

Roma, 12 gennaio 2017

COMUNICATO STAMPA

**Il reddito pro capite in Puglia si attesta a 14.116 di euro con una crescita del +2,2% sull'anno precedente**

**Osservando la situazione provinciale, tutte le aree hanno registrato una crescita del +2,1/+2,2%.**

**Positivo il dato sulla spesa per i beni durevoli, che con +7,1% evidenzia una performance superiore alla media nazionale (+6,4%) e a quella del Mezzogiorno (+6,9%).**

**Boom della spesa per le auto nuove, che ha registrato un + 15,1%, insieme agli acquisti di motoveicoli, che sono saliti del +26,4%.**

---

Sono questi i principali risultati emersi oggi dalla presentazione della ventitreesima edizione dell'Osservatorio di Findomestic Banca sul consumo dei beni durevoli in Puglia, presentato oggi a Roma presso l'Hotel Majestic.

Il reddito disponibile per abitante continua la sua crescita e, dopo il +1,1% del 2015, registra un aumento del +2,2%. Sale di conseguenza la spesa complessiva per l'acquisto dei beni durevoli in Puglia nel 2016: +7,1% sul 2015, che equivale a 2.690 milioni di euro.

#### I settori di spesa

- **Auto e Moto** – Continua il trend positivo dell'anno scorso per gli acquisti nel settore auto. Per le auto nuove la crescita rispetto al 2015 è del +15,1%, con una spesa di 685 milioni di euro. Bene anche il mercato dell'usato che registra un +6,4% (con 870 milioni di euro di spesa) e molto bene la crescita dei motoveicoli, che si attesta sul +26,4% (più di 10 punti meglio dello scorso anno, +15,8%).
- **Mobili** – Riparte la spesa per i mobili, che aveva registrato una leggera flessione nel 2015: quest'anno c'è una crescita del +2,0%, per un ammontare complessivo di 601 milioni di euro.
- **Elettrodomestici** – La variazione più evidente si registra nell'elettronica di consumo, che migliora notevolmente la performance e passa dal -6,5% del 2015 al +3,9% del 2016, con una spesa di 149 milioni di euro. Più contenuta ma sempre in positivo la crescita del settore elettrodomestici grandi e piccoli, che registra un +2,0%, con una spesa di 237 milioni di euro.
- **Prodotti Informatici** – In grande ripresa anche il settore dei prodotti informatici, che registrano una crescita del +5,7%, rispetto al -8,5% del 2015. In termini di volumi di consumo complessivo, si traduce in una spesa di 108 milioni di euro.

#### Le province

A livello provinciale, il reddito pro capite è aumentato dappertutto in modo omogeneo, su una percentuale che varia tra il +2,2% (Bari, Lecce e Brindisi), e il +2,1% (Taranto e Foggia).

Nel 2016 in Puglia tutti i comparti legati alla mobilità hanno mostrato un buon andamento, a cominciare dal settore delle auto nuove. Meglio di tutti ha fatto Taranto, che registra una crescita del +23,0% (con una spesa di 301 milioni di euro), seguita da Bari con + 15,3% (156 milioni di euro) e Lecce con +13,9% (93 milioni di euro). Chiude Foggia che registra comunque un aumento del +10,7% (75 milioni di euro). In positivo anche il mercato dell'usato, che migliora leggermente le percentuali già buone del 2015: guida Brindisi (+10,4%), seguita da Taranto (+8,0%), Bari (+5,9%), Foggia (5,7%) e Lecce (4,9%).

Boom positivo per il panorama dei motoveicoli, che aumentano esponenzialmente le percentuali di vendita in quasi tutte le province pugliesi: Taranto passa da +3,5% del 2015 al +51,4% di quest'anno, Brindisi dal +11,3% al +29,0%, Bari dal +17,2 al +24%. Unica eccezione Foggia, che registra comunque un +16,5%.

Nel 2016 per l'acquisto di mobili le famiglie pugliesi hanno speso complessivamente **601 milioni di euro**, con i valori maggiori a **Bari (235 milioni di euro)** e **Lecce (119 milioni di euro)**. La crescita maggiore si registra a **Foggia (+2,4%)**, seguita da **Lecce (+2,3%)**, **Bari (+2,2%)**, **Brindisi (+1,4%)** e **Taranto (+0,8%)**.

I **227 milioni di euro** investiti per l'acquisto di elettrodomestici grandi e piccoli si concentrano in buona misura nella provincia di **Bari**, dove si registra una spesa complessiva di **95 milioni di euro**. Seguono, a distanza, **Lecce (47 milioni)**, **Foggia (38 milioni)** e **Taranto (33 milioni)**. Chiude **Brindisi**, con **23 milioni di euro**, tutti dati sostanzialmente in linea con l'anno precedente.

Riparte, dopo il calo dello scorso anno, il mercato dell'elettronica di consumo. Nel 2015 c'era stato un balzo indietro importante, con percentuali che in media erano sul -6,5%. Quest'anno il comparto riparte, a partire da **Foggia**, dove la crescita ha registrato un **+4,3%**, seguita da **Bari (+4,2%)** e **Brindisi (+3,9%)**. Chiude **Taranto** con una crescita di **+2,9%**.

Ottima performance anche del comparto informatica, che ha fatto segnare consumi complessivi per circa **108 milioni di euro**. **Foggia** fa registrare un **+6,3%**, seguita da **Brindisi con +6,1%**, **Lecce e Bari con +6,0%** e **Taranto +3,2%**.

### **Alcune tendenze generali che si riscontrano anche in Puglia: 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](http://www.findomestic.it) oppure sul sito [www.ahca.it](http://www.ahca.it)*