

Torino, 2 febbraio 2010

COMUNICATO STAMPA

Nel 2009 il reddito pro capite in Liguria si attesta a 20.742 Euro (+0,4% rispetto al 2008): una crescita in controtendenza rispetto alla contrazione media nazionale (-0,5%).
Genova e Savona le province con maggiore disponibilità di reddito per abitante.
Tra i durevoli in crescita la spesa per motoveicoli (+6,6%) e Tv/video/Hi-fi (+4,8%)
Savona segna l'incremento maggiore nelle vendite di due ruote (+23,1%) e nelle immatricolazioni di auto nuove (+11,7%).

Questi sono i principali risultati della sedicesima edizione dell'**Osservatorio di Findomestic Banca** sul consumo di beni durevoli in **Liguria** e nel Nord Ovest Italia, presentato oggi a Torino.

Nel 2009, la spesa complessiva per l'acquisto di **beni durevoli** si è attestata a **1.662 milioni** di Euro (-7,0% rispetto ai **1.788 milioni del 2008**). Il dato evidenzia come in Liguria, la contrazione dei consumi sia perfettamente allineata alla flessione registrata a livello nazionale (media italiana -7,0%).

I settori di spesa

- **Auto e Moto**

Il comparto auto e moto rappresenta una delle principali voci di spesa dei liguri con 701 Euro spesi mediamente da ciascuna famiglia per le autovetture nuove, 437 Euro per le autovetture usate e 199 Euro per i motocicli.

Nel 2009 sono stati spesi complessivamente **554 milioni** di Euro per l'**acquisto di auto nuove** (-5,8%) e **345 milioni** per le **autovetture usate** (-14%). L'acquisto di **motocicli** ha registrato un volume di spesa pari a **157 milioni** di Euro (+6,6%).

- **Mobili**

Un'altra importante componente sul fronte dei consumi in Liguria nel 2009 è rappresentata dall'acquisto di mobili per la casa: il comparto chiude l'anno con una riduzione dell'8,1%, superiore al -7,3% registrato a livello nazionale.

Complessivamente, i liguri hanno speso **370 milioni** di Euro nell'acquisto di mobili, con una **spesa per famiglia** pari a **468 Euro** contro i 514 Euro del 2008.

- **Elettrodomestici**

I dati evidenziano in Liguria una contrazione del comparto degli **elettrodomestici bianchi e piccoli** (frigoriferi, lavatrici, frullatori, asciugacapelli, ecc.) che hanno registrato una **riduzione del 7,1%** (media nazionale -5%) con **consumi complessivi** pari a **100 milioni** di Euro e una spesa per famiglia di 126 Euro contro i 137 Euro dello scorso anno.

In controtendenza il comparto degli **elettrodomestici bruni** (TV, video, Hi-fi) che ha invece evidenziato una crescita della spesa (+4,8%) superiore all'andamento medio nazionale (+3,8%). Il volume complessivo di **acquisti** per questo comparto è stato pari a **105 milioni** di Euro, con una spesa per famiglia di 133 Euro.

- **Prodotti Informatici**

In calo rispetto al 2008, il settore dei **prodotti informatici** mostra risultati sensibilmente inferiori alla media italiana, con una **contrazione del 4,5%**, molto distante dal -1,6% medio nazionale. I **consumi complessivi** si sono attestati intorno ai **39 milioni** di Euro, con una spesa media per famiglia di 50 Euro.

Complessivamente

In Liguria il livello di **reddito pro capite** è tra i più elevati d'Italia (**20.742 Euro**), anche se leggermente inferiore alla media delle altre regioni dell'area geografica di riferimento (Nord Ovest).

Complessivamente, i liguri hanno avuto a disposizione 2.681 Euro in più per abitante rispetto alla media italiana (18.061 Euro).

Il reddito disponibile delle famiglie liguri ha evidenziato un leggero incremento (+0,4%), sostenuto anche da una caduta occupazionale meno accentuata del resto del paese.

Le province

Genova si conferma la provincia più ricca con **21.561 Euro** di reddito pro capite, un risultato in linea con l'andamento dello scorso anno (21.439 Euro). In seconda posizione si colloca **Savona** con **20.468 Euro**, seguita da **La Spezia** con **19.630 Euro** e **Imperia** con **18.955 Euro**.

Il **mercato automobilistico** delle famiglie liguri ha presentato un **incremento** in termini di **immatricolazioni** del **6,5%** (media nazionale +8,4%), con un numero di auto nuove immatricolate che ha superato le 43mila unità, largamente superiore alle 40mila del 2008.

La provincia di **Genova** rappresenta per volumi complessivi di acquisto il volano del comparto auto e moto con risultati significativi nella **spesa per auto nuove** (**284 milioni** di Euro), in quella per **auto usate** (**180 milioni** di Euro) e per i **motoveicoli** (**90 milioni** di Euro).

Il dettaglio provinciale del comparto evidenzia inoltre i **positivi incrementi percentuali** nell'acquisto di motocicli delle province di **Savona (+16%)** e **Imperia (+13,2%)**.

I **mobili** rappresentano la seconda voce di spesa per le famiglie liguri: **Genova** nel 2009 in questo settore ha fatto registrare **volumi complessivi** di acquisto pari a **205 milioni** di Euro (-8%), seguita da **Savona** con **65 milioni** (-7,8%), **La Spezia** con **52 milioni** (-8,6%) e **Imperia** con **49 milioni** (-8,8%).

I 100 milioni di Euro spesi complessivamente per **elettrodomestici bianchi e piccoli** in Liguria sono stati suddivisi tra i **57 milioni** di **Genova** (-5,4%), i **18 milioni** di **Savona** (-8,4%), i **13 milioni** di **Imperia** (-10,1%) e i **12** di **La Spezia** (-9,9%).

Per quanto riguarda l'acquisto di **elettrodomestici bruni** è sempre **Genova** a far registrare i consumi maggiori con **61 milioni** di Euro (+6,4%), seguita da **Savona** con **18 milioni** (+3,7%) e da **Imperia** e **La Spezia** con **13 milioni** (rispettivamente +1,7% e +2,1%).

Il comparto dei **prodotti per l'informatica** ha messo in evidenza i seguenti livelli di consumo: **Genova 22 milioni** di Euro (-4,5%), **Savona 7 milioni** (-4,5%), **Imperia** e **La Spezia 5 milioni** (-5,1% e -3,9%).

Conclusioni

Il calo delle attività economiche liguri si è allineato nel 2009 a quello medio dell'area nord-occidentale, mostrando in termini reali una perdita meno pesante rispetto a quella che ha interessato l'intero territorio nazionale.

La regione è la sola che presenta una dinamica positiva della domanda estera nel 2009, mentre mostrano una caduta più accentuata della media sia gli investimenti sia la spesa per i consumi, espressi in termini reali.

Nel 2009 in Liguria i consumi per i beni durevoli hanno subito una flessione inferiore a quella media nazionale, registrando un risultato particolarmente positivo nell'acquisto di motoveicoli: la ragione di tale andamento risiede nel fatto che in questa regione il peso degli acquisti di moto a bassa cilindrata, maggiormente sostenuti dagli incentivi del 2009, è decisamente superiore al dato medio delle altre regioni. Savona è la città in cui la spesa media per famiglia per articoli durevoli ha presentato la minore flessione, proprio grazie agli acquisti dell'area della "mobilità".

Gli effetti della crisi sul comportamento dei consumatori

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 <http://info.findomestic.it> oppure sul sito www.adhoccommunication.it