

Roma, 12 gennaio 2017

COMUNICATO STAMPA

**Nel 2016 il reddito disponibile pro capite ha evidenziato un incremento dell'1,9%.**

**La spesa delle famiglie per i beni durevoli è cresciuta, invece, del 5,5%**

**Incremento boom dei consumi di moto (+20,9%), anche se il settore delle due ruote contribuisce in maniera limitata alla crescita complessiva della spesa.**

**Nel comparto dei beni legati alla casa, gli acquisti di mobili hanno registrato un aumento del 2,5%, tra i più ampi dell'intero panorama delle regioni italiane; bene l'information technology (+5,6%) e l'elettronica di consumo (+3,5%) mentre più contenuto è stato l'incremento registrato dagli elettrodomestici (1,2%)**

---

Questi sono i principali risultati della ventitreesima edizione dell'**Osservatorio di Findomestic Banca** sul consumo di beni durevoli in Basilicata, presentato oggi a Roma presso l'Hotel Majestic.

Gli acquisti dei **beni durevoli** crescono in entrambe le province: **Potenza (+5,4%) e Matera (+5,8%)**.

La spesa complessiva per i beni durevoli registrata nel 2016 è stata pari a **400 milioni di euro (+5,5%** rispetto all'anno precedente), su un totale nazionale pari a 59.295 milioni di euro.

#### **I settori di spesa**

- **Auto e moto** – Trend positivo per il settore delle auto e delle moto, seppure con un rallentamento rispetto al boom del 2015. Il mercato degli **autoveicoli nuovi** si attesta su un **+11,3%** rispetto al precedente **+49,8%**, mentre il segmento dell'**usato** registra un **+4,3%**. Nettamente in crescita il comparto dei **motoveicoli**, che segna un **+20,9%** rispetto al **+11,9%** del 2015. Si segnala un aumento anche della spesa delle auto nuove (106 milioni di euro); delle auto usate (114 milioni di euro) e delle moto (5 milioni di euro).
- **Mobili** – Ottima crescita il settore dei mobili, con un aumento del **+2,5%** - tra i più ampi dell'intero panorama delle regioni italiane – rispetto al **+2,1%** del 2015.
- **Elettrodomestici** – In crescita il segmento degli **elettrodomestici grandi e piccoli** che registrano il **+1,2%** rispetto al 2015, la cui spesa si attesta a 34 milioni di euro. Trend positivo per l'**elettronica di consumo**, che si incrementa del **+3,5%** (in netta ripresa dopo il **-5,8%** del 2015).
- **Prodotti Informatici** – Bene anche il settore dell'**information technology** che segna **+5,6%** rispetto al **-7,1%** del 2015, per un totale di vendite pari a 15 milioni di euro.

#### **Le province**

Il **reddito disponibile pro capite** è cresciuto in entrambe le province di **Potenza e Matera**. Il capoluogo passa dal **+1,3%** del 2015 a **+2,0%**, raggiungendo una quota di 14,111 euro. Trend positivo anche per **Matera** che vede aumentare il reddito pro capite dal **+1%** al **+1,6%** con un ammontare di 12,814 euro.

Il dato regionale complessivamente mostra un **incremento che in media si attesta sul 1,9%** (rispetto al +1,2% del 2015).

Il settore **auto nuove** continua il trend positivo, nonostante un rallentamento rispetto alla grande crescita del 2015 (+49,8%), con un **+11,3%** che traina i consumi. **Potenza** registra un **+10,4%** (per **73 milioni di euro**) rispetto al +58,4% dello scorso anno, mentre **Matera** si attesta al **+13,4%** con un controvalore in termini di spesa di **34 milioni di euro**. Aumenta anche la spesa prevista dalle famiglie di Potenza, che passa dai 429 euro del 2015 ai 473 euro del 2016. A **Matera** la somma destinata per famiglia cresce dai 380 euro dello scorso anno ai 429 euro.

Trend positivo anche per il mercato delle **auto usate** in entrambe le provincie. **Potenza** continua a registrare una percentuale più alta di **Matera** con un **+4,6%** (**78 milioni** di euro di spesa) in confronto al **+3,8%** (**36 milioni** di euro) della città dei sassi. Il mercato delle moto cresce nettamente: i consumi passano a **Potenza** dal +15,7% al **+23,3%** in un anno, mentre a **Matera** addirittura dal +6,0% al **+16,7%**. La spesa complessiva si attesta a **3 milioni** di euro nel capoluogo e a **2 milioni** di euro a **Matera**.

Per quanto riguarda gli **elettrodomestici grandi e piccoli**, si registra un leggero miglioramento rispetto al 2015. **Potenza** cresce di **+0,9%**, mentre **Matera** guadagna **+1,6%**. Relativamente ai consumi, **Potenza** si attesta a **22 milioni di euro**, mentre **Matera** si ferma a **12 milioni di euro**. L'**elettronica di consumo**, contrariamente a quanto evidenziato nel 2015, è caratterizzata da un trend positivo che vede a **Potenza** un incremento del **+3,2%** con un controvalore in termini di spesa che si attesta a **13 milioni di euro**. A **Matera**, invece, la spesa si ferma a **8 milioni di euro (+4,1%)**.

In crescita anche il comparto dei **mobili** in entrambe le città. **Potenza** registra un incremento del **+2,4%** per **67 milioni di euro**, mentre **Matera** con un **+2,5%** ha una spesa pari a **37 milioni di euro**.

In risalita il settore dell'informatica dopo il calo del 2015: **Potenza** sale al **+5,3%** rispetto al -7,7% dello scorso anno e anche **Matera** vede risalire i consumi del segmento IT da -6,0% a **+6,2%** del 2016.

### **Alcune tendenze generali che si riscontrano anche in Basilicata: 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.

