

Cagliari, 21 gennaio 2010

COMUNICATO STAMPA

**Nel 2009 il reddito pro capite in Sardegna si attesta a 14.519 Euro (-0,4% rispetto al 2008).**

**Sassari è la provincia che fa registrare il reddito pro capite più elevato (15.167 Euro).**

**Cagliari fa segnare i consumi più elevati in tutti i settori di spesa.**

**Oristano si distingue nel comparto Auto Nuove dove figura al primo posto sia per crescita delle immatricolazioni (+17,6%) che per crescita della spesa (+4,1%).**

---

Questi sono i principali risultati della sedicesima edizione dell'Osservatorio di Findomestic Banca sul consumo di beni durevoli in Sardegna, presentato oggi a Cagliari. Nel 2009, la spesa complessiva per l'acquisto di **beni durevoli** si è attestata a **1.447 milioni** di Euro (-6,6% rispetto ai **1.549 Euro** del 2008): il dato evidenzia come la **contrazione** dei consumi sia inferiore al calo registrato nel resto del Paese (media italiana: -7,5%).

#### I settori di spesa

- **Auto e moto** – Il comparto auto e moto fa segnare una contrazione: nel 2009 in Sardegna sono stati spesi **520 milioni** di Euro per l'acquisto di auto nuove (-2,2% rispetto all'anno passato), **280 milioni** destinati all'usato (-15,1% sul 2008) e, infine, **36 milioni** per i motoveicoli (-10,3% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno).
- **Mobili** – Il comparto chiude l'anno facendo segnare una **contrazione** del **5,8%** per una totale di **404 milioni** di Euro. Si tratta di un dato migliore di quanto si registra 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 evidenziano una flessione: gli **elettrodomestici bianchi e piccoli** hanno mostrato contrazione in linea con il dato nazionale (pari a una variazione del -5,0%), facendo segnare un -5,5% rispetto al 2008 (per una spesa complessiva di **93 milioni** di Euro). Negativo anche il risultato legato **agli elettrodomestici bruni**, che hanno registrato un calo del **7,7%** (per una spesa complessiva di **82 milioni** di Euro).
- **Prodotti Informatici** – Il risultato migliore tra i beni durevoli lo fa registrare in Sardegna il settore dei **prodotti informatici**, che, con **33 milioni** di Euro, conferma lo stesso livello di spesa raggiunto nel 2008.

#### Le province

**Sassari** (a quota **15.167 Euro**, in flessione dello **0,4%** rispetto ai **15.235 Euro** del **2008**) mantiene livelli superiori alle altre province per il reddito per abitante, ma non risulta particolarmente ampio il divario con le province di **Cagliari** (che fa segnare **14.457 Euro**, in contrazione dello **0,6%** rispetto al **2008**), **Nuoro** (con un reddito pro capite stabile rispetto all'anno precedente, a quota **14.000 Euro**) e **Oristano**, che passa dai **13.685 Euro** del 2008 ai **13.672** del **2009** (con una flessione dello **0,1%**).

Le cifre del comparto **mobili** hanno inciso maggiormente sui bilanci familiari, dopo le spese per auto nuove. **Cagliari** è la realtà più consistente, in termini di volumi di spesa, con **188 milioni** di Euro destinati a questo genere di beni durevoli. Seguono **Sassari** (con **114 milioni** di Euro), **Nuoro** (**65 milioni** di Euro) e **Oristano** (**38 milioni** di Euro).

I **93 milioni** di Euro impiegati nell'acquisto di **elettrodomestici bianchi e piccoli** acquistati in Sardegna sono così suddivisi: **43 milioni** sono stati impiegati a **Cagliari** contro i **30 milioni** di **Sassari**, i **12 milioni** di **Nuoro** e i **7** di **Oristano**.

Per quanto riguarda l'acquisto di **elettrodomestici bruni**, è sempre **Cagliari** a far registrare i consumi più elevati con **40 milioni** di Euro. Seconda in classifica **Sassari** (con **24 milioni** di Euro), seguita da **Nuoro** con **11 milioni** e **Oristano** con **6 milioni** di Euro.

Il **comparto informatica**, infine, che nel complesso in Sardegna nel 2009 valeva circa **33 milioni** di Euro, ha registrato consumi complessivi per circa **15 milioni** di Euro a **Cagliari**, **10 milioni** a **Sassari**, **5 milioni** a **Nuoro** e **3 milioni** a **Oristano**.

Per quanto riguarda il mercato dell'auto, si segnala il dato positivo della **spesa per famiglia** nella provincia di **Oristano (+1,9%)**, che con una variazione del **+17,6%** è al primo posto per crescita delle immatricolazioni. La forte contrazione della stessa voce di spesa a **Nuoro (-10,2% la spesa media familiare)** si è invece riflessa nel peggiore risultato provinciale in termini di acquisto di beni durevoli.

## Conclusioni

La flessione dell'attività economica regionale si è sostanzialmente allineata nel 2009 alla dinamica recessiva del PIL reale del Mezzogiorno. La regione è stata investita da una **flessione importante di domanda estera**, mentre il **calo di domanda interna** (espresso in termini reali) si è attestato sulla dinamica nazionale.

Il reddito per abitante, infine, si è ridotto dello **0,4%**, attestandosi nel 2009 a **14.519 Euro**. I livelli di reddito pro capite risultano **superiori** alla **media del Mezzogiorno**, grazie all'elevato apporto del turismo, che incrementa la ricchezza della regione. Permane, tuttavia, un differenziale negativo con la media italiana, in particolare in termini di reddito pro capite, con un gap medio per abitante di **3.500 Euro**.

### *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 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**  
**Stefano Martini**

Ad Hoc Communication Advisors  
Responsabile Comunicazione Corporate Findomestic Banca

tel. 02/7606741

tel. 335/8123542

*Il presente comunicato, i precedenti e la versione integrale dell'Osservatorio sono disponibili sul sito [info.findomestic.it](mailto:info.findomestic.it) oppure sul sito [www.adhoccommunication.it](http://www.adhoccommunication.it)*