

Roma, 12 gennaio 2010

COMUNICATO STAMPA

Nel 2009 il reddito pro capite in Molise è stabile (14.685 Euro, -0,5% rispetto al 2008). Isernia è la provincia più ricca con 15.198 Euro di reddito pro capite, mentre Campobasso ha fatto registrare i consumi più elevati in tutti i comparti.
L'acquisto di auto nuove da parte di persone fisiche è più dinamico in Molise che nel resto d'Italia (+0,3% la spesa familiare in valore, contro una media nazionale di -5,6%).

Questi sono i principali risultati della sedicesima edizione dell'**Osservatorio di Findomestic Banca** sul consumo di beni durevoli in **Molise**, presentato oggi a Roma presso l'Hotel Excelsior. Nel **2009**, la spesa complessiva per l'acquisto di **beni durevoli** si è attestata a **283 milioni di Euro (-7,2% rispetto ai 305 Euro del 2008)**: il dato evidenzia come la contrazione dei consumi sia leggermente inferiore al 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 come il comparto delle auto nuove abbia fatto segnare una crescita, in controtendenza rispetto al mercato nazionale: nel 2009 in questo segmento sono stati spesi **82 milioni** di Euro (**+1,5%** rispetto all'anno passato). Meno bene l'auto usata, che ha fatto registrare consumi per **64 milioni di Euro (-16,3% sul 2008)** e i motoveicoli (**9 milioni** di Euro impiegati nel 2009, **-1,8%** rispetto allo stesso periodo dello scorso anno).
- **Mobili** – L'arredamento chiude l'anno facendo segnare una **contrazione** del **6%** per una spesa totale di **88 milioni** di Euro. Si tratta di un dato migliore rispetto a quanto fatto registrare 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** – Per quanto riguarda l'acquisto di **elettrodomestici**, i dati forniscono un quadro omogeneo: se, infatti, gli **elettrodomestici bianchi e piccoli** hanno mostrato contrazione quasi doppia rispetto al dato nazionale, facendo segnare un **-9,7%** e una spesa complessiva di **17 milioni di Euro** (in Italia si registra un calo del **5%**), gli **elettrodomestici bruni**, hanno registrato un calo ancor più significativo, dell'**11,9%** (per una spesa complessiva di **16 milioni** di Euro).
- **Prodotti Informatici** – Il risultato migliore tra i beni durevoli lo fa registrare in Molise il settore dei **prodotti informatici** che si attesta a quota **7 milioni** di Euro, sostanzialmente stabile (**-0,4%**) rispetto al 2008.

Complessivamente il reddito disponibile delle famiglie al netto dell'inflazione ha evidenziato un **calo superiore** a quello dell'area meridionale e dell'Italia, penalizzato anche da una dinamica non positiva in termini di assorbimento occupazionale. Il reddito pro capite nominale, benché inferiore a quello medio nazionale, evidenzia un **divario positivo** con l'area meridionale (**14.685 Euro** rispetto ai **13.336 Euro** medi del meridione).

Le province

I dati provinciali evidenziano un maggiore divario se si prende in considerazione il reddito per abitante: **Isernia** fa segnare **15.198 Euro** di reddito pro capite (**-0,8%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente), contro i **14.488 Euro** di **Campobasso (-0,4%)**.

Le cifre del comparto **mobili** hanno inciso maggiormente sui bilanci familiari, dopo le spese per auto nuove: **Campobasso** nel 2009 in questo comparto ha fatto registrare volumi complessivi parti a **63 milioni di Euro (-6%** rispetto al 2008) mentre **Isernia** si è attestata a quota **24 milioni (-6,2%)**.

I circa **17 milioni** di Euro impiegati nell'acquisto di **elettrodomestici bianchi e piccoli** acquistati in Molise sono stati suddivisi tra i **13 milioni** impiegati a **Campobasso** (che fa registrare una contrazione del **7,3%** rispetto allo stesso periodo dell'anno passato) e i **4 milioni** di **Isernia (-16,4%)**.

Per quanto riguarda l'acquisto di **elettrodomestici bruni**, è sempre **Campobasso** a mantenere la testa della classifica con **12 milioni** di Euro (-9,2% rispetto al 2008) contro i **4** di Isernia (-19,1%).

Il **comparto informatica** che nel complesso in Molise nel 2009 valeva circa **7 milioni** di Euro, ha registrato consumi complessivi di circa **5 milioni** di Euro a **Campobasso** e **2 milioni** a **Isernia**, con un calo rispettivamente dello **0,3%** e dello **0,6%**.

Tra le due province, infine, si segnala il risultato migliore di **Campobasso** che è riuscita a **limitare la riduzione di spesa** per beni durevoli al **6,7%**: in questa provincia le immatricolazioni di auto da parte delle famiglie sono cresciute addirittura del **19,4%**, uno dei valori più alti registrati in Italia.

Conclusioni

Nel 2009 la spesa per acquisto di beni durevoli ha presentato in questa regione una **contrazione** prossima alla **media italiana**: l'acquisto di **auto nuove** da parte di persone fisiche, molto **più dinamico** in **Molise** che nel resto d'Italia (+0,3% la spesa familiare in valore contro una media nazionale di -5,6%) ha contrastato la flessione del mercato dei beni per la **casa** (-8,1% la spesa per famiglia), più ampia della media nazionale, e la forte contrazione della spesa familiare per **motoveicoli** (-12,8%).

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 famigliari, 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.adhoccommunication.it