

Roma, 12 gennaio 2010

COMUNICATO STAMPA

**Nel 2009 in Puglia il reddito pro capite è stabile (13.448 Euro, -0,4% rispetto al 2008).
Taranto e Bari le province più ricche con 13.695 Euro e 13.658 Euro.
Migliori della media nazionale l'andamento del comparto dei motoveicoli
e del mercato dei prodotti per l'informatica.
Immatricolazioni di auto nuove cresciute del 14%,
sei punti percentuali in più della media nazionale (+8,4%).**

Sono questi i principali risultati emersi oggi dalla presentazione della sedicesima edizione dell'Osservatorio di Findomestic Banca sul consumo dei beni durevoli in Puglia e nel Centro Sud Italia, tenutasi oggi a Roma presso l'Hotel Excelsior.

Nel 2009, la spesa complessiva per l'acquisto di **beni durevoli** in Puglia si è attestata intorno a **2.895 milioni** di Euro (-6,4% rispetto ai **3.095 milioni** del **2008**); il dato evidenzia come la contrazione dei consumi sia inferiore al calo registrato mediamente nel resto del paese ed in particolar modo nell'area geografica di riferimento del Mezzogiorno (in entrambi i casi flessioni del -7,5%).

I settori di spesa

• Auto e Moto

Il comparto auto e moto rappresenta un'importante voce di spesa delle famiglie pugliesi con 595 Euro spesi per le autovetture nuove, 472 per quelle usate e 68 euro per i motocicli. Nel 2009 sono stati spesi **913 milioni** di Euro per l'**acquisto di auto nuove** (+1,2%) e **724 milioni** per l'**acquisto di auto usate** (-16%).

L'**acquisto di motoveicoli** ha registrato un volume di spesa pari a **104 milioni** di Euro (-0,5%).

• Mobili

Una componente importante sul fronte dei consumi in Puglia è rappresentata, nel 2009, dall'acquisto di mobili per la casa: il comparto chiude l'anno con un **risultato inferiore** a quello del 2008 (**-6,2%**), registrando tuttavia un valore migliore rispetto alla contrazione media a livello nazionale (-7,3%). Complessivamente, i pugliesi hanno speso **738 milioni** di Euro nell'acquisto di mobili, con una spesa per famiglia pari a 481 Euro contro i 520 Euro del 2008.

• Elettrodomestici

Per l'acquisto di elettrodomestici, i dati evidenziano in Puglia una contrazione del comparto: gli elettrodomestici **bianchi e piccoli** hanno registrato una **riduzione del 4,6%**, inferiore anche alla media nazionale (-5,0%) con una **spesa complessiva di 182 milioni di Euro** e un consumo per famiglia di 119 Euro contro i 126 del 2008.

La **contrazione** percentuale nell'acquisto di **elettrodomestici bruni** è stata di poco inferiore al **7%** (media nazionale -3,9%) con una **volume complessivo** di acquisti pari a **168 milioni** di euro e una spesa per famiglia di 109 Euro (119 nel 2008).

• Prodotti Informatici

In lieve crescita i **prodotti informatici** rispetto allo scorso anno, quando il comparto aveva registrato una **contrazione** media pari quasi al **9%**.

I **consumi complessivi** si sono attestati intorno ai **66 milioni** di Euro (**+0,4%**), con una spesa per famiglia di 43 Euro (43 Euro nel 2008).

Complessivamente

La Puglia è tra le regioni del paese che hanno visto calare più intensamente il reddito disponibile reale delle famiglie, penalizzata anche da una riduzione occupazionale particolarmente intensa.

Rispetto alla media italiana si registra un gap negativo di 4.600 Euro nella disponibilità per abitante con un livello di **reddito pro capite** in regione pari a **13.448 Euro**.

Tale limitata contrazione non ha tuttavia avuto un riscontro nell'andamento dei principali mercati, nei quali si sono segnalati risultati positivi, in particolare nel comparto delle auto, con le nuove immatricolazioni (auto intestate sia a persone fisiche sia ad aziende) pari a 81.352 unità e cresciute del 5,4% contro il -2,7% nazionale, il mercato delle moto (-1,9% contro il -5% medio nazionale in numero di motoveicoli venduti) e quello dell'informatica nel quale l'acquisto di beni ha registrato un miglioramento dello 0,4% rispetto alla flessione media nazionale (-1,6%).

Le province

Il dettaglio provinciale non evidenzia particolari disparità nel reddito medio pro capite disponibile, con **Taranto** che ha registrato una media di **13.695 Euro**, seguita da **Bari (13.658 Euro)**, **Brindisi (13.585 Euro)**, **Lecce (13.249 Euro)** e **Foggia (12.901 Euro)**.

Il **mercato automobilistico** delle famiglie pugliesi ha presentato un **incremento** in termini di immatricolazioni pari al **14,4%** (media nazionale +8,4%) con un numero di **nuove auto immatricolate** pari a **72.355** unità, superiore alle 63.224 del 2008.

La provincia di **Bari** primeggia all'interno del comparto auto nuove e usate, registrando nell'acquisto di **auto nuove** con una spesa pari a **381 milioni** di Euro (-1,4%) e **280 milioni** per le auto usate (-16,8%).

Si segnalano inoltre i sensibili **incrementi percentuali per l'acquisto di auto nuove** di altre province pugliesi, in particolar modo **Lecce (+5,8%** con 208 milioni spesi), **Taranto (+4%** con 120 milioni) e **Brindisi (+3,5%** con 85 milioni).

Bari e Lecce si collocano inoltre nelle prime posizioni per l'**acquisto di motoveicoli** con rispettivamente 48 e 20 milioni di Euro spesi nel 2009 (**+5,9% Bari e +4,8% Lecce rispetto al 2008**).

I **mobili** rappresentano la seconda voce di spesa per le famiglie pugliesi: **Bari** nel 2009 in questo settore ha fatto registrare volumi complessivi pari a **288 milioni** di Euro (-6,2%), seguita da **Lecce con 146 milioni** (-6,3%), **Foggia con 127 milioni** (-6,3%), **Taranto con 102 milioni** (-6,2%) e **Brindisi con 75 milioni** (-6,2%).

Il dettaglio provinciale mostra risultati per questo comparto largamente inferiori all'andamento medio nazionale (-7,3%).

I **182 milioni** di Euro spesi complessivamente per **elettrodomestici bianchi e piccoli** in Puglia sono stati suddivisi tra i **74 milioni** impiegati a **Bari** (-3,7% rispetto al 2008), i **36 milioni** di **Lecce** (-4,7%), i **32 milioni** di **Foggia** (-4,9%), i **24 milioni** di **Taranto** (-5,4%) e i **17 milioni** di **Brindisi** (-6,6%).

Per quanto riguarda l'acquisto di **elettrodomestici bruni** è sempre **Bari** a far registrare i consumi più elevati con **68 milioni** di Euro (-5,9% rispetto al 2008), seguita da **Lecce con 33 milioni** (-7%), **Foggia con 29 milioni** (-7,3%), **Taranto con 22 milioni** (-7,7%) e infine **Brindisi con 16 milioni** (-9%).

Il comparto dei prodotti per l'**informatica**, oltre ad essersi segnalato per un risultato regionale superiore all'andamento medio italiano (+0,4% contro -1,6%), mostra i seguenti risultati tra le diverse province.

A guidare la spesa per questi prodotti sempre **Bari** con **26 milioni** di Euro (+0,3%), seguita da **Lecce con 13 milioni** (+0,5%) e da **Foggia con 11 milioni** (stesso risultato del 2008), da **Taranto con 9 milioni** (+1%) e infine da **Brindisi con 6 milioni** di Euro (+0,7%).

Conclusioni

La fase recessiva che ha coinvolto l'economia nazionale ha interessato anche la Puglia concretizzandosi in una riduzione del PIL superiore a quella dell'intera area meridionale, area maggiormente penalizzata dal calo delle attività economiche.

Le principali componenti della domanda hanno evidenziato una contrazione più intensa della dinamica nazionale, benché rispetto alla flessione del Mezzogiorno le esportazioni e la spesa per consumi, al netto dell'inflazione, evidenziano perdite relativamente più attenuate.

Tra le province spicca Lecce che è risultata una delle province italiane con il minor calo della spesa per durevoli: 3,3 punti percentuali di differenza positiva rispetto alla media con un tasso di variazione della spesa familiare del -5,6% rispetto al -9% nazionale.

Foggia risulta la provincia con il calo maggiore della spesa familiare, sia per auto nuove sia per il complesso dei durevoli.

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