

Bologna, 26 gennaio 2017

COMUNICATO STAMPA

Il reddito disponibile pro capite dell'Emilia Romagna cresce del 2,6%, più della media italiana (+2,4%), attestandosi su un valore di 22.251 euro per abitante.

La spesa complessiva delle famiglie per l'acquisto di beni durevoli è aumentata del 6,1%.

A contribuire a questo incremento è stato soprattutto il comparto mobilità che ha registrato un incremento dei consumi di auto nuove dell'11,7%, di auto usate del 4,5% e di motoveicoli del 15,8%. A livello provinciale la spesa per i beni durevoli ha evidenziato una maggiore dinamicità a Forlì-Cesena (+6,9%), Bologna e Modena (+6,7% entrambe) e Piacenza (+6,6%).

A Modena, nel 2016, la spesa media familiare per l'acquisto di beni durevoli è stata di 2.982 euro: solo nella provincia di Prato si è speso di più in Italia.

Questi sono i principali risultati della ventitreesima edizione dell'Osservatorio di Findomestic Banca sul consumo di beni durevoli in Emilia Romagna, presentato oggi a Bologna presso il Grand Hotel Majestic.

La spesa complessiva per i **beni durevoli** registrata in **Emilia-Romagna** è stata pari a **5.427 milioni di euro** (+6,1% rispetto all'anno precedente), su un totale nazionale pari a 59.295 milioni di euro.

I settori di spesa

- **Auto e moto** – Andamento positivo per il settore delle **auto nuove**, che registra un incremento importante dei consumi rispetto al 2015 dell'**11,7%**, seppur inferiore a quello medio nazionale (+14,1%), con la spesa complessiva che passa dai 1.642 milioni di euro del 2015 ai 1.833 milioni del 2016. Più contenuto l'incremento dei consumi registrato dal settore dell'**usato**: **+4,5%** rispetto al 2015, incremento allineato a quello medio nazionale (+4,4%) Trend molto positivo anche per il comparto **motoveicoli**, che dopo aver registrato un incremento della spesa delle famiglie del 4,9% nel 2015, segna un ottimo **+15,8%** (con la media italiana che si ferma a +13,3%).
- **Mobili** – Il settore dei **mobili** registra una crescita dei consumi dell'**1,8%**, con la spesa complessiva delle famiglie che aumenta rispetto allo scorso anno (1.193 milioni di euro) raggiungendo **1.214 milioni di euro**.
- **Elettrodomestici** – In crescita tutto il settore, con il comparto degli **elettrodomestici grandi e piccoli** che vede incrementare i consumi dal **+3,2%** del 2015 al **+4,0%** di quest'anno (tasso d'incremento superiore a quello medio nazionale che si attesta sul **+3,2%**). Ottima percentuale anche per l'**elettronica di consumo**, che inverte la tendenza dopo la flessione dei consumi del 5,4% evidenziata lo scorso anno, segnando un lieve aumento della spesa delle famiglie: **+0,6%**, con una spesa complessiva di **168 milioni di euro**.
- **Prodotti Informatici** – In rialzo i consumi anche per quanto riguarda il settore dell'**Information Technology** (**+1,6%**) che migliora il quadro negativo del 2015 (-1,4%) e supera la media nazionale, ferma a +0,7%.

Le province

Aumenta il **reddito disponibile pro capite** di tutte le province emiliane: il **capoluogo** vede aumentare il reddito dei propri abitanti da 24.648 euro dello scorso anno a **25.333 euro** attuali. Aumenta il reddito medio anche nelle province di **Forlì-**

Cesena (23.137 euro), Modena (22.345 euro), Parma (22.138 euro), Piacenza (21.583 euro), Ravenna (21.004 euro), Reggio Emilia (20.792 euro), Rimini (19.422 euro) e Ferrara (19.243 euro).

Complessivamente il dato della regione **Emilia-Romagna** mostra un incremento del **2,6%** nel **2016**, superiore a quello medio nazionale (+2,4%)

Tassi d'incremento positivi (seppur in attenuazione rispetto al 2015) in tutto il territorio per quanto riguarda il mercato dell'auto nuova. **Bologna** fa registrare una spesa complessiva di **441 milioni di euro (+11,3%)**, seguita da **Modena** con **311 milioni di euro (+13,8)** e **Reggio Emilia** con **215 milioni di euro (+10,6%)**. In testa nella classifica delle percentuali ci sono **Piacenza** con **+15,2%** e **Forlì-Cesena** con **+14,0%**.

Anche il comparto delle **auto usate** evidenzia un andamento positivo in tutte le province, anche se le percentuali di crescita sono più contenute rispetto al mercato del nuovo. Il tasso d'incremento più elevato si registra a **Rimini (+6,3%)**, seguita da **Forlì-Cesena (+5,9%)** e **Bologna (+5,4%)**: queste tre province si collocano sopra alla media nazionale, che si attesta a +4,4%. Chiudono la classifica **Reggio Emilia** con **+3,1%** e **Piacenza** con **+2,8%**.

Per quanto riguarda il settore dei **motoveicoli** **Bologna** fa registrare un aumento del **+23,8%** (nel 2015 lo stesso indicatore faceva segnare +4,4%), seguita da **Rimini** con **+18,5%**, **Piacenza** con **+17,1%** e **Modena** con **+16,3%**. Tassi d'incremento più bassi a **Reggio Emilia (+9,4%)** e **Ferrara (+4,1%)**.

In crescita i consumi di **mobili e arredamento** nella regione (+1,8%). La spesa delle famiglie a **Bologna** si attesta sui **287 milioni di euro (+2,3%)**, seguita da **Modena** con **196 milioni di euro (+1,1%)**, **Reggio Emilia (+1,8%)** e **Parma (+2,6%)**. Chiude **Piacenza** con **80 milioni di euro (+2,1%)**.

Quadro ottimo in tutte le province per quanto riguarda il comparto degli **elettrodomestici grandi e piccoli**. Su 9 province, 8 registrano un tasso d'incremento più alto della media nazionale (+3,2%) e **Rimini**, che mostra una crescita della spesa dell'**1,7%**, fa comunque meglio del 2015. **Modena** guida la classifica con una crescita della spesa per l'acquisto di mobili del **+4,7%**, seguita da **Ferrara** con **+4,4%**, **Ravenna** con **+4,3%**, **Bologna** con **+4,2%**, **Piacenza** e **Reggio Emilia** con **+4,1%**, **Parma** con **+3,9%** e **Forlì-Cesena** con **3,7%**.

In lieve ripresa il mercato dell'**elettronica**, con percentuali positive in tutte le province: **Modena** passa dal -6,0% del 2015 al **+1,0%**; **Piacenza** dal -3,3% al **+1,0%**; **Ferrara** dal -5,1% al **+0,7%**; **Ravenna** dal -4,5% al **+0,6%**; chiude **Forlì-Cesena** che passa dal -5,3% dell'anno scorso al **+0,1% del 2016**.

In crescita anche i consumi all'interno del settore dell'**Information Technology** in tutte le province. A **Bologna** la spesa per l'acquisto di PC e prodotti informatici cresce del **2,3%**, a **Ferrara** del **2,1%**, a **Modena** del **1,9%**, a **Parma** e **Reggio Emilia** dell'**1,6%**. Seguono con un tasso d'incremento del **1,1%** **Ravenna** e **Rimini**. Chiudono **Piacenza** e **Forlì-Cesena** rispettivamente con **+0,5%** e **+0,2%**.

Alcune tendenze generali che si riscontrano anche in Emilia Romagna: la sostenibilità, un valore sempre più discriminante e premiante.

Anche in questa Regione, come nel resto d'Italia i consumatori hanno giorno un atteggiamento molto selettivo ed esigente: ben sette su dieci sono disponibili a premiare le aziende che investono in sostenibilità, pagando di più i loro prodotti. Per contro, qualora un'azienda si dimostrasse evidentemente non sostenibile, sono disposti a boicottarla astenendosi dall'acquisto (nel 64% dei casi), oppure sconsigliandolo a parenti ed amici (nel 45%).

In effetti la qualità intesa in senso lato (61%) è oggi il valore guida degli italiani quando fanno acquisti davanti al prezzo (58%) e alle promozioni (40%), capovolgendo un paradigma che spesso vedeva il fattore economico come elemento discriminante; l'indagine rileva poi come ben l'87% degli intervistati sceglie marchi di fiducia, possibilmente italiani, meglio se con una buona reputazione.

Per il 53% degli intervistati il concetto di sostenibilità è intrinsecamente connesso alla variabile ambientale: l'attenzione alle risorse limitate è notevole, mentre la sostenibilità ormai non è più una dichiarazione, ma uno stile di vita sempre più diffuso (87%).

I settori considerati più virtuosi sono quelli alimentari, energetico e automobilistico, anche grazie alla ingente comunicazione di prodotto che è stata effettuata, facendo cardine sui temi della sostenibilità. Per quanto concerne il terziario, e più in particolare banche e assicurazioni, la sostenibilità viene misurata dalla vicinanza ai clienti che

attraversano momenti di difficoltà (40%), da una comunicazione chiara e trasparente (35%), dall'offerta di prodotti e servizi adeguati e non sovradimensionati (33%).

Sul versante aziendale gli investimenti in sostenibilità vertono principalmente sulla governance, sulla sostenibilità sociale ed ambientale. L'80% delle società intervistate dichiara che l'impegno nella sostenibilità si traduce in una migliore performance economica finanziaria nel medio/lungo periodo. Tuttavia la mancanza di ritorno immediato unita a quella di incentivi di mercato, sono elementi che rallentano lo sviluppo della sostenibilità all'interno delle aziende, secondo circa un'azienda su quattro tra quelle intervistate.

Per informazioni:

Marina Beccantini
Claudio Bardazzi

Ad Hoc Communication Advisors
Findomestic

tel. 02/7606741
tel. 055 2701895

Il presente comunicato, i precedenti e la versione integrale dell'Osservatorio sono disponibili sul sito www.findomestic.it oppure sul sito www.ahca.it