

Milano, 28 gennaio 2010

COMUNICATO STAMPA

Nel 2009 il reddito pro capite in Lombardia si attesta a 21.638 Euro (-0,5% rispetto al 2008). La provincia di Milano (con 24.184 Euro) vanta il reddito disponibile pro capite più elevato non solo a livello regionale, ma anche a livello nazionale.

La spesa delle famiglie lombarde flette in tutti i comparti di beni durevoli ad eccezione di quello di Tv/video/Hi-fi (+6,5%).

Le famiglie di Cremona detengono il primato nella spesa per beni durevoli (2.934 Euro).

I livelli di spesa più elevati per famiglia si rilevano a Lodi per auto nuove (1.173 Euro), a Bergamo per i motocicli (117 Euro) e a Sondrio per i beni per la casa (1.177 Euro).

Questi sono i principali risultati della sedicesima edizione dell'Osservatorio di Findomestic Banca sul consumo di beni durevoli in Lombardia, presentato oggi a Milano. Nel 2009, la spesa complessiva per l'acquisto di beni durevoli si è attestata a 12.184 milioni di Euro (-7,2% rispetto ai 13.127 milioni di Euro del 2008): il dato evidenzia come la contrazione dei consumi sia in linea con il calo registrato nel resto del Paese (media italiana: -7,0%).

I settori di spesa

- **Auto e moto** – Il comparto auto e moto fa segnare una contrazione: nel 2009 in Lombardia sono stati spesi 4.402 milioni di Euro per l'acquisto di auto nuove (-4,6% rispetto all'anno passato), 2.504 milioni sono stati destinati all'usato (-14,1% sul 2008) e, infine, 428 milioni sono stati impiegati per i motoveicoli (-9,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).
- **Mobili** – Il comparto chiude l'anno facendo segnare una contrazione dell'8,3% per un totale di 2.994 milioni di Euro. Si tratta di un dato peggiore rispetto a quanto registrato nel resto del Paese, dove la contrazione complessiva dei consumi rispetto al 2008 per questo tipo di beni durevoli si valuta attorno al 7,3%.
- **Elettrodomestici** – Nel comparto degli elettrodomestici bianchi e piccoli la spesa complessiva è stata di 783 milioni di Euro e, rispetto al 2008, ha evidenziato una contrazione del -5,1%, in linea con il dato nazionale (che si attesta su una variazione del -5,0%). In controtendenza il risultato legato agli elettrodomestici bruni, che hanno registrato un incremento del 6,5% (per una spesa complessiva di 791 milioni di Euro).
- **Prodotti Informatici** – In leggera flessione anche il settore dei prodotti informatici, che, con 283 milioni di Euro, fa registrare una contrazione della spesa del 3,7%.

Complessivamente nel corso del 2009 la spesa per articoli durevoli ha presentato in Lombardia una riduzione allineata a quella media italiana, un po' più ampia in termini di spesa per famiglia (-8,7% a fronte del -8,5% medio). Le immatricolazioni di auto da parte di persone fisiche sono cresciute poco meno della media italiana; quelle di motoveicoli si sono contratte più della media e anche gli acquisti in valore di beni per la casa, ad eccezione del comparto Tv/video/Hi-fi, hanno presentato una riduzione per famiglia superiore rispetto al resto d'Italia, nonostante la presenza più diffusa in questa regione di grandi superfici di vendita che avrebbe potuto favorire questi acquisti.

Le province

Il dettaglio provinciale evidenzia una situazione eterogenea: la provincia di Milano, grazie a un reddito di 24.184 Euro (in contrazione dello 0,3% rispetto ai 24.254 Euro del 2008), detiene il primato non solo in regione ma anche a livello nazionale.

Inferiore di circa 3.000 Euro il reddito di Sondrio (21.057 Euro, con un incremento dello 0,3% rispetto ai 20.999 Euro dell'anno precedente), seguita da Cremona (20.856 Euro, -0,7% rispetto al 2008) e Varese (che passa dai 20.919 Euro del 2008 ai 20.837 del 2009, con una flessione dello 0,4%). Leggermente inferiori i volumi di Mantova (che fa registrare 20.544 Euro, -1,1% rispetto al 2008), Lecco (che passa dai 20.347 Euro del 2008 ai 20.314 Euro del 2009), Pavia (a quota 20.179 Euro, in flessione dello 0,7% rispetto all'anno precedente) e Como (con 19.586, contro i 19.608 Euro del 2008).

Chiudono la classifica Brescia (con un reddito pro capite di 19.523 Euro, in flessione del -0,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente), Bergamo (che passa dai 19.347 Euro del 2008 ai 19.193 Euro del 2009) e Lodi (a quota 18.087 Euro, in flessione dello 0,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

Le cifre del comparto mobili hanno inciso maggiormente sui bilanci familiari, dopo le spese per auto nuove. Milano è la realtà più consistente in termini di volumi di spesa con 1.238 milioni di Euro destinati a questo genere di beni durevoli. Seguono Brescia (con 363 milioni di Euro), Bergamo (a quota 318 milioni di Euro), Varese (264 milioni di Euro) e Como (che fa segnare consumi per 184 milioni di Euro). Più contenuti i volumi registrati a Pavia (162 milioni di Euro), Mantova (128 milioni di Euro), Cremona (111 milioni di Euro), Lecco (104 milioni di Euro), Lodi (64 milioni di Euro) e Sondrio (57 milioni di Euro).

I circa **783 milioni** di Euro impiegati nell'acquisto di **elettrodomestici bianchi e piccoli** acquistati in **Lombardia** sono così suddivisi: **353 milioni** sono stati impiegati a **Milano**, contro i **93 milioni** di **Brescia**, i **77 milioni** di **Bergamo**, i **66 milioni** di **Varese**, i **43** di **Como**, e i **41** di **Pavia**. Chiudono la classifica **Mantova** (a quota **29 milioni**), **Cremona** (con **27 milioni** di Euro), **Lecco** (**24 milioni** di Euro), **Lodi** (**15 milioni** di Euro) e **Sondrio** (**14 milioni** di Euro)

Per quanto riguarda l'acquisto di **elettrodomestici bruni**, è ancora **Milano** a far registrare i consumi più elevati con **344 milioni** di Euro. Seguono **Brescia**, con **97 milioni** di Euro, **Bergamo**, con **82 milioni**, **Varese** (a quota **68 milioni** di Euro) e **Como** (che fa segnare volumi per **45 milioni** di Euro). Consumi inferiori si registrano a **Pavia**, con **43 milioni** di Euro, **Mantova** (a quota **30 milioni** di Euro), **Cremona** (con **28 milioni** di Euro), **Lecco** (che fa segnare **25 milioni** di Euro), **Lodi** (con **16 milioni** di Euro) e **Sondrio** (**15 milioni** di Euro).

Il **comparto informatica**, infine, che nel complesso in **Lombardia** nel 2009 valeva circa **283 milioni** di Euro, ha registrato consumi complessivi di circa **122 milioni** di Euro a **Milano**, **34 milioni** a **Brescia**, **29 milioni** a **Bergamo**, **24** a **Varese**, **16 milioni** a **Como** e **15 milioni** a **Pavia**. Chiudono la classifica **Mantova** (**11 milioni** di Euro), **Cremona** (**10 milioni** di Euro), **Lecco** (**9 milioni** di Euro), **Lodi** e **Sondrio** (entrambe a quota **6 milioni** di Euro).

A livello provinciale, le famiglie di **Cremona**, caratterizzate da un livello medio di spesa per articoli durevoli tra i più alti in Italia (**2.934 Euro**), detengono il primato regionale. I più elevati livelli di spesa media per famiglia si rilevano, tuttavia, a **Lodi** per le **auto nuove** (**1.173 Euro**), a **Bergamo** per i **motocicli** (**117 Euro**) e a **Sondrio** per gli acquisti di **beni per la casa** (**1.190 Euro**).

Conclusioni

La **fase recessiva** che ha coinvolto la regione si è concretizzata in una **riduzione delle attività economiche lombarde** più attenuata rispetto alla **caduta dell'economia italiana** e di quella **media del Nord Ovest**. Le principali componenti della domanda - esportazioni, investimenti e spesa per consumi - hanno registrato in termini reali, **cali medi simili a quelli nazionali**.

Nel 2009, infine, **reddito pro capite lombardo** continua a collocarsi in **seconda posizione** dopo quello dell'Emilia Romagna, benché in lieve riduzione rispetto al 2008 (**-0,5%** come nella media nazionale), con un livello pari a **21.638 Euro per abitante** (circa **3.500 Euro in più rispetto alla media italiana**).

Gli effetti della crisi sul comportamento del consumatore

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 Resp. Comunicaz. 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