

Firenze, 07 febbraio 2017

COMUNICATO STAMPA

**Nel 2016 il reddito medio pro capite in Toscana (+2,4% in valore) si è attestato a 20.512 euro, un dato superiore alla media nazionale che è stata pari a 18.658 euro (+2,4%).**

**Firenze è caratterizzata dal reddito pro capite più elevato (23.579 euro), le uniche due province che registrano un dato inferiore alla media italiana sono Arezzo (18.323 euro) e Massa Carrara (17.359 euro).**

**La spesa complessiva delle famiglie per l'acquisto di beni durevoli ha presentato un andamento positivo (+6,3%), appena sotto il dato nazionale (+6,4%).**

**La spinta maggiore arriva dal comparto della mobilità, con registra un incremento della spesa delle famiglie sia nel settore delle auto nuove (+12,2%) sia in quello dell'usato (+5,3%).**

**Prato, quarta per reddito medio pro capite, registra l'incremento più marcato dei consumi di beni durevoli (+7,9%) grazie alla migliore performance nel settore auto nuova (+15,9% in valore) mentre Firenze guida le classifiche nei segmenti mobile (+2,9%), IT (+1,2%) e Tv (+0,1%)**

---

Questi sono i principali risultati della ventitreesima edizione dell'**Osservatorio di Findomestic Banca** sul consumo di beni durevoli in Toscana, presentato oggi a Firenze presso la sede di Findomestic Banca.

Nel 2016 in Toscana il **reddito disponibile pro capite** è aumentato del **2,4%**, attestandosi a **20.512 euro**, un valore che è superiore rispetto ai 18.658 euro della media italiana. La spesa complessiva per i **beni durevoli** è stata pari a **4.430 mn di euro (+6,3%** rispetto all'anno precedente), su un totale nazionale pari a 59.295 mn di euro (+2,4%).

### I settori di spesa

- **Auto e moto** – Andamento positivo per il settore delle **auto nuove**, che mostra un incremento dei consumi del **+12,2%** rispetto al 2015, con la spesa complessiva che passa dai 1.446 mn di euro del 2015 ai **1.622 mn di euro** del 2016. Buona performance per il comparto delle **auto usate**, che si attesta su un **+5,3%** (un dato più elevato della media nazionale, che è del +4,4%), raggiungendo i **1.066 mn di euro**. Buono anche il tasso di crescita nel segmento dei **motoveicoli**, che registra un **+8,6%** (per **126 mn di euro**).
- **Mobili** – Il settore dei **mobili** segna un incremento dei consumi delle famiglie dell'**1,9%** che, con una spesa complessiva di **984 mn di euro**, risulta in aumento rispetto al 2015 (966 mn di euro).
- **Elettrodomestici** – Il comparto degli **elettrodomestici grandi e piccoli** mostra una crescita più contenuta, ma comunque positiva (+1,0%) per **303 mn di euro**. Il settore dell'**elettronica di consumo** evidenzia una lieve contrazione del segmento (**-0,3%**) comunque più contenuta rispetto alla grave flessione registrata lo scorso anno (-6,1%). Per quanto riguarda il valore di spesa il dato si attesta su **176 mn di euro**.
- **Information Technology** – Andamento in linea con la media italiana per il mercato dell'**IT**, con una crescita dello **0,7%** e una spesa complessiva di **154 mn di euro**.

## Le province

Aumenta il **reddito disponibile pro capite** di tutte le province toscane. Il **capoluogo** è in testa alla classifica in valore con **23.579 euro (+2,4%)**, seguito da **Siena con 21.672 euro (+2,4%)**, **Lucca con 20.147 euro (+2,6%)**, **Prato con 19.907 euro (+2,3%)**, **Pistoia con 19.488 euro (+2,4%)**, **Livorno con 19.295 euro (+2,6%)**, **Pisa con 18.981 (+2,0%)**, **Grosseto con 18.765 euro (+2,4%)**. Chiudono **Arezzo con 18.323 euro (+2,2%)** e **Massa Carrara con 17.359 euro (+2,4%)**.

Buone le percentuali in tutto il territorio per quanto riguarda il mercato delle **auto nuove**, seppur in attenuazione rispetto al 2015. **Firenze** registra una spesa complessiva di **412 mn di euro (+13,3%)**, seguita da **Pisa con 211 mn (+13,2%)**, **Lucca con 193 mn (+13,1%)** e **Livorno con 140 mn (+10,8%)**. Chiudono la classifica **Massa Carrara con 82 mn (+11,6%)** e **Grosseto con 66 mn (+9,8%)**.

Quadro positivo anche per il mercato delle **auto usate**, con cinque province che arrivano a superare la media nazionale (+4,4%) in termini di consumi: **Livorno** segna un **+8,4%** (per **91 mn di euro**), seguita da **Prato con +7,1%** (per **71 mn di euro**), **Pistoia con +6,4%** (per **83 mn di euro**), **Grosseto con +6,0%** (per **68 mn di euro**) e **Siena con +5,7%** (per **91 mn di euro**). Dati comunque positivi anche per **Massa Carrara (+3,4%**, per **44 mn di euro**) e **Arezzo (+3,0%**, per **98 mn di euro**).

A livello provinciale il comparto dei **motoveicoli** evidenzia un andamento altalenante. Crescono infatti **Pistoia** (dal +8,1% del 2015 al **+24,6%** del 2016), **Lucca** (dal +12,9% al **+15,0%**) e **Arezzo** (dal +12,4% al **+13,8%**). **Grosseto** (dal +20,7% al **+5,3%**), **Prato** (dal +24,5% al **+4,9%**), **Massa Carrara** (dal +20,8% al **+0,3%**) mostrano un incremento più contenuto rispetto ai dati del 2015. **Pisa** è l'unica provincia in controtendenza poiché registra una flessione dello **0,5%**.

Nel settore dei **mobili**, per quanto riguarda la spesa complessiva, al primo posto troviamo **Firenze con 269 mn di euro (+2,9%)**, seguita da **Pisa con 112 mn di euro (+1,1%)** e **Lucca con 105 mn di euro (+2,4%)**. Chiudono **Grosseto con 58 mn di euro (+1,3%)** e **Massa Carrara con 53 mn di euro (+1,7%)**.

Crescita contenuta per il comparto degli **elettrodomestici grandi e piccoli**: **Massa Carrara** segna un aumento dei consumi del **+1,8%**, seguita da **Livorno con +1,4%**, **Firenze con +1,1%** e **Pistoia con +1,0%**. Le province che hanno evidenziato l'incremento minore sono **Grosseto (+0,6%)** e **Prato (+0,4%)**.

Il mercato dell'**elettronica di consumo** è in lieve ripresa rispetto al trend negativo del 2015. **Firenze** passa dal -6,3% al **+0,1%**, **Livorno** dal -6,3% al **-0,0%**, **Massa Carrara** dal -5,1% al **-0,2%**. Chiudono la classifica **Siena** (dal -3,3% al **-0,7%**) e **Prato** (dal -5,4% al **-0,8%**).

Il settore dell'**Information Technology** mostra un andamento costante rispetto ai dati evidenziati nel 2015 per quanto riguarda i volumi di spesa. Prima **Firenze** con un controvalore di **45 mn di euro (+1,2%)**, seguita da **Pisa con 17 mn di euro (+0,5)**, **Lucca con 15 mn di euro (+0,7%)**, **Livorno con 14 mn di euro (+1,0%)**, **Arezzo con 13 mn di euro (+0,4%)**, **Pistoia con 12 mn di euro (0,5%)**, **Siena e Prato con 11 mn di euro** (rispettivamente **+0,7%** e **+0,4%**), **Grosseto con 9 mn di euro (+0,4%)** e **Massa Carrara con 7 mn di euro (-1,4%)**.

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