

Firenze, 07 febbraio 2017

COMUNICATO STAMPA

Nel 2016 il reddito medio pro capite in Umbria si è attestato a 18.968 euro (+2,5% in valore).

La spesa per i beni durevoli ha presentato un buon andamento, aumentando del 6,8%, un dato superiore alla media nazionale che è stata pari a +6,4%.

Il comparto della mobilità traina la crescita dei consumi, registrando un incremento del 16,5% del mercato delle auto nuove, del 4,5% di quelle usate e del 5,5% dei motoveicoli.

Perugia evidenzia buone percentuali di incremento nel segmento dei mobili (+1,9%) ed è in testa a quasi tutte le classifiche di spesa,

Terni invece è al primo posto nel settore delle auto usate (+4,7%).

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

Nel 2016 in Umbria il **reddito disponibile pro capite** è aumentato del **2,5%**, attestandosi a **18.968 euro**, un valore di poco superiore rispetto ai 18.658 euro della media nazionale, che è cresciuta di 2,4 punti percentuali. La spesa complessiva per l'acquisto **dei beni durevoli** è pari a **1.015 mn di euro**, con un tasso di crescita del **+6,8%**, un dato che supera la media nazionale (+6,4%).

I settori di spesa

- **Auto e moto** – Trend positivo per il comparto della mobilità. Le **auto nuove** registrano un aumento dei consumi del **16,5%** con una spesa complessiva di **334 mn di euro**. Per quanto riguarda il settore delle **auto usate** si evidenzia una crescita del **4,5%**, per **287 mn di euro**. Buono l'incremento anche nel segmento dei **motoveicoli**, che passa dal +0,5% del 2015 al **+5,5%** nel 2016 (per un controvalore di **15 mn di euro**).
- **Mobili** – Il settore dei mobili ha registrato una crescita dei consumi delle famiglie dell'**1,6%**, per una spesa totale di **253 mn di euro**.
- **Elettrodomestici** – Per quanto riguarda l'acquisto degli **elettrodomestici grandi e piccoli** si evidenzia un leggero incremento degli acquisti, pari allo **0,5%** (per **61 mn di euro**). Il comparto dell'**elettronica di consumo** è in lieve ripresa rispetto al trend negativo del 2015 (passa dal -5,9% al **-0,5%**), per una spesa complessiva pari a **33 mn di euro**.
- **Information Technology** – Questo comparto mostra una crescita contenuta, invertendo i dati in flessione del 2015 (-1,1%) e raggiungendo un **+0,1%**, per un controvalore di **31 mn di euro**.

Le province

Nel 2016 i dati relativi al **reddito disponibile pro capite** delle province umbre si mostrano positivi: **Perugia** si attesta a **19.560 euro (+2,5%)**, mentre **Terni** si assesta a **17.252 euro (+2,5%)**.

Buona performance per il segmento delle **auto nuove**. In entrambe le province i consumi superano la media italiana (+14,1%): **Perugia** primeggia con un tasso di crescita del **16,7%** (per **262 mn di euro**), seguita da **Terni** con un **+15,7%** (per **72 mn di euro**).

Anche il **mercato dell'usato** mostra dati positivi: **Terni** si attesta al **+4,7%** (per un controvalore di **68 mn di euro**), mentre il **capoluogo** segna un aumento di **4,4 punti percentuali** (con una spesa pari a **220 mn di euro**).

Nel comparto dei **motoveicoli** si registra un andamento positivo, in aumento rispetto ai dati del 2015: **Perugia** passa dal +1,0% al **+6,6%** (per **11 mn di euro**), mentre **Terni** dal -0,6% al **+3,0%** (per **4 mn di euro**).

Lieve incremento per il segmento dei **mobili** nella città di **Terni**, dove la spesa raggiunge i 62 mn di euro (**+0,7%**), mentre a **Perugia** i dati raggiungono un totale di **191 mn di euro (+1,9%)**.

Il settore degli **elettrodomestici grandi e piccoli** evidenzia un aumento dei consumi contenuto in entrambe le province: **Perugia** registra un tasso di crescita del **+0,5%** (per un totale di **45 mn di euro**), seguita da **Terni** con **+0,4%** (per **15 mn di euro**). Il mercato dell'**elettronica di consumo** è in lieve ripresa rispetto al trend negativo del 2015. In particolare il capoluogo di Regione passa dal -5,4% al **-0,5%** in termini di tasso di crescita dei consumi, mentre **Terni** spazia dal -7,3% al **-0,6%**.

Si segnala un andamento altalenante per entrambe le province umbre nel segmento dell'**Information Technology**: **Perugia** primeggia con un aumento dei consumi del **+0,2%** rispetto al 2015 (per **24 mn di euro di spesa**), mentre **Terni** registra una flessione dello **0,3%** (per un controvalore di **8 mn di euro**).

Alcune tendenze generali che si riscontrano anche in Umbria: 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