

Padova, 02 febbraio 2017

COMUNICATO STAMPA

Nel 2016 il reddito medio pro capite in Veneto (+2,6% in valore) si è attestato a 19.926 euro, con una media nazionale che è stata pari a 18.658 euro (+2,4%).

Belluno è caratterizzata dal reddito pro capite più elevato (21.079 euro), l'unica provincia che registra un dato inferiore alla media nazionale è Rovigo con 17.770 euro.

Nel 2016 la spesa per i beni durevoli ha presentato un buon andamento, aumentando del 6,6%, un dato superiore sia al +6,4% dell'Italia che al +6,2% del Nord-Est. Il comparto della mobilità ha fornito il contributo maggiore alla crescita dei consumi dei beni durevoli, registrando un incremento del 13,6% nelle auto nuove, del 5,2% in quelle usate e del 12,7% nei motoveicoli.

A livello provinciale sono Rovigo (+7,1%), Vicenza (+7,0%) e Venezia (+6,7%) le aree caratterizzate dalla dinamica più vivace della spesa dei beni durevoli.

Padova guida la classifica nel settore dei mobili con una spesa di 243 mn di euro (+1,0%).

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

Nel 2016 in Veneto il **reddito disponibile pro capite** è aumentato del **2,6%**, attestandosi a **19.926 euro**, un valore che è 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** si è attestata a **5.633 mn di euro (+6,6%** rispetto al 2015), un dato che supera la media nazionale (+6,4%).

I settori di spesa

- **Auto e moto** – Il comparto della **mobilità** svolge un ruolo trainante per i consumi. Le **auto nuove** guadagnano **13,6% punti percentuali**, con i volumi di spesa pari a **1.864 mn di euro** (nel 2015 erano 1.641 mn di euro). Per quanto riguarda le **auto usate**, si registra una crescita del **+5,2%** del comparto, con volumi di spesa pari a **1.573 mn di euro**. Il settore dei **motoveicoli** mostra un incremento di **+12,7 punti percentuali**.
- **Mobili** – Il settore dei **mobili** ha registrato una crescita dei consumi delle famiglie dell'**1,3%**, per una spesa totale di **1.287 mn di euro**.
- **Elettrodomestici** – Per quanto riguarda l'acquisto degli **elettrodomestici grandi e piccoli** si evidenzia un incremento degli acquisti pari al **3,8%** (un tasso di crescita superiore a quello medio nazionale, che è stato del 3,2%). Il segmento dell'**elettronica di consumo** inverte la tendenza negativa dello scorso anno (-3,3%) e segna un aumento dello **0,6%**, con una spesa complessiva di **180 mn di euro**.
- **Information Technology** – Crescono i dati relativi ai consumi anche nel comparto dell'**Information Technology**, che registra un incremento dello **0,5%**, migliorando la performance del 2015 (-1,2%). La spesa complessiva si attesta a **201 mn di euro**.

Le province

Nel 2016 aumenta il **reddito disponibile pro capite** di tutte le province venete: guida la classifica **Belluno (+3,1%** per un controvalore di **21.079 euro**), seguita da **Venezia (+3,0%** con un reddito pro capite di **19.933 euro**), quindi a pari merito **Rovigo e Padova** che registrano aumenti di **2,9 punti percentuali** (rispettivamente per **17.770 euro e 20.542 euro di redditi pro capite**), **Vicenza (+2,4%** con **20.033 euro**). Chiudono la classifica a pari merito **Verona e Treviso** con **2,3 punti percentuali** di incremento e redditi pro capite di **19.978 euro e 19.428 euro**.

Quadro positivo in tutte le province per quanto riguarda il mercato delle **auto nuove**: è **Verona** a guidare la classifica dei volumi di spesa con **385 mn di euro (+12,4%)**, in seconda posizione c'è **Padova** con **382 mn di euro (+12,5%)**, quindi a seguire **Treviso** con **328 mn di euro (+11,9%)**, **Vicenza** con **317 mn di euro (+16,4%)**, **Venezia** con **284 mn di euro**

(+14,6%) e **Rovigo** con **93 mn di euro (+16,8%)**. Chiude la classifica **Belluno**, che registra una crescita del **13,8%**, con una spesa di **76 mn di euro**.

Per quanto riguarda le **auto usate**, quasi tutte le province registrano una crescita in termini di consumi superiore a quella della media italiana (+4,4%): **Venezia** segna un incremento del **6,1%**, seguita da **Treviso (+6,0%)**, **Padova (+5,8%)**, **Verona (+4,7%)** e **Vicenza (+4,6%)**. Chiudono con valori inferiori, ma comunque positivi, **Rovigo (+3,9%)** e **Belluno (+3,0%)**.

Il comparto dei **motoveicoli** è caratterizzato da un andamento positivo in tutte le province: in particolare, **Vicenza (+20,0%)**, **Belluno (+18,5%)** e **Padova (+14,7)** registrano tassi di crescita superiori alla media nazionale (+13,3%). In ultima posizione **Rovigo** con un incremento di **+4,5 punti percentuali**.

Nel settore dei **mobili**, **Padova** è in testa alla classifica per quanto riguarda i volumi di spesa (**243 mn di euro, +1,0%**), seguita da **Vicenza (236 mn di euro, +0,9%)** e **Verona (234 mn di euro, +1,9%)**. Chiudono **Rovigo (60 mn di euro, +1,4%)** e **Belluno (56 mn di euro, +0,5%)**.

Buona performance per il settore degli **elettrodomestici grandi e piccoli**: cinque delle sette province del Veneto registrano tassi di crescita superiori alla media italiana (+3,2%). Al primo posto troviamo **Verona**, con un incremento di **+4,6 punti percentuali**, seguita da **Treviso, Venezia e Padova** a pari merito con un incremento di **+3,7 punti percentuali**. Sopra la media nazionale anche **Vicenza** con una crescita del **+3,5%**, mentre **Belluno** e **Rovigo** si fermano rispettivamente a **+3,1%** e **+2,8%**.

Inversione di tendenza nel comparto dell'**elettronica di consumo**. Nel 2015 i valori di crescita erano negativi in tutte le province, nel 2016 invece i dati sono tornati positivi in tutto il territorio: **Treviso +1,3% (33 mn di euro di spesa)**, **Venezia +1,0% (32 mn di euro)**, **Verona +0,5% (33 mn di euro)**, **Rovigo +0,3% (8 mn di euro)**, **Vicenza +0,2% (32 mn di euro)** e **Padova +0,1% (34 mn di euro)**. **Belluno** rimane stabile con **8 mn di euro**.

Il comparto dei **prodotti informatici** mostra un andamento altalenante. Si registrano infatti tassi di crescita positivi nei consumi per le province di **Venezia (+1,6% per 37 mn di euro di spesa)**, **Treviso (+1,4% per 37 mn di euro)**, **Padova (+0,7% per 38 mn di euro)** e **Vicenza (+0,6% per 35 mn di euro)**. Si evidenzia invece una lieve contrazione nelle province di **Rovigo (-0,2% per 9 mn)**, **Belluno (-0,5% per 9 mn)** e **Verona (-1,4% per 35 mn)**.

Alcune tendenze generali che si riscontrano anche in Veneto: 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