

Padova 19 gennaio 2010

COMUNICATO STAMPA

**Stabile il reddito pro capite in Friuli Venezia Giulia nel 2009
(20.502 Euro rispetto ai 20.548 nel 2008)**

**Trieste la provincia con il livello di reddito più elevato (23.425 Euro) seguita da Udine (20.279 Euro).
Gorizia nel 2009 è stata la prima provincia friulana per la crescita delle immatricolazioni
di auto nuove per le famiglie (+15,4%)
Tiene la spesa delle famiglie per motoveicoli (-0,4%).
Trieste si conferma la provincia con il livello più elevato di spesa per le due ruote
(20 milioni di Euro, +10,6%)**

Questi sono i principali risultati della sedicesima edizione dell'Osservatorio Findomestic Banca sul consumo dei beni durevoli in Friuli Venezia Giulia e nel Nord Est Italia presentato oggi a Padova.

Nel 2009, la spesa complessiva per l'acquisto di **beni durevoli** in Friuli si è attestata a **1.444 milioni** di Euro (-7,3% rispetto ai **1.557** del 2008). La riduzione della spesa per i consumi è assimilabile alla contrazione percentuale media registrata a livello nazionale (-7,5%).

I settori di spesa

• **Auto e moto**

Il comparto auto e moto rappresenta la principale voce di spesa per le famiglie friulane con 899 Euro spesi per le autovetture nuove, 542 per quelle usate e 87 per i motocicli. Nel 2009 sono stati spesi **503 milioni** di Euro per l'acquisto di **auto nuove** (-4,7%) e **304 milioni** per l'acquisto di **auto usate** (-13,4%). L'acquisto di **motoveicoli** ha registrato un volume di spesa pari a **49 milioni di euro**, un valore in linea (-0,4%) con quello dello scorso anno.

• **Mobili**

Un'altra componente importante sul fronte dei consumi nel 2009 in Friuli è rappresentata dall'acquisto di mobili per la casa: il comparto chiude l'anno con un **risultato inferiore** a quello del 2008 (-7,1%) e in linea con la contrazione media registrata a livello nazionale (-7,3%). **Complessivamente**, i friulani hanno speso **373 milioni** di Euro per l'acquisto di mobili, con una spesa per famiglia pari a 666 Euro contro i 727 Euro del 2008.

• **Elettrodomestici**

Per l'acquisto di elettrodomestici, i dati evidenziano in Friuli una contrazione del comparto: gli **elettrodomestici bianchi e piccoli** hanno registrato una **riduzione del 5,3%**, in linea con l'andamento medio nazionale (-5%), con una **spesa complessiva di 99 milioni** di Euro e investimenti per famiglia pari a 177 Euro.

La **contrazione** percentuale nell'acquisto di **elettrodomestici bruni** è stata pari al **7%** (media nazionale -3,9%) con un **volume complessivo** di acquisti pari a **82 milioni** di Euro e una spesa per famiglia di 147 Euro contro i 161 del 2008.

• **Prodotti informatici**

Il settore dei **prodotti informatici** segna una flessione del 3,1% superiore alla contrazione media nazionale (-1,6%). I **consumi complessivi** si sono attestati intorno ai **33 milioni** di Euro (34 milioni nel 2008), con una spesa per famiglia pari a 59 Euro contro i 62 dello scorso anno.

Complessivamente nel 2009 il Friuli Venezia Giulia ha evidenziato una riduzione delle attività economiche per l'acquisto di beni durevoli in linea con la flessione media nazionale.

Il **reddito medio per abitante** quest'anno è stato pari a **20.502 Euro**. Tale valore, si posiziona su livelli decisamente maggiori rispetto alla media nazionale (18.061 Euro) seppur leggermente inferiori alla media dell'area geografica di riferimento del Nord Est (20.883 Euro).

Rispetto al 2008 il Friuli manifesta tuttavia la migliore tenuta in termini di reddito tra le regioni nord-orientali, con un calo dello 0,2%, rispetto ad una contrazione media dello 0,9%.

Le Province

Dal dettaglio provinciale emerge una distribuzione del reddito non omogenea: la provincia di **Trieste**, con un reddito per abitante pari a **23.425 Euro**, evidenzia un divario positivo consistente con la media regionale.

Minori distanze tra le altre province: **Udine** ha registrato un livello pari a **20.279 Euro**, seguita da **Gorizia** con **19.851** e **Pordenone** con **18.999 Euro**.

Il **mercato automobilistico** delle famiglie friulane ha presentato un **incremento** in termini di **immatricolazioni** pari al 7,7% (media nazionale 8,4%) con un numero di nuove auto immatricolate pari a 36.308 unità, largamente superiore alle 33.715 auto del 2008.

La provincia di **Udine** primeggia all'interno del comparto auto nuove e usate, registrando nell'acquisto di **auto nuove** investimenti pari a **219 milioni** di Euro (-4,4%) e **140 milioni** di Euro per le auto usate (-13,7%).

La variazione percentuale negli acquisti di auto nuove per il 2009, in un panorama complessivamente negativo a livello regionale (-4,7%), mette in evidenza il risultato di **Gorizia** che ha segnato un **miglioramento del 2,1%**, passando da una spesa complessiva di 62 milioni di Euro per l'acquisto di auto nuove ai 64 milioni di quest'anno.

Trieste e **Udine** si collocano invece nelle prime posizioni per l'acquisto di motoveicoli con **rispettivamente 20 e 15 milioni** spesi nel 2009.

I **mobili** rappresentano la seconda voce di spesa per le famiglie friulane: **Udine** nel 2009 in questo settore ha fatto registrare **volumi complessivi** di spesa pari a **163 milioni** di Euro (-7,3%) seguita da **Pordenone** con **90 milioni** (-8,2%), **Trieste** con **76 milioni** (-5,4%) e **Gorizia** con **43 milioni** (-6,8%).

Il dettaglio provinciale mostra come i risultati di questo comparto in Friuli siano in molti casi assimilabili, se non inferiori, all'andamento medio nazionale (-7,3%).

I 99 milioni di Euro spesi complessivamente per **elettrodomestici bianchi e piccoli** in Friuli sono stati suddivisi tra i **46 milioni** impiegati a **Udine** (-4% rispetto al 2008), i **22 milioni** di **Trieste** (-4,7%), i **20 milioni** di **Pordenone** (-7,1%) e gli **11 milioni** di **Gorizia** (-8,5%).

Per quanto riguarda l'acquisto di **elettrodomestici bruni** è sempre **Udine** a far registrare i consumi più elevati con **37 milioni** di Euro (-5,5%), seguita da **Trieste** con **19 milioni** (-6,5%), **Pordenone** con **18 milioni** (-8,3%) e da **Gorizia** con **9 milioni** (-11,3%).

Il comparto dei prodotti per l'**informatica** mostra contrazioni percentuali relativamente omogenee tra le diverse province.

A guidare la spesa per questi prodotti sempre **Udine** con **15 milioni** di Euro (-3%), seguita da **Trieste** con **8 milioni** (-3,6%), **Pordenone** con **7 milioni** (-3,1%) e da **Gorizia** con **4 milioni** (-2,9%).

Conclusioni

Nel quadro recessivo nazionale del 2009, che non ha risparmiato nessuna area territoriale, la flessione dell'economia friulana risulta meno intensa della media italiana e solo leggermente più marcata di quella nord-orientale.

La spesa per consumi mostra in questa regione una frenata superiore sia a quella del Nord Est sia a quella media italiana, a fronte di un profilo relativamente migliore del reddito disponibile.

A livello provinciale, Udine si conferma la città con il maggiore livello di spesa media familiare per articoli durevoli, seguita da Gorizia: a Udine i livelli di spesa sono superiori a quelli delle altre province solo per l'acquisto di auto usate ed elettrodomestici bianchi e piccoli, mentre per gli altri beni non vi è una provincia che detenga il primato in misura significativamente superiore.

Alcune tendenze nazionali che si riscontrano anche in quest'area.

La crisi perdurante ha accresciuto l'insicurezza individuale e relazionale dopo la forte preoccupazione iniziale che, per alcuni soggetti, è sconfinata nel timore di una totale perdita di controllo.

Se si immagina la crisi come un tunnel il 40% degli intervistati pensa di essere a metà percorso, la stessa percentuale ritiene di non essere giunta a metà del guado e solo il 20% crede di essere in vista dell'uscita. Il maggior timore sembra essere quello di non disporre di abbastanza "ossigeno" per arrivare alla fine. L'uscita dal tunnel sarà in ogni caso contraddistinta da una ripresa lenta e faticosa, connotata da un serio problema occupazionale e da un conseguente aumento delle disparità sociali.

La classifica dei sacrifici di fronte alla recessione è molto chiara: si comprimono le spese per i mobili, l'abbigliamento, i viaggi e le vacanze, il tempo libero e le collaborazioni familiari, ma non si fanno tagli su istruzione, spese alimentari e mediche. La famiglia è diventata una vera e propria mini azienda in cui si reagisce alla recessione in funzione di quanto si è stati colpiti, quasi sempre con una stretta sui costi, senza però dimenticare il morale e quindi con la concessione talvolta di beni consolatori: le gite, le vacanze brevi, qualche ristorante, un gelato, il DVD a nolo anziché il cinema

Se si esaminano le preoccupazioni di fronte alla crisi occorre segnalare che la criminalità e il mantenimento del posto di lavoro svettano per importanza, soprattutto fra le donne e le persone con il livello di reddito e di istruzione più bassi: certamente le categorie più fragili. Per la prima volta quest'anno emerge una nuova paura: quella per l'individualismo esacerbato che si colloca al terzo posto fra le preoccupazioni maggiori.

Le minori entrate fanno temere per il mantenimento del tenore di vita anche se i prezzi non aumentano. Si ha più paura di indebitarsi eccessivamente piuttosto che non ricevere credito dalle banche. Parimenti sono temuti i rincari dei prezzi in generale e, in particolare, quelli dei servizi pubblici. Nel medesimo range si pongono altre due preoccupazioni: quelle relative all'ondata migratoria e quelle concernenti il declino dell'Italia rispetto agli altri Paesi.

La recessione agisce anche sui valori aumentando quelli relativi alla sfera individuale e familiare: acquisiscono importanza l'aver fiducia in se stessi, il credere nella famiglia e il saper porre dei limiti alle nuove generazioni, la forza d'animo, l'ecologia, lo spirito di sacrificio, l'umiltà, la flessibilità e l'autonomia del fare. Restano stabili i valori fondativi quali la solidarietà intergenerazionale, l'istruzione, la correttezza e l'onestà.

Per informazioni:

Marina Beccantini Ad Hoc Communication Advisors tel. 02/7606741
Stefano Martini Responsabile Comunicazione Corporate Findomestic Banca tel. 335/8123542

Il presente comunicato, i precedenti e la versione integrale dell'Osservatorio sono disponibili sul sito info.findomestic.it oppure sul sito www.adhocommunication.it