

Torino, 17 gennaio 2017

COMUNICATO STAMPA

Nel 2016 il reddito disponibile pro capite per abitante della Valle d'Aosta si conferma ai primi posti nella graduatoria nazionale, con un valore pari a 20.996 euro; il suo andamento (+1,2%) è tuttavia inferiore ad ogni altra regione italiana.

La spesa complessiva per i beni durevoli si attesta intorno ai 165 milioni di euro, una crescita superiore ad ogni altra regione con un incremento del +8,0%.

I mercati sono trainati dal comparto mobilità: +17,1 % per le auto nuove e un importante +59,7% per i motoveicoli. Grande dinamicità anche per gli elettrodomestici, che registrano un +5,9%, mentre la media italiana si attesta sul +3,2%.

Questi sono i principali dati emersi dalla ventitreesima edizione dell'**Osservatorio di Findomestic Banca** sul consumo di beni durevoli in **Valle d'Aosta**, presentato oggi a Torino presso l'Hotel Principi di Piemonte.

In termini di **reddito pro capite**, la **Valle d'Aosta** resta una delle **regioni più ricche d'Italia**, con **20.996 euro** (la media italiana si attesta sui 18.658 euro).

Cresce la spesa per i beni durevoli complessiva, 165 milioni di euro rispetto ai 152 del 2015 (+8,0%), su un totale di 59.295 milioni di euro di totale italiano: è la crescita più alta in tutto il Paese.

I settori di spesa

- **Auto e moto** – Il comparto continua un'ottima resa dopo l'aumento del +11,7% del 2015 e quest'anno registra un aumento del +17,1% per le **auto nuove** (volume di vendite pari a **50 milioni di euro**), un aumento del +59,7% per i motoveicoli (**5 milioni** la spesa totale) e del +4,0% per le **auto usate** (**57 milioni** di spesa complessiva).
- **Mobili** – Si evidenzia una leggera crescita il comparto dei **mobili** (+1,5%), per i quali gli abitanti della Valle d'Aosta hanno speso complessivamente **25 milioni di euro**.
- **Elettrodomestici grandi e piccoli** – Il mercato degli **elettrodomestici** registra un ottimo andamento con un +5,9% che è ben sopra la media italiana (ferma a +3,2%). Le famiglie valdostane hanno speso **16 milioni di euro** in totale per quanto riguarda questo comparto.
- **Elettronica di consumo** – Buona anche la performance dell'**elettronica di consumo**, che recupera rispetto al -6,5% del 2015 e fa registrare un incremento positivo di +0,8%, con una spesa totale di **7 milioni di euro** per il 2016.
- **Prodotti Informatici** – Unico risultato negativo per il **comparto dell'informatica**, che continua la flessione degli ultimi anni (-4,8% nel 2015) e registra un calo del -5,3% con una spesa di **6 milioni di euro**.

Alcune tendenze generali che si riscontrano anche in Valle D'Aosta: 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