

Torino, 2 febbraio 2010

COMUNICATO STAMPA

Nel 2009 il reddito pro capite in Piemonte si attesta a 20.958 Euro (-0,6% rispetto al 2008). Biella (23.547 Euro) e Cuneo (22.044 Euro) le province con il reddito pro capite più elevato.

Tra i beni durevoli crescono solo i consumi di Tv/video/Hi-fi (+5,5%)

A Novara l'unica flessione delle immatricolazioni di Auto (-4,6%)

e l'unica crescita della spesa per Motoveicoli (+6,5%).

Nella provincia di Torino l'incremento più elevato dei consumi di Tv/video/Hi-fi (+6,8%).

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

Nel 2009, la spesa complessiva per l'acquisto di **beni durevoli** si è attestata a **5.624 milioni** di Euro (**-8,3% rispetto ai 6.134 milioni del 2008**). Il dato evidenzia come in Piemonte la contrazione percentuale dei consumi sia superiore al calo registrato mediamente a livello nazionale (-7,0%).

I settori di spesa

- **Auto e Moto**

Il comparto auto e moto rappresenta una delle principali voci di spesa dei piemontesi con 1.024 Euro spesi mediamente da ciascuna famiglia per autovetture nuove, 629 Euro per quelle usate e 73 Euro per i motocicli.

Nel 2009 sono stati complessivamente spesi **2.053 milioni** di Euro per l'acquisto di **autovetture nuove** (-6,5%) e **1.261 milioni** di Euro per quelle **usate** (-15,0%). L'acquisto di **motocicli** ha registrato un volume di spesa pari a **147 milioni** di Euro (-10,9%).

- **Mobili**

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

Complessivamente, i piemontesi hanno speso **1.367 milioni** di Euro nell'**acquisto di mobili**, con una spesa per famiglia pari a 682 Euro contro i 749 Euro dello scorso anno.

- **Elettrodomestici**

I dati evidenziano in Piemonte una contrazione del comparto degli **elettrodomestici bianchi e piccoli** (frigoriferi, lavatrici, frullatori, asciugacapelli ecc.) che hanno registrato una **riduzione del 5,9%**, leggermente superiore alla media nazionale (-5,0%) con **consumi complessivi** pari a **327 milioni** di Euro e una spesa media per famiglia di 163 Euro contro i 175 Euro del 2008.

In netta controtendenza il comparto degli **elettrodomestici bruni** (Tv, video, Hi-fi), che ha invece evidenziato una crescita della spesa (+5,5%) superiore all'andamento medio nazionale (+3,8%). Il **volume complessivo di acquisti** per questo comparto è stato pari a **345 milioni** di Euro, con una spesa media per famiglia pari di 172 Euro.

- **Prodotti Informatici**

Contrazione superiore a quella media nazionale (-1,6%) per il mercato dei **prodotti informatici**: il comparto ha infatti registrato una **contrazione del 4,1%**. I **consumi complessivi** si sono attestati intorno a **124 milioni** di Euro, con una spesa media per famiglia di 62 Euro.

Complessivamente

Il **reddito pro capite piemontese** si posiziona a **20.958 Euro**, 2.897 Euro in più per abitante rispetto alla media italiana. Il confronto con il 2008 evidenzia una contrazione in termini nominali del reddito in questa regione (-0,6%) che si segnala per essere, seppur leggermente, superiore sia alla flessione de livello di reddito nazionale (-0,5%) sia alla riduzione nell'area geografica di riferimento (calo Nord Ovest Italia -0,4%).

Le province

Biella si conferma la provincia più ricca, attestandosi a quota **23.547 Euro** di reddito pro capite, un risultato in linea con l'andamento dello scorso anno (23.562 Euro). In seconda posizione si colloca **Cuneo** con **22.044 Euro**, seguita da **Alessandria** con **21.808 Euro** e **Vercelli** con **21.610 Euro**.

Leggermente più distaccate, ma con risultati relativamente omogenei tra loro, le altre province piemontesi: **Torino** si è attestata a **20.781 Euro**, **Asti** a **20.187 Euro**, **Novara** a **19.059 Euro** e **Verbania** a **18.916 Euro**.

Il **mercato automobilistico** delle famiglie piemontesi ha presentato un **incremento** in termini di immatricolazioni del **5,7%** (media nazionale +8,4%), con un numero di **auto nuove immatricolate** pari a **143.924 unità**, largamente superiore alle 136.204 immatricolazioni del 2008. La crescita delle immatricolazioni ha interessato tutte le province eccetto Novara (-4,6%).

La provincia di **Torino** rappresenta per volumi complessivi d'acquisto il volano del comparto auto e moto con **risultati significativi** nella spesa per **auto nuove (1.042 milioni di Euro)**, in quella per le **auto usate (634 milioni di Euro)** e per i **motoveicoli (70 milioni di Euro)**. Il dettaglio provinciale del segmento motoveicoli mette in evidenza la **buona performance di Novara**, l'unica provincia che ha incrementato (+6,5%) gli investimenti complessivi.

I **mobili** rappresentano la seconda voce di spesa delle famiglie piemontesi: **Torino** nel 2009 in questo settore ha fatto registrare volumi complessivi di acquisto pari a **728 milioni** di Euro (-7,8%), seguita da **Cuneo** con **171 milioni** (-8,7%), **Alessandria** con **133 milioni** (-7,9%), **Novara** con **108 milioni** (-8,6%), **Asti** con **64 milioni** (-8,1%), **Biella** con **61 milioni** (-7,6%), **Verbania** con **52 milioni** (-7,8%) e infine **Vercelli** con **51 milioni** (-8,1%).

I 327 milioni di Euro spesi complessivamente per **elettrodomestici bianchi e piccoli** in Piemonte sono stati suddivisi tra i **174 milioni di Torino** (-4,7% rispetto al 2008), i **41 milioni di Cuneo** (-5,8%), i **33 milioni di Alessandria** (-6,3%), i **27 milioni di Novara** (-7,3%), i **14 milioni di Biella** (-8,2%) e **Asti** (-9%), i **13 milioni di Vercelli** (-8,7%) e gli **11 milioni di Verbania** (-9,7%).

Per quanto riguarda l'acquisto di **elettrodomestici bruni** è sempre **Torino** a far registrare i consumi più elevati con **183 milioni** di Euro (+6,8%), seguita da **Cuneo** con **43 milioni** (+5,8%), da **Alessandria** con **34 milioni** (+5,1%), **Novara** con **28 milioni** (+4,0%), **Biella** e **Asti** con **15 milioni** (rispettivamente +2,8% e +2,4%), **Vercelli** con **14 milioni** (+2,5%) e **Verbania** con **12 milioni** (+1,4%).

Il comparto dei **prodotti per l'informatica** mostra risultati più omogenei tra le province, con l'eccezione della provincia di **Torino** prima con grande distacco (**64 milioni** i consumi complessivi, **-4,2% la contrazione** rispetto al 2008) **Cuneo** si è attestata a **15 milioni** di Euro (-3,4%), **Alessandria** a **12 milioni** (-4,1%), **Novara** a **10 milioni** (-5,0%), **Biella** e **Asti** a **6 milioni** (-4,3% e -3,6%) ed infine **Vercelli** e **Verbania** a **5 milioni** (-3,9% e -4,2%).

Conclusioni

L'evoluzione recessiva del PIL piemontese è stata la più intensa dell'area nord-occidentale del Paese, risultando superiore anche alla media italiana.

La caduta della spesa per i consumi in termini reali è stata leggermente inferiore a quella del Nord Ovest e appena più elevata della media nazionale.

Il reddito provinciale mostra differenze territoriali di rilievo se si confronta la provincia di Biella, seconda dopo Milano a livello nazionale, con i livelli nettamente inferiori di Verbania e Novara.

Per quanto riguarda i beni durevoli la spesa in Piemonte si è ridotta più intensamente rispetto alla media nazionale.

Tra i beni durevoli, la caduta maggiore si è manifestata nel mercato delle auto usate (-15,9% la spesa familiare a valori correnti), ma anche in quello delle auto nuove.

Biella risulta la provincia meno penalizzata relativamente all'acquisto di durevoli.

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 s'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 i 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.