

**Auto elettriche, ibride, Km zero, camper, moto targate, E-bike, droni, dispositivi tecnologici indossabili, condizionatori d'aria e i soliti smartphone sono le star dei consumi del 2017 che chiuderanno con aumento dell' 1,5% in volume e del 2,7% in valore.**

**Il futuro irrompe pesantemente nel paniere dei consumi degli italiani, ma anche nello scenario lavorativo**

**Interrogati sugli impatti che la quarta rivoluzione industriale avrà sul lavoro, palesano un misto di ansia e di ottimismo.**

**COMUNICATO STAMPA**

**Milano 30 Novembre 2017**

L'Osservatorio Findomestic presentato oggi nella sua ventiquattresima edizione a Milano, ha registrato l'ingresso del futuro nel paniere di spesa delle famiglie italiane. Tra i beni che crescono di più ci sono le auto elettriche e ibride (+70% in immatricolazioni), i droni aerei (+80% in valore e + 29% in volumi di vendita), i dispositivi Internet indossabili (+33% in valore e +19% in volumi) e le E bike, che superano oramai i volumi di vendita dei "motorini".

In un contesto positivo per i consumi complessivi totali, in aumento dell'1,5% in volume e del 2,7% in valore, risultano ancora in crescita i mercati che vantano volumi d'affari più consistenti, come quello dell'auto nuova (+8,8% in immatricolazioni), dell'auto usata (+5,5% in valore) e del mobile (+1,8% in valore). Cresce la spesa anche per grandi elettrodomestici (+0,3% in valore) e tecnologia consumer (+0,4% in valore), trainata ancora una volta dalla telefonia (+4,1% in valore). Ma a fare registrare i tassi d'incremento più elevati sono i camper (+19,5% sul fatturato), i motoveicoli (+9,8% in valore) e l'home confort (+ 16,6% a valore), ossia il mercato dei condizionatori d'aria, complice una delle estati più calde della storia.

Tuttavia il futuro sta irrompendo anche nella vita lavorativa degli italiani e nella pianificazione delle imprese con ritmi incalzanti e per questo motivo Findomestic ne ha fatto il focus dell'indagine a tema, realizzata in collaborazione con Doxa, che di consueto accompagna l'analisi dei mercati. Siamo nel pieno della terza rivoluzione industriale e la quarta sta arrivando, cogliendo impreparati molti. Parafrasando un libro di anni fa insomma "sta per venire la rivoluzione e non ho niente da mettermi".

In un futuro non molto lontano saremo circondati da macchine gestite da intelligenza artificiale, scomparirà il posto fisso, non ci saranno più gli uffici e si potrà lavorare da casa. Lo stipendio sarà legato al raggiungimento degli obiettivi.

Macchine e robot potranno sostituire gli uomini nei lavori più faticosi e ripetitivi e metterli nella condizione di spostare la loro attenzione verso attività a maggiore valore aggiunto, attività nelle quali potrà essere esaltato il fattore umano. A patto che l'uomo impari a aggiornarsi continuamente e a cavalcare l'inarrestabile onda della trasformazione tecnologica. Il futuro sarà molto più accessibile per tutti coloro che sapranno "parlare" con la tecnologia e governarla e coloro che riescono a comprendere e a gestire l'universo social. Si tratta di vere e proprie categorie "privilegiate" di persone che "surferanno" sul nuovo mercato del lavoro agevolmente.

Formazione continua, adattabilità, capacità informatiche e digitali, teamworking, attitudine al problem solving, capacità relazionali, comunicative e voglia di imparare cose nuove sono gli ingredienti da mettere nel kit di sopravvivenza. Certamente le fasce più anziane di lavoratori saranno svantaggiate nell'affrontare questi cambiamenti.

In questo contesto di inarrestabile cambiamento l'esigenza di formazione è molto avvertita dai lavoratori: 7 su 10 (ma anche il 47% delle aziende intervistate) ritengono infatti che il sistema educativo italiano non sia adeguato a preparare i giovani ad affrontare il mondo del lavoro del 2030. Infatti per il 46% la formazione è troppo teorica, per il 30% i programmi non sono a passo con i tempi, per il 38% il sistema di insegnamento è troppo tradizionale e infine per il 25% vi è un limitato uso di strumenti tecnologici e digitali.

Se per i lavoratori la soluzione per stare al passo coi tempi sta nell'acquisizione di competenze digitali e specialistiche, le aziende vedono nelle soft skills i pre requisiti per trovare il lavoro del futuro e ricercano sempre più chi è capace di uscire dalla comfort zone e chi è dotato di intelligenza creativa. Non è quindi un caso che il tradizionale acronimo STEM (Science, Technology, Engineering, Math) sia stato recentemente mutato in STEAM, aggiungendo la parola Art.

**Tornando ai consumi, focus tradizionale della ricerca**, è interessante notare che la loro evoluzione continua ad essere trainata dal comparto dei beni durevoli, sostenuto da esigenze di sostituzione e da condizioni di credito favorevoli. Si prevede quindi una chiusura d'anno con consumi totali in aumento dell'1,5% in volume e del 2,7% in valore.

Nel 2017 la spesa per **veicoli** si è assestata a circa 38 miliardi di euro con una crescita del 3,1%, (valore) e del 3,8% (volumi).

Nel 2017 il **mercato dell'auto** rallenta la corsa e vede dimezzarsi il tasso di crescita del biennio precedente.

Il mercato segnerà nel 2017 un incremento del 9% circa e si porterà a fine anno su livelli superiori ai 2 milioni di vetture, valore ritenuto di equilibrio per il nostro mercato.

In un contesto in cui rallentano le alimentazioni tradizionali, accelera a oltre +70% la crescita delle vendite di vetture elettriche e ibride che rappresentano il settore in cui si concentrano gli investimenti delle maggiori case automobilistiche.

Il mercato delle **auto usate** accelera la crescita sia in volumi sia sul fatturato (+5,5% a valore e 5,3% a volumi) grazie alle incisive politiche promozionali messe in campo dalle case e dai concessionari e all'offerta particolarmente vivace di vetture a km0.

La dinamica delle **moto** per il 2017 si conferma positiva (+9,8% sul fatturato e 5,6% in volumi) Il risultato è il frutto della buona performance del segmento delle moto targate. Un segmento molto dinamico è quello delle E-Bike, che hanno ampiamente superato i volumi medi del mercato dei 'motorini'.

Il comparto di spesa più dinamico all'interno dei veicoli a 4 ruote, è quello del **camper** (+19,5% sul fatturato e + 18,1% in volumi). Da segnalare che il turismo in libertà ha un peso significativo ed in aumento in Europa e in Italia: 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.

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% nel 2017 per un valore di 33 miliardi di euro) e sperimenta un calo dei volumi (-1,3%).

Il comparto che contribuisce maggiormente alla crescita del volume d'affari è quello del **mobile** (+1,8% nel 2017 in valore e +1,2% in volumi).

Il comparto degli **elettrodomestici grandi** registra un +3,5% in volumi e un +0,3% in valore. Le migliori performance sono state registrate dal comparto del freddo e del lavaggio, che conferma il suo primato sul mercato dei grandi elettrodomestici.

Il mercato dei **piccoli elettrodomestici** vede ridimensionare la crescita del suo fatturato (+1,6% la chiusura al 2017). I risultati migliori del segmento sono da attribuirsi prevalentemente alle macchine espresso che hanno saputo evolversi creando un connubio tra massima funzionalità ed elevato design.

Il settore della **“telefonia”** continua a fornire il suo contributo positivo alla dinamica della spesa con un incremento a valore del +4,1%, ma un calo dei volumi del 6,1%. 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%). 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).

Il comparto dell’**home comfort** fornisce un contributo positivo alla crescita dell’aggregato in volumi (+25,6%) e a valore del +16,6%, sostenuto da condizioni climatiche favorevoli – l’estate calda ha riattivato la domanda di condizionatori a partire da giugno – e dagli incentivi fiscali che sostengono l’acquisto di soluzioni che rispettano l’ambiente e incrementano l’efficienza energetica.

Il mercato dell’**information technology** dovrebbe chiudere il 2017 con una flessione del fatturato del -4,5%. 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.

Il mercato dell’**elettronica di consumo** 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. Un settore di nicchia in crescita vertiginosa è quello dei droni che vale in Italia 17 milioni di euro con più di 300 mila pezzi annui venduti. Gli acquisti si focalizzano sui droni aerei che rappresentano il 96% del fatturato del segmento con un incremento dell’80% in valore a fronte di una crescita del 29% sulle unità vendute.

Il comparto della fotografia, dopo aver investito nel digitale, ha visto erodere costantemente il suo fatturato dal vicino mercato delle telecomunicazioni che, con l’introduzione dello smartphone, ha rivoluzionato l’esperienza del fotografare, rendendola più agevole e consentendone la condivisione real time.

Infine il settore del **bricolage** sperimenta anche quest’anno una dinamica positiva sia in volumi (+0,5%) che in valore (+0,6%). 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.

***Findomestic Banca** opera al servizio di oltre due milioni di clienti, ai quali si rivolge per proporre soluzioni di credito, assicurative e di risparmio. Presente in tutta Italia, Findomestic ispira la propria attività ai principi della responsabilità sociale, promuovendo un approccio al credito sostenibile e responsabile, per sviluppare una relazione di lungo periodo con il cliente, con i partner e con tutti i suoi stakeholders. Partecipata al 100% da BNP Paribas Personal Finance, Findomestic è parte del Gruppo BNP Paribas presente in più di 70 paesi, con oltre 189.000 collaboratori, dei quali oltre 146.000 in Europa.*

**AD HOC Communication Advisors:**  
Marina Beccantini 02 7606741 [marina.beccantini@ahca.it](mailto:marina.beccantini@ahca.it)

**Findomestic**  
Simona Viscusi 055 2701271 [s.viscusi@findomestic.com](mailto:s.viscusi@findomestic.com)  
Claudio Bardazzi 335 5776826 [c.bardazzi@findomestic.com](mailto:c.bardazzi@findomestic.com)

Il presente comunicato e i precedenti sono disponibili on-line:  
<http://www.adhoccommunication.it> e <http://www.osservatorio.findomestic.it>