

**Secondo la ventiduesima edizione dell'Osservatorio Findomestic il welfare italiano è in gran parte "casalingo" e sottrae importanti risorse ai consumi. In un contesto di marcata crescita dell'incidenza degli over 65 sulla popolazione italiana – sono oggi il 22% -,**

**gli anziani erogano servizi in famiglia per circa 385 euro mensili, ma vengono a loro volta assistiti nel 77% dei casi dai parenti.**

**La cifra media per nucleo dedicata alle cure di genitori e nonni è di 689 euro al mese. Quando l'assistenza è affidata a professionisti, le famiglie italiane si rivolgono prevalentemente a badanti, attività questa svolta, secondo gli italiani, dal 73% degli stranieri che lavorano nel nostro Paese.**

**L'invecchiamento della popolazione e l'aumento degli stranieri residenti in Italia (8% della popolazione) impatteranno significativamente sui consumi e la distribuzione futuri.**

**Continua la ripresa dei consumi iniziata nel 2014.**

**In crescita, alcuni anche con tassi a due cifre, i mercati auto, moto, arredamento, elettrodomestici, home comfort e la telefonia grazie anche al buon andamento dei dispositivi di connessione indossabili.**

**I CONSUMI DOPO GLI ATTENTATI DI PARIGI TENGONO**

**Comunicato Stampa**

**Milano, 02 dicembre 2015**

La ventiduesima edizione dell'Osservatorio di Findomestic, presentata oggi a Milano, si è occupata di due dei grandi temi che toccano la nostra società: l'invecchiamento della popolazione e l'aumento degli stranieri residenti nel nostro Paese, le loro implicazioni su stili di vita e consumi, nonché le percezioni connesse.

E' seguita, come di consueto, la tradizionale analisi dei mercati dei beni durevoli. Il 2015 ci restituisce uno scenario dei consumi positivo. Il miglioramento del clima di fiducia dei consumatori, e l'aumento del potere di acquisto, alimentato dalla bassa inflazione hanno sostenuto la ripresa della spesa delle famiglie italiane che ha portato per il 2015 ad un incremento dei consumi totali stimato nell'ordine dell'1,0%, con il comparto dei beni durevoli caratterizzato ancora una volta dalla dinamica più vivace (+7,0%).

Per quanto concerne il trend demografico e le sue implicazioni, l'Osservatorio ha riscontrato che negli ultimi 40 anni gli over "65enni" sono più che raddoppiati: mentre nel 1971 erano 6 milioni, ora sono ben 13 milioni, rappresentando il 21,7% della popolazione; secondo le proiezioni nel 2050 saranno il 33%. Questo andamento implica nell'immaginario del 67% degli italiani che ci saranno difficoltà a pagare le pensioni a tutti, che si avrà una società che spenderà di più in assistenza sociale e sanità pubblica e meno produttiva.

Il 34% delle famiglie italiane, quindi una famiglia su tre, ha un anziano con necessità di assistenza giornaliera o parziale. Nel 77% dei casi ad occuparsene sono soprattutto i parenti: i figli nel 50% delle situazioni, le badanti (21%), il coniuge (16%), altri parenti (14%), oppure la casa di riposo (13%).

La spesa media mensile per nucleo familiare dedicata all'assistenza degli anziani è di 689 euro, una spesa che vale mediamente il 38% del budget familiare. Per il 43% degli intervistati i costi arrivano ad assorbire fino al 50% del reddito (nel caso di importi pari a 1400 euro).

In questa economia di scambio gli anziani svolgono tuttavia anche un ruolo attivo dal momento che il 31% degli italiani over 65 dà una mano in famiglia ai figli e ai nipoti. Più in particolare il 71% si occupa dei nipoti, mentre il 31% aiuta direttamente i figli. Il loro contributo medio mensile stimato è di circa 385 euro per nucleo familiare.

E' quindi sbagliato considerare gli anziani come un fattore di assorbimento di risorse economiche un peso. Essi infatti costituiscono al contempo una preziosa risorsa: per quasi una famiglia su cinque rappresentano infatti un aiuto importante (19%). Nel 12% delle famiglie gli over 65 giocano un doppio ruolo: seppur necessitano di assistenza, svolgono una importante funzione di supporto per il nucleo, nel 19% dei casi aiutano senza aver bisogno di forme di attenzioni particolari e nel 22% dei casi hanno bisogno di "una mano", ma non sono in grado di contraccambiare.

Ciononostante il 77% del campione crede che la società non riconosca il valore delle persone che sono avanti negli anni.

Certamente quello che emerge dall'Osservatorio di Findomestic è che la cosiddetta attuale silver generation, supportata da una politica di generoso welfare sociale, lascerà il posto ai senior di domani, che sono piuttosto una bronze generation, con una prospettiva di vita estremamente ansiogena per il peggioramento radicale del welfare, con meno figli e meno supporti di oggi, particolarmente orientata a ricercare e a mantenere una connessione con le nuove generazioni.

Tra i supporti di cui godono gli anziani attualmente, sono senz'altro da menzionare tutti quei migranti che forniscono servizi alle persone: il 77% degli stranieri, secondo gli italiani, effettivamente ricopre ruoli di badante e di colf, seguono professioni come l'operaio edile nel 53% dei casi, il lavoratore agricolo (45%) il domestico (41%), oppure il cameriere/barista (29%).

Il dato sorprendente della ricerca è che solo un quinto degli italiani sa quantificare la presenza degli stranieri in Italia e ben 4/5 ne sovrastima il numero che è di 5.000.000 nel 2015, l'8% della popolazione totale. Nel 1995 erano 685.000 unità con un'incidenza sulla popolazione inferiore all'1%.

Per il 42% degli intervistati parlare di "immigrati" evoca pensieri che spaziano nella sfera della diffidenza, mentre nel 61% fa pensare all'area positiva dell'arricchimento/risorsa e a quella delle difficoltà che i migranti incontrano nel loro inserimento e alle motivazioni che li hanno spinti alla fuga dai paesi di origine. Le principali conseguenze della loro presenza sono considerate l'emergere di una società multi-etnica e multiculturale, in parte meno sicura, ma che certamente fa più figli.

Secondo il 53% del campione sia i flussi migratori che l'aumento dell'età media porteranno cambiamenti negli stili di consumo. Certamente i settori più impattati a causa dell'aumento degli stranieri saranno quelli del cibo e delle bevande, quelli dell'abbigliamento e della casa. L'invecchiamento della popolazione impatterà sempre sul mercato dei generi alimentari, ma anche i sistemi di pagamento e il settore del tempo libero.

## **I MERCATI**

**LA SPESA PER VEICOLI** - Dopo sette anni di cali ininterrotti, la spesa per veicoli ha mostrato una decisa ripresa, alimentata dalla necessità di sostituire i vecchi veicoli circolanti. A trainare il recupero è il comparto dell'auto nuova, ma l'intonazione positiva è diffusa a tutte le tipologie di veicoli ed al mercato dell'usato. Gli impatti dell'affare Volkswagen e dei suoi strascichi sulla domanda di autovetture in Italia sono di incerta quantificazione e si espleteranno anche nel 2016. E' probabile avvenga una sostituzione tra brand. Gli effetti potranno invece essere maggiori sulle vendite di usato.

**L'AUTO** - La timida ripresa del mercato auto nuova osservata nel 2014 ha preso slancio nel 2015, consolidandosi in tassi di crescita a doppia cifra dell'immatricolato nella gran parte dei mesi (+14% è la stima prevista per la fine dell'anno). L'incremento delle immatricolazioni totali osservato nel 2015 è frutto di una decisa ripresa della domanda che ha riguardato entrambi i segmenti di mercato, quello delle famiglie (+16%) e quello delle imprese (+9,7).

Le auto usate chiudono il 2015 con una crescita di circa il 3% per le compravendite, dato più brillante di quanto osservato nel 2014 (+1,5%). Il mercato rimane ancora su volumi storicamente limitati, inferiori di circa il 14% rispetto ai livelli 2007.

**LE MOTO** - Nel 2015 la domanda complessiva di moto è risultata nuovamente in crescita, dopo sette anni di cali ininterrotti (+6,4% il totale ciclomotori e moto targate in termini di pezzi, +9,6% in valore). Il mutamento di segno dei volumi venduti è stato possibile grazie all'accelerazione della crescita delle vendite di moto

targate, nonostante il mercato dei “cinquantini” continui a registrare cali a due cifre, avendo ormai raggiunto volumi trascurabili.

**I CAMPER** - Grazie alla ripresa dei redditi la domanda di camper nuovi torna positiva, mostrando un incremento superiore all'8% a volume, al 12% a valore.

**LA SPESA PER LA CASA** - La spesa dei beni durevoli per la casa conosce quest'anno una reale ripresa anche se più contenuta rispetto alla spesa in beni legati alla mobilità. Il settore trainante è quello della telefonia, sostenuta dalla diffusione degli smartphone e dei dispositivi internet indossabili. Buona la performance degli elettrodomestici grandi e piccoli, mentre soffrono il settore dell'elettronica di consumo, influenzato dai cambiamenti negli stili di vita dei consumatori, sempre più propensi alla fruizione dei contenuti digitali in mobilità, ed il settore dell'IT famiglie per il ridimensionamento dei media tablet, prodotto che aveva trainato la crescita negli anni passati

**I MOBILI** - Dopo un 2014 che ha disatteso le ipotesi di ripresa, il mercato del mobile e articoli di arredamento dovrebbe riuscire a mettere a segno nell'anno in corso una ripresa (+0,6% in quantità), sostenuto dalla crescita dei redditi, dal riattivarsi del mercato immobiliare, dalla proroga degli incentivi fiscali, dal miglioramento del clima di fiducia dei consumatori.

Le politiche di incentivo fiscale, legate alla riqualificazione del patrimonio abitativo, ed il bonus “degli 80 euro” sul reddito hanno influito sulla domanda di mobili solo rallentandone il ridimensionamento in termini di fatturato e di volumi, ma non sono riuscite a sortire l'effetto di una vera ripresa.

**I GRANDI ELETTRODOMESTICI** - Il 2015 evidenzia segnali di recupero della loro domanda e del fatturato generato. La necessità di sostituzione, dovuta alla velocità di obsolescenza cui sono esposti i beni di questo settore ad alto contenuto tecnologico, il protrarsi di bassa inflazione, gli incentivi fiscali e le politiche promozionali della distribuzione hanno dato un'ulteriore spinta alla ripresa del comparto (+3,6 in quantità). La migliore performance a livello di macro aggregati si registra nel comparto del lavaggio.

**I PICCOLI ELETTRODOMESTICI** - Il 2015 segna la ripresa per il mercato degli elettrodomestici piccoli, con valori in crescita per tutte le categorie di spesa e volumi in aumento per i beni legati alla cura della persona e i beni legati alla cucina (+2% in quantità). La ripresa del fatturato del comparto legato alla cura della casa è spiegata dalla preferenza dei consumatori verso prodotti di alta gamma ed energy saving, mediamente più costosi, scelte stimolate in parte dall'intervento dei regolatori con l'introduzione della nuova etichetta energetica.

**L' ELETTRONICA DI CONSUMO** - Tutti i comparti contribuiscono negativamente alla dinamica del settore ad eccezione dell'audio statico, dove l'ampliamento della gamma di offerta si accompagna ad una domanda sempre più ricettiva che premia sistemi multiroom e casse wireless (-11% in quantità). Il mercato continua a soffrire l'erosione da parte dei settori Information Technology e Telefonia, in un contesto di profondo cambiamento nella modalità di fruizione dei contenuti audio visivi. Il mercato dell'elettronica di consumo sperimenta nel 2015 un'ulteriore flessione sia a valore (-9,5%) sia in volume (-11,1%), in peggioramento rispetto al 2014, anno in cui il settore era stato sostenuto da importanti eventi sportivi internazionali.

**LA FOTOGRAFIA** - Nel 2015 si attenua il calo del fatturato del settore, grazie al consolidarsi delle preferenze dei consumatori verso prodotti/accessori di alta gamma non sostituibili da smartphone o tablet (-18,6% in quantità).

Più marcata la flessione delle vendite ma in rallentamento rispetto allo scorso anno, grazie alla buona performance degli obiettivi intercambiabili e delle fotocamere dotate di tali obiettivi. Il settore della fotografia continua a sperimentare un calo in valore (-3,7%) e più ampio in volumi (-18,6%). Le fotocamere digitali continuano a contribuire negativamente alla crescita del settore, mentre gli obiettivi intercambiabili registrano un'ottima performance non in grado però di invertire il trend del comparto.

**LA TELEFONIA** - Questo mercato torna a crescere a due cifre nel 2015, dopo i primi segnali di ripresa nello scorso anno. Gli smartphone contribuiscono positivamente alla crescita del settore coadiuvati dai nuovi dispositivi “indossabili” che ampliano i momenti di connessione nella quotidianità e ne cambiano le modalità. I driver di crescita del settore continuano a rimanere l'innovazione tecnologica, che attiene all'utilizzo di nuove tecnologie e all'incremento delle funzionalità, e l'innovazione di design (smartphone con display più grandi e più sottili). Il mercato della telefonia prosegue nel 2015 la crescita sperimentata nell'ultimo trimestre dello

scorso anno e le attese di chiusura sono a doppia cifra (10,3% in volumi e 16,2% in termini di fatturato) come già registrato dal settore nella prima parte dell'anno.

**L'INFORMATION TECHNOLOGY** - Questo settore sperimenta nel 2015 una flessione più ampia dello scorso anno a causa del forte ridimensionamento dei media tablet (-5,4% in quantità). Cenni di ripresa sui volumi per i desktop ed i portatili e la buona performance dei monitor non riescono ad invertire il risultato del comparto hardware, ulteriormente penalizzato in termini di fatturato dalla dinamica dei prezzi in calo. Positivo il contributo al settore degli altri comparti, dove si va consolidando la tendenza dei consumatori ad indirizzare le scelte di acquisto verso prodotti che mettono in comunicazione i diversi dispositivi digitali e verso device a supporto del diffuso fenomeno del gaming. Il settore dell'information technology evidenzia quest'anno un'ulteriore flessione sul fatturato (-4,1%) che si estende e si amplia sui volumi (-5,4%) e sulla quale pesa la dinamica negativa dei primi tre trimestri dell'anno in corso.

**L'HOME COMFORT** - I Questo mercato settore dell'home comfort registra finalmente quest'anno una decisa ripresa, che fa chiudere il 2015 con una crescita a doppia cifra sia in volumi (61,5%) sia a valore (54,9%).

**IL BRICOLAGE** - Per il 2015 ci si attende un'attenuazione del calo dei volumi (-0,7%) e una sostanziale stazionarietà del fatturato del settore: in crescita, seppure lieve, i prodotti per la manutenzione dell'abitazione, in contrazione gli utensili e gli attrezzi per la casa ed il giardino.

*Findomestic è la Banca specializzata nel credito alla famiglia e si posiziona tra i primi player in Italia nel mercato del credito al consumo. Findomestic, gruppo BNP Paribas, ha contribuito da sempre al miglioramento della qualità della vita dei propri clienti, offrendo loro un canale di accesso professionale e responsabile ai prestiti personali e ai finanziamenti sui punti vendita di beni durevoli. BNP Paribas con 30.000 collaboratori in 30 paesi e su 4 continenti, BNP Paribas Personal Finance è la società numero uno del credito al consumo in Francia ed in Europa.*

<b>AD HOC Communication Advisors:</b> Marina Beccantini 02 7606741 <a href="mailto:marina.beccantini@ahca.it">marina.beccantini@ahca.it</a>	<b>Findomestic</b> Simona Viscusi 055 2701271 <a href="mailto:s.viscusi@findomestic.com">s.viscusi@findomestic.com</a> Claudio Bardazzi 335 5776826 <a href="mailto:c.bardazzi@findomestic.com">c.bardazzi@findomestic.com</a>
--	--

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