

Roma, 12 gennaio 2017

COMUNICATO STAMPA

Nel 2016 il reddito pro capite del Molise è tornato ad espandersi (+2,4%), attestandosi a 15.566 €. A trainare il settore dei beni durevoli è il comparto delle auto nuove (+20%), ma un ampio incremento coinvolge anche i motoveicoli (+23,2%); più modesto il contributo alla crescita offerto dai beni legati alla casa, caratterizzati da una maggiore dinamicità nell'information technology (+6,1%) e nell'elettronica di consumo (+2,7%).

Questi sono i principali risultati della ventitreesima edizione dell'Osservatorio di Findomestic Banca sul consumo di beni durevoli in Molise, presentato oggi a Roma presso l'Hotel Majestic.

Nel 2016 l'economia molisana ha registrato una crescita del +2,4% del reddito pro capite.

La dinamica di questa voce nel 2016 è stata più favorevole a **Campobasso**, provincia caratterizzata da un valore dell'indicatore pari a **15.657 di €** per abitante, contro i **15.330 di € di Isernia**.

Nel 2016 le famiglie molisane hanno speso **264 milioni** di € per **beni durevoli**; il dato è salito del +6,5% rispetto al 2015.

I settori di spesa

- **Auto e moto** – Nel 2016 sono cresciuti gli acquisti di **auto nuove** (+20,0%) ed usate (+4,4%). Il mercato dei **motoveicoli** ha subito una crescita rilevante (+23,2%). Per l'acquisto di **autovetture nuove** le famiglie molisane hanno speso **55 milioni** di €, per le **auto usate** ne sono stati spesi **81**, mentre per **moto e scooter** la spesa si è attestata a **4 milioni di €**.
- **Mobili** – In crescita l'acquisto di **mobili per la casa** (+2,0% rispetto al 2015). Nel 2016 la **spesa complessiva** è risultata pari a **77 milioni**.
- **Elettrodomestici** – Si registra una crescita nella spesa destinata agli **elettrodomestici grandi e piccoli** (+1,2% rispetto al 2015) per un controvalore di **23 milioni** di €. Per il mercato dell'**elettronica di consumo**, si ravvisa una crescita del +2,7%; un dato al di sopra della media nazionale dove i consumi sono cresciuti del +1,4%.
- **Prodotti Informatici** – Il settore **dell'informatica** in Molise registra una **crescita dei consumi** molto più incisiva rispetto al resto d'Italia (+6,1% rispetto al +0,7% del totale Italia), con un controvalore in termini di spesa pari a **10 milioni di €**.

Le province

La spesa per l'acquisto di **autovetture nuove** da parte delle famiglie residenti nella provincia di **Campobasso** è stata pari a **41 milioni di €** (+19,5%), mentre nella provincia di **Isernia** si registra un aumento del +21,2% per un controvalore di **14 milioni di €**. Per quanto riguarda la spesa destinata all'acquisto di **auto usate**, sono **58 i milioni di €** spesi dalle famiglie residenti in provincia di **Campobasso**, a fronte di **23 milioni di €** spesi nella provincia di **Isernia**. Rispetto al 2015, la spesa è aumentata del +5,5% nella provincia di Campobasso e del +1,7% nella provincia di Isernia. La spesa destinata ai **motoveicoli** è risultata pari a **3 milioni di €** per le famiglie di **Campobasso** (+28,7%) e **1 milione di €** per le famiglie di **Isernia** (+10,9%).

Nel comparto **mobili**, **Campobasso** ha registrato volumi di spesa per **55 milioni di € (+2,0% sul 2015)**, seguita da **Isernia con 22 milioni (+1,9% sul 2015)**.

Per quanto riguarda la spesa per gli **elettrodomestici grandi e piccoli**, a **Campobasso** si è ravvisata una spesa pari a **16 milioni di €**, mentre a **Isernia 6 milioni di €**; con uno scostamento rispetto all'anno precedente del +1,2%. Anche nel campo dell'**elettronica di consumo il trend è positivo** con una crescita del +2,8% a **Campobasso** e del +2,3% ad **Isernia**.

Il comparto **informatica** per le famiglie nel complesso in Molise ha fatto segnare una spesa pari a 10 milioni di €: più nel dettaglio, **7 milioni di € a Campobasso e 3 milioni di € a Isernia**. Il trend di spesa è stato in crescita in entrambe le province molisane con +6,0% ad Isernia e +6,2% a Campobasso.

Alcune tendenze generali che si riscontrano anche in Molise: 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