

Padova, 02 febbraio 2017

COMUNICATO STAMPA

Nel 2016 in Friuli Venezia Giulia il reddito disponibile per abitante è stato caratterizzato da un incremento del 2,8%; un dato superiore alla media nazionale che è del 2,4%.

La spesa per i beni durevoli è cresciuta del 6,2%, in linea con la media del Nord-Est.

Il comparto della mobilità ha contribuito in modo decisivo a quest'incremento:

il segmento dell'usato (+4,7%) e quello dei motoveicoli (+13,8%)

hanno inoltre mostrato performance migliori della media nazionale.

L'auto nuova è cresciuta del 13,6%: poco meno della media del Paese.

Al di sopra di quest'ultima si è invece collocata

la spesa per gli elettrodomestici (+3,3%) e l'Information Technology (+1,4%).

A livello provinciale, Trieste (+7,5%) e Gorizia (+7,2%) sono le città che hanno registrato una maggior crescita in termini di spesa per i beni durevoli.

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

La spesa complessiva per i **beni durevoli** registrata in **Friuli Venezia Giulia** è stata pari a **1.361 mln di euro (+6,2%** rispetto all'anno precedente), su un totale nazionale pari a **59.295 mln di euro (+6,4%)**.

I settori di spesa

- **Auto e moto** – Andamento positivo per il settore delle **auto nuove**, che registra un incremento importante dei consumi rispetto al 2015 pari al **13,6%**, un dato tuttavia di poco inferiore a quello medio nazionale (+14,1%), con la spesa complessiva che passa dai **358 mln di euro del 2015 ai 407 mln di euro del 2016**. Più contenuto l'incremento dei consumi registrato dal settore **dell'usato: +4,7%**, una crescita però superiore a quella media nazionale (+4,4%). Trend molto positivo anche per il comparto dei **motoveicoli**, che segna un buon incremento del **13,8%** per un controvalore in termini di spesa pari a **28 mln di euro**.
- **Mobili** – Il settore dei **mobili** registra una crescita dei consumi dell'**1,4%**, con la spesa complessiva che si attesta a **334 mln di euro**.
- **Elettrodomestici** – È in crescita tutto il settore, con il comparto degli **elettrodomestici grandi e piccoli** che vede incrementare i consumi del **3,3%** (un valore in linea con quello medio nazionale che si attesta a +3,2%). Il segmento dell'**elettronica di consumo** inverte la tendenza dopo la flessione dei consumi del -3,9% evidenziata lo scorso anno, segnando un lieve aumento dello **0,1%**, con una spesa complessiva di **42 mln di euro**.
- **Prodotti Informatici** – In rialzo i consumi anche per quanto riguarda il settore dell'**Information Technology (+1,4%)** che migliora il quadro negativo del 2015 (-0,4%) e supera la media nazionale ferma a +0,7%. La spesa complessiva si attesta a **49 mln di euro**.

Le province

Aumenta il **reddito disponibile pro capite** di tutte le province friulane: il **capoluogo (+3,3%)** vede un incremento di questa variabile che passa dai 22.935 euro dello scorso anno ai **23.697 euro** attuali. Cresce il reddito medio anche nelle province di **Udine (3,2%** per un controvalore di **20.448 euro**), **Gorizia (+2,6%** per una cifra di **18.880 euro**) e **Pordenone (+2,0%** con **19.328 euro**).

Andamento positivo per il settore delle **auto nuove**. Il mercato della mobilità è protagonista di una crescita brillante in tutte le province: **Trieste (+19,2%)**, **Gorizia (+15,1%)**, **Pordenone (+12,6%)** e **Udine (+11,6%)**.

La spesa delle famiglie nel capoluogo si attesta su 638 euro, a Udine su 730 euro, a Pordenone su 797 euro e infine a Gorizia su 690 euro.

Nel segmento delle **auto usate** si registra complessivamente una buona crescita dei consumi (+4,7%). **Gorizia** segna una crescita del **+5,7%** (per un controvalore in termini di spesa di **42 mln di euro**); seguono **Udine (+4,9%** con **186 mln di euro**), **Pordenone (+4,7%** con **100 mln di euro**) e **Trieste (+3,8%** con **75 mln di euro**).

Buona performance anche per gli acquisti dei **motoveicoli**: **Gorizia** è in testa alla classifica con un incremento del **16,6%**, segue **Udine** che registra un **+14,3%** mentre **Trieste** si attesta al **+5,8%**. Chiude **Pordenone** con una crescita pari al **+2,8%**.

Valori positivi per il comparto dei **mobili** che vede aumentare i consumi in particolare nel **capoluogo (+2,4% per 66 mln di euro)**. Buone performance anche per le altre province del territorio: **Gorizia (+2,3%)**, **Pordenone (+1,2%)** e **Udine (+0,8%)**. In termini di spesa, **Udine** è in testa alla classifica con **149 mln di euro**.

In linea con il trend positivo nazionale (+3,2%) crescono anche i valori relativi ai beni del comparto degli **elettrodomestici grandi e piccoli** in tutta la regione del Friuli Venezia Giulia (**3,3%**). **Trieste e Pordenone** raggiungono la percentuale del **3,6%**, con una spesa complessiva di rispettivamente **19 mln di euro** e **24 mln di euro**. Seguono **Gorizia (3,5%)** e **Udine (3,0%)**, per un controvalore in termini di spesa pari a **11 mln di euro** e **43 mln di euro**.

Si registra una crescita contenuta nel segmento dell'**elettronica di consumo**: **Pordenone (+0,3%)**, **Gorizia (+0,2%)**, **Trieste (+0,2%)**. Resta stabile, invece, **Udine**.

Inversione di tendenza nel comparto dell'**Information Technology**: nel 2015 si erano verificate pesanti contrazioni, nel 2016 invece i dati sono positivi per l'intero territorio (+1,4% - un dato superiore alla media italiana che è del +0,7%). **Trieste** registra un incremento del **+1,9%** (**per 9 mln di euro**), **Gorizia** cresce di **1,5 punti percentuali (per 5 mln di euro)**. Seguono **Pordenone (+1,4%** per **12 mln di euro**) e **Udine (1,2%** per **21 mln di euro**).

Alcune tendenze generali che si riscontrano anche in Friuli Venezia Giulia: 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.