

1 mld
MERCATO IMMOBILIARE
NEL PRIMO TRIMESTRE

Il volume degli investimenti immobiliari in Italia nel primo trimestre 2023 ammonta a circa 1 miliardo di euro. Un'analisi di Dils evidenzia che il risultato evidenzia una «minore attività di investimento nel comparto immobiliare commerciale rispetto ai trimestri precedenti, sintomo delle mutate condizioni del mercato internazionale dei capitali scaturite dal rialzo dei tassi».

Zuccherificio
Eridania entra
nel settore
dell'alcol etilico

» Eridania, leader della produzione di zuccheri e dolcificanti in Italia, sbarca nel settore dell'alcol etilico, ottenuto dalla fermentazione di barbabietola da zucchero e cereali. Da questo mese Eridania diventa rappresentante esclusivo in Italia di CristalCo, uno dei maggiori produttori di alcol in Europa, con una produzione di più di 6 milioni di ettolitri all'anno.

Findomestic Auto, mobili, elettronica: 3.090 euro a famiglia (-1,8%)

Beni durevoli, rallentano i consumi a Parma nel 2022

» In Emilia-Romagna i consumi di beni durevoli sono calati del 2,7% nel 2022: un valore in linea con la media nazionale ma comunque più roseo delle altre regioni del Nord-Est (-3,4%). Rallentamento anche a Parma (-2,6%). La provincia risulta comunque fra le prime 20 in Italia per spesa media in beni durevoli: 3.090 euro a famiglia (-1,8%). I dati emergono dall'analisi dell'Osservatorio dei Consumi Findomestic, realizzato in collaborazione con Prometeia.

I consumi di beni durevoli in Emilia-Romagna nel 2022 si sono attestati a 6 miliardi e 168 milioni di euro in totale, facendone la terza regione italiana con la spesa complessiva più alta. In regione sono stati spesi 210 milioni di euro in meno rispetto al 2021 per acquistare automobili nuove (-10,1%) e usate (-3,5%), con un calo generalizzato dei consumi di beni durevoli (-2,7%). Anche il reddito medio degli emiliano-romagnoli è il terzo più alto d'Italia, dopo Trentino-Alto Adige e Lombardia, con 25.413 euro per abitante (+6,6% nell'ultimo anno).

A livello provinciale la spesa complessiva per i durevoli

-10%

Auto nuove in regione
In Emilia-Romagna gli acquisti di auto nuove sono calate del 10,1%; auto usate -3,5%. Il dato incide sul totale regionale degli acquisti di beni durevoli (-2,7%).

+6,6%

Stipendi
Gli stipendi medi in regione sono cresciuti del 6,6% nell'ultimo anno.

Spesa consumi durevoli in regione

	Consumi complessivi (mln euro)			Spesa per famiglia (euro)		
	2021	2022	var % 22/21	2021	2022	var % 22/21
Bologna	1.531	1.503	-1,8%	3.093	3.049	-1,4%
Modena	1.061	1.035	-2,5%	3.464	3.387	-2,2%
Reggio Emilia	737	720	-2,3%	3.236	3.174	-1,9%
Parma	655	638	-2,6%	3.147	3.090	-1,8%
Ravenna	549	538	-2,1%	3.086	3.024	-2,0%
Forlì-Cesena	515	493	-4,4%	2.984	2.868	-3,9%
Ferrara	489	466	-4,7%	3.030	2.898	-4,3%
Piacenza	410	398	-2,9%	3.143	3.055	-2,8%
Rimini	391	377	-3,5%	2.658	2.553	-3,9%
Emilia Romagna	6.338	6.168	-2,7%	3.127	3.053	-2,4%
Totale Italia	70.564	68.626	-2,7%	2.721	2.658	-2,3%

FONTE: Findomestic

WITHUB

è stata eterogenea, con cali che spaziano dal -1,8% di Bologna (sesta in Italia) al -4,7% di Ferrara.

Per quanto riguarda Parma, l'Osservatorio Findomestic evidenzia come a Parma siano stati spesi in totale 638 milioni di euro in durevoli (-2,6% sul 2021). Spese soprattutto per l'acquisto di auto usate (178 milioni di euro, -2,3%), nuove (141 milioni, -10%) e mobili, segmento che arriva a 153 milioni di euro grazie a un incremento della spesa del 5,5%. A Parma il 2022 si è chiuso in negativo invece per i motoveicoli (-1,3% a 16 milioni di euro) così come, fra i beni per la casa, per l'elettronica di consumo

Analisi

Dati dell'Osservatorio dei Consumi Findomestic, realizzato assieme a Prometeia.

(19 milioni, -18,5%) e l'information technology (23 milioni, -10,6%). Per smartphone e prodotti legati alla telefonia la spesa complessiva è invece cresciuta del 4% a 53 milioni di euro.

Claudio Bardazzi, responsabile dell'Osservatorio Findomestic, osserva che sulla flessione dei consumi in Emilia-Romagna incide Ad incidere non è stata solo la dinamica negativa dei mercati auto ma anche il calo a doppia cifra della spesa per elettronica di consumo (-18%, 200 milioni di euro) e IT (-11,1%, 230 milioni), comparti che hanno registrato performance peggiori rispetto alla media nazionale.

Parma

Mora Pubblicità celebra i suoi primi quarant'anni fra comunicazione green e un approccio «tattile»

» Mora Pubblicità compie 40 anni, con un approccio alla comunicazione sempre più innovativo. «Crediamo che gli «oggetti» promozionali, gli strumenti di comunicazione che vanno dai gadget alle brochure, dai social al merchandising ai loghi, più che un mero impatto ottico, debbano contemplare una «visione tattile», ovvero trasmettere una molteplicità di esperienze e rimandi - spiega Germano Mora, titolare dell'agenzia insieme alla moglie Antonella Giacalone -. L'impostazione aptica consente di percepire l'oggetto, il mezzo mediatico, come processo che si basa su un modello di conoscenza relazionale: un'esperienza viva e olistica, non da spettatori, ma da co-attori».

Ad esempio, per la ricorrenza, è stato ideato il claim «XL», che da un lato richiama la grandezza Extra Large, anche temporale dell'azienda, dall'altro si riferisce al numero romano corrispondente. Lettere che si fanno spazio su uno sfondo fatto di insieme, banchi di pesci, stormi di uccelli, cumuli di foglie, a rap-



Azienda

Germano Mora e la moglie Antonella Giacalone sono i titolari dell'agenzia. Per la ricorrenza hanno ideato il logo «XL».

presentare quarant'anni di incontri idee e visioni. Tanti stimoli che nascono separati ma si muovono insieme come una sola entità. Il supporto? Un bicchiere in plastica riciclata e riutilizzabile, con impressi, oltretutto i valori aziendali. Perché l'altro must dell'agenzia è proporre il più possibile soluzioni ecosostenibili, sia come campagne che come «prodotti comunicanti» aptici, «come ad esempio gadget ricavati da plastiche raccolte negli oceani o ancora, l'utilizzo di carta fatta con materia prima recuperata e riciclata», racconta Mora.

Fondata nei primi anni Ottanta, grazie al padre Augusto, nel corso dei decenni l'azienda si è specializzata sempre più in comunicazione promozionale, spaziando su diversi settori, con un focus sullo sport, soprattutto nel nord Italia, e sull'alimentare, per la naturale vocazione territoriale di appartenenza. «La creatività è di certo un aspetto fondamentale per il nostro campo, ma non basta. Deve essere supportata da formazione e aggiornamenti continui, dalla capacità di leggere la società e soprattutto dall'ascolto. Ovvero, essere dei visual coach: aiutare i clienti a identificare tutte le componenti valoriali, per un messaggio che racconti davvero l'anima di un'azienda attraverso un prodotto».

Antonella Del Gesso

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Confindustria

Il vicepresidente Marengi alla Davines

» Alberto Marengi, vicepresidente di Confindustria (Organizzazione, sviluppo e marketing), ha visitato la Davines: «Ho iniziato una serie di tappe di ascolto sui territori». Da qui la scelta di Davines, «un'eccellenza non solo per Parma, tra le prime a diventare B Corp» (ha partecipato anche Benedetta Boni di Cosmetica Italia). Il presidente dell'azienda Davide Bollati ha parlato del progetto di Agricoltura organica rigenerativa. Gabriele Buia, presidente Upi, ringrazia Marengi per la sua tappa a Parma, che è «un fiore all'occhiello del nostro sistema industriale». Si è unito in un secondo momento Giovanni Baroni, vicepresidente di Confindustria e presidente Piccola Industria.

Con Crédit Agricole investire è alla portata di tutti

Scopri la piattaforma digitale di gestione di portafogli CA Smart Advisory

- Nessuna commissione di ingresso e di uscita
- Paghi la gestione e l'utilizzo del servizio
- Investi a partire da 1.000 €, senza vincoli di uscita

SCOPRI DI PIÙ SU CREDIT-AGRICOLE.IT



Ricerca su 12.000 consumatori svolta da Circana, su selezione di servizi venduti in Italia. prodottodell'anno.it cat. Servizi Finanziari Investimento e Risparmio.
INFORMAZIONI IMPORTANTI Questa è una comunicazione di marketing. CA Smart Advisory ("Servizio") è un servizio di gestione di portafogli di Amundi SGR, offerto da Crédit Agricole Italia. Per conoscere caratteristiche, rischi, costi e oneri fiscali e per assumere una decisione consapevole d'investimento, leggere attentamente l'informativa precontrattuale ed il contratto di gestione di portafogli disponibili presso la Banca. La Banca percepisce incentivi da parte di Amundi SGR per il servizio prestato. L'investitore deve aderire al servizio solo se ha ben compreso tutti i rischi, anche di perdita totale, che esso comporta. La Banca verifica l'adeguatezza dell'investimento sulla base del questionario MIFID. Il servizio non è rivolto a «U.S. Person». È necessario conto corrente, internet banking e contratto quadro di negoziazione presso la Banca. La SGR ha autorizzato la Banca a concedere agli investitori agevolazioni finanziarie in forma di riduzione delle commissioni di sottoscrizione fino al 100% del loro ammontare. Per caratteristiche e costi consulta i fogli informativi su www.credit-agricole.it. Informazioni aggiornate a marzo 2023.

f t y in o

CRÉDIT AGRICOLE

www.credit-agricole.it