

# Consumi, 2024 in ripresa

*Confimprese: a dicembre +2,7% nelle vendite. Confcommercio conferma: ultimo bimestre favorevole*  
*Secondo Findomestic i beni durevoli (+4,2%), trainati dalla mobilità, vanno meglio del mercato*

## L'ANALISI

Invariato il settore dei beni per la casa, con il rialzo dei piccoli elettrodomestici che fa da contrappeso al calo nei mobili. In Umbria e Valle d'Aosta gli incrementi maggiori di spesa in beni durevoli

PAOLO M. ALFIERI

**A**umenta il comparto della mobilità, soprattutto grazie alle auto usate, resta invariato quello dei beni per la casa, diminuiscono le spese per l'elettronica di consumo e, in generale, per l'information technology. La fotografia dei consumi scattata dall'Osservatorio annuale di Findomestic, unitamente ai dati elaborati da Confimprese e Confcommercio, restituiscono un quadro dei consumi da parte degli italiani, pur in un contesto di prudenza, migliore delle attese. I beni durevoli, in particolare, crescono più degli altri mercati, chiudendo il 2024 a quota +4,2% e raggiungendo un valore record di 78,33 miliardi.

Il comparto mobilità, secondo Findomestic, vede in particolare un'espansione del 7,6%, con il fatturato che toccherà i 45,2 miliardi soprattutto grazie all'incremento del 9,6% in valore delle auto usate. Il settore dei beni per la casa, invece, dopo la flessione del 2023, rimarrà sostanzialmente invariato (-0,1%), attestandosi a 33,1 miliardi con il rialzo

del 6,5% dei piccoli elettrodomestici e il consolidamento dell'1,6% dei grandi elettrodomestici che fanno da contrappeso ai lievi cali previsti nei mobili (-0,2%) e nella telefonia (-0,6%) e alle perdite più consistenti nell'elettronica di consumo (-4,1%).

«In cinque anni, dal 2019 a oggi, il mercato dei durevoli vale quasi 10 miliardi di euro in più - sottolinea il responsabile dell'Osservatorio Findomestic, Claudio Bardazzi -. I volumi non sono ancora tornati ai livelli pre-Covid ma si spende di più e questo è dovuto in gran parte all'inflazione, in piccola parte al crescente orientamento delle famiglie ad acquistare beni di maggiore qualità». La crescita degli ultimi dodici mesi, evidenzia Bardazzi, «beneficia della spinta degli incentivi statali, pur con effetti limitati dal clima di incertezza economica che colpisce le famiglie italiane, come evidenziano le nostre rilevazioni mensili: per oltre il 60% di loro l'inflazione resta oggi la prima preoccupazione, il 55% non riesce a risparmiare nulla a fine mese e oltre 4 nuclei familiari su 10 lamentano una situazione economica molto o abbastanza problematica». Le regioni in cui si rilevano gli incrementi più marcati della spesa in durevoli sono Umbria (+6,6% per 1,3 miliardi totali), Valle d'Aosta (+6,4% per 200 milioni) e Abruzzo (+6% per 1,6 miliardi). La spesa media per famiglia calcolata dall'Osservatorio Findomestic è di 2.955 euro, in aumento del 3,8% rispetto al 2023.

Per quanto riguarda le previsioni di vendita dell'ultimo mese dell'anno, i dati elaborati dal centro studi Confimprese evidenziano un trend del +2,7% rispetto a dicembre 2023 sulla scia del buon andamento del Black Friday, che ha messo a segno un +3,1%, contrariamente alle aspettative dei rivenditori che si aspettavano andamenti più piatti. Dall'ultima rilevazione di maggio 2024 del Termometro famiglie Cerved

per Confimprese è in crescita la percentuale di famiglie che dichiara di avere visto un aumento della capacità di risparmio. Inoltre, il retail mostra segni di stabilità nel 2024 rispetto al 2023, grazie soprattutto all'andamento positivo da inizio autunno legato a meteo e stagionalità. Tuttavia, permane un'incertezza di fondo sulle prospettive future sia sulla situazione geopolitica sia sull'inflazione, che continua a essere sopra la media per alimentari e ristorazione. «È interessante notare un cambiamento sostanziale nelle abitudini di consumo che inciderà sui fatturati di dicembre - spiega Mario Resca, presidente Confimprese -: il 27% delle famiglie dichiara di volere aumentare la spesa in alimentari, mentre il 44% di spendere meno in ristorazione. Si arricchisce, dunque, il carrello della spesa a discapito dei consumi fuori casa».

Per Confcommercio, infine, sono solo i servizi a continuare a crescere (+1,0% nel confronto annuo) mentre restano fermi i beni, tra i quali sono stazionari gli alimentari. Eppure, già questo, secondo l'analisi della congiuntura, costituisce una buona notizia, dopo una crescita tendenziale in ottobre, in considerazione degli andamenti deludenti sperimentati nel recente passato. In definitiva, il quadro sembra migliore delle attese: secondo l'organizzazione vi sono i presupposti per un bimestre novembre-dicembre favorevole per i consumi e, quindi, per il Pil.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

