
Osservatorio Compass – Speciale Bricolage 2024

Boom del Fai-da-te: risparmio, creatività e sostenibilità spingono il 90% degli italiani a dedicarsi al bricolage. Superiore ai €1.000 la spesa media annua

3 italiani su 5 considerano il Buy Now Pay Later uno strumento utile all'acquisto

Milano, 1 ottobre 2024 – Chi fa da sé fa per tre. Lo sanno bene gli italiani che, un po' per risparmiare e un po' per esprimere la propria creatività si dedicano al **bricolage**. Il fenomeno è sempre più diffuso e nell'ultimo anno ha riguardato ben 9 intervistati su 10. La spesa media pro-capite si è attestata a 1.046€, in crescita (+100€) rispetto al 2023. Tante le differenze generazionali: per i giovani il fai-da-te offre opportunità per dare espressione alla propria creatività, mentre tra i senior il bricolage è un passatempo che aiuta a rilassarsi e rafforza la gratificazione per aver svolto lavori manuali in autonomia.

L'esperienza di acquisto degli italiani in questo settore è **multicanale**: la metà degli italiani (52%) ha fatto almeno un acquisto nell'ultimo anno nei **canali fisici**, l'altra metà si divide tra chi dichiara di utilizzare **indifferentemente sia l'online sia i negozi** (35%) e chi fa acquisti **solo online** (13%).. Negozianti, tutorial online e consigli di amici esperti si equivalgono come maggiori fonti di informazione nel campo (tra il 46% e il 47% delle risposte), con un desiderio diffuso da parte della clientela di poter usufruire di **servizi aggiuntivi**, online e offline: spicca tra questi la possibilità di provare attrezzi e prodotti prima dell'acquisto (56%), seguita da consulenze video da parte di esperti, aiuto da una rete di appassionati, accesso a un laboratorio in cui svolgere i lavori, manutenzione dell'attrezzatura e corsi di formazione (tra il 43% e il 47%).

Per sostenere il costo di attrezzature e prodotti si conferma utile per 3 italiani su 5 il **Buy Now Pay Later**, formula di dilazione dei pagamenti considerata da 3 acquirenti su 10 anche un incentivo ad aumentare la spesa per il bricolage. Queste le principali evidenze dell'**Osservatorio Compass dedicato al Bricolage**, presentato in occasione del **Bricoday**, in programma il 2 e il 3 ottobre a FieraMilanoCity.

Il bricolage secondo gli italiani

Cosa rappresenta il fai-da-te per gli italiani? Per il 39% è un **modo per risparmiare**, a cui si aggiunge il 24% di chi apprezza la possibilità di ridurre gli sprechi riutilizzando materiali e oggetti. Non solo, però: il 32% si dedica al bricolage per sentirsi autonomo e toccare con mano i frutti del proprio lavoro. E mentre il digitale si prende spazio nella vita quotidiana, il fai-da-te è considerato anche un'opportunità per esprimere creatività, soprattutto tra i più giovani. Per i **Millennials** e la **Generazione Z**, infatti, il bricolage è spesso un mezzo per **sperimentare e apprendere nuove competenze**, mentre per le generazioni più mature (**Boomers e Silent**) rimane **un'attività di relax e un passatempo piacevole**.

La popolarità dei lavori manuali va di pari passo con la cultura della sostenibilità. È così soprattutto per la Gen Z, che presta grande **attenzione all'impatto ambientale delle proprie azioni, anche all'interno dell'ambiente domestico** (81%).

Quali sono le attività fai-da-te più gettonate? I lavori di **giardinaggio** (54%) e le attività svolte con utensili da **ferramenta** (52%) conquistano i primi posti, seguiti da interventi in ambito **elettrico** (42%) e di **pittura e decorazione** (39%). La manutenzione dell'auto, le attività in ambito idraulico e le ristrutturazioni domestiche sono, invece, le attività che circa **1 italiano su 3 preferisce affidare a professionisti**. A farlo maggiormente sono i giovani della Gen Z, mentre i Millennials risultano i più autonomi in tutti gli ambiti ad eccezione dell'elettrico, del giardinaggio e dell'orticoltura, in cui sono i Boomers ad emergere come i più esperti.

Spesa media e nuove soluzioni d'acquisto: il ruolo del Buy Now Pay Later

La spesa annuale degli italiani per il fai-da-te si attesta a quota **€1.046, in aumento di circa €100 rispetto allo scorso anno**. In media si spende di più soprattutto per la ristrutturazione e l'arredo di bagno e cucina, per la pittura e la tinteggiatura. Il 77% degli italiani ha acquistato almeno una volta i materiali per il bricolage presso **canali fisici**, come grandi catene specializzate o negozi specifici di ferramenta (opzione preferita soprattutto dai senior). Tuttavia, Millennials e Gen Z si affidano sempre di più agli **acquisti online** (ne ha fatto almeno uno il 43% degli intervistati), molto in voga anche tra chi si dichiara come un vero appassionato di bricolage (59%).

Tra le soluzioni per la dilazione di pagamento, il **Buy Now Pay Later** (BNPL) è particolarmente apprezzato dagli amanti del fai-da-te (il 78% lo ritiene utile), dai giovani e dai residenti nel Sud Italia. Grazie alla possibilità di rateizzare l'acquisto senza interessi, il BNPL supporta la capacità di spesa, rendendo più accessibili progetti di ristrutturazione e miglioramento della casa. Il 28% afferma infatti che **la disponibilità del BNPL in cassa o al check-out lo incentiverebbe alla spesa, anche per importi superiori**.

Compass: il settore cresce ma ora spazio all'innovazione anche con il Buy Now Pay Later

*“Negli ultimi anni, complice anche la necessità di risparmiare, si è registrato un boom del fai-da-te - ha commentato **Nicola de Cesare, Senior Director E-commerce & International Markets di HeyLight**. Dall'Osservatorio è emersa la fotografia di un settore in crescita ma con margini di innovazione. A partire dai servizi. Oltre metà delle famiglie vorrebbe servizi aggiuntivi dai rivenditori, come ad esempio la possibilità di provare gli attrezzi, ricevere consulenze video o di recarsi in un laboratorio dove poter avere aiuto e condividere la propria passione. Ulteriori spazi di crescita arrivano anche dall'e-commerce, che si conferma un canale sempre più strategico per i rivenditori del settore. Oltre ai servizi e all'online, è essenziale anche innovare sotto il profilo degli strumenti di pagamento come il Buy Now Pay Later. Con questa soluzione, gli appassionati non rinunciano ai propri progetti, e i retailer hanno a disposizione una nuova leva a supporto degli acquisti e dello scontrino medio.”*

Compass Banca

Compass Banca S.p.A. è la società di credito al consumo del Gruppo Mediobanca. Tra le prime società di credito al consumo operanti in Italia, ha sede direzionale in Milano, conta oggi 2,8 milioni di clienti attivi e oltre 15 miliardi di crediti in essere ed opera attraverso oltre 325 punti vendita a marchio proprietario presenti su tutto il territorio nazionale. La società può anche contare su oltre 500 accordi distributivi con banche, assicurazioni, reti agenziali, aziende di telecomunicazioni e della grande distribuzione specializzata; in più ha rapporti di affiliazione con oltre 58.000 esercizi commerciali.

Per ulteriori informazioni:

Media Relations Gruppo Mediobanca

Simona Rendo – Paola Bianco

simona.rendo@mediobanca.com - paola.bianco@mediobanca.com