

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 oppure sul sito www.ahca.it