

Torino, 17 gennaio 2017

COMUNICATO STAMPA

Nel 2016 il reddito disponibile pro capite per abitante della Valle d'Aosta si conferma ai primi posti nella graduatoria nazionale, con un valore pari a 20.996 euro; il suo andamento (+1,2%) è tuttavia inferiore ad ogni altra regione italiana.

La spesa complessiva per i beni durevoli si attesta intorno ai 165 milioni di euro, una crescita superiore ad ogni altra regione con un incremento del +8,0%.

I mercati sono trainati dal comparto mobilità: +17,1 % per le auto nuove e un importante +59,7% per i motoveicoli. Grande dinamicità anche per gli elettrodomestici, che registrano un +5,9%, mentre la media italiana si attesta sul +3,2%.

Questi sono i principali dati emersi dalla ventitreesima edizione dell'Osservatorio di Findomestic Banca sul consumo di beni durevoli in Valle d'Aosta, presentato oggi a Torino presso l'Hotel Principi di Piemonte.

In termini di reddito pro capite, la Valle d'Aosta resta una delle regioni più ricche d'Italia, con 20.996 euro (la media italiana si attesta sui 18.658 euro).

Cresce la spesa per i beni durevoli complessiva, 165 milioni di euro rispetto ai 152 del 2015 (+8,0%), su un totale di 59.295 milioni di euro di totale italiano: è la crescita più alta in tutto il Paese.

I settori di spesa

- **Auto e moto** – Il comparto continua un'ottima resa dopo l'aumento del +11,7% del 2015 e quest'anno registra un aumento del +17,1% per le **auto nuove** (volume di vendite pari a **50 milioni di euro**), un aumento del +59,7% per i motoveicoli (**5 milioni** la spesa totale) e del +4,0% per le **auto usate** (**57 milioni** di spesa complessiva).
- **Mobili** – Si evidenzia una leggera crescita il comparto dei **mobili** (+1,5%), per i quali gli abitanti della Valle d'Aosta hanno speso complessivamente **25 milioni di euro**.
- **Elettrodomestici grandi e piccoli** – Il mercato degli **elettrodomestici** registra un ottimo andamento con un +5,9% che è ben sopra la media italiana (ferma a +3,2%). Le famiglie valdostane hanno speso **16 milioni di euro** in totale per quanto riguarda questo comparto.
- **Elettronica di consumo** – Buona anche la performance dell'**elettronica di consumo**, che recupera rispetto al -6,5% del 2015 e fa registrare un incremento positivo di +0,8%, con una spesa totale di **7 milioni di euro** per il 2016.
- **Prodotti Informatici** – Unico risultato negativo per il **comparto dell'informatica**, che continua la flessione degli ultimi anni (-4,8% nel 2015) e registra un calo del -5,3% con una spesa di **6 milioni di euro**.

Alcune tendenze generali che si riscontrano anche in Valle D'Aosta: la sostenibilità, un valore sempre più discriminante e premiante.

Anche in questa Regione, come nel resto d'Italia i consumatori hanno 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