

Firenze, 26 gennaio 2012

COMUNICATO STAMPA

Nel 2011 il reddito pro capite in Toscana si attesta a 19.879 € (+1,9% rispetto al 2010), un valore superiore di oltre 2.000 € rispetto alla media italiana (17.838 €).

Firenze è prima tra le province per reddito pro capite (23.028 €), seguita da Siena (20.665 €).

La Toscana è la regione che registra la migliore tenuta della spesa nel mercato dei durevoli, che cala dell'1% rispetto al 2010 a fronte di una contrazione media nazionale del 6,1%.

Calano i consumi di motoveicoli (-13,4%), auto nuove (-3,9%), informatica (-5,4%) ed elettrodomestici bianchi e piccoli (-3,2%). In aumento la spesa per l'acquisto di auto usate (+4,2%) ed elettrodomestici bruni (+6,5%). Sostanzialmente stabile il comparto mobili (-0,6%)

Questi i principali risultati della diciottesima edizione dell'**Osservatorio di Findomestic Banca** sul consumo di beni durevoli in **Toscana**, presentato oggi a **Firenze**.

Nel **2011**, la **spesa complessiva per l'acquisto di beni durevoli** si è attestata a **4.494 milioni di €** (-1% rispetto ai 4.538 milioni del 2010): il dato evidenzia come la contrazione dei consumi sia notevolmente inferiore rispetto alla flessione registrata nel resto del Paese (-6,1%).

I settori di spesa

- **Auto e moto** – Nel 2011 i comparti auto nuove e motoveicoli fanno segnare una contrazione rispetto all'anno precedente. Per gli acquisti di **motoveicoli** in Toscana sono stati complessivamente spesi **155 milioni di €**, un dato **inferiore del 13,4% rispetto al 2010**. Negativo anche l'andamento mercato delle **auto nuove** che, con consumi complessivi per **1.505 milioni di €**, registra una **contrazione del 3,9%** ma mostra una miglior tenuta rispetto alla media delle regioni italiane (-13,7%). In crescita la spesa per l'acquisto di **automobili usate (+4,2%** rispetto al 2010), che registra consumi complessivi per **998 milioni di €**.
- **Mobili** – Il comparto Mobili si conferma una delle voci di spesa più importanti nel bilancio delle famiglie toscane, che nel 2011 hanno investito in media 676 € per l'acquisto di beni inclusi in questa categoria. Complessivamente, nel 2011 sono stati spesi in Toscana **1.110 milioni di € per l'acquisto di mobili (-0,6%** rispetto ai 1.116 milioni del 2010). Dato, questo, sostanzialmente in linea con l'anno precedente e migliore rispetto alla media nazionale, che segna una contrazione del 1,3%.
- **Elettrodomestici** – Per quanto riguarda l'acquisto di elettrodomestici, i dati evidenziano un andamento differente tra le due categorie di prodotti analizzate nell'osservatorio: cresce la spesa per gli **elettrodomestici bruni (+6,5%)**, cala quella per gli **elettrodomestici bianchi e piccoli (-3,2%)**. Complessivamente, nel 2011 sono stati spesi in Toscana **354 milioni di €** per l'acquisto gli **elettrodomestici bruni**, con una spesa media familiare di 216 € (149 € la media nazionale), e **266 milioni di €** per l'acquisto di **elettrodomestici bianchi e piccoli**, paria a una media familiare di 162 € (149 € la media nazionale)
- **Prodotti Informatici** – In calo gli acquisti di prodotti informatici, che segnano una **flessione del 5,4%** rispetto al 2010 (-8,2% la media nazionale) e registrano **consumi complessivi per 106 milioni**. Con una spesa familiare media di 65 €, il comparto dei prodotti informatici è, tra quelli analizzati nell'osservatorio, quello che meno incide sui bilanci delle famiglie toscane.

Le province

Il reddito pro capite medio in Toscana nel 2011 è stato di **19.879, oltre 2.000 €** in più per abitante rispetto alla media italiana. A livello provinciale emergono differenze significative nella distribuzione del reddito: **Firenze** rappresenta l'area in cui si registra il **reddito disponibile pro capite di gran lunga più elevato (23.028 €, + 1,8%** rispetto al 2010), seguita da **Siena (20.665 €), Lucca (19.607, Prato (19.197 €) e Pistoia (19.047 €)**. Arezzo (17.368 €) e Massa-Carrara (17.080 €) sono le province i cui abitanti dispongono del minor reddito pro capite ed anche le uniche due nelle quali la rilevazione risulta inferiore rispetto alla media nazionale (17.838 €).

Il comparto mobilità, che comprende auto nuove, usate e motoveicoli, rappresenta la principale voce di spesa nei bilanci delle famiglie toscane. **Firenze è prima per consumi di auto nuove** (con investimenti totali per **375 milioni di €, -0,8% rispetto al 2010**), seguita da Pisa (193 milioni, -3,4%) e Lucca (181 milioni, -2,7%). Prato, quartultima per consumi di autovetture nuove con 117 milioni di € (+0,1%), è l'unica provincia a registrare un incremento (+0,1%), seppur minimo, rispetto al 2010. **Le maggiori flessioni** rispetto all'anno precedentemente sono invece state registrate a **Grosseto (-11,9%** a 69 milioni di €), **Arezzo (-8,1%** a 119 milioni) e **Siena (-7,8%** a 106 milioni). Relativamente al comparto **auto usate, Firenze con 262 milioni di € (+4,8%)** registra consumi quasi tre volte superiori rispetto a **Lucca (106 milioni, +3,4%)**, seconda in classifica. Il comparto, in **crescita in tutte le province**, registra i **maggiori incrementi** per volume di consumi a **Siena (+6,1% a 92 milioni) e Massa-Carrara (+5% a 46 milioni)**. La spesa per l'acquisto di **motoveicoli** registra la **flessione maggiore nelle province di Lucca (-18,1%** a 18 milioni), Siena (-17,6% a 10 milioni) e Firenze (-16% a 44 milioni).

Relativamente al comparto **mobili, Firenze** è la realtà più consistente, in termini di volumi di spesa, con **291 milioni di €** destinati all'acquisto di questo genere di beni durevoli (**-0,2%** rispetto ai 292 milioni di € del 2010). Seguono **Pisa con 128 milioni (+0,5%), Lucca con 118 (-0,7%)** e Arezzo con 102 (-1,2%). **Livorno**, quinta per volumi di consumo con 99 milioni, **è la provincia che ha registrato la più marcata contrazione dei consumi** di mobili (-2,2% rispetto al 2010). Massa-Carrara, con 62 milioni, è invece la provincia in cui si registrano i minori volumi di spesa; la precedono Grosseto (68 milioni) e **Prato (73 milioni)**, che però **è la provincia in cui si registra la maggior spesa media familiare 735 €** (676 € la media regionale, 622 € quella italiana).

I **266 milioni di €** spesi per l'acquisto di **elettrodomestici bianchi e piccoli** in Toscana sono così suddivisi: **71 milioni** sono stati impiegati a **Firenze (-2,2%** rispetto ai 72 milioni di € del 2010), **30 milioni di € a Pisa (-2,1%)** e **28 milioni a Lucca (-3,5%)**. La quarta posizione è occupata da **Arezzo e Livorno, con 24 milioni di €** ciascuna, seguite da **Pistoia con 21 milioni (-2,4%), Siena** (che con 19 milioni di euro registra una **flessione del 5,2%, la più marcata rilevata in Toscana**), Prato (18 milioni, -1,6%), Grosseto (16 milioni, -5%) e Massa-Carrara (15 milioni, -4%). L'incentivo al rinnovo della dotazione tecnologica fornito per il passaggio al segnale digitale ha trainato gli acquisti di **elettrodomestici bruni**, che hanno registrato in Toscana un incremento del 6,5% rispetto al 2010 (-15,1% la media nazionale). **Firenze, con 95 milioni di € (+9,1%** rispetto agli 87 milioni del 2010), è al primo posto per volumi di spesa per questa categoria di beni, seguono Pisa (40 milioni, +8,6%) e **Lucca (37 milioni, +5,5%)**. La provincia che ha registrato il maggiore aumento dei volumi di spesa per gli elettrodomestici bruni è stata **Prato (+10,1% a 25 milioni)**, mentre **Siena (+1,9% a 25 milioni) e Grosseto (+2,2% a 20 milioni)** hanno segnato gli incrementi minori.

Il comparto **informatica**, infine, risulta in **flessione in tutte le province**. Al primo posto per volumi di acquisto si colloca **Firenze (28 milioni di €, -4,6%** rispetto ai 29 milioni del 2010), seguita da **Pisa (12 milioni, -4,4%)** e **Lucca (11 milioni, -5,4%)**. **Prato e Pistoia, con una spesa media familiare di 73€ e 68 €, sono le province in cui si investe di più per l'acquisto di prodotti informatici**. Grosseto e Livorno, rispettivamente -7,4% e -7,2%, sono infine le province in cui si registrano i cali maggiori dei volumi d'acquisto.

Tendenze nazionali che si riscontrano anche in Toscana

Gli intervistati vivono uno stato **d'animo di sfiducia e incertezza, dominato dalla sensazione di impossibilità alla programmazione. Molti si sentono infatti impotenti e "paralizzati" e, sollecitati a immaginare il futuro, mostrano di avere più "speranza" che "voglia di lottare"**.

Nel Centro Italia, in linea con la media nazionale, l'83% degli intervistati dall'indagine Findomestic – Ipsos ha la percezione che la situazione economica generale si sia aggravata rispetto al 2010.

Per quanto riguarda la propria situazione economica personale, il 65% degli intervistati ritiene che non sia migliorata rispetto all'anno precedente. Un dato, quest'ultimo, di poco più elevato rispetto al totale di coloro i quali (il 62%), sempre nell'Italia centrale, ritengono di non riuscire ad incrementare la propria quota di risparmio di qui a 12 mesi (la media nazionale è del 65%). Solo il 25% del campione pensa di riuscire ad aumentare l'accantonamento delle proprie risorse, contro il 26% della rilevazione nazionale. Di fronte alla crescente disoccupazione, alla riduzione del potere d'acquisto e ad un clima sociale d'incertezza, la maggioranza ha modificato il proprio stile di vita rispetto al passato. Poco meno del

70% di quanti sono stati coinvolti dall'indagine, inoltre, ha evidenziato il fatto di aver dovuto modificare le proprie abitudini di spesa per fare fronte ai cambiamenti dello scenario economico, mentre a livello medio nazionale l'incidenza è stata un po' più bassa: 67%. Infine, il 43% dei consumatori del Centro Italia ritiene che dovrà ridurre le spese nel prossimo futuro, contro una media del Paese del 47%. Sollecitati circa un'eventuale uscita dalla crisi, ben il 46% di quanti hanno risposto ritiene che la **situazione comunque non tornerà quella di prima: gli intervistati modificheranno il proprio modus vivendi, evitando gli sprechi e ponderando maggiormente le spese**. Il 40% degli intervistati, invece, dichiara di mantenere la speranza di superare la crisi ed afferma che in futuro si tornerà a fare acquisti come prima. La ricerca evidenzia come i più abbienti continuino ad acquistare prodotti di fascia alta, riducendo eventualmente la frequenza e la quantità degli acquisti, mentre i meno abbienti, oltre ad acquistare meno e meno spesso, sono costretti a ripiegare su prodotti di fascia più bassa.

Stefano Martini
Responsabile Osservatorio Findomestic