

Roma, 12 gennaio 2017

COMUNICATO STAMPA

Nel 2016 il reddito pro capite della regione Lazio ha registrato un trend positivo (+2,1% per un controvalore di 19.361 di €).

In crescita anche la spesa per beni durevoli sostenuta dal comparto mobilità (auto nuove +17,9%) che ha registrato lo sviluppo più intenso, dove Roma ha fatto la parte del leone in termini di volumi di vendita con 1.288 milioni di € (+17,5% sull'anno precedente).

Ad eccezione dei mobili (+2,5%) i comparti legati alla casa hanno offerto un sostegno limitato alla crescita dei beni durevoli: +0,5% sia per gli elettrodomestici che l'information technology, mentre l'elettronica di consumo non si è spinta oltre lo 0,3%.

La spesa familiare per i beni durevoli nel 2016 è cresciuta del 6,7%, performance migliore della media nazionale (+6,4%).

A livello provinciale gli acquisti per i beni durevoli hanno mostrato un andamento positivo soprattutto a Rieti (+7,8%) e a Latina (+6,8%).

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

Tra le province gli acquisti per i **beni durevoli** hanno mostrato la dinamica più vivace a **Rieti (+7,8%)**.

Roma (+6,7%), **Latina (+6,8%)** e **Frosinone (+6,5%)** si sono allineate al +6,7% medio regionale, che è più alto di 0,3 punti percentuali rispetto alla media nazionale (+6,4%). Solo a Viterbo non si è andati oltre il +5,7.

La spesa complessiva per i beni durevoli nel 2016 è stata pari a 5.694 milioni di € (+6,7% rispetto all'anno precedente), su un totale nazionale pari a circa 59.2 milioni di €.

I settori di spesa

- **Auto e moto** – La crescita più sostenuta si ravvisa per le **auto nuove (+17,9%)** e per i **motoveicoli (+12,2%)**; più modesta per le **auto usate (+3,0%)**. La spesa per le auto nuove è stata di 1.668 milioni di €, quella per l'usato di 1.827 milioni e di 137 milioni per quella per i motoveicoli.
- **Mobili** – il settore dei mobili fa segnare un incremento dei volumi di spesa del **+2,5%** per una cifra complessiva di 1.320 milioni di €, contro i 1.288 dello scorso anno.
- **Elettrodomestici** – Aumenta lievemente la spesa destinata agli **elettrodomestici grandi e piccoli (+0,5% rispetto al 2015)** che si attesta a **379 milioni di €** e al mercato dell'**elettronica di consumo (+0,3%** per un controvalore di **175 milioni di €**).
- **Prodotti Informatici** – Il settore dell'**informatica** registra una crescita dello **+0,5%** rispetto allo scorso anno, per un totale di vendite pari a **188 milioni di €**, contro i 187 fatti segnare nel 2015.

Le province

A livello provinciale il **reddito disponibile pro capite** è cresciuto in linea con la media regionale, in particolare a Roma del+2,1% raggiungendo quota 21.378 di €, mentre una maggiore dinamicità ha coinvolto Frosinone e Rieti (+2,4% entrambe) con un ammontare che è pari a rispettivamente 13.900 € e 13.957 €.

Performance più deludenti si sono registrate a Latina (+1,9% per 13.243 €) e Viterbo (+1,7%), dove il reddito per abitante è 14.025 €.

La spesa per l'acquisto di **auto** nel 2016 ha mostrato un andamento positivo, sia per l'**usato** (+3,0%) che per le **auto nuove** (+17,9%). Come sempre, Roma ha fatto la parte del leone in termini di volumi di vendita: 1.288 milioni di €. Seguono Latina con 143 milioni (+17,9%), Frosinone con 110 milioni (+22,3%), Viterbo con 87 milioni (+15,4%) e Rieti, ultima, con 40 milioni (+23,3%). La crescita è stata più contenuta per il **mercato dell'usato**. Anche in questo caso, a guidare la classifica è Roma con vendite pari a 1.458 milioni di € (+3,0%), seguita a distanza dalle altre province: Latina 130 milioni (+3,7%), Frosinone con 118 milioni (+2,6%), Viterbo con 82 milioni (+2,4%) ed in coda Rieti con 39 milioni (+4,2%).

Per quanto riguarda le **moto**, oltre a Roma, dove i consumi sono aumentati del 12,2%, passando dai 101 milioni del 2015 ai 113 del 2016, anche tutte le altre province hanno riportato segni positivi. Fa eccezione Rieti che è scesa di -8,4% punti percentuali. Latina è stata la provincia con l'incremento percentuale più incisivo: +17,3%. A Viterbo e Frosinone il mercato dei motoveicoli cresce invece rispettivamente del +13,7% e del +11,1%.

Nel comparto dei **mobili** tutte le province hanno mostrato una crescita, classifica guidata da Roma (+2,9%) e Rieti (+2,6%).

Viterbo ha totalizzato un +1,7%, Latina +1,3%, ed infine Frosinone +0,8%.

Per quanto riguarda gli **elettrodomestici grandi e piccoli**, Roma è la provincia che presenta l'incremento più incisivo dei volumi di vendita (+0,5%, per un totale di 285 milioni di €). Seguono Latina (34 milioni di €), Frosinone (30 milioni di €) e Rieti (10 milioni di €) con un aumento del +0,4%. Stabile Viterbo con un controvalore di 20 milioni di €.

L'elettronica di consumo ha riportato una flessione a Viterbo (-0,3%) e Rieti (-0,5%), mentre nelle altre province il trend è positivo: Latina +1,3%, Frosinone +0,6%, Roma +0,2%.

Il comparto **informatica per le famiglie**, che nel complesso in Lazio nel 2016 ha registrato una spesa per circa 188 milioni di €, ha riportato una diminuzione di vendita in tutte le province ad eccezione di Roma (+0,9%). La decrescita più forte si è verificata nella provincia di Viterbo (-1,6%); a seguire Rieti (-1,1%), Latina (-0,5%) ed in chiusura Frosinone (-0,

Alcune tendenze generali che si riscontrano anche nel Lazio: la sostenibilità, un valore sempre più discriminante e premiante.

Anche in questa Regione, come nel resto d'Italia i consumatori hanno evidenziato 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.