

Firenze 26 gennaio 2010

COMUNICATO STAMPA

**In leggera flessione il reddito pro capite in Umbria nel 2009  
(18.086 Euro rispetto ai 18.187 del 2008).  
Perugia la provincia con il livello di reddito più elevato (18.311 Euro).  
La spesa per beni durevoli in Umbria ha registrato una flessione  
più contenuta della media nazionale.  
In crescita (+12,1%) le immatricolazioni di auto nuove acquistate da famiglie.  
Migliore della media nazionale il risultato del comparto dei prodotti per l'informatica (+2%).**

Questi sono i principali risultati della sedicesima edizione dell'Osservatorio Findomestic Banca sul consumo dei beni durevoli in Umbria e nel Centro Italia presentato oggi a Firenze.

Nel 2009 la spesa complessiva per l'acquisto di **beni durevoli** in Umbria si è attestata a **1.083 milioni** di Euro (-5,6% rispetto ai **1.146 milioni del 2008**). La riduzione della spesa per i consumi è risultata largamente inferiore all'andamento medio registrato a livello nazionale (-7,5%).

#### I settori di spesa

- **Auto e Moto**

Il comparto auto e moto rappresenta la principale voce di spesa delle famiglie umbre con 1.055 Euro spesi mediamente per autovetture nuove, 608 Euro per autovetture usate e 79 Euro per i motocicli.

Nel 2009 sono stati spesi **399 milioni** di Euro per l'acquisto di **autovetture nuove** (-0,9%) e **230 milioni** di Euro per **autovetture usate** (-13,5%). L'acquisto di **motoveicoli** ha registrato un volume di spesa pari a **30 milioni** di Euro con un flessione pari al 7,0%.

- **Mobili**

Un'altra importante componente sul fronte dei consumi nel 2009 è rappresentata dall'acquisto di mobili per la casa. Il comparto chiude l'anno con un **risultato inferiore** a quello del 2008 (-6,1%), ma migliore della contrazione media registrata a livello nazionale (-7,3%). **Complessivamente** le famiglie umbre hanno speso **288 milioni** di Euro per l'acquisto di mobili, con una spesa per famiglia pari a 763 Euro contro gli 833 Euro del 2008.

- **Elettrodomestici**

Per l'acquisto di elettrodomestici, i dati evidenziano una **contrazione** del comparto: gli **elettrodomestici bianchi e piccoli** hanno registrato una riduzione del **4,8%**, inferiore anche alla media nazionale (-5%), con una **spesa complessiva di 59 milioni** di Euro e investimenti per famiglia pari a 156 Euro.

La **contrazione** percentuale nell'acquisto di **elettrodomestici bruni** è stata pari all'**1,4%** (media nazionale -3,9%) con un **volume complessivo** di acquisti pari a **56 milioni** di Euro e una spesa per famiglia di 147 Euro contro i 153 dello scorso anno.

- **Prodotti informatici**

In crescita rispetto al 2008 il settore dei prodotti informatici che mostra **risultati superiori (+2%)** all'andamento medio nazionale (-1,6%). I **consumi complessivi** si sono attestati intorno ai **22 milioni** di Euro rispetto ai 21 milioni dello scorso anno; la spesa per famiglia è stata pari a 57 Euro contro i 58 Euro del 2008.

#### Complessivamente

La riduzione del PIL umbro nel 2009 è apparsa particolarmente marcata, se confrontata sia alla media italiana sia a quella dell'area centrale.

Il **reddito medio pro capite** umbro si allinea a quello medio italiano (**18.061 Euro**), attestandosi nel 2009 a 18.086 Euro.

Anche relativamente all'acquisto di beni durevoli le famiglie umbre hanno presentato un andamento di spesa complessiva a valori correnti migliore della media italiana (-5,6% a fronte di un totale Italia a -7,5%).

#### Le province

I dati provinciali mettono in evidenza il risultato di **Perugia** come provincia con il reddito per abitante più elevato (**18.311 Euro** rispetto ai **17.441 Euro di Terni**).

Il **mercato automobilistico** delle famiglie umbre ha presentato un **incremento** in termini di **immatricolazioni** di auto del **12,1%** (media nazionale 8,4%) con un numero di auto nuove immatricolate di poco inferiore alle 30mila unità, contro le circa 26mila del 2008.

La provincia di **Perugia** primeggia all'interno del comparto auto nuove e usate registrando nell'acquisto di **auto nuove** investimenti pari a **301 milioni** di Euro (-1,6%) e **171 milioni** per le **auto usate** (-14,1%); La provincia di **Terni** ha fatto invece registrare **97 milioni** di Euro per le **auto nuove** (+1,5%) e **58 milioni** per quelle **usate** (-11,9%).

Nel comparto dei **motoveicoli**, **Perugia** ha registrato investimenti complessivi per **21 milioni** di Euro (-8,6%), mentre **Terni** si è attestata a **9 milioni** (-3,4%).

I **mobili** rappresentano la seconda voce di spesa per le famiglie umbre: **Perugia** nel 2009 in questo comparto ha fatto registrare **volumi complessivi** di spesa pari a **214 milioni** di Euro (-6,3%) mentre **Terni** si è attestata a **74 milioni** (-5,7%). Il dettaglio provinciale mostra come i risultati di questo comparto siano ampiamente al di sotto dell'andamento medio nazionale (-7,3%).

I 59 milioni di Euro spesi complessivamente per **elettrodomestici bianchi e piccoli** in Umbria sono stati suddivisi tra i **44 milioni** impiegati a **Perugia** (-4,2%) e i **15 milioni** di **Terni** (-6,5%).

Per quanto riguarda l'acquisto di **elettrodomestici bruni**, è sempre **Perugia** a registrare i consumi più elevati con **41 milioni** di Euro (-0,8%), mentre **Terni** si è attestata a **14 milioni** di Euro (-3,2%).

Il comparto dei prodotti per l'**informatica** si è segnalato per un risultato in controtendenza rispetto alla contrazione media nazionale (+2% contro -1,6% Italia): **Perugia** ha registrato complessivamente **16 milioni** di Euro investiti nel comparto (+1,9%), mentre **Terni** ha speso **6 milioni** (+2,3%).

## **Conclusioni**

Rispetto alle principali componenti della domanda, l'Umbria è stata penalizzata da una dinamica delle esportazioni in forte calo e da una flessione intensa, seppur allineata alla media italiana, degli investimenti.

La spesa per consumi delle famiglie, pur in diminuzione, ha mostrato una relativa e migliore tenuta rispetto alla dinamica negativa dell'area geografica del Centro Italia, anche in ragione di un reddito disponibile calato in misura molto ridotta rispetto alle altre realtà regionali.

Nell'acquisto di beni durevoli, le famiglie umbre hanno presentato un andamento della spesa complessiva migliore della media italiana.

L'aggregato di spesa dei durevoli è in questa regione più importante che in tutte le altre regioni, con l'eccezione del Trentino Alto Adige: le famiglie umbre destinano infatti a questi acquisti 391 Euro in più rispetto alla media delle famiglie italiane.

Contrariamente a quanto accaduto nel 2008, l'analisi per provincia mette in luce la minore flessione degli acquisti di durevoli a Terni nel 2009, città che ha beneficiato di un incremento del mercato automobilistico del 14,7% in termini di immatricolazioni.

## ***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 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 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](http://info.findomestic.it) oppure sul sito [www.adhoccommunication.it](http://www.adhoccommunication.it)*