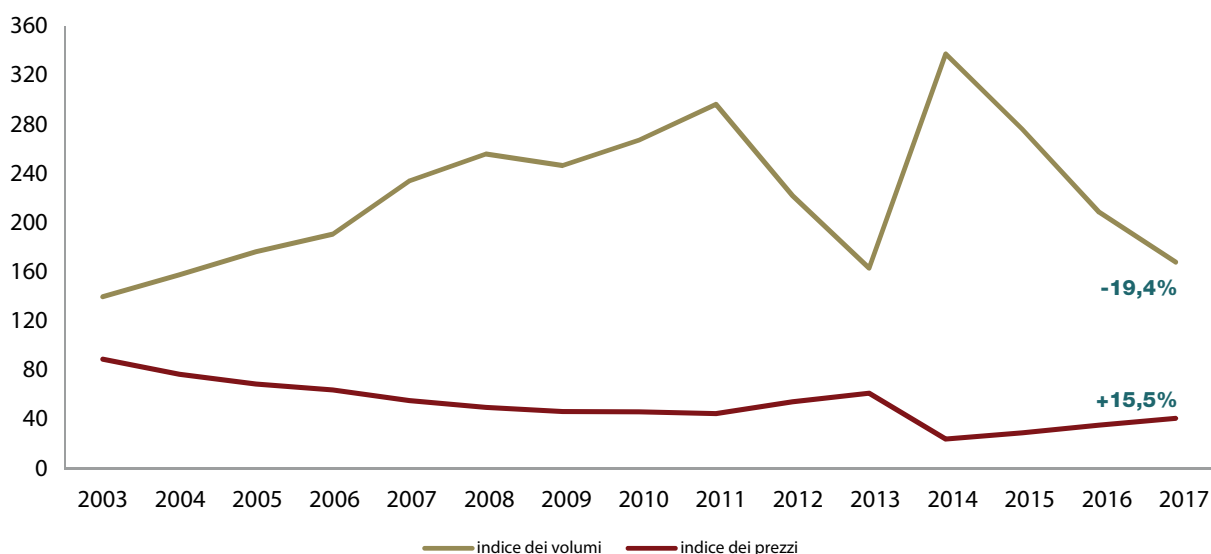
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Allo stato attuale, la continua erosione del vicino settore delle telecomunicazioni non accenna ad arrestarsi. Resta solo la speranza che attraverso il canale dell'e-commerce si possano intercettare nuovi segmenti di clientela e nuovi bisogni che possano dare linfa al settore. Negli ultimi anni, il settore sta provando a contenere le perdite proprio attraverso



un'offerta di prodotti semi professionali, associata spesso a servizi accessori (es. corsi di fotografia), con l'intento di cogliere una clientela di "nicchia", non in sovrapposizione con il settore delle telecomunicazioni. Questa tendenza spiega in parte la vivace dinamica dei prezzi che riesce a contenere il calo del volume di affari rispetto al volume venduto.

• **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 rallenta il passo sul fatturato e si contrae nuovamente sui volumi. Il contributo positivo arriva dai dispositivi "indossabili" e dalle "cuffie" che mostrano una dinamica positiva sia in termini di fatturato sia di vendite, pur rappresentando ancora una quota marginale. Gli smartphone continuano a mostrare una dinamica positiva sul fatturato, sostenuti da prezzi medi in crescita, seppure in rallentamento, per effetto dell'ingresso sul mercato di nuovi operatori con modelli economicamente più accessibili; calano invece i volumi venduti, avendo raggiunto un buon livello di diffusione presso gli italiani. Innovazione tecnologica e di design rimangono gli elementi che danno impulso alla domanda, seppure con un'intensità diversa dal passato.

Il mercato della telefonia rallenta il ritmo di crescita sul fatturato (+4,1% la previsione per il 2017) e rafforza il calo sulle vendite rispetto allo scorso anno. Secondo i dati del *GfK Retail and Technology* sui primi nove mesi del 2017, il contributo positivo al settore in volume d'affari è da attribuire agli *smartphone*, che rappresentano

oggi l'87%, ai "dispositivi indossabili" e alle cuffie. Gli smartphone fanno registrare nei primi tre trimestri una crescita del 3,8% del fatturato ma a fronte di una contrazione del 5,9% sui volumi venduti. Il risultato testimonia, da un lato, che il mercato è trainato dalla domanda di nuovi modelli con prezzi medi relativamente più sostenuti,

dall'altro, che il prodotto ha raggiunto un buon livello di diffusione in Italia - si rilevano 16,7 mln di unità di smartphone in circolazione detenute dal 65% degli italiani secondo Assinform - e che il processo di sostituzione rispetto ai *mobile phone* di vecchia generazione è ormai giunto a conclusione.

• **Il mercato della telefonia -**
Valore (mln in Euro)

Valore 2015	Valore 2016	Valore 2017
4.775	5.241	5.455

fonte: elaborazioni Prometeia su dati *GfK Retail and Technology*

• **Il mercato della telefonia -**
Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2015	8,2	8,6	17,4
2016	-5,0	15,5	9,8
2017	-6,1	10,8	4,1

fonte: elaborazioni Prometeia su dati *GfK Retail and Technology*

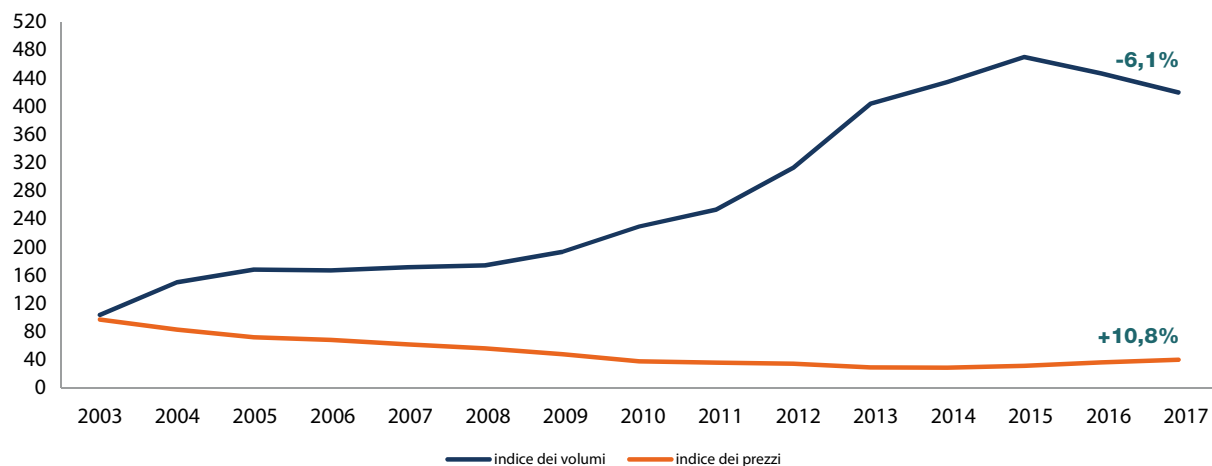
L'innovazione tecnologica e di design sono i driver principali che danno impulso alla crescita del settore, come dimostrano storicamente i dati sul venduto rilevati dopo l'uscita sul mercato di nuovi modelli di *smartphone*; inoltre è da sottolineare la tendenza degli utenti a sostituire il prodotto con una frequenza mediamente più alta rispetto ad altri beni tecnologici di consumo (ogni 2,5 anni in media). Infine l'ingresso sul mercato di nuovi operatori con modelli a prezzi più accessibili ha contribuito sia alla diffusione del prodotto sia alla decelerazione

della crescita dei prezzi, pur rimanendo questi ultimi mediamente alti tali da lasciare il fatturato in territorio positivo. La dinamica del segmento dei *core wearables*, (dagli orologi a occhiali "smart" e altri dispositivi indossabili) si presenta vivace sia sul fatturato (+33%) sia sui volumi venduti (+19%), seppure in rallentamento rispetto alla crescita a tre cifre dello scorso anno, sostenuta dall'ampliamento della gamma di offerta, dalla diffusione delle *app* e da tecnologie digitali che garantiscono la connessione con altri dispositivi, in un contesto di dif-

fusione dell'IoT. I consumatori premiano anche il comparto delle cuffie che evidenzia una brillante *performance* nei primi nove mesi dell'anno (32% sul fatturato e 24% in volumi), sostenuta 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 contrarsi in valore e volumi, 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

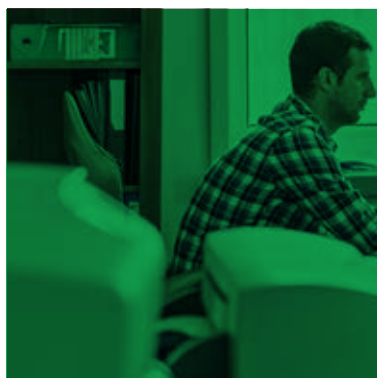
INFORMATION TECHNOLOGY

Il mercato dell'*information technology* sperimenta nel 2017 un ulteriore calo, in accelerazione, sul fatturato, accompagnato da una contrazione sui volumi di vendita. Tablet e pc portatili contribuiscono negativamente al risultato, mentre il segmento degli input device associati al *gaming*, i monitor e le stampanti multifunzione registrano una buona *performance*. L'evoluzione della domanda è favorita da un lato dalla crescente digitalizzazione dall'altro è limitata da tempi di sostituzione del parco *hardware*, più lenti di altri beni tecnologici di consumo, come gli *smartphone*.

Il mercato dell'*information technology* dovrebbe chiudere il 2017 con un rafforzamento della caduta del fatturato (-4,5%) ed una contrazione sui volumi di vendita (-8,7%). Dai dati di *GfK Retail and Technology*, si rileva che nei primi tre trimestri dell'anno il deludente risultato è da imputare al calo dei tablet e dei pc portatili, la cui buona *performance* lo scorso anno aveva limitato la contrazione del volume d'affari. Un contributo positivo alla crescita del settore arriva dai monitor, che crescono del 3,4% a valore e del 4% sui volumi di vendita, e dalle stampanti che mettono a segno un 6,3% sul fatturato e 19% in volumi. Tutti gli altri prodotti har-

dware contribuiscono negativamente alla dinamica del mercato, con l'unica eccezione delle unità vendute di desktop (business), la cui domanda è stata sostenuta principalmente da necessità di rinnovo, trattandosi di un comparto in stasi se non in calo già da alcuni anni. Considerata nella sua totalità la componente hardware (monitor, desktop, portatili, *media-tablet*, *e-assistent*) evidenzia una contrazione del fatturato dell'8,1% e del 13,1% in volumi. La crescente digitalizzazione nel nostro Paese, con il potenziamento delle reti e la diffusione della banda larga, sta sostenendo lo sviluppo della dotazione tecnologica delle famiglie italiane.

Secondo i dati dell'ISTAT (Cittadini e tecnologie), la quota di famiglie che accedono ad internet a banda larga è cresciuta passando dal 64,4% nel 2015 al 67,4% nel 2016; l'utilizzo di internet, prerogativa dei giovani, sperimenta vivaci crescite anche tra gli individui di 60-64 anni. Inoltre la crescente preferenza alla fruizione dei contenuti multimediali in mobilità e l'offerta del settore favoriscono ulteriormente lo sviluppo del parco hardware. Di contro, bisogna sottolineare però che i prodotti in questione, a differenza degli smartphone, hanno un tasso di sostituzione piuttosto basso che ne limita la crescita media annua nel tempo.



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

Valore 2015	Valore 2016	Valore 2017
4.301	4.188	3.998

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

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

	Volumi	Prezzi	Valore
2015	-5,3	2,9	-2,6
2016	-9,6	7,7	-2,6
2017	-8,7	4,5	-4,5

fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Il mercato di prodotti IT delle famiglie dovrebbe mettere a segno per il 2017 un risultato altrettanto deludente (-3,9% sul fatturato e -9,4% in volume). La domanda è penalizzata dai *tablet*, prodotto tipicamente con-

sumer, che rafforzano il trend negativo in atto ormai già da alcuni anni, e dai pc portatili che calano in volumi e a valore, dopo il rimbalzo dello scorso anno sostenuto dalla necessità di sostituzione del parco. Buona invece

la *performance* del segmento dei PC *devices*, associati al *gaming*, dei monitor e delle stampanti che contribuiscono positivamente alla crescita del settore, meglio che per il business.

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

Valori (mln di Euro) e quota sul mercato totale

	2015	2016	2017
Valore (000)	2.019	2.003	1.924
Quota % sul mercato totale	46,9	47,8	48,1

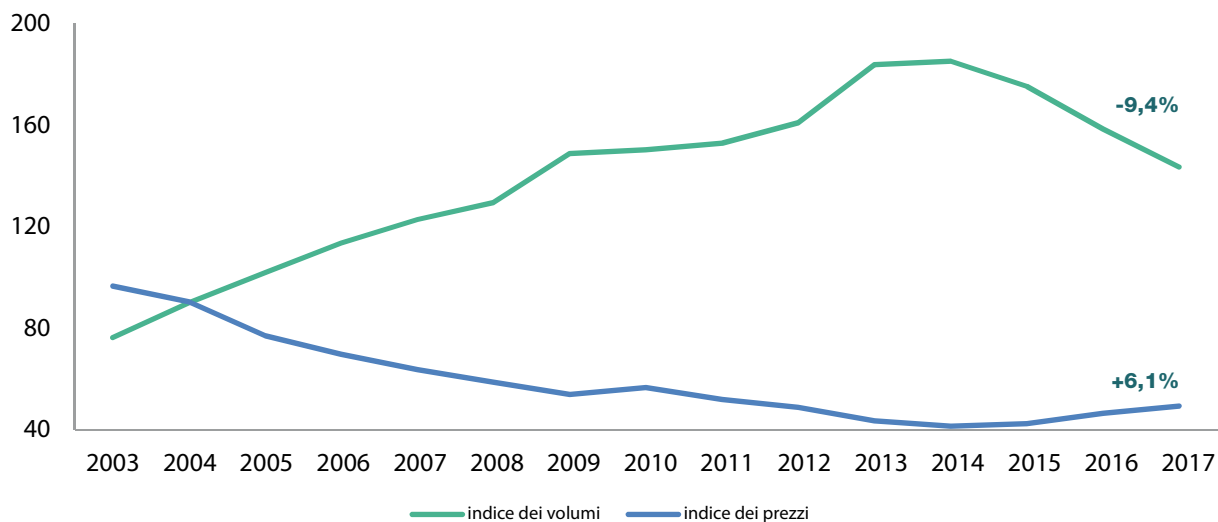
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology e Istat

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

	Volumi	Prezzi	Valore
2015	-5,3	2,2	-3,2
2016	-9,7	9,8	-0,8
2017	-9,4	6,1	-3,9

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 e Istat



Osservando i dati del *GfK Retail and Technology* per canale di vendita sul mercato complessivo (*business e consumer*), si rileva il crescente peso assunto dall'e-commerce negli ultimi anni, passando a rappresentare nel

2016 il 15% del mercato, con un recupero di quota di mercato del 1-2% in media d'anno. La domanda on line premia in particolare i prodotti legati ai segmenti *input device*, *officer hardware* e *officer supplies* ed è desti-

nata a crescere. Diversamente da altri mercati, la dinamica per canali è allineata, riportando quindi risultati negativi anche per l'e-commerce.

HOME COMFORT

Il settore dell'home comfort torna in territorio positivo sia sul fatturato sia sui volumi di vendite, favorito da una delle estati più calde di tutti i tempi. Altri fattori, anche se con minore intensità, danno sostegno al comparto, quali ecobonus, bonus legati alla ristrutturazione edilizia e ripresa economica generale. Tutte le categorie di spesa hanno contribuito positivamente alla crescita con tassi a due cifre. Da segnalare l'ottima *performance* delle stufe elettriche, segmento che ormai rappresenta il 9% dell'intero settore.

Il settore dell'*home comfort*, che comprende i condizionatori d'aria e i prodotti per il riscaldamento e il trattamento dell'aria, dopo il calo registrato lo scorso anno ritorna in territorio positivo e per il 2017 si prevede una crescita del +16,6% a valore e +25,6% in volumi. A partire dal mese di giugno, il comparto ha invertito il trend negativo che aveva caratterizzato l'inizio anno, complice un'estate con temperature sopra le medie stagionali, a conferma della forte influenza delle condizioni climatiche sull'andamento delle vendite del mercato. Altri fattori, seppure con minore intensità, sostengono il settore: la proroga delle detrazioni fiscali del 65% (fino all'anno in corso), il miglioramento del reddito disponibile, la riattivazione delle compravendite immobiliari e incentivi di

varia natura all'acquisto di soluzioni che rispettano l'ambiente e incrementano l'efficienza energetica – il nuovo conto termico, la ristrutturazione delle tariffe elettriche e ancora prima l'introduzione della tariffa D1 per incentivare il riscaldamento in casa con pompe di calore sono elementi a sostegno della domanda. Analizzando le diverse categorie di spesa, emerge dai dati di *GfK Retail and Technology*, sui primi nove mesi dell'anno, che tutte le componenti hanno registrato una buona *performance* con crescita a due cifre, sia sui valori sia in volumi. In particolare, il segmento dei condizionatori che rappresenta l'80% del mercato dell'*home comfort* ha sperimentato un aumento del fatturato del 13,3%, con la versione "mobile" più vivace di quella "fissa". Su questo segmen-

to l'offerta sta rispondendo alle esigenze della domanda e alle richieste pressanti della normativa attraverso l'innovazione di prodotto: dopo i prodotti a pompa di calore, si stanno affermando sul mercato anche soluzioni ibride – combinazione di caldaia a condensazione e pompa di calore – gestite da sistemi *smart* in grado di ottimizzare l'energia prodotta.



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

Valore 2015	Valore 2016	Valore 2017
227	213	249

fonte: elaborazioni Prometeia su dati *GfK Retail and Technology*

Anche il segmento dei prodotti per il trattamento dell'aria (pulizia, deumidificazione ed umidificazione) ha registrato una dinamica positiva negli ultimi tre trimestri dell'anno (19,6% in valore e 27,8% in volumi) arrivando oggi a rappresentare il

12% di quota del settore. La migliore *performance* sui primi 3 trimestri dell'anno spetta al segmento delle stufe elettriche (9% del settore) che mette a segno più del 50% in valore e volumi, sostenuto da un'offerta che anche in questo caso ha saputo

innovarsi sia sotto il profilo ecologico sia sotto il profilo del design, proponendo il prodotto non solo nella sua primaria funzionalità ma anche come arredamento dell'ambiente domestico.

• Il mercato dell'home comfort – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2015	52,0	-2,0	48,9
2016	-9,5	3,9	-6,0
2017	25,6	-7,1	16,6

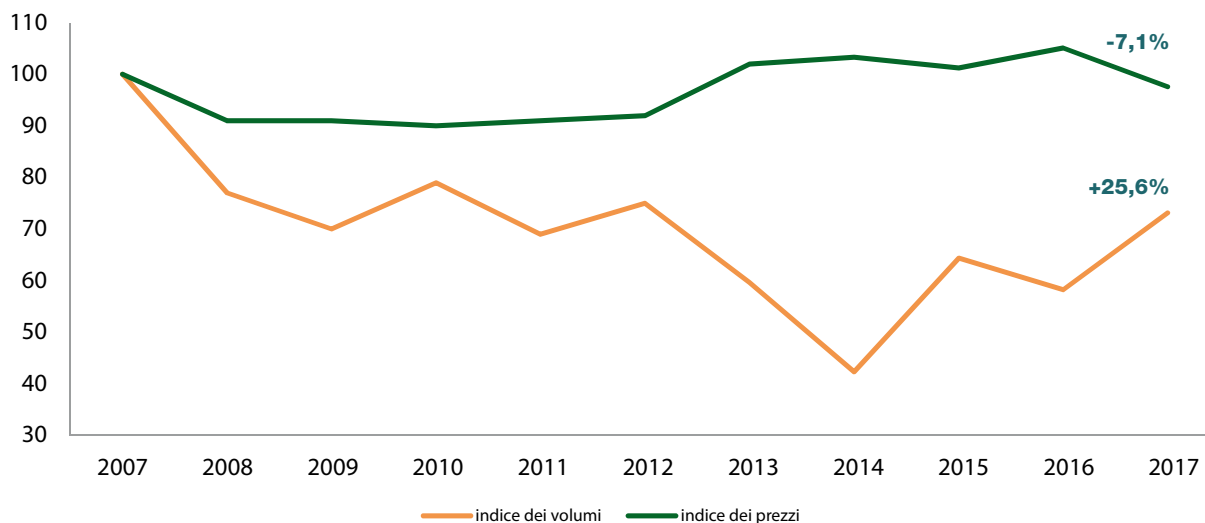
fonte: elaborazioni Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Lo scenario a breve termine dovrebbe prevedere qualche limitazione nell'aliquota fiscale statale in ambito di ristrutturazioni edilizie. Ciò por-

ta ad ipotizzare per gli ultimi mesi dell'anno una tenuta delle vendite, nonostante la stagionalità non sia favorevole al segmento dei condi-

zionatori, e una chiusura del volume d'affari sostanzialmente in linea con quanto osservato oggi.

• 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 il settore del *bricolage* sta sperimentando una lenta ripresa, che nell'anno in corso dovrebbe registrare una crescita modesta, con volumi di vendita e fatturato intorno al 0,5/0,6%. Il contributo positivo alla *performance* del settore è da ricondurre sia al miglioramento del contesto economico e finanziario sia all'ampliamento e rinnovamento della distribuzione specializzata, che riesce ad intercettare i cambiamenti nella pratica del "fai da te": dalle nuove tendenze "green" al crescente interesse verso la cura e l'abbellimento della casa, che coglie prevalentemente il segmento femminile di clientela.

Il settore del *bricolage* sperimenta anche quest'anno una dinamica positiva, con i volumi (+0,5%) e il fatturato in crescita (+0,6%), sebbene modesta. La ripresa avviata nel 2015 trova sostegno sia nel contesto economico e finanziario in miglioramento, sia nella distribuzione off line e on line. Si conferma, in un anno di ripresa dei redditi e dei consumi delle famiglie, la ripresa dei volumi di acquisto nel mercato del *bricolage*, grazie principalmente al rafforzamento della domanda di utensili e attrezzi per la casa e il giardino, che ha compensato la riduzione degli acquisti di prodotti per la manutenzione della casa. Tali risultati fanno riferimento nell'Osserva-

torio 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. In termini di aggregati di spesa, si stima una buona *performance* per la domanda di utensili e attrezzi per la casa (intorno all'1% in valore e poco più in volume), che riflette il 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 evidenzia una dinamica più contenuta, con il fatturato che tiene e i volumi che si contraggono. Nonostante ciò il messaggio è comunque positivo se si guarda l'attuale dinamica in confronto alle importanti flessioni sperimentate nel recente passato degli anni di crisi.

• **Il mercato del bricolage –**
Valore (mln in Euro)

Valore 2015	Valore 2016	Valore 2017
4.450	4.493	4.521

fonte: elaborazioni Prometeia su dati Istat

• **Il mercato del bricolage –**
Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2015	0,0	0,6	0,6
2016	0,6	0,4	1,0
2017	0,5	0,1	0,6

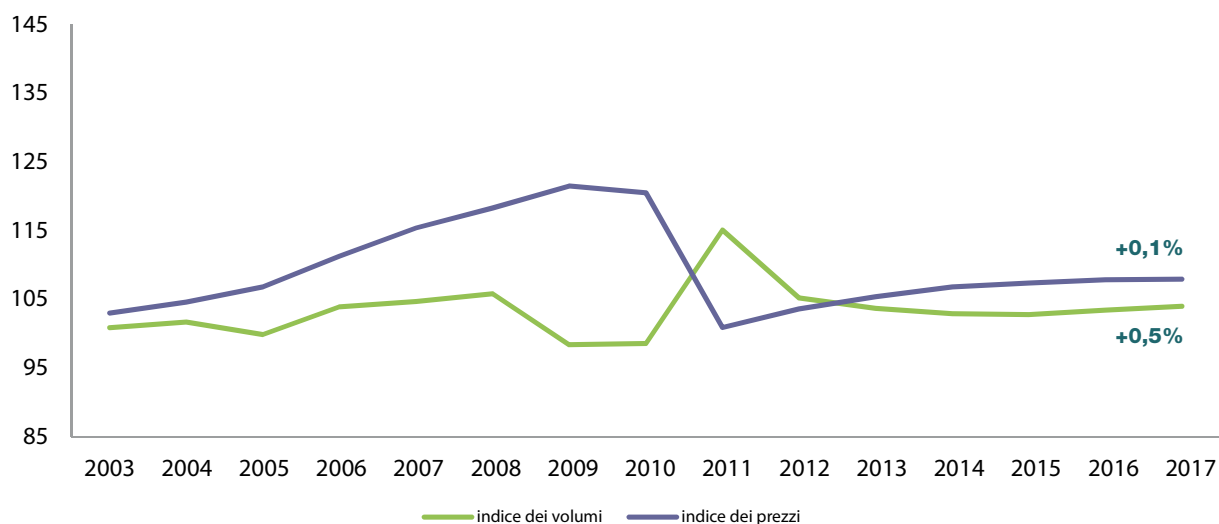
fonte: elaborazioni Prometeia su dati Istat – settembre 2017

I risultati del settore, sebbene evidenzino una ripresa contenuta, sono stati favoriti sia dal contesto economico e finanziario sia dallo sviluppo e dal rinnovamento della distribuzione: aumento dei punti vendita fisici, ampliamento dei locali, specializzazione degli spazi espositivi - dai reparti dedicati alle de-

corazioni, personalizzazioni dell'ambiente domestico ed alle belle arti ai reparti garden sempre più attrezzati -. Un contributo positivo al settore deriva anche dall'e-commerce che, operando in sinergia con la rete offline, è in grado di intercettare i segmenti di clientela di nuova generazione, attraverso una

vasta gamma di prodotti a prezzi accessibili. L'evoluzione del mercato del *bricolage* si potrebbe mantenere su un sentiero di crescita solo se l'offerta e la sua distribuzione saranno in grado di cogliere i mutevoli bisogni dei segmenti di clientela eterogenea, tesa alla ricerca di soluzioni personalizzate.

• Il mercato dell'information bricolage - L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi



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



ANALISI DEI MERCATI CON FOCUS REGIONALI

L'ANDAMENTO DEI CONSUMI DI BENI DUREVOLI
NELLE DIVERSE **REGIONI E PROVINCE ITALIANE**



LO SCENARIO MACROECONOMICO

E LA SPESA PER BENI DUREVOLI **NELLE REGIONI ITALIANE**

L'analisi della spesa degli italiani per i beni durevoli viene, in questa sezione dell'Osservatorio, declinata sul territorio nazionale, con dettaglio prima regionale e, successivamente, provinciale. Vengono come sempre analizzati i livelli e le dinamiche della spesa complessiva e per nucleo familiare. Come di consueto vengono messe in luce le peculiarità che contraddistinguono regioni e province, e che sono il riflesso del mix di fattori socio-economico-demografici che caratterizzano le diverse realtà territoriali. La spesa complessiva delle famiglie italiane per beni durevoli, dopo un biennio di forti crescite, segna un rallentamento nell'anno in corso, sia per effetto di una decelerazione della crescita del potere di acquisto sia per effetto di un graduale rientro della necessità di sostituzione dei beni. Per il 2017 i consumi in beni durevoli dovrebbero sperimentare comunque tassi di crescita intorno al 3% a valore e 3,5% in volume. La crescita del reddito disponibile delle famiglie, la proroga degli *ecobonus* e degli incentivi fiscali, la ripresa del mercato immobiliare e una ritrovata fiducia nel contesto economico generale e personale sono i *drivers* che hanno sostenuto la crescita dei consumi ed in particolare la spesa per i beni durevoli, sebbene con risultati più contenuti rispetto allo scorso anno. Con riferimento ai beni analizzati nella sezione territoriale dell'Osservatorio (auto nuove e usate, motoveicoli, elettrodomestici grandi e piccoli, elettronica di consumo, mobili e *information technology*

famiglie), la spesa a valore evidenzia una dinamica del 2,0% a prezzi correnti, guidata dai beni legati alla mobilità, in decelerazione per effetto della battuta di arresto delle immatricolazioni delle auto nuove alle famiglie, ed al comparto del mobile. Il reddito disponibile delle famiglie italiane accelera nel 2017 registrando una crescita del 2,4% (a prezzi correnti), con una disponibilità per famiglia di 19.086 euro. Anche i consumi interni delle famiglie sono previsti in ripresa per l'anno in corso (2,7% a prezzi correnti), sostenuti principalmente dai beni durevoli mentre gli altri comparti di spesa (servizi e alimentari), pur contribuendo alla crescita, registrano dinamiche più contenute. In particolare nel 2017 l'esborso per famiglia in beni durevoli è previsto attestarsi sui 2.332 euro circa, il 12,2% circa del reddito disponibile pro capite, in crescita dell'1,9%. La spesa complessiva destinata ai beni durevoli nel 2017 risulta pari a 60.558 milioni di euro, con un'incidenza sui consumi interni totali pari al 5,7%, in lieve riduzione rispetto allo scorso anno. Il comparto che contribuisce maggiormente è rappresentato dai beni per la mobilità, ma, diversamente dallo scorso anno, i mercati che trainano sono quelli delle auto usate (5,5%) e dei motoveicoli (9,8%), mentre le auto nuove a famiglie sperimentano una battuta d'arresto (+0,1%), dopo il recupero della domanda di sostituzione. Anche la spesa per la casa mette a segno una dinamica positiva ma in deciso rallentamento rispetto al 2016, sostenuta

dai comparti del mobile (+1,8%) e degli elettrodomestici grandi e piccoli (+0,7%), mentre l'*information technology famiglie* e l'elettronica di consumo contribuiscono negativamente. In particolare, il mobile risente positivamente della proroga degli incentivi fiscali e del miglioramento delle compravendite immobiliari così come gli elettrodomestici che dovrebbero registrare una crescita sul fatturato anche quest'anno ma in rallentamento, a causa della compressione dei prezzi, effetto delle aggressive politiche promozionali. Il comparto dell'elettronica di consumo torna a registrare una dinamica negativa, per il venir meno dell'evento eccezionale che aveva sostenuto nel 2016 il segmento tv – principale prodotto; l'*information technology* delle famiglie, dopo aver contenuto le perdite lo scorso anno, dovrebbe mettere a segno una contrazione più importante, a causa del calo dei tablet, già in atto da alcuni anni, e dei pc, che lo scorso anno avevano sostenuto in parte il comparto grazie al rinnovo del parco.



• Tab. 1 La spesa delle famiglie italiane per l'acquisto di beni durevoli

	Spesa a valore 2015 (mln Euro)	Spesa a valore 2016 (mln Euro)	Var.% 2016/2015	Spesa a valore 2017 (mln Euro)	Var.% 2017/2016	Quota di spesa 2016
Auto nuove intestate a persone fisiche	15.885	18.188	14,5	18.204	0,1	30,6
Auto usate acquistate da privati	16.457	17.224	4,7	18.177	5,5	29,0
Motoveicoli	1.241	1.419	14,3	1.557	9,8	2,4
Elettrodomestici grandi e piccoli	4.330	4.424	2,2	4.454	0,7	7,5
Elettronica di consumo	2.152	2.164	0,5	2.049	-5,3	3,6
Mobili	13.579	13.940	2,7	14.192	1,8	23,5
Information Technology famiglie	2.019	2.003	-0,8	1.924	-3,9	3,4
Totale durevoli	55.663	59.361	6,6	60.558	2,0	100,0



Analizzando la dinamica dei mercati a livello regionale, emergono dinamiche eterogenee tra i territori, che riflettono le peculiarità socio-demografiche e la differente intensità di ripresa delle diverse realtà terri-

toriali. Con riferimento al totale dei beni durevoli, la maggiore variazione positiva della spesa in beni durevoli ha interessato il Piemonte (4,1%), imputabile alla buona *performance* di tutti i comparti legati alla mobili-

tà, in particolare alla spesa per auto nuove famiglie, ed al comparto degli elettrodomestici; la ripresa interessa tutte le regioni ad eccezione della Basilicata, l'unica a registrare una lieve contrazione (-0,1%).

• Tab. 2 La spesa delle famiglie italiane per l'acquisto di beni durevoli

Mercato	Territorio	Spesa a valore 2017 (mln di euro)	Var.% 2017/2016
Auto nuove intestate a persone fisiche	Totale Italia	18.204	0,1
var. % min	Campania	765	-3,8
var. % max	Piemonte	1.686	5,3
Auto usate acquistate da privati	Totale Italia	18.177	5,5
var. % min	Liguria	470	2,3
var. % max	Umbria	304	7,4
Motoveicoli	Totale Italia	1.557	9,8
var. % min	Valle d'Aosta	2	-55,4
var. % max	Campania	130	26,0
Elettrodomestici grandi e piccoli	Totale Italia	4.454	0,7
var. % min	Lazio	365	-1,9
var. % max	Piemonte	393	3,7
Elettronica di consumo	Totale Italia	2.049	-5,3
var. % min	Puglia	135	-7,4
var. % max	Emilia Romagna	1.259	3,0
Mobili	Totale Italia	14.192	1,8
var. % min	Molise	77	-0,5
var. % max	Emilia Romagna	1.259	3,0
Information Technology famiglie	Totale Italia	1.924	-3,9
var. % min	Umbria	28	-7,1
var. % max	Emilia Romagna	188	-1,9
Totale beni durevoli	Totale Italia	60.558	2,0
var. % min	Basilicata	394	-0,1
var. % max	Piemonte	5.474	4,1

Nel comparto "mobilità", il mercato delle auto usate evidenziano dinamiche positive in tutte le regioni, con punte massime in Umbria (+7,2%) e minime in Liguria (+2,3%). Il mercato delle auto nuove famiglie, dopo le brillanti performance dell'ultimo biennio, evidenzia una battuta d'arresto a livello

nazionale (+0,1%) e si caratterizza per un'eterogeneità a livello regionale: a fronte della dinamicità del Piemonte, del Lazio, della Sardegna e della Valle d'Aosta, tutte le altre regioni sperimentano un trend negativo, come rimbalzo rispetto alla crescita a due cifre dello scorso anno. Per quanto riguarda i

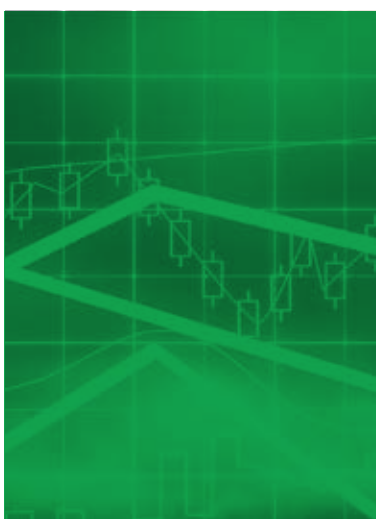
motoveicoli, il trend eterogeneo delle regioni riflette la diversa vocazione territoriale alla mobilità "a due ruote": ad eccezione della Valle d'Aosta, che mostra dinamiche negative importanti, per effetto del basso livello di spesa, si evidenziano buone performance in molte regioni del Centro e del Sud: la



Campania continua a registrare variazioni positive dell'ordine del 26%; la Toscana, ad alta vocazione motociclista, registra un trend più vivace della media nazionale (10,9% contro il 9,8% nazionale). Il mercato degli elettrodomestici grandi e piccoli risulta ancora in crescita ma in deciso rallentamento rispetto allo scorso anno e le uniche regioni a sostenere il trend nazionale sono quelle del Nord Ovest e dell'Emilia Romagna, dove incide positivamente il canale dell'e-commerce. La maggiore crescita si registra in Piemonte (+3,7%), seguita da Valle d'Aosta (3,4%), dalla Lombardia (circa 3,2%)

e dalla Liguria (+2,9%), mentre il Lazio evidenzia il trend più contenuto portandosi nel 2017 in territorio negativo (-1,9%). Il comparto dell'elettronica di consumo, dopo un rallentamento della caduta nel 2016, torna quest'anno a contrarsi, mettendo a segno una dinamica negativa (-5,3%), diffusa a tutte le regioni, con punte massime in Puglia (-7,4%) e minime in Emilia Romagna (-3,6%). La spesa del comparto è, come già anticipato, molto legata al verificarsi di importanti eventi sportivi; il sostegno del governo per il passaggio al digitale di nuova generazione, già messo in campo nel 2016, non riesce

ancora a dare il giusto impulso alla crescita del settore. Il comparto del mobile si conferma in vivace crescita in tutte le regioni, ad eccezione del Molise. Infine, il comparto dell'*information technology* famiglie, dopo aver mantenuto il passo lo scorso anno, sperimenta nel 2017 un trend negativo, esteso a tutte le regioni, imputabile principalmente alla continua contrazione dei media tablet ed al mancato sostegno della domanda di pc, che aveva caratterizzato il settore lo scorso anno. A livello regionale, si rileva un trend negativo massimo in Umbria (-7,1%) e minimo in Emilia Romagna (-1,9%).



DATI REGIONALI



Analizzando i livelli di reddito disponibile, il Trentino Alto Adige rappresenta la regione con la maggiore disponibilità pro capite, con un livello pro capite di 23.404 euro, a fronte di una media nazionale di 19.086 euro per residente. La graduatoria regionale si chiude con la Calabria, che registra un livello di reddito pro capite di 13.189, del 44% inferiore a quello del Trentino, in crescita rispetto allo scorso anno come anche in tutte le altre regioni.

A livello di macroaree, il Nord-ovest conferma il primato in termini di maggior reddito per abitante (22.363), seguito dal Nord-est (21.764 euro), che evidenzia una *performance* migliore della media nazionale (2,5% vs 2,4% nazionale); a grande distanza si colloca la macroarea Sud (il reddito medio per Sud e Isole è di 14.212 euro).

Analizzando la spesa media familiare destinata ai beni durevoli (con riferimento alle categorie analizzate nella sezione territoriale dell'osservatorio), il Trentino Alto Adige si colloca al primo posto (2.921 euro per famiglia), seguito dall'Emilia Romagna (2.807 euro), e a stretto giro dalla Lombardia (2.793 euro). In termini di spesa complessiva destinata ai beni durevoli, il primato come dinamica spetta al Piemonte (+4,1%), che beneficia della buona performance dei beni legati alla mobilità e degli elettrodomestici; segue l'Emilia Romagna (3,0%) ed il Lazio (2,7%); la Lombardia, con il più alto livello di spesa complessiva, evidenzia una crescita inferiore alla media nazionale (1,8% vs 2% nazionale), per effetto del contributo negativo della spesa per le auto nuove. Le

regioni meridionali mantengono livelli medi di spesa nettamente inferiori alla media nazionale, con il più alto valore in Abruzzo (2.118 euro) e il più basso in Calabria e Sicilia (1.578 euro per famiglia). Per quanto riguarda la spesa per famiglie in beni durevoli per la casa il primato è detenuto dal Trentino Alto Adige, con 1.153 euro a fronte di una media nazionale di 871 euro per famiglia, in crescita rispetto allo scorso anno. Nel comparto della "mobilità", il primato spetta all'Emilia Romagna (1.818), seguito dalla Valle d'Aosta (1.801). Ultima regione nella lista della "spesa media per famiglia del comparto casa" si conferma la Sicilia (660 euro la spesa media familiare), mentre nel comparto "mobilità" l'ultima posizione è occupata dalla Calabria (889 euro).

PANORAMA ECONOMICO

Regioni	Reddito disponibile pro capite (in Euro)				
	2015	2016	var. % 16/15	2017	var. % 17/16
Trentino A.A.	22.746	22.933	0,8	23.404	2,1
Emilia Romagna	22.008	22.387	1,7	22.927	2,4
Lombardia	22.107	22.372	1,2	22.877	2,3
Liguria	21.368	21.620	1,2	22.132	2,4
Piemonte	20.524	20.808	1,4	21.300	2,4
Valle d'Aosta	20.528	20.840	1,5	21.263	2,0
Friuli V.G.	20.243	20.610	1,8	21.164	2,7
Toscana	19.946	20.158	1,1	20.571	2,1
Veneto	19.666	19.998	1,7	20.500	2,5
Lazio	18.904	19.180	1,5	19.575	2,1
Marche	18.594	18.692	0,5	19.162	2,5
Umbria	18.335	18.429	0,5	18.821	2,1
Abruzzo	16.353	16.646	1,8	16.994	2,1
Sardegna	15.247	15.458	1,4	15.856	2,6
Molise	14.554	14.908	2,4	15.279	2,5
Puglia	13.786	13.995	1,5	14.346	2,5
Basilicata	13.355	13.707	2,6	14.098	2,9
Campania	12.997	13.393	3,1	13.738	2,6
Sicilia	13.217	13.386	1,3	13.730	2,6
Calabria	12.636	12.850	1,7	13.189	2,6
Totale Italia	18.356	18.637	1,5	19.086	2,4

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente; il reddito disponibile è un'elaborazione Prometeia su dati Istat, Svirmez e Istituto Tagliacarne. L'aggregato, che esprime i risultati economici conseguiti dalle Famiglie consumatrici e produttrici residenti nella regione in analisi, si calcola sommando ai redditi primari le operazioni di redistribuzione secondaria del reddito, quali imposte, contributi e prestazioni sociali, altri trasferimenti netti.

SPESA DUREVOLI*

Regioni	Totale famiglie (mln Euro)					Per famiglia (Euro)		
	2015	2016	var. % 16/15	2017	var. % 17/16	2016	2017	var. % 17/16
Lombardia	11.396	12.201	7,1	12.420	1,8	2.748	2.793	1,6
Lazio	5.327	5.694	6,9	5.846	2,7	2.152	2.204	2,4
Veneto	5.297	5.679	7,2	5.737	1,0	2.745	2.767	0,8
Emilia Romagna	5.126	5.458	6,5	5.620	3,0	2.732	2.807	2,7
Piemonte	5.022	5.260	4,7	5.474	4,1	2.616	2.711	3,6
Toscana	4.157	4.408	6,0	4.478	1,6	2.672	2.715	1,6
Campania	3.198	3.424	7,1	3.495	2,1	1.576	1.611	2,2
Sicilia	2.958	3.162	6,9	3.198	1,1	1.561	1.578	1,1
Puglia	2.503	2.699	7,8	2.734	1,3	1.693	1.718	1,5
Liguria	1.558	1.618	3,8	1.638	1,3	2.092	2.112	0,9
Marche	1.454	1.572	8,2	1.606	2,1	2.434	2.488	2,2
Friuli V.G.	1.284	1.370	6,7	1.391	1,5	2.441	2.472	1,3
Trentino A.A.	1.239	1.308	5,6	1.330	1,7	2.887	2.921	1,2
Sardegna	1.185	1.274	7,5	1.302	2,2	1.760	1.800	2,3
Calabria	1.168	1.258	7,7	1.270	0,9	1.562	1.578	1,0
Abruzzo	1.073	1.149	7,0	1.175	2,3	2.064	2.118	2,6
Umbria	945	1.009	6,7	1.024	1,5	2.619	2.654	1,3
Basilicata	378	394	4,2	394	-0,1	1.669	1.670	0,0
Molise	245	262	7,1	263	0,3	1.998	1.999	0,1
Valle d'Aosta	151	163	7,8	164	0,4	2.670	2.669	-0,0
Totale Italia	55.663	59.361	6,6	60.558	2,0	2.289	2.332	1,9

Fonte: Prometeia - Findomestic

* Auto nuove intestate a persone fisiche, auto usate acquistate da privati, motoveicoli, elettrodom. bianchi e piccoli, elettrod. bruni, mobili e informatica famiglia

PANORAMA AUTO NUOVE (AZIENDE E FAMIGLIE)

Regioni	Immatricolazioni (in numero di auto)					Parco circolante		
	2015	2016	var. % 16/15	2017	var. % 17/16	2016	2017	var. % 17/16
Lombardia	268.420	313.073	16,6	327.865	4,7	5.682.663	5.790.192	1,9
Trentino A.A.	223.665	259.137	15,9	300.781	16,1	893.996	986.396	10,3
Piemonte	151.259	180.623	19,4	236.803	31,1	2.674.473	2.729.847	2,1
Toscana	151.603	173.863	14,7	177.034	1,8	2.318.164	2.376.373	2,5
Lazio	124.951	145.943	16,8	159.886	9,6	3.368.460	3.433.018	1,9
Emilia Romagna	133.014	150.588	13,2	157.226	4,4	2.529.162	2.557.500	1,1
Veneto	121.775	143.479	17,8	147.399	2,7	2.510.284	2.552.067	1,7
Sicilia	58.249	68.242	17,2	69.448	1,8	2.248.654	2.271.497	1,0
Campania	59.427	68.328	15,0	68.665	0,5	1.951.647	1.975.212	1,2
Puglia	48.565	57.215	17,8	59.238	3,5	1.449.511	1.464.247	1,0
Valle d'Aosta	41.081	49.865	21,4	56.844	14,0	159.087	166.231	4,5
Marche	36.488	41.924	14,9	43.268	3,2	828.665	843.204	1,8
Friuli V.G.	30.759	34.324	11,6	36.598	6,6	739.286	748.508	1,2
Liguria	32.297	35.426	9,7	36.299	2,5	823.931	828.978	0,6
Sardegna	25.449	29.454	15,7	32.898	11,7	791.413	803.091	1,5
Calabria	24.570	29.693	20,9	31.707	6,8	823.124	837.628	1,8
Abruzzo	25.587	29.365	14,8	30.046	2,3	622.720	629.978	1,2
Umbria	21.460	25.376	18,2	25.944	2,2	512.889	522.391	1,9
Basilicata	8.265	9.025	9,2	8.996	-0,3	254.034	259.176	2,0
Molise	3.482	4.167	19,7	4.082	-2,0	138.888	141.566	1,9
Totale Italia	1.590.366	1.849.110	16,3	2.011.027	8,8	31.321.051	31.917.100	1,9

Fonte: Prometeia - Findomestic

PANORAMA AUTO NUOVE (AZIENDE)

Regioni	Immatricolazioni (in numero di auto)				
	2015	2016	var. % 16/15	2017	var. % 17/16
Trentino A.A.	208.944	242.416	16,0	284.540	17,4
Piemonte	62.448	85.007	36,1	136.646	60,7
Lombardia	63.456	78.101	23,1	97.108	24,3
Toscana	56.325	68.106	20,9	72.095	5,9
Valle d'Aosta	38.682	47.066	21,7	54.019	14,8
Lazio	34.387	39.932	16,1	51.811	29,7
Veneto	25.612	34.854	36,1	41.773	19,9
Emilia Romagna	28.185	34.686	23,1	40.047	15,5
Campania	9.663	12.636	30,8	15.398	21,9
Puglia	7.855	11.016	40,2	14.091	27,9
Friuli V.G.	8.432	9.220	9,3	11.902	29,1
Sicilia	7.573	9.233	21,9	11.631	26,0
Marche	7.086	7.752	9,4	8.851	14,2
Sardegna	4.673	5.045	8,0	7.588	50,4
Calabria	3.732	5.231	40,2	7.548	44,3
Liguria	4.676	5.824	24,6	7.160	22,9
Umbria	3.044	4.146	36,2	5.169	24,7
Abruzzo	3.491	4.312	23,5	4.712	9,3
Basilicata	1.333	1.581	18,6	1.781	12,7
Molise	588	820	39,5	877	7,0
Totale Italia	580.185	706.984	21,9	874.747	23,7

Fonte: Prometeia - Findomestic

PANORAMA AUTO NUOVE (FAMIGLIE)

Regioni	Immatricolazioni (in numero di auto)				
	2015	2016	var. % 16/15	2017	var. % 17/16
Lombardia	204.964	234.972	14,6	230.757	-1,8
Emilia Romagna	104.829	115.902	10,6	117.179	1,1
Lazio	90.564	106.011	17,1	108.075	1,9
Veneto	96.163	108.625	13,0	105.626	-2,8
Toscana	95.278	105.757	11,0	104.939	-0,8
Piemonte	88.811	95.616	7,7	100.157	4,7
Sicilia	50.676	59.009	16,4	57.817	-2,0
Campania	49.764	55.692	11,9	53.267	-4,4
Puglia	40.710	46.199	13,5	45.147	-2,3
Marche	29.402	34.172	16,2	34.417	0,7
Liguria	27.621	29.602	7,2	29.139	-1,6
Abruzzo	22.096	25.053	13,4	25.334	1,1
Sardegna	20.776	24.409	17,5	25.310	3,7
Friuli V.G.	22.327	25.104	12,4	24.696	-1,6
Calabria	20.838	24.462	17,4	24.159	-1,2
Umbria	18.416	21.230	15,3	20.775	-2,1
Trentino A.A.	14.721	16.721	13,6	16.241	-2,9
Basilicata	6.932	7.444	7,4	7.215	-3,1
Molise	2.894	3.347	15,7	3.205	-4,2
Valle d'Aosta	2.399	2.799	16,7	2.825	0,9
Totale Italia	1.010.181	1.142.126	13,1	1.136.280	-0,5

Fonte: Prometeia - Findomestic

Regioni	Consumi complessivi (mln Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2015	2016	var. % 16/15	2017	var. % 17/16	2016	2017	var. % 17/16
Lombardia	3.412	3.962	16,1	3.915	-1,2	893	880	-1,4
Emilia Romagna	1.642	1.838	12,0	1.870	1,7	920	934	1,5
Lazio	1.415	1.678	18,6	1.721	2,6	634	649	2,3
Veneto	1.641	1.877	14,4	1.837	-2,2	907	886	-2,4
Toscana	1.446	1.625	12,4	1.622	-0,2	985	984	-0,1
Piemonte	1.469	1.602	9,0	1.686	5,3	796	835	4,9
Sicilia	693	817	17,9	806	-1,3	403	398	-1,3
Campania	701	795	13,4	765	-3,8	366	353	-3,6
Puglia	595	684	14,9	673	-1,7	429	423	-1,5
Marche	468	551	17,7	558	1,3	853	865	1,4
Liguria	411	447	8,5	442	-1,0	578	570	-1,3
Abruzzo	316	363	14,8	369	1,7	652	665	2,0
Sardegna	297	353	19,0	368	4,4	487	509	4,4
Friuli V.G.	358	408	13,9	404	-1,0	728	718	-1,3
Calabria	292	347	18,9	345	-0,6	431	429	-0,5
Umbria	287	335	16,8	330	-1,6	869	854	-1,8
Trentino A.A.	258	297	15,1	290	-2,3	656	638	-2,8
Basilicata	96	104	8,7	101	-2,5	440	430	-2,4
Molise	46	54	17,1	52	-3,7	412	396	-4,0
Valle d'Aosta	42	50	18,2	51	1,5	822	831	1,0
Totale Italia	15.885	18.188	14,5	18.204	0,1	701	701	-0,0

Fonte: Prometeia - Findomestic

PANORAMA AUTO USATE (FAMIGLIE)

Regioni	Passaggi di proprietà (in numero)				
	2015	2016	var. % 16/15	2017	var. % 17/16
Lombardia	399.869	411.225	2,8	431.716	5,0
Lazio	262.796	267.859	1,9	280.996	4,9
Campania	235.272	248.259	5,5	264.141	6,4
Sicilia	208.416	217.170	4,2	228.273	5,1
Piemonte	203.087	206.397	1,6	217.144	5,2
Veneto	196.622	206.125	4,8	216.670	5,1
Emilia Romagna	185.407	191.658	3,4	202.304	5,6
Puglia	176.736	189.970	7,5	199.110	4,8
Toscana	146.083	150.810	3,2	160.087	6,2
Calabria	76.984	81.357	5,7	85.229	4,8
Sardegna	74.983	78.713	5,0	82.695	5,1
Marche	60.702	64.366	6,0	68.133	5,9
Liguria	62.299	62.525	0,4	64.490	3,1
Abruzzo	54.272	56.326	3,8	60.596	7,6
Friuli V.G.	52.404	54.754	4,5	57.445	4,9
Trentino A.A.	47.043	48.875	3,9	51.197	4,8
Umbria	41.429	43.166	4,2	46.084	6,8
Basilicata	25.910	26.342	1,7	27.257	3,5
Molise	14.069	14.803	5,2	15.741	6,3
Valle d'Aosta	6.411	6.580	2,6	6.871	4,4
Totale Italia	2.530.794	2.627.280	3,8	2.766.177	5,3

Fonte: Prometeia - Findomestic

Regioni	Consumi complessivi (mln Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2015	2016	var. % 16/15	2017	var. % 17/16	2016	2017	var. % 17/16
Lombardia	3.302	3.419	3,6	3.609	5,6	770	812	5,4
Lazio	1.770	1.825	3,1	1.919	5,2	690	723	4,9
Campania	983	1.062	7,9	1.140	7,4	489	526	7,6
Sicilia	857	897	4,7	946	5,4	443	467	5,4
Piemonte	1.577	1.621	2,8	1.713	5,7	806	848	5,2
Veneto	1.514	1.609	6,3	1.697	5,5	778	818	5,2
Emilia Romagna	1.466	1.535	4,8	1.626	5,9	769	812	5,7
Puglia	813	882	8,5	930	5,5	553	585	5,7
Toscana	1.007	1.046	3,9	1.109	6,0	634	673	6,1
Calabria	312	333	6,6	351	5,4	414	436	5,5
Sardegna	372	393	5,5	408	3,9	543	564	4,0
Marche	410	436	6,3	459	5,4	675	712	5,4
Liguria	452	459	1,6	470	2,3	594	605	2,0
Abruzzo	290	306	5,6	325	6,1	551	586	6,4
Friuli V.G.	389	412	6,1	434	5,3	735	772	5,0
Trentino A.A.	437	457	4,7	477	4,2	1.009	1.047	3,7
Umbria	271	283	4,8	304	7,4	736	789	7,2
Basilicata	109	112	2,8	116	3,5	475	492	3,6
Molise	75	80	7,1	85	5,8	609	643	5,5
Valle d'Aosta	53	55	3,2	57	4,3	900	935	3,9
Totale Italia	16.457	17.224	4,7	18.177	5,5	664	700	5,4

Fonte: Prometeia - Findomestic

PANORAMA MOTOVEICOLI

Regioni	Vendite (in numero di motoveicoli)					Parco circolante		
	2015	2016	var. % 16/15	2017	var. % 17/16	2016	2017	var. % 17/16
Lombardia	37.152	39.431	6,1	40.134	1,8	1.253.527	1.255.300	0,1
Toscana	19.833	21.293	7,4	22.778	7,0	785.272	782.140	-0,4
Lazio	19.323	21.538	11,5	22.290	3,5	763.051	756.055	-0,9
Campania	13.706	17.254	25,9	20.913	21,2	663.244	666.796	0,5
Emilia Romagna	16.011	18.190	13,6	19.008	4,5	671.510	671.530	0,0
Liguria	15.757	17.016	8,0	17.613	3,5	433.860	434.372	0,1
Sicilia	14.140	16.434	16,2	17.406	5,9	797.914	800.690	0,3
Veneto	15.170	16.826	10,9	17.180	2,1	593.469	594.777	0,2
Piemonte	12.042	13.483	12,0	13.710	1,7	535.773	539.425	0,7
Puglia	5.429	6.373	17,4	6.961	9,2	351.521	350.378	-0,3
Marche	5.223	6.117	17,1	6.481	6,0	270.370	270.284	-0,0
Trentino A.A.	3.745	4.654	24,3	5.703	22,5	141.545	144.138	1,8
Friuli V.G.	4.001	4.394	9,8	4.558	3,7	187.691	187.426	-0,1
Abruzzo	3.491	3.624	3,8	3.776	4,2	227.970	227.392	-0,3
Calabria	2.710	3.117	15,0	3.279	5,2	164.798	163.541	-0,8
Sardegna	2.488	2.633	5,8	2.839	7,8	171.104	170.524	-0,3
Umbria	2.261	2.319	2,6	2.496	7,6	161.834	161.226	-0,4
Basilicata	761	912	19,8	937	2,7	51.132	51.017	-0,2
Molise	592	686	15,9	698	1,7	41.485	41.676	0,5
Valle d'Aosta	451	685	51,9	329	-52,0	22.451	22.473	0,1
Totale Italia	194.286	216.979	11,7	229.089	5,6	8.289.521	8.291.160	0,0

Fonte: Prometeia - Findomestic

Regioni	Consumi complessivi (mln Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2015	2016	var. % 16/15	2017	var. % 17/16	2016	2017	var. % 17/16
Lombardia	263	288	9,5	301	4,6	65	68	4,4
Toscana	115	126	9,1	139	10,9	76	84	10,9
Lazio	122	138	12,7	152	10,4	52	57	10,1
Campania	81	103	27,2	130	26,0	47	60	26,2
Emilia Romagna	112	132	18,0	144	8,9	66	72	8,7
Liguria	87	95	9,4	103	7,9	123	133	7,5
Sicilia	81	96	18,3	108	12,7	47	53	12,7
Veneto	103	118	13,9	125	6,1	57	60	5,8
Piemonte	85	98	14,6	104	6,4	49	52	5,9
Puglia	31	39	23,9	45	15,4	24	28	15,6
Marche	35	42	18,9	46	10,3	64	71	10,4
Trentino A.A.	24	31	27,9	38	24,4	67	84	23,8
Friuli V.G.	24	28	13,8	30	7,2	49	53	6,9
Abruzzo	22	24	6,7	26	9,3	43	47	9,5
Calabria	15	18	20,6	20	10,6	22	24	10,7
Sardegna	14	15	10,1	17	11,6	21	24	11,7
Umbria	14	15	7,2	17	12,2	40	45	12,0
Basilicata	4	5	22,1	6	8,7	22	24	8,9
Molise	3	4	19,7	4	7,7	32	34	7,4
Valle d'Aosta	3	5	59,1	2	-55,4	77	34	-55,6
Totale Italia	1.241	1.419	14,3	1.557	9,8	55	60	9,6

Fonte: Prometeia - Findomestic

PANORAMA ELETTRODOMESTICI GRANDI E PICCOLI

Regioni	Consumi complessivi (mln Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2015	2016	var. % 16/15	2017	var. % 17/16	2016	2017	var. % 17/16
Lombardia	936	981	4,8	1.013	3,2	221	228	3,1
Veneto	395	406	2,8	407	0,1	196	196	-0,1
Piemonte	361	379	5,1	393	3,7	189	195	3,3
Emilia Romagna	362	374	3,2	374	0,2	187	187	-0,0
Lazio	377	372	-1,1	365	-1,9	141	138	-2,2
Toscana	300	297	-0,7	293	-1,4	180	178	-1,3
Campania	277	281	1,3	280	-0,3	129	129	-0,2
Sicilia	243	243	0,0	239	-1,3	120	118	-1,3
Puglia	232	235	1,4	234	-0,2	147	147	0,0
Liguria	135	139	3,2	143	2,9	180	185	2,6
Calabria	113	113	-0,3	111	-1,4	140	138	-1,3
Trentino A.A.	102	105	2,1	105	-0,0	231	230	-0,5
Marche	105	104	-0,9	102	-1,2	161	159	-1,1
Friuli V.G.	94	96	2,3	96	-0,5	172	171	-0,8
Sardegna	87	87	-0,3	86	-0,8	120	119	-0,7
Abruzzo	81	81	0,6	81	-0,5	146	146	-0,2
Umbria	60	59	-1,4	58	-1,8	154	151	-2,0
Basilicata	33	33	0,0	33	-1,3	141	139	-1,2
Molise	22	22	0,6	22	-1,7	171	168	-2,0
Valle d'Aosta	16	16	4,1	17	3,4	265	273	3,0
Totale Italia	4.330	4.424	2,2	4.454	0,7	171	172	0,6

Fonte GfK - elaborazione dati Prometeia

PANORAMA ELETTRONICA DI CONSUMO

Regioni	Consumi complessivi (mln Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2015	2016	var. % 16/15	2017	var. % 17/16	2016	2017	var. % 17/16
Lombardia	435	442	1,5	418	-5,4	100	94	-5,6
Veneto	178	177	-0,4	170	-4,0	86	82	-4,2
Toscana	175	172	-1,7	164	-4,4	104	100	-4,3
Lazio	173	171	-1,4	162	-5,0	65	61	-5,3
Emilia Romagna	165	164	-0,4	158	-3,6	82	79	-3,8
Piemonte	159	162	1,5	154	-5,1	80	76	-5,5
Campania	140	143	2,1	135	-5,7	66	62	-5,6
Puglia	142	146	2,2	135	-7,4	91	85	-7,2
Sicilia	129	131	1,5	122	-6,8	65	60	-6,8
Liguria	75	76	1,1	72	-5,4	98	93	-5,7
Calabria	62	63	1,9	59	-7,2	79	73	-7,2
Marche	58	57	-1,6	55	-4,4	88	85	-4,4
Trentino A.A.	51	50	-1,0	49	-3,7	111	107	-4,2
Abruzzo	48	49	1,7	46	-7,0	89	83	-6,7
Sardegna	46	46	1,8	43	-7,3	64	59	-7,2
Friuli V.G.	42	41	-1,0	39	-4,6	73	70	-4,9
Umbria	33	33	-2,2	31	-4,8	85	80	-5,0
Basilicata	20	21	1,4	19	-7,2	87	81	-7,1
Molise	13	13	0,8	13	-6,5	103	96	-6,8
Valle d'Aosta	7	7	1,0	7	-5,4	114	108	-5,8
Totale Italia	2.152	2.164	0,5	2.049	-5,3	83	79	-5,4

Fonte GfK - elaborazione dati Prometeia

PANORAMA MOBILI

Regioni	Consumi complessivi (mln Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2015	2016	var. % 16/15	2017	var. % 17/16	2016	2017	var. % 17/16
Lombardia	2.661	2.738	2,9	2.807	2,5	617	631	2,3
Lazio	1.283	1.326	3,3	1.352	2,0	501	510	1,7
Veneto	1.266	1.292	2,1	1.311	1,4	625	632	1,2
Piemonte	1.211	1.247	3,0	1.278	2,5	620	633	2,1
Emilia Romagna	1.189	1.222	2,8	1.259	3,0	612	629	2,8
Toscana	962	986	2,5	1.003	1,7	598	608	1,7
Campania	896	921	2,8	929	0,9	424	428	1,1
Sicilia	839	858	2,4	861	0,3	424	425	0,3
Puglia	587	603	2,7	609	0,9	378	383	1,1
Liguria	334	344	3,0	352	2,5	445	454	2,2
Friuli V.G.	329	336	2,2	341	1,7	598	607	1,4
Sardegna	331	338	2,1	340	0,4	467	469	0,5
Calabria	327	334	2,2	336	0,6	414	417	0,7
Marche	321	328	2,2	334	1,9	508	518	1,9
Trentino A.A.	316	320	1,3	326	1,7	707	716	1,2
Abruzzo	279	287	3,0	292	1,8	516	527	2,0
Umbria	248	253	1,9	255	1,0	657	662	0,8
Basilicata	101	104	2,6	104	0,4	440	443	0,5
Molise	76	78	2,7	77	-0,5	592	588	-0,7
Valle d'Aosta	24	24	1,5	25	1,1	400	402	0,6
Totale Italia	13.579	13.940	2,7	14.192	1,8	537	547	1,7

Fonte Gfk - elaborazione dati Prometeia

PANORAMA INFORMATION TECHNOLOGY FAMIGLIE

Regioni	Consumi complessivi (mln Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2015	2016	var. % 16/15	2017	var. % 17/16	2016	2017	var. % 17/16
Lombardia	388	371	-4,3	357	-3,9	84	80	-4,0
Veneto	200	200	0,1	192	-4,1	97	92	-4,3
Emilia Romagna	191	192	0,5	188	-1,9	96	94	-2,2
Lazio	187	184	-1,4	174	-5,2	70	66	-5,5
Toscana	153	156	1,8	147	-5,9	94	89	-5,8
Piemonte	160	152	-4,9	146	-3,9	76	72	-4,3
Campania	119	120	0,3	116	-2,9	55	54	-2,7
Sicilia	116	120	2,7	115	-3,5	59	57	-3,5
Puglia	102	111	8,2	108	-2,7	69	68	-2,5
Liguria	64	58	-9,0	56	-3,3	75	72	-3,6
Marche	57	55	-3,6	52	-6,0	85	80	-5,9
Calabria	48	51	6,2	49	-4,2	63	60	-4,1
Friuli V.G.	48	48	0,5	46	-3,9	86	82	-4,1
Trentino A.A.	50	47	-6,2	46	-3,2	104	100	-3,6
Sardegna	39	41	7,0	40	-3,4	57	55	-3,4
Abruzzo	37	38	2,4	36	-4,1	68	65	-3,8
Umbria	31	30	-4,3	28	-7,1	78	72	-7,3
Basilicata	14	15	4,8	14	-4,3	64	61	-4,2
Molise	9	10	12,9	10	-4,6	79	75	-4,8
Valle d'Aosta	6	6	-8,2	5	-5,8	91	85	-6,2
Totale Italia	2.019	2.003	-0,8	1.924	-3,9	77	74	-4,0

Fonte Gfk - elaborazione dati Prometeia





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