

Roma, 12 gennaio 2010

COMUNICATO STAMPA

Il reddito pro capite in Basilicata si conferma stabile (14.052 Euro, -0,3% rispetto al 2008), superiore alla media del Sud Italia (13.336 Euro) ma inferiore quella del Paese (18.061 Euro).

Potenza è la provincia in cui si registrano i consumi più elevati in tutti i settori.

L'incremento più importante sul fronte delle immatricolazioni di auto destinate alle famiglie si registra a Matera (+15,9% rispetto al 2008, per un totale di 3.646 nuove vetture).

Questi sono i principali risultati della sedicesima edizione dell'**Osservatorio di Findomestic Banca** sul consumo di beni durevoli in **Basilicata**, presentato oggi a Roma. Nel **2009**, la spesa complessiva per l'acquisto di **beni durevoli** si è attestata a **402** milioni di Euro (-7,7% rispetto ai **435 Euro** del **2008**): il dato evidenzia come la contrazione dei consumi sia in linea con il calo registrato nel resto del Paese (media italiana: -7,5%).

I settori di spesa

- **Auto e moto** – Per quanto riguarda i singoli settori di spesa, si nota una sostanziale tenuta del mercato legato alle nuove auto e ai motoveicoli. Per le prime nel 2009 sono infatti stati spesi **124 milioni** di Euro (-1,7% rispetto all'anno passato), mentre per moto e scooter la spesa è stata di circa **13 milioni** di Euro (-3,0%). In flessione l'usato: sono **94** i milioni di Euro che sono stati destinati ai mezzi di seconda mano (-15,8% sul **2008**).
- **Mobili** – In flessione il comparto dei **mobili** per la casa: questo settore chiude l'anno facendo segnare una **contrazione** del **7,0%** a fronte di una spesa totale di **119 milioni** di Euro. Si tratta di un dato in linea con il resto del Paese, dove la **contrazione** complessiva rispetto al 2008 per questo tipo di beni si valuta attorno al **7,3%**.
- **Elettrodomestici** – Per quanto riguarda l'acquisto di **elettrodomestici**, i dati forniscono un quadro omogeneo: gli **elettrodomestici bianchi e piccoli** hanno mostrato contrazione superiore al dato nazionale (media Italia: -5,0%), facendo segnare un **-8,1%** rispetto al 2008 (per una spesa complessiva di **22** milioni di Euro). **Gli elettrodomestici bruni** hanno registrato invece un calo del **10,7%** (per una spesa complessiva di **20** milioni di Euro). Si tratta di una contrazione piuttosto importante, soprattutto se confrontata con un dato nazionale che vede, in questo settore, una riduzione della spesa di circa il **3,9%**.
- **Prodotti Informatici** – Il risultato migliore tra i beni durevoli lo fa registrare in Basilicata il settore dell'informatica per le famiglie, che risulta in leggera crescita (**+1,5%**) rispetto al 2008 e si attesta a quota **9** milioni di Euro.

Complessivamente in Basilicata sono stati spesi, nel 2009, **1.757 Euro** per famiglia per acquistare beni durevoli, **718 Euro** in meno rispetto alla media nazionale e **174** in meno rispetto a quella del **Mezzogiorno**. La regione evidenzia tuttavia un **primato** in termini di spesa per famiglia nel comparto **dell'informatica**, con una **crescita dello 0,7%**.

Per quanto riguarda l'acquisto di auto nuove, nel 2009, grazie ai benefici fiscali, si è osservata un'inversione di tendenza rispetto all'anno precedente, con **1.042 famiglie** in più che hanno acquistato l'auto nel corso dell'anno, per un totale di **10.433 auto acquistate**. Peggiora della media italiana è stata, invece, l'evoluzione della spesa per famiglia per **elettrodomestici** (sia bianchi e piccoli che bruni) ridottasi di quasi **4 punti** percentuali in più rispetto alla media italiana.

Le province

In Basilicata il reddito per abitante – pari a **14.052 Euro** e in lieve ridimensionamento sul 2008 (-0,3%) – risulta superiore alla media dell'area meridionale (**13.336 Euro**), sebbene un gap consistente la divida ancora dalla media italiana, che si attesta a **18.061 Euro**. È Potenza la provincia più ricca con **14.272 Euro** di reddito pro capite (-0,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente), contro i **13.636 Euro** di **Matera** (-0,3%).

Le cifre del comparto **mobili** hanno inciso maggiormente sui bilanci familiari, dopo le spese per auto nuove: **Potenza** nel 2009 in questo settore ha fatto registrare volumi complessivi pari a **78 milioni** di Euro (-6,8% rispetto al 2008) mentre **Matera** si è attestata a quota **41 milioni** (-7,2%).

I circa **22 milioni** di Euro impiegati nell'acquisto di **elettrodomestici bianchi e piccoli** acquistati in Basilicata sono stati suddivisi tra i **15 milioni** impiegati a **Potenza** (che fa registrare una contrazione del **6,6%** rispetto allo stesso periodo dell'anno passato) e i **7 milioni** di **Matera** (-11,1%).

Per quanto riguarda l'acquisto di **elettrodomestici bruni**, è sempre **Potenza** la provincia che fa registrare i consumi più elevati con **14 milioni** di Euro (-9,1% rispetto al 2008) contro i **7** di **Matera** (-13,9%).

Il **comparto informatica per le famiglie**, infine, che nel complesso in Basilicata nel 2009 valeva circa **9 milioni** di Euro, ha registrato consumi complessivi di circa **6 milioni** di Euro a **Potenza** e **3 milioni** a **Matera**, con una crescita rispettivamente dell'**1,8%** e dell'**1,1%**.

Conclusioni

La fase recessiva che ha investito nel 2009 l'intero territorio nazionale ha penalizzato in misura particolare la Basilicata, con una **flessione** del Pil in termini reali apparsa la più elevata d'Italia. I dati sul reddito mostrano una **riduzione del potere di acquisto** delle famiglie lucane allineata con quella delle vicine regioni meridionali e che è collegata anche al forte calo occupazionale rilevato nel 2009.

Da notare come, grazie incentivi fiscali, il settore dell'auto abbia fatto segnare un'inversione di tendenza rispetto all'anno precedente (passando dal **-16,3%** del 2008 al **-1,7%** del 2009), con **1.042** famiglie in più che hanno acquistato l'auto nel corso dell'anno, per un totale di **10.433** auto acquistate. L'incremento più importante sul fronte delle immatricolazioni di auto destinate alle famiglie si registra a **Matera** (+15,9%) per un totale di **3.646** nuove auto immatricolate), seguita da **Potenza** che, con **6.797** unità fa segnare una crescita dell'**8,7%**.

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 i livelli 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.adhoccommunication.it