

I'Osservatorio

annuale

2011

**I mercati
dei beni durevoli
e le nuove tendenze
di consumo**



 **Findomestic**
GRUPPO BNP PARIBAS 

Più responsabili, insieme

l'Osservatorio annuale

2011

**I mercati
dei beni durevoli
e le nuove tendenze
di consumo**



Periodico annuale
Edizione 2011

Direttore responsabile
Marina Beccantini

Direttore
Stefano Martini

Redazione
Claudio Bardazzi

Realizzazione
mediastudio-fi.com
Progetto grafico e impaginazione Emanuele Coggiola
Coordinamento grafico Marcello Barsotti

Foto
Fotolia - USA
Istockphoto - Canada

Proprietario ed Editore
Findomestic Banca S.p.A.
Via Jacopo da Diacceto, 48 - 50123 Firenze

Registrazione Tribunale di Firenze n° 4823 del 19/08/1998

I mercati
dei beni durevoli
e le nuove tendenze
di consumo


Indice

I mercati	4
Le nuove tendenze di consumo	36
Gli italiani e il credito al consumo	48
I giovani e i beni durevoli	54
Analisi dei mercati con focus regionali	70
Abruzzo	83
Basilicata	91
Calabria	97
Campania	104
Emilia Romagna	111
Friuli Venezia Giulia.....	120
Lazio	127
Liguria	134
Lombardia	141
Marche	153
Molise.....	160
Piemonte	166
Puglia	175
Sardegna.....	182
Sicilia	189
Toscana.....	198
Trentino Alto Adige	209
Umbria.....	215
Valle d'Aosta	221
Veneto	226





I mercati



Panoramica
sull'andamento dei
principali mercati dei
beni durevoli in Italia.

Nota metodologica

Analogamente alle precedenti edizioni dell'Osservatorio, anche quest'anno nella sezione di analisi dei mercati vengono prese in considerazione le categorie di beni durevoli maggiormente rilevanti in termini di potenziale di spesa finanziabile attraverso credito al consumo.

Per i mercati dell'auto e dell'informatica, nei quali il segmento business rappresenta una quota rilevante della domanda complessiva, vengono fornite, in aggiunta a valutazioni relative all'intero settore, alcune considerazioni riguardanti il solo segmento famiglie.

Quest'anno l'Osservatorio si arricchisce di un'analisi sul settore fotovoltaico, sviluppata su dati ufficiali e stimati da Prometeia, che ne inquadra lo stato attuale e le potenzialità di sviluppo.

Per tutti i comparti, l'analisi dei trend storici è corredata da stime sulla chiusura del 2010.

Tutte le analisi tengono conto delle informazioni congiunturali rese disponibili dalle principali fonti accreditate (ISTAT, data provider privati, associazioni di categoria, stampa specializzata), vengono armonizzate e risultano coerenti con i dati sui consumi delle famiglie di fonte ufficiale (ISTAT). Le stime per la chiusura del 2010 fanno riferimento allo scenario macroeconomico e dei consumi di Prometeia, aggiornato a gennaio 2011.



Lo scenario economico

Il quadro macroeconomico internazionale e interno.

L'attività economica internazionale, dopo aver mostrato nella prima parte del 2010 un ritmo di ripresa relativamente sostenuto, dopo l'estate hanno sperimentato un rallentamento. Le economie avanzate hanno, infatti, iniziato a scontare il progressivo esaurirsi dei programmi di stimolo fiscale attuati per contrastare gli effetti della crisi, insieme ad un minor contributo proveniente dal ciclo di ricostituzione delle scorte. Allo stesso tempo sulla domanda interna hanno gravato le difficoltà del mercato del lavoro e la necessità di ridurre la leva finanziaria da parte di famiglie e banche. Nelle aree emergenti la crescita si è mantenuta dinamica, sebbene abbia mostrato qualche segnale di rallentamento, soprattutto per il sopraggiungere di politiche monetarie di segno restrittivo.

Se nelle aree emergenti la crescita economica si mantiene dinamica, per le economie avanzate, che dopo l'estate hanno sperimentato un rallentamento, si prospetta una lunga fase di ripresa a tassi moderati, inferiori alle medie degli anni precedenti la crisi. Per quanto riguarda l'economia italiana, la fase di ripresa è proseguita, sia pure a ritmi moderati e più contenuti rispetto a quelli mostrati dai maggiori partner Europei.

Il percorso di uscita dalla crisi prospettato per i consumi delle famiglie è piuttosto lento. Lo scarso potere d'acquisto e l'incertezza relativa al mondo del lavoro, spingono i consumatori a ridurre gli sprechi e a contenere la spesa soprattutto all'interno del mercato dei beni durevoli.

Prodotto interno lordo (var.%)*				
	2008	2009	2010	2011
Uem	0,3	-4,0	1,7	1,4
Stati Uniti	0,0	-2,6	2,8	3,2
Giappone	-1,2	-6,3	4,2	1,5
Mondo	3,3	-0,2	5,2	4,2

*Scenario di riferimento: gennaio 2011

vo, indotto dai rischi di un possibile surriscaldamento (soprattutto con riferimento al mercato immobiliare) e di una ripresa inflazionistica in diversi paesi. Sebbene si assuma il prolungamento del rallentamento per alcuni trimestri, il persistente dinamismo della domanda nei paesi emergenti e, soprattutto, la politica monetaria ancora orientata in senso espansivo nei principali paesi industrializzati dovrebbero impedire una nuova caduta dell'attività economica. Si prospetta quindi uno scenario di lento riassorbimento delle ripercussioni della crisi per le economie avanzate, che comporta una lunga fase di crescita a tassi moderati, inferiori alle medie degli anni precedenti la crisi. A livello mondiale dovrebbe consolidarsi, quindi, la duplice velocità di crescita tra paesi emergenti ed avanzati, con conseguente mutamento del peso relativo tra le due grandi aree.

L'area dell'Euro non dovrebbe discostarsi dalle tendenze prevalenti a livello mondiale. Dopo il risultato particolarmente positivo del secondo trimestre, determinato in larga parte dalla ripresa della Germania – che ha trovato forte sostegno nel balzo delle esportazioni – si è registrata una decelerazione del ritmo di crescita nel terzo trimestre. Gli indicatori qualitativi hanno mantenuto un'intonazione positiva in chiusura 2010, più netta in Germania, rispetto agli altri paesi. Per l'Europa la ripresa tedesca è una sicurezza, anche se il rallentamento della sua crescita media annua tra il 2010 e il 2011 sarà inevitabile e avrà riflessi sull'intera area euro.

Per quanto riguarda l'economia italiana, in Italia, il rallentamento della crescita è cominciato già dalla scorsa estate: dopo un primo semestre di crescita in progressiva accelerazione nel 2010, la seconda parte dell'anno ha cominciato a risentire degli effetti della fine della Tremonti ter sugli investimenti, di un forte afflusso di importazioni e della riduzione della domanda pubblica. Il 2011, in cui sarà più evidente il rallentamento della crescita della domanda estera, si prospetta in leggero rallentamento rispetto al 2010 (+0.9%).



I consumi delle famiglie italiane.

I consumi delle famiglie hanno iniziato a mostrare, nei primi nove mesi del 2010, deboli segnali di recupero rispetto ai livelli del corrispondente periodo del 2009, nonostante la scarsa formazione di potere d'acquisto e il contesto di forte incertezza, legata soprattutto al mercato del lavoro.

L'andamento si è mantenuto tuttavia piuttosto altalenante, riflettendo il rimbalzo degli acquisti di beni durevoli. Dopo un primo trimestre influenzato positivamente dalla presenza degli incentivi al settore dell'auto, validi per gli acquisti effettuati entro dicembre 2009 per immatricolazioni da registrare entro marzo 2010, i consumi hanno ristagnato nel secondo trimestre, per poi tornare a crescere nel terzo.

Le difficoltà in cui ancora versano i consumi delle fa-

Le componenti del PIL – Italia*

	Valori (mln di Euro)	Var. % in termini reali			
		2008	2009	2010	2011
PIL	1.567.639	-1,3	-5,1	1,0	0,9
Consumi interni	937.907	-1,0	-1,9	0,7	0,6
Spesa delle A.P. e I.S.P.**	323.251	0,8	0,6	-0,5	-0,3
Investimenti	324.827	-4,0	-12,2	3,0	2,5
Esportazioni	451.834	-3,9	-19,1	8,1	6,4
Importazioni	461.328	-4,3	-14,6	8,7	5,9

* Scenario di riferimento: gennaio 2011

** Amministrazione Pubblica e Istituzioni Sociali Private per i servizi alla famiglia

miglie italiane sono chiaramente evidenziate dall'andamento della spesa alimentare, che dopo due anni di calo dei volumi, continua a mantenersi debole, riflettendo i nuovi modelli di consumo adottati dalle famiglie in risposta a condizioni di difficoltà economica persistente. Alla base di tali modelli vi è selettività delle scelte, fortemente orientate alla riduzione degli sprechi, e un progressivo spostamento verso i canali distributivi che offrono maggiori possibilità di risparmio, tutti fattori che determinano un contenimento del valore degli acquisti.

Per i beni durevoli, dopo il risultato positivo del primo trimestre 2010, già a partire dal secondo il contributo all'andamento dei consumi è diventato negativo. La domanda di questi beni ha risentito sensibilmente del venire meno, a partire da aprile, del sostegno degli incentivi al settore dell'auto. Il mercato dell'automobile si è mostrato, infatti, per la restante parte dell'anno, in forte difficoltà, almeno relativamente agli acquisti da parte dei privati. Stimiamo che in media d'anno la domanda di beni durevoli risulti poco inferiore rispetto al 2009, a fronte di una dinamica dei prezzi moderatamente negativa. A fronte delle difficoltà incontrate dai settori legati alla mobilità, la domanda è sostenuta dalle buone performance dei beni caratterizzati da forte innovazione e da dinamiche di prezzo favorevoli (quali la telefonia e l'elettronica di consumo), sebbene più modeste rispetto a quelle del periodo pre-crisi.

Nel complesso il percorso di uscita dalla crisi prospettato per i consumi delle famiglie è piuttosto lento, condizionato anche nel 2011 dalla moderata formazione di potere d'acquisto. Nonostante il rafforzamento del cambio Euro/Dollaro, che contribuisce a contenere i prezzi nei settori ad elevata incidenza di prodotti di importazione (*high tech* in primis) favorendone la domanda, i consumi sono stimati mostrare una crescita più lenta rispetto a quella di lungo periodo, restando alla fine del 2011 ancora al di sotto dei livelli del 2007.

Peraltro, oltre agli effetti della crisi, sull'evoluzione dei consumi italiani continuano a influire alcuni fattori strutturali, non solo di tipo economico ma anche demografici e sociali, che da almeno un decennio ne hanno ostacolato la crescita, determinando il *gap* esistente rispetto ai principali *partner* europei. Un basso tasso di partecipazione lavorativa delle donne, l'invecchiamento della popolazione e la scarsa concorrenza nel settore dei servizi, che accresce l'onerosità di alcune voci di spesa incompressibili, insieme alla crescente disuguaglianza nella distribuzione di redditi e ricchezza da anni smorzano le potenzialità di sviluppo dei consumi delle famiglie italiane, soprattutto quelli maggiormente desiderati.

I consumi interni

	Valore 2008	Valore 2009	Valore 2010
Totali (mln di Euro)	937.907	918.730	939.608
Pro capite	15.807	15.376	15.646

Scenario di riferimento: gennaio 2011

I consumi interni totali - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2008	-1,0	3,2	2,2
2009	-1,9	-0,1	-2,0
2010	0,7	1,5	2,3

Scenario di riferimento: gennaio 2011

I consumi di beni durevoli*

	Valore 2008	Valore 2009	Valore 2010
Totali (mln di Euro)	84.589	81.834	80.669
Pro capite	1.426	1.370	1.343

Scenario di riferimento: gennaio 2011

* Il comparto dei durevoli comprende, oltre ai beni analizzati nell'Osservatorio (auto, moto, elettrodomestici, mobili, ...), i seguenti comparti: cristalleria e casalinghi, gioielleria, piccole imbarcazioni, strumenti musicali, apparecchi per il giardinaggio.

I consumi di beni durevoli* totali - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2008	-7,0	0,4	-6,7
2009	-3,8	0,6	-3,3
2010	-0,6	-0,8	-1,4

Scenario di riferimento: gennaio 2011

* Il comparto dei durevoli comprende, oltre ai beni analizzati nell'Osservatorio (auto, moto, elettrodomestici, mobili, ...), i seguenti comparti: cristalleria e casalinghi, gioielleria, piccole imbarcazioni, strumenti musicali, apparecchi per il giardinaggio.

Nel 2010 il mercato dei veicoli registra una nuova flessione degli acquisti da parte delle famiglie italiane.

Auto nuova, auto usata, motoveicoli e camper: il trend negativo del 2010 accomuna senza eccezioni tutti i settori dell'aggregato.

La spesa per i veicoli

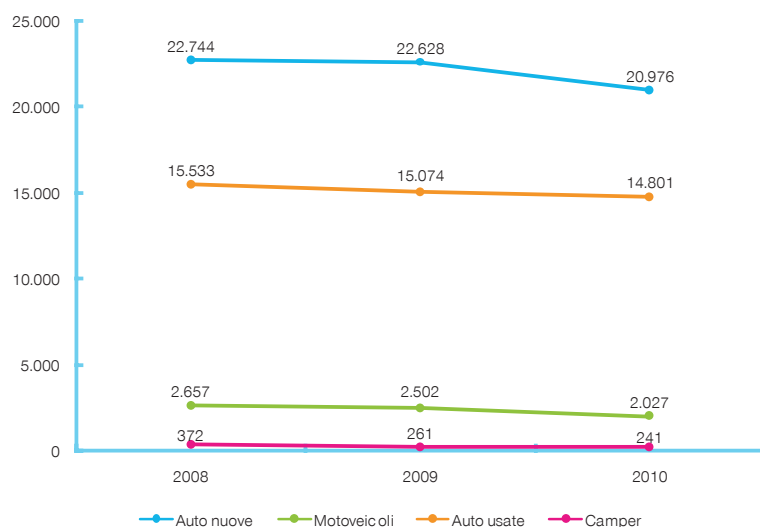
La spesa (famiglie) per veicoli – Valore (mln di Euro)

Valore 2008	Valore 2009	Valore 2010
41.306	40.465	38.045

La spesa (famiglie) per veicoli – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2008	-13,1	1,1	-12,1
2009	4,7	-6,4	-2,0
2010	-11,5	6,2	-6,0

Andamento del valore (mln di Euro) dei segmenti compresi nell'aggregato "veicoli" (famiglie)



Fonte: Findomestic su dati Prometeia

Il bilancio della crisi risulta particolarmente negativo per la spesa per veicoli. Dopo la contrazione del biennio 2008-2009, anche il 2010 si chiude con una diminuzione degli acquisti da parte delle famiglie.

Nel 2009 la contrazione del valore degli acquisti era stata determinata dall'andamento dei prezzi (in riduzione soprattutto per la presenza degli incentivi al settore dell'auto, che si traducevano in uno sconto vero e proprio sul prezzo finale pagato dall'acquirente), a fronte di una dinamica dei volumi che a consuntivo si era mostrata positiva. Nel 2010 si osserva, invece, una più forte contrazione del mercato (-6.0% in valore), interamente imputabile al calo dei volumi domandati (-11.5% in termini di quantità valorizzate a prezzi costanti), mentre i prezzi medi sono tornati a crescere del 6.2%, scontando, per il settore dell'auto nuova, il venir meno dell'incentivo governativo.

All'andamento cedente del 2010 contribuiscono tutti i settori compresi nell'aggregato. Le forti difficoltà incontrate nell'ultimo triennio dalle famiglie sul fronte di redditi e ricchezza e la persistente incertezza sul mercato del lavoro hanno penalizzato tutti gli acquisti non necessari, soprattutto se d'importo unitario elevato. Pertanto, venuto meno lo stimolo degli incentivi ad anticipare la sostituzione, gli acquisti di veicoli sono crollati. Neppure il mercato dell'usato, che pure è avvantaggiato rispetto a quello del nuovo nei periodi di congiuntura economica sfavorevole, è riuscito nel 2010 a invertire il trend negativo.

Anche gli incentivi concessi nel 2010 al settore dei motoveicoli, per la sostituzione di mezzi obsoleti con nuovi veicoli meno inquinanti, sono stati del tutto insufficienti, dati gli importi stanziati, a portare su un trend positivo le immatricolazioni, che chiudono l'anno con una netta contrazione, anche nei segmenti interessati dal bonus.



Auto nuove

Nella sezione dell'Osservatorio dedicata al settore dell'automobile si analizzano le dinamiche che stanno interessando le immatricolazioni di auto nuove e la composizione del parco circolante. I volumi relativi all'immatricolato, frutto di elaborazioni di Prometeia su dati di fonte UNRAE, si riferiscono al complesso delle vetture, compresi i fuoristrada. Oltre ad analizzare le tendenze del mercato complessivo si mostreranno le dinamiche specifiche per tipo di alimentazione, struttura qualitativa e segmento di domanda, indicando gli specifici andamenti attesi per la domanda delle famiglie e delle aziende.

La struttura del mercato: immatricolazioni e parco.

Il perdurare delle incertezze sulla situazione economica e l'assenza di incentivi a sostegno del rinnovo del parco hanno condizionato pesantemente la domanda di autovetture nel 2010.

Dopo un 2009 in tenuta, grazie sostanzialmente all'efficacia delle misure di incentivazione che hanno consentito di chiudere l'anno sui livelli del 2008 nonostante le difficili condizioni economiche, il 2010 chiude con un intenso calo. Il numero delle nuove vetture immatricolate risulta inferiore ai 2 milioni, per la prima volta dal 1996. Gli incentivi alla sostituzione in corso nel 2009 (e con diverse modalità negli anni precedenti) avevano anticipato parte della domanda di rinnovo del circolante delle famiglie. Inoltre l'atteso recupero del quadro economico appare ancora incerto, con segnali positivi per le aziende che riprendono a domandare nuove autovetture ma indicazioni ancora negative per le famiglie, che

Il perdurare delle incertezze sulla situazione economica e l'assenza di incentivi a sostegno del rinnovo del parco hanno condizionato pesantemente la domanda di autovetture nel 2010. Il numero delle nuove vetture immatricolate, per la prima volta dal 1996, risulta inferiore ai 2 milioni. Lo scadere delle politiche di incentivo pubblico, che hanno sostenuto alcuni segmenti di domanda a tutto il mese di marzo 2010, ha portato a un ridimensionamento delle immatricolazioni di auto di cilindrata medio-piccola e ad alimentazione alternativa. A mostrare una tenuta delle vendite è il gpl, che conta su una maggior capillarità della rete di distribuzione del carburante. Il fenomeno delle auto elettriche rimane invece marginale. Dopo il ridimensionamento progressivo dell'ultimo quinquennio, nel 2010 torna a crescere la quota di autovetture diesel sul totale delle immatricolazioni grazie al recupero della domanda delle aziende.



Il mercato dell'auto in Italia						
	(000 di unità)			(var. %)		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Immatricolazioni (000 di unità)	2.175	2.171	1.973	-13,5	-0,2	-9,1
Parco circolante (000 di unità)	30.391	30.475	30.513	0,5	0,3	0,1
Tasso di motorizzazione¹	512	510	508	×	×	×
Tasso di motorizzazione qualificato²	744	745	745	×	×	×
Tasso di sostituzione (%)³	6,7	6,9	6,3	×	×	×

¹ Parco auto (per 1000) su popolazione complessiva.

² Parco auto (per 1000) su popolazione in età compresa tra i 18 e i 70 anni.

³ È definito come $(ROTT_t / PARCO_{t-1}) * 100$; ROTT = numero di auto rottamate.



vedono le loro prospettive di spesa condizionate da un tasso di disoccupazione in aumento e redditi in ridimensionamento. Nel complesso quindi, dopo un primo trimestre 2010 positivo grazie agli incentivi ancora in vigore, il mercato ha iniziato dal mese di aprile a segnare tassi negativi a due cifre, consolidando un calo delle vendite del -9.1% rispetto al 2009. La dinamica negativa è in accentuazione nella seconda parte dell'anno, che risente anche del confronto con mesi 2009 particolarmente positivi grazie al sostegno delle politiche pubbliche. Il parco circolante continua a crescere in maniera modesta a causa della debolezza della nuova domanda. Nel

2010 l'incremento percentuale stimato è dello 0.1%, in ulteriore attenuazione. Il numero di autovetture presenti in Italia è pari a 30.5 milioni circa, con un tasso di motorizzazione decisamente elevato. Il rapporto tra auto circolanti e popolazione è stimato in modesta riduzione, segno della crisi economica che porta alcune fasce della popolazione a rinunciare all'autovettura. Si consideri che in alcune aree del nord i tassi di motorizzazione sono decisamente alti, con la presenza di due/tre autovetture per famiglia, e che sulla popolazione si scontano gli effetti legati all'invecchiamento. La riduzione è, infatti, più modesta se si guarda al tasso di motorizzazione qualificato (quello riferito alla popolazione tra i 18 e i 70 anni di età). Il tasso di sostituzione, dopo l'aumento del 2009 legato alla presenza delle politiche a sostegno del rinnovo del circolante, è stimato ridursi nel 2010 al 6.3%.

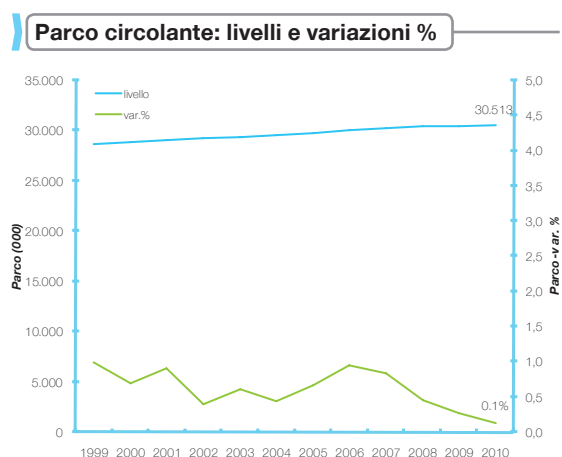
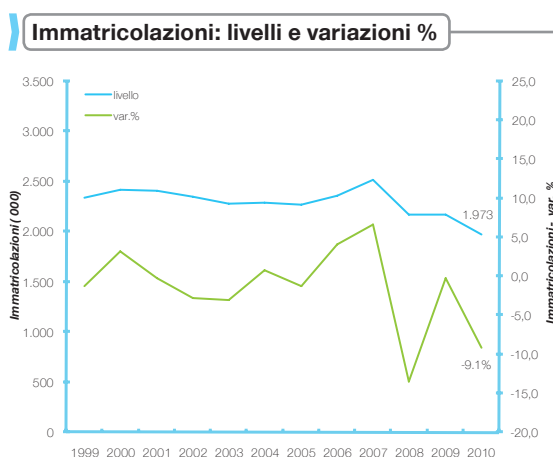
La qualità del parco e la composizione delle immatricolazioni.

Gli andamenti che hanno caratterizzato il mercato dell'auto nell'ultimo biennio sono stati condizionati dalle politiche di incentivo pubblico che hanno sostenuto alcuni segmenti di domanda a tutto il mese di marzo 2010, in particolare le auto con alimentazioni alternative e classe di cilindrata media.

Vediamo più in dettaglio le dinamiche relative all'evoluzione di parco e immatricolato per alimentazione. È proseguito per tutto il 2009, in accelerazione, il ridimensionamento della quota di autovetture diesel sul totale delle immatricolazioni. La riduzione della penetrazione dell'alimentazione diesel è stata determinata dal mutare delle scelte delle famiglie che hanno iniziato a spostarsi, dal 2007, sulle alimentazioni alternative, fenomeno che ha preso decisamente vigore nei periodi più recenti grazie agli specifici incentivi a favore di gpl e metano. Nel 2010, invece, la quota di vetture a gasolio sul totale delle vendite risulta in crescita rispetto al 2009, grazie al recupero della domanda delle aziende, che continuano a privilegiare l'autovettura diesel caratterizzata da migliori performance su percorrenze medie elevate, e allo scadere degli incentivi per le auto ecologiche.

Il rallentamento della domanda di auto nuove porta a una stabilizzazione attorno al 34% della quota delle auto diesel sul parco circolante; i modesti spazi di crescita sono legati alla vita media maggiore di questa alimentazione rispetto alle altre.

A tutto dicembre 2010 si registra un calo delle vendite di auto con alimentazioni alternative maggiore del totale (-26.5%). Il risultato è frutto del confronto con un 2009 in cui la domanda era stata stimolata da in-

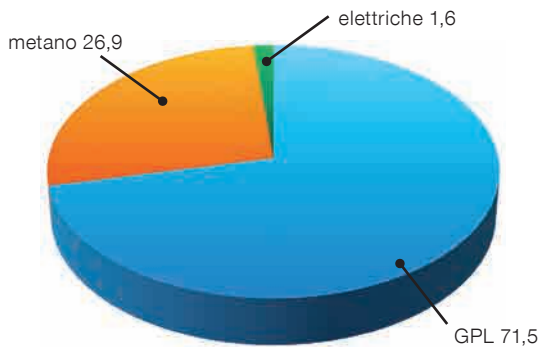


Quota auto diesel (%)

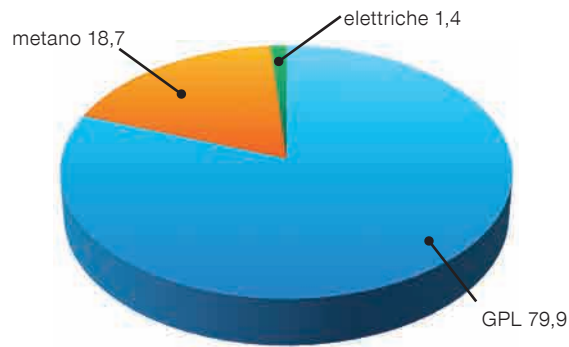
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Sul tot. delle immatricolazioni	58,9	58,6	55,9	50,8	42,0	46,1
Sul tot. del parco circolante	27,5	29,8	31,8	33,0	33,5	34,1

Il mercato delle auto con alimentazioni alternative (gpl, metano, elettriche)						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Immatricolazioni	24.460	27.702	94.788	158.426	477.593	351.261
Quota % sul totale delle immatricolazioni	1,0	1,1	4,4	7,3	24,2	17,8

Immatricolazioni delle auto con altre alimentazioni: quote % 2009



Immatricolazioni delle auto con altre alimentazioni: quote % 2010



centivi davvero vantaggiosi per queste alimentazioni. La riduzione sul costo d'acquisto si posizionava tra i 3 mila e i 5 mila Euro (a seconda delle emissioni del nuovo veicolo) in caso di sostituzione di una vecchia vettura inquinante.

Immatricolazione delle auto con altre alimentazioni: quote 2010.

Il maggior successo si è avuto per il gpl, grazie alla maggior capillarità della rete di vendita per questo carburante. Tale alimentazione si conferma quella con maggiore potenzialità, guadagnando oltre 8 punti di quota sul totale delle alimentazioni alternative. Il fenomeno delle auto elettriche rimane marginale, anche se è un segmento in cui sono riposte

ottime aspettative per il futuro e su cui le case automobilistiche stanno investendo. A tutt'oggi la quota di immatricolato è attorno all'1% del totale e quasi un terzo del mercato è concentrato in Lombardia.

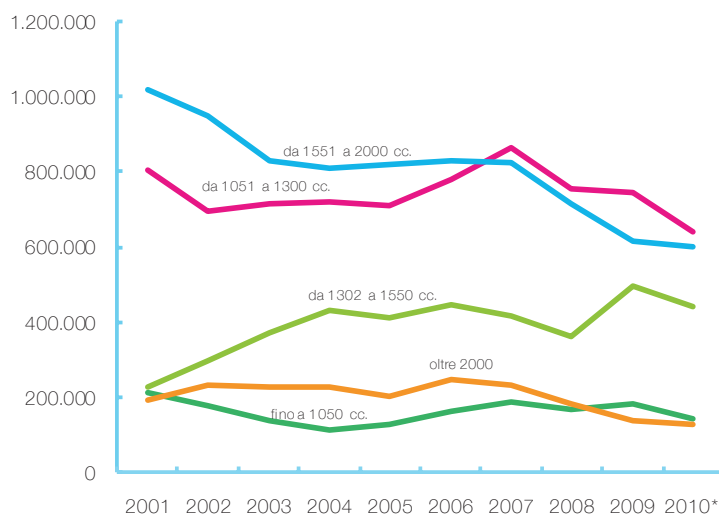
Per quanto riguarda le cilindrata, le maggiori riduzioni della domanda si concentrano nei segmenti delle 'piccole' e 'medie'. Tiene maggiormente la domanda di auto da 1550 a 2000 di cilindrata, grazie alla ripresa della domanda delle imprese, che privilegiano veicoli medio-grandi con alimentazione a gasolio. Il forte calo dei segmenti minori è legato al confronto con il 2009, anno in cui tali vetture erano incentivate. Come conseguenza di questi fenomeni, l'indice di qualità dell'immatricolato, dopo la drastica riduzione



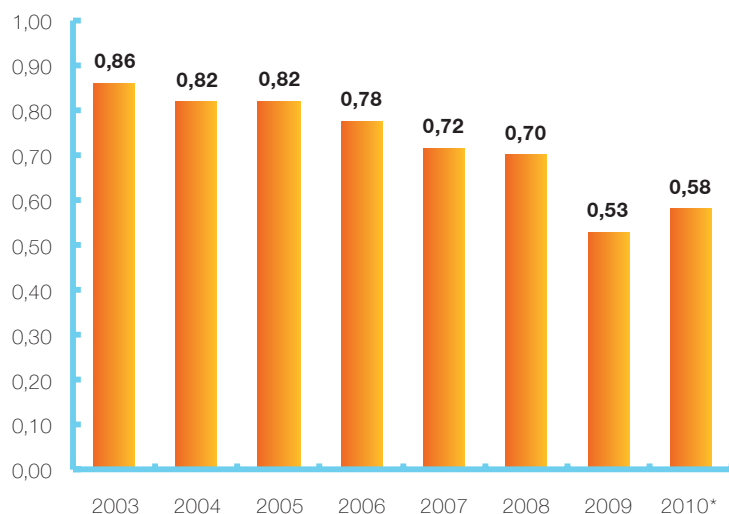
Le immatricolazioni per cilindrata

	2009	2010	Var. %
fino a 1050 cc	179.533	140.415	-21,8
da 1051 a 1300 cc	744.668	654.717	-12,1
da 1301 a 1550 cc	494.817	455.354	-8,0
da 1551 a 2000 cc	614.600	599.431	-2,5
Oltre 2000 cc	137.607	122.730	-10,8
Totale	2.171.225	1.972.647	-9,1

L'evoluzione delle immatricolazioni per cilindrata



*Stima basata sui dati rilevati fino a ottobre 2010

Indice di qualità dell'immatricolato
(immatricolato > 1600cc / immatricolato < 1600cc)

del 2009 causata dalla crisi economica e dalla presenza di incentivi che avevano spostato la domanda sulle cilindrata minori, torna a crescere nel 2010 posizionandosi sullo 0,58, ben lontano dai livelli pre-crisi.

Il mercato famiglie e il mercato aziende.

Nel 2009 il mercato era stato sostenuto dalla domanda delle famiglie, in crescita del 12,5% rispetto ai modesti livelli 2008. Le politiche di sostegno alla rottamazione, con un importo economico certamente più significativo rispetto ai precedenti anni, hanno consentito di realizzare un incremento della domanda famiglie nonostante il contesto economico negativo. Per contro il 2010 sconta l'assenza degli incentivi, che hanno esaurito i loro effetti nel mese di marzo 2010, e una congiuntura economica ancora negativa per le famiglie. La disoccupazione si è, infatti, mantenuta in crescita e i redditi reali hanno continuato a diminuire anche nel 2010. La domanda delle famiglie subisce così una contrazione in media d'anno del 15,8%.

Questo segmento di domanda, dopo il picco del 2009, anno in cui aveva rappresentato il 77% delle vendite complessive a volume, copre in quota il 72% del totale, valore che ritorna in linea con gli ultimi anni storici.

Le immatricolazioni delle aziende hanno risentito pesantemente della crisi economica partita nel 2008 e culminata nel 2009, con riduzioni a due cifre della produzione industriale. Anche i segmenti più dinamici come quelli del noleggio hanno segnato un significativo rallentamento: sostanzialmente si sono bloccati i rinnovi delle flotte aziendali in attesa di segnali di ripresa. Tali segnali hanno iniziato ad arrivare nel 2010, portando a una svolta nei tassi di variazione dell'immatricolato delle aziende. Dal mese di marzo, infatti, il mercato è in crescita rispetto allo stesso periodo 2009, chiudendo l'anno con un incremento a due cifre (+13,2%). Si consideri che si tratta di una crescita dopo un biennio negativo, su volumi di vendite modesti (561 mila pezzi), in linea con i livelli del 2000.

Il mercato business è ancora condizionato da situazioni d'incertezza sulla ripresa economica, legate ai segnali contrastanti che arrivano dai principali indicatori, che spingono le aziende alla prudenza. Il clima di fiducia delle imprese è in stabile e progressiva ripresa ma è ancora su livelli decisamente modesti rispetto agli anni pre-crisi.

Nel 2010, a fronte di una contrazione superiore al 15% per il numero di nuove autovetture domandate dalle famiglie, la riduzione del mercato a valore è stimata fermarsi intorno ai 7 punti percentuali.

Le immatricolazioni per segmento di clientela: (000 di unità e var. %)

	(000 di unità)			(var. %)		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Famiglie	1.489	1.675	1.411	-18,4	12,5	-15,8
Aziende	686	496	561	-0,6	-27,8	13,2

Il valore del mercato famiglie (mln di Euro)

	2008	2009	2010
Valore (livelli)	22.744	22.628	20.976
Valore (var. %)	-17,4	-0,5	-7,3
Quota % su consumi durevoli	26,9	27,7	26,0
Quota % su consumi totali	2,4	2,5	2,2

Il valore del mercato famiglie per aree geografiche (mln di Euro)

	Valore (mln di Euro)		
	2008	2009	2010
Nord-ovest	7.477	7.332	6.956
Nord-est	5.218	5.070	4.748
Centro	4.990	5.051	4.607
Sud e isole	5.059	5.175	4.665
Totale Italia	22.744	22.628	20.976
	Spesa per famiglia (Euro)		
	2008	2009	2010
Nord-ovest	1.064	1.034	972
Nord-est	1.071	1.029	952
Centro	1.026	1.024	921
Sud e isole	642	651	581
Totale Italia	923	909	833



Tale risultato è legato a un incremento del prezzo medio di acquisto del 10,0% rispetto ai livelli del 2009, condizionati dagli incentivi. Il valore medio dell'auto acquistata dalle famiglie nel 2009, e nei primi tre mesi del 2010, ha risentito sia della ricomposizione qualitativa della domanda verso le auto di minore cilindrata sia dell'ulteriore riduzione di prezzo, di cui le famiglie hanno potuto beneficiare per la presenza del bonus.

Tale flessione ha portato il peso della domanda a valore di autovetture sul totale dei consumi durevoli a ridursi di circa 2 punti quota.

La contrazione della spesa è generalizzata a tutte le aree territoriali, con una forbice che va da un minimo di -5.1% al Nord-ovest

alla massima riduzione stimata per il Mezzogiorno (-9.8%).

In tale area territoriale si era assistito nel 2009 ad un incremento del 2.3% della spesa, con un aumento anche della spesa per famiglia, in riduzione in tutte le altre macro-aree. Le dinamiche positive sono da imputarsi al maggior successo delle politiche di incentivo in queste regioni, con un migliore andamento dei volumi di vendita. Il sostegno pubblico al rinnovo del parco ha consentito alle aree del sud di ridurre il gap in termini di capacità di spesa delle famiglie con le regioni del centro-nord. Nonostante questo la stima per il 2010 è di un potenziale per famiglia inferiore ai 600 Euro, ben lontano dagli oltre 900 Euro delle altre macro-aree.



Nonostante il venir meno di incentivi orientati all'acquisto del nuovo, il mercato dell'usato mostra nel 2010 una nuova flessione in termini di passaggi di proprietà, anche se più contenuta rispetto al biennio precedente. Le vendite di veicoli usati a privati sono tuttavia risultate pari a circa il doppio delle immatricolazioni di nuove auto, e guadagnano oltre 3 punti percentuali rispetto al 2009 in termini di quota sul mercato totale destinato ai privati.

Auto usate

Nel corso del 2010 si stima che gli acquisti di automobili usate da parte di persone fisiche abbiano mostrato un'ulteriore flessione (-3.1% in volume), sebbene in decelerazione rispetto 2008 e al 2009. Tale evoluzione conferma la situazione di perdurante affanno che interessa da ormai più di un triennio i consumi delle famiglie.

Nonostante il venir meno degli incentivi governativi all'acquisto di nuove autovetture a partire dal mese di aprile, la situazione sul mercato dell'usato si è mantenuta debole.

Sulla dinamica del mercato dell'usato hanno influito negativamente, oltre alla minore disponibilità economica degli italiani, il protrarsi fino al primo trimestre dell'effetto degli ecoincentivi 2009 per l'acquisto di nuove vetture (validi per gli ordini effettuati entro la fine dell'anno, ma con possibilità di immatricolazione fino a marzo del 2010). La caduta della domanda si è poi accentuata nel secondo semestre del 2010, periodo durante il quale i passaggi di proprietà verso privati si stima abbiano mostrato un calo del 4.5% tendenziale.

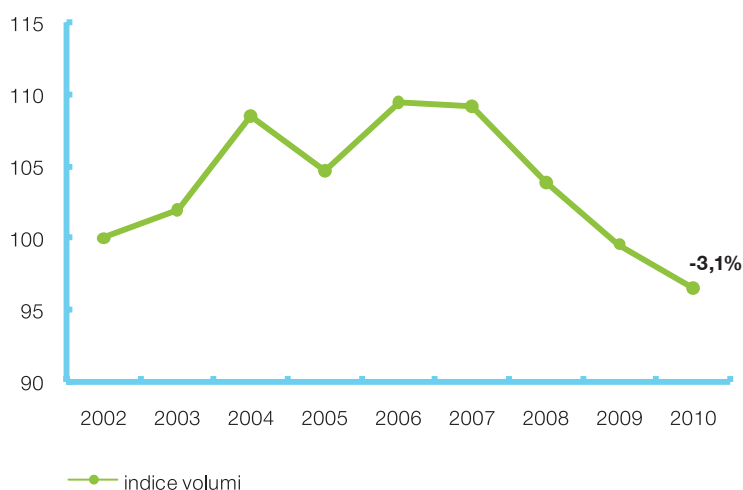
La situazione risulta così solo in parte migliorata rispetto all'anno precedente, per effetto della domanda attivata dai possessori di veicoli obsoleti che, a fronte di una sostituzione non più procrastinabile, hanno preferito rivolgersi al mercato dell'usato.

Il mercato delle auto usate acquistate dai privati è stimato, dunque, valere nel 2010 poco meno di 15 miliardi di Euro, registrando una moderata flessione rispetto all'anno precedente; i pezzi scambiati flettono del 3.5%, arretrando a circa 2.5 milioni, con un prezzo medio lievemente inferiore ai 5.900 Euro. Il continuo aumento dei prezzi medi rispecchia anche l'immissione sul mercato dell'usato di auto più nuove, dato lo stimolo ad anticipare la sostituzione di veicoli non ancora obsoleti per la presenza di incentivi all'acquisto, fino a tutto marzo, di autovetture ecologiche (non necessariamente vincolati alla rottamazione del veicolo che si andava a sostituire).

Sul contenimento della domanda di auto usate riteniamo che abbiano continuato ad influire, soprattutto in un periodo di stretti vincoli di bilancio, anche gli elevati costi relativi ai passaggi di proprietà (tra i più cari a livello europeo).

Nel 2010 il segmento dell'usato ha continuato, tuttavia, a soddisfare una parte rilevante della domanda complessiva di auto: si stima per il 2010 un numero di passaggi di proprietà verso privati pari a circa il doppio delle immatricolazioni di nuove auto. Il segmento dell'usato guadagna così oltre 3 punti percentuali rispetto all'anno precedente in termini di quota sul mercato totale delle auto acquistate da privati.

Il mercato delle auto usate - L'andamento dei volumi di vendita



Il mercato dell'auto usata in Italia

	2008	2009	2010
N° pezzi (000 di unità)	2.722	2.612	2.522
Valore (mln di Euro)	15.533	15.074	14.801

Il mercato dell'auto usata in Italia - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2008	-4,9	1,2	-3,7
2009	-4,1	1,1	-3,0
2010	-3,1	1,7	-1,8



Motocicli

Incentivi marginali non sono serviti a restituire vitalità al mercato delle due ruote che nel 2010 mostra una marcata contrazione del fatturato e dei pezzi venduti. La flessione maggiore interessa il comparto degli scooter, penalizzati dal confronto con un 2009 sostenuto dagli incentivi. Fa eccezione il risultato positivo delle moto di cilindrata maggiore e delle moto da 'turismo', segmenti destinati a fasce di popolazione meno colpite dalla crisi dei redditi e dell'occupazione. Nel futuro prossimo, per soddisfare le esigenze di mobilità urbana, il mercato potrebbe essere vivacizzato dal potenziamento dell'offerta di scooter ad alimentazione elettrica che, ad oggi, non hanno raccolto il successo sperato.

La struttura del mercato: immatricolazioni e parco.

Il mercato delle due ruote sta attraversando un periodo di difficoltà, con una domanda in contrazione dal 2008. Nel breve periodo non si vedono segnali positivi in grado di dare una svolta alla tendenza di riduzione del numero di pezzi venduti.

Nel 2009, nonostante gli oltre 131 milioni di Euro di incentivi stanziati dal Governo, la domanda complessiva si era ridotta del 4.2% in termini di pezzi. I risultati positivi per i segmenti del targato di bassa cilindrata (compresa tra 51 e 250 cc.) erano stati più che compensati dalle forti



Il mercato dei ciclomotori in Italia

	2008	2009	2010
Vendite (unità)	123.028	99.751	85.922
Parco circolante (unità)	3.691.317	3.369.116	3.113.208
Tasso di motorizzazione qualificato¹	94	85	79
Tasso di sostituzione (%)²	13,0	11,4	10,1

¹ Parco moto (per 1000) su popolazione in età compresa tra i 15 e i 64 anni.

² È definito come $(ROTT_t / PARCO_{t-1}) * 100$; ROTT = numero di ciclomotori rottamati.

Dinamica della domanda di ciclomotori in Italia

	2008	2009	2010
Vendite (var. %)	-5,9	-18,9	-13,9
Parco circolante (var. %)	-10,0	-8,7	-7,6

riduzioni delle vendite di moto sopra i 750 cc e di ciclomotori. Nel 2010 sono stati stanziati incentivi del tutto marginali, 12 milioni di Euro riservati al settore, che si sono esauriti nell'arco di un paio di settimane nel mese di aprile, e una seconda tranche, disponibile da novembre, con un fondo unico non ripartito tra i settori incentivati. Il mercato ha subito quindi un'ulteriore contrazione, del 22.1% sui modesti livelli di immatricolato 2009.

La riduzione del reddito disponibile delle famiglie, in corso dal 2009, sta pesando particolarmente sul mercato dei motocicli, perché colpisce con maggior forza le fasce di popolazione più giovani, con elevata vocazione alle due ruote.

In particolare si riduce del 13.9% la domanda di ciclomotori. Nel mese di aprile, grazie alla presenza delle politiche di sostegno pubblico, le vendite hanno fatto segnare un aumento del 18.4%, in totale contro-tendenza con i risultati dei rimanenti mesi dell'anno. Questo indica che la domanda potenziale esiste, ma è bloccata dai vincoli di reddito. Il sostegno derivante dagli incentivi stanziati nel 2010 è stato tuttavia insuf-

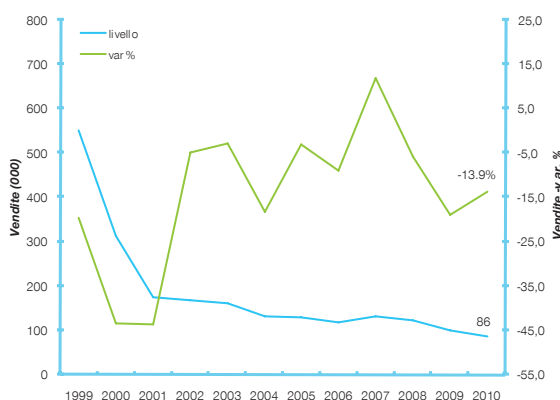
ficiente a riportare la domanda su un trend crescente. Ai primi posti nelle vendite rimangono i modelli di punta delle marche italiane (Piaggio, Aprilia e Malaguti).

Il parco circolante continua a ridimensionarsi a causa della debolezza della domanda legata ai giovanissimi (15-18 anni), condizionata dai vincoli di spesa delle famiglie, e della tendenza a sostituire il veicolo non targato con scooter di cilindrata superiore per i patentati.

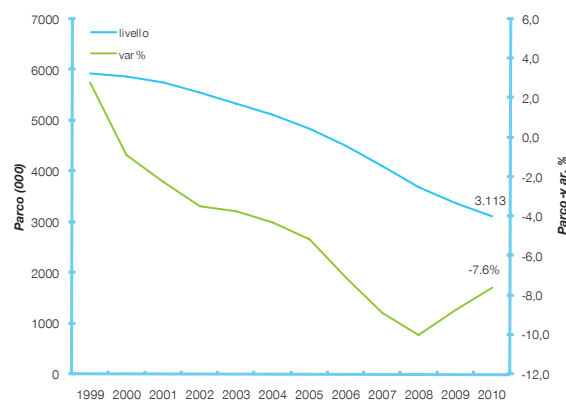
L'acquisto di veicoli di cilindrata superiore a 50 cc., dopo la complessiva tenuta dei livelli nel 2009, subisce una flessione vicina al 24%, scendendo su volumi di poco superiori ai 300 mila pezzi. La debolezza della domanda porta a un ridimensionamento nella crescita del circolante, che a fine 2010 è stimato pari a quasi 6 milioni di moto targate, oltre 160 veicoli ogni 1000 abitanti nella fascia di età 20-64.

Analizzando i dati nel dettaglio, per cilindrata e segmento, spicca il risultato positivo delle moto di cilindrata maggiore, in particolare oltre i 1000 cc, e del segmento 'turismo'. In questo segmento sono stati introdotti modelli di moto particolarmente versatili,

Vendite ciclomotori: livelli e variazioni %



Parco circolante ciclomotori: livelli e variazioni %



Il mercato delle moto in Italia			
	2008	2009	2010
Immatricolazioni (unità)	403.486	404.640	306.828
Parco circolante (unità)	5.534.845	5.780.004	5.945.003
Tasso di motorizzazione qualificato¹	153	158	162
Tasso di sostituzione (%)²	2,8	2,9	2,5

¹ Parco moto (per 1000) su popolazione in età compresa tra i 20 e i 64 anni.

² È definito come $(ROTT_t / PARCO_{t-1}) * 100$; ROTT = numero di motocicli rottamati.

Dinamica della domanda di moto in Italia			
	2008	2009	2010
Immatricolazioni (var. %)	-6,6	0,3	-24,2
Parco circolante (var. %)	4,9	4,4	2,9

con elevate prestazioni, adatti sia a una guida sportiva sia a lunghi viaggi. I risultati positivi sono legati, oltre che agli stimoli dal lato dell'offerta, anche ad una domanda più robusta perché concentrata su fasce di popolazione che sono state meno colpite dalla crisi dei redditi e dell'occupazione in atto. Il target dei guidatori di moto di grossa cilindrata adatte al turismo è, infatti, rappresentato da consumatori più maturi. Per contro gli effetti della crisi e dell'aumento della disoccupazione sulle fasce più giovani sono evidenti dall'andamento in riduzione a due cifre, vicine al 30%, dei segmenti delle 'naked' e delle 'sportive'.

Gli scooter hanno consolidato a tutto dicembre una contrazione maggiore rispetto al totale delle moto (-27.8% rispetto alla riduzione del 24.2% del totale), penalizzati dal confronto con un 2009 sostenuto dagli incentivi. Si segnala una maggior tenuta per i veicoli nella fascia di cilindrata 251-500 cc.

Il mercato potrebbe essere vivacizzato, nel prossimo futuro, dal potenziamento dell'offerta di scooter ad alimentazione elettrica. Per ora i modelli presenti

sul mercato non hanno avuto il successo sperato, ma le case continuano a investire sui veicoli elettrici, a bassissimo impatto ambientale. Tra le novità presentate nell'ultimo trimestre dell'anno si segnala l'uscita dello scooter elettrico di Mercedes. Tali veicoli, con velocità ridotte ma nessun vincolo legato alle emissioni, si prestano in maniera ottimale a coprire le esigenze di mobilità urbana.

Le tendenze illustrate portano la composizione del mercato nel 2010 a spostarsi verso le cilindrato superiori: le moto sopra i 250 cc rappresentano il 41.9% del totale immatricolato. Si tratta di un livello mai raggiunto, che indica in realtà la debolezza del segmento caratterizzato negli ultimi anni da una domanda più robusta e stabile, quello degli scooter,



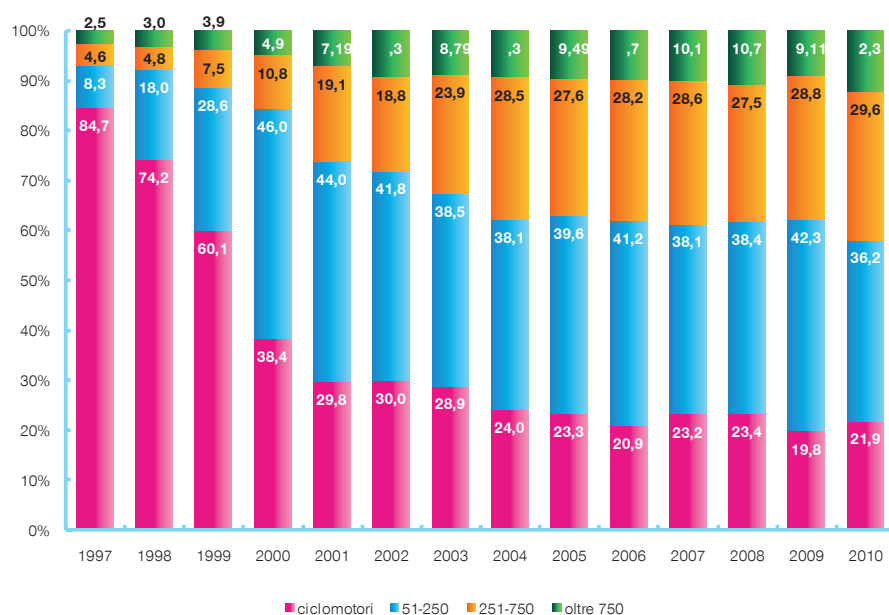
Vendite moto: livelli e variazioni %



Parco circolante moto: livelli e variazioni %



Composizione delle immatricolazioni



a causa della congiuntura economica e dell'assenza di efficaci politiche di incentivo.

Stimiamo che nel 2010 le vendite a valore si riducano del 19.0% a livello di totale Italia, risultato che è frutto di una contrazione generalizzata a tutte le aree geografiche, con accentuazione al Sud. Il Mezzogiorno è un'area storicamente penalizzata in termini di redditi medi e occupazione, pertanto la crisi economica sta avendo effetti più forti in termini di riduzione della spesa in quest'area. Mentre la domanda di ciclomotori mostra un andamento in linea con la media Italia, sono le moto targate a ridursi di più, soprattutto nella fascia 51-250 cc (-39.5%).

L'unico segmento di mercato a crescere, in tutti i territori, è quello delle moto oltre i 750 cc, anche se al Sud l'incremento è inferiore all'1%.

Il valore del mercato totale, ciclomotori + moto (mln di Euro)

	2008	2009	2010
Valore (livelli)	2.657	2.502	2.027
Valore (var. %)	-6,7	-5,8	-19,0

Il valore per segmento e macro area

	Valore 2010 (mln di Euro)				
	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Italia
51-250 cc	162	90	148	159	559
251-750 cc	210	119	173	224	726
oltre 750 cc	219	142	126	105	592
Moto	591	352	446	489	1.877
Ciclomotori	35	32	31	52	150
Totale	625	384	477	541	2.027
	Variazioni percentuali del valore 2010 su 2009				
	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Italia
51-250 cc	-28,3	-29,0	-29,8	-39,5	-32,3
251-750 cc	-20,7	-20,6	-20,7	-26,7	-22,6
oltre 750 cc	4,3	9,8	5,4	0,3	5,1
Moto	-15,7	-13,5	-18,5	-27,5	-19,4
Ciclomotori	-14,2	-13,8	-13,7	-13,8	-13,9
Totale	-15,6	-13,5	-18,2	-26,3	-19,0



Camper

Si contraggono ancora una volta le vendite del comparto autocaravan a conferma della tendenza delle famiglie italiane di rimandare, in un contesto di difficoltà economiche, gli acquisti di prodotti non strettamente necessari e ad alto valore unitario. Ad influire sulla performance negativa del mercato camper sono anche il mancato ammodernamento della rete distributiva e la scarsità delle aree di sosta dislocate sul territorio nazionale.

Il bilancio delle perdite subite nel 2008-2009 evidenzia quanto pesante sia stato l'impatto della crisi sul mercato dei camper: i livelli di domanda dei privati si sono ridotti mediamente del 26% annuo, scontando le difficoltà economiche cui hanno dovuto far fronte le famiglie italiane. Anche nel 2010, in un contesto che ha continuato ad essere caratterizzato da una forte incertezza circa le prospettive future dei redditi e dell'occupazione, le famiglie hanno consolidato i comportamenti di consumo messi in atto nel recente passato per far fronte alle conseguenze della crisi, rimandando gli acquisti di prodotti non strettamente necessari e ad alto valore unitario. Tale atteggiamento, volto alla razionalizzazione degli acquisti, si stima abbia determinato nell'ultimo anno un'ulteriore riduzione delle immatricolazioni di autocaravan da parte dei privati (-8.4%), tuttavia più contenuta rispetto a quella registrata nel biennio precedente.

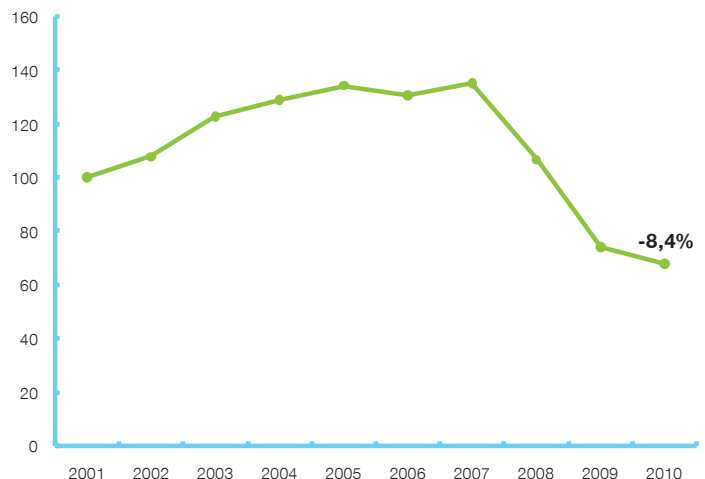
Dopo il rallentamento della flessione mostrato nella prima metà dell'anno (-6.2%), imputabile principalmente ad un effetto base favorevole (relativo al confronto con mesi di maggiore penalizzazione del mercato), oltre che al sostegno derivante dalla validità degli incentivi alla rottamazione per i veicoli ordinati entro la fine del 2009 e immatricolati fino a marzo 2010 (+15% circa la variazione tendenziale delle immatricolazioni a marzo), la percezione di un mancato miglioramento del contesto economico ha contribuito nella restante parte del 2010 a contenere in maniera più incisiva la domanda rivolta al comparto. Ciò ha determinato nel 2010 una chiusura a quota 6.192 veicoli immatricolati per uso privato, cui corrisponde una contrazione del valore del mercato prossima all'8%.

Sulla dinamica negativa della domanda privata si ritiene possa aver influito negli ultimi anni, oltre al ridotto potere d'acquisto delle famiglie, anche il mancato ammodernamento della rete distributiva e la scarsità delle aree di sosta dislocate sul territorio nazionale.

Il mercato dei camper in Italia			
	2008	2009	2010
N° pezzi	9.762	6.757	6.192
Valore (mln di Euro)	372	261	241

Il mercato dei camper in Italia - Variazioni %			
	Volumi	Prezzi	Valore
2008	-21,2	0,7	-20,7
2009	-30,8	1,3	-29,9
2010	-8,4	0,7	-7,8

Il mercato dei camper - L'andamento dei volumi di vendita

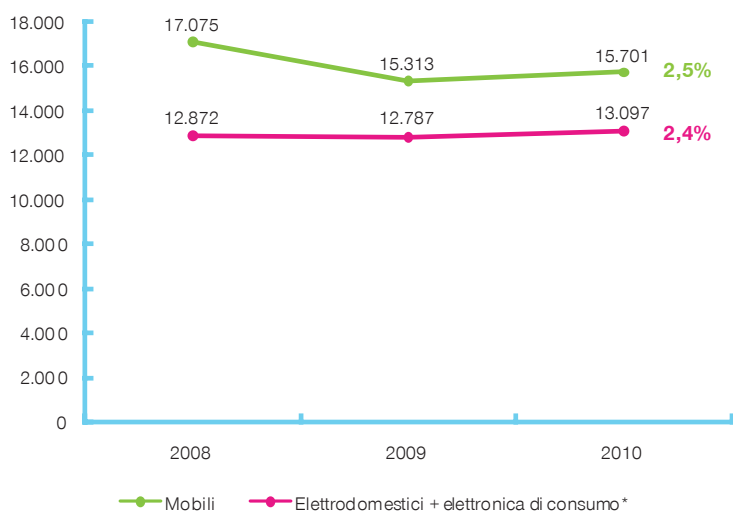




La spesa per la casa

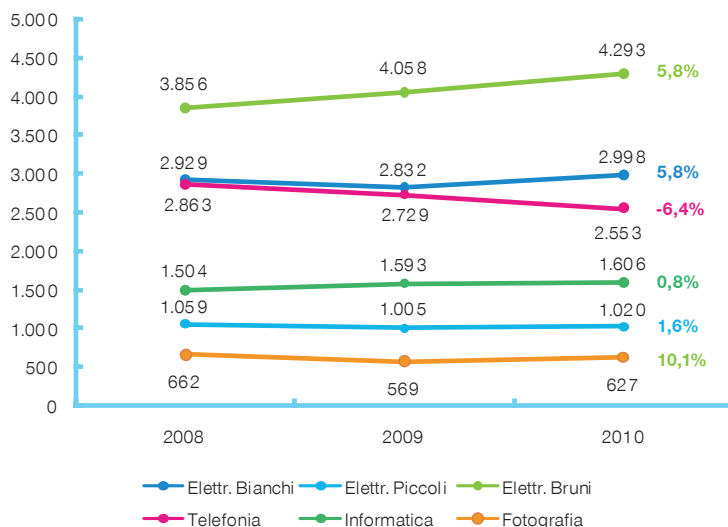
Si confermano in crescita anche nel 2010 le vendite di beni durevoli per la casa. Nonostante la dinamica cedente dei prezzi, torna a crescere anche il fatturato. Sebbene tutti i comparti analizzati abbiano mostrato un andamento positivo dei volumi di vendita, a fare da traino sono stati ancora una volta i settori caratterizzati da più forte innovazione e da dinamiche di prezzo favorevoli. Ciò nonostante l'aggregato dei beni per la casa resta su livelli di mercato inferiori a quelli pre-crisi.

Andamento del valore (mln di Euro) dei segmenti compresi nell'aggregato "casa" (famiglie)



*La voce comprende: elettrodomestici bianchi, piccoli e bruni, telefonia, informatica, fotografia
Fonte: Findomestic su dati Prometeia

Andamento del valore (mln di Euro) di elettrodomestici ed elettronica di consumo (famiglie)



Fonte: Findomestic su dati Prometeia

Stimiamo sia tornata ad aumentare, nel 2010, la spesa degli italiani per i beni durevoli per la casa. Nonostante le pesanti conseguenze della crisi sulla formazione di reddito disponibile delle famiglie, questi beni hanno potuto sperimentare un'accelerazione in termini di quantità domandate rispetto al risultato, già positivo del 2009. Sebbene anche nel 2010 l'andamento dei volumi sia stato favorito da dinamiche dei prezzi favorevoli (mediamente in diminuzione del 5.9%), la più intensa crescita dei quantitativi ha permesso al mercato di tornare a crescere in termini nominali (+2.5%).

Tutti i comparti analizzati hanno mostrato un andamento positivo dei volumi, anche se hanno fatto da traino i settori caratterizzati da più forte innovazione e da dinamiche di prezzo favorevoli, come l'elettronica di consumo – soprattutto nell'area video, grazie anche al sostegno derivante dallo *switch off* della televisione analogica in diverse regioni, per il passaggio alla trasmissione del segnale digitale – e la telefonia.

Nel 2010 sono tornati a crescere, inoltre, gli acquisti di elettrodomestici bianchi, sostenuti da sostituzioni rinviate negli ultimi anni e ormai non più procrastinabili e dagli incentivi – più efficaci che nel 2009, quando peraltro la presenza di bonus all'auto aveva drenato risorse da altri settori. I consumatori stanno inoltre rispondendo all'innovazione tecnologica introdotta nel comparto negli anni scorsi, volta a una

maggior efficienza energetica, che peraltro non si è tradotta in significativi aumenti di prezzo, accelerando così il processo di sostituzione degli apparecchi. Nel complesso il comparto dei durevoli per la casa, sebbene risulti meno penalizzato dalla crisi rispetto a quello dei veicoli (che nel triennio 2008-2010 ha visto il valore degli acquisti contrarsi del 19%), mette a segno nel 2010 solo un parziale recupero delle perdite subite nel biennio precedente, restando su livelli di mercato ancora del 5% inferiori a quelli pre-crisi.

La spesa (famiglie) per la casa – Valore (mln di Euro)

Valore 2008	Valore 2009	Valore 2010
29.947	28.099	28.799

La spesa (famiglie) per la casa – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2008	3,7	-4,8	-1,3
2009	6,8	-12,1	-6,2
2010	8,9	-5,9	2,5



Tornano a crescere lievemente le vendite all'interno del mercato del mobile che, grazie ad una dinamica favorevole dei prezzi, fa registrare un incremento del fatturato, pur restando su livelli decisamente inferiori a quelli raggiunti nel 2008. Il calo del potere di acquisto delle famiglie, le incertezze sul mercato del lavoro e la mancanza di stimoli da parte di un mercato immobiliare ancora stagnante hanno frenato ancora una volta gli acquisti di elevato importo unitario, quando rinviabili.

Mobili



Nel 2010 il settore del mobile dovrebbe aver mostrato un debole segnale di recupero rispetto ai depressi livelli di consumo raggiunti nel 2009. Stimiamo che i volumi siano cresciuti dell'1,1%, a fronte di prezzi che hanno mostrato una crescita (+1,4%), in rallentamento rispetto a quella del 2009, e decisamente più contenuta rispetto agli anni precedenti la crisi.

Il mercato in valore è così aumentato del 2,5% rispetto al 2009, crescita del tutto insufficiente a riportare i livelli in prossimità di quelli raggiunti nel 2008.

Le famiglie si sono mostrate dunque, anche nel 2010, molto prudenti nei confronti di questa voce di spesa, nonostante la presenza, a partire da aprile, di incentivi all'acquisto di cucine componibili ed elettrodomestici da incasso ad alta efficienza (uno sconto del 10% sull'importo dell'acquisto fino a un massimo di 1.000 Euro per singolo contributo, dietro rottamazione della vecchia cucina), che ha sostenuto le vendite in questo specifico segmento del mercato.

I dati relativi alle vendite al dettaglio (rilevati dall'Istat per l'aggregato 'Mobili, articoli tessili, arredamento') non mostrano, infatti, nel secondo trimestre del 2010 una significativa accelerazione del valore delle vendite realizzate (che risulta in crescita dello 0,6% a fronte dello 0,5% della media dei primi tre mesi).

Riteniamo infatti che le decisioni di spesa delle famiglie siano state condizionate maggiormente dall'ulteriore contrazione, dopo un biennio di calo, del potere di acquisto delle famiglie e dalle incertezze sul mercato del lavoro, che hanno scoraggiato gli acquisti di elevato importo unitario, quando procrastinabili. Peraltro hanno continuato a scarseggiare stimoli al settore da parte del mercato immobiliare, ancora stagnante.

Infine il mobile, nei primi tre mesi dell'anno, è stato penalizzato dalla presenza degli incentivi al settore dell'auto, che hanno sostenuto le immatricolazioni dei privati drenando, tuttavia, risorse ad altre voci di consumo che richiedono decisioni di spesa importanti, spesso da dilazionare nei mesi successivi.

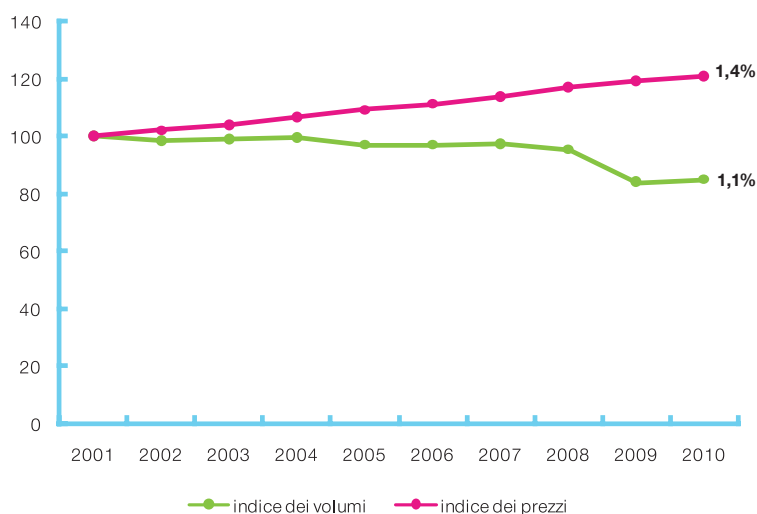
Il mercato dei mobili – Valore (mln di Euro)

Valore 2008	Valore 2009	Valore 2010
17.075	15.313	15.701

Il mercato dei mobili – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2008	-1,8	2,8	0,9
2009	-12,0	1,9	-10,3
2010	1,1	1,4	2,5

Il mercato dei mobili – L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi



Dopo un biennio negativo emergono segnali di risveglio all'interno del mercato degli elettrodomestici bianchi. L'introduzione ad aprile di misure incentivanti alla sostituzione di alcune tipologie di apparecchi con altri a maggiore efficienza ha favorito un'accelerazione della domanda e garantito un aumento sia delle vendite che del fatturato. Tra i beni che hanno beneficiato delle agevolazioni governative, sono le lavastoviglie a far registrare la crescita più importante. Buoni anche i risultati ottenuti dalle lavatrici, sebbene gli acquisti non fossero in questo caso sostenuti dagli incentivi.

› Elettrodomestici bianchi

Dopo un biennio in cui gli effetti della crisi - con la caduta dell'occupazione e del reddito disponibile delle famiglie - si sono riflessi in una pesante contrazione della domanda di apparecchi domestici, nel corso del 2010 sono emersi segnali di risveglio su questo mercato. Pur in un contesto in cui le difficoltà sembrano non allentare la presa e ancora molteplici fattori tengono a freno la spesa per consumi, i dati per il 2010 mostrano, infatti, una domanda di elettrodomestici bianchi in buona crescita: in media d'anno si stima un aumento dei volumi di vendita del +4.9%.

Si tratta di un risultato certamente positivo, anche se non si può ancora dire che tutte le nubi siano diradate. Innanzitutto, bisogna tenere conto che l'incremento registrato dal mercato riflette in parte un rimbalzo "tecnico", dopo un biennio 2008-'09 particolarmente negativo durante il quale la domanda è arretrata dell'8% (a prezzi costanti) in termini cumulati: i livelli pre-crisi non sono quindi ancora recuperati. Inoltre, il rimbalzo del 2010 è stato favorito dalla presenza (a partire dalla metà del mese di aprile) di misure incentivanti alla sostituzione di alcune tipologie di apparecchi con altri a maggiore efficienza. I dati di vendita confermano l'effetto di sostegno di questo fattore, sia evidenziando un'accelerazione (sebbene moderata) della domanda a partire dai mesi primaverili sia riflettendo una diversa dinamica tra i segmenti: in particolare, appare più intensa la crescita nel canale *free-standing*, che ha probabilmente intercettato maggiormente le possibilità di beneficiare degli incentivi, rispetto al *built-in*, che più ha risentito della debolezza scontata dal settore immobiliare.

Date le difficoltà che hanno minato occupazione e reddito, l'avvio degli incentivi governativi non si è tradotto in un immediato *boom* di vendite, ma ha visto un graduale sfruttamento delle risorse a disposizione. Le decisioni di acquisto sono risultate ben ponderate, a fronte di reali ne-





cessità di sostituzione. In quest'ottica, la scelta dei consumatori si è orientata prevalentemente verso prodotti a maggiore valore aggiunto, in particolare per quanto riguarda la classe energetica dell'elettrodomestico acquistato, richiesta essere necessariamente superiore alla "A" per godere dell'incentivo. Il meccanismo di incentivazione (uno sconto sul prezzo di acquisto, di importo variabile a seconda della tipologia di prodotto) si è pertanto riflesso in un miglioramento del *mix* a favore di prodotti di maggiore qualità ed efficienza e, di conseguenza, in un tendenziale innalzamento del prezzo medio dei prodotti acquistati (+0.9% la crescita media annua stimata).

Il mercato degli elettrodomestici bianchi – Valore (mln di Euro)

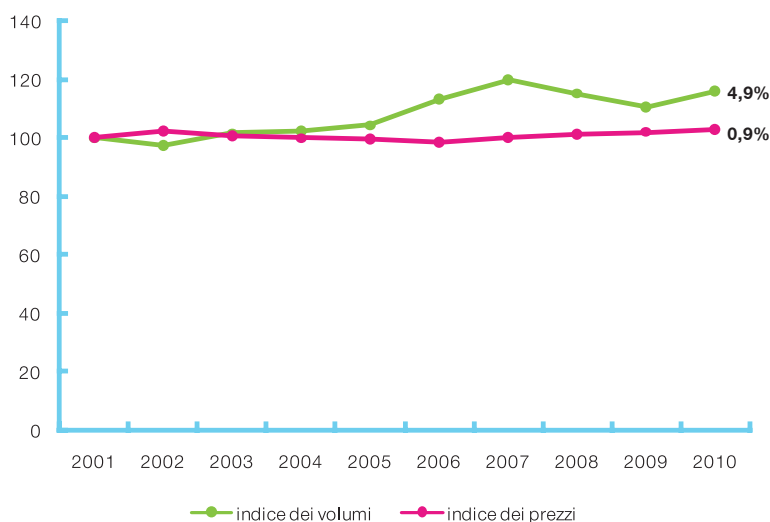
Valore 2008	Valore 2009	Valore 2010
2.929	2.832	2.998

Il mercato degli elettrodomestici bianchi – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2008	-4,0	1,1	-2,9
2009	-3,9	0,7	-3,3
2010	4,9	0,9	5,8

Guardando ai comparti, la dinamica più sostenuta è stata registrata dagli apparecchi per il lavaggio: le lavastoviglie, prodotto che tra tutti sembra avere beneficiato maggiormente degli incentivi, hanno messo a segno una crescita importante (+9.3% i volumi in media d'anno); le lavabiancheria, pur non incluse nel perimetro dei beni incentivati, hanno comunque mostrato una significativa dinamicità del mercato, confermando le *performance* positive di cui sono state protagoniste negli ultimi anni, grazie ad un'offerta in costante evoluzione tecnologica. Relativamente buoni i risultati nel comparto della cottura, sebbene ancora molto lontano dal ripianare le pesanti perdite subite nel biennio 2008-'09, la domanda ha mostrato una relativa maggiore dinamicità nel segmento degli apparecchi da incasso (favorito anche dal sostegno degli incentivi al rinnovo dell'ambiente cucina, che presentava tra i requisiti la richiesta di corredare l'acquisto dei nuovi mobili con almeno due elettrodomestici ad alta efficienza) rispetto al *free-standing*. È apparsa, invece, più moderata la dinamica del comparto del freddo (frigoriferi e congelatori), non incentivato nell'ambito del provvedimento governativo del 2010, ma per cui sono rimaste in vigore le agevolazioni fiscali attive già da qualche anno per l'acquisto di beni ad elevata efficienza energetica.

Il mercato degli elettrodomestici bianchi – L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi



Fonte: elaborazione Prometeia su dati GFK Retail and Technology

Nel 2010 tornano a crescere, seppur lievemente, vendite e fatturato del comparto dei piccoli elettrodomestici. La crescita è trainata dal segmento degli apparecchi per la cucina, a fronte della minore dinamicità che invece contraddistingue gli apparecchi per la cura della persona e per la pulizia della casa.

Elettrodomestici piccoli



Il mercato degli elettrodomestici piccoli – Valore (mln di Euro)

Valore 2008	Valore 2009	Valore 2010
1.059	1.005	1.020

Il mercato degli elettrodomestici piccoli – Variazioni %

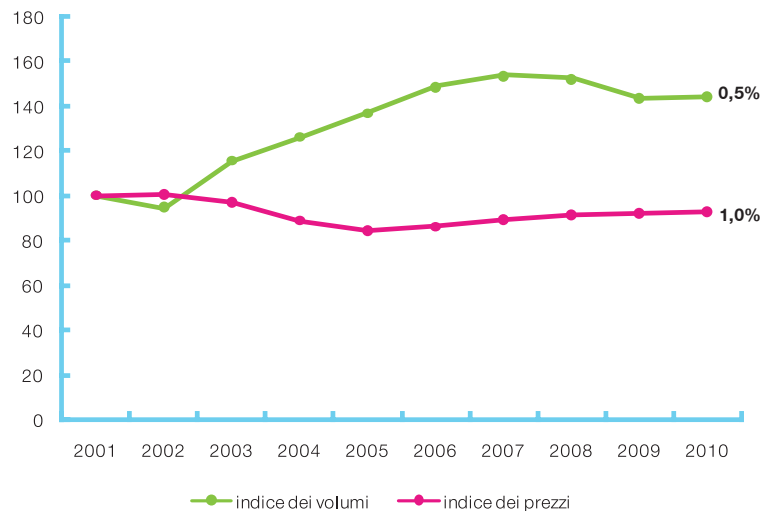
	Volumi	Prezzi	Valore
2008	-0,9	2,6	1,6
2009	-5,8	0,7	-5,1
2010	0,5	1,0	1,6

Dopo la forte contrazione scontata durante la fase più acuta della crisi (la flessione delle vendite a prezzi costanti nel 2009 è stata prossima al -6%), il mercato dei piccoli elettrodomestici ha mostrato qualche debole segnale di risveglio nel corso del 2010. La tendenza negativa si è invertita, ma l'intensità del recupero si è attestata su tassi nettamente inferiori a quelli registrati sul mercato dei grandi apparecchi (che ha beneficiato del sostegno degli incentivi governativi per la sostituzione dei vecchi elettrodomestici con prodotti energeticamente più efficienti).

A consuntivo d'anno gli acquisti di piccoli elettrodomestici hanno sperimentato una dinamica in volume solo lievemente positiva (+0.5%). Le condizioni di elevata incertezza che continuano a caratterizzare la fase di uscita dalla crisi economica e, in particolare, le contrazioni scontate dall'occupazione e dal reddito disponibile sono le principali ragioni che giustificano un così moderato profilo di recupero della domanda. In un tale contesto, infatti, i comportamenti di spesa delle famiglie si mantengono estremamente selettivi, con acquisti che rimangono limitati allo stretto necessario.

Al di là del dato medio – diversamente da quanto accaduto nel 2009 quando la caduta di domanda è apparsa generalizzata alla gran parte dei prodotti – nel 2010 si sono presentate dinamiche differenziate. Il comparto dei piccoli elettrodomestici per la cucina, che già l'anno precedente aveva risentito meno del calo, è apparso quello più dinamico, mostrando un buon recupero soprattutto in termini di fatturato. Gli apparecchi per la cura della persona e per la pulizia della casa si sono mostrati invece ancora in flessione, sebbene di entità più contenuta rispetto a quella del 2009; tra questi ultimi si evidenzia comunque la crescita degli aspirapolvere che, a fronte di un'offerta di prodotti sempre più innovativi (come i robot in

Il mercato degli elettrodomestici piccoli – L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi



Fonte: elaborazione Prometeia su dati GfK Retail and Technology

grado di pulire in modo automatico), mostrano un posizionamento di mercato in evoluzione con uno spostamento degli acquisti verso l'alto di gamma. A conferma della fase di tendenziale aumento dei prezzi in atto dal 2006, nel 2010 si è registrata una nuova accelerazione della dinamica inflativa sul mercato dei piccoli elettrodomestici. L'aumento del prezzo medio degli apparecchi, se da un lato in questa fase concorre a limitare gli spazi di crescita della domanda, dall'altro sostiene una maggiore dinamicità del fatturato generato rispetto ai volumi acquistati: tenuto conto dell'effetto prezzo, nella media del 2010 l'aumento delle vendite a valore risulta pari all'1.6%.

Prosegue il trend di crescita del comparto degli elettrodomestici bruni che si segnala ancora una volta tra i più dinamici nel panorama dei consumi delle famiglie italiane. Malgrado la dinamica cedente dei prezzi, oltre alle vendite, cresce sensibilmente anche il fatturato. A fare da traino è stato il segmento "tv e decoder" favorito ancora una volta dal passaggio al segnale di trasmissione digitale. Proprio le ottime performance del segmento video stanno cannibalizzando gli altri prodotti di elettronica di consumo. Si spiega così il forte calo delle vendite di audio portatile, videocamere, lettori dvd, car audio e audio domestico.

Elettrodomestici bruni

Il comparto degli elettrodomestici bruni si conferma, anche nel 2010, tra i più dinamici non solo tra gli aggregati monitorati nel nostro Osservatorio

ma in generale nel panorama dei consumi delle famiglie italiane.

Sulla base dei dati *GfK Retail and Technology*, si rivela nei primi nove mesi dell'anno un aumento dei volumi (quantità valorizzate a prezzi costanti) prossimo al 21% rispetto al corrispondente periodo del 2009; il risultato è eccezionalmente positivo anche in termini di valore degli acquisti (+9.9% nello stesso periodo).

Il settore è trainato dagli apparecchi 'video' (in particolare modo tv e decoder), che pesano per circa l'80% delle vendite di elettronica di consumo. Gli acquisti di questi prodotti stanno beneficiando dell'importante impulso alla sostituzione proveniente dal progressivo *switch off* della televisione analogica nelle regioni italiane, per il passaggio al segnale di trasmissione digitale. Questo fattore di stimolo, insieme alla continua innovazione tecnologica introdotta nel settore e a dinamiche di prezzo ancora favorevoli, sta sostenendo gli acquisti anche in un contesto di difficile congiuntura economica, che tende a penalizzare le voci di spesa non necessarie.

Nei primi nove mesi dell'anno si registra, infatti, un aumento del valore degli acquisti di tv e decoder del 18%, grazie a un aumento dei volumi del 29%.

Va tuttavia segnalato che le ottime performance del segmento video stanno



Il mercato degli elettrodomestici bruni – Valore (mln di Euro)

Valore 2008	Valore 2009	Valore 2010
3.856	4.058	4.293

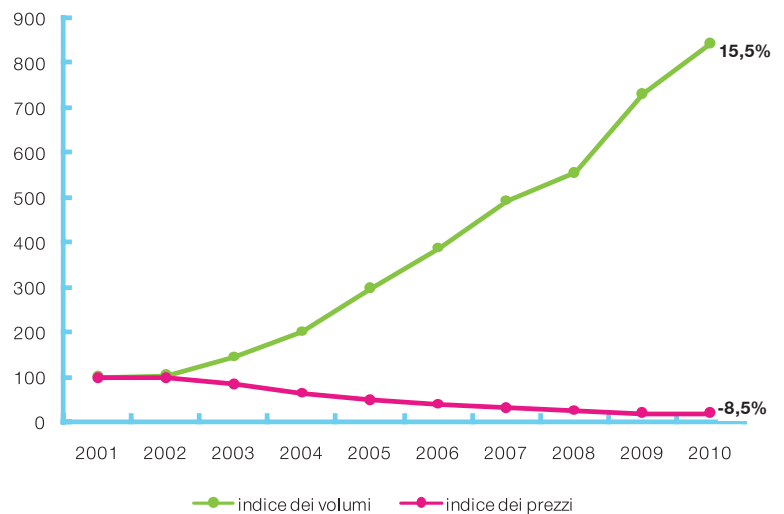
Il mercato degli elettrodomestici bruni – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2008	12,7	-17,8	-7,3
2009	31,5	-19,9	5,3
2010	15,5	-8,5	5,8

cannibalizzando gli altri prodotti di elettronica di consumo, che riducono costantemente il proprio peso sugli acquisti di prodotti tecnologici. Tale riduzione di quota sta avvenendo principalmente a causa di una contrazione delle quantità domandate e non, come avvenuto nel recente passato, solo per l'andamento dei prezzi medi, che in diversi casi si sono stabilizzati. Nei primi nove mesi dell'anno sono, infatti, in forte calo gli acquisti di audio portatile (-19% in valore), car audio (-15%), lettori dvd (-14%), videocamere (-13%) e audio domestico (-9%). Per tutti questi prodotti alla contrazione del valore del mercato contribuisce l'andamento negativo delle quantità domandate, in alcuni casi (car audio e audio domestico) accompagnato anche da riduzioni del prezzo medio. Per le videocamere e i lettori dvd, invece, si registra una stabilizzazione dei prezzi e nemmeno le innovazioni introdotte in questi due segmenti di mercato (alta definizione per le videocamere e Blu Ray per il lettori dvd) - la cui penetrazione ancora marginale si accompagna peraltro a forti riduzioni di prezzo - sono in grado di contrastare la contrazione del mercato.

Nel complesso il 2010 risulta un anno di importante crescita per il mercato dell'elettronica di consumo. Nonostante il rallentamento registrato nell'ultima parte dell'anno, i volumi chiudono con una crescita del 15.5% che, accompagnata ad un calo dei prezzi medi (-8.5%) decisamente più moderato rispetto al 2009, porta il valore degli acquisti su un livello prossimo ai 4.3 miliardi di Euro, del 5.8% superiore rispetto al 2009.

**Il mercato degli elettrodomestici bruni –
L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi**



Fonte: elaborazione Prometeia su dati GFK Retail and Technology





Fotografia

Nel 2010 il settore della fotografia inverte il trend negativo del 2009 e registra una crescita marcata di vendite e fatturato. L'andamento positivo interessa sia le fotocamere reflex sia quelle compatte. Il segmento reflex, benché più dinamico non riesce a incrementare significativamente la propria quota a valore a causa del peso crescente dei modelli "entry level", che permettono ai consumatori di accedere a un prodotto avanzato ad un prezzo accessibile.

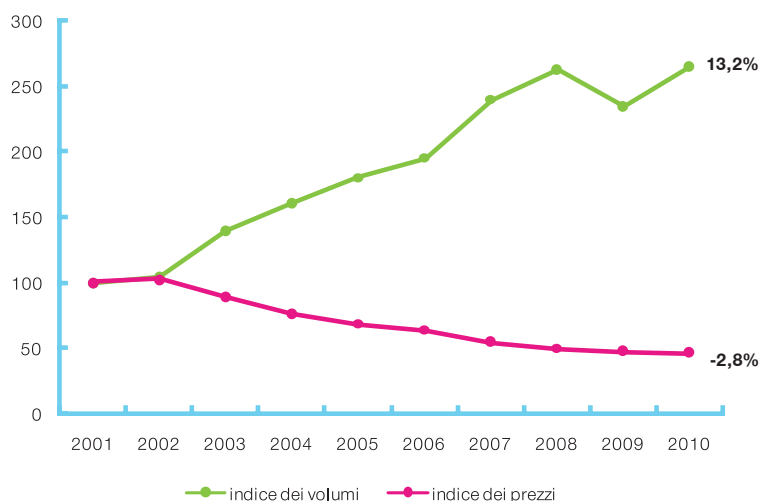
Il mercato della fotografia – Valore (mln di Euro)

Valore 2008	Valore 2009	Valore 2010
662	569	627

Il mercato della fotografia – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2008	9,4	-9,9	-1,4
2009	-10,7	-3,6	-14,0
2010	13,2	-2,8	10,1

Il mercato della fotografia – L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi



Fonte: elaborazione Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Il settore della fotografia chiude il 2010 con un'importante crescita dei volumi di vendita, che si traduce in un aumento poco meno intenso del valore del mercato (+10.1%).

Il comparto ha dunque invertito il trend negativo che aveva caratterizzato il 2009. *GfK Retail and Technology* segnala nella prima metà dell'anno un andamento positivo sia per le fotocamere *reflex* sia per quelle compatte.

Il segmento *reflex* (che vale circa un quarto rispetto al valore del mercato delle compatte), benché più dinamico, non è riuscito a incrementare significativamente la propria quota a valore, dato che i prezzi sono in sensibile calo rispetto a quelli degli altri prodotti, a causa del peso crescente dei modelli *entry level*, che permettono ai consumatori di accedere a un prodotto avanzato ad un prezzo accessibile.

A livello di canali distributivi, l'andamento positivo del settore nella prima metà del 2010 è stato trainato principalmente dai canali generalisti – che veicolano circa i quattro quinti delle vendite di comparto. Il segmento delle compatte transita prevalentemente attraverso questo canale, anche se le performance positive di questo prodotto sono imputabili soprattutto al canale degli specialisti e ai negozi di elettronica medio-piccoli. Il segmento *reflex* è invece in forte crescita soprattutto nella grande distribuzione, a scapito degli specialisti, sebbene nella prima l'assortimento rimanga limitato ai prodotti *entry level*, di fascia di prezzo più bassa.

La dinamica cedente dei prezzi provoca una nuova contrazione del fatturato del comparto telefonia. Si confermano invece in forte crescita le vendite trainate dal segmento *smartphone*. Il lancio di nuovi modelli e l'offerta di prodotti evoluti a prezzi accessibili sono alla base del successo di questi apparecchi, che nel 2010 mostrano una crescita a tre cifre arrivando a pesare oltre il 40% del mercato della telefonia mobile. Crolla invece, nonostante un forte calo dei prezzi, la domanda di cellulari meno evoluti.

Telefonia



Anche il 2010 si conferma un anno di contrazione del valore degli acquisti di prodotti di telefonia (-6.4%), più accentuata rispetto all'anno precedente nonostante la crescita dei volumi in accelerazione (+14.1%).

Nel 2010 se da un lato si è assistito al crollo delle vendite di cellulari meno evoluti (-16% la variazione tendenziale delle quantità nei primi nove mesi, che si è tradotta in una contrazione del 33% del valore delle vendite), dall'altro si è continuato a registrare una crescita ancora a tre cifre per i volumi degli *smartphone*, arrivati così a pesare oltre il 40% del mercato della telefonia mobile.

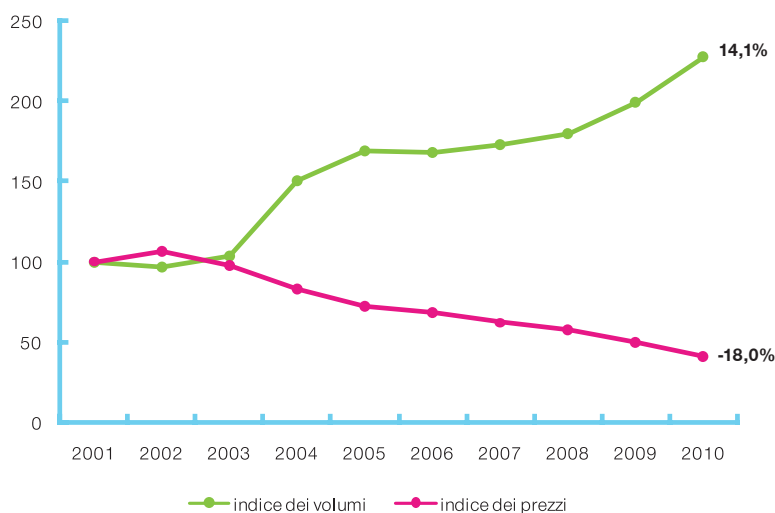
La domanda degli *smartphone* è sostenuta sia dal lancio di diversi modelli che sono riusciti ad imporre standard innovativi in questo mercato, sia dalla presenza di prodotti evoluti ad un prezzo accessibile (inferiore ai 150 Euro). Inoltre la forte richiesta di questi apparecchi sofisticati e allo stesso tempo con caratteristiche di design accattivanti è favorita dalla dinamica dei prezzi, in progressiva diminuzione (nei primi nove mesi del 2010 il prezzo medio si aggirava intorno ai 280 Euro a fronte dei 360 dello stesso periodo del 2009).

L'andamento complessivo del mercato è tuttavia pesantemente condizionato dal crollo delle vendite dei cellulari standard, che vedono diminuire i volumi di vendita seppur a fronte di un prezzo medio in continua contrazione. Sul calo dei prezzi influiscono anche le massicce vendite realizzate attraverso offerte della grande distribuzione, data la rilevante incidenza dell'*open market* (apparecchi senza operatore predefinito) in questo segmento.

GfK Retail and Technology segnala che i modelli più venduti e più in crescita, sia tra i cellulari tradizionali che tra gli *smartphone*, sono quelli *block* (costituiti da un solo blocco), mentre gli *slider* perdono quota e fatturato.

Si registrano ottimi risultati inoltre per i modelli *dual sim*, che rispondono all'esigenza di gestire due numeri telefonici con un solo apparecchio, sebbene il segmento abbia ancora le dimensioni di nicchia. La sua espansione è favorita anche dal calo del prezzo di vendita, che si è ridotto sensibilmente rispetto al 2009.

Il mercato della telefonia - L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi



Fonte: elaborazione Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Il mercato della telefonia - Valore (mln di Euro)

Valore 2008	Valore 2009	Valore 2010
2.863	2.729	2.553

Il mercato della telefonia - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2008	4,2	-6,8	-2,9
2009	10,8	-14,0	-4,7
2010	14,1	-18,0	-6,4

Moderata flessione di vendite e fatturato del mercato dell'informatica che, nonostante una lieve crescita della domanda delle famiglie, risente ancora della riduzione di investimenti da parte delle aziende. Battuta d'arresto in termini di valore per i *PC Mobile* mentre registrano una tendenza positiva i *Desk Computers* grazie anche al successo del segmento *All in One*, ossia dei PC con monitor integrato.

Informatica



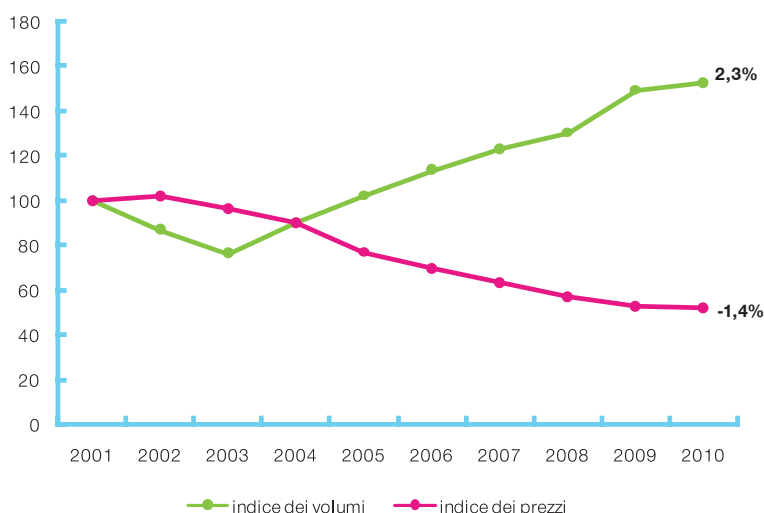
Il mercato dell'informatica – Valore (mln di Euro)

Valore 2008	Valore 2009	Valore 2010
3.977	3.594	3.509

Il mercato dell'informatica – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2008	14,6	-25,2	-14,4
2009	7,9	-16,2	-9,6
2010	-3,6	1,2	-2,4

Il mercato dell'informatica – L'andamento dei volumi di vendita e dei prezzi per il settore famiglie



Fonte: elaborazione Prometeia su dati GfK Retail and Technology

Anche nel 2010 il mercato dell'informatica è rimasto in lieve sofferenza, non riuscendo ancora ad invertire il trend negativo che ha caratterizzato il valore degli acquisti nell'ultimo biennio. L'ulteriore moderata contrazione del 2010 (-2.4%) è imputabile alla dinamica cedente dei volumi, a fronte di un moderato recupero dei prezzi rispetto ai livelli raggiunti nel 2009.

A livello di singoli prodotti *GfK Retail and Technology* segnala nei primi sei mesi del 2010 una battuta d'arresto in termini di valore per il prodotto *PC Mobile*. Sia *Netbook* che *Notebook* hanno concluso il loro cammino di crescita, registrando i primi un fatturato stabile a fronte di una crescita dei volumi, e i secondi un calo del valore delle vendite a fronte di volumi stabili.

Si registra invece una tendenza positiva della spesa per *Desk Computers*, prodotto che negli ultimi anni aveva sofferto per la sostituzione con PC portatili, ma che recentemente ha trovato sostegno nella crescente domanda nel segmento *All in One PC* con monitor integrato, prodotto che sta riscontrando un discreto successo presso i consumatori disposti ad affrontare una spesa superiore al prezzo di un PC domestico tradizionale. Sebbene nel complesso i volumi di PC fissi siano rimasti in contrazione, il cambiamento del mix acquistato con spostamento verso il segmento *All in One*, dal prezzo medio decisamente più elevato, è riuscito a invertire la tendenza negativa in termini di valore degli acquisti.

La dinamica dei *Desk* non è stata tuttavia sufficiente a portare l'intera categoria dei PC su un trend crescente, neppure in termini nominali.

A livello di canali distributivi i dati relativi alla prima metà dell'anno hanno mostrato il proseguimento dello spostamento delle vendite di prodotti di informatica dai canali specialistici alle grandi superfici generaliste nell'elettronica; allo stesso tempo si è con-

tratta la quota di mercato dei *mass merchandisers*, soprattutto per le cattive performance delle vendite *on line* dei *pure players* (distributori che vendono prodotti tecnologici esclusivamente *on line*).

Riteniamo che anche nel 2010 la domanda delle famiglie sia risultata più dinamica rispetto alla media dell'intero comparto, sebbene in rallentamento rispetto al 2009. L'andamento dei prezzi medi ha continuato a favorire l'espansione dei volumi, pur risultando meno cedente rispetto al precedente biennio. L'aumento costante dei volumi di informatica domandati dalle famiglie, anche in un periodo segnato da profonde difficoltà reddituali, riflette la sempre maggiore propensione degli italiani all'utilizzo del PC, peraltro nel 2008 ancora nettamente inferiore rispetto alla media europea (secondo i dati Eurostat la percentuale di individui tra i 16 e i 74 anni che utilizzano il PC aveva raggiunto il 46% a fronte del 66% per la media dell'area Euro).

Il mercato dell'informatica – La domanda delle famiglie

Valori (mln di Euro) e quota sul mercato totale			
	2008	2009	2010
Valore	1.504	1.593	1.606
Quota % sul mercato totale	37,8	44,3	45,8

Il mercato dell'informatica La domanda delle famiglie – Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2008	6,0	-10,2	-4,9
2009	14,7	-7,6	5,9
2010	2,3	-1,4	0,8



In un contesto di espansione della produzione di energia da fonti rinnovabili, il mercato del fotovoltaico, associato ad un sistema di incentivi particolarmente favorevole, risulta la fonte di "energia pulita" maggiormente in crescita. Le regioni con maggior presenza di installazioni pro capite sono il Trentino A.A., la Puglia e la Basilicata ma, in generale, la penetrazione del mercato presso le famiglie risulta ancora modesta. Le previsioni parlano comunque di un'ulteriore e progressiva espansione del mercato del fotovoltaico in Italia e di una sensibile crescita media annua nel periodo 2011-2015 per la produzione lorda.

Il fotovoltaico

È indubbio che il settore delle fonti rinnovabili sia di interesse prioritario a livello mondiale. In Italia il peso dell'energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili sul totale è cresciuto stabilmente a un tasso medio annuo del 6% dal 2007 a oggi. Nel complesso le fonti rinnovabili rappresentano nel 2010 il 22,3% della produzione totale. Nell'ambito di questo settore il mercato caratterizzato dall'espansione massima è stato quello del fotovoltaico, seguito dall'eolico. Sono queste le nuove fonti di energia 'pulita' sulle quali ci sono maggiori attese di crescita ulteriore.

Il mercato del fotovoltaico è stato interessato da un rapido sviluppo negli ultimi anni grazie all'efficacia delle politiche di incentivazione.

Nel periodo 2000-2007 l'energia elettrica prodotta da fonte fotovoltaica è cresciuta a un ritmo del 14% medio annuo mentre dal 2008, grazie allo stimolo del Nuovo Conto Energia, che ha definito un quadro normativo chiaro ed efficace di incentivazione, le crescite sono state esponenziali. La stima di chiusura per il 2010 è di una produzione di 1.414 GWh, in crescita del 110% rispetto al 2009.

Tale incremento significativo porterà la fonte energetica a contribuire per lo 0,47% sull'energia elettrica complessiva prodotta in Italia, un'entità ancora modesta ma in significativo sviluppo. Il peso del fotovoltaico sulle sole fonti rinnovabili supera il 2% nel 2010, dallo 0,03% del 2000.

Le indicazioni sulla capacità produttiva installata e sul numero di impianti confermano le indicazioni di crescita esponenziale che sta interessando il mercato. La potenza installata ha raggiunto a giugno 2010 i 1.400 MW, grazie al successo delle politiche di incentivo che si erano fissate l'obiettivo di portare all'installazione di 1.200 MW con il Nuovo Conto Energia. In particolare nell'ultimo anno si stima un incremento della capacità di ben 800 MW, capaci di coprire il fabbisogno medio annuo di circa 300 mila famiglie.

Il numero di impianti installati si è portato dai 7.620 del 2007 alle oltre 85.000 installazioni di oggi.

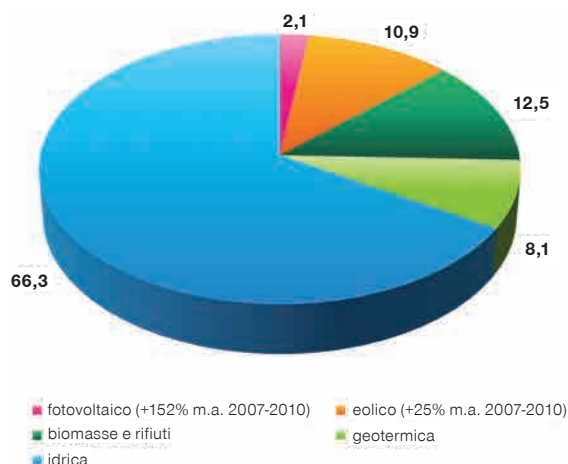


Incidenza energia prodotta da fotovoltaico – Quota %

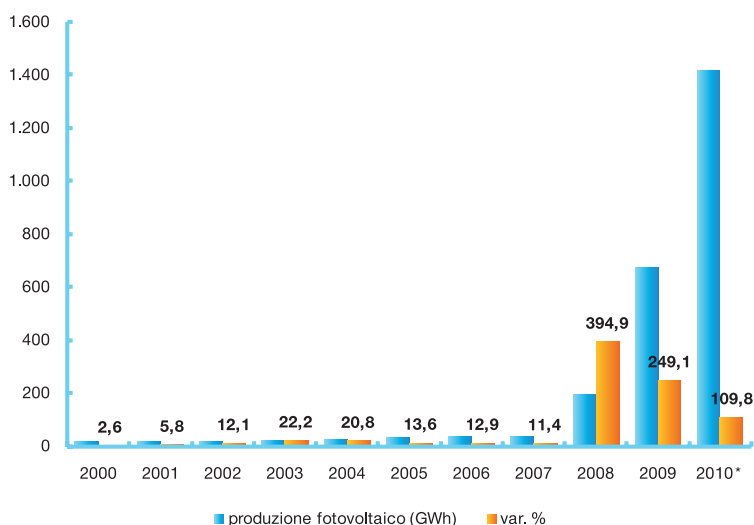
	2000	2005	2010
Su rinnovabili	0,03	0,06	2,13
Su totale energia elettrica	0,01	0,01	0,47



Produzione lorda di energia elettrica da fonti rinnovabili in Italia – Quote % per fonte (2010)

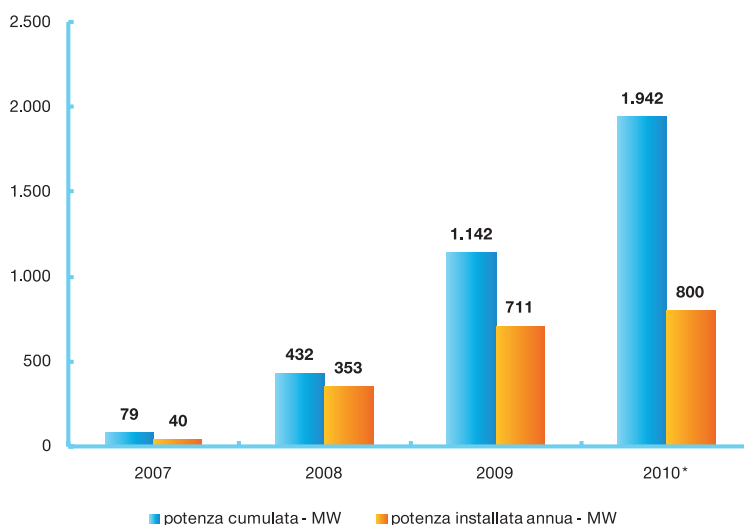


Produzione lorda di energia elettrica da fotovoltaico in Italia – Livelli e variazioni %



Fonte: elaborazione Prometeia su dati GSE e Terna
* stima di chiusura basata sulle informazioni disponibili a tutto giugno 2010

Fotovoltaico – Capacità produttiva installata in Italia



Fonte: elaborazione Prometeia su dati GSE e Terna
* stima di chiusura basata sulle informazioni disponibili a tutto giugno 2010

A livello territoriale la diffusione non è omogenea. A fronte di una media nazionale di 19 Watt pro capite si va da un valore medio superiore ai 23 Watt per l'area del Nord-est a un valore di circa 20 Watt per Centro e Sud, a un minimo di 14 Watt per il Nord-Ovest.

Le regioni con maggior presenza di installazioni pro capite sono il Trentino A.A., caratterizzato da elevata 'sensibilità' ai temi ambientali ma non certo favorito in termini di irraggiamento solare, la Puglia e la Basilicata.

È interessante esaminare la quota di impianti fotovoltaici installati su abitazioni, come rappresentativa della penetrazione del mercato presso le famiglie. Anche in questo caso al primo posto si posiziona il Trentino, seguito dal Friuli e dalla Sardegna.

In generale si evidenzia che al sud sono presenti grandi impianti non integrati (installazioni al suolo) ma la penetrazione del fotovoltaico sulle famiglie è ancora modesta considerata l'elevata potenzialità produttiva di queste aree, favorite da un irraggiamento solare maggiore.

Per contestualizzare meglio la dimensione relativa del mercato del fotovoltaico in Italia è utile fare un confronto a livello internazionale. L'Italia rappresenta nel 2009 il terzo produttore a livello europeo ed il quinto paese per capacità installata a livello mondiale.

Si consideri che l'Italia è interessata da un irraggiamento medio ottimo, in particolare nelle regioni centro-meridionali. Il vantaggio geografico rispetto ad altri paesi si è associato ad un sistema di incentivi particolarmente favorevole, come durata e importo medio.

Il GSE (Gestore Servizi Energetici) incentiva la produzione di energia elettrica con impianti fotovoltaici

Capacità produttiva pro capite sul territorio (2009)

	Watt pro capite totali	Watt pro capite in abitazioni	Quota abitazioni
Nord-ovest	13,7	4,8	35%
Nord-est	23,3	7,6	33%
Centro	20,1	5,0	25%
Sud e Isole	20,4	3,6	18%
Italia	19,1	5,0	26%

tramite il meccanismo del Conto Energia, con tariffe incentivanti (in termini di Euro per kilowatt ora di energia prodotta) differenziate in relazione alla classe di potenza dell'impianto e alla tipologia di integrazione architettonica. Le tariffe maggiori sono riconosciute per i piccoli impianti integrati; l'incentivo è riconosciuto per venti anni. Il meccanismo di incentivazione è in vigore dal 2005 (primo Conto Energia) ma il 19 febbraio 2007 è stato varato un nuovo decreto per rimuovere alcune criticità emerse nella prima fase (nuovo Conto Energia). In particolare si sono rimosse le valutazioni in fase preliminare dei requisiti per l'ammissione alle tariffe e i limiti annuali sulla potenza incentivabile che avevano frenato la realizzazione degli impianti.

Nel 2010 si sono raggiunti i limiti di potenza installata fissati con il nuovo Conto Energia. Per i prossimi anni è già stato definito un decreto (DM n. 197 del 24 agosto 2010) relativo agli incentivi per il periodo 2011-2013 che prevede un sistema di tariffe

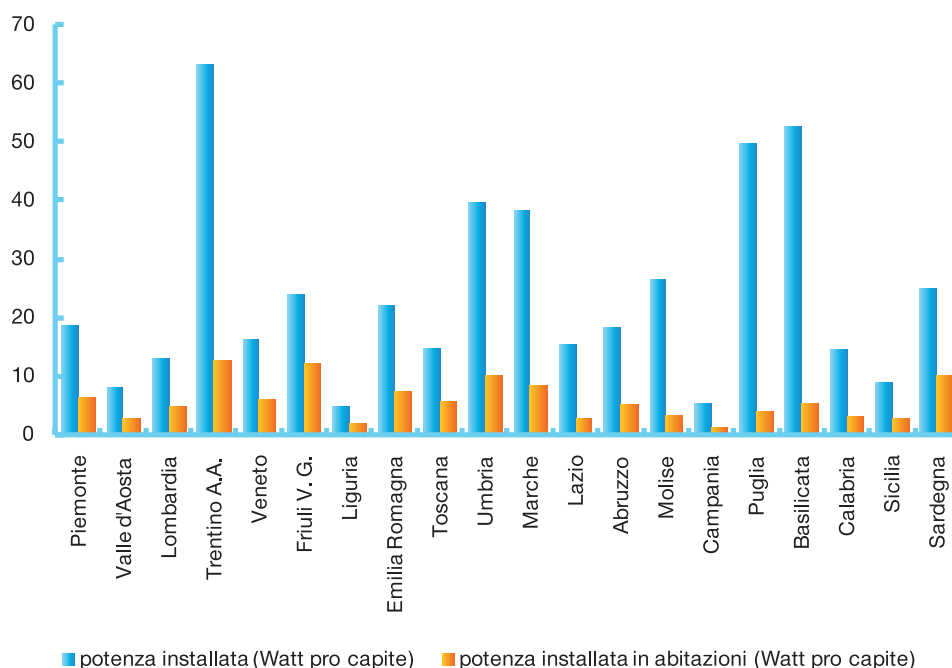
progressivamente decrescente, mantenendo il vantaggio del sistema premiante per i piccoli impianti integrati architettonicamente. Le indicazioni sono di una riduzione del 6% l'anno dell'importo nominale dell'incentivo dal 2012 in avanti.

Per tracciare le prospettive del mercato, oltre alle indicazioni attese in termini di politiche di incentivo, si è considerato il seguente scenario per i principali driver del settore.

In sintesi:

- il driver economico fornirà un apporto positivo, grazie all'uscita progressiva dalla crisi: il pil reale tornerà a crescere anche se a tassi sotto al potenziale; la domanda delle famiglie sarà ancora condizionata negativamente dalla caduta dell'occupazione, prevista in calo a tutto il 2012;
- il costo del petrolio continuerà ad aumentare portandosi verso i 90 \$ a barile nel 2015, con

Capacità produttiva pro capite nelle regioni (2009)



impatti sul costo dell'energia e quindi spinte alla diffusione del fotovoltaico;

- il calo del costo dell'investimento, grazie agli attesi progressi tecnologici e alle economie di scala legate all'aumento della produzione, compenserà parte dell'aumento dei costi legati al ridimensionamento degli incentivi.

Un ultimo fattore che porterà ad un aumento della produzione più che proporzionale rispetto alla potenza installata sarà la diffusione delle installazioni nelle regioni del centro-sud, caratterizzate da un più elevato potenziale di domanda, in quanto favorite da un maggiore irraggiamento.

Le previsioni sono quindi di un'ulteriore e progressiva espansione del mercato del fotovoltaico in Italia: +23.7% la crescita media annua nel periodo 2011-2015 per la produzione lorda, che dovrebbe superare i 4000 GWh, con una potenza installata che si avvicinerà ai 5000 MW. La crescita attesa sarà in linea con gli obiettivi fissati per i nuovi incentivi, che dovrebbero garantire il raggiungimento nel 2020 degli 8000 MW di capacità installata.

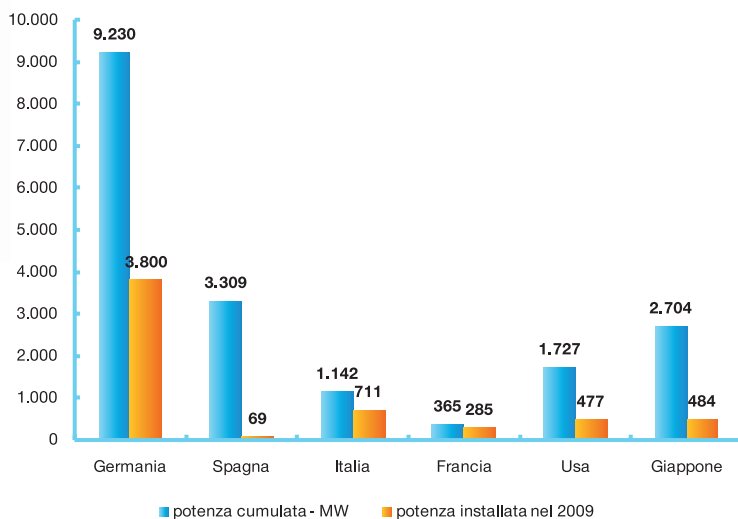
Nello scenario delineato aumenta la produzione per impianto installato, grazie a forti incrementi nelle installazioni in regioni del centro sud caratterizzate da miglior irraggiamento solare.

Il rallentamento della crescita nei prossimi anni è legato al contesto economico che, seppure in graduale miglioramento, conterrà gli investimenti, soprattutto per le famiglie, al calo degli incentivi e ai progressi tecnologici ancora non sostanziali.

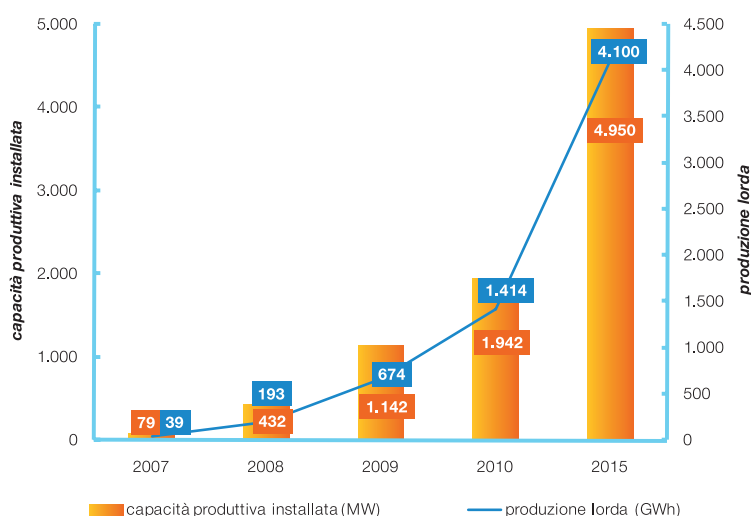
I driver del mercato fotovoltaico – Quadro di sintesi (var.% m.a.)

	2006-2010	2011-2015
PIL reale	-0.4	1.2
brent (\$/barile) - livello medio	75.2	85.2
incentivi (€/kwh)	-1.2	-7.6
tecnologia (costo impianto €/MW)	-3.0	-4.9

Fotovoltaico – Capacità produttiva installata nei principali paesi nel 2009



Le prospettive di sviluppo del fotovoltaico – Capacità e produzione lorda





Le nuove tendenze di consumo

I nuovi orientamenti d'acquisto degli italiani. L'interesse verso forme innovative di consumo emergenti e le aspettative nei confronti della distribuzione commerciale tradizionale.

Dopo due anni fortemente segnati dalla crisi economica, in questa nuova edizione si è inteso prestare una particolare attenzione alle iniziative e agli orientamenti che le famiglie italiane stanno sviluppando per raggiungere nuovi equilibri nella gestione dei loro budget di spesa. È certo che questi terranno ancora conto, in buona misura, dei molti segni negativi che hanno contraddistinto quanto è avvenuto nell'ultimo periodo, ma è altrettanto vero che superata la fase più acuta, gli italiani tendano ora a riorganizzarsi per affrontare un inedito scenario, nel quale occorre sperimentare metodi, occasioni, opportunità che in precedenza non erano state prese in considerazione o apparivano meno necessarie.

L'Osservatorio di quest'anno segue dunque i percorsi di coloro che non si sono già lasciati la crisi alle spalle, che anzi in parte sulle spalle si portano ancora il suo peso, ma che non per questo sono rimasti chiusi nello scoramento, bensì si sono mossi a cercare nuovi sentieri o a riscoprirne di antichi e dimenticati. Le sfere del privato e della famiglia, del lavoro e del tempo libero, del commercio e del credito, sono argomenti qui rivisitati e aggiornati alla luce delle tendenze emergenti di quest'anno.



Nell'ultimo anno gli italiani avvertono un sensibile peggioramento dei servizi pubblici e dell'ambiente di lavoro. Migliora invece nel sentire comune l'offerta commerciale, in particolare quella web, grazie anche al sostegno delle organizzazioni di consumatori. Consapevoli che il fondo è stato toccato, gli italiani guardano al futuro con maggiore fiducia e si attendono miglioramenti lievi sul fronte del settore pubblico e del lavoro, più marcati nella sfera della famiglia e delle amicizie.

Il barometro del cambiamento

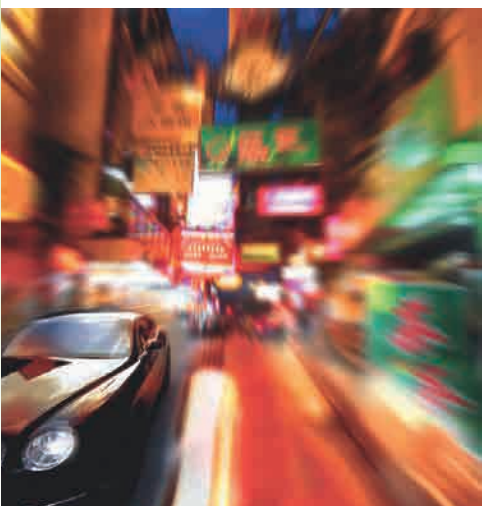
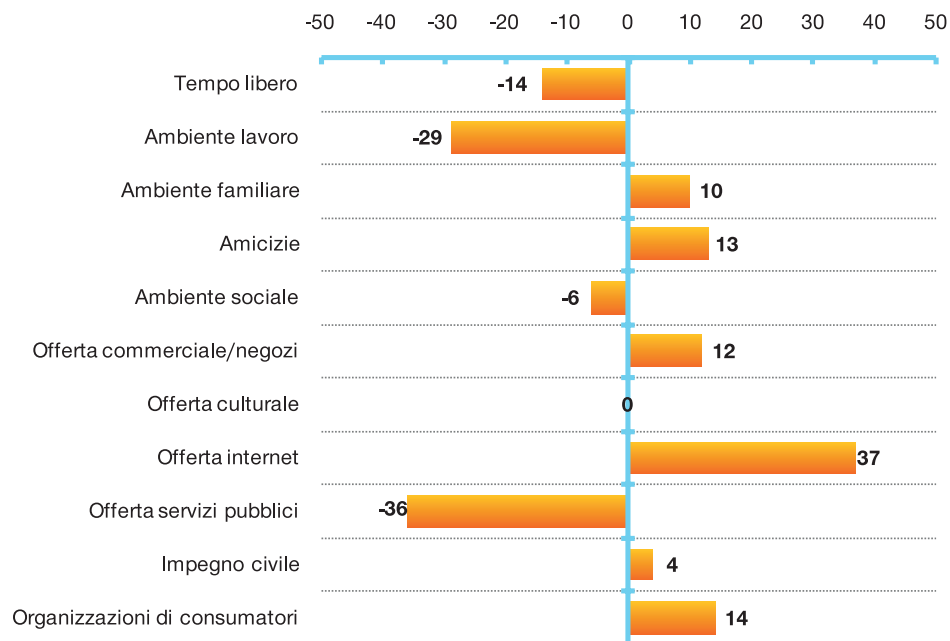
Un punto di partenza, per avere il polso di una situazione generale del Paese, è quello di chiedere quali aspetti della vita sono ultimamente migliorati o peggiorati e quali previsioni si hanno al riguardo per il prossimo futuro.

Analizzando la percezione di cambiamento nell'ultimo anno (indice da -100 a +100) (tav. 1), gli italiani avvertono un peggioramento sensibile nei servizi pubblici (-36), nell'ambiente di lavoro (-29), seppur meno marcato, anche nel tempo libero (-14).

Il barometro del cambiamento - Percezione nell'ultimo anno

tav. 1

(Indice statistico -100/100)





soddisfazione riguardo ai servizi offerti dall'apparato pubblico.

Quali sono le previsioni di cambiamento per i prossimi 1-2 anni? (tav.2) Nell'insieme il barometro è tutto rivolto verso un miglioramento, segno che per quanto possa essere lunga e faticosa la risalita, le famiglie italiane pensano che il punto più basso sia già stato toccato. Solo una lancetta sembra segnare aspettative pressoché nulle, quella dei servizi pubblici (+5). Ancora timida anche la percezione di un miglioramento nell'ambiente sociale (+12) e in quello lavorativo (+15), ma è comunque un'inversione di tendenza. Più marcatamente positive le attese riguardanti le offerte culturali e commerciali (entrambe +22), il ruolo delle organizzazioni di consumatori (+33) e in generale l'impegno civile (+23). Verso un deciso rasserenamento

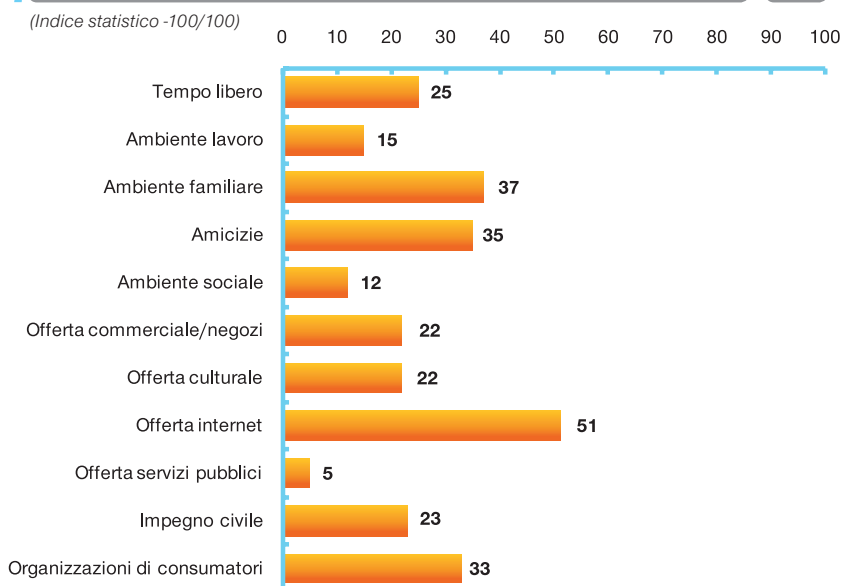
Sostanzialmente stabile la situazione riguardante l'ambiente sociale (-6), l'offerta culturale (0) e l'impegno civile (+4). Un segno più chiaramente positivo contraddistingue le sfere relazionali della famiglia (+10) e delle amicizie (+13). Un certo miglioramento è stato recentemente avvertito anche per l'offerta commerciale (+12) e parallelamente per la presenza e le attività delle organizzazioni di consumatori (+14). L'offerta sul web è quella che ha segnato in assoluto il bilancio più positivo (+37.)

Da un punto di vista socio-demografico, sono ovviamente diversi i segmenti di popolazione risultati sensibili ai cambiamenti intervenuti nella società: gli individui nella fascia di mezza età e con lavoro dipendente hanno sofferto maggiormente il deterioramento dell'ambiente di lavoro e di riflesso sembra essere peggiorata anche la qualità del loro tempo libero. Gli anziani, invece, hanno patito maggiormente di un deterioramento dell'ambiente sociale, ma in compenso hanno avvertito meno insoddisfazioni sul piano culturale. I giovani, infine, si saziano maggiormente dell'offerta disponibile sul web, anche se lamentano una maggiore in-

anche gli ambiti della famiglia (+37) e delle amicizie (+35). Infine, svincolata dal peso della materia, l'offerta sul web sbaraglia tutte le altre per aspettative di miglioramento nel prossimo futuro (+51).

Sono in generale le donne e i giovani a dimostrare maggior ottimismo verso i diversi temi che riguardano il futuro, ad eccezione dell'offerta su internet che suscita maggiori aspettative nel target maschile e dell'impegno civile che attrae maggiormente le persone fra i 30 e i 45 anni.

Il barometro del cambiamento - Previsioni per i prossimi 1-2 anni tav. 2





I riflessi sulle abitudini di consumo

Gli italiani sono intenzionati a continuare ad acquistare ma sono consapevoli che occorre farlo con sempre maggiore prudenza e informazione preventiva. In pratica, consumare sì ma senza abbandonarsi alle emozioni. Se ci concentriamo sui beni durevoli, gli italiani non fanno distinzione tra i vari comparti quando si tratta di valutarne la necessità. In termini di desiderabilità, invece, i beni più appetibili risultano i prodotti informatici e quelli del settore di TV, video e Hi-fi. A guidare la scelta d'acquisto, che si tratti di beni di largo consumo o di beni durevoli, è la qualità seguita a distanza dalla convenienza.

Se il barometro del cambiamento sembra in generale destinato a una risalita, pur se non uniforme nelle varie componenti che concorrono alla qualità della nostra vita, quali sono le conseguenze sul modo di affrontare i consumi per le famiglie italiane? Per esplorare questo importante aspetto, si è misurato il livello di accordo con una serie di affermazioni che esprimono diversi modi di porsi di fronte agli acquisti (tav.3). La condivisione più elevata (misurata con un indice da 1 a 5) si registra per un gruppo di frasi che danno voce a un atteggiamento di sostanziale prudenza e lungimiranza. La maggioranza, infatti, rimarca che è importante "non fare il passo più lungo della gamba" (4.2) e che è sempre bene

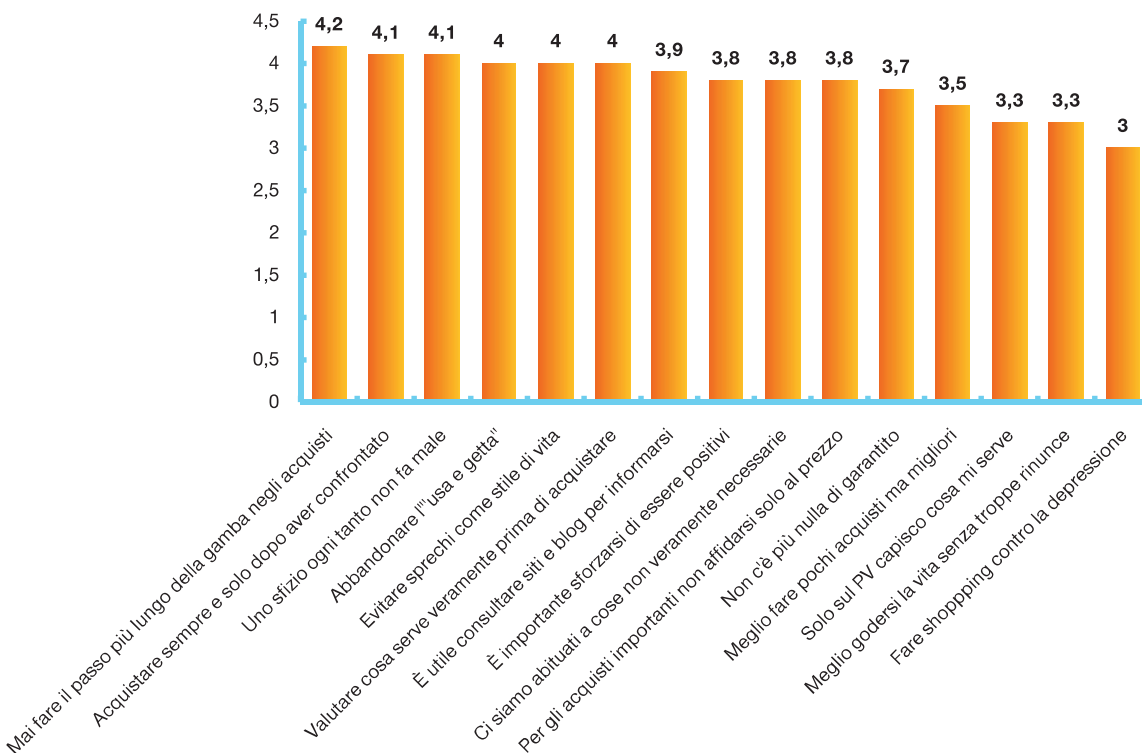
acquistare solo dopo aver fatto i dovuti confronti (4.1); da notare che l'accordo con entrambe queste asserzioni sale proporzionalmente con l'età. Non bisogna tuttavia essere troppo rigidi con se stessi e pertanto i più sono anche d'accordo che uno sfizio ogni tanto sia salutare (4.1), purché si rinunci all'usa e getta, allo spreco come stile di vita e si facciano acquisti dopo avere attentamente valutato cosa realmente serve (indice 4.0, con una maggior sensibilità nel pubblico femminile).

Queste riflessioni sono generali, perché su un piano

Atteggiamenti di fronte al cambiamento

tav. 3

(Indice di accordo 1-5)



generale è stato avvertito il cambiamento: molte cose che prima erano garantite, infatti, ora non appaiono più certe (3.7) e così pure, il senso del necessario va rivisto, poiché alcuni lati del benessere erano diventati, più che altro, abitudini (3.8).

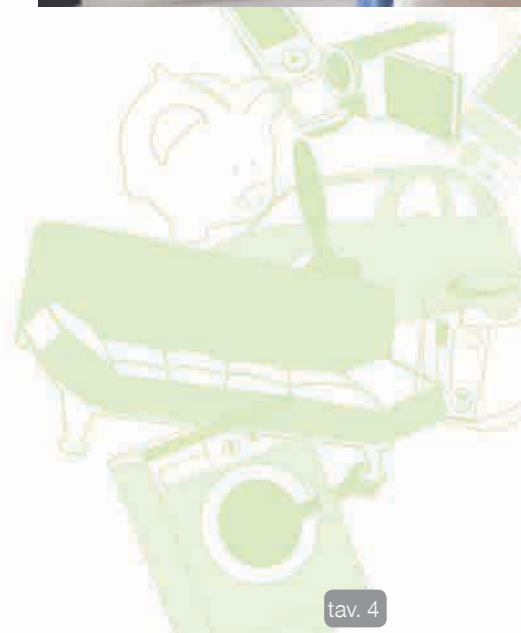
Si deve comunque continuare ad acquistare, certo, ma cercando di trovare un nuovo equilibrio e soprattutto con alla base una consapevolezza informata. Interessante, in proposito, notare come l'accordo con l'utilità di consultare preventivamente siti e blog (3.9), sia superiore all'idea di recarsi direttamente sul punto vendita per orientarsi nell'acquisto (3.3). Quest'ultima modalità resta per ora decisamente più radicata fra le consumatrici. Inoltre, per gli acquisti importanti, resta valido per molti lo spunto di non affidarsi unicamente al prezzo (3.8). Semmai, è preferibile acquistare di meno, ma quando lo si fa, concedersi il meglio (3.5).

Il clima pare dunque contrassegnato da un sincero sforzo di volgere al positivo, senza però ignorare i problemi (3.8).

Non sono tutti d'accordo, infatti, che "crisi o non crisi, la vita è una sola ed è meglio godersela senza rinunce" (3.3). E si potrebbe aggiungere che nonostante il discreto successo in Italia dei libri di Sophie Kinsella (I love shopping), sembrano ancora pochi, in definitiva, coloro che ritengono il fare acquisti un valido rimedio contro la depressione (3.0). Insomma, uno sfizio, una coccola ogni tanto, ma un impulso frenato dalle briglie della ragione.

Tuttavia, se in questa fase il consumatore pare piuttosto improntare i suoi comportamenti in base a elementi razionali, badando a non farsi contaminare troppo dalle emozioni, questo non significa che il desiderio non esista e che non si faccia sentire.

Lo dimostra l'analisi che, con una scala da 0 a 100, mette a confronto un indicatore di desiderabilità per alcune categorie di beni durevoli, comparandola con un'autovalutazione della necessità di un nuovo acqui-



tav. 4

Necessità di sostituzione e desiderabilità di alcuni beni (indice 0-100)

	Necessità di sostituzione		Desiderabilità	
Da 75 a 71			• Informatica domestica	75
			• Elettrodomestici bruni	73
Da 70 a 66			• Telefonia mobile	70
			• Veicoli	70
Da 65 a 61			• Mobili	63
			• Elettrodomestici piccoli	63
			• Corredo casa	62
Da 60 a 56	• Informatica domestica	60	• Elettrodomestici bianchi	60
	• Veicoli	58		
Da 55 a 51	• Telefonia mobile	55		
	• Elettrodomestici bruni	55		
	• Elettrodomestici bianchi	55		
	• Mobili	55		
	• Corredo casa	55		
	• Elettrodomestici piccoli	55		



sto (tav.4).

Dal punto di vista della necessità, tutti i prodotti considerati restano contenuti in una zona intermedia, con un indice da 60 a 50: in testa l'informatica domestica, dove l'esigenza di rinnovo è dettata anche dal cambiamento dei sistemi operativi, dei software applicativi e dal moltiplicarsi delle periferiche, e in coda i piccoli elettrodomestici, che per loro natura, possono contribuire a migliorare la qualità della vita, ma certo sono lungi dal poter essere considerati indispensabili.

Ben più aperto il ventaglio della desiderabilità. Anche in questa classifica è in testa l'informatica domestica (75), seguita dagli elettrodomestici bruni (73). Poco al di sotto si trovano la telefonia mobile, l'auto/moto (entrambe a 70) e più staccati i mobili e i piccoli elettrodomestici (63). Chiudono la classifica dell'appetibilità il corredo per la casa, come stoviglie, biancheria, complementi di arredo (62) e gli elettrodomestici bianchi (60).

Ma al di là di queste specificità settoriali, è possibile identificare dei fattori guida nelle scelte d'acquisto degli italiani?

Naturalmente, i toni sono diversi a seconda che si tratti di beni di largo consumo o di beni durevoli (tav. 5), ma in entrambi i casi, nonostante i postumi della crisi, la qualità risulta essere di gran lunga l'aspetto più importante (56% nella spesa quotidiana e 71% per prodotti destinati a utilizzi prolungati). Si nota che la sensibilità verso la qualità è sempre maggiore nel target femminile. Curiosamente, il Sud ritiene più importante questo fattore nella spesa di tutti i giorni, ma meno delle altre zone d'Italia quando si parla di beni durevoli.

Tutto ciò non significa, comunque, che il prezzo non sia considerato, bensì che in pochi casi venga eletto al rango di fattore guida: ciò avviene nel 22% per gli acquisti da supermercato (soprattutto prodotti commodity) e si riduce ulteriormente al 10% per i beni durevoli. La sensibilità al prezzo è sempre massima fra i più giovani e tende a diminuire nelle fasce più mature, dove solitamente la base reddituale è più solida.

Per i beni durevoli, a pari importanza con la convenienza, emerge il poter disporre, prima dell'acquisto, di informazioni sui prodotti (10%), fattore che si conferma al terzo posto anche nel largo consumo (8%). In entrambi

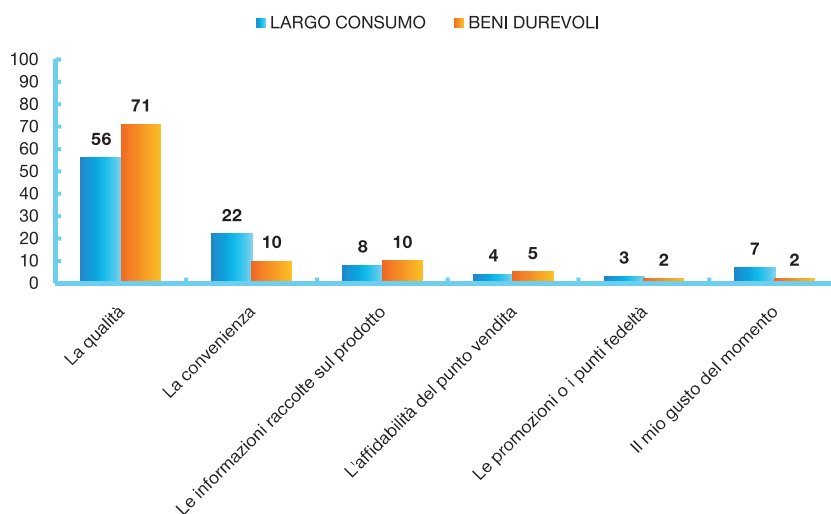
i casi sembrano più gli uomini a coltivare maggiormente questa esigenza di raccogliere informazioni prima di recarsi sul luogo dell'acquisto.

L'estemporaneità, il gusto del momento, il puro e semplice "mi piace", conta per il 7% nella spesa quotidiana e solo per il 2% se si tratta di scegliere veicoli, mobili o elettrodomestici.

Chiudono questa classifica l'affidabilità dell'insegna e le iniziative a punti o con fidelity card, che nel largo consumo pesano rispettivamente il 4% e il 3%. Nel settore dei beni durevoli la prima è un po' più importante (5%), mentre la seconda è più marginale (2%).

Fattori guida nella scelta dei prodotti di largo consumo e dei beni durevoli

tav. 5





Le difficoltà economiche dell'ultimo periodo favoriscono l'emergere di nuove forme e iniziative di consumo. Tra queste, raccoglie maggiori consensi la "banca del tempo", seguita dal car-pooling e dai GAS, i gruppi di acquisto solidale.

Nuovi approcci al consumo

Già nella scorsa edizione de l'Osservatorio si è avuto modo di affrontare come le difficoltà economiche dell'ultimo periodo abbiano portato molti italiani a

ricercare nella famiglia il luogo da difendere ed entro il quale organizzare la propria difesa. In questa edizione ci si è spinti a esplorare quali iniziative (alcune nuove, altre semplicemente ripescate da epoche di minor benessere diffuso), hanno trovato terreno più fertile e costituiscono oggi un modo diverso delle famiglie di porsi nel confronto dei consumi, per mantenere il difficile equilibrio fra esigenze dei singoli componenti e budget.

Anche in questo caso, per misurare i fenomeni, è stato utilizzato un indicatore statistico da 1 a 5, che esprime il livello di interesse verso le diverse iniziative

vagliate (tav.6).

Fra quelle che dimostrano un maggior potenziale, troviamo lo scambio di competenze e servizi, cioè quel progetto noto anche, nelle sue forme più organizzate, come "banca del tempo" (3.9). Si tratta di una sorta di moltiplicatore del "fai da te", nel senso che ciascuno può prestare gratuitamente il proprio sapere e ricevere in cambio l'altro, in un interscambio dinamico di attività, fatto di lavori di manutenzione, di cucina, di sartoria, di ripetizioni a studenti, sorveglianza a bambini, ecc.. In questo modo, di fatto, alcune voci di spesa si traducono da reale esborso di denaro in una sorta di baratto dei servizi. A farne più ricorso sono

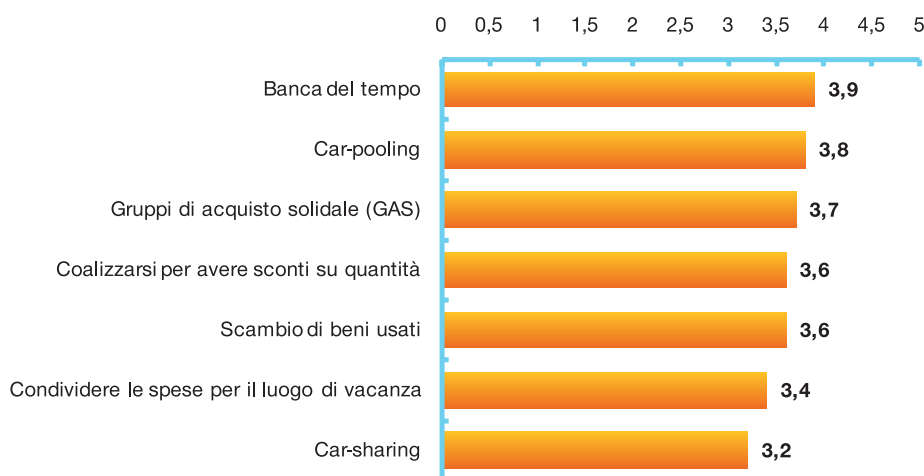
i giovani e in particolare le donne. Un secondo tipo di soluzione che dimostra un certo potenziale (anch'essa con un indice di 3.8) è quella del car-pooling, ovvero della condivisione d'uso di un veicolo privato, generalmente un'auto, per effettuare insieme lo stesso spostamento sul territorio, suddividendone le spese e tenendosi compagnia. Si tratta di un sistema nato sia con una finalità ecologica che economica e che ha avuto una più ampia possibilità di diffusione con l'avvento dei social network. Se prima erano solitamente colleghi di lavoro a organizzarsi spontaneamente per il tragitto casa-ufficio-casa, ora pos-



Atteggiamenti verso nuove forme e iniziative di consumo

tav. 6

(Indice di interesse 1-5)



sono essere più persone che entrano in contatto sul web e scoprono di avere orari e obiettivi comuni di spostamento sul territorio. Più limitata, invece, l'appetibilità del vero e proprio car-sharing (3.2), cioè la possibilità di affittare un'auto per un tempo anche limitato (ore), rinunciando completamente all'acquisto e alla proprietà. La proposta appare più interessante per coloro che fanno un uso saltuario della macchina e che quindi non hanno interesse a sobbarcarsene i costi fissi. Tuttavia, un serio limite è costituito dalla ancora scarsa capillarità dei punti dove è possibile ritirare e riconsegnare le vetture. Al momento, l'interesse è maggiore fra le persone meno giovani e nelle zone industrializzate del nord-ovest.

Un altro fenomeno interessante è quello dei gruppi d'acquisto solidale (noti anche come GAS), cioè di libere associazioni di individui, che si costituiscono per creare un canale diretto fra chi produce e chi consuma, cercando di evitare il più possibile i vari

passaggi intermedi della distribuzione (indice 3.7). Le finalità di un GAS possono essere

diverse, ma quella prevalente è di avere un canale più diretto con una rosa selezionata di produttori (soprattutto nel settore agro-alimentare) per far sì che ogni euro della spesa sia destinato a garantire la qualità di ciò che si acquista e un'equa remunerazione di chi produce, limitando l'esborso per trasporti e stoccaggi. L'interesse per i GAS è maggiore nelle donne e nelle classi di età da 35 a 55 anni. Accanto a questi gruppi con finalità eco ed equo-solidale, negli ultimi tempi sono

nate anche altre forme di coalizzazione fra famiglie, questa volta più orientate a un mero risparmio sulla quantità. Si tratta, infatti, in questo caso, di consumatori che uniscono le loro risorse per chiedere ai distributori prezzi all'ingrosso. L'interesse per questo genere di iniziative (3.6) è maggiore fra le famiglie con reddito più basso ed esprime, infatti, un orientamento all'economia più che alla qualità.

La necessità di ridurre sprechi e destinare le risorse ad acquisti che si dimostrino veramente duraturi, si è inoltre incanalata in un'altra forma di cooperazione e scambio: quella dell'usato (3.4). Abbigliamento, calzature, giocattoli, ma anche biciclette, libri, computer, ecc., diventano rapidamente inadatti a soddisfare figli che crescono e che mutano irreversibilmente le loro esigenze. Così, se in passato erano i primogeniti a passare indumenti e giochi a fratelli e sorelle minori, oggi lo scambio si allarga anche al di fuori dei confini della famiglia.



Sono soprattutto le donne, per ora, ad avere la maggior sensibilità per questo mercato del riutilizzo intelligente.

Infine, un'ulteriore forma di utilizzo congiunto è quella del luogo di vacanze (3.4): ospitare e alternativamente essere ospitati in una casa di proprietà di famiglia o di conoscenti e amici, diventa un altro modo per evitare esborsi e scambiarsi i vantaggi di possedere un bene, non sempre utilizzato appieno. Anche per questo, il web è stato determinante, nel creare siti di scambisti, che mettono a disposizione i propri appartamenti in Italia o all'estero. Così, la multiproprietà, che non ha mai avuto un grosso successo nel nostro Paese, sembra ora ritornare a interessare una parte degli italiani, come ennesima moderna forma autogestita del baratto.



Chiamati a valutare l'offerta commerciale nelle diverse categorie dei beni durevoli, i consumatori esprimono i consensi maggiori per i punti vendita di telefonia e in seconda battuta per quelli di elettrodomestici ed elettronica di consumo ai quali è riconosciuta un'evoluzione positiva negli ultimi tempi. Sostanzialmente invariati, invece, secondo la maggior parte degli italiani, i rivenditori di mobili e veicoli. Personale competente e una politica di prezzi onesta e coerente sono gli aspetti che conferiscono maggiore credibilità alla distribuzione commerciale. Oltre 7 italiani su 10 preferiscono il punto vendita specializzato e orientato alla qualità piuttosto che alla convenienza.

» **Attese verso il mondo della distribuzione commerciale**



Gia dai primi dati fin qui illustrati risulta che le aspettative generali del consumatore nei con-

fronti della distribuzione commerciale siano in lieve ripresa e si preveda un ulteriore rafforzamento per il prossimo futuro. Ma su quali elementi concreti si basa questa valutazione e quali settori di beni durevoli ne sono maggiormente coinvolti?

Per rispondere a questo quesito, si può partire dall'osservare come vengono valutate, nel loro insieme, le trasformazioni che hanno interessato l'offerta commerciale delle principali merceologie (tav. 7).

I pareri più contrastati riguardano i punti vendita di abbigliamento, giudicati migliorati per un 32% delle famiglie, ma rimasti uguali per un 43% e addirittura peggiorati per un 25%. Sono soprattutto le donne e in particolare le meno giovani, a essere critiche verso l'evoluzione di questo settore.

Il settore dei mobili e dell'arredamento sembra contraddistinto da una certa inamovibilità: ben il 52% non avverte sostanziali trasformazioni, mentre chi invece nota cambiamenti (e sono ancora una volta decisamente più le donne degli uomini), vi assegna

in maggioranza un segno positivo (33%), piuttosto che negativo (15%). I cambiamenti in positivo sono stati in generale più apprezzati nelle zone del Mezzogiorno.

Non molto dissimile la situazione per i rivenditori di veicoli: quadro immutato per il 49% degli italiani, ma migliorato per il 38% e peggiorato solo per un 13%. Anche in questo ambito, sono le clienti donne a esprimersi in modo più critico, mentre la componente maschile riserva maggiori apprezzamenti.

In generale più positive le valutazioni sulla dinamica dei punti vendita di elettrodomestici ed elettronica di consumo: li trova migliorati il 59% dei consumatori, peggiorati il 9% e stabili il restante 32%. Sono le persone con livello di scolarità più basso ad avvertire i maggiori miglioramenti in questo settore, evidentemente reso loro accessibile nonostante la sempre più elevata componente di tecnologia nei prodotti. Ancora più accentuata l'evoluzione percepita nel settore della telefonia, con un miglioramento avvertito

dal 62% della popolazione, un peggioramento dal 7% e nessun particolare cambiamento dal 31%. Il giudizio è più lusinghiero fra i giovani delle grandi città.

Oltre a questo giudizio globale, i vari "modi d'essere" dei punti vendita, attraverso le iniziative adottate (tav.8), sono stati valutati dai consumatori con un punteggio da 1 a 5. Per una più agevole lettura di questi dati, si tenga conto che quando tale punteggio supera il livello 4, si esprime un forte gradimento del pubblico, da 4 a 3 l'accoglienza è sempre più tiepida e al di sotto di 3 si esprime una sostanziale contrarietà.

La competenza e la preparazione (anche) tecnica del personale sono una richiesta espressa a piena voce dal frequentatore di negozi che trattano beni durevoli (4.4) e non va letta in contraddizione con la possibilità di lasciar scegliere autonomamente il consumatore intervenendo solo su richiesta (3.8). In altre parole, meglio garantire una presenza discreta del personale di vendita, ma all'occorrenza, questo deve essere in grado di rispondere esaurientemente anche alle domande del pubblico più esigente e preparato.

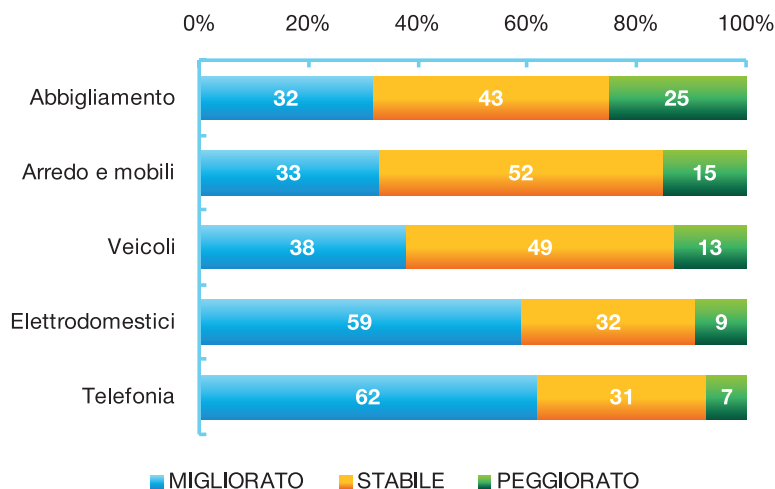
Una politica di prezzi onesta e coerente sembra oggi il miglior testimone di credibilità dell'insegna (4.4), ma resta alta la sensibilità verso la convenienza, attuata con sconti e ribassi (3.9). L'importante è che il prezzo non diventi l'unico fattore guida e che la chimera dell'"offerta imbattibile" non significhi rinunciare alle altre variabili del mix (2.7).

Per la comunicazione sono ancora validi i volantini e i depliant (3.5), in grado di raggiungere un target ampio e trasversale, ma è sempre più vincente disporre di un sito internet esauriente e aggiornato (4.0), soprattutto se ci si rivolge a un pubblico giovane, maschile e scolarizzato. Meno conclamato, dato il ciclo di riacquisto piuttosto lungo, appare il vantaggio che gli esercizi di beni durevoli possono avere attraverso le fidelity card (3.3). L'interesse verso questo strumento risulta comunque maggiore nel Nord-Ovest.

Per quanto riguarda il credito, di cui si parlerà più diffusamente nel terzo capitolo, esso resta per una larga parte dei consumatori un valido strumento, ma non certo il fine dell'acquisto. Pertanto, si può anticipare che anche verso l'offerta di finanziamenti a "tasso zero" o comunque con interessi molto ridotti, non si rilevano più, come in passato, indici di appetibilità particolarmente elevati (3.5). Parimenti, si nota anche come l'attesa si stia spostando dal marchio della finanziaria (3.4), verso una capacità di informare e responsabilizzare il cliente direttamente sul punto vendita (4.3). Se, infatti, una certa selezione dei brand finanziari presenti presso i punti vendita è già di fatto avvenuta, resta ancora in parte da percorrere la strada verso una più attiva e concreta opera di supporto ai clienti, nella scelta di formule che si

Percezione di cambiamenti nei punti vendita

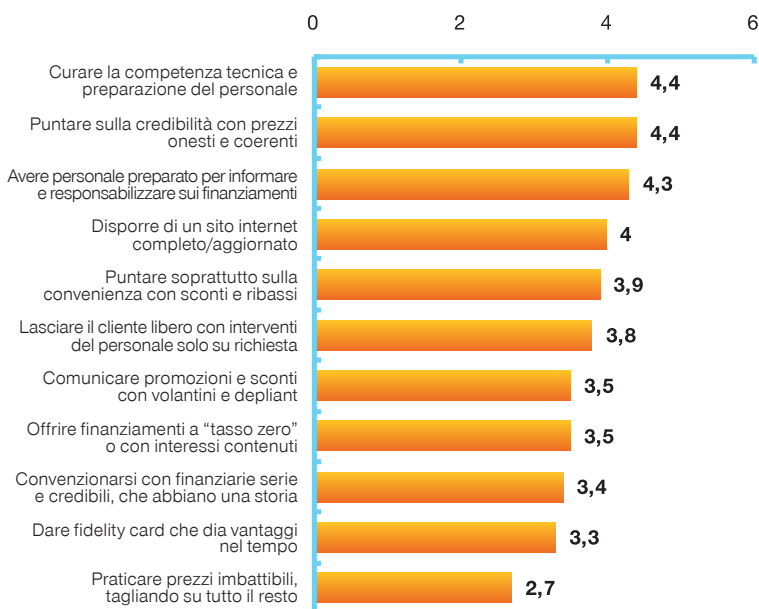
tav. 7



Valutazione su alcune iniziative della distribuzione commerciale

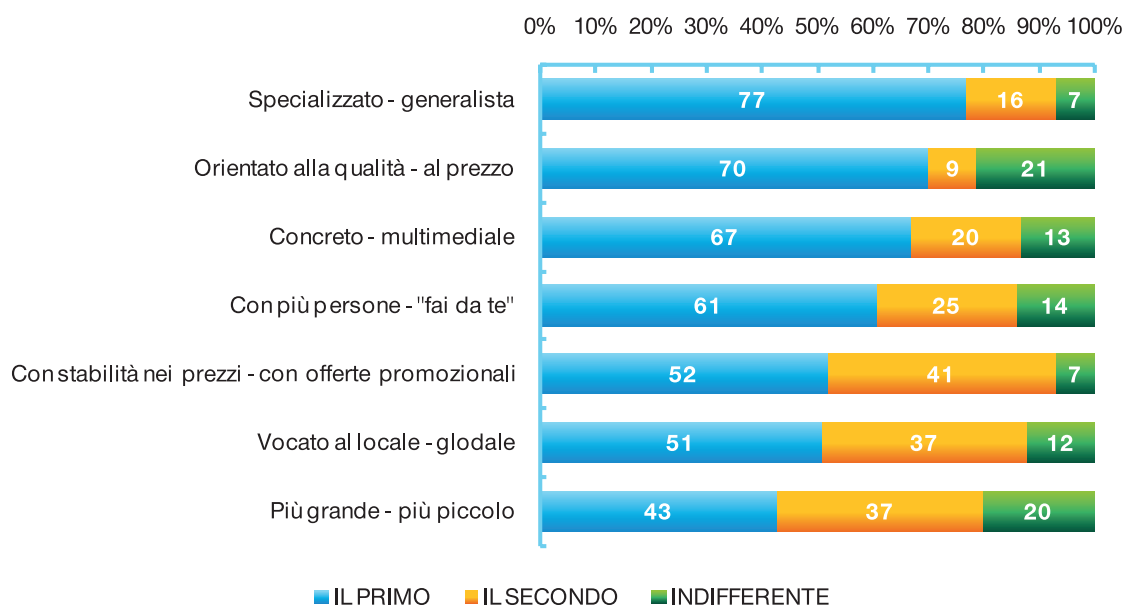
tav. 8

(Indice di interesse 1-5)



Orientamento verso un punto vendita ideale

tav. 9



dimostrano calibrate non solo sul presente di ogni famiglia, ma anche sui suoi progetti di uno sviluppo realizzabile e sostenibile.

Passando alla profilazione di un punto vendita ideale (tav.9), questa è stata esaminata proponendo coppie di aggettivi con significato antagonista e osservando al riguardo l'orientamento più pronunciato.

La tendenza che emerge più chiaramente è quella verso punti vendita sempre più specializzati (77%) e sempre meno generalisti (16%). Quest'ultima modalità resta residualmente più apprezzata nel Sud. Oltre a ciò, il fattore guida nei beni durevoli, si conferma essere primariamente la qualità (70%) e solo secondariamente il prezzo (9%), anche se soprattutto per i più giovani, resta un nervo scoperto.

Pur considerando che internet aumenta ogni giorno di importanza, al momento nella distribuzione commerciale resta fondamentale la tangibilità/funzionalità

del luogo fisico dove un prodotto può essere esaminato e vagliato (67%), più che una capacità di relazionarsi in modo multi-mediale con i clienti (20%). Della prima modalità ne fanno richiesta soprattutto le donne e le persone più mature, la seconda interessa maggiormente un pubblico giovane, maschile, di reddito e cultura medio-alti.

Parallelamente alla tendenza sopra esaminata, soprattutto nelle zone del Meridione e sempre da un target maturo, viene preferito il negozio con la presenza di personale cui rivolgersi (61%), rispetto alla logica del punto vendita "fai da te" (25%), comunque più vicino allo stile di un pubblico giovanile e insediato nelle grandi aree industrializzate del Nord-Ovest. Molto bilanciato appare l'antagonismo fra stabilità dei prezzi (52%) e periodi di offerta promozionale (41%), quasi che il consumatore desiderasse una cosa, senza voler rinunciare all'altra.

Meno chiare le scelte sugli opposti fra un'offerta "localistica", cioè orientata a esigenze, gusti e tradizioni della cultura ospitante (51%) o "globalizzata", cioè più in linea con successi e trend registrati a livello mondiale (37%). Ancora una volta la dicotomia sposta due profili diversi di consumatori: i "localisti" sono più anziani, più donne e più diffusi nel Mezzogiorno; i "global" sono tendenzialmente più giovani, maschi, culturalizzati e residenti nel Nord.

Infine, l'opposizione fra punti vendita grandi e piccoli vede una debole preferenza verso i primi (43 contro 37), anche se sottende in realtà due target contrapposti: più giovani e più uomini a favore delle grandi superfici e più donne e più anziani a favore del negozio tradizionale di dimensioni contenute.







Gli italiani e il credito al consumo

Come vi accedono,
che cosa ne pensano
e quali sono le loro
aspettative per un
ricorso al pagamento
rateale sempre più
responsabile.



Il ricorso al credito

Oltre 4 italiani su 10, tra coloro che hanno almeno un'esperienza di pagamento rateale alle spalle, sono ricorsi al credito rivolgendosi direttamente ad una società finanziaria o alla propria banca. Seguono, tra le tipologie di finanziamento maggiormente utilizzate, il credito sul punto vendita per l'acquisto di un veicolo e il mutuo per la casa.

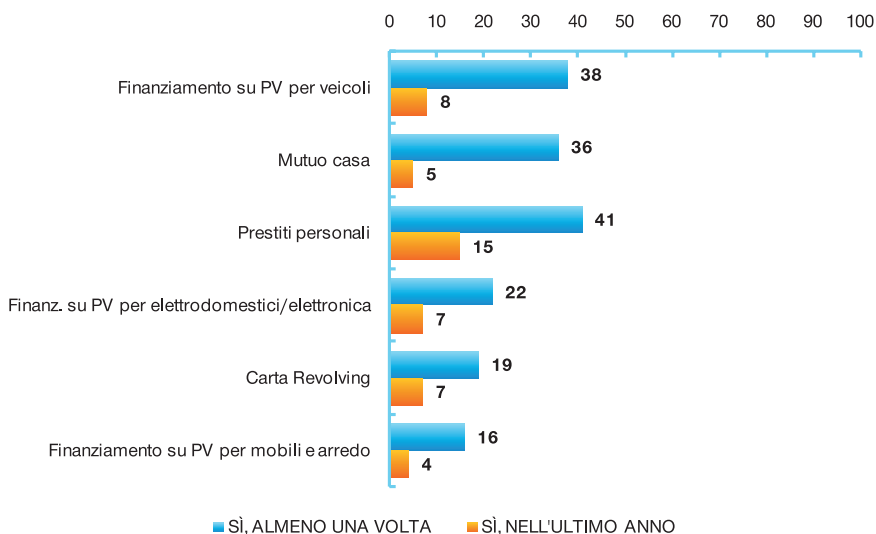
Come ogni anno, a complemento dell'indagine sui consumi, l'Osservatorio ha indagato alcuni aspetti chiave nel ricorso al credito da parte delle famiglie italiane. Un primo dato di scenario riguarda le tipologie di finanziamento finora utilizzate (tav. 10). Al primo posto troviamo i prestiti personali (41%), seguiti dai finanziamenti sul punto vendita per l'acquisto di un veicolo (38%) e dai mutui per la casa (36%). Sul punto vendita sono stati anche richiesti finanziamenti per elettrodomestici ed elettronica di consumo nel 22% dei casi e per arredo/mobili nel 16%. L'uso di carte revolving è per ora appannaggio di un 19% della popolazione.

Dal punto di vista del profilo degli utilizzatori di queste diverse forme di finanziamento, si osservano interessanti differenze. I mutui sono naturalmente più diffusi a partire dai 35 anni, nelle famiglie con figli e nelle grandi città. Per quanto concerne i prestiti personali, mentre quelli richiesti alla propria banca si incentrano maggiormente su lavoratori dipendenti, quelli erogati da finanziarie danno più spazio anche ai lavoratori autonomi. Inoltre sono più richiesti da uomini e, in particolare modo nel Sud, da un ceto con reddito tendenzialmente più modesto. Anche i finanziamenti sul punto vendita non sono uniformi: quelli per i veicoli hanno un'impronta femminile più rilevante di quelli per elettrodomestici ed elettronica di consumo. L'incidenza dei giovani è maggiore in quest'ultimo settore come anche in quello dei mobili e arredo. In ogni caso, non sono più solo i redditi più modesti a farvi ricorso, ma un pubblico trasversale dal punto di vista del potenziale di spesa. Infine, le carte revolving risultano più utilizzate dalle fasce di età medie, da lavoratori dipendenti e persone con scolarità più bassa, soprattutto al Centro-Sud.

Esaminando il dato riferito al solo ultimo anno, emerge un uso prevalente di prestiti personali (15%). Per quanto riguarda gli acquisti finanziati sul punto vendita, l'8% ha riguardato i veicoli, il 7% elettrodomestici ed elettronica di consumo e il 4% arredo/mobili. Le carte revolving sono state utilizzate nel 7% dei casi, mentre i mutui accesi negli ultimi 12 mesi hanno riguardato il 5% delle famiglie.



Finanziamenti utilizzati tav. 10





Nel percepito degli italiani, tra mutui, prestiti e finanziamenti, l'impegno medio mensile di una famiglia è di 810 Euro. I consumatori sono decisamente propensi all'utilizzo del credito per l'acquisto e la ristrutturazione della casa, per le spese sanitarie e per quelle a sostegno dell'attività lavorativa e dell'istruzione. Sono invece più prudenti quando di tratta di utilizzare il pagamento rateale per l'acquisto di beni durevoli.

Per un ricorso al credito più responsabile gli italiani auspicano soprattutto una maggior preparazione professionale in chi offre credito, la possibilità di misurare con un simulatore l'impatto delle rate e di poter contare su garanzie assicurative.

complessiva, tra finanziamenti, prestiti e mutui, che una famiglia italiana composta da 3 o 4 persone con un reddito di 2.500 Euro si trova a sostenere mensilmente (tav. 12). Gli italiani ritengono, proiettivamente, che l'impegno mensile medio complessivo è di 810 Euro. Il 17% pensa che l'attuale impatto delle rate su una famiglia superi la soglia di 1000 Euro al mese, il 36% che si aggiri fra i 751 e i 1000 Euro, il 20% che sia compreso fra 501 e 750 Euro e solo il restante 27% che sia inferiore a 500 Euro.

L'Osservatorio ha poi misurato la selettività negli obiettivi dei finanziamenti (tav. 13) mediante una scala di atteggiamento da 1 a 5; pertanto, un punteggio medio superiore a 3 esprimerà un atteggiamento favorevole al ricorso al credito per ciascun scopo indicato, mentre inferiore a 3 indicherà una maggior prudenza/cautela a contrarre debiti con questa finalità. Con un indice di 4.2, l'acquisto della casa, com'è na-

Le opinioni sul credito

Nella consapevolezza della difficoltà di determinare il livello di indebitamento medio reale delle famiglie italiane (a causa della loro reticenza nel dichiarare i livelli reali di reddito, di spesa e di debito), si è preferito misurare la percezione dell'indebitamento attuale delle famiglie italiane, chiedendo agli intervistati qual è la rata media

turale, risulta essere la motivazione verso la quale le famiglie esprimono la più alta propensione all'utilizzo di un finanziamento (in particolare sono più sensibili a questa motivazione le donne). Subito dopo, con un punteggio di 3.8, le evenienze sanitarie (ricoveri, operazioni, cure, dentista, ecc.), finalità questa che viene richiamata soprattutto nelle famiglie con figli. Un credito può essere ben motivato anche quando si tratta di investire nell'attività lavorativa (3.7), oppure nel percorso che precede l'inserimento nel mondo del lavoro, come scuole, università, corsi di formazione, ecc. (3.6). Valide anche le ristrutturazioni edili e le migliorie domestiche che a volte possono richiedere investimenti cospicui (3.6). Queste finalità sono condivise piuttosto trasversalmente da tutti i segmenti di popolazione.

Subito al di sotto di un indice di 3, e quindi in una zona discrezionale che inizia a fare emergere un atteggiamento di prudenza, troviamo l'acquisto di veicoli (2.9), seguito da quello di mobili (2.5) e di elettrodomestici (2.3). Le famiglie dimostrano un atteggiamento piuttosto cauto anche nell'utilizzo del credito come generico sostegno al budget (2.6), temendo forse di abituarsi, in questo modo, a vivere al di sopra delle proprie possibilità, senza vedere concreti e tangibili miglioramenti.

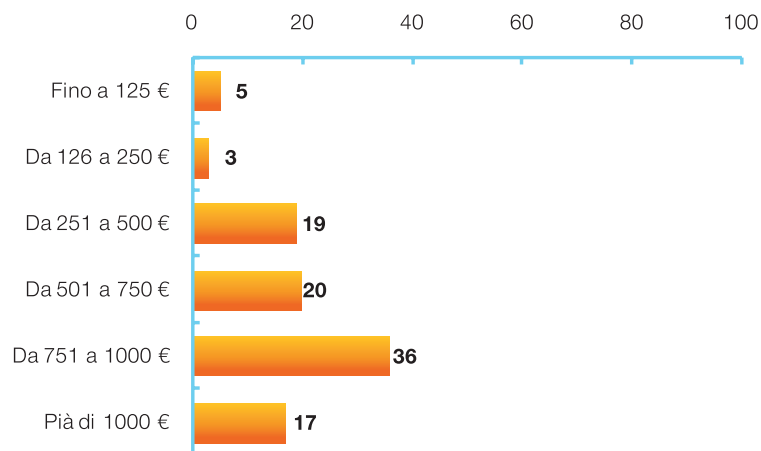
Più accentuata la resistenza a ricorrere a finanziamenti per l'acquisto di altri beni durevoli, quali informatica domestica (2.0), telefonia, apparecchiature



Percezione di una rata "media"

tav. 12

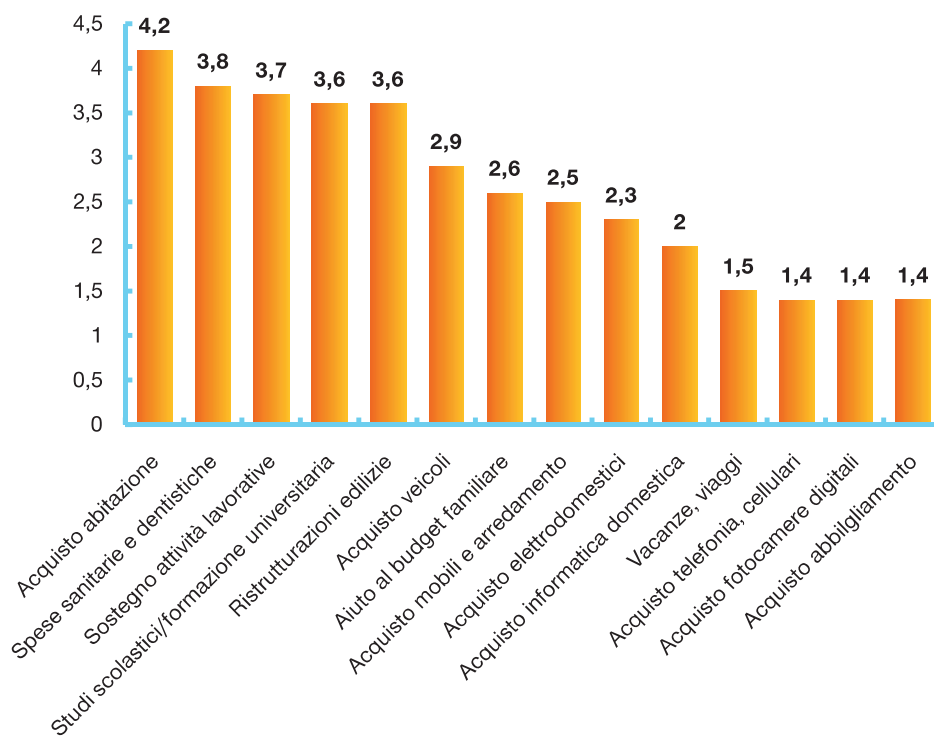
(Rata media: finanziamenti + prestiti + mutui di una famiglia da 3 o 4 persone con un reddito mensile di 2.500 Euro)



Sensibilità all'utilizzo dei finanziamenti per obiettivi differenti

tav. 13

(Indice di interesse 1-5)



digitali e abbigliamento (tutti a 1.4). Anche le tanto sospirate vacanze si deve cercare di affrontarle il più possibile senza indebitarsi (1.5). Quasi tutti questi indici di propensione sono comunque tendenzialmente più elevati nelle zone del sud dell'Italia.

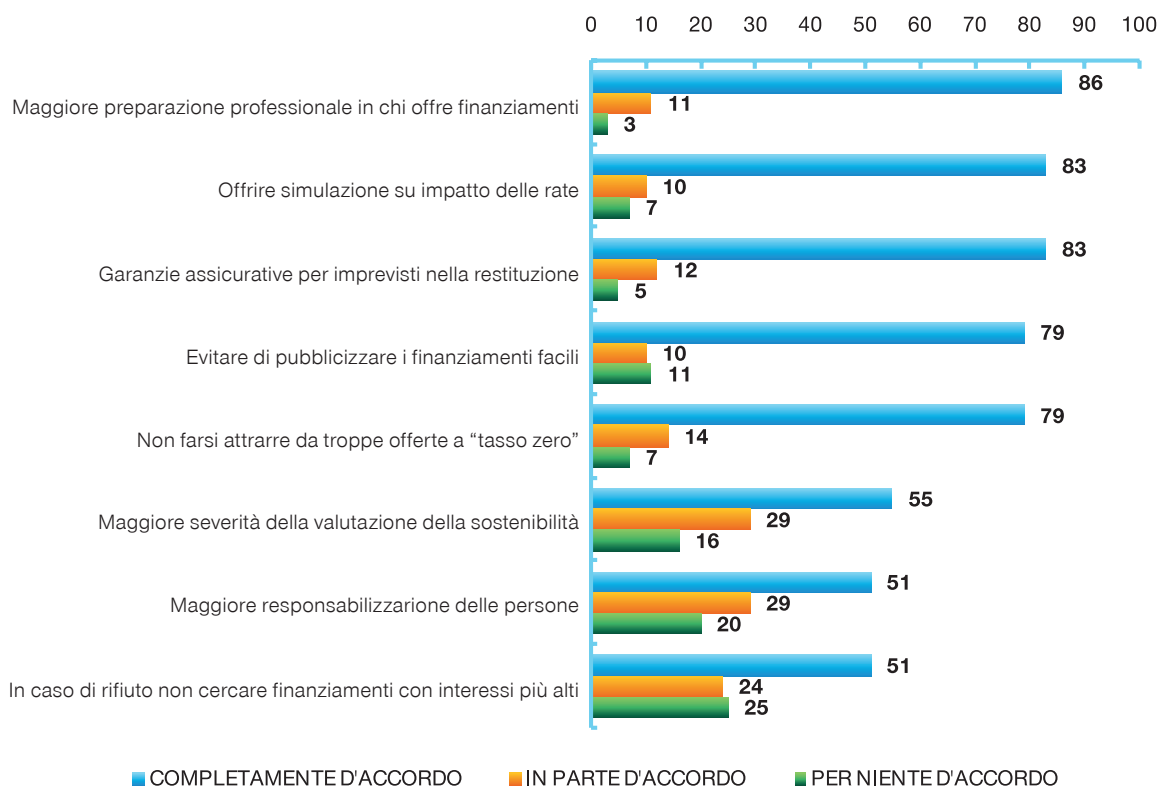
Oltre a questa diffusa prudenza, quali altri interventi auspicano gli italiani per favorire un ricorso al credito sempre più responsabile? (tav.14, pagina seguente). Una maggior preparazione professionale in chi offre credito è ritenuta una soluzione auspicata e valida per l'86% degli intervistati. Questa, andrebbe completata, prima di sottoscrivere qualsiasi contratto, da chiare simulazioni di quello che potrà essere l'impatto della rata (83%). Non meno importante e avvertito soprattutto dal target dei meno giovani, il fatto di poter offrire, congiuntamente al prestito, idonee garanzie assicurative che coprano eventuali casi di difficoltà o impossibilità a restituire l'importo (83%). Anche la comunicazione dovrebbe essere più misurata: 8 italiani su 10 dicono che occorrerebbe non far sembrare i finanziamenti troppo facili e, soprattutto nelle zone industrializzate del Nord-Ovest, si

incominciano a sentire le tante offerte a "tasso zero" come tentazioni avvincenti, ma cui sarebbe meglio offrire una maggiore resistenza. Tuttavia, il passaggio verso un credito responsabile non si preannuncia come un'operazione semplice e priva di abitudini da cambiare, per cui si renderà necessario anche un certo sforzo. Lo testimonia il fatto che una maggior severità nella valutazione della solvibilità del cliente è auspicata solo dal 55% dei consumatori. Anche l'ipotesi



Interventi auspicati per un ricorso al credito più responsabile

tav. 14



che spetti in prima battuta ai clienti diventare sempre più responsabili di fronte alle scelte di finanziamento non ottiene che un consenso parziale: sarebbe, infatti, appoggiata al momento da circa il 50% degli italiani (tendenzialmente sono i più giovani a essere più restii al riguardo). Un ulteriore dato che dà la misura delle resistenze che questo processo potrà incontrare è il seguente: 1 persona su 4, ricevendo il rifiuto per un finanziamento, non rinuncia alla ricerca di un'altra finanziaria che potrà concederglielo, anche se a interessi più alti.

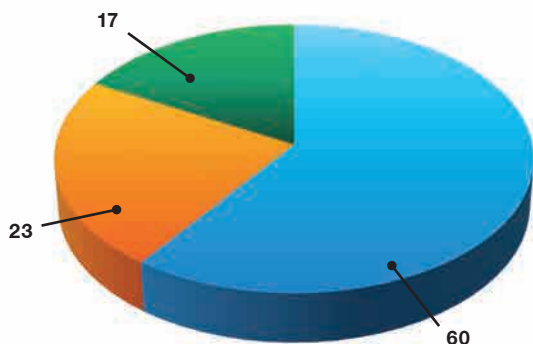
Questo quadro, piuttosto sfaccettato, risulta coerente con un altro dato, di natura esperienziale (tav. 15): chiedendo a coloro che negli ultimi 2-3 anni hanno

sottoscritto un prestito, come valutano l'assistenza ricevuta in fase di restituzione, il 60% si dichiara soddisfatto, il 23% solo in parte e il 17% quasi per nulla. Le donne tendono a essere più nette, risultando maggioritarie sia fra i completamente soddisfatti sia fra gli insoddisfatti, mentre gli uomini si attestano su un giudizio intermedio.

Chiedendo infine a queste persone se rifarebbero la scelta di finanziamento effettuata (tav. 16), il 56% dichiara di sì e il 31% di no, mentre il rimanente 13% resta incerto al riguardo. Il target femminile si dimostra di gran lunga quello meno suscettibile di ripensamenti (cambiarebbero la loro scelta 1 uomo su 3 e 1 donna su 4).

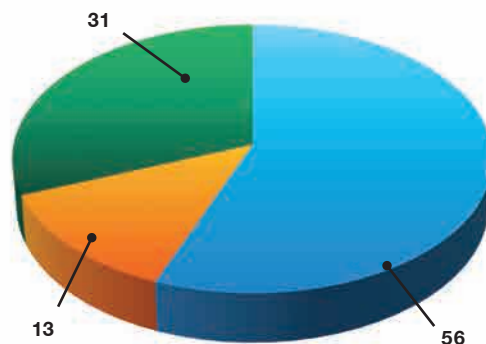
Soddisfazione per l'assistenza avuta nella sottoscrizione di un prestito

tav. 15



Disponibilità a rifare la scelta di finanziamento effettuata


tav. 16



COMPLETAMENTE+ABBASTANZA SODDISFATTO SODDISFATTO IN PARTE POCO+PER NIENTE SODDISFATTO

SICURAMENTE+PROBABILMENTE SÌ FORSE/NON SA SICURAMENTE+PROBABILMENTE NO





I giovani e i beni durevoli

Le opinioni e i criteri di scelta che portano i giovani ad approcciare l'apparato distributivo di auto, motoveicoli, elettrodomestici e mobili. Focus sull'utilizzo e le valutazioni del credito da parte degli "under 30" all'interno dei diversi mercati dei beni durevoli.

I giovani e il mercato dell'auto e dei motoveicoli

L'attenzione che annualmente l'Osservatorio dedica ai principali settori di beni durevoli si è focalizzata, quest'anno, sul segmento dei giovani, cioè sulla popolazione compresa fra i 18 e i 29 anni. È particolarmente interessante comprendere cosa avviene in questa fascia di età, nello specifico nel settore auto e motoveicoli, dove diverse fonti testimoniano un progressivo innalzamento dell'età dei clienti. Si sono volute così esplorare le opinioni, le valutazioni, i criteri di scelta che portano ad approcciare questo importante settore distributivo, cercando di mettere in luce gli elementi di attrattiva come pure quelli di resistenza che sono attualmente avvertiti dagli "under 30".

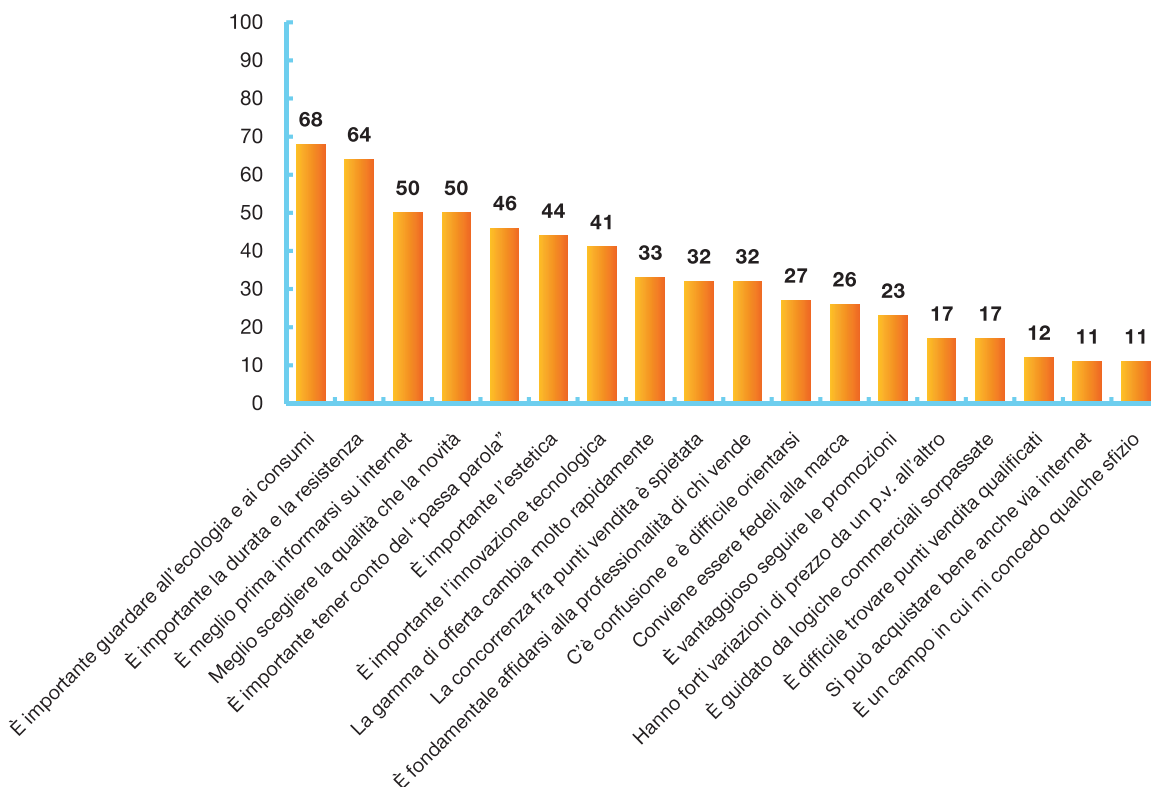
Connotazione del settore.

Che cosa contraddistingue oggi il settore auto e moto? Quali tratti lo caratterizzano in positivo e in negativo agli occhi dei consumatori più giovani? Per rispondere a questa domanda l'Osservatorio ha innanzitutto verificato in che misura alcune connotazioni appartengono a questo

Quando si tratta di acquistare auto o motoveicoli, i giovani prestano maggiore attenzione alle offerte attente alla riduzione dei costi e all'ecologia. Tra i fattori che guidano la scelta d'acquisto, risultano importanti anche la resistenza e la qualità del prodotto. Tra i canali di vendita gli "under 30" preferiscono i concessionari monomarca giudicati migliori per servizio post vendita e affidabilità. L'acquisto di auto e motoveicoli costituisce il motivo principale di richiesta di credito all'interno del mercato dei durevoli. Relativamente alla tipologia di finanziamento utilizzato, i giovani non segnalano particolari criticità e dichiarano di aver usufruito soprattutto di offerte a tasso zero. In caso di difficoltà nell'ottenere un credito la quota più consistente posticiperebbe l'acquisto. Tuttavia, non manca chi, per contro, chiederebbe credito altrove.

Pregi e difetti che caratterizzano il settore auto e motoveicoli (%)

tav. 1



specifico ambito della distribuzione commerciale, determinandone il profilo (tav. 1).

Emerge subito, nel target giovanile, un'elevata aspettativa verso un'offerta attenta all'ecologia e alla riduzione dei consumi (68%) e verso prodotti che si dimostrino duraturi e resistenti (64%). Entrambe queste tendenze sono al momento più accentuate nella fascia fra i 25 e i 29 anni e sono più evidenti nel Nord che nelle zone del Centro-Sud.

Poiché da anni non è questo un settore in cui si possono fare acquisti "alla leggera" (solo l'11% dichiara di togliersi qualche sfizio in questo campo), in generale risulta che per molti giovani sia meglio orientarsi alla qualità che alla novità (50%). Soprattutto per i maschi under 25 e nei centri più piccoli, conta però anche far risaltare l'estetica (44%), mentre per la fascia 25-29 e nei centri più grandi si è maggiormente sensibili a un'offerta che punti sull'innovazione tecnologica (41%). La fedeltà alla marca, a questa età, non pare altrettanto rilevante (26%). L'idea che la gamma di prodotti cambi molto rapidamente è condivisa dal 33% dei giovani (per confronto, la stessa percentuale raddoppia per un settore come quello dell'elettronica di consumo). Tanto meno si pensa che fra i punti vendita sia in corso una concorrenza particolarmente agguerrita. Condivide questa opinione solo il 32% dei giovani consumatori, anche se la percentuale sale al 36% nella percezione delle giovani consumatrici. Esiste comunque un segmento di clientela, maggiormente diffuso nei grandi centri urbani, che vive una certa confusione nel settore e una difficoltà a orien-

tarsi (27%).

In questo panorama, per alcuni è fondamentale affidarsi direttamente alla professionalità di chi vende (32%), ma, soprattutto nella fascia 25-29 anni, contano di più le esperienze sul campo o il passaparola (46%) ed è ancora più importante informarsi preventivamente su internet (50%).

Non sono molti, comunque, coloro che registrano sensibili variazioni di prezzo fra un punto vendita e l'altro (17%) e appare contenuta anche la percentuale che crede nell'effettiva vantaggiosità delle promozioni attuate (23%).

In definitiva, le riserve maggiori riguardano un 17% di "under 30" che ritiene il settore governato da logiche ormai sorpassate (ma il fenomeno non è giovanile, perché la percentuale si alza al 20% nei clienti da 30 a 44 anni). Inoltre un 12%, soprattutto uomini, accusa una certa difficoltà a trovare punti vendita qualificati.

Profilo dei canali d'acquisto.

Se i dati fin qui commentati già forniscono una certa fotografia del settore, ancor più nello specifico si può osservare come le principali tipologie di canali di vendita presenti nel frame competitivo acquisiscano, agli occhi dei giovani, un diverso profilo.

Sono stati quindi considerati separatamente i concessionari monomarca, i rivenditori plurimarca, ma non di meno, anche le possibilità di acquisto da un privato e via web (tav. 2).

Da questa analisi emerge come i concessionari

tav. 2

Profilo dei canali di vendita nel settore veicoli (% di abbinamento di ogni caratteristica per singolo canale)				
	Concessionari monomarca	Rivenditori plurimarca	Internet	Venditori privati
Di solito si fanno buoni acquisti	31	42	37	16
Meglio informarsi da altre fonti prima di usare questo canale	23	32	60	38
Non è più di moda/è superato	9	17	12	23
Offre una gamma di scelta più ampia	18	56	45	8
È una soluzione semplice e comoda	25	30	45	12
C'è spesso confusione e caos	10	30	42	18
Offre prezzi imbattibili	9	25	46	15
Condizioni di acquisto non sempre certe e chiare	16	23	58	31
Offre servizio e affidabilità	58	47	14	14
Può andarti molto bene, ma anche molto male	14	20	65	39
Dà un valido servizio anche nel post-vendita	59	42	14	12
Offre condizioni di credito interessanti	36	38	21	10



vengono valutati più positivamente per servizio post vendita (59%) e affidabilità (58%). Oltre a ciò si contraddistinguono per il riconoscimento più basso relativamente a caratteristiche negative, quali condizioni d'acquisto non sempre certe e chiare (16%) e caos, confusione sul punto vendita (10%).

I rivenditori plurimarca sono, ovviamente, in testa per quanto concerne la varietà di gamma (56%) e anche per l'idea che di solito si possono concretizzare buoni acquisti (42%). Alto anche il riconoscimento per le offerte di credito (38%), che li vede quasi affiancati ai concessionari monomarca (36%).

Il canale internet si profila in tutta la sua ambivalenza: offre prezzi imbattibili (46%) ed è comodo (45%). Tuttavia può andarti molto bene, ma anche molto male (65%); le condizioni d'acquisto non sono sempre certe e chiare (58%), c'è molta confusione (42%) e in definitiva è meglio informarsi anche da altre fonti (60%).

Infine, l'acquisto da privato non eccelle in nessuna caratterizzazione e, infatti, è il canale che più di ogni altro viene ritenuto ormai fuori moda (23%).

Una buona sintesi di queste valutazioni è riscontrabile nelle scelte fra i diversi canali che i consumatori effettuerebbero per l'acquisto di un veicolo nuovo o usato (tavv. 3a e 3b).

Nel caso di auto e moto nuove, il concessionario monomarca sarebbe il canale elettivo per il 52% dei giovani, mentre il 32% si rivolgerebbe a un rivenditore con più marche. Marginale la quota di chi prediligerebbe internet (7%). Per converso, 1 cliente su 2 di questa fascia di età escluderebbe a priori il web,

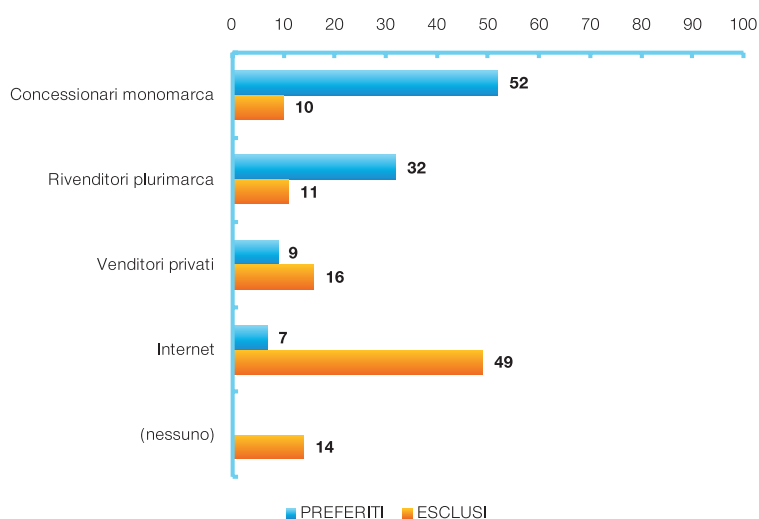
mentre solo 1 su 10 non prenderebbe in considerazione concessionari e rivenditori.

Da un punto di vista del profilo dei clienti, i concessionari monomarca sembrano attrarre maggiormente i giovani dai 25 ai 29 anni, specialmente maschi e più tipicamente nelle zone del Nord. I saloni plurimarca, per contro, risultano più attrattivi per i giovanissimi da 18 a 24, per il pubblico femminile e in particolare nel Centro-Sud.

Molto diversa la situazione per il mercato usato: il 38% del target giovanile preferirebbe un rivenditore plurimarca e ben un 32% si rivolgerebbe direttamente a un privato. Solo il 20% cercherebbe un concessionario monomarca, mentre l'acquisto via web resterebbe confinato entro un 10% (il 43% escluderebbe comunque questo canale).

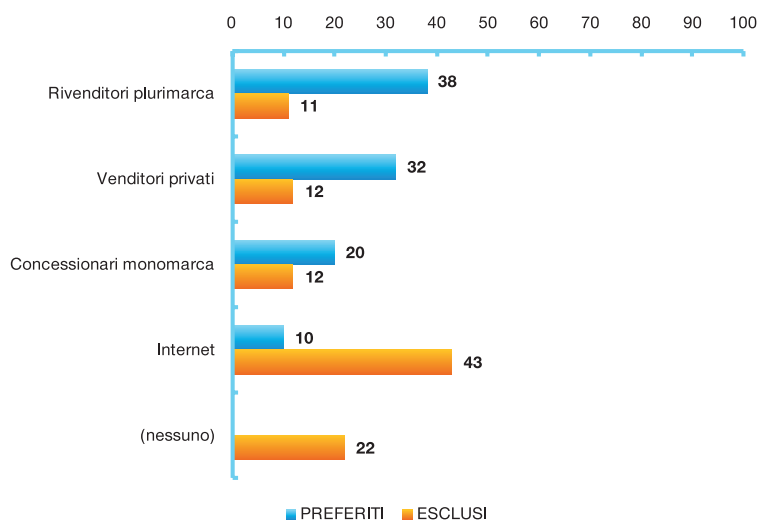
Canali preferiti o esclusi per l'acquisto di un veicolo nuovo (%)

tav. 3a



Canali preferiti o esclusi per l'acquisto di un veicolo usato (%)

tav. 3b



Acquisti finanziati per categorie di beni durevoli
 (% di consumatori che hanno fatto almeno una volta un acquisto finanziato)

	Totale	18-29 anni	30-44 anni	45-55 anni
Veicoli	44	39	45	47
Elettrodomestici/elettronica di consumo	31	24	32	36
Mobili e arredamento	27	19	30	33
(Nessuno)	35	43	32	31

Utilizzo e valutazione del credito applicato al settore.

Auto e moto costituiscono la parte più rilevante del ricorso al credito per l'acquisto di beni durevoli (tav. 4): l'hanno utilizzato almeno una volta il 44% dei consumatori italiani, contro il 31% per elettrodomestici/elettronica di consumo e il 27% per mobili/arredo. Indipendentemente dal settore, il ricorso ai finanziamenti è diverso nelle varie fasce di età. Sempre per i veicoli, nello specifico, si passa da un 39% negli "under 30", per salire al 45% nella classe 30-44 anni e raggiungere un 47% in quella 45-55 anni. Fra i

giovani, il ricorso al credito per acquistare un'auto è maggiore fra gli uomini ed è più praticato nelle zone del Mezzogiorno.

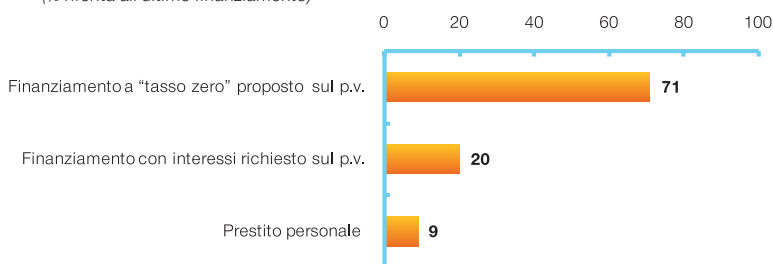
Relativamente alla tipologia di finanziamento utilizzato dal target giovanile (tav. 5), si può osservare che la proposta di un "tasso zero" ha catturato il 42% delle ultime esperienze nel settore, mentre un ulteriore 38% si è avvalso di un finanziamento con interessi. Il restante 20% degli acquisti è avvenuto con un prestito, che in maggioranza è stato erogato dalla propria banca (14%) e più marginalmente da un'altra banca o da una società finanziaria (6%). Fra le proposte finanziarie del punto vendita, il "tasso zero" sembra comunque attrarre maggiormente il pubblico maschile, mentre le giovani donne valutano più globalmente la proposta, considerando gli interessi come un'importante, ma non l'unica, variabile del credito.

Può risultare altresì interessante esaminare eventuali difficoltà riscontrate nei finanziamenti da parte dei giovani che vi hanno finora fatto ricorso per l'acquisto di un'auto o di una moto (tav. 6). Va subito osservato che nessuna problematica emerge in modo diffuso e la maggioranza del target in esame non ha segnalato gravi criticità. Al primo posto emerge comunque la necessità di disporre di garanzie e avalli per avere un'erogazione di credito (26%), più sentita nel Sud. Di un certo rilievo anche le tante domande poste in fase istruttoria (24%) e la poca chiarezza/comprendibilità della documentazione contrattuale (24%), che preoccupa soprattutto i giovanissimi fino a 24 anni. Seguono i tempi giudicati lunghi per conoscere l'esito della richiesta (21%) e l'idea che il piano di restituzione possa essere poco flessibile (18%). Infine, un numero contenuto di giovani lamenta anche una certa insistenza nel proporre il finanziamento (14%). Ma a fronte di queste difficoltà per avere credito, cosa succede, invece, quando il finanziamento per un veicolo non viene concesso? Il target giovanile non sembra comportarsi in modo omogeneo al riguardo (tav. 7). La quota più consistente posticiperebbe l'acquisto (40%). Tuttavia, non manca chi, per contro, chiederebbe credito altrove (28%). Questa modalità sembra appartenere meno alla fascia dei giovanissimi e appare più diffusa nel Mezzogiorno. Un terzo gruppo rinunciarebbe al progetto d'acquisto (21%): sono fra questi soprattutto le consumatrici. Il

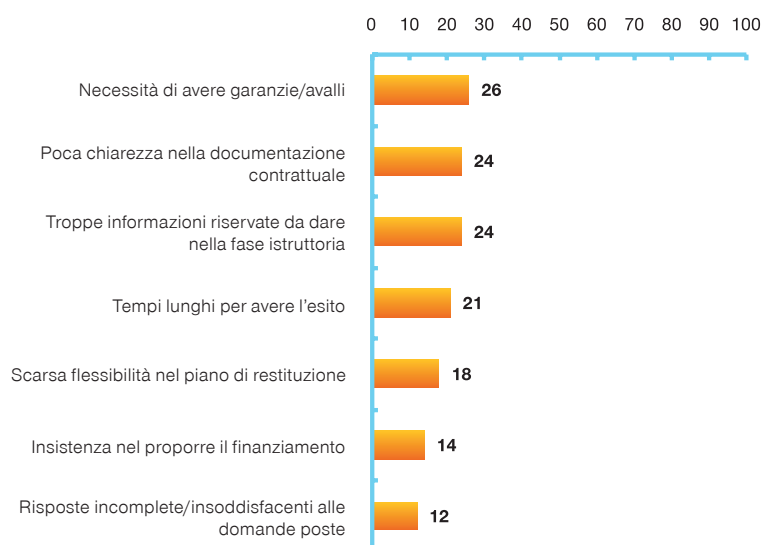
Tipo di finanziamento per l'acquisto di veicoli

tav. 5

(% riferita all'ultimo finanziamento)

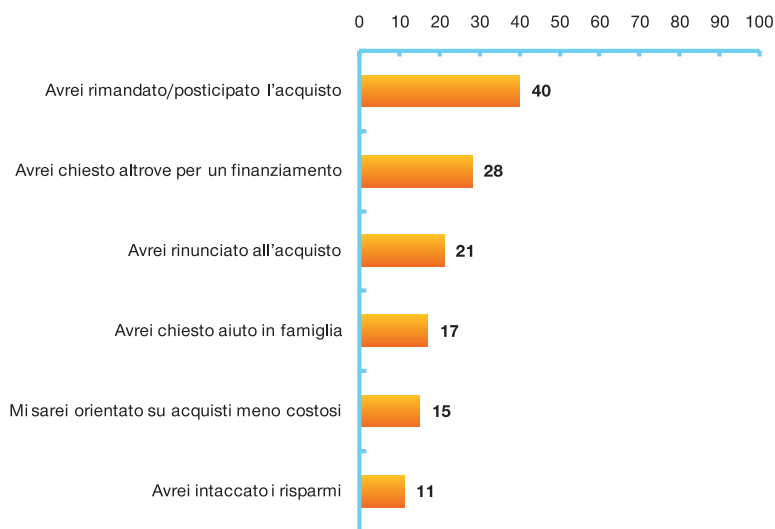

Difficoltà riscontrate nell'esperienza di finanziamento (%)

tav. 6





Cosa avresti fatto in caso di finanziamento non concesso (%) tav. 7

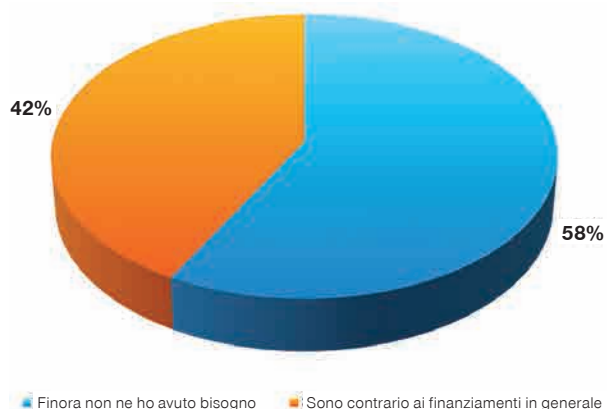


target maschile, invece, pare più incline a non sacrificare totalmente l'idea, ma semmai a contenerne l'investimento (15%). Completano il quadro coloro che chiederebbero aiuto in famiglia (17%) o che intaccerebbero i propri risparmi (11%).

Infine, uno sguardo sui giovani che finora non hanno mai fatto ricorso a finanziamenti (sono il 43% dei consumatori dai 18 ai 29 anni). La maggioranza di essi afferma finora di non averne avuto bisogno (58%), ma esiste anche una rilevante quota che si dichiara contraria a priori (42%) (tav. 8). Diventa allora importante capire i motivi di questo gruppo (tav.9). Un atteggiamento prudente sembra piuttosto diffuso: si teme di sovra indebitarsi (40%) o comunque di abituarsi a un tenore di vita superiore a quello realmente sostenibile (30%). Questa visione prudente è maggiore nella fascia da 25 a 29 anni, mentre i più giovani non temono altrettanto questi rischi. C'è anche chi pensa che dopo aver sottoscritto un pagamento rateale potrebbe pentirsi, pensando preferibile un pagamento cash (25%), ma c'è anche la paura di affrontare una materia ignota (23%) e quindi di poter essere mira di truffe e raggiri (20%). Sono soprattutto i giovanissimi a patire questa condizione del sentirsi "impreparati". Più marginali altre resistenze, come il timore di vedersi negato un credito (11%) o l'imbarazzo a chiedere soldi (6%), come pure la paura di coinvolgere la famiglia (4%). È evidente che lo sviluppo di una politica di credito responsabile dovrà dipanare questa percezione per molti versi ancora sfocata del mondo dei finanziamenti, da una parte facendo leva su una prudenza/previdenza motivata sia dei giovani sia delle fasce più mature della popolazione, dall'altra parte riducendo ansie e riserve che derivano principalmente da scarsa conoscenza o da pregiudizi.

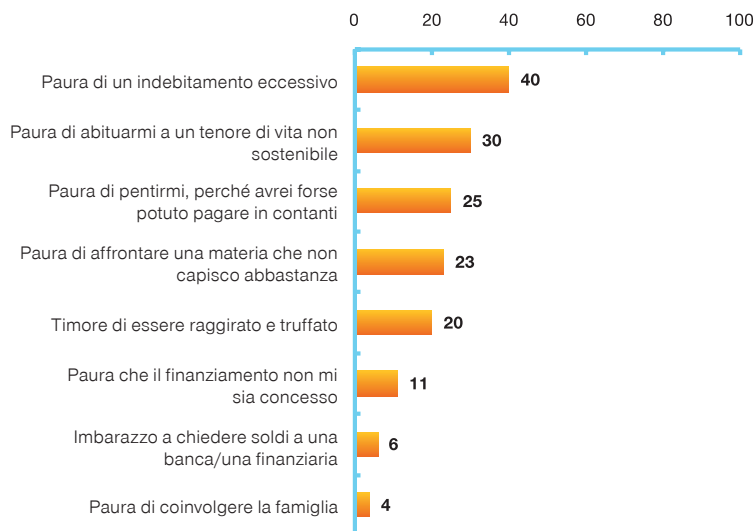
Motivi per cui non si è mai fatto un acquisto finanziato tav. 8

(base: intervistati 18-29 anni che non hanno mai fatto un finanziamento)



Motivi di resistenza ai finanziamenti (%) tav. 9

(base: intervistati 18-29 anni che non hanno mai fatto un finanziamento)



Tra i fattori che guidano le scelte d'acquisto degli "under 30" emergono l'attenzione all'estetica e alla resistenza dei prodotti offerti. Tra i canali di vendita i giovani preferiscono le grandi superfici per la casa in virtù dell'ampiezza di gamma, della convenienza dei prezzi e delle favorevoli condizioni di credito offerte. Dopo auto/moto ed elettro-audio-video l'acquisto di mobili e arredo per la casa costituisce il terzo principale motivo di richiesta di credito nel settore dei beni durevoli. Oltre l'80% del credito viene richiesto direttamente sul punto vendita: questa percentuale si divide equamente fra proposte a "tasso zero" e proposte con interessi. Gli "under 30" non evidenziano particolari problematiche legate al ricorso al credito per l'acquisto di mobili. Le criticità maggiori sono legate alle informazioni da fornire in fase istruttoria e alla necessità di disporre di garanzie e avalli.



I giovani e il mercato del mobile

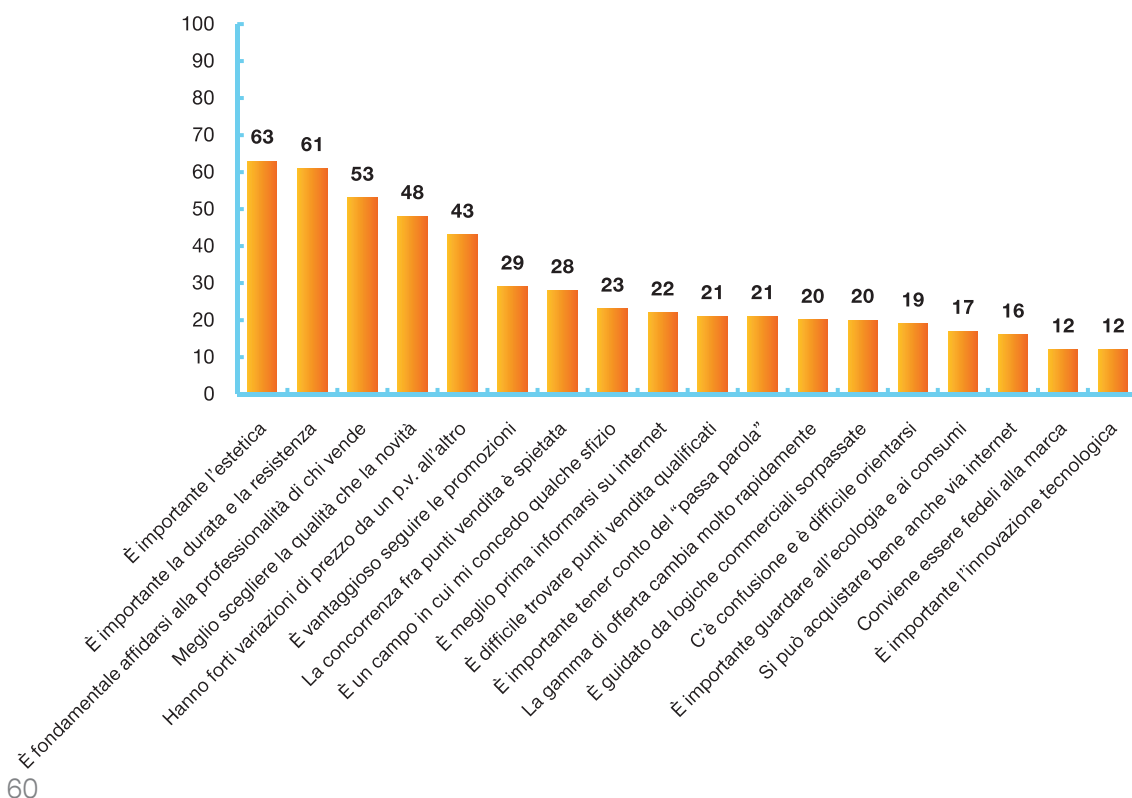
Per quanto riguarda il comparto dei mobili e dell'arredo casa, è particolarmente interessante, esplorare gli atteggiamenti e i comportamenti tipici dei giovani under 30 che, in parte vivono ancora con la famiglia di origine, influenzandone gusti e scelte, in parte hanno occupato o stanno per occupare nuove abitazioni nelle quali emergeranno diverse esigenze e desideri.

Connotazione del settore.

Che cosa contraddistingue oggi il settore dei mobili e dell'arredo casa? Quali tratti lo caratterizzano in positivo e in negativo agli occhi dei consumatori più giovani? Per rispondere a questa domanda l'Osservatorio ha verificato in che misura alcune connotazioni appartengono a questo ambito della distribuzione commerciale, determinandone il profilo (tav. 1). Emergono come fattori guida nelle scelte degli "under 30" l'attenzione all'estetica (63%), e, congiuntamente, la durata/resistenza dei prodotti

Pregi e difetti che caratterizzano il settore dei mobili e arredamento (%)

tav. 1





offerti (61%). Entrambe queste caratteristiche sono più sentite dal target femminile. Risultano per ora in secondo piano l'attenzione all'ecologia (17%) e all'innovazione tecnologica (12%), componenti, queste, più apprezzate dai residenti delle grandi città. In sintesi, il giovane consumatore sembra guardare più alla qualità che alla novità (48%) e per trovarla riconosce che sia fondamentale affidarsi alla professionalità di chi vende (53%). Tuttavia, ogni tanto, in questo campo, ci si può togliere anche qualche sfizio (23%), pur se i progetti d'acquisto restano in generale improntati a scelte razionali. Il settore è caratterizzato anche da una certa variabilità di prezzi da un punto vendita all'altro (43%), ma non si può dire che la concorrenza sia spietata (lo riconosce il 28% dei giovani, contro il 60% nel campo dell'elettronica di consumo).

L'impatto di internet nel settore mobili e arredamento risulta limitato. Solo il 16% riconosce il web come canale d'acquisto e il 22% ritiene sia meglio informarsi on line prima di scegliere. Una percentuale pressoché analoga preferisce invece basarsi su esperienze dirette o sul "passa parola" (21%). Contrariamente a quanto avviene in altri ambiti, sono comunque le giovani consumatrici a essere più favorevoli al canale virtuale.

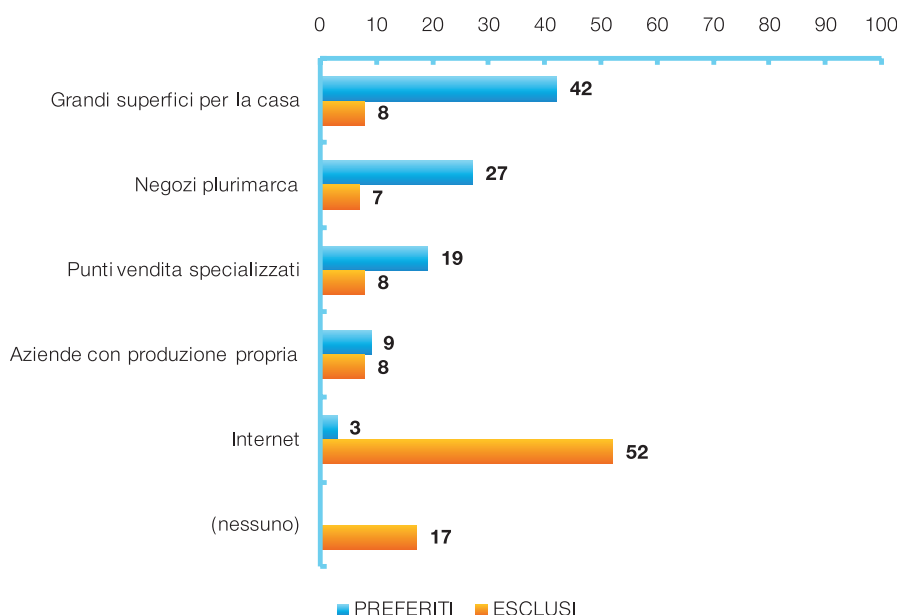
Inoltre, appare piuttosto contenuta la vantaggiosità riconosciuta alle promozioni organizzate dalla di-

tav. 2

Profilo dei canali di vendita nel settore mobili e arredamento (% di abbinamento di ogni caratteristica per singolo canale)					
	Grandi sup. per la casa	P.v specializz.	Aziende con prod. propria	Rivenditori plurimarca	Internet
Di solito si fanno buoni acquisti	45	41	31	21	14
Meglio informarsi da altre fonti prima di usare questo canale	20	24	25	18	45
Non è più di moda/è superato	5	16	23	10	3
Offre una gamma di scelta più ampia	52	30	17	19	18
È una soluzione semplice e comoda	38	33	23	19	21
C'è spesso confusione e caos	28	20	12	11	22
Offre prezzi imbattibili	38	19	17	11	25
Condizioni di acquisto non sempre certe e chiare	13	17	22	9	39
Offre servizio e affidabilità	34	55	44	30	4
Può andarti molto bene, ma anche molto male	19	20	20	17	50
Dà un valido servizio anche nel post-vendita	37	52	44	32	5
Offre condizioni di credito interessanti	40	42	20	18	8

Canali preferiti o esclusi per l'acquisto di mobili e arredamento (%)

tav. 3



stribuzione (29%, contro un 74% nel campo degli elettrodomestici), cui sono comunque più sensibili i giovani residenti nei comuni medio-piccoli.

Per il resto nel profilo del settore emergono tratti critici più marginali: solo 1 consumatore su 5 con meno di 30 anni, considera difficile trovare un punto vendita qualificato (21%), anche se la percentuale sale nelle zone dell'Italia meridionale. Sempre 1 giovane su 5 ritiene che il settore sia guidato da logiche sorpassate e che nei negozi ci sia confusione e caos, o che la gamma d'offerta cambi troppo rapidamente.

Profilo dei canali d'acquisto.

Se i dati fin qui commentati già forniscono una certa fotografia del settore, ancor più nello specifico si può osservare come le principali tipologie di canali di vendita presenti nel frame competitivo acquisiscano, agli occhi dei giovani, un diverso profilo. Sono stati quindi considerati separatamente le grandi superfici per la casa, i punti vendita specializzati, le aziende con produzione propria, i negozi con esposizione plurimarca e infine internet.

Da questo quadro sinottico (tav. 2) emerge come le

grandi superfici per la casa risultino vincenti per i giovani in virtù dell'ampiezza di gamma e della convenienza dei prezzi, che consentono di fare buoni acquisti in modo semplice e comodo. Offrono anche buone condizioni di credito, ma sono spesso affollati e caotici. Le grandi superfici specializzate emergono per affidabilità e servizio, anche nel post vendita, oltre che per le condizioni di credito interessanti.

Anche le aziende con produzione propria sono ritenute affidabili e in grado di seguire bene il cliente nel post vendita, ma una parte dei giovani le ritiene un canale ormai fuori moda. Le rivendite plurimarca hanno un profilo piuttosto indistinto, senza grossi punti di forza né di debolezza, al contrario di internet che, nel settore mobili/arredo, viene visto con una certa diffidenza: le condizioni di vendita non sono sempre certe e chiare, l'acquisto on line può andarti

molto bene, ma anche molto male e il servizio post vendita è pressoché inesistente.

Una buona sintesi di come agiscono congiuntamente queste valutazioni negli orientamenti di scelta del canale distributivo, si ottiene considerando il tipo di punto vendita che sarebbe preferito o escluso in caso di un prossimo acquisto di mobili/arredo da parte dei giovani (tav. 3).

Il 42% si rivolgerebbe elettivamente a grandi superfici: fra i più interessati a utilizzare questo canale i giovani da 25 a 29 anni, in particolare di sesso femminile. I rivenditori plurimarca, invece, attrarrebbero il 27% del target giovanile, più facilmente nella fascia da 18 a 24 anni e nelle aree dell'Italia meridionale.

Anche i negozi specializzati per ambiente dimostrano di avere come bacino di clientela elettivo i più giovani, ma la scelta nei loro confronti si limita a un 19% e si concentra soprattutto nei comuni sotto i 100.000 abitanti. In confronto, le aziende con produzione propria, su questo target raccolgono solo il 9% delle preferenze, soprattutto maschili e più diffusamente nel Nord Italia.

Infine, i giovani si rivolgerebbero al web per acquista-

tav. 4

Acquisti finanziati per categorie di beni durevoli
(% di consumatori che hanno fatto almeno una volta un acquisto finanziato)

	Totale	18-29 anni	30-44 anni	45-55 anni
Veicoli	44	39	45	47
Elettrodomestici/elettronica di consumo	31	24	32	36
Mobili e arredamento	27	19	30	33
(Nessuno)	35	43	32	31

re mobili solo nel 3% dei casi, mentre il 52% lo esclude a priori (nel settore elettro-audio-video, l'e-commerce arriva già al 20% di preferenze).

Utilizzo e valutazione del credito applicato al settore.

Dopo auto/moto ed elettro-audio-video, dove gli acquisti finanziati sono stati usati almeno una volta rispettivamente dal 44% e dal 31% dei consumatori, l'acquisto di mobili e arredo per la casa, con il 27%, costituisce il terzo principale motivo di richiesta di credito (tav. 4).

Indipendentemente dal settore, il ricorso ai finanziamenti è diverso nelle varie fasce di età; nello specifico del comparto mobili/arredo casa si passa da un 19% nei soggetti da 18 a 29 anni, per salire al 30% fra i 30 e i 44 anni. Questo forte aumento è dovuto al passaggio dalla famiglia di origine a una nuova residenza abitativa e con il divenire genitori. La percentuale salirà, infatti, di soli 3 punti nel decennio successivo.

Quali sono i tipi di finanziamento richiesti dagli "under 30" impegnati nell'acquisto di mobili e arredo domestico?

Facendo riferimento all'ultima esperienza (tav. 5), ben l'86% del credito viene richiesto direttamente sul punto vendita: questa percentuale si divide equamente fra proposte a "tasso zero" e proposte con interessi, ma i due target risultano diversamente composti per genere. Il "tasso zero" attrae maggiormente il pubblico maschile, mentre i piani di restituzione con interesse sono più apprezzati da quello femminile (in tutti i settori le giovani consumatrici sembrano maggiormente disposte a valutare il tasso come una, ma non l'unica, variabile da tenere in considerazione quando si sceglie una formula di credito).

I prestiti personali costituiscono il restante 14% dei finanziamenti erogati per mobili e arredo. Ciò avviene solitamente rivolgendosi alla propria banca (10%) e più marginalmente a un'altra banca o una finanziaria (4%), pur se quest'ultima modalità è decisamente più frequente nel Sud.

Può risultare anche interessante esaminare eventuali difficoltà riscontrate nei finanziamenti da parte dei giovani che vi hanno finora fatto ricorso per l'acquisto di mobili e complementi d'arredo (Tav. 6). Va subito osservato che nessuna problematica emerge in modo diffuso e la maggioranza del target in esame non ha segnalato gravi criticità.

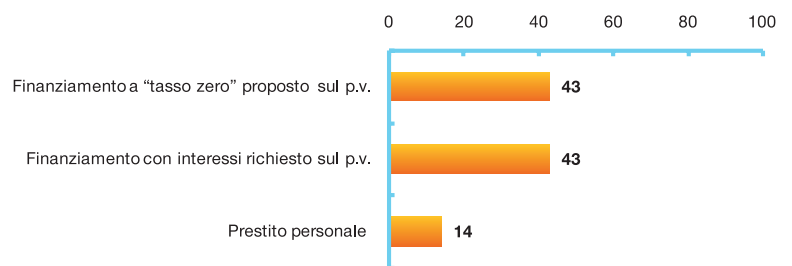
Le problematiche maggiori sono legate alle informazioni da fornire in fase istruttoria (34%) e dalla necessità di disporre di garanzie e avalli (31%). Entrambe queste segnalazioni giungono soprattutto da consumatori in età 18-24 anni. Seguono in modo più circoscritto lamentele sui tempi lunghi per conosce-



Tipo di finanziamento per l'acquisto di mobili e arredamento

tav. 5

(% riferita all'ultimo finanziamento)

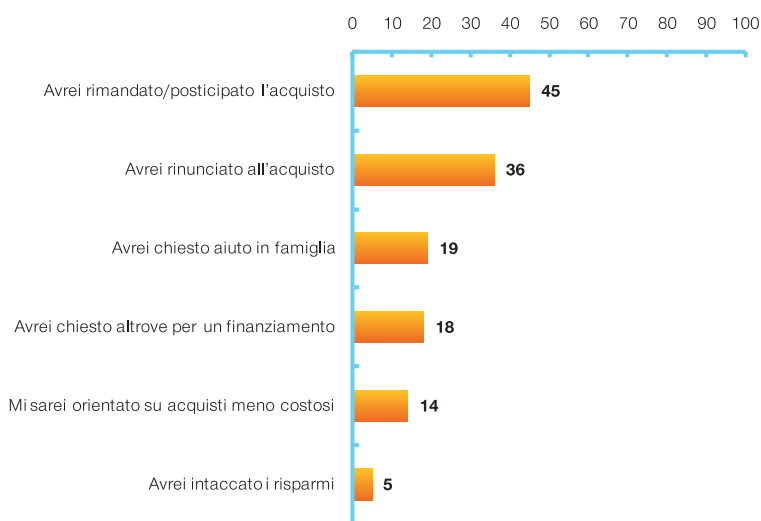


Difficoltà riscontrate nell'esperienza di finanziamento (%)

tav. 6

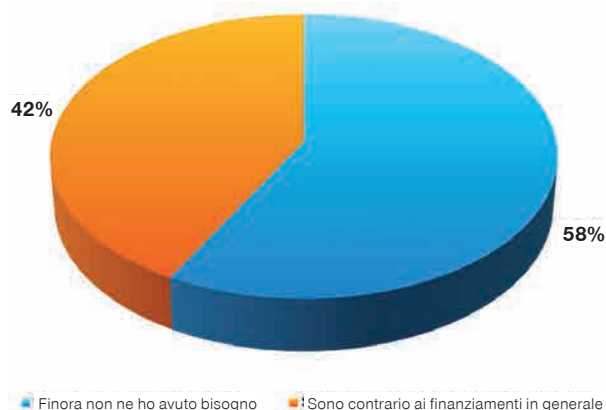


Cosa avrei fatto in caso di finanziamento non concesso (%) tav. 7



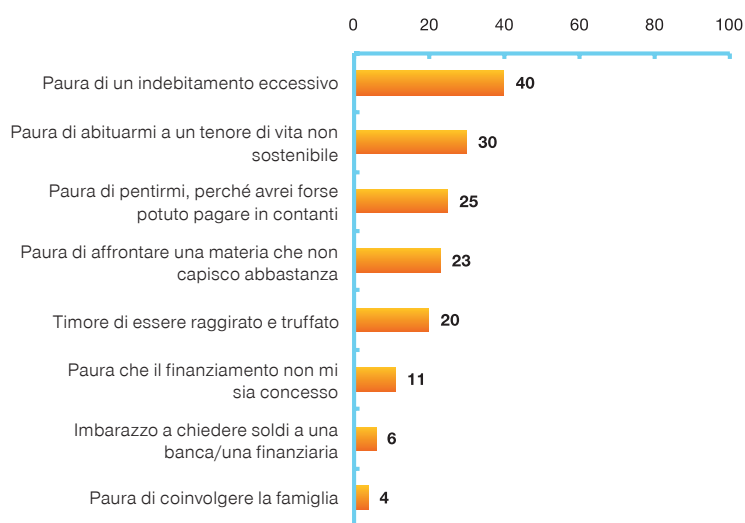
Motivi per cui non si è mai fatto un acquisto finanziato tav. 8

(base: intervistati 18-29 anni che non hanno mai fatto un finanziamento)



Motivi di resistenza ai finanziamenti (%) tav. 9

(base: intervistati 18-29 anni che non hanno mai fatto un finanziamento)



re l'esito della richiesta (20%) e la scarsa flessibilità nei piani di restituzione (19%). Inoltre, 1 giovane consumatore su 6 indica scarsa chiarezza nella documentazione, domande evase in modo incompleto o insoddisfacente. Infine, poco più di 1 su 10 sono coloro che lamentano una certa insistenza nel proporre i finanziamenti (sono soprattutto i più giovani, di sesso maschile).

Cosa avrebbero fatto questi consumatori "under 30" se non avessero ricevuto il credito richiesto? Le diverse ipotesi sono raggruppabili come segue (tav. 7): quasi la metà (45%) avrebbe posticipato/rimandato l'acquisto, mentre un ulteriore 36% vi avrebbe addirittura rinunciato. Sono soprattutto gli uomini a dichiarare questi comportamenti, mentre le donne sono più presenti nel gruppo che avrebbe chiesto aiuto in famiglia (19%) o chiesto a un'altra finanziaria (18%). Fra le altre risposte (la cui somma dà più di 100 perché potevano essere anche multiple), troviamo coloro che si sarebbero orientati verso un acquisto meno costoso (14%) o che avrebbero intaccato i propri risparmi (5%).

Infine, uno sguardo sui giovani che finora non hanno mai fatto ricorso a finanziamenti (sono il 43% dei consumatori dai 18 ai 29 anni). La maggioranza di essi afferma finora di non averne avuto bisogno (58%), ma esiste anche una rilevante quota che si dichiara contraria a priori (42%) (tav. 8). Diventa allora importante capire i motivi di questo gruppo (tav.9). Un atteggiamento prudente sembra piuttosto diffuso: si teme di sovra indebitarsi (40%) o comunque di abituarsi a un tenore di vita superiore a quello realmente sostenibile (30%). Questa visione prudente è maggiore nella fascia da 25 a 29 anni, mentre i più giovani non temono altrettanto questi rischi. C'è anche chi pensa che dopo aver sottoscritto un pagamento rateale potrebbe pentirsi, pensando preferibile un pagamento cash (25%), ma c'è anche la paura di affrontare una materia ignota (23%) e quindi di poter essere mira di truffe e raggiri (20%). Sono soprattutto i giovanissimi a patire questa condizione del sentirsi "impreparati". Più marginali altre resistenze, come il timore di vedersi negato un credito (11%) o l'imbarazzo a chiedere soldi (6%), come pure la paura di coinvolgere la famiglia (4%).

È evidente che lo sviluppo di una politica di credito responsabile dovrà dipanare questa percezione per molti versi ancora sfocata del mondo dei finanziamenti, da una parte facendo leva su una prudenza/previdenza motivata sia dei giovani sia delle fasce più mature della popolazione, dall'altra parte riducendo ansie e riserve che derivano principalmente da scarsa conoscenza o da pregiudizi.



I giovani e il mercato degli elettrodomestici

È particolarmente interessante, per il comparto dell'elettronica di consumo e più in generale degli elettrodomestici, esplorare gli atteggiamenti e i comportamenti tipici di questa fascia di età, che va a formare, come già messo in luce lo scorso anno, il flusso di visitatori più assidui dei punti vendita di questo settore.

Connotazione del settore.

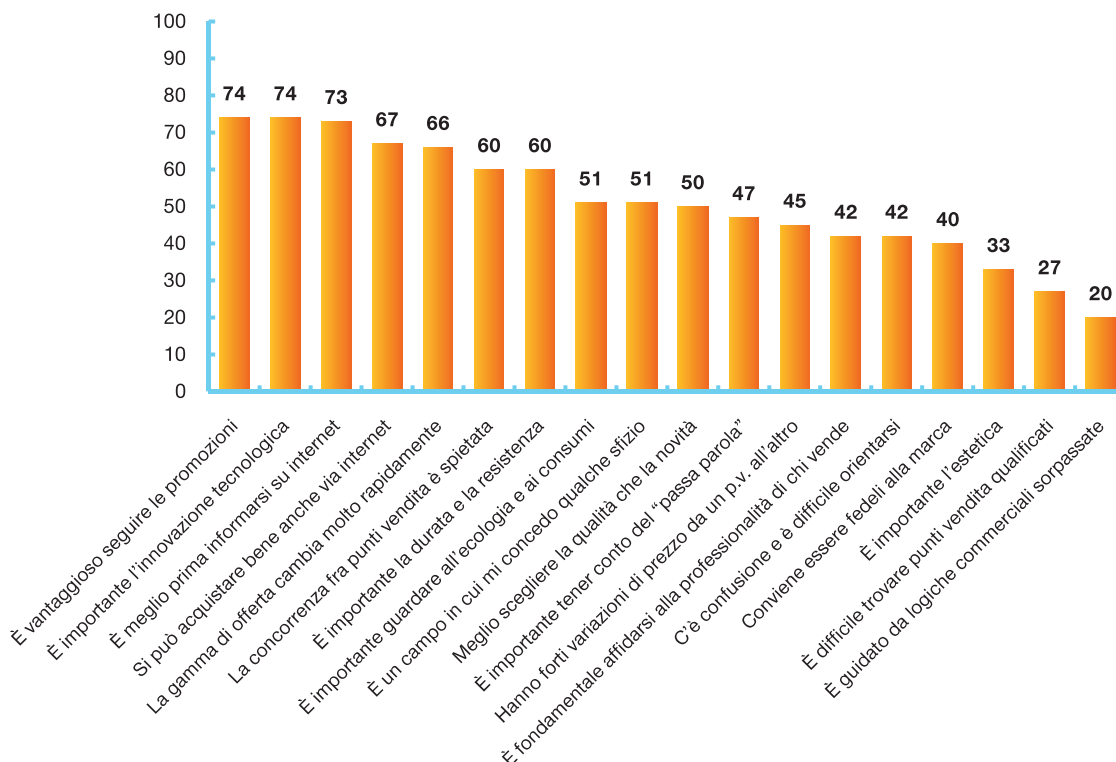
Che cosa contraddistingue oggi il settore dell'elettronica di consumo e degli elettrodomestici? Quali tratti lo caratterizzano in positivo e in negativo agli occhi dei consumatori più giovani? Per rispondere a questa domanda l'Osservatorio ha verificato, su un vasto campione di popolazione giovanile, in che misura alcune connotazioni appartengono a questo ambito della distribuzione commerciale, determinandone il profilo (tav. 1).

Si scopre così che accanto all'innovazione tecnologica, elemento rico-

Nel comparto degli elettrodomestici e dell'elettronica di consumo ad attrarre maggiormente i giovani sono la vantaggiosità dei prezzi e l'innovazione tecnologica. Tra i canali di vendita il target giovanile preferisce le grandi superfici specializzate ritenute migliori per affidabilità, servizio e post-vendita. Il canale Internet mostra tutta la sua ambivalenza: è la soluzione più comoda e ha prezzi imbattibili, ma le condizioni d'acquisto non sono giudicate sempre chiare e sicure. Dopo auto e moto, che costituiscono la parte più rilevante del ricorso ai finanziamenti per l'acquisto di beni durevoli, l'acquisto di elettrodomestici/elettronica di consumo costituisce il secondo motivo di richieste di credito. In questo settore, più che in altri, il punto vendita intermedia ancora la stragrande maggioranza delle richieste di credito (oltre 9 su 10). Il finanziamento a tasso zero è quello più utilizzato dai giovani che non evidenziano particolari criticità riscontrate nell'esperienza di credito.

Pregi e difetti che caratterizzano il settore elettrodomestici/elettronica di consumo (%)

tav. 1



nosciuto dal 74% dei giovani, soprattutto maschi e nelle zone del Nord, è un aspetto di politica commerciale quello che più di altri e in modo assolutamente trasversale, distingue il frame competitivo: la vantaggiosità delle promozioni dei punti vendita. È, infatti, anch'essa citata dal 74% degli "under 30". Subito dopo, l'esigenza di informarsi su internet prima di fare acquisti (73%), abitudine questa che può risultare sinergica sia con l'individuazione del "prodotto

giusto" sia del "miglior prezzo" del momento. Tuttavia, per il target giovanile, internet può essere non solo un mezzo informativo, bensì diventare un vero e proprio canale di approvvigionamento: già il 67% ritiene che sul web si possono fare buoni acquisti nel settore elettro-audio-video.

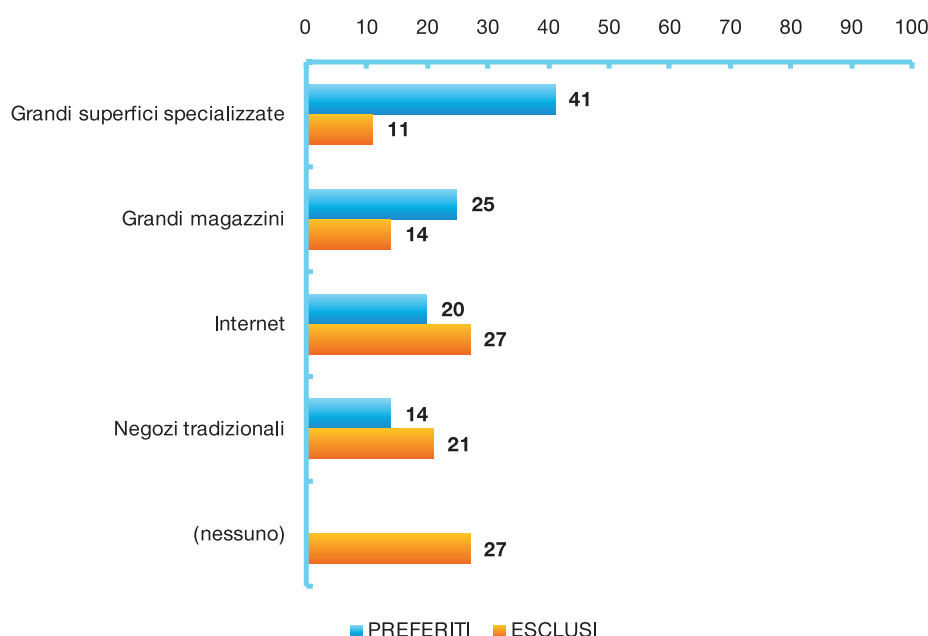
Due altri fattori contraddistinguono la dinamicità propria del settore: la gamma d'offerta che cambia molto rapidamente (66%) e la concorrenza fra i punti vendita

che può essere spietata (60%). Entrambe queste percezioni sono avvertite piuttosto trasversalmente, ma soprattutto dalle consumatrici e sempre il target femminile sembra, infatti, voler maggiormente controbilanciare questa energia quasi vorticososa che anima il mercato. Si deve allora dare importanza alla durata/resistenza dei prodotti (60%), all'aspetto ecologico, di riduzione dei consumi (51%) e orientarsi comunque alla qualità più che all'innovazione (50%). Nella scelta contano anche altri elementi, quali la fedeltà alla marca (40%) e l'estetica (33%), fattori questi che hanno entrambi un maggior afflusso sugli acquirenti più giovani, dai 18 ai 24 anni.

Altri tratti appaiono significativi nel delineare il profilo del settore: le forti differenze di prezzo fra un punto vendita e l'altro (45%) e un certo caos/confusione, che può rendere difficile orientarsi

Canali preferiti o esclusi per l'acquisto di elettrodomestici/elettronica di consumo (%)

tav. 3



tav. 2

Profilo dei canali di vendita nel settore elettrodomestici/elettronica di consumo (% di abbinamento di ogni caratteristica per singolo canale)

	Negozi tradizionali	Grandi sup. specializz.	Grandi magazzini	Internet
Di solito si fanno buoni acquisti	22	47	48	40
Meglio informarsi da altre fonti prima di usare questo canale	26	28	28	55
Non è più di moda/è superato	31	11	14	7
Offre una gamma di scelta più ampia	8	49	42	42
È una soluzione semplice e comoda	20	32	33	47
C'è spesso confusione e caos	11	25	40	28
Offre prezzi imbattibili	6	30	33	52
Condizioni di acquisto non sempre certe e chiare	12	19	15	42
Offre servizio e affidabilità	42	56	35	11
Può andarti molto bene, ma anche molto male	19	19	27	57
Dà un valido servizio anche nel post-vendita	43	53	32	8
Offre condizioni di credito interessanti	12	47	36	18

Acquisti finanziati per categorie di beni durevoli
 (% di consumatori che hanno fatto almeno una volta un acquisto finanziato)

	Totale	18-29 anni	30-44 anni	45-55 anni
Veicoli	44	39	45	47
Elettrodomestici/elettronica di consumo	31	24	32	36
Mobili e arredamento	27	19	30	33
(Nessuno)	35	43	32	31

(42%). Più marginali, invece, le difficoltà di trovare punti vendita qualificati (27%) e l'adozione di logiche commerciali ormai sorpassate (20%). Per eccesso di nuovo più che di superato, di velocità più che di lentezza, resta dunque questo degli elettrodomestici e dell'elettronica di consumo un ambito in cui non bisogna sottovalutare la complessità. Oltre al già citato internet, serve allora affidarsi alle esperienze dirette e al "passa parola" (47%) nonché alla professionalità di chi vende (42%). Infine, questo più di altri è il mercato dove i giovani cercano di togliersi uno sfizio (51%): a farlo sono soprattutto gli "under 25" di sesso maschile.

Profilo dei canali d'acquisto.

Se i dati fin qui commentati già forniscono una certa fotografia del settore, ancor più nello specifico si può osservare come le principali tipologie di canali di vendita presenti nel frame competitivo acquisiscano, agli occhi dei giovani, un diverso profilo.

Sono stati quindi considerati separatamente le grandi superfici specializzate, i grandi magazzini, i negozi tradizionali e, non di meno, anche le ormai numerose possibilità di acquisto via web (tav. 2).

Emerge chiaramente come le preferenze dei giovani si orientino verso i punti vendita specializzati per la possibilità di fare buoni acquisti, il livello di affidabilità e servizio, le condizioni di credito e per tutto quanto concerne le esigenze nel post-vendita. Le ragioni per scegliere un grande magazzino sono sostanzialmente le stesse, ma più sfumate. In questa tipologia di punti vendita si aggiunge poi una certa percezione di maggior caos/confusione. I negozi tradizionali reggono ancora il confronto sull'affidabilità

e sul post-vendita, ma sono perdenti rispetto alle grandi superfici sulla gamma e sui prezzi. Internet mostra tutta la sua ambivalenza: è la soluzione più comoda e ha prezzi imbattibili, ma le condizioni d'acquisto non sono sempre chiare/sicure e vi si intravede quindi un certo rischio

(può andare molto bene, ma anche molto male). Il web è dunque al momento riconosciuto come un canale in più, ma più della metà del target giovanile sente il bisogno di informarsi e vagliare anche altre fonti.

Come sintesi di queste valutazioni, si è chiesto di indicare quali canali di vendita sarebbero preferiti e quali sarebbero esclusi per i prossimi acquisti di elettronica di consumo o elettrodomestici (tav. 3).

Ben 4 consumatori "under 30" su 10 sceglierebbero in prima istanza una superficie specializzata: tale percentuale è più alta nella fascia fra i 25 e i 29 anni e scende nelle aree dell'Italia meridionale. Un quarto del target sceglierebbe invece i grandi magazzini: sono soprattutto le donne e i residenti nei centri più grandi. L'acquisto on line sarebbe prescelto da 1 consumatore su 5 e si tratta in grande prevalenza di un target maschile. Infine, il 14% si rivolgerebbe a un negozio tradizionale, ma questa percentuale sale al 21% fra i giovani del Mezzogiorno.

Ragionando in termini opposti, oltre un quarto degli italiani con meno di 30 anni non escluderebbe di acquistare elettro-audio-video a priori in nessuno dei quattro canali di vendita esaminati. Tuttavia, fra i rimanenti, il 27% non prenderà in considerazione il web e il 21% non esaminerà i negozi di tipo tradizionale. Marginali le fasce che escluderebbero grandi magazzini (14%) o superfici specializzate (11%).

Utilizzo e valutazione del credito applicato al settore.

Dopo auto e moto, che costituiscono la parte più rilevante del ricorso ai finanziamenti per l'acquisto di beni durevoli (ne hanno avuto esperienza almeno una volta il 44% dei consumatori italiani), l'acquisto di elettrodomestici/elettronica di consumo con il 31%, costituisce il secondo motivo di richieste di credito (tav. 4). Esso supera anche il credito per mobili/arredo, utilizzato almeno una volta dal 27% degli italiani.

Indipendentemente dal



setto, il ricorso ai finanziamenti è diverso nelle varie fasce di età. Sempre nello specifico del comparto elettrodomestici ed elettronica di consumo, si passa da un 24% negli "under 30", per salire al 32% nella classe 30-44 anni e raggiungere un 36% in quella 45-55 anni. Fra i giovani, il ricorso al credito per acquistare elettrodomestici o elettronica di consumo, è maggiore fra gli uomini ed è più praticato nelle zone del Mezzogiorno.

Relativamente alla tipologia di finanziamento utilizzato dal target giovanile (tav. 5), si può osservare che la proposta di un "tasso zero" ha catturato ben il 71% delle ultime esperienze nel settore, cui si aggiunge un 20% di finanziamenti con interessi, richiesti sempre mediante il punto vendita. Il restante 9% degli acquisti è avvenuto con un prestito, che in maggioranza è stato erogato dalla propria banca (6%) e più marginalmente da un'altra banca o da una società finanziaria (3%).

Si può dunque dire che, per il settore in esame più che in altri, il punto vendita intermedia ancora la stragrande maggioranza delle richieste di credito: infatti, mentre per auto e moto sono l'80% e per mobili/arredo l'86%, per elettronica di consumo ed elettrodomestici queste raggiungono il 91%.

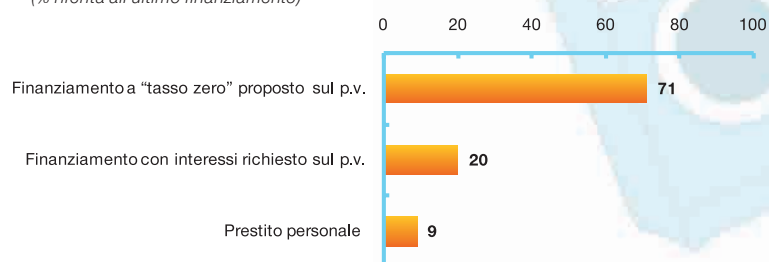
Si nota inoltre che, da un punto di vista del profilo di coloro che, al di sotto dei 30 anni, devono farsi finanziare un acquisto nell'elettro-audio-video, il "tasso zero" sembra attrarre maggiormente il pubblico maschile, mentre le giovani donne valutano più globalmente le proposte, considerando gli interessi come un'importante, ma non l'unica, variabile per scegliere il credito. Ai prestiti personali presso la propria banca ricorrono di più gli uomini, mentre rivolgersi per questo a una finanziaria è abitudine più diffusa nelle zone del Sud.

Può risultare anche interessante esaminare eventuali difficoltà riscontrate nei finanziamenti da parte dei giovani che vi hanno finora fatto ricorso per l'acquisto di un elettrodomestico o di un prodotto elettronico (tav. 6). Va subito osservato che nessuna problemati-

Tipo di finanziamento per l'acquisto di elettrodomestici/elettronica di consumo

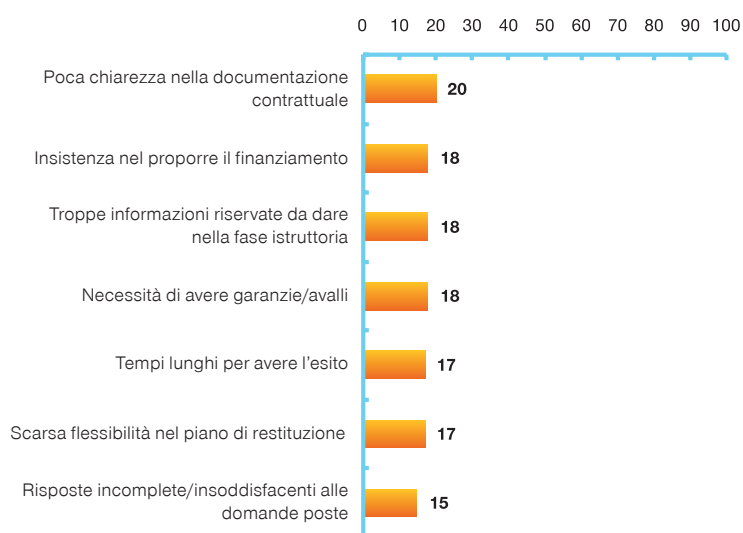
(% riferita all'ultimo finanziamento)

tav. 5



Difficoltà riscontrate nell'esperienza di finanziamento (%)

tav. 6



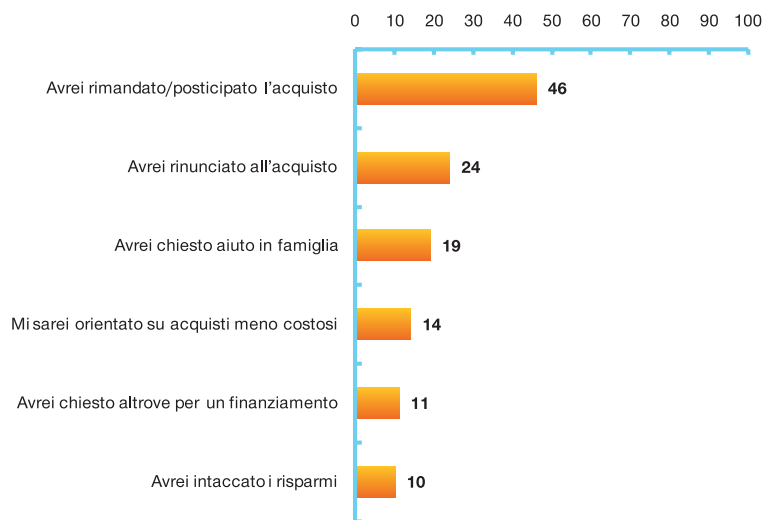
ca emerge in modo diffuso e la maggioranza del target in esame non ha segnalato gravi criticità. Il difetto più percepito (1 giovane su 5) riguarda la documentazione non sufficientemente chiara e comprensibile. Seguono le troppe domande in fase istruttoria e l'insistenza nel proporre un finanziamento. Altri rilievi riguardano i tempi per conoscere l'esito, la flessibilità in fase di restituzione e l'inadeguatezza delle risposte avute. È soprattutto la fascia dei giovani da 25 a 29 anni a dar voce a queste osservazioni critiche, mentre i più giovani, in funzione della minore autonomia, si lamentano di più per la frequente richiesta di garanzie e avalli.

Ma a fronte di queste difficoltà per avere credito, cosa succede, invece, quando il finanziamento non viene concesso? Il target giovanile non sembra comportarsi in modo omogeneo al riguardo (tav. 7). Quasi 1 consumatore su 2 rimanderebbe/posticiperebbe l'acquisto (46%) e solo 1 su 4 rinunciarebbe del tutto. La prima opzione è propria del target maschile, la seconda di quello femminile. I restanti orientamenti sono verso un aiuto da cercare in famiglia (19%) o presso un'altra finanziaria (11%). Ma c'è anche chi pensa a muoversi verso prodotti meno costosi (14%, in maggioranza da 18 a 24 anni) o decidere di intaccare i propri risparmi (10%, in prevalenza da 25 a 29 anni).

Infine, uno sguardo sui giovani che finora non hanno mai fatto ricorso a finanziamenti. La maggioranza di essi afferma di non averne avuto bisogno finora (58%), ma esiste anche una rilevante quota che si dichiara contraria a priori (42%) (tav. 8). Diventa allora importante capire i motivi di questo gruppo (tav. 9). Un atteggiamento prudente sembra piuttosto diffuso: si teme di sovra indebitarsi (40%) o comunque di abituarsi a un tenore di vita superiore a quello realmente sostenibile (30%). Questa visione prudente è maggiore nella fascia da 25 a 29 anni, mentre i più giovani non temono altrettanto questi rischi. C'è anche chi pensa che dopo aver sottoscritto un pagamento rateale potrebbe pentirsi, ritenendo preferibile un pagamento cash (25%), ma c'è anche la paura di affrontare una materia ignota (23%) e quindi di poter essere mira di truffe e raggiri (20%). Sono soprattutto i giovanissimi a patire questa condizione del sentirsi "impreparati". Più marginali altre resistenze, come il timore di vedersi negato un credito (11%) o l'imbarazzo a chiedere soldi (6%), come pure la paura di coinvolgere la famiglia (4%).

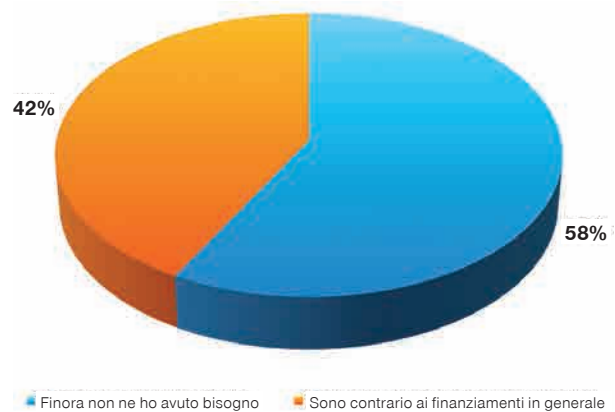
È evidente che lo sviluppo di una politica di credito responsabile dovrà dipanare questa percezione per molti versi ancora sfocata del mondo dei finanziamenti, da una parte facendo leva su una prudenza/previdenza motivata sia dei giovani sia delle fasce più mature della popolazione, dall'altra parte riducendo ansie e riserve che derivano principalmente da scarsa conoscenza o da pregiudizi.

Cosa avrei fatto in caso di finanziamento non concesso (%) tav. 7



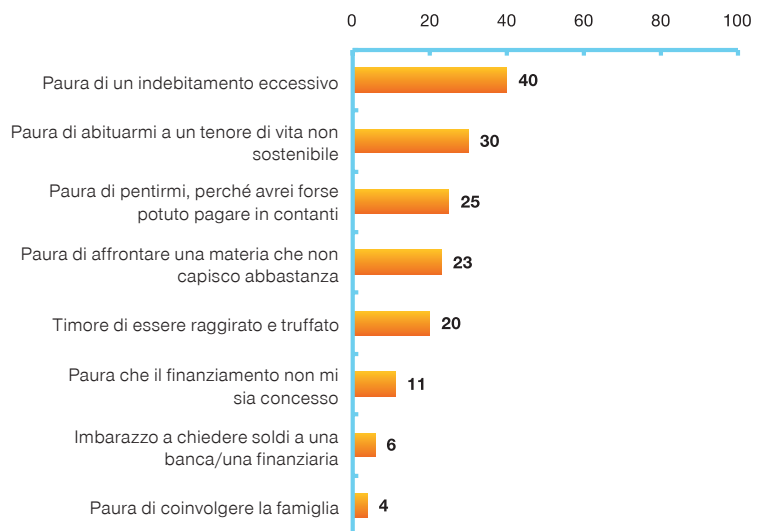
Motivi per cui non si è mai fatto un acquisto finanziato tav. 8

(base: intervistati 18-29 anni che non hanno mai fatto un finanziamento)



Motivi di resistenza ai finanziamenti (%) tav. 9

(base: intervistati 18-29 anni che non hanno mai fatto un finanziamento)





Analisi dei mercati con focus regionali



L'andamento dei consumi di beni durevoli nelle diverse regioni e province italiane

Lo scenario macroeconomico e la spesa per beni durevoli nelle regioni italiane

Come di consueto, in questa sezione dell'Osservatorio l'analisi dei consumi durevoli viene dettagliata sul territorio nazionale. L'obiettivo è di mettere in luce le peculiarità che contraddistinguono regioni e province, e che sono il riflesso del mix di fattori socio-economico-demografici che caratterizzano le diverse realtà territoriali.

Si analizza, quindi, in un primo momento l'andamento dei consumi nelle venti regioni italiane, per poi passare ai confronti provinciali, focalizzando l'attenzione sui livelli di spesa per famiglia, in modo da depurare l'analisi dalle differenze dovute alla dimensione demografica di ciascun territorio.

La dinamica dei consumi nel 2010 ha risentito, oltre che del persistente clima di incertezza, anche di una debole formazione di reddito disponibile delle famiglie. In termini nominali si stima una moderata crescita del reddito (+0.7%), che è solo un parziale recupero di quanto perso nel 2009 (-2.6%).

Se si considera l'aumento dei prezzi e della popolazione residente stimato per il 2010, l'effettivo potere d'acquisto pro capite si è ridotto per il terzo anno consecutivo (-1.3% la variazione rispetto al 2009 e -6.9% quella cumulata relativa al triennio 2008-2010).

Nel 2010, a fronte di un reddito nominale pro capite di 17.571 Euro, aumentato dello 0.3% rispetto all'anno precedente, sono stati destinati ai consumi 15.503 Euro, l'1.8% in più rispetto al 2009, riflesso di un aumento di propensione al consumo superiore all'1%.

La spesa per i beni durevoli analizzati in questa sezione dell'Osservatorio (auto nuova e usata, motoveicoli, mobili, informatica e elettrodomestici bianchi, piccoli e bruni), che ammonta a 63.423 milioni di Euro nel 2010, pari a 1.047 Euro pro capite, risulta invece inferiore rispetto al 2009 del 2.4%, e in calo per il terzo anno consecutivo. L'incidenza della spesa per beni durevoli rispetto al totale dei consumi si riduce così dal 7.1% del 2009 al 6.8% del 2010.

Come mostra la Tavola 1, i contributi alla crescita sono stati positivi per quanto riguarda i mercati dei durevoli per la casa e negativi per la mobilità.

La dinamica dei durevoli è penalizzata in modo particolare dal risultato del comparto dell'auto nuova che, scontando il venir meno degli incentivi a partire dal mese di aprile, ha registrato una flessione del valore degli acquisti del 7.3%. Tale voce di spesa è quella che incide maggiormente nell'ambito dei consumi di durevoli, con una quota a valore nel 2009 del 34.8%.

La dinamica dei consumi nel 2010 ha risentito dell'ennesima riduzione del potere d'acquisto pro capite e la spesa per i beni durevoli analizzati in questa sezione dell'Osservatorio risulta inferiore rispetto al 2009. La peggiore performance del 2010 è stimata per la Puglia, la migliore per l'Abruzzo, che rappresenta un'eccezione a livello nazionale e che risulta l'unica regione a registrare un aumento del valore degli acquisti nel mercato auto nuove. Mentre il mercato motoveicoli flette in tutte le regioni, il comparto degli elettrodomestici bianchi e piccoli e quello dei mobili sono in crescita in tutta Italia. Il comparto degli elettrodomestici bruni, il più dinamico a livello nazionale, mostra numeri negativi solo nelle regioni del Centro, area non interessata nel 2010 dal passaggio al segnale digitale. Nel comparto informatica sono invece proprio le regioni centrali, insieme a quelle settentrionali, a registrare i risultati migliori.





Se non sorprende dunque che la peggiore performance del 2010 sia stimata per una regione meridionale (in Puglia la contrazione della spesa per beni durevoli è del 6.7% a fronte di una media nazionale del -2.4%) e la migliore per una regione del Nord (il Veneto con un +1.2%), desta maggior stupore il secondo posto in classifica dell'Abruzzo, con uno tra i rari risultati positivi (+1.1%) registrati nella penisola. L'Abruzzo mostra nel 2010 il migliore posizionamento nel mercato dell'auto. Per quanto riguarda l'auto nuova solo questa regione riesce, infatti, a registrare un aumento del valore degli acquisti; alla dinamica dei prezzi si aggiunge una minore contrazione del numero d'immatricolazioni rispetto al resto della penisola, determinata dalla più intensa crescita nel primo trimestre dell'anno, quando il settore ancora beneficiava dell'effetto degli incentivi.

Per il mercato dei motoveicoli il 2010 si è mostrato un anno di particolare difficoltà, nonostante la presenza di alcuni incentivi alla sostituzione dei veicoli obsoleti con quelli meno inquinanti. Nessuna regione è riuscita a registrare un incremento delle vendite, con peggiori risultati al Meridione. La contrazione più marcata è attribuita alla Campania (-31.0%), ma anche l'Emilia Romagna, caratterizzata dalla migliore performance, ha registrato un intenso calo delle vendite (-11.6%).

Per gli elettrodomestici bianchi e piccoli, comparto che ha beneficiato di sostituzioni rinviate già da alcuni anni e non più procrastinabili e dello stanziamento di incentivi alla sostituzione di alcuni apparecchi per

Il risultato ben più negativo dei motoveicoli, in termini di variazione rispetto al 2009 (-19.0% in valore), contribuisce in maniera decisamente più contenuta alla flessione dei consumi, data la minore incidenza (3.8%) sulla spesa complessiva per durevoli.

Analizzando le dinamiche a livello regionale, emerge una contrazione della spesa per i mercati considerati abbastanza diffusa sul territorio, più accentuata nelle aree centro-meridionali, che scontano, oltre a una peggiore evoluzione dei redditi al Sud, anche il confronto con un 2009 in cui l'impatto degli incentivi all'acquisto di auto nuove era stato più intenso.

tav. 1

La spesa delle famiglie italiane per l'acquisto di beni durevoli							
	Spesa a valore 2008 (mln di Euro)	Spesa a valore 2009 (mln di Euro)	Var.% 2009/2008	Spesa a valore 2010 (mln di Euro)	Var. % 2010/2009	Quota di spesa 2009	Contributo alla crescita nel 2010 ¹
Auto nuove intestate a persone fisiche	22.744	22.628	-0,5	20.976	-7,3	34,8	-2,5
Auto usate acquistate da privati	15.533	15.074	-3,0	14.801	-1,8	23,2	-0,4
Motoveicoli	2.657	2.502	-5,8	2.027	-19,0	3,8	-0,7
Elettrodomestici bianchi e piccoli	3.988	3.837	-3,8	4.018	4,7	5,9	0,3
Elettrodomestici bruni	3.856	4.058	5,3	4.293	5,8	6,2	0,4
Mobili	17.075	15.313	-10,3	15.701	2,5	23,6	0,6
Informatica famiglia	1.504	1.593	5,9	1.606	0,8	2,5	0,0
Totale durevoli	67.356	65.005	-3,5	63.423	-2,4	100,0	-2,4

¹Il contributo di ciascun comparto tiene conto della variazione della spesa tra il 2009 e il 2010 e il peso del comparto rispetto all'aggregato totale di riferimento (la spesa totale per beni durevoli nel 2009).

la cucina, si segnalano performance positive per tutte le regioni. L'ultima in classifica è il Piemonte, dove comunque la spesa è cresciuta dello 0,8%; mentre i risultati migliori sono stati riportati dalle regioni del Sud, prima tra tutte la Calabria (+10,3%).

Il comparto degli elettrodomestici bruni, il più dinamico a livello nazionale (con una crescita delle vendite in valore del 5,8%), ha registrato risultati positivi in tutte le regioni settentrionali, mentre le performance peggiori hanno interessato il Centro e il Sud, macroaree non toccate nel 2010 dal passaggio dal segnale televisivo analogico a quello digitale, fattore che ha fornito un significativo impulso alla sostituzione di apparecchi video nelle aree del Paese interessate. Si stima che il Lazio, regione per la quale lo *switch off* era già avvenuto nel 2009, abbia riportato il risultato peggiore in questo comparto (con una contrazione del valore delle vendite del 15,1%).

Il settore dei mobili ha mostrato nel 2010 una mo-

derata crescita, estesa a tutte le regioni; si passa dall'1,6% della Liguria, la più contenuta, al 3,2% della Campania. Il mercato ha potuto beneficiare nel 2010 degli incentivi alla sostituzione dei mobili per la cucina, anche se gli incrementi dell'ultimo anno sono solo un parziale recupero delle ben più importanti perdite accusate dal settore nel precedente biennio. Per quanto riguarda la spesa delle famiglie per informatica, il 2010 ha mostrato un'ulteriore, anche se moderata, crescita (+0,8%), riflettendo la sempre maggiore propensione degli italiani all'utilizzo del PC. Si stimano performance migliori rispetto alla media nazionale per le regioni centro-settentrionali, a fronte di una diminuzione della spesa al Sud. È l'Abruzzo a registrare il peggiore risultato (-7,1%), mentre la migliore performance spetta al Trentino Alto Adige (con una crescita degli acquisti dei privati del 6,5%).

tav. 2

La spesa delle famiglie italiane per l'acquisto di beni durevoli			
Mercato	Territorio	Spesa a valore 2010 (mln di Euro)	Var.% 2010/2009
Auto nuove intestate a persone fisiche	Italia	20.976	-7,3
var. % min	Basilicata	111	-15,3
var. % max	Abruzzo	471	1,9
Auto usate acquistate da privati	Italia	14.801	-1,8
var. % min	Puglia	796	-8,6
var. % max	Abruzzo	275	3,0
Motoveicoli	Italia	2.027	-19,0
var. % min	Campania	161	-31,0
var. % max	Emilia R.	166	-11,6
Elettrodomestici bianchi e piccoli	Italia	4.018	4,7
var. % min	Piemonte	275	0,8
var. % max	Calabria	123	10,3
Elettrodomestici bruni	Italia	4.293	5,8
var. % min	Lazio	349	-15,1
var. % max	Friuli V.G.	102	38,5
Mobili	Italia	15.701	2,5
var. % min	Liguria	371	1,6
var. % max	Campania	1.092	3,2
Informatica famiglia	Italia	1.606	0,8
var. % min	Abruzzo	29	-7,1
var. % max	Trentino A.A.	47	6,5
Totale beni durevoli	Italia	63.423	-2,4
var. % min	Puglia	2.989	-6,7
var. % max	Veneto	5.907	1,2

Minimo e massimo in funzione della var. % 2010/2009



L'Emilia Romagna si conferma la regione con il reddito medio pro capite più alto. La Val d'Aosta è invece la regione dove le famiglie mostrano il maggiore livello di spesa per durevoli. Per quanto riguarda i singoli comparti, ai valdostani spetta il primato per la spesa media familiare per le auto nuove e usate, ai liguri quello per i motoveicoli. Relativamente ai beni durevoli per la casa, i più elevati livelli di spesa per famiglia caratterizzano il Nord Est.

Reddito disponibile e spesa media per l'acquisto di beni durevoli: confronto tra le regioni italiane

Nel 2010 la Val d'Aosta è stimata essere la regione con la maggiore disponibilità di reddito pro capite. Il livello di 21.076 Euro per abitante, sebbene inferiore a quello del 2008, data la flessione subita nel 2009, colloca la regione nettamente al di sopra della media nazionale (nel 2010 pari a 17.571 Euro) e di macroarea (nel Nord Ovest il livello è pari a 20.072 Euro).

È rimasto pressoché invariato rispetto al 2009 il gap esistente tra le regioni meridionali e la media nazionale. Il reddito pro capite al Sud si mantiene circa del 25% inferiore rispetto alla media della penisola, con livelli che per tutte le regioni della macroarea risultano inferiori ai 15.500 Euro; in ultima posizione troviamo la Campania, con un reddito per abitante di 12.513 Euro.

Osservando i livelli di spesa per famiglia destinata ai beni durevoli analizzati in questa sezione dell'Osservatorio, risulta che anche nel 2010 sono le famiglie valdostane a distinguersi per il maggiore livello di spesa per durevoli (3.299 Euro per nucleo familiare), in diminuzione rispetto al 2009, ma più contenuta rispetto ai cali che hanno caratterizzato in media la penisola.

Continua a occupare l'ultima posizione per livello di spesa la Sicilia, con 1.859 Euro per famiglia (in calo

del 4.9% sui già bassi livelli del 2009).

Per quanto riguarda il mercato dell'auto, il 2010 conferma quanto già osservato nel 2009: è la Val d'Aosta la regione con il maggiore livello di spesa per famiglia, con 2.186 Euro destinati all'acquisto di auto nuove ed usate (il livello è calcolato rapportando i consumi complessivi per auto nella regione sul totale delle famiglie residenti). All'ultimo posto troviamo la Basilicata per quanto riguarda il mercato del nuovo (481 Euro per famiglia) e la Sicilia per quanto riguarda gli acquisti di usato (416 Euro per nucleo).

Per quanto riguarda gli acquisti di motoveicoli, la Liguria, nonostante una contrazione sul 2009 più intensa della media nazionale (-22.2% a fronte del -19.9%), si mantiene comunque al primo posto in termini di livelli di spesa per famiglia (157 Euro). Le ultime posizioni continuano ad essere occupate da Sardegna (41 Euro) e Basilicata (45 Euro).

Relativamente ai beni durevoli per la casa, i più elevati livelli di spesa caratterizzano il Nord Est, macroarea in cui si spendono 1.195 Euro per famiglia, 177 in più della media nazionale. Sono il Trentino Alto Adige (1.430 Euro) e il Veneto (1.218 Euro) a occupare le prime posizioni della graduatoria nazionale, mentre agli ultimi posti si collocano la Sicilia (799 Euro) e la Campania (829 Euro).



Panorama economico

Dati regionali

Regioni	Reddito disponibile pro capite (in Euro)				
	2008	2009	var. % 09/08	2010	var. % 10/09
Val d'Aosta	21.709	20.899	-3,7	21.076	0,8
Emilia R.	22.083	21.066	-4,6	21.051	-0,1
Friuli V.G.	21.138	20.379	-3,6	20.616	1,2
Trentino A.A.	20.821	20.392	-2,1	20.572	0,9
Liguria	20.626	20.151	-2,3	20.465	1,6
Lombardia	21.203	20.177	-4,8	20.061	-0,6
Piemonte	20.910	19.831	-5,2	19.924	0,5
Toscana	20.073	19.553	-2,6	19.635	0,4
Veneto	20.010	19.198	-4,1	19.304	0,6
Lazio	19.336	18.882	-2,3	18.931	0,3
Marche	18.879	18.299	-3,1	18.509	1,2
Umbria	18.211	17.792	-2,3	17.957	0,9
Molise	15.144	15.115	-0,2	15.317	1,3
Abruzzo	15.470	14.955	-3,3	15.105	1,0
Sardegna	14.621	14.530	-0,6	14.614	0,6
Basilicata	14.498	14.317	-1,2	14.335	0,1
Calabria	13.162	13.235	0,6	13.445	1,6
Sicilia	13.134	13.161	0,2	13.318	1,2
Puglia	13.554	13.260	-2,2	13.108	-1,2
Campania	12.809	12.518	-2,3	12.513	0,0
Totale Italia	18.088	17.518	-3,2	17.571	0,3

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Spesa durevoli*

Regioni	Totale famiglie (mln di Euro)					Per famiglia (Euro)		
	2008	2009	var. % 09/08	2010	var. % 10/09	2009	2010	var. % 10/09
Lombardia	13.027	12.474	-4,2	12.227	-2,0	2.936	2.846	-3,0
Lazio	6.540	6.472	-1,0	6.223	-3,9	2.791	2.642	-5,4
Veneto	6.204	5.835	-5,9	5.907	1,2	2.907	2.911	0,1
Piemonte	6.049	5.757	-4,8	5.684	-1,3	2.883	2.829	-1,9
Emilia R.	5.841	5.544	-5,1	5.592	0,9	2.858	2.846	-0,4
Toscana	4.923	4.783	-2,8	4.552	-4,8	2.987	2.810	-5,9
Campania	4.395	4.274	-2,8	4.076	-4,6	2.045	1.936	-5,4
Sicilia	4.028	3.873	-3,9	3.710	-4,2	1.954	1.859	-4,9
Puglia	3.242	3.204	-1,2	2.989	-6,7	2.093	1.930	-7,8
Liguria	1.807	1.779	-1,5	1.757	-1,3	2.265	2.231	-1,5
Marche	1.790	1.743	-2,6	1.665	-4,5	2.733	2.580	-5,6
Calabria	1.645	1.570	-4,6	1.515	-3,5	2.030	1.934	-4,7
Friuli V.G.	1.547	1.489	-3,8	1.467	-1,4	2.680	2.620	-2,2
Sardegna	1.537	1.506	-2,0	1.435	-4,7	2.208	2.076	-6,0
Trentino A.A.	1.341	1.330	-0,8	1.329	-0,1	3.123	3.077	-1,5
Abruzzo	1.333	1.288	-3,4	1.302	1,1	2.391	2.383	-0,3
Umbria	1.136	1.118	-1,6	1.066	-4,6	2.989	2.804	-6,2
Basilicata	461	454	-1,4	431	-5,2	1.985	1.866	-6,0
Molise	313	311	-0,6	298	-4,1	2.414	2.291	-5,1
Val d'Aosta	197	200	1,7	197	-1,7	3.374	3.299	-2,2
Totale Italia	67.356	65.005	-3,5	63.423	-2,4	2.610	2.520	-3,5

Fonte: Prometeia - Findomestic

*Auto nuove intestate a persone fisiche, auto usate acquistate da privati, motoveicoli, elettrodomestici bianchi e piccoli, elettrodomestici bruni, mobili e informatica famiglia.

Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Regioni	Immatricolazioni (in numero di auto)					Parco circolante		
	2008	2009	var. % 09/08	2010	var. % 10/09	2009	2010	var. % 10/09
Lombardia	409.211	403.950	-1,3	369.847	-8,4	5.513.750	5.535.404	0,4
Lazio	379.826	320.027	-15,7	310.809	-2,9	3.489.725	3.486.572	-0,1
Piemonte	198.900	199.984	0,5	189.480	-5,3	2.624.292	2.621.331	-0,1
Toscana	170.426	189.907	11,4	180.856	-4,8	2.198.442	2.219.284	0,9
Emilia R.	174.859	176.199	0,8	158.989	-9,8	2.407.791	2.409.435	0,1
Veneto	166.468	166.358	-0,1	151.823	-8,7	2.475.468	2.474.672	0,0
Sicilia	111.205	113.706	2,2	101.333	-10,9	2.217.607	2.217.141	0,0
Campania	106.234	117.205	10,3	101.204	-13,7	1.993.880	2.000.249	0,3
Puglia	77.207	85.497	10,7	70.828	-17,2	1.469.223	1.465.030	-0,3
Marche	51.169	53.736	5,0	47.288	-12,0	805.751	808.567	0,3
Liguria	49.468	50.649	2,4	45.042	-11,1	822.120	818.594	-0,4
Sardegna	45.249	48.549	7,3	40.877	-15,8	777.055	778.129	0,1
Abruzzo	39.407	41.453	5,2	39.488	-4,7	611.306	610.115	-0,2
Calabria	43.980	44.904	2,1	38.056	-15,3	798.094	796.109	-0,2
Friuli V.G.	42.874	44.405	3,6	37.535	-15,5	727.552	729.059	0,2
Trentino A.A.	30.595	32.050	4,8	29.920	-6,6	519.846	519.260	-0,1
Umbria	32.198	34.143	6,0	28.964	-15,2	492.249	493.963	0,3
Val d'Aosta	27.605	29.143	5,6	14.468	-50,4	152.425	152.437	0,0
Basilicata	11.346	12.170	7,3	9.924	-18,5	244.329	243.934	-0,2
Molise	6.858	7.190	4,8	5.916	-17,7	133.700	133.324	-0,3
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	-0,2	1.972.647	-9,1	30.474.605	30.512.609	0,1

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Regioni	Immatricolazioni (in numero di auto)				
	2008	2009	var. % 09/08	2010	var. % 10/09
Lazio	244.543	159.726	-34,7	177.635	11,2
Lombardia	125.344	87.039	-30,6	94.460	8,5
Toscana	44.615	51.196	14,8	67.047	31,0
Piemonte	62.696	51.043	-18,6	64.452	26,3
Veneto	35.878	24.276	-32,3	29.741	22,5
Emilia R.	35.192	23.712	-32,6	28.044	18,3
Sicilia	18.776	10.831	-42,3	15.671	44,7
Campania	19.571	12.011	-38,6	15.216	26,7
Puglia	13.983	9.005	-35,6	10.397	15,5
Val d'Aosta	22.993	23.955	4,2	9.937	-58,5
Trentino A.A.	8.373	5.931	-29,2	8.292	39,8
Friuli V.G.	9.159	6.986	-23,7	7.366	5,4
Marche	8.502	5.520	-35,1	6.329	14,7
Sardegna	7.039	4.808	-31,7	5.977	24,3
Liguria	9.028	6.284	-30,4	5.699	-9,3
Abruzzo	6.069	4.035	-33,5	4.703	16,6
Umbria	5.725	3.717	-35,1	4.156	11,8
Calabria	5.157	3.720	-27,9	3.986	7,2
Basilicata	1.945	1.158	-40,5	1.370	18,3
Molise	1.682	835	-50,4	783	-6,2
Totale Italia	686.270	495.788	-27,8	561.261	13,2

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Regioni	Immatricolazioni (in numero di auto)				
	2008	2009	var. % 09/08	2010	var. % 10/09
Lombardia	283.867	316.911	11,6	275.387	-13,1
Lazio	135.283	160.301	18,5	133.174	-16,9
Emilia R.	139.667	152.487	9,2	130.945	-14,1
Piemonte	136.204	148.941	9,4	125.028	-16,1
Veneto	130.590	142.082	8,8	122.082	-14,1
Toscana	125.811	138.711	10,3	113.809	-18,0
Campania	86.663	105.194	21,4	85.988	-18,3
Sicilia	92.429	102.875	11,3	85.662	-16,7
Puglia	63.224	76.492	21,0	60.431	-21,0
Marche	42.667	48.216	13,0	40.959	-15,1
Liguria	40.440	44.365	9,7	39.343	-11,3
Sardegna	38.210	43.741	14,5	34.900	-20,2
Abruzzo	33.338	37.418	12,2	34.785	-7,0
Calabria	38.823	41.184	6,1	34.070	-17,3
Friuli V.G.	33.715	37.419	11,0	30.169	-19,4
Umbria	26.473	30.426	14,9	24.808	-18,5
Trentino A.A.	22.222	26.119	17,5	21.628	-17,2
Basilicata	9.401	11.012	17,1	8.554	-22,3
Molise	5.176	6.355	22,8	5.133	-19,2
Val d'Aosta	4.612	5.188	12,5	4.531	-12,7
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	12,5	1.411.386	-15,8

Fonte: Prometeia - Findomestic

Regioni	Consumi complessivi (mln di Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2008	2009	var. % 09/08	2010	var. % 10/09	2009	2010	var. % 10/09
Lombardia	4.613	4.558	-1,2	4.361	-4,3	1.073	1.015	-5,4
Lazio	2.063	2.163	4,8	1.977	-8,6	933	839	-10,0
Emilia R.	2.134	2.062	-3,4	1.947	-5,6	1.063	991	-6,7
Piemonte	2.196	2.124	-3,3	1.961	-7,7	1.064	976	-8,3
Veneto	2.174	2.093	-3,7	1.976	-5,6	1.043	974	-6,6
Toscana	1.862	1.816	-2,5	1.648	-9,2	1.134	1.018	-10,3
Campania	1.192	1.280	7,4	1.140	-11,0	613	541	-11,6
Sicilia	1.231	1.213	-1,5	1.107	-8,7	612	555	-9,3
Puglia	902	965	7,0	833	-13,7	631	538	-14,7
Marche	663	663	0,0	617	-6,9	1.038	956	-8,0
Liguria	588	571	-2,9	558	-2,2	727	709	-2,5
Sardegna	531	538	1,3	474	-11,9	790	686	-13,1
Abruzzo	465	462	-0,7	471	1,9	857	861	0,4
Calabria	530	498	-6,1	453	-9,0	644	578	-10,2
Friuli V.G.	528	519	-1,8	462	-11,0	934	825	-11,7
Umbria	402	409	1,7	365	-10,7	1.094	961	-12,1
Trentino A.A.	381	396	4,0	362	-8,6	930	839	-9,8
Basilicata	127	131	3,6	111	-15,3	573	481	-16,1
Molise	81	87	8,6	77	-12,2	680	590	-13,2
Val d'Aosta	80	79	-0,5	76	-4,0	1.335	1.275	-4,5
Totale Italia	22.744	22.628	-0,5	20.976	-7,3	909	833	-8,3

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Regioni	Immatricolazioni (in numero di auto)				
	2008	2009	var. % 09/08	2010	var. % 10/09
Lombardia	394.067	372.469	-5,5	349.526	-6,2
Lazio	292.507	278.174	-4,9	272.290	-2,1
Campania	306.211	285.414	-6,8	272.288	-4,6
Sicilia	240.149	229.767	-4,3	218.579	-4,9
Piemonte	207.709	197.124	-5,1	199.281	1,1
Puglia	217.848	213.328	-2,1	192.217	-9,9
Veneto	188.709	177.894	-5,7	179.724	1,0
Emilia R.	171.979	163.687	-4,8	165.831	1,3
Toscana	154.862	152.711	-1,4	148.241	-2,9
Calabria	93.265	93.468	0,2	87.290	-6,6
Sardegna	78.174	76.662	-1,9	74.021	-3,4
Liguria	64.070	62.937	-1,8	62.787	-0,2
Abruzzo	59.887	58.434	-2,4	59.152	1,2
Marche	65.893	63.531	-3,6	58.726	-7,6
Friuli V.G.	52.151	50.314	-3,5	50.287	-0,1
Umbria	45.113	44.253	-1,9	42.530	-3,9
Trentino A.A.	38.841	40.727	4,9	40.504	-0,5
Basilicata	28.337	28.592	0,9	26.877	-6,0
Molise	15.838	15.438	-2,5	14.922	-3,3
Val d'Aosta	6.410	7.026	9,6	6.721	-4,3
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	-4,0	2.521.794	-3,5

Fonte: Prometeia - Findomestic

Regioni	Consumi complessivi (mln di Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2008	2009	var. % 09/08	2010	var. % 10/09	2009	2010	var. % 10/09
Lombardia	2.908	2.756	-5,2	2.597	-5,8	649	605	-6,8
Lazio	1.811	1.736	-4,1	1.722	-0,8	749	731	-2,3
Campania	1.118	1.057	-5,5	1.028	-2,7	506	488	-3,5
Sicilia	874	859	-1,7	830	-3,5	434	416	-4,2
Piemonte	1.484	1.416	-4,6	1.445	2,0	709	719	1,4
Puglia	879	872	-0,8	796	-8,6	569	514	-9,7
Veneto	1.322	1.277	-3,4	1.310	2,5	636	645	1,4
Emilia R.	1.254	1.198	-4,5	1.224	2,2	617	623	0,9
Toscana	976	976	-0,1	962	-1,4	609	594	-2,6
Calabria	350	360	2,8	342	-5,1	466	436	-6,3
Sardegna	336	334	-0,6	327	-2,3	490	472	-3,6
Liguria	398	399	0,2	407	2,1	508	517	1,8
Abruzzo	270	267	-1,1	275	3,0	495	503	1,5
Marche	406	396	-2,4	372	-6,1	621	576	-7,1
Friuli V.G.	354	348	-1,4	353	1,3	627	630	0,5
Umbria	261	260	-0,6	254	-2,4	695	667	-3,9
Trentino A.A.	294	315	7,1	318	1,0	740	737	-0,4
Basilicata	114	117	2,5	112	-4,3	511	485	-5,1
Molise	76	76	0,6	74	-2,2	591	572	-3,2
Val d'Aosta	50	56	11,1	54	-2,6	941	911	-3,2
Totale Italia	15.533	15.074	-3,0	14.801	-1,8	605	588	-2,9

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

Regioni	Vendite (in numero di motoveicoli)					Parco circolante		
	2008	2009	var. % 09/08	2010	var. % 10/09	2009	2010	var. % 10/09
Lombardia	81.636	77.232	-5,4	63.062	-18,3	1.379.485	1.352.256	-2,0
Lazio	56.768	51.781	-8,8	41.453	-19,9	879.271	865.967	-1,5
Sicilia	52.654	50.547	-4,0	37.076	-26,7	816.440	827.130	1,3
Toscana	45.905	46.490	1,3	35.375	-23,9	889.515	876.488	-1,5
Campania	52.872	49.055	-7,2	33.304	-32,1	757.651	755.779	-0,2
Emilia R.	38.814	36.615	-5,7	30.197	-17,5	748.444	737.131	-1,5
Veneto	35.337	33.599	-4,9	27.794	-17,3	684.283	668.752	-2,3
Liguria	30.565	33.983	11,2	25.741	-24,3	457.903	455.418	-0,5
Piemonte	30.000	27.415	-8,6	22.958	-16,3	548.431	546.449	-0,4
Puglia	23.869	23.431	-1,8	16.704	-28,7	408.363	404.242	-1,0
Marche	14.291	13.750	-3,8	11.378	-17,3	289.695	288.874	-0,3
Abruzzo	11.999	10.939	-8,8	9.002	-17,7	235.388	237.819	1,0
Calabria	12.148	11.080	-8,8	8.488	-23,4	197.028	192.827	-2,1
Friuli V.G.	10.641	10.787	1,4	8.171	-24,3	209.333	206.534	-1,3
Sardegna	8.959	8.229	-8,1	6.350	-22,8	195.791	193.533	-1,2
Trentino A.A.	6.901	6.973	1,0	5.910	-15,2	147.590	146.783	-0,5
Umbria	6.600	6.228	-5,6	4.958	-20,4	181.451	178.945	-1,4
Basilicata	3.109	2.988	-3,9	2.372	-20,6	56.491	56.402	-0,2
Molise	2.377	2.220	-6,6	1.608	-27,6	42.181	42.606	1,0
Val d'Aosta	1.069	1.049	-1,9	849	-19,1	24.386	24.276	-0,5
Totale Italia	526.514	504.391	-4,2	392.750	-22,1	9.149.120	9.058.211	-1,0

Fonte: Prometeia - Findomestic

Regioni	Consumi complessivi (mln di Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2008	2009	var. % 09/08	2010	var. % 10/09	2009	2010	var. % 10/09
Lombardia	470	430	-8,7	368	-14,3	101	86	-15,2
Lazio	293	261	-11,1	214	-17,9	112	91	-19,2
Sicilia	246	237	-3,5	178	-25,1	120	89	-25,6
Toscana	223	223	-0,1	177	-20,4	139	109	-21,4
Campania	247	233	-5,4	161	-31,0	112	77	-31,5
Emilia R.	205	188	-8,6	166	-11,6	97	84	-12,7
Veneto	184	172	-6,6	149	-13,4	86	73	-14,3
Liguria	147	159	7,7	124	-22,0	202	157	-22,2
Piemonte	165	148	-10,5	129	-12,6	74	64	-13,2
Puglia	105	104	-0,5	74	-29,2	68	48	-30,0
Marche	75	70	-6,8	61	-12,8	109	94	-13,8
Abruzzo	61	54	-11,7	47	-13,0	100	86	-14,2
Calabria	51	47	-7,2	36	-24,2	61	46	-25,2
Friuli V.G.	49	49	0,4	38	-21,9	88	68	-22,5
Sardegna	40	36	-10,0	28	-21,3	53	41	-22,4
Trentino A.A.	35	35	0,5	31	-13,0	83	71	-14,2
Umbria	32	30	-6,8	25	-16,9	80	65	-18,3
Basilicata	13	13	-2,4	10	-17,8	55	45	-18,5
Molise	10	9	-10,1	7	-29,6	72	50	-30,4
Val d'Aosta	5	5	-2,5	4	-17,3	86	71	-17,8
Totale Italia	2.657	2.502	-5,8	2.027	-19,0	100	81	-19,9

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli

Regioni	Consumi complessivi (mln di Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2008	2009	var. % 09/08	2010	var. % 10/09	2009	2010	var. % 10/09
Lombardia	740	696	-5,9	705	1,3	164	164	0,2
Veneto	426	396	-7,0	418	5,4	198	206	4,3
Emilia R.	391	368	-5,8	383	3,9	190	195	2,6
Lazio	323	324	0,3	338	4,3	140	143	2,7
Campania	268	262	-2,0	283	7,9	125	134	7,1
Toscana	268	262	-2,2	277	5,7	164	171	4,5
Piemonte	291	273	-6,2	275	0,8	137	137	0,2
Sicilia	236	236	-0,1	257	9,0	119	129	8,2
Puglia	228	223	-2,1	240	7,2	146	155	6,0
Calabria	113	112	-0,7	123	10,3	145	157	8,9
Liguria	115	111	-3,8	112	1,6	141	143	1,3
Trentino A.A.	109	104	-5,1	111	6,7	243	256	5,2
Friuli V.G.	101	96	-5,4	100	4,1	172	178	3,2
Marche	96	93	-2,7	99	6,1	146	153	4,9
Sardegna	82	83	0,7	88	6,5	122	128	5,1
Abruzzo	78	77	-1,3	82	6,2	143	150	4,7
Umbria	54	53	-1,6	56	6,1	142	148	4,4
Basilicata	32	32	-1,3	34	7,8	140	149	6,8
Molise	22	21	-0,3	23	8,2	167	179	7,0
Val d'Aosta	14	13	-5,1	13	1,8	222	224	1,2
Totale Italia	3.988	3.837	-3,8	4.018	4,7	154	160	3,6

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni

Regioni	Consumi complessivi (mln di Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2008	2009	var. % 09/08	2010	var. % 10/09	2009	2010	var. % 10/09
Lombardia	734	817	11,3	901	10,2	192	210	9,0
Veneto	319	305	-4,4	420	37,4	152	207	35,9
Emilia R.	293	284	-3,2	386	36,1	146	197	34,4
Piemonte	288	320	11,0	358	11,7	160	178	10,9
Lazio	351	412	17,3	349	-15,1	177	148	-16,4
Toscana	292	334	14,5	287	-14,0	208	177	-15,0
Campania	286	276	-3,3	271	-1,9	132	129	-2,6
Sicilia	252	248	-1,5	246	-1,0	125	123	-1,6
Puglia	244	235	-3,3	230	-2,5	154	148	-3,6
Liguria	114	130	13,7	138	6,1	165	175	5,8
Calabria	120	118	-2,1	118	0,2	152	151	-1,1
Marche	104	119	14,0	102	-13,8	186	159	-14,8
Friuli V.G.	76	74	-3,0	102	38,5	132	182	37,4
Trentino A.A.	82	80	-2,7	93	17,0	187	216	15,4
Sardegna	88	87	-1,0	85	-2,7	128	123	-4,0
Abruzzo	83	81	-2,6	78	-3,3	151	144	-4,7
Umbria	59	68	15,3	58	-13,8	181	153	-15,2
Basilicata	35	34	-2,6	33	-2,0	147	143	-2,9
Molise	23	23	-1,7	22	-1,6	176	171	-2,7
Val d'Aosta	14	15	12,1	16	6,3	260	275	5,7
Totale Italia	3.856	4.058	5,3	4.293	5,8	163	171	4,7

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili								
Regioni	Consumi complessivi (mln di Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2008	2009	var. % 09/08	2010	var. % 10/09	2009	2010	var. % 10/09
Lombardia	3.282	2.932	-10,7	3.002	2,4	690	699	1,3
Lazio	1.578	1.443	-8,6	1.486	3,0	622	631	1,4
Veneto	1.618	1.421	-12,2	1.456	2,4	708	717	1,3
Piemonte	1.515	1.365	-9,9	1.403	2,8	683	698	2,2
Emilia R.	1.417	1.287	-9,2	1.322	2,7	663	673	1,4
Campania	1.184	1.058	-10,7	1.092	3,2	506	518	2,4
Toscana	1.201	1.063	-11,4	1.088	2,3	664	672	1,1
Sicilia	1.099	983	-10,6	1.001	1,9	496	502	1,1
Puglia	798	713	-10,7	732	2,6	466	473	1,5
Sardegna	428	393	-8,1	401	2,1	576	581	0,7
Calabria	438	389	-11,1	400	2,6	504	510	1,3
Marche	411	364	-11,3	374	2,7	571	580	1,6
Liguria	401	366	-8,9	371	1,6	465	472	1,3
Friuli V.G.	401	362	-9,8	370	2,2	652	661	1,4
Trentino A.A.	399	356	-10,7	367	3,0	837	850	1,6
Abruzzo	346	316	-8,9	321	1,6	586	587	0,2
Umbria	307	276	-10,0	285	3,0	739	749	1,4
Basilicata	128	115	-10,4	117	2,5	501	509	1,6
Molise	94	85	-9,1	87	1,8	661	666	0,7
Val d'Aosta	29	26	-9,9	27	2,9	440	450	2,3
Totale Italia	17.075	15.313	-10,3	15.701	2,5	615	624	1,5

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglie								
Regioni	Consumi complessivi (mln di Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2008	2009	var. % 09/08	2010	var. % 10/09	2009	2010	var. % 10/09
Lombardia	279	285	2,2	293	2,6	67	68	1,5
Veneto	161	170	5,7	179	5,3	85	88	4,2
Emilia R.	147	158	7,1	164	3,7	81	83	2,4
Lazio	122	135	10,6	136	1,2	58	58	-0,4
Piemonte	110	112	2,0	114	2,1	56	57	1,4
Toscana	101	109	7,9	112	2,6	68	69	1,4
Campania	101	107	6,1	101	-5,6	51	48	-6,4
Sicilia	89	96	8,1	92	-4,7	49	46	-5,4
Puglia	86	91	6,1	86	-6,3	60	55	-7,4
Trentino A.A.	41	44	7,5	47	6,5	104	109	5,1
Liguria	43	45	4,6	47	2,7	58	59	2,5
Calabria	42	46	7,4	44	-3,6	59	56	-4,9
Friuli V.G.	38	41	7,3	43	4,1	74	76	3,3
Marche	36	39	7,5	40	2,8	61	62	1,7
Sardegna	31	34	8,7	32	-6,5	50	46	-7,8
Abruzzo	29	31	6,9	29	-7,1	58	54	-8,4
Umbria	20	22	8,6	23	2,9	59	60	1,2
Basilicata	12	13	6,8	12	-5,8	57	53	-6,6
Molise	8	9	7,9	8	-5,4	68	64	-6,4
Val d'Aosta	5	5	3,0	6	3,2	91	93	2,7
Totale Italia	1.504	1.593	5,9	1.606	0,8	64	64	-0,2

Fonte: Prometeia - Findomestic

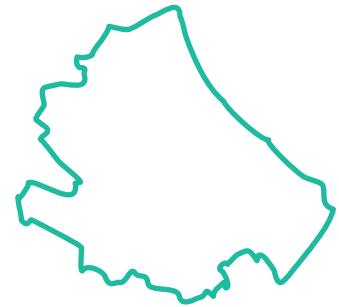
Panorama Grande Distribuzione

Regioni	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Lombardia	98	801.366	109	353.694	207	1.155.060	12,5
Valle d'Aosta	2	14.220			2	14.220	11,7
Piemonte	42	291.096	53	179.225	95	470.321	11,0
Molise	5	29.700	1	2.500	6	32.200	10,0
Abruzzo	13	95.652	10	29.400	23	125.052	9,7
Friuli Venezia Giulia	7	48.200	17	55.148	24	103.348	8,6
Veneto	28	202.856	54	173.690	82	376.546	8,1
Marche	8	64.050	16	53.700	24	117.750	7,8
Emilia Romagna	25	209.270	37	109.858	62	319.128	7,8
Toscana	16	123.755	39	117.546	55	241.301	6,8
Sardegna	6	44.200	17	54.400	23	98.600	6,0
Lazio	22	156.523	42	131.993	64	288.516	5,5
Umbria	3	23.000	7	23.566	10	46.566	5,5
Calabria	5	41.800	23	67.217	28	109.017	5,4
Sicilia	14	123.962	26	83.915	40	207.877	4,2
Liguria	5	35.050	10	30.469	15	65.519	4,2
Puglia	16	133.226	12	34.001	28	167.227	4,1
Basilicata	3	17.500	1	3.500	4	21.000	3,5
Campania	14	123.234	22	64.945	36	188.179	3,3
Trentino Alto Adige			9	26.385	9	26.385	2,7
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.

Abruzzo



L'Abruzzo ha mostrato una capacità di ripresa delle attività economiche superiore a quella dell'area meridionale, pur registrando un'evoluzione del PIL inferiore alla media nazionale. La regione è stata meno penalizzata in termini reali dalla stretta sui redditi che ha colpito più pesantemente l'area meridionale del paese nel 2010. In termini pro capite il reddito per abitante, attestandosi nel 2010 a 15.105 Euro (13.342 Euro nel Mezzogiorno), è in lieve recupero sul 2009, benché tale livello sia ancora lontano dai valori antecedenti la crisi. L'Aquila è la provincia più ricca con un reddito pro capite di 15.744 euro, benché a livello provinciale non si evidenzino elevate disparità nella distribuzione del reddito, che non scende sotto i 14.647 Euro di Teramo.

La spesa per beni durevoli è incrementata nel 2010 dell'1.1%, performance che diverge dal risultato nazionale, il quale evidenzia in media un calo del 2.4%. La spesa è stata sostenuta dal comparto della mobilità, che ha segnato un aumento dell'1.9% per l'acquisto di

auto nuove e del 3.0% per l'usato. Tale risultato si contrappone ad un calo nazionale del segmento mobilità, frutto di una contrazione del 7.3% per la spesa in nuovi autoveicoli e dell'1.8% per l'usato. Cade, inoltre, meno in regione la spesa per motoveicoli (-13.0% a fronte del -19.0% in Italia). È in particolare il capoluogo di regione, ancora profondamente segnato dagli eventi sismici del 2009, quello dove la spesa per le auto nuove e usate ha trainato le performance della mobilità con aumenti rispettivamente del 20.4% e 12.6%, risultando questa anche l'unica provincia dove è aumentata la spesa per motoveicoli (2.7%). Tornano a crescere in tutte le province abruzzesi le spese per la casa legate all'acquisto di elettrodomestici bianchi e piccoli e, ad un ritmo inferiore, di mobili (6.2% e 1.6% rispettivamente), mentre si stima in tutte le province abruzzesi una variazione negativa nell'informatica e degli elettrodomestici bruni (-7.1% e -3.3% rispettivamente).

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)			
Province	2008	2009	2010
L'Aquila	15.979	15.541	15.744
Chieti	15.556	15.014	15.163
Pescara	15.269	14.746	14.862
Teramo	15.059	14.513	14.647
Abruzzo	15.470	14.955	15.105
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)		
Province	2009	2010
L'Aquila	-2,7%	1,3%
Chieti	-3,5%	1,0%
Teramo	-3,6%	0,9%
Pescara	-3,4%	0,8%
Abruzzo	-3,3%	1,0%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Abruzzo								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	465	462	-0,7%	471	1,9%	35,9	36,1	0,7
Auto usate	270	267	-1,1%	275	3,0%	20,7	21,1	0,6
Motoveicoli	61	54	-11,7%	47	-13,0%	4,2	3,6	-0,5
Eletr. bianchi e piccoli	78	77	-1,3%	82	6,2%	6,0	6,3	0,4
Eletr. bruni	83	81	-2,6%	78	-3,3%	6,3	6,0	-0,2
Mobili	346	316	-8,9%	321	1,6%	24,5	24,6	0,4
Informatica famiglie	29	31	6,9%	29	-7,1%	2,4	2,2	-0,2
Durevoli	1.333	1.288	-3,4%	1.302	1,1%	100,0	100,0	1,1

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
L'Aquila	8.471	9.427	10.627	Chieti	191.971	190.109
Pescara	10.194	10.580	10.096	Pescara	142.108	142.571
Chieti	10.957	11.496	9.820	Teramo	139.689	139.451
Teramo	9.785	9.950	8.945	L'Aquila	137.538	137.984
Abruzzo	39.407	41.453	39.488	Abruzzo	611.306	610.115
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
L'Aquila	11,3%	12,7%	Pescara	0,3%
Pescara	3,8%	-4,6%	L'Aquila	0,3%
Teramo	1,7%	-10,1%	Teramo	-0,2%
Chieti	4,9%	-14,6%	Chieti	-1,0%
Abruzzo	5,2%	-4,7%	Abruzzo	-0,2%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic



Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
L'Aquila	7.266	8.752	9.653	L'Aquila	102	109	131	L'Aquila	843	995
Chieti	9.348	10.515	8.686	Pescara	119	115	119	Pescara	902	913
Pescara	8.476	9.265	8.672	Chieti	128	128	115	Teramo	895	844
Teramo	8.248	8.886	7.774	Teramo	116	110	106	Chieti	804	722
Abruzzo	33.338	37.418	34.785	Abruzzo	465	462	471	Abruzzo	857	861
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
L'Aquila	20,5%	10,3%	L'Aquila	6,6%	20,4%	L'Aquila	18,0%
Pescara	9,3%	-6,4%	Pescara	-3,3%	2,8%	Pescara	1,2%
Teramo	7,7%	-12,5%	Teramo	-4,7%	-4,3%	Teramo	-5,7%
Chieti	12,5%	-17,4%	Chieti	-0,5%	-9,5%	Chieti	-10,2%
Abruzzo	12,2%	-7,0%	Abruzzo	-0,7%	1,9%	Abruzzo	0,4%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Pescara	1.718	1.315	1.424	L'Aquila	-44,0%	44,3%
Teramo	1.537	1.064	1.171	Chieti	-39,0%	15,6%
Chieti	1.609	981	1.134	Teramo	-30,8%	10,1%
L'Aquila	1.205	675	974	Pescara	-23,5%	8,3%
Abruzzo	6.069	4.035	4.703	Abruzzo	-33,5%	16,6%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Chieti	17.686	16.869	16.609	Chieti	79	76	76	L'Aquila	522	576
L'Aquila	13.982	14.247	15.847	L'Aquila	65	67	76	Pescara	497	494
Pescara	14.304	13.957	13.804	Pescara	64	64	64	Chieti	479	476
Teramo	13.915	13.361	12.892	Teramo	62	60	59	Teramo	485	468
Abruzzo	59.887	58.434	59.152	Abruzzo	270	267	275	Abruzzo	495	503
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
L'Aquila	1,9%	11,2%	L'Aquila	3,0%	12,6%	L'Aquila	10,4%
Pescara	-2,4%	-1,1%	Pescara	-1,0%	0,9%	Pescara	-0,6%
Chieti	-4,6%	-1,5%	Chieti	-3,3%	0,1%	Chieti	-0,7%
Teramo	-4,0%	-3,5%	Teramo	-2,8%	-2,0%	Teramo	-3,5%
Abruzzo	-2,4%	1,2%	Abruzzo	-1,1%	3,0%	Abruzzo	1,5%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic



Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Pescara	3.746	3.376	2.726	Pescara	89.652	90.788
Chieti	3.581	3.224	2.461	Teramo	56.642	57.613
Teramo	2.905	2.656	2.200	Chieti	56.929	57.042
L'Aquila	1.767	1.683	1.615	L'Aquila	32.165	32.376
Abruzzo	11.999	10.939	9.002	Abruzzo	235.388	237.819
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
L'Aquila	-4,8%	-4,0%	Teramo	1,7%
Teramo	-8,6%	-17,2%	Pescara	1,3%
Pescara	-9,9%	-19,3%	L'Aquila	0,7%
Chieti	-10,0%	-23,7%	Chieti	0,2%
Abruzzo	-8,8%	-17,7%	Abruzzo	1,0%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Pescara	20	17	15	Pescara	135	116
Chieti	18	16	12	Teramo	107	92
Teramo	15	13	11	Chieti	100	78
L'Aquila	8	8	8	L'Aquila	61	62
Abruzzo	61	54	47	Abruzzo	100	86
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
L'Aquila	-5,6%	2,7%	L'Aquila	0,7%
Pescara	-14,8%	-12,6%	Pescara	-14,0%
Teramo	-9,8%	-12,8%	Teramo	-14,1%
Chieti	-12,7%	-21,2%	Chieti	-21,9%
Abruzzo	-11,7%	-13,0%	Abruzzo	-14,2%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Chieti	23	23	24	Chieti	144	152
Pescara	19	18	20	Teramo	144	151
L'Aquila	18	18	19	Pescara	144	150
Teramo	18	18	19	L'Aquila	139	145
Abruzzo	78	77	82	Abruzzo	143	150
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Chieti	-1,5%	6,4%	Chieti	5,4%
Teramo	-1,7%	6,2%	Teramo	4,8%
L'Aquila	-0,9%	6,1%	Pescara	4,3%
Pescara	-1,0%	5,9%	L'Aquila	4,0%
Abruzzo	-1,3%	6,2%	Abruzzo	4,7%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Chieti	25	24	23	Chieti	152	145
Pescara	20	19	19	Teramo	152	145
L'Aquila	19	19	18	Pescara	152	144
Teramo	19	19	18	L'Aquila	147	139
Abruzzo	83	81	78	Abruzzo	151	144
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Teramo	-2,8%	-3,2%	Chieti	-4,1%
Chieti	-2,9%	-3,3%	Teramo	-4,6%
L'Aquila	-2,3%	-3,4%	Pescara	-5,0%
Pescara	-2,4%	-3,5%	L'Aquila	-5,3%
Abruzzo	-2,6%	-3,3%	Abruzzo	-4,7%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Chieti	104	95	97	Chieti	599	605
Pescara	80	74	75	Teramo	596	596
Teramo	81	73	75	Pescara	578	578
L'Aquila	81	73	74	L'Aquila	566	564
Abruzzo	346	316	321	Abruzzo	586	587
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Chieti	-8,9%	1,7%	Chieti	0,9%
L'Aquila	-9,3%	1,6%	Teramo	0,1%
Teramo	-9,6%	1,6%	Pescara	-0,1%
Pescara	-7,7%	1,5%	L'Aquila	-0,4%
Abruzzo	-8,9%	1,6%	Abruzzo	0,2%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Chieti	9	9	9	Chieti	59	54
Pescara	7	8	7	Teramo	59	54
L'Aquila	7	7	7	Pescara	59	54
Teramo	7	7	7	L'Aquila	57	52
Abruzzo	29	31	29	Abruzzo	58	54
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Teramo	6,7%	-6,9%	Chieti	-7,7%
Chieti	6,6%	-7,0%	Teramo	-8,3%
L'Aquila	7,3%	-7,1%	Pescara	-8,7%
Pescara	7,2%	-7,3%	L'Aquila	-9,0%
Abruzzo	6,9%	-7,1%	Abruzzo	-8,4%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic



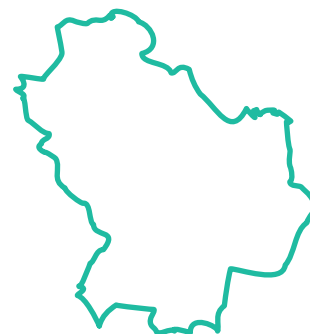
Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Chieti	6	36.952	2	6.700	8	43.652	11,4
Pescara	3	27.000	2	5.000	5	32.000	10,5
Teramo	2	19.400	2	7.000	4	26.400	9,0
L'aquila	2	12.300	4	10.700	6	23.000	7,6
Abruzzo	13	95.652	10	29.400	23	125.052	9,7
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.

Basilicata



Nel 2010 l'economia lucana ha registrato in termini reali una complessiva tenuta delle attività economiche, stentando tuttavia ad avviarsi sul sentiero di ripresa percorso a maggiore velocità da alcune regioni del Centro-Nord e, sia pure a un ritmo inferiore, del Mezzogiorno. Nel territorio lucano il reddito per abitante – pari a 14.335 Euro e in lieve aumento sul 2009 – risulta superiore alla media del Mezzogiorno (13.342 Euro), benché un gap di 3.236 Euro separi la regione dalla media italiana, che si pone a 17.571 Euro. Matera supera di poco Potenza in termini di reddito per abitante (14.381 Euro rispetto a 14.310), ma il divario tra le due province resta contenuto.

Nel 2010 le famiglie lucane hanno speso in media 1.866 Euro per beni durevoli, 654 Euro in meno a famiglia rispetto alla media italiana. La regione ha accusato nel 2010 una caduta a prezzi correnti della spesa del

5.2%, flessione superiore non solo alla media italiana, ma anche quella dell'area meridionale (-2.4% e -4.4% rispettivamente). Il comparto più penalizzato è stato quello della mobilità (-15.3% la spesa per auto nuove, -4.3% l'usato e -17.8% i motoveicoli), il quale sconta l'esaurirsi dell'effetto incentivi che nel 2009 aveva risvegliato il mercato dell'auto. Subisce una battuta d'arresto anche il comparto informatico nel 2010, con un calo di spesa del 5.8%, che segue la forte espansione di questo segmento nel 2009 (6.8%). È, invece, aumentata ad un ritmo superiore alla media la spesa delle famiglie lucane per l'acquisto di elettrodomestici bianchi e piccoli (7.8% rispetto al 4.7% nazionale), registrando un calo nel comparto dei bruni (-2.0%).

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)			
Province	2008	2009	2010
Potenza	14.532	14.368	14.381
Matera	14.480	14.290	14.310
Basilicata	14.498	14.317	14.335
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)		
Province	2009	2010
Potenza	-1,3%	0,1%
Matera	-1,1%	0,1%
Basilicata	-1,2%	0,1%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Basilicata								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	127	131	3,6%	111	-15,3%	28,9	25,8	-4,4
Auto usate	114	117	2,5%	112	-4,3%	25,8	26,0	-1,1
Motoveicoli	13	13	-2,4%	10	-17,8%	2,8	2,4	-0,5
Eletr. bianchi e piccoli	32	32	-1,3%	34	7,8%	7,0	8,0	0,6
Eletr. bruni	35	34	-2,6%	33	-2,0%	7,4	7,7	-0,1
Mobili	128	115	-10,4%	117	2,5%	25,2	27,3	0,6
Informatica famiglie	12	13	6,8%	12	-5,8%	2,9	2,9	-0,2
Durevoli	461	454	-1,4%	431	-5,2%	100,0	100,0	-5,2

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Potenza	7.452	7.893	6.457	Potenza	161.387	160.881
Matera	3.894	4.277	3.467	Matera	82.942	83.053
Basilicata	11.346	12.170	9.924	Basilicata	244.329	243.934
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Potenza	5,9%	-18,2%	Matera	0,1%
Matera	9,8%	-18,9%	Potenza	-0,3%
Basilicata	7,3%	-18,5%	Basilicata	-0,2%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Potenza	6.255	7.231	5.726	Potenza	84	86	75	Potenza	566	486
Matera	3.146	3.781	2.828	Matera	42	45	36	Matera	587	472
Basilicata	9.401	11.012	8.554	Basilicata	127	131	111	Basilicata	573	481
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni auto nuove			Variazione consumi complessivi auto nuove			Variazione spesa per famiglia auto nuove	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Potenza	15,6%	-20,8%	Potenza	2,3%	-13,8%	Potenza	-14,3%
Matera	20,2%	-25,2%	Matera	6,3%	-18,3%	Matera	-19,6%
Basilicata	17,1%	-22,3%	Basilicata	3,6%	-15,3%	Basilicata	-16,1%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Potenza	1.197	662	731	Matera	-33,7%	28,8%
Matera	748	496	639	Potenza	-44,7%	10,4%
Basilicata	1.945	1.158	1.370	Basilicata	-40,5%	18,3%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Potenza	18.020	18.457	17.573	Potenza	73	76	74	Matera	535	488
Matera	10.317	10.135	9.304	Matera	41	41	38	Potenza	500	484
Basilicata	28.337	28.592	26.877	Basilicata	114	117	112	Basilicata	511	485
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Potenza	1.771	1.721	1.399	Potenza	31.500	31.640
Matera	1.338	1.267	973	Matera	24.991	24.762
Basilicata	3.109	2.988	2.372	Basilicata	56.491	56.402
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero motoveicoli			Variazione parco circolante motoveicoli	
Province	2009	2010		2010
Potenza	-2,8%	-18,7%	Potenza	0,4%
Matera	-5,3%	-23,2%	Matera	-0,9%
Basilicata	-3,9%	-20,6%	Basilicata	-0,2%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Potenza	7	7	6	Matera	70	54
Matera	6	5	4	Potenza	48	40
Basilicata	13	13	10	Basilicata	55	45
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Potenza	0,3%	-15,0%	Potenza	-15,6%
Matera	-6,0%	-21,6%	Matera	-22,8%
Basilicata	-2,4%	-17,8%	Basilicata	-18,5%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli

Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Potenza	21	21	23	Matera	145	155
Matera	11	11	12	Potenza	137	147
Basilicata	32	32	34	Basilicata	140	149
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Matera	-1,1%	7,9%	Potenza	7,1%
Potenza	-1,5%	7,7%	Matera	6,3%
Basilicata	-1,3%	7,8%	Basilicata	6,8%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Potenza	23	22	22	Matera	153	148
Matera	12	12	11	Potenza	145	141
Basilicata	35	34	33	Basilicata	147	143
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Matera	-2,4%	-1,9%	Potenza	-2,7%
Potenza	-2,7%	-2,1%	Matera	-3,4%
Basilicata	-2,6%	-2,0%	Basilicata	-2,9%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Potenza	84	75	77	Matera	520	527
Matera	44	40	41	Potenza	491	499
Basilicata	128	115	117	Basilicata	501	509
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Matera	-10,3%	3,0%	Potenza	1,7%
Potenza	-10,4%	2,3%	Matera	1,4%
Basilicata	-10,4%	2,5%	Basilicata	1,6%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic

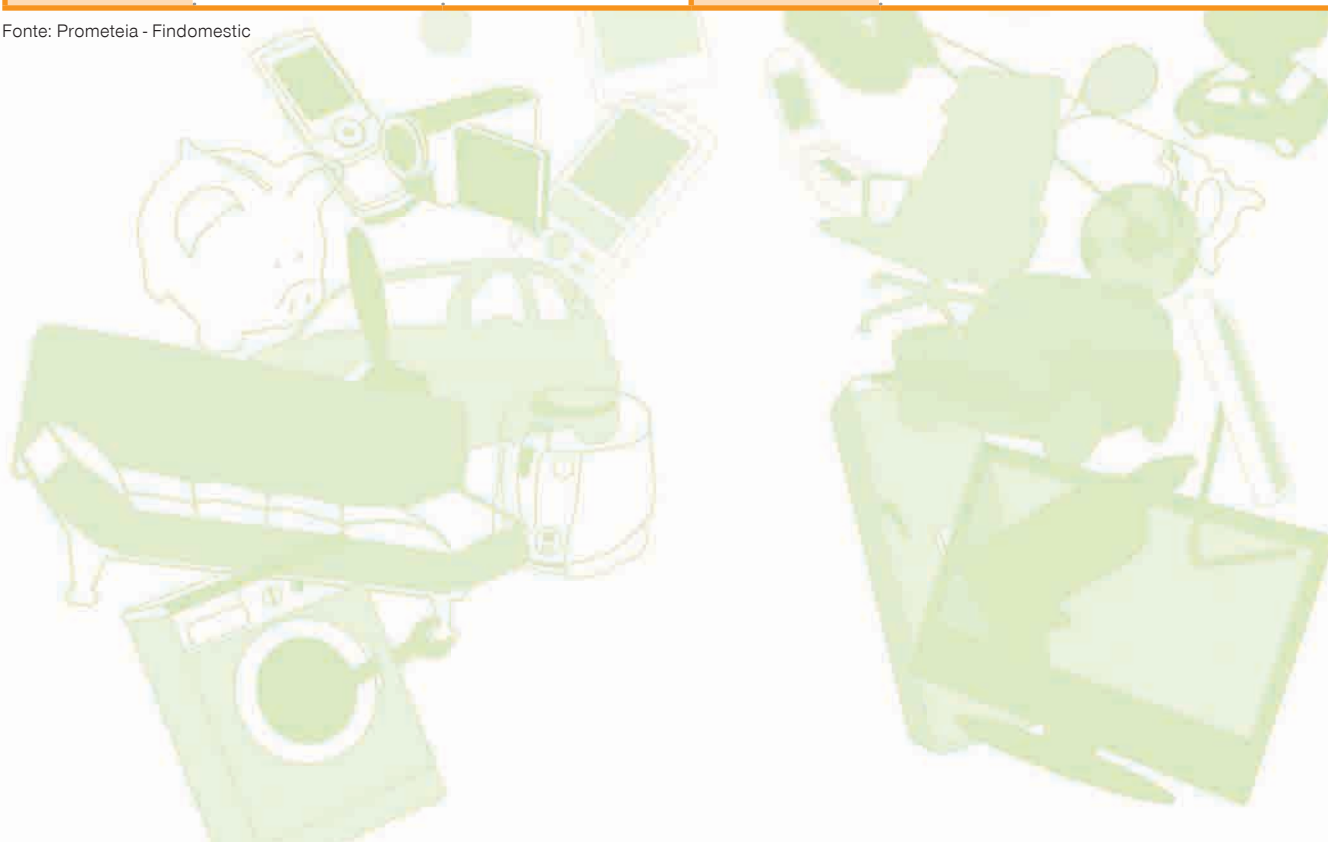


Informatica famiglia

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Potenza	8	9	8	Matera	59	55
Matera	4	5	4	Potenza	56	52
Basilicata	12	13	12	Basilicata	57	53
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010	
Matera	7,0%	-5,6%	Potenza	-6,4%
Potenza	6,7%	-5,8%	Matera	-7,1%
Basilicata	6,8%	-5,8%	Basilicata	-6,6%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

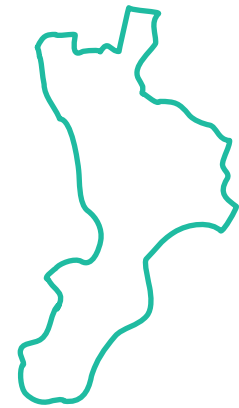
**Panorama Grande Distribuzione**

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Matera	2	12.000	1	3.500	3	15.500	7,6
Potenza	1	5.500			1	5.500	1,4
Basilicata	3	17.500	1	3.500	4	21.000	3,5
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.

Calabria



La Calabria è la regione dove le attività economiche hanno reagito in misura più rallentata alla crisi, mostrando nel 2010 un'evoluzione inferiore non solo alla crescita italiana, ma anche a quella dell'area meridionale. In Calabria il reddito medio per abitante si attesta a 13.445 Euro, 4.126 Euro in meno della media nazionale. Benché la regione non abbia subito nel biennio 2009-2010 sensibili diminuzioni del reddito pro capite, diversamente da molte regioni italiane, la Calabria è tra le regioni a più basso reddito per abitante. Il livello di reddito pro capite risulta particolarmente compresso a Crotone e Vibo Valentia (rispettivamente 12.350 e 12.406 Euro), mentre è Catanzaro, la provincia più ricca (14.373 Euro), seguita da quella di Cosenza (13.507 Euro).

La spesa media che le famiglie calabresi hanno destinato all'acquisto di beni durevoli nel 2010 si è attestata a 1.934 Euro, in riduzione di un centinaio di Euro rispetto a quella del 2009 e con un gap di 586 Euro in meno

rispetto alla spesa media di una famiglia italiana. Si stima che nel 2010 la riduzione della spesa per durevoli sia stata superiore a quella media nazionale (-3.5% rispetto a -2.4%), soprattutto per il negativo andamento della spesa a valori correnti in auto nuove (-9.0%), mostrando diminuzioni più intense a Reggio Calabria (-9.9%) e Cosenza (-11.8%). Si è ridotta di circa un quarto la spesa per motoveicoli, penalizzata dagli elevati vincoli di reddito delle fasce più giovani della popolazione, anche in ragione dell'elevata disoccupazione giovanile. Nel comparto casa il migliore andamento ha interessato le spese per gli elettrodomestici bianchi e piccoli (10.3% a fronte del 4.7% medio nazionale), mentre crescono del 2.6% gli acquisti di mobili e registrano una tenuta quelli degli elettrodomestici bruni (0.2%). In calo solo le spese per l'informatica, segmento che si contrae del 3.6% dopo l'ampliamento del 2009.

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)			
Province	2008	2009	2010
Catanzaro	14.139	14.175	14.373
Cosenza	13.227	13.289	13.507
Reggio Calabria	13.038	13.172	13.404
Vibo Valentia	12.079	12.183	12.406
Crotone	12.259	12.236	12.350
Calabria	13.162	13.235	13.445
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)		
Province	2009	2010
Vibo Valentia	0,9%	1,8%
Reggio Calabria	1,0%	1,8%
Cosenza	0,5%	1,6%
Catanzaro	0,3%	1,4%
Crotone	-0,2%	0,9%
Calabria	0,6%	1,6%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Calabria								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	530	498	-6,1%	453	-9,0%	31,7	29,9	-2,9
Auto usate	350	360	2,8%	342	-5,1%	22,9	22,5	-1,2
Motoveicoli	51	47	-7,2%	36	-24,2%	3,0	2,4	-0,7
Elettr. bianchi e piccoli	113	112	-0,7%	123	10,3%	7,1	8,1	0,7
Elettr. bruni	120	118	-2,1%	118	0,2%	7,5	7,8	0,0
Mobili	438	389	-11,1%	400	2,6%	24,8	26,4	0,7
Informatica famiglie	42	46	7,4%	44	-3,6%	2,9	2,9	-0,1
Durevoli	1.645	1.570	-4,6%	1.515	-3,5%	100,0	100,0	-3,5

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cosenza	15.338	16.145	13.362	Cosenza	284.965	284.183
Reggio Calabria	12.087	12.514	10.451	Reggio Calabria	239.532	239.178
Catanzaro	10.039	9.823	8.562	Catanzaro	142.303	141.310
Vibo Valentia	3.432	3.574	3.112	Vibo Valentia	66.599	66.592
Crotone	3.084	2.848	2.569	Crotone	64.695	64.846
Calabria	43.980	44.904	38.056	Calabria	798.094	796.109
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Crotone	-7,7%	-9,8%	Crotone	0,2%
Catanzaro	-2,2%	-12,8%	Vibo Valentia	0,0%
Vibo Valentia	4,1%	-12,9%	Reggio Calabria	-0,1%
Reggio Calabria	3,5%	-16,5%	Cosenza	-0,3%
Cosenza	5,3%	-17,2%	Catanzaro	-0,7%
Calabria	2,1%	-15,3%	Calabria	-0,2%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cosenza	13.408	14.791	11.889	Cosenza	184	180	159	Catanzaro	719	660
Reggio C.	10.883	11.548	9.458	Reggio C.	149	140	126	Vibo Valentia	692	645
Catanzaro	8.482	8.776	7.413	Catanzaro	113	103	96	Reggio C.	646	574
Vibo Valentia	3.224	3.404	2.922	Vibo Valentia	46	43	41	Cosenza	628	547
Crotone	2.826	2.665	2.388	Crotone	38	32	32	Crotone	496	480
Calabria	38.823	41.184	34.070	Calabria	530	498	453	Calabria	644	578
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Crotone	-5,7%	-10,4%	Crotone	-16,6%	-1,7%	Crotone	-3,3%
Vibo Valentia	5,6%	-14,2%	Vibo Valentia	-6,6%	-5,5%	Vibo Valentia	-6,8%
Catanzaro	3,5%	-15,5%	Catanzaro	-8,4%	-6,9%	Catanzaro	-8,1%
Reggio C.	6,1%	-18,1%	Reggio C.	-6,1%	-9,9%	Reggio C.	-11,1%
Cosenza	10,3%	-19,6%	Cosenza	-2,4%	-11,8%	Cosenza	-12,8%
Calabria	6,1%	-17,3%	Calabria	-6,1%	-9,0%	Calabria	-10,2%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cosenza	1.930	1.354	1.473	Vibo Valentia	-18,3%	11,8%
Catanzaro	1.557	1.047	1.149	Catanzaro	-32,8%	9,7%
Reggio Calabria	1.204	966	993	Cosenza	-29,8%	8,8%
Vibo Valentia	208	170	190	Reggio Calabria	-19,8%	2,8%
Crotone	258	183	181	Crotone	-29,1%	-1,1%
Calabria	5.157	3.720	3.986	Calabria	-27,9%	7,2%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cosenza	33.854	33.788	31.662	Cosenza	129	131	124	Vibo Valentia	516	467
Reggio C.	26.257	26.361	24.539	Reggio C.	97	103	98	Reggio C.	475	449
Catanzaro	16.755	16.977	16.091	Catanzaro	66	67	64	Catanzaro	467	440
Vibo Valentia	8.219	8.440	7.511	Vibo Valentia	30	32	30	Cosenza	457	429
Crotone	8.180	7.902	7.487	Crotone	29	27	25	Crotone	419	385
Calabria	93.265	93.468	87.290	Calabria	350	360	342	Calabria	466	436
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Catanzaro	1,3%	-5,2%	Reggio C.	5,3%	-4,3%	Reggio C.	-5,6%
Crotone	-3,4%	-5,3%	Catanzaro	2,0%	-4,7%	Catanzaro	-5,9%
Cosenza	-0,2%	-6,3%	Cosenza	1,8%	-4,9%	Cosenza	-6,0%
Reggio C.	0,4%	-6,9%	Crotone	-5,3%	-6,4%	Crotone	-8,0%
Vibo Valentia	2,7%	-11,0%	Vibo Valentia	8,3%	-8,3%	Vibo Valentia	-9,5%
Calabria	0,2%	-6,6%	Calabria	2,8%	-5,1%	Calabria	-6,3%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cosenza	3.857	3.784	2.898	Reggio Calabria	72.755	72.213
Reggio Calabria	3.925	3.510	2.600	Cosenza	63.978	61.912
Catanzaro	2.381	2.059	1.575	Catanzaro	35.905	34.944
Crotone	1.036	900	763	Vibo Valentia	13.901	13.435
Vibo Valentia	949	827	652	Crotone	10.489	10.323
Calabria	12.148	11.080	8.488	Calabria	197.028	192.827
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Crotone	-13,1%	-15,2%	Reggio Calabria	-0,7%
Vibo Valentia	-12,9%	-21,2%	Crotone	-1,6%
Cosenza	-1,9%	-23,4%	Catanzaro	-2,7%
Catanzaro	-13,5%	-23,5%	Cosenza	-3,2%
Reggio Calabria	-10,6%	-25,9%	Vibo Valentia	-3,4%
Calabria	-8,8%	-23,4%	Calabria	-2,1%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cosenza	16	16	13	Reggio Calabria	72	52
Reggio Calabria	17	16	11	Catanzaro	61	46
Catanzaro	10	9	7	Cosenza	57	44
Crotone	3	3	3	Crotone	50	40
Vibo Valentia	4	3	2	Vibo Valentia	50	37
Calabria	51	47	36	Calabria	61	46
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Crotone	-5,3%	-18,6%	Crotone	-20,0%
Cosenza	1,3%	-22,9%	Cosenza	-23,8%
Catanzaro	-13,8%	-23,8%	Catanzaro	-24,9%
Vibo Valentia	-13,9%	-24,2%	Vibo Valentia	-25,2%
Reggio Calabria	-10,3%	-26,9%	Reggio Calabria	-27,9%
Calabria	-7,2%	-24,2%	Calabria	-25,2%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli				Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2009	2010
Cosenza	41	41	45	Vibo Valentia	149	162	Vibo Valentia	149	162
Reggio Calabria	32	32	35	Crotone	148	160	Crotone	148	160
Catanzaro	21	20	23	Reggio Calabria	147	160	Reggio Calabria	147	160
Crotone	10	10	11	Cosenza	142	156	Cosenza	142	156
Vibo Valentia	9	9	10	Catanzaro	142	155	Catanzaro	142	155
Calabria	113	112	123	Calabria	145	157	Calabria	145	157
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Cosenza	-0,7%	10,5%	Cosenza	9,2%
Reggio Calabria	-0,5%	10,3%	Reggio Calabria	8,9%
Vibo Valentia	-0,6%	10,3%	Vibo Valentia	8,8%
Catanzaro	-0,9%	10,0%	Catanzaro	8,6%
Crotone	-1,1%	9,8%	Crotone	7,9%
Calabria	-0,7%	10,3%	Calabria	8,9%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cosenza	44	43	43	Vibo Valentia	157	155
Reggio Calabria	34	33	33	Crotone	156	153
Catanzaro	22	22	22	Reggio Calabria	154	153
Crotone	10	10	10	Cosenza	150	149
Vibo Valentia	10	10	10	Catanzaro	150	148
Calabria	120	118	118	Calabria	152	151
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Cosenza	-2,1%	0,4%	Cosenza	-0,8%
Reggio Calabria	-2,0%	0,3%	Reggio Calabria	-1,0%
Vibo Valentia	-2,0%	0,2%	Vibo Valentia	-1,2%
Catanzaro	-2,3%	0,0%	Catanzaro	-1,4%
Crotone	-2,5%	-0,2%	Crotone	-1,9%
Calabria	-2,1%	0,2%	Calabria	-1,1%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cosenza	169	150	155	Cosenza	524	535
Reggio Calabria	120	106	109	Vibo Valentia	505	511
Catanzaro	78	69	70	Crotone	500	503
Crotone	36	32	33	Reggio Calabria	492	497
Vibo Valentia	36	32	32	Catanzaro	482	483
Calabria	438	389	400	Calabria	504	510
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Cosenza	-10,9%	3,3%	Cosenza	2,1%
Vibo Valentia	-11,2%	2,6%	Vibo Valentia	1,2%
Reggio Calabria	-11,4%	2,5%	Reggio Calabria	1,1%
Crotone	-11,5%	2,4%	Crotone	0,7%
Catanzaro	-11,0%	1,6%	Catanzaro	0,2%
Calabria	-11,1%	2,6%	Calabria	1,3%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cosenza	16	17	16	Vibo Valentia	61	58
Reggio Calabria	12	13	12	Crotone	61	57
Catanzaro	8	8	8	Reggio Calabria	60	57
Crotone	4	4	4	Cosenza	58	55
Vibo Valentia	4	4	4	Catanzaro	58	55
Calabria	42	46	44	Calabria	59	56
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Cosenza	7,4%	-3,4%	Cosenza	-4,6%
Reggio Calabria	7,6%	-3,5%	Reggio Calabria	-4,8%
Vibo Valentia	7,5%	-3,6%	Vibo Valentia	-4,9%
Catanzaro	7,2%	-3,8%	Catanzaro	-5,1%
Crotone	7,0%	-4,0%	Crotone	-5,6%
Calabria	7,4%	-3,6%	Calabria	-4,9%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

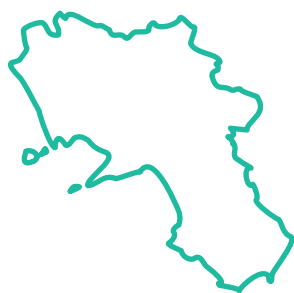
Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Vibo Valentia	1	8.000	1	3.500	2	11.500	6,8
Reggio Di Calabria	1	12.000	7	20.150	8	32.150	5,7
Cosenza	3	21.800	6	19.400	9	41.200	5,6
Catanzaro			6	16.667	6	16.667	4,5
Crotone	0	-	3	7.500	3	7.500	4,3
Calabria	5	41.800	23	67.217	28	109.017	5,4
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.



Campania

L'economia campana ha registrato nel 2010 una ripresa moderata se confrontata con la crescita dell'intera penisola, allineandosi al profilo di sviluppo

più debole che ha caratterizzato l'area meridionale. Con un reddito per abitante di 12.513 euro, la regione presenta il più basso livello di reddito pro capite collocandosi sensibilmente al di sotto della media italiana: un abitante della Campania percepisce 5.058 euro in meno di un cittadino italiano. Tra le province emergono evidenti disparità, con Caserta che si configura come la provincia italiana in coda per livello di reddito pro capite con 11.835 euro; all'opposto Salerno è al primo posto nella classifica regionale con un reddito medio di 13.018 euro. Caserta è la provincia campana dove la crisi ha portato il maggiore impoverimento, subendo una compressione del reddito di oltre 400 euro per abitante nel biennio 2009-2010.

Le difficoltà economiche amplificate dalla crisi hanno portato le famiglie campane a ridurre nel 2010 l'am-

montare di spese destinate all'acquisto di beni durevoli, che si attesta a 1.936 euro, 110 in meno rispetto al 2009 e 584 euro in meno della spesa media nazionale. In regione la spesa per l'acquisto di motoveicoli ha accusato la maggiore flessione, riducendosi di quasi un terzo e registrando i più forti cali a Avellino (-33.6%) e Napoli (-33.2%). L'adeguamento del parco automobilistico campano, avviato con buoni risultati nel 2009 anche grazie alla possibilità di ricevere incentivi fiscali, non ha trovato seguito nel 2010, anno che segna - al pari di quasi tutta l'area meridionale e di poche regioni del centro-nord - un calo della spesa per auto nuove superiore al 10%. Nonostante la riduzione degli acquisti di elettrodomestici bruni e informatica (-1.9% e -5.6% rispettivamente), le spese destinate ai beni per la casa sono complessivamente aumentate, trainate dagli elettrodomestici bianchi e piccoli e dai mobili. Per questi ultimi, ai quali è destinato oltre un quarto della spesa per durevoli, le famiglie hanno speso il 3.2% in più rispetto al 2009, con aumenti diffusi a tutte le province e una crescita più ampia ad Avellino (+3.5%).

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)

Province	2008	2009	2010
Salerno	13.242	12.992	13.018
Napoli	12.907	12.598	12.589
Avellino	12.567	12.394	12.460
Benevento	12.218	11.968	11.989
Caserta	12.253	11.904	11.835
Campania	12.809	12.518	12.513
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)

Province	2009	2010
Avellino	-1,4%	0,5%
Salerno	-1,9%	0,2%
Benevento	-2,0%	0,2%
Napoli	-2,4%	-0,1%
Caserta	-2,8%	-0,6%
Campania	-2,3%	0,0%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Campania								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	1.192	1.280	7,4%	1.140	-11,0%	29,9	28,0	-3,3
Auto usate	1.118	1.057	-5,5%	1.028	-2,7%	24,7	25,2	-0,7
Motoveicoli	247	233	-5,4%	161	-31,0%	5,5	4,0	-1,7
Elettr. bianchi e piccoli	268	262	-2,0%	283	7,9%	6,1	6,9	0,5
Elettr. bruni	286	276	-3,3%	271	-1,9%	6,5	6,6	-0,1
Mobili	1.184	1.058	-10,7%	1.092	3,2%	24,8	26,8	0,8
Informatica famiglie	101	107	6,1%	101	-5,6%	2,5	2,5	-0,1
Durevoli	4.395	4.274	-2,8%	4.076	-4,6%	100,0	100,0	-4,6

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Napoli	54.339	60.192	52.228	Napoli	1.043.492	1.053.086
Salerno	20.455	22.068	19.062	Salerno	399.439	396.255
Caserta	17.569	18.736	16.740	Caserta	284.470	284.767
Avellino	8.271	9.736	8.108	Avellino	160.578	160.391
Benevento	5.600	6.473	5.066	Benevento	105.901	105.750
Campania	106.234	117.205	101.204	Campania	1.993.880	2.000.249
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Caserta	6,6%	-10,7%	Napoli	0,9%
Salerno	10,8%	-13,2%	Caserta	0,1%
Napoli	7,9%	-13,6%	Avellino	-0,1%
Avellino	17,7%	-16,7%	Benevento	-0,1%
Benevento	15,6%	-21,7%	Salerno	-0,8%
Campania	10,3%	-13,7%	Campania	0,3%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Napoli	44.330	54.108	44.268	Napoli	609	658	587	Caserta	610	565
Salerno	16.296	19.665	15.956	Salerno	227	242	214	Avellino	660	552
Caserta	14.069	16.546	14.290	Caserta	192	200	188	Napoli	612	543
Avellino	7.147	9.025	6.998	Avellino	98	109	92	Benevento	639	527
Benevento	4.821	5.850	4.476	Benevento	66	71	59	Salerno	589	518
Campania	86.663	105.194	85.988	Campania	1.192	1.280	1.140	Campania	613	541
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Caserta	17,6%	-13,6%	Caserta	4,1%	-5,8%	Caserta	-7,3%
Napoli	22,1%	-18,2%	Napoli	8,0%	-10,7%	Napoli	-11,4%
Salerno	20,7%	-18,9%	Salerno	6,8%	-11,8%	Salerno	-12,1%
Avellino	26,3%	-22,5%	Avellino	11,7%	-15,9%	Avellino	-16,3%
Benevento	21,3%	-23,5%	Benevento	7,4%	-16,8%	Benevento	-17,5%
Campania	21,4%	-18,3%	Campania	7,4%	-11,0%	Campania	-11,6%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Napoli	10.009	6.084	7.960	Avellino	-36,7%	56,1%
Salerno	4.159	2.403	3.106	Napoli	-39,2%	30,8%
Caserta	3.500	2.190	2.450	Salerno	-42,2%	29,3%
Avellino	1.124	711	1.110	Caserta	-37,4%	11,9%
Benevento	779	623	590	Benevento	-20,0%	-5,3%
Campania	19.571	12.011	15.216	Campania	-38,6%	26,7%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Napoli	160.536	147.372	140.667	Napoli	589	553	540	Avellino	500	500
Salerno	57.439	54.707	52.691	Salerno	220	211	206	Salerno	513	500
Caserta	50.310	47.030	44.556	Caserta	175	159	150	Napoli	515	499
Avellino	23.399	22.032	21.291	Avellino	84	83	83	Caserta	485	450
Benevento	14.527	14.273	13.083	Benevento	50	51	49	Benevento	463	435
Campania	306.211	285.414	272.288	Campania	1.118	1.057	1.028	Campania	506	488
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Avellino	-5,8%	-3,4%	Avellino	-0,9%	0,6%	Avellino	0,1%
Salerno	-4,8%	-3,7%	Salerno	-4,1%	-2,2%	Salerno	-2,5%
Napoli	-8,2%	-4,5%	Napoli	-6,2%	-2,3%	Napoli	-3,0%
Caserta	-6,5%	-5,3%	Benevento	2,1%	-5,3%	Benevento	-6,1%
Benevento	-1,7%	-8,3%	Caserta	-9,2%	-5,9%	Caserta	-7,4%
Campania	-6,8%	-4,6%	Campania	-5,5%	-2,7%	Campania	-3,5%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Napoli	32.729	29.864	19.697	Napoli	423.176	415.871
Salerno	8.726	8.914	6.259	Salerno	153.199	158.286
Caserta	6.956	5.883	4.289	Caserta	97.738	96.886
Avellino	2.724	2.743	1.839	Avellino	44.362	44.595
Benevento	1.737	1.651	1.220	Benevento	39.176	40.141
Campania	52.872	49.055	33.304	Campania	757.651	755.779
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numeri			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Benevento	-5,0%	-26,1%	Salerno	3,3%
Caserta	-15,4%	-27,1%	Benevento	2,5%
Salerno	2,2%	-29,8%	Avellino	0,5%
Avellino	0,7%	-33,0%	Caserta	-0,9%
Napoli	-8,8%	-34,0%	Napoli	-1,7%
Campania	-7,2%	-32,1%	Campania	-0,2%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Napoli	153	142	95	Napoli	132	88
Salerno	42	44	32	Salerno	107	77
Caserta	33	28	21	Caserta	86	64
Avellino	12	12	8	Avellino	74	49
Benevento	7	7	5	Benevento	66	48
Campania	247	233	161	Campania	112	77
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Caserta	-13,6%	-24,8%	Caserta	-26,0%
Benevento	1,0%	-26,9%	Benevento	-27,5%
Salerno	5,1%	-27,7%	Salerno	-28,0%
Napoli	-7,6%	-33,2%	Napoli	-33,6%
Avellino	6,1%	-33,6%	Avellino	-33,9%
Campania	-5,4%	-31,0%	Campania	-31,5%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Napoli	142	139	150	Napoli	129	138
Salerno	51	50	54	Caserta	123	131
Caserta	41	40	44	Salerno	121	131
Avellino	20	20	22	Avellino	120	129
Benevento	13	13	14	Benevento	117	126
Campania	268	262	283	Campania	125	134
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Avellino	-1,6%	8,4%	Avellino	7,8%
Caserta	-2,4%	8,2%	Salerno	7,5%
Salerno	-1,7%	7,9%	Napoli	7,0%
Benevento	-2,1%	7,9%	Benevento	6,9%
Napoli	-2,1%	7,8%	Caserta	6,5%
Campania	-2,0%	7,9%	Campania	7,1%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Napoli	151	146	143	Napoli	136	133
Salerno	54	53	52	Caserta	130	126
Caserta	44	43	42	Salerno	128	125
Avellino	22	21	21	Avellino	126	124
Benevento	14	14	13	Benevento	124	120
Campania	286	276	271	Campania	132	129
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Avellino	-2,9%	-1,5%	Avellino	-2,0%
Caserta	-3,6%	-1,7%	Salerno	-2,2%
Salerno	-3,0%	-1,9%	Napoli	-2,7%
Benevento	-3,3%	-2,0%	Benevento	-2,8%
Napoli	-3,3%	-2,0%	Caserta	-3,3%
Campania	-3,3%	-1,9%	Campania	-2,6%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Napoli	629	563	581	Napoli	524	537
Salerno	222	199	205	Benevento	495	506
Caserta	182	161	166	Caserta	491	500
Avellino	89	80	83	Avellino	484	499
Benevento	61	55	57	Salerno	484	496
Campania	1.184	1.058	1.092	Campania	506	518
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Avellino	-10,2%	3,5%	Avellino	3,0%
Caserta	-11,7%	3,5%	Salerno	2,7%
Benevento	-10,4%	3,2%	Napoli	2,4%
Napoli	-10,5%	3,1%	Benevento	2,3%
Salerno	-10,6%	3,0%	Caserta	1,9%
Campania	-10,7%	3,2%	Campania	2,4%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Napoli	53	57	53	Napoli	53	49
Salerno	19	20	19	Caserta	50	47
Caserta	16	17	16	Salerno	50	47
Avellino	8	8	8	Avellino	49	46
Benevento	5	5	5	Benevento	48	45
Campania	101	107	101	Campania	51	48
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Avellino	6,5%	-5,3%	Avellino	-5,7%
Caserta	5,8%	-5,5%	Salerno	-6,0%
Salerno	6,4%	-5,7%	Napoli	-6,4%
Benevento	6,1%	-5,7%	Benevento	-6,5%
Napoli	6,1%	-5,7%	Caserta	-7,0%
Campania	6,1%	-5,6%	Campania	-6,4%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

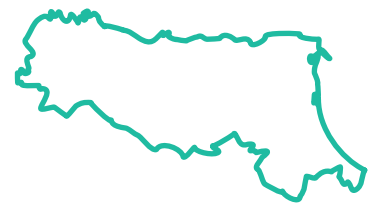
Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Benevento	2	15.800	2	6.500	4	22.300	7,8
Caserta	4	29.266	6	17.400	10	46.666	5,4
Napoli	7	70.028	5	13.685	12	83.713	2,7
Avellino			4	11.510	4	11.510	2,6
Salerno	1	8.140	5	15.850	6	23.990	2,2
Campania	14	123.234	22	64.945	36	188.179	3,3
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.

Emilia Romagna



Il recupero sperimentato dall'economia emiliano-romagnola, dopo la fase recessiva del 2009, è stato più veloce della media nazionale ma inferiore a quello di molte regioni dell'area settentrionale. Nonostante la contrazione di reddito per abitante che nel 2009 ha interessato la regione con maggiore intensità rispetto alla media nazionale, l'Emilia Romagna continua a detenere uno dei più alti livelli di reddito pro capite, che si attesta nel 2010 a 21.051 Euro per abitante, ancora sotto ai livelli del 2008. Bologna è la provincia con il livello di reddito più elevato (22.439 Euro), seguita da Modena (21.410 Euro); si pongono su livelli di reddito pro capite elevati anche le altre province emiliano-romagnole, con un valore medio che non scende sotto i 19.707 Euro di Reggio Emilia. Nonostante la lieve flessione che ha caratterizzato anche nel 2010 il segmento dei beni durevoli, la spesa media che le famiglie emiliano-romagnole destinano al comparto degli articoli durevoli continua a posizionarsi tra le più elevate, pari a 2.846 Euro per nucleo, superiore di 327 Euro alla spesa media delle famiglie italiane. La penalizzazione maggiore viene dal comparto

della mobilità, che subisce un calo del 5.6% per l'acquisto di auto nuove (-7.3% quello medio nazionale), con cadute più forti a Piacenza (-13.3%) e Parma (-9.7%), più contenute a Reggio Emilia (-0.2%) e Modena (-1.6%). È, invece, in recupero il comparto dell'usato (+2.2%), che segna i maggiori aumenti a Ferrara (+6.7%) e Modena (+5.6%), mentre cala a Rimini (-6.0%) e Piacenza (-0.8%). La spesa per le due ruote, in un contesto di forte declino in tutte le regioni, si è ridotta meno in Emilia Romagna (-11.6% a fronte del -19.0% in media nazionale), con le province romagnole a subire il maggiore contraccolpo. Le spese di articoli durevoli per la casa registrano uno dei recuperi più vigorosi a livello nazionale, sostenute da tutti i comparti, specialmente dalla forte crescita delle spese per l'acquisto di elettrodomestici bruni (+36.1%), stimolate dallo switch off della televisione analogica che, soprattutto nelle regioni più ricche, incentiva il rinnovo delle apparecchiature video.

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)			
Province	2008	2009	2010
Bologna	23.335	22.376	22.439
Modena	22.471	21.434	21.410
Rimini	21.966	21.250	21.376
Forlì	22.020	21.035	21.050
Parma	21.934	20.899	20.852
Piacenza	21.389	20.466	20.506
Ravenna	21.561	20.387	20.261
Ferrara	20.172	19.562	19.778
Reggio E.	21.542	20.042	19.707
Emilia R.	22.083	21.066	21.051
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)		
Province	2009	2010
Ferrara	-3,0%	1,1%
Rimini	-3,3%	0,6%
Bologna	-4,1%	0,3%
Piacenza	-4,3%	0,2%
Forlì	-4,5%	0,1%
Modena	-4,6%	-0,1%
Parma	-4,7%	-0,2%
Ravenna	-5,4%	-0,6%
Reggio E.	-7,0%	-1,7%
Emilia R.	-4,6%	-0,1%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Emilia Romagna								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	2.134	2.062	-3,4%	1.947	-5,6%	37,2	34,8	-2,1
Auto usate	1.254	1.198	-4,5%	1.224	2,2%	21,6	21,9	0,5
Motoveicoli	205	188	-8,6%	166	-11,6%	3,4	3,0	-0,4
Eletr. bianchi e piccoli	391	368	-5,8%	383	3,9%	6,6	6,8	0,3
Eletr. bruni	293	284	-3,2%	386	36,1%	5,1	6,9	1,8
Mobili	1.417	1.287	-9,2%	1.322	2,7%	23,2	23,6	0,6
Informatica famiglie	147	158	7,1%	164	3,7%	2,8	2,9	0,1
Durevoli	5.841	5.544	-5,1%	5.592	0,9%	100,0	100,0	0,9

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bologna	41.780	41.324	38.056	Bologna	555.155	554.216
Modena	27.346	25.791	23.977	Modena	412.909	413.639
Reggio E.	22.897	21.651	21.792	Reggio E.	266.602	266.733
Parma	17.714	18.246	16.125	Parma	240.449	240.382
Ravenna	15.839	16.535	13.867	Ravenna	212.554	213.750
Forlì	14.271	15.496	13.343	Forlì	209.426	209.713
Ferrara	13.152	13.927	12.013	Ferrara	187.097	187.477
Rimini	11.657	12.228	10.591	Rimini	167.734	167.304
Piacenza	10.203	11.001	9.225	Piacenza	155.865	156.221
Emilia R.	174.859	176.199	158.989	Emilia R.	2.407.791	2.409.435
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Reggio E.	-5,4%	0,7%	Ravenna	0,6%
Modena	-5,7%	-7,0%	Piacenza	0,2%
Bologna	-1,1%	-7,9%	Ferrara	0,2%
Parma	3,0%	-11,6%	Modena	0,2%
Rimini	4,9%	-13,4%	Forlì	0,1%
Ferrara	5,9%	-13,7%	Reggio E.	0,0%
Forlì	8,6%	-13,9%	Parma	0,0%
Ravenna	4,4%	-16,1%	Bologna	-0,2%
Piacenza	7,8%	-16,1%	Rimini	-0,3%
Emilia R.	0,8%	-9,8%	Emilia R.	0,1%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic


Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bologna	32.829	35.311	31.273	Bologna	501	477	466	Forlì	1.153	1.036
Modena	22.029	22.369	20.009	Modena	336	302	297	Reggio E.	1.038	1.023
Reggio E.	16.869	17.069	15.472	Reggio E.	256	229	229	Rimini	1.119	1.014
Parma	14.167	15.930	13.028	Parma	218	217	196	Ravenna	1.128	1.013
Ravenna	12.468	14.399	11.969	Ravenna	191	196	178	Modena	1.029	1.000
Forlì	12.002	13.999	11.683	Forlì	184	190	174	Bologna	1.020	983
Ferrara	11.400	12.726	10.631	Ferrara	172	170	156	Parma	1.093	976
Rimini	9.461	10.867	9.137	Rimini	143	146	134	Ferrara	1.049	959
Piacenza	8.442	9.817	7.743	Piacenza	131	135	117	Piacenza	1.050	901
Emilia R.	139.667	152.487	130.945	Emilia R.	2.134	2.062	1.947	Emilia R.	1.063	991
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Reggio E.	1,2%	-9,4%	Reggio E.	-10,5%	-0,2%	Reggio E.	-1,5%
Modena	1,5%	-10,6%	Modena	-10,1%	-1,6%	Modena	-2,8%
Bologna	7,6%	-11,4%	Bologna	-4,8%	-2,3%	Bologna	-3,7%
Rimini	14,9%	-15,9%	Rimini	1,7%	-8,0%	Ferrara	-8,6%
Ferrara	11,6%	-16,5%	Ferrara	-1,2%	-8,0%	Rimini	-9,4%
Forlì	16,6%	-16,5%	Forlì	3,2%	-8,6%	Ravenna	-10,2%
Ravenna	15,5%	-16,9%	Ravenna	2,2%	-8,9%	Forlì	-10,2%
Parma	12,4%	-18,2%	Parma	-0,5%	-9,7%	Parma	-10,6%
Piacenza	16,3%	-21,1%	Piacenza	2,9%	-13,3%	Piacenza	-14,2%
Emilia R.	9,2%	-14,1%	Emilia R.	-3,4%	-5,6%	Emilia R.	-6,7%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bologna	8.951	6.013	6.783	Reggio E.	-24,0%	37,9%
Reggio E.	6.028	4.582	6.320	Parma	-34,7%	33,7%
Modena	5.317	3.422	3.968	Piacenza	-32,8%	25,2%
Parma	3.547	2.316	3.097	Modena	-35,6%	16,0%
Ravenna	3.371	2.136	1.898	Ferrara	-31,4%	15,1%
Forlì	2.269	1.497	1.660	Bologna	-32,8%	12,8%
Piacenza	1.761	1.184	1.482	Forlì	-34,0%	10,9%
Rimini	2.196	1.361	1.454	Rimini	-38,0%	6,8%
Ferrara	1.752	1.201	1.382	Ravenna	-36,6%	-11,1%
Emilia R.	35.192	23.712	28.044	Emilia R.	-32,6%	18,3%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mIn Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bologna	34.290	33.460	33.351	Bologna	264	259	262	Modena	683	713
Modena	28.922	26.830	28.021	Modena	215	201	212	Piacenza	677	665
Reggio E.	21.701	19.738	20.735	Reggio E.	154	136	141	Parma	644	657
Parma	17.757	17.484	17.923	Parma	130	128	132	Ravenna	638	634
Ravenna	16.345	15.501	15.541	Ravenna	117	111	112	Reggio E.	617	632
Forlì	14.814	14.089	14.315	Forlì	108	103	106	Forlì	626	631
Ferrara	13.645	12.883	13.284	Ferrara	90	88	94	Rimini	651	602
Piacenza	12.359	12.053	11.844	Piacenza	89	87	86	Ferrara	544	576
Rimini	12.146	11.649	10.817	Rimini	88	85	80	Bologna	554	551
Emilia R.	171.979	163.687	165.831	Emilia R.	1.254	1.198	1.224	Emilia R.	617	623
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero auto usate (famiglie)			Variazione consumi complessivi auto usate (famiglie)			Variazione spesa per famiglia auto usate (famiglie)	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Reggio E.	-9,0%	5,1%	Ferrara	-1,6%	6,7%	Ferrara	5,9%
Modena	-7,2%	4,4%	Modena	-6,5%	5,6%	Modena	4,3%
Ferrara	-5,6%	3,1%	Reggio E.	-11,4%	3,7%	Reggio E.	2,4%
Parma	-1,5%	2,5%	Parma	-1,5%	3,2%	Parma	2,1%
Forlì	-4,9%	1,6%	Forlì	-4,7%	2,5%	Forlì	0,7%
Ravenna	-5,2%	0,3%	Ravenna	-5,8%	0,9%	Ravenna	-0,5%
Bologna	-2,4%	-0,3%	Bologna	-1,8%	0,8%	Bologna	-0,5%
Piacenza	-2,5%	-1,7%	Piacenza	-2,1%	-0,8%	Piacenza	-1,7%
Rimini	-4,1%	-7,1%	Rimini	-3,3%	-6,0%	Rimini	-7,5%
Emilia R.	-4,8%	1,3%	Emilia R.	-4,5%	2,2%	Emilia R.	0,9%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bologna	9.799	9.135	7.622	Bologna	148.862	144.911
Rimini	5.030	5.434	4.190	Modena	106.501	103.729
Modena	4.439	3.752	3.178	Parma	93.784	94.284
Parma	3.779	3.565	2.993	Rimini	81.107	81.639
Forlì	3.551	3.667	2.871	Ravenna	74.319	73.211
Ravenna	3.519	3.416	2.817	Reggio E.	67.660	66.141
Reggio E.	3.747	3.113	2.675	Forlì	63.529	62.913
Ferrara	2.644	2.426	2.062	Ferrara	63.750	62.097
Piacenza	2.306	2.107	1.789	Piacenza	48.932	48.206
Emilia R.	38.814	36.615	30.197	Emilia R.	748.444	737.131
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Reggio E.	-16,9%	-14,1%	Rimini	0,7%
Ferrara	-8,2%	-15,0%	Parma	0,5%
Piacenza	-8,6%	-15,1%	Forlì	-1,0%
Modena	-15,5%	-15,3%	Piacenza	-1,5%
Parma	-5,7%	-16,0%	Ravenna	-1,5%
Bologna	-6,8%	-16,6%	Reggio E.	-2,2%
Ravenna	-2,9%	-17,5%	Ferrara	-2,6%
Forlì	3,3%	-21,7%	Modena	-2,6%
Rimini	8,0%	-22,9%	Bologna	-2,7%
Emilia R.	-5,7%	-17,5%	Emilia R.	-1,5%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bologna	51	46	43	Rimini	208	166
Rimini	26	27	22	Forlì	114	93
Parma	20	19	17	Ravenna	105	92
Modena	23	19	17	Bologna	99	90
Ravenna	20	18	16	Parma	94	84
Forlì	19	19	16	Piacenza	84	75
Reggio E.	21	17	15	Reggio E.	75	69
Ferrara	14	12	11	Ferrara	75	66
Piacenza	12	11	10	Modena	64	56
Emilia R.	205	188	166	Emilia R.	97	84
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Reggio E.	-19,8%	-7,4%	Reggio E.	-8,5%
Bologna	-9,5%	-8,4%	Bologna	-9,7%
Parma	-8,0%	-9,3%	Parma	-10,2%
Piacenza	-10,3%	-10,5%	Piacenza	-11,4%
Ravenna	-6,8%	-10,8%	Modena	-12,1%
Modena	-17,7%	-11,0%	Ravenna	-12,1%
Ferrara	-10,3%	-11,6%	Ferrara	-12,2%
Forlì	0,7%	-16,8%	Forlì	-18,2%
Rimini	2,9%	-19,0%	Rimini	-20,2%
Emilia R.	-8,6%	-11,6%	Emilia R.	-12,7%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bologna	88	83	87	Rimini	199	207
Modena	62	58	61	Forlì	200	205
Reggio E.	47	43	44	Modena	199	204
Parma	39	37	38	Reggio E.	196	198
Forlì	35	33	34	Ferrara	191	198
Ravenna	35	33	34	Piacenza	190	195
Ferrara	32	31	32	Ravenna	188	191
Rimini	27	26	27	Parma	185	190
Piacenza	26	24	25	Bologna	178	183
Emilia R.	391	368	383	Emilia R.	190	195
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi elettrodomestici bianchi e piccoli			Variazione spesa per famiglia elettr. bianchi e piccoli	
Province	2009	2010		2010
Rimini	-5,0%	5,4%	Rimini	3,8%
Forlì	-5,8%	4,3%	Ferrara	3,5%
Ferrara	-4,6%	4,3%	Piacenza	2,8%
Bologna	-5,4%	4,1%	Modena	2,7%
Modena	-6,0%	4,0%	Bologna	2,7%
Piacenza	-5,5%	3,8%	Parma	2,6%
Parma	-5,8%	3,7%	Forlì	2,5%
Ravenna	-6,1%	3,1%	Ravenna	1,7%
Reggio E.	-7,7%	2,4%	Reggio E.	1,1%
Emilia R.	-5,8%	3,9%	Emilia R.	2,6%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bologna	66	64	87	Rimini	153	211
Modena	46	45	61	Forlì	154	208
Reggio E.	35	33	45	Modena	153	205
Parma	29	28	39	Ferrara	147	200
Forlì	26	25	35	Reggio E.	151	200
Ravenna	26	25	34	Piacenza	146	199
Ferrara	24	24	33	Ravenna	144	193
Rimini	20	20	28	Parma	142	192
Piacenza	19	19	26	Bologna	137	183
Emilia R.	293	284	386	Emilia R.	146	197
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Rimini	-2,4%	39,5%	Rimini	37,4%
Piacenza	-3,0%	37,9%	Ferrara	36,6%
Ferrara	-2,1%	37,6%	Piacenza	36,5%
Forlì	-2,9%	37,1%	Parma	34,9%
Parma	-3,2%	36,3%	Forlì	34,7%
Ravenna	-3,5%	36,0%	Ravenna	34,1%
Modena	-3,3%	35,5%	Modena	33,8%
Bologna	-2,8%	35,2%	Bologna	33,3%
Reggio E.	-4,8%	34,1%	Reggio E.	32,5%
Emilia R.	-3,2%	36,1%	Emilia R.	34,4%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bologna	320	289	294	Rimini	730	751
Modena	225	205	211	Ravenna	704	721
Reggio E.	161	145	149	Modena	698	710
Parma	140	125	127	Forlì	688	692
Ravenna	134	122	127	Piacenza	668	680
Forlì	125	113	116	Ferrara	658	675
Ferrara	116	106	110	Reggio E.	659	668
Rimini	102	95	99	Parma	629	633
Piacenza	94	86	88	Bologna	617	620
Emilia R.	1.417	1.287	1.322	Emilia R.	663	673
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010	
Rimini	-6,8%	4,4%	Rimini	2,8%
Ravenna	-8,6%	3,9%	Ferrara	2,6%
Ferrara	-8,5%	3,3%	Ravenna	2,4%
Modena	-8,8%	3,0%	Piacenza	1,8%
Piacenza	-8,8%	2,8%	Modena	1,7%
Reggio E.	-9,8%	2,7%	Reggio E.	1,4%
Forlì	-9,3%	2,3%	Parma	0,6%
Bologna	-9,7%	1,9%	Bologna	0,5%
Parma	-10,7%	1,7%	Forlì	0,5%
Emilia R.	-9,2%	2,7%	Emilia R.	1,4%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bologna	33	36	37	Rimini	85	89
Modena	23	25	26	Forlì	86	88
Reggio E.	18	19	19	Modena	85	87
Parma	15	16	16	Reggio E.	84	85
Forlì	13	14	15	Ferrara	82	84
Ravenna	13	14	14	Piacenza	81	84
Ferrara	12	13	14	Ravenna	80	82
Rimini	10	11	12	Parma	79	81
Piacenza	10	10	11	Bologna	76	78
Emilia R.	147	158	164	Emilia R.	81	83
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi informatica			Variazione spesa per famiglia informatica	
Province	2009	2010		2010
Rimini	8,0%	5,2%	Rimini	3,6%
Ferrara	8,3%	4,2%	Ferrara	3,4%
Bologna	7,5%	3,9%	Piacenza	2,7%
Forlì	7,4%	3,9%	Modena	2,5%
Modena	6,9%	3,8%	Bologna	2,5%
Piacenza	7,3%	3,7%	Parma	2,5%
Parma	7,0%	3,6%	Forlì	2,1%
Ravenna	6,7%	3,0%	Ravenna	1,6%
Reggio E.	5,2%	2,2%	Reggio E.	0,9%
Emilia R.	7,1%	3,7%	Emilia R.	2,4%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

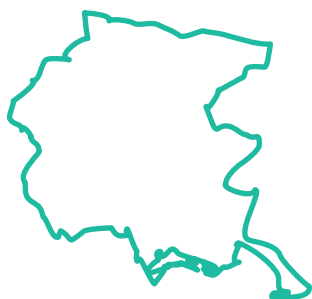
Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Ferrara	5	38.350	6	15.256	11	53.606	15,4
Piacenza	3	27.900			3	27.900	10,3
Modena	6	45.820	4	11.994	10	57.814	8,9
Bologna	6	51.500	11	30.650	17	82.150	8,8
Forlì - Cesena	1	13.300	6	17.044	7	30.344	8,3
Ravenna	2	15.400	1	4.200	3	19.600	5,5
Reggio Nell'emilia	1	6.500	4	13.900	5	20.400	4,3
Parma			5	16.814	5	16.814	4,2
Rimini	1	10.500			1	10.500	3,7
Emilia Romagna	25	209.270	37	109.858	62	319.128	7,8
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.



Friuli Venezia Giulia

Nel 2010 la crescita dell'economia friulana è stata superiore a quella media nazionale, benché caratterizzata da un profilo di recupero meno intenso di altre regioni nord-orientali. Il reddito pro capite regionale si attesta a 20.616 Euro, livello decisamente superiore sia a quello medio nazionale (17.571 Euro nel 2010), sia a quello nord-orientale (20.220 Euro). Non è omogenea la distribuzione del reddito in regione: la provincia di Trieste, con un reddito per abitante di 22.481 Euro, stacca le altre province e mostra un divario massimo con Gorizia, dove il reddito pro capite si attesta a 19.476 Euro. Nel 2010 continua a ridursi la spesa per beni durevoli in regione (-1.4%), dopo la contrazione che aveva caratterizzato già l'anno precedente. La riduzione della spesa si è concentrata nel settore automobilistico, comparto nel quale la regione ha accusato il più elevato calo di spesa

rispetto all'intera area centro-settentrionale (-11.0%). Tale flessione segue la perdita del 2009 (-1.8%), anno nel quale sul contenimento della spesa incidono i benefici fiscali concessi che abbassavano il prezzo finale di acquisto delle autovetture nuove. È Gorizia la provincia settentrionale più penalizzata dal calo di immatricolazioni nel 2010, scese del 21.6%, dato che determina un calo della spesa del 13.2%. Alle spese di articoli durevoli per la casa le famiglie friulane hanno destinato mediamente 1.097 Euro, ammontare in aumento del 6.4% rispetto ai 1.030 Euro spesi nel 2009. Le migliori performance sono state registrate dal comparto degli elettrodomestici bruni (38.5% la spesa complessiva a fronte del 5.8% medio nazionale), sostenute anche dal passaggio al digitale terrestre avvenuto nella seconda parte del 2010, e dall'aumento di spesa in tecnologie informatiche, in crescita del 4.1% (0.8% a livello nazionale).

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)

Province	2008	2009	2010
Trieste	22.570	22.041	22.481
Udine	21.276	20.355	20.512
Pordenone	20.493	19.739	19.909
Gorizia	19.654	19.121	19.476
Friuli V.G.	21.138	20.379	20.616
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variatione del reddito disponibile pro capite (residenti)

Province	2009	2010
Trieste	-2,3%	2,0%
Gorizia	-2,7%	1,9%
Pordenone	-3,7%	0,9%
Udine	-4,3%	0,8%
Friuli V.G.	-3,6%	1,2%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Friuli Venezia Giulia								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	528	519	-1,8%	462	-11,0%	34,9	31,5	-3,8
Auto usate	354	348	-1,4%	353	1,3%	23,4	24,0	0,3
Motoveicoli	49	49	0,4%	38	-21,9%	3,3	2,6	-0,7
Elettr. bianchi e piccoli	101	96	-5,4%	100	4,1%	6,4	6,8	0,3
Elettr. bruni	76	74	-3,0%	102	38,5%	4,9	6,9	1,9
Mobili	401	362	-9,8%	370	2,2%	24,3	25,2	0,5
Informatica famiglie	38	41	7,3%	43	4,1%	2,8	2,9	0,1
Durevoli	1.547	1.489	-3,8%	1.467	-1,4%	100,0	100,0	-1,4

Fonte: Prometeia - Findomestic


Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Udine	18.418	19.230	16.792	Udine	344.454	345.269
Pordenone	11.573	11.232	9.982	Pordenone	163.445	163.572
Trieste	7.439	7.780	6.467	Trieste	136.248	136.724
Gorizia	5.444	6.163	4.294	Gorizia	83.405	83.494
Friuli V.G.	42.874	44.405	37.535	Friuli V.G.	727.552	729.059
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Pordenone	-2,9%	-11,1%	Trieste	0,3%
Udine	4,4%	-12,7%	Udine	0,2%
Trieste	4,6%	-16,9%	Gorizia	0,1%
Gorizia	13,2%	-30,3%	Pordenone	0,1%
Friuli V.G.	3,6%	-15,5%	Friuli V.G.	0,2%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Udine	14.673	16.499	13.105	Udine	229	228	200	Pordenone	1.030	934
Pordenone	8.738	9.607	7.982	Pordenone	137	133	122	Udine	953	828
Trieste	6.319	6.946	5.659	Trieste	100	97	87	Gorizia	926	796
Gorizia	3.985	4.367	3.423	Gorizia	62	61	53	Trieste	799	718
Friuli V.G.	33.715	37.419	30.169	Friuli V.G.	528	519	462	Friuli V.G.	934	825
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Pordenone	9,9%	-16,9%	Pordenone	-2,7%	-8,4%	Pordenone	-9,3%
Trieste	9,9%	-18,5%	Trieste	-2,7%	-9,9%	Trieste	-10,2%
Udine	12,4%	-20,6%	Udine	-0,5%	-12,3%	Udine	-13,1%
Gorizia	9,6%	-21,6%	Gorizia	-3,0%	-13,2%	Gorizia	-14,0%
Friuli V.G.	11,0%	-19,4%	Friuli V.G.	-1,8%	-11,0%	Friuli V.G.	-11,7%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Udine	3.745	2.731	3.687	Udine	-27,1%	35,0%
Pordenone	2.835	1.625	2.000	Pordenone	-42,7%	23,1%
Gorizia	1.459	1.796	871	Trieste	-25,5%	-3,1%
Trieste	1.120	834	808	Gorizia	23,1%	-51,5%
Friuli V.G.	9.159	6.986	7.366	Friuli V.G.	-23,7%	5,4%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Udine	24.355	23.669	23.469	Udine	166	163	163	Udine	682	677
Pordenone	13.141	12.373	12.550	Pordenone	87	82	83	Pordenone	633	634
Trieste	8.575	8.612	8.615	Trieste	62	66	68	Gorizia	569	576
Gorizia	6.080	5.660	5.653	Gorizia	38	37	38	Trieste	545	563
Friuli V.G.	52.151	50.314	50.287	Friuli V.G.	354	348	353	Friuli V.G.	627	630
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Pordenone	-5,8%	1,4%	Trieste	6,0%	3,7%	Trieste	3,3%
Trieste	0,4%	0,0%	Gorizia	-3,0%	2,2%	Gorizia	1,3%
Gorizia	-6,9%	-0,1%	Pordenone	-5,7%	1,1%	Pordenone	0,2%
Udine	-2,8%	-0,8%	Udine	-1,6%	0,1%	Udine	-0,8%
Friuli V.G.	-3,5%	-0,1%	Friuli V.G.	-1,4%	1,3%	Friuli V.G.	0,5%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Trieste	4.096	4.722	3.181	Trieste	71.396	70.576
Udine	3.133	3.000	2.373	Udine	67.723	66.321
Pordenone	1.934	1.676	1.448	Pordenone	38.082	36.697
Gorizia	1.478	1.389	1.169	Gorizia	32.132	32.940
Friuli V.G.	10.641	10.787	8.171	Friuli V.G.	209.333	206.534
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Pordenone	-13,3%	-13,6%	Gorizia	2,5%
Gorizia	-6,0%	-15,8%	Trieste	-1,1%
Udine	-4,2%	-20,9%	Udine	-2,1%
Trieste	15,3%	-32,6%	Pordenone	-3,6%
Friuli V.G.	1,4%	-24,3%	Friuli V.G.	-1,3%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Trieste	18	21	14	Trieste	170	119
Udine	15	15	12	Gorizia	90	77
Pordenone	9	8	7	Pordenone	62	52
Gorizia	6	6	5	Udine	61	49
Friuli V.G.	49	49	38	Friuli V.G.	88	68
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Gorizia	-9,6%	-12,8%	Gorizia	-13,6%
Pordenone	-11,4%	-14,8%	Pordenone	-15,6%
Udine	-2,7%	-18,4%	Udine	-19,2%
Trieste	12,5%	-29,7%	Trieste	-30,0%
Friuli V.G.	0,4%	-21,9%	Friuli V.G.	-22,5%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Udine	44	42	43	Pordenone	186	193
Pordenone	26	24	25	Udine	175	179
Trieste	20	19	20	Gorizia	170	177
Gorizia	12	11	12	Trieste	155	161
Friuli V.G.	101	96	100	Friuli V.G.	172	178
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Pordenone	-6,0%	4,7%	Trieste	3,9%
Gorizia	-4,9%	4,6%	Pordenone	3,8%
Trieste	-4,0%	4,3%	Gorizia	3,7%
Udine	-5,8%	3,4%	Udine	2,5%
Friuli V.G.	-5,4%	4,1%	Friuli V.G.	3,2%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Udine	33	32	44	Pordenone	143	197
Pordenone	19	19	26	Gorizia	131	187
Trieste	15	14	20	Udine	134	181
Gorizia	9	9	12	Trieste	119	165
Friuli V.G.	76	74	102	Friuli V.G.	132	182
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Gorizia	-2,6%	44,2%	Gorizia	42,9%
Trieste	-1,6%	39,9%	Trieste	39,3%
Pordenone	-3,4%	39,1%	Pordenone	37,8%
Udine	-3,5%	35,9%	Udine	34,7%
Friuli V.G.	-3,0%	38,5%	Friuli V.G.	37,4%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Udine	176	158	162	Pordenone	694	699
Pordenone	101	90	91	Udine	662	670
Trieste	78	72	74	Gorizia	637	644
Gorizia	46	42	42	Trieste	594	610
Friuli V.G.	401	362	370	Friuli V.G.	652	661
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Trieste	-7,3%	3,1%	Trieste	2,7%
Udine	-10,1%	2,2%	Udine	1,2%
Gorizia	-9,4%	2,0%	Gorizia	1,1%
Pordenone	-11,3%	1,6%	Pordenone	0,7%
Friuli V.G.	-9,8%	2,2%	Friuli V.G.	1,4%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia

Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Udine	17	18	19	Pordenone	80	82
Pordenone	10	10	11	Udine	75	77
Trieste	7	8	8	Gorizia	73	76
Gorizia	4	5	5	Trieste	66	69
Friuli V.G.	38	41	43	Friuli V.G.	74	76
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi		Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010
Gorizia	7,7%	4,7%	3,8%
Pordenone	6,7%	4,6%	3,7%
Trieste	8,9%	4,2%	3,7%
Udine	6,7%	3,6%	2,6%
Friuli V.G.	7,3%	4,1%	3,3%
Totale Italia	5,9%	0,8%	-0,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Gorizia	3	16.200	3	10.040	6	26.240	18,8
Udine	3	25.600	10	31.100	13	56.700	10,8
Trieste	1	6.400	1	4.300	2	10.700	4,5
Pordenone			3	9.708	3	9.708	3,3
Friuli Venezia Giulia	7	48.200	17	55.148	24	103.348	8,6
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.

Lazio



Nel quadro di ripresa moderata che ha caratterizzato l'economia italiana nel 2010, il Lazio ha seguito un percorso di sviluppo poco più rallentato della media italiana e dell'area centrale. È aumentato anche il reddito pro capite regionale espresso a valori correnti, salito a 18.931 Euro, recuperando parzialmente la perdita del 2009. Tale livello, abbastanza in linea con la media dell'area centrale (19.022 Euro), posiziona la regione sopra la media italiana (17.571 Euro). Emergono dal dettaglio provinciale disparità rilevanti all'interno della regione, con la provincia di Roma che primeggia con un reddito medio per abitante di 20.047 Euro rispetto ai 15.307 di Frosinone, che si colloca in ultima posizione. La spesa per articoli durevoli è calata nel Lazio del 3.9%, ad un ritmo superiore a quello medio nazionale, data la più intensa penalizzazione subita dal comparto della mobilità (-8.6% le spese per gli acquisti di auto nuove, -0.8% le spese per le auto usate e -17.9% le spese per

motoveicoli) e la minore vivacità della spesa nei beni per la casa. Le vendite di elettrodomestici bianchi e piccoli sono aumentate del 4.3% (+4.7% nella media nazionale), mentre registrano un profilo più contenuto - ma superiore a quello medio - le spese per i mobili e l'informatica (+3.0% e +1.2% rispettivamente). Tra le spese per la casa subisce una forte battuta d'arresto la spesa per elettrodomestici bruni (-15.1%), dopo il forte ampliamento del 2009, anno nel quale si era verificato anche il rinnovo del comparto video per il passaggio al digitale terrestre. Roma detiene saldamente il primato della spesa media familiare per beni durevoli rispetto alle altre province della regione (2.699 Euro), ma è tra le province in cui la crisi ha determinato una maggiore ponderazione degli acquisti, con una riduzione della spesa media per famiglia del 5.5%.

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)			
Province	2008	2009	2010
Roma	20.589	20.048	20.047
Viterbo	17.209	16.922	17.062
Latina	16.037	15.701	15.803
Rieti	15.311	15.246	15.547
Frosinone	15.229	15.087	15.307
Lazio	19.336	18.882	18.931
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)		
Province	2009	2010
Rieti	-0,4%	2,0%
Frosinone	-0,9%	1,5%
Viterbo	-1,7%	0,8%
Latina	-2,1%	0,6%
Roma	-2,6%	0,0%
Lazio	-2,3%	0,3%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Lazio								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	2.063	2.163	4,8%	1.977	-8,6%	33,4	31,8	-2,9
Auto usate	1.811	1.736	-4,1%	1.722	-0,8%	26,8	27,7	-0,2
Motoveicoli	293	261	-11,1%	214	-17,9%	4,0	3,4	-0,7
Elettrodomestici bianchi e piccoli	323	324	0,3%	338	4,3%	5,0	5,4	0,2
Elettrodomestici bruni	351	412	17,3%	349	-15,1%	6,4	5,6	-1,0
Mobili	1.578	1.443	-8,6%	1.486	3,0%	22,3	23,9	0,7
Informatica famiglie	122	135	10,6%	136	1,2%	2,1	2,2	0,0
Durevoli	6.540	6.472	-1,0%	6.223	-3,9%	100,0	100,0	-3,9

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Roma	340.219	276.441	272.875	Roma	2.780.712	2.773.996
Latina	13.967	15.513	13.574	Latina	250.113	251.914
Frosinone	11.927	13.440	11.651	Frosinone	235.354	235.810
Viterbo	9.289	10.041	8.762	Viterbo	156.159	157.114
Rieti	4.424	4.592	3.947	Rieti	67.387	67.738
Lazio	379.826	320.027	310.809	Lazio	3.489.725	3.486.572
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010	2010	
Roma	-18,7%	-1,3%	Latina	0,7%
Latina	11,1%	-12,5%	Viterbo	0,6%
Viterbo	8,1%	-12,7%	Rieti	0,5%
Frosinone	12,7%	-13,3%	Frosinone	0,2%
Rieti	3,8%	-14,0%	Roma	-0,2%
Lazio	-15,7%	-2,9%	Lazio	-0,1%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Roma	101.541	120.567	100.105	Roma	1.550	1.628	1.489	Roma	962	867
Latina	12.153	14.241	11.967	Latina	184	191	176	Viterbo	912	829
Frosinone	9.850	11.932	9.657	Frosinone	150	161	142	Rieti	838	775
Viterbo	7.977	9.180	7.714	Viterbo	122	124	115	Latina	859	774
Rieti	3.762	4.381	3.731	Rieti	56	58	54	Frosinone	813	706
Lazio	135.283	160.301	133.174	Lazio	2.063	2.163	1.977	Lazio	933	839
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Rieti	16,5%	-14,8%	Rieti	3,0%	-6,6%	Rieti	-7,5%
Latina	17,2%	-16,0%	Viterbo	1,8%	-7,6%	Viterbo	-9,1%
Viterbo	15,1%	-16,0%	Latina	3,7%	-7,7%	Roma	-9,9%
Roma	18,7%	-17,0%	Roma	5,1%	-8,5%	Latina	-10,0%
Frosinone	21,1%	-19,1%	Frosinone	7,2%	-11,8%	Frosinone	-13,2%
Lazio	18,5%	-16,9%	Lazio	4,8%	-8,6%	Lazio	-10,0%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Roma	238.678	155.874	172.770	Frosinone	-27,4%	32,2%
Frosinone	2.077	1.508	1.994	Latina	-29,9%	26,3%
Latina	1.814	1.272	1.607	Viterbo	-34,4%	21,7%
Viterbo	1.312	861	1.048	Roma	-34,7%	10,8%
Rieti	662	211	216	Rieti	-68,1%	2,4%
Lazio	244.543	159.726	177.635	Lazio	-34,7%	11,2%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Roma	209.423	199.224	195.487	Roma	1.388	1.316	1.299	Roma	777	756
Latina	30.285	28.117	27.243	Latina	155	148	148	Viterbo	728	718
Frosinone	26.125	24.737	24.012	Frosinone	127	128	131	Rieti	640	650
Viterbo	17.698	17.385	16.987	Viterbo	98	99	100	Latina	668	649
Rieti	8.976	8.711	8.561	Rieti	43	44	45	Frosinone	648	648
Lazio	292.507	278.174	272.290	Lazio	1.811	1.736	1.722	Lazio	749	731
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Rieti	-3,0%	-1,7%	Rieti	2,6%	2,6%	Rieti	1,5%
Roma	-4,9%	-1,9%	Frosinone	0,7%	1,7%	Frosinone	0,1%
Viterbo	-1,8%	-2,3%	Viterbo	1,3%	0,3%	Viterbo	-1,3%
Frosinone	-5,3%	-2,9%	Latina	-4,2%	-0,3%	Roma	-2,7%
Latina	-7,2%	-3,1%	Roma	-5,2%	-1,3%	Latina	-2,7%
Lazio	-4,9%	-2,1%	Lazio	-4,1%	-0,8%	Lazio	-2,3%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Roma	45.277	40.818	32.977	Roma	680.782	669.796
Latina	4.841	4.924	3.691	Latina	66.493	66.853
Viterbo	2.519	2.446	1.976	Viterbo	53.491	51.721
Frosinone	2.795	2.395	1.833	Frosinone	50.465	49.502
Rieti	1.336	1.198	976	Rieti	28.040	28.095
Lazio	56.768	51.781	41.453	Lazio	879.271	865.967
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Rieti	-10,3%	-18,5%	Latina	0,5%
Roma	-9,8%	-19,2%	Rieti	0,2%
Viterbo	-2,9%	-19,2%	Roma	-1,6%
Frosinone	-14,3%	-23,5%	Frosinone	-1,9%
Latina	1,7%	-25,0%	Viterbo	-3,3%
Lazio	-8,8%	-19,9%	Lazio	-1,5%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Roma	238	209	173	Roma	123	101
Latina	23	23	18	Latina	104	78
Viterbo	13	12	10	Viterbo	90	75
Frosinone	14	11	9	Rieti	78	63
Rieti	6	5	4	Frosinone	57	43
Lazio	293	261	214	Lazio	112	91
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Viterbo	-2,4%	-15,4%	Viterbo	-16,7%
Roma	-12,4%	-17,1%	Roma	-18,4%
Rieti	-10,1%	-18,2%	Rieti	-19,0%
Frosinone	-16,4%	-23,3%	Frosinone	-24,5%
Latina	0,5%	-23,8%	Latina	-25,6%
Lazio	-11,1%	-17,9%	Lazio	-19,2%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Roma	236	237	246	Frosinone	145	150
Latina	31	31	33	Latina	141	144
Frosinone	29	29	30	Roma	140	143
Viterbo	18	18	19	Rieti	133	140
Rieti	9	9	10	Viterbo	133	138
Lazio	323	324	338	Lazio	140	143
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Rieti	0,7%	6,0%	Rieti	4,9%
Frosinone	0,1%	5,4%	Frosinone	3,7%
Latina	-0,4%	5,3%	Viterbo	3,5%
Viterbo	-0,1%	5,2%	Latina	2,7%
Roma	0,5%	3,9%	Roma	2,4%
Lazio	0,3%	4,3%	Lazio	2,7%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Roma	256	300	254	Frosinone	185	155
Latina	34	40	34	Latina	180	150
Frosinone	31	37	31	Roma	177	148
Viterbo	20	23	20	Rieti	169	144
Rieti	10	12	10	Viterbo	169	142
Lazio	351	412	349	Lazio	177	148
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Rieti	17,6%	-13,8%	Rieti	-14,6%
Viterbo	16,8%	-14,4%	Viterbo	-15,8%
Latina	17,1%	-14,6%	Frosinone	-16,0%
Frosinone	17,8%	-14,7%	Roma	-16,5%
Roma	17,3%	-15,3%	Latina	-16,7%
Lazio	17,3%	-15,1%	Lazio	-16,4%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Roma	1.148	1.046	1.077	Frosinone	681	694
Latina	153	140	144	Latina	629	631
Frosinone	143	135	140	Roma	618	627
Viterbo	88	80	83	Rieti	604	617
Rieti	45	42	43	Viterbo	590	596
Lazio	1.578	1.443	1.486	Lazio	622	631
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Frosinone	-5,9%	3,6%	Rieti	2,2%
Rieti	-7,6%	3,2%	Frosinone	1,9%
Roma	-8,9%	3,0%	Roma	1,5%
Latina	-8,8%	2,9%	Viterbo	1,0%
Viterbo	-8,3%	2,6%	Latina	0,4%
Lazio	-8,6%	3,0%	Lazio	1,4%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Roma	89	98	99	Frosinone	60	61
Latina	12	13	13	Latina	59	58
Frosinone	11	12	12	Roma	58	58
Viterbo	7	8	8	Rieti	55	56
Rieti	3	4	4	Viterbo	55	56
Lazio	122	135	136	Lazio	58	58
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Rieti	10,9%	2,9%	Rieti	1,8%
Viterbo	10,1%	2,1%	Viterbo	0,5%
Latina	10,3%	1,9%	Frosinone	0,3%
Frosinone	10,9%	1,9%	Roma	-0,6%
Roma	10,6%	0,9%	Latina	-0,6%
Lazio	10,6%	1,2%	Lazio	-0,4%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

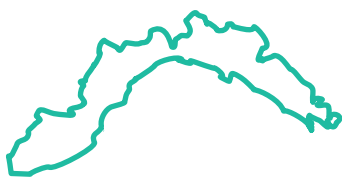
Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Frosinone	4	27.663	4	15.038	8	42.701	8,8
Latina	4	23.610	3	11.700	7	35.310	6,9
Roma	12	95.250	33	99.555	45	194.805	5,2
Viterbo	2	10.000	1	2.600	3	12.600	4,3
Rieti			1	3.100	1	3.100	2,0
Lazio	22	156.523	42	131.993	64	288.516	5,5
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.



Liguria

Nella parte settentrionale della penisola, quella ad aver guidato con relativa maggiore velocità la ripresa del 2010, la Liguria sperimenta un ritmo di crescita più rallentato, non solo del Nord Ovest ma anche della media italiana. Il reddito disponibile delle famiglie liguri – sempre valutato al netto dell'inflazione – è stazionario sui livelli del 2009, sostenuto anche da una perdita occupazionale meno marcata del Nord Ovest e dell'Italia. In Liguria il livello di reddito pro capite in termini nominali è tra i più elevati d'Italia (20.465 Euro) e superiore alla media del Nord Ovest. Nel dettaglio provinciale si può notare il migliore posizionamento della provincia di Genova (21.360 Euro) che in termini di reddito pro capite quasi recupera quanto perso nel corso del 2009. La Spezia, in ultima posizione come reddito per abitante nel 2010 (18.521 Euro), recupera integralmente quanto perso nel 2009. La spesa che le famiglie liguri hanno destinato all'ac-

quisto di beni durevoli si è attestata nel 2010 a 2.231 Euro medi, in lieve calo rispetto a quanto registrato nel 2009. La diminuzione complessiva della spesa è risultata dell'1.3%, penalizzata dal calo di spesa per la mobilità, non pienamente compensato dall'aumento delle spese per la casa. È risultato particolarmente imponente il calo delle spese dei veicoli a due ruote (-22.0%), benché vada considerato come questo segmento ovunque un momento di arresto generale delle vendite e si confronti con la buona performance del 2009 (7.7% la variazione nella regione). La spesa per l'acquisto di auto nuove, pur in calo del 2.2%, mostra una riduzione inferiore a quella media nazionale, mentre cresce la spesa per l'acquisto di auto usate (+2.1%). Aumentano le spese in articoli durevoli per la casa, con aumenti più elevati nel comparto degli elettrodomestici bruni (6.1%), benché inferiori a quelli di altre regioni settentrionali. Registrano, invece, aumenti più moderati della media le spese per i mobili e gli elettrodomestici bianchi e piccoli (1.6% entrambi).

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)

Province	2008	2009	2010
Genova	21.474	21.004	21.360
Savona	20.323	19.984	20.337
Imperia	19.751	18.975	19.043
La Spezia	18.516	18.163	18.521
Liguria	20.626	20.151	20.465
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)

Province	2009	2010
La Spezia	-1,9%	2,0%
Savona	-1,7%	1,8%
Genova	-2,2%	1,7%
Imperia	-3,9%	0,4%
Liguria	-2,3%	1,6%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Liguria								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	588	571	-2,9%	558	-2,2%	32,1	31,8	-0,7
Auto usate	398	399	0,2%	407	2,1%	22,4	23,2	0,5
Motoveicoli	147	159	7,7%	124	-22,0%	8,9	7,0	-2,0
Elettr. bianchi e piccoli	115	111	-3,8%	112	1,6%	6,2	6,4	0,1
Elettr. bruni	114	130	13,7%	138	6,1%	7,3	7,8	0,4
Mobili	401	366	-8,9%	371	1,6%	20,5	21,1	0,3
Informatica famiglie	43	45	4,6%	47	2,7%	2,5	2,7	0,1
Durevoli	1.807	1.779	-1,5%	1.757	-1,3%	100,0	100,0	-1,3

Fonte: Prometeia - Findomestic


Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Genova	26.101	26.646	23.297	Genova	422.720	420.418
Savona	9.142	9.642	8.545	Savona	167.144	166.778
La Spezia	7.914	8.015	7.434	Imperia	117.505	117.608
Imperia	6.311	6.346	5.766	La Spezia	114.751	113.790
Liguria	49.468	50.649	45.042	Liguria	822.120	818.594
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010	2010	
La Spezia	1,3%	-7,2%	Imperia	0,1%
Imperia	0,6%	-9,1%	Savona	-0,2%
Savona	5,5%	-11,4%	Genova	-0,5%
Genova	2,1%	-12,6%	La Spezia	-0,8%
Liguria	2,4%	-11,1%	Liguria	-0,4%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Genova	20.811	22.783	20.447	Genova	304	294	291	La Spezia	911	908
Savona	7.496	8.470	7.278	Savona	107	107	102	Savona	759	719
La Spezia	6.781	7.370	6.683	La Spezia	98	94	94	Genova	677	669
Imperia	5.352	5.742	4.935	Imperia	79	75	71	Imperia	705	664
Liguria	40.440	44.365	39.343	Liguria	588	571	558	Liguria	727	709
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

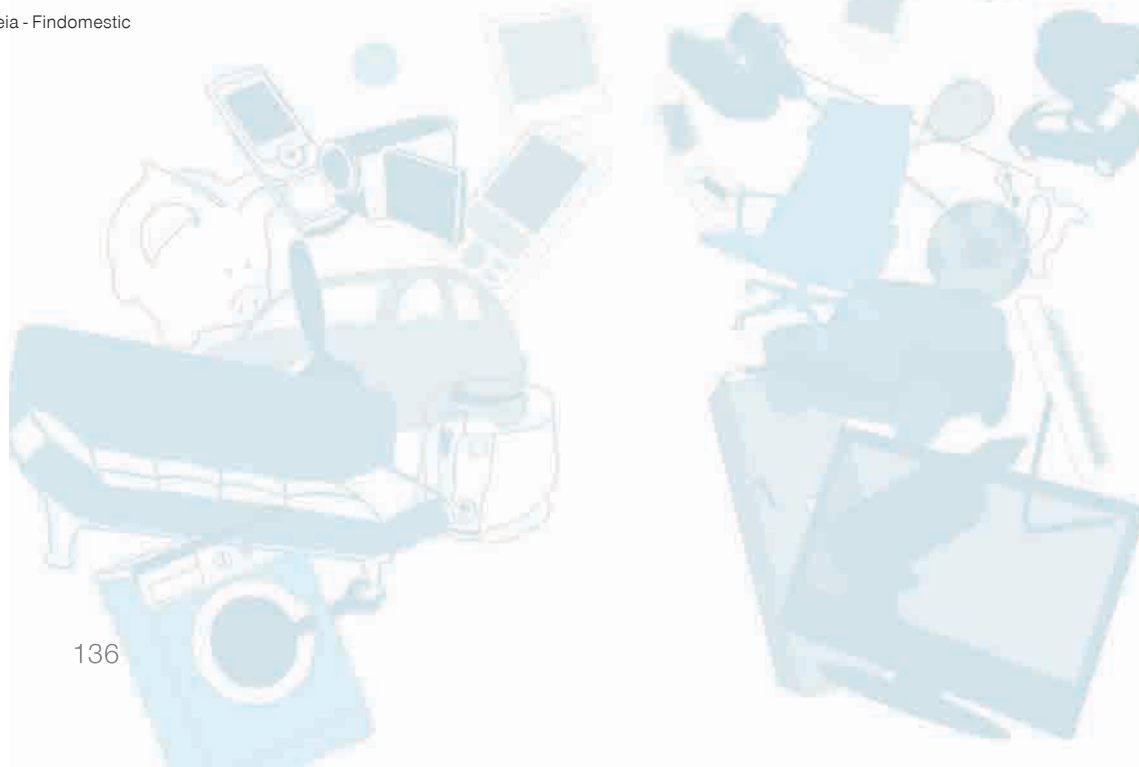
Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
La Spezia	8,7%	-9,3%	La Spezia	-3,8%	0,0%	La Spezia	-0,4%
Genova	9,5%	-10,3%	Genova	-3,1%	-1,0%	Genova	-1,3%
Imperia	7,3%	-14,1%	Imperia	-5,1%	-5,2%	Savona	-5,3%
Savona	13,0%	-14,1%	Savona	0,0%	-5,3%	Imperia	-5,7%
Liguria	9,7%	-11,3%	Liguria	-2,9%	-2,2%	Liguria	-2,5%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Genova	5.290	3.863	2.850	Imperia	-37,0%	37,6%
Savona	1.646	1.172	1.267	La Spezia	-43,1%	16,4%
Imperia	959	604	831	Savona	-28,8%	8,1%
La Spezia	1.133	645	751	Genova	-27,0%	-26,2%
Liguria	9.028	6.284	5.699	Liguria	-30,4%	-9,3%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic



Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Genova	32.370	31.610	32.311	Genova	210	209	219	Savona	566	579
Savona	12.703	12.905	12.912	Savona	77	80	82	Imperia	548	509
Imperia	9.524	9.633	8.959	Imperia	58	58	54	Genova	482	503
La Spezia	9.473	8.789	8.605	La Spezia	53	51	52	La Spezia	494	499
Liguria	64.070	62.937	62.787	Liguria	398	399	407	Liguria	508	517
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Genova	-2,3%	2,2%	Genova	-0,4%	4,6%	Genova	4,3%
Savona	1,6%	0,1%	Savona	3,7%	2,1%	Savona	2,2%
La Spezia	-7,2%	-2,1%	La Spezia	-3,3%	1,3%	La Spezia	0,9%
Imperia	1,1%	-7,0%	Imperia	0,7%	-6,5%	Imperia	-7,0%
Liguria	-1,8%	-0,2%	Liguria	0,2%	2,1%	Liguria	1,8%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Genova	17.994	19.498	14.906	Genova	230.798	228.458
Savona	4.775	5.935	4.239	Savona	97.218	96.792
Imperia	4.576	5.192	4.028	Imperia	68.958	68.712
La Spezia	3.220	3.358	2.568	La Spezia	60.929	61.456
Liguria	30.565	33.983	25.741	Liguria	457.903	455.418
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010	Province	2010
Imperia	13,5%	-22,4%	La Spezia	0,9%
La Spezia	4,3%	-23,5%	Imperia	-0,4%
Genova	8,4%	-23,6%	Savona	-0,4%
Savona	24,3%	-28,6%	Genova	-1,0%
Liguria	11,2%	-24,3%	Liguria	-0,5%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Genova	88	91	72	Imperia	220	173
Savona	24	28	21	Genova	210	166
Imperia	21	23	18	Savona	197	147
La Spezia	15	16	12	La Spezia	154	118
Liguria	147	159	124	Liguria	202	157
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Genova	4,4%	-20,9%	Genova	-21,1%
Imperia	13,3%	-21,0%	Imperia	-21,5%
La Spezia	4,7%	-23,3%	La Spezia	-23,6%
Savona	17,1%	-25,4%	Savona	-25,4%
Liguria	7,7%	-22,0%	Liguria	-22,2%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Genova	63	61	62	La Spezia	147	150
Savona	20	20	20	Savona	139	142
La Spezia	16	15	16	Genova	140	142
Imperia	16	15	15	Imperia	141	141
Liguria	115	111	112	Liguria	141	143
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
La Spezia	-3,7%	2,4%	Savona	2,2%
Savona	-3,3%	2,1%	La Spezia	1,9%
Genova	-3,8%	1,5%	Genova	1,2%
Imperia	-4,7%	0,7%	Imperia	0,2%
Liguria	-3,8%	1,6%	Liguria	1,3%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
<i>Province</i>	2008	2009	2010	<i>Province</i>	2009	2010
Genova	63	71	77	La Spezia	173	178
Savona	20	23	24	Genova	164	177
La Spezia	16	18	18	Savona	163	171
Imperia	16	18	18	Imperia	165	167
Liguria	114	130	138	Liguria	165	175
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
<i>Province</i>	2009	2010		2010
Genova	13,7%	8,3%	Genova	8,0%
Savona	14,1%	5,0%	Savona	5,1%
La Spezia	13,9%	3,3%	La Spezia	2,9%
Imperia	12,8%	1,5%	Imperia	0,9%
Liguria	13,7%	6,1%	Liguria	5,8%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
<i>Province</i>	2008	2009	2010	<i>Province</i>	2009	2010
Genova	221	201	204	La Spezia	497	504
Savona	70	64	66	Genova	463	468
La Spezia	56	51	52	Savona	454	464
Imperia	54	49	49	Imperia	459	462
Liguria	401	366	371	Liguria	465	472
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
<i>Province</i>	2009	2010		2010
Savona	-8,8%	2,2%	Savona	2,3%
La Spezia	-8,9%	2,0%	La Spezia	1,5%
Genova	-8,9%	1,4%	Genova	1,1%
Imperia	-9,4%	1,2%	Imperia	0,7%
Liguria	-8,9%	1,6%	Liguria	1,3%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia

Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Genova	24	25	26	La Spezia	60	62
Savona	8	8	8	Savona	57	59
La Spezia	6	6	6	Genova	57	59
Imperia	6	6	6	Imperia	58	58
Liguria	43	45	47	Liguria	58	59
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi		Variazione spesa per famiglia		
Province	2009	2010	2010	
La Spezia	4,6%	3,5%	Savona	3,5%
Savona	5,0%	3,4%	La Spezia	3,1%
Genova	4,7%	2,6%	Genova	2,3%
Imperia	3,7%	1,8%	Imperia	1,3%
Liguria	4,6%	2,7%	Liguria	2,5%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

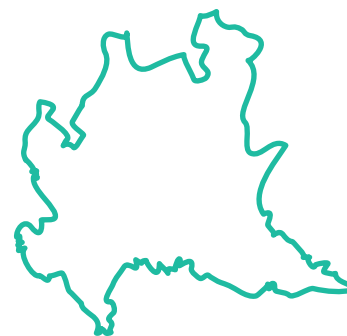
**Panorama Grande Distribuzione**

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Imperia	1	7.000	6	18.269	7	25.269	12,1
La Spezia	1	6.845	1	4.300	2	11.145	5,1
Savona	1	7.355	2	5.400	3	12.755	4,6
Genova	2	13.850	1	2.500	3	16.350	1,9
Liguria	5	35.050	10	30.469	15	65.519	4,2
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.

Lombardia



L'economia lombarda ha registrato la più vigorosa ripresa in termini reali nel 2010, nonostante che il reddito disponibile reale sia caduto nel 2010 oltre la dinamica nazionale. La Lombardia, in terza posizione come reddito pro capite nel 2008, scivola al sesto posto nel 2010, con un gap di circa 1.000 euro rispetto a due anni prima. La provincia di Milano, con un reddito di 22.811 euro, si conferma in testa alla classifica anche nel 2010, mentre nella provincia di Lodi il reddito medio è di 6.429 euro inferiore rispetto a Milano, attestandosi a 16.383 euro per abitante.

Nel 2010 la spesa per articoli durevoli registra in Lombardia una nuova ma più contenuta flessione (-2.0%), dopo il calo accusato da quasi tutte le voci di spesa nel 2009 (con la sola eccezione degli elettrodomestici bruni e dell'informatica). Nel 2010 le spese per l'acquisto di auto nuove e motoveicoli hanno continuato a ridursi, rispettivamente del 4.3% e 14.3%, secondo un ritmo di caduta più contenuto della media nazionale. Si stimano a livello provinciale riduzioni non omogenee, meno elevate a Como e Lecco per le auto nuove (inferiori al 2%) e a Como per i motoveicoli (-8.7%). Tra le spese per

articoli durevoli per la casa sono quelle legate agli acquisti di elettrodomestici bruni ad avere registrato l'ampliamento più consistente, crescendo ad un ritmo quasi doppio di quello nazionale (+10.2% rispetto al +5.8% medio nazionale), grazie anche al rinnovo del comparto video per lo spegnimento del segnale analogico tv avvenuto in regione nel 2010. Gli andamenti divergenti registrati dal comparto della mobilità e delle spese per la casa hanno determinato a livello provinciale scenari differenti: la spesa totale per beni durevoli è cresciuta, infatti, a Lecco (+1.8%), Como (+1.4%) e Varese (+0.9%), riducendosi nelle altre province. Varese detiene anche nel 2010 il primato regionale per il livello medio di spesa per articoli durevoli, tra i più alti anche a livello nazionale con 3.038 euro, mentre è Milano la provincia più morigerata nelle spese, con un importo medio per famiglia di 2.715 euro, e quella dove la spesa per famiglia si è ridotta maggiormente (-5.0%).

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)			
Province	2008	2009	2010
Milano	23.898	22.857	22.811
Sondrio	20.574	19.842	19.932
Mantova	20.357	19.253	19.075
Cremona	20.059	18.889	18.677
Lecco	19.341	18.423	18.337
Varese	19.156	18.343	18.302
Brescia	19.654	18.514	18.265
Pavia	19.536	18.454	18.254
Como	18.699	17.907	17.876
Bergamo	19.151	18.016	17.765
Lodi	17.479	16.549	16.383
Lombardia	21.203	20.177	20.061
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)		
Province	2009	2010
Sondrio	-3,6%	0,5%
Como	-4,2%	-0,2%
Milano	-4,4%	-0,2%
Varese	-4,2%	-0,2%
Lecco	-4,7%	-0,5%
Mantova	-5,4%	-0,9%
Lodi	-5,3%	-1,0%
Pavia	-5,5%	-1,1%
Cremona	-5,8%	-1,1%
Brescia	-5,8%	-1,3%
Bergamo	-5,9%	-1,4%
Lombardia	-4,8%	-0,6%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Lombardia								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	4.613	4.558	-1,2%	4.361	-4,3%	36,5	35,7	-1,6
Auto usate	2.908	2.756	-5,2%	2.597	-5,8%	22,1	21,2	-1,3
Motoveicoli	470	430	-8,7%	368	-14,3%	3,4	3,0	-0,5
Eletr. bianchi e piccoli	740	696	-5,9%	705	1,3%	5,6	5,8	0,1
Eletr. bruni	734	817	11,3%	901	10,2%	6,6	7,4	0,7
Mobili	3.282	2.932	-10,7%	3.002	2,4%	23,5	24,6	0,6
Informatica famiglie	279	285	2,2%	293	2,6%	2,3	2,4	0,1
Durevoli	13.027	12.474	-4,2%	12.227	-2,0%	100,0	100,0	-2,0

Fonte: Prometeia - Findomestic



Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Milano	179.961	183.028	167.112	Milano	2.410.951	2.434.278
Brescia	54.927	45.004	42.996	Brescia	611.792	610.793
Bergamo	38.501	40.344	36.578	Bergamo	563.500	563.335
Varese	35.299	34.143	31.574	Varese	540.204	544.524
Como	23.852	24.150	22.129	Como	308.942	307.878
Pavia	22.231	22.704	20.217	Pavia	288.113	286.691
Mantova	14.167	13.900	12.721	Mantova	208.281	207.354
Cremona	13.008	14.038	12.027	Cremona	183.109	182.087
Lecco	12.288	12.431	11.665	Lecco	180.160	179.530
Lodi	8.492	8.597	7.796	Lodi	129.362	129.548
Sondrio	6.485	5.611	5.032	Sondrio	89.336	89.386
Lombardia	409.211	403.950	369.847	Lombardia	5.513.750	5.535.404
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Brescia	-18,1%	-4,5%	Milano	1,0%
Lecco	1,2%	-6,2%	Varese	0,8%
Varese	-3,3%	-7,5%	Lodi	0,1%
Como	1,2%	-8,4%	Sondrio	0,1%
Mantova	-1,9%	-8,5%	Bergamo	0,0%
Milano	1,7%	-8,7%	Brescia	-0,2%
Lodi	1,2%	-9,3%	Como	-0,3%
Bergamo	4,8%	-9,3%	Lecco	-0,3%
Sondrio	-13,5%	-10,3%	Mantova	-0,4%
Pavia	2,1%	-11,0%	Pavia	-0,5%
Cremona	7,9%	-14,3%	Cremona	-0,6%
Lombardia	-1,3%	-8,4%	Lombardia	0,4%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Milano	111.820	126.589	109.024	Milano	1.824	1.827	1.733	Lodi	1.214	1.156
Brescia	33.793	38.266	33.906	Brescia	562	563	547	Como	1.146	1.116
Bergamo	29.673	34.434	29.996	Bergamo	481	494	472	Pavia	1.191	1.105
Varese	27.927	29.283	25.733	Varese	451	418	406	Varese	1.137	1.093
Como	18.731	20.272	18.104	Como	294	282	278	Cremona	1.186	1.072
Pavia	18.612	20.395	17.346	Pavia	301	292	274	Lecco	1.083	1.071
Mantova	11.646	12.496	10.935	Mantova	189	180	173	Bergamo	1.108	1.043
Cremona	10.533	12.199	10.066	Cremona	176	180	164	Brescia	1.080	1.038
Lecco	10.127	10.848	9.801	Lecco	159	151	150	Mantova	1.068	1.019
Lodi	7.093	7.734	6.759	Lodi	116	112	108	Milano	1.018	956
Sondrio	3.912	4.395	3.717	Sondrio	60	60	56	Sondrio	777	716
Lombardia	283.867	316.911	275.387	Lombardia	4.613	4.558	4.361	Lombardia	1.073	1.015
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Lecco	7,1%	-9,7%	Lecco	-5,2%	-0,2%	Lecco	-1,2%
Como	8,2%	-10,7%	Como	-4,2%	-1,2%	Como	-2,7%
Brescia	13,2%	-11,4%	Brescia	0,2%	-2,8%	Varese	-3,9%
Varese	4,9%	-12,1%	Varese	-7,2%	-2,9%	Brescia	-3,9%
Mantova	7,3%	-12,5%	Lodi	-3,5%	-3,6%	Mantova	-4,6%
Lodi	9,0%	-12,6%	Mantova	-5,1%	-3,8%	Lodi	-4,8%
Bergamo	16,0%	-12,9%	Bergamo	2,7%	-4,5%	Bergamo	-5,8%
Milano	13,2%	-13,9%	Milano	0,2%	-5,2%	Milano	-6,1%
Pavia	9,6%	-14,9%	Pavia	-3,0%	-6,1%	Pavia	-7,2%
Sondrio	12,3%	-15,4%	Sondrio	-0,6%	-6,6%	Sondrio	-7,9%
Cremona	15,8%	-17,5%	Cremona	2,5%	-9,0%	Cremona	-9,7%
Lombardia	11,6%	-13,1%	Lombardia	-1,2%	-4,3%	Lombardia	-5,4%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Milano	68.141	56.439	58.088	Brescia	-68,1%	34,9%
Brescia	21.134	6.738	9.090	Mantova	-44,3%	27,2%
Bergamo	8.828	5.910	6.582	Pavia	-36,2%	24,3%
Varese	7.372	4.860	5.841	Varese	-34,1%	20,2%
Como	5.121	3.878	4.025	Lodi	-38,3%	20,2%
Pavia	3.619	2.309	2.871	Lecco	-26,7%	17,8%
Cremona	2.475	1.839	1.961	Bergamo	-33,1%	11,4%
Lecco	2.161	1.583	1.864	Sondrio	-52,7%	8,1%
Mantova	2.521	1.404	1.786	Cremona	-25,7%	6,6%
Sondrio	2.573	1.216	1.315	Como	-24,3%	3,8%
Lodi	1.399	863	1.037	Milano	-17,2%	2,9%
Lombardia	125.344	87.039	94.460	Lombardia	-30,6%	8,5%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Milano	148.032	140.444	120.693	Milano	1.238	1.176	1.020	Sondrio	760	753
Brescia	56.189	52.693	50.284	Brescia	396	367	351	Varese	673	697
Bergamo	43.027	39.873	38.648	Varese	253	248	259	Brescia	704	666
Varese	38.065	36.019	36.672	Bergamo	289	265	258	Cremona	638	642
Como	24.666	23.036	23.431	Pavia	167	159	158	Pavia	648	637
Pavia	24.460	23.205	22.750	Como	156	148	153	Mantova	623	619
Mantova	15.540	14.723	14.689	Mantova	111	105	105	Como	602	615
Cremona	13.871	13.287	13.253	Cremona	100	97	98	Lecco	583	600
Lecco	12.885	12.204	12.439	Lecco	84	81	84	Bergamo	593	570
Sondrio	8.556	8.543	8.440	Sondrio	58	59	59	Milano	655	563
Lodi	8.776	8.442	8.227	Lodi	54	53	52	Lodi	571	556
Lombardia	394.067	372.469	349.526	Lombardia	2.908	2.756	2.597	Lombardia	649	605
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero auto usate (famiglie)			Variazione consumi complessivi auto usate (famiglie)			Variazione spesa per famiglia auto usate (famiglie)	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Lecco	-5,3%	1,9%	Varese	-2,2%	4,6%	Varese	3,5%
Varese	-5,4%	1,8%	Lecco	-3,9%	4,0%	Lecco	3,0%
Como	-6,6%	1,7%	Como	-5,2%	3,7%	Como	2,2%
Mantova	-5,3%	-0,2%	Cremona	-3,3%	1,3%	Cremona	0,6%
Cremona	-4,2%	-0,3%	Sondrio	0,5%	0,5%	Mantova	-0,6%
Sondrio	-0,2%	-1,2%	Mantova	-5,5%	0,2%	Sondrio	-0,9%
Pavia	-5,1%	-2,0%	Pavia	-4,8%	-0,7%	Pavia	-1,8%
Lodi	-3,8%	-2,5%	Lodi	-3,2%	-1,4%	Lodi	-2,5%
Bergamo	-7,3%	-3,1%	Bergamo	-8,3%	-2,6%	Bergamo	-4,0%
Brescia	-6,2%	-4,6%	Brescia	-7,4%	-4,4%	Brescia	-5,5%
Milano	-5,1%	-14,1%	Milano	-5,1%	-13,2%	Milano	-14,1%
Lombardia	-5,5%	-6,2%	Lombardia	-5,2%	-5,8%	Lombardia	-6,8%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic



Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Milano	35.611	33.719	27.407	Milano	492.613	479.570
Bergamo	10.333	10.033	7.823	Bergamo	175.994	171.545
Brescia	8.378	8.214	6.618	Brescia	160.862	158.801
Varese	6.638	5.931	5.065	Varese	136.993	134.988
Como	4.757	4.386	3.761	Pavia	83.366	81.815
Pavia	4.337	4.097	3.367	Como	82.914	81.767
Mantova	3.275	3.042	2.510	Mantova	81.254	79.832
Cremona	2.720	2.659	2.182	Cremona	64.598	64.568
Lecco	2.822	2.531	2.166	Lecco	50.868	50.369
Sondrio	1.322	1.252	1.084	Sondrio	27.808	27.226
Lodi	1.443	1.368	1.079	Lodi	22.215	21.775
Lombardia	81.636	77.232	63.062	Lombardia	1.379.485	1.352.256
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero motoveicoli			Variazione parco circolante motoveicoli	
Province	2009	2010		2010
Sondrio	-5,3%	-13,4%	Cremona	0,0%
Como	-7,8%	-14,2%	Lecco	-1,0%
Lecco	-10,3%	-14,4%	Brescia	-1,3%
Varese	-10,7%	-14,6%	Como	-1,4%
Mantova	-7,1%	-17,5%	Varese	-1,5%
Pavia	-5,5%	-17,8%	Mantova	-1,8%
Cremona	-2,2%	-17,9%	Pavia	-1,9%
Milano	-5,3%	-18,7%	Lodi	-2,0%
Brescia	-2,0%	-19,4%	Sondrio	-2,1%
Lodi	-5,2%	-21,1%	Bergamo	-2,5%
Bergamo	-2,9%	-22,0%	Milano	-2,6%
Lombardia	-5,4%	-18,3%	Lombardia	-2,0%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mIn Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Milano	214	194	165	Bergamo	118	96
Bergamo	57	53	43	Milano	108	91
Brescia	47	44	38	Como	100	90
Varese	39	34	30	Lecco	100	87
Como	27	25	23	Varese	93	81
Pavia	24	22	19	Mantova	96	81
Mantova	18	16	14	Cremona	90	79
Lecco	16	14	12	Pavia	90	75
Cremona	14	14	12	Lodi	88	73
Lodi	9	8	7	Sondrio	83	73
Sondrio	7	6	6	Brescia	85	72
Lombardia	470	430	368	Lombardia	101	86
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Como	-9,6%	-8,7%	Como	-10,0%
Sondrio	-6,8%	-10,1%	Sondrio	-11,4%
Varese	-12,8%	-11,3%	Cremona	-12,1%
Cremona	0,3%	-11,5%	Varese	-12,2%
Lecco	-13,8%	-12,4%	Lecco	-13,2%
Milano	-9,5%	-14,6%	Milano	-15,5%
Brescia	-4,9%	-14,8%	Brescia	-15,8%
Pavia	-6,9%	-15,1%	Mantova	-15,8%
Mantova	-10,0%	-15,1%	Pavia	-16,0%
Lodi	-6,7%	-15,7%	Lodi	-16,7%
Bergamo	-6,5%	-18,0%	Bergamo	-19,1%
Lombardia	-8,7%	-14,3%	Lombardia	-15,2%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Milano	300	283	287	Lecco	172	173
Brescia	93	87	88	Mantova	173	173
Bergamo	82	76	77	Lodi	171	171
Varese	66	63	63	Como	170	171
Como	44	42	43	Sondrio	170	171
Pavia	41	38	39	Varese	170	171
Mantova	31	29	29	Bergamo	171	170
Cremona	27	25	26	Cremona	168	167
Lecco	25	24	24	Brescia	167	167
Lodi	17	16	16	Milano	158	159
Sondrio	14	13	13	Pavia	156	155
Lombardia	740	696	705	Lombardia	164	164
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Sondrio	-5,2%	1,9%	Milano	0,7%
Como	-5,6%	1,9%	Sondrio	0,5%
Milano	-5,6%	1,6%	Varese	0,4%
Varese	-5,7%	1,6%	Como	0,4%
Lecco	-5,9%	1,3%	Lecco	0,4%
Lodi	-6,3%	1,1%	Lodi	-0,1%
Pavia	-6,4%	0,8%	Mantova	-0,2%
Brescia	-6,5%	0,7%	Pavia	-0,3%
Mantova	-6,4%	0,6%	Brescia	-0,5%
Bergamo	-6,5%	0,6%	Cremona	-0,5%
Cremona	-6,7%	0,2%	Bergamo	-0,8%
Lombardia	-5,9%	1,3%	Lombardia	0,2%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic



Elettrodomestici bruni						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
<i>Province</i>	2008	2009	2010	<i>Province</i>	2009	2010
Milano	297	332	367	Lecco	202	221
Brescia	92	102	112	Mantova	203	221
Bergamo	81	90	98	Lodi	201	219
Varese	66	73	81	Como	200	219
Como	44	49	55	Sondrio	200	218
Pavia	40	45	49	Varese	199	218
Mantova	31	34	37	Bergamo	201	217
Cremona	27	30	33	Cremona	197	213
Lecco	25	28	31	Brescia	197	213
Lodi	17	19	20	Milano	185	203
Sondrio	14	15	17	Pavia	183	199
Lombardia	734	817	901	Lombardia	192	210
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
<i>Province</i>	2009	2010		2010
Como	11,8%	10,8%	Milano	9,6%
Sondrio	12,1%	10,8%	Varese	9,3%
Milano	11,6%	10,7%	Sondrio	9,2%
Varese	11,6%	10,5%	Como	9,2%
Lecco	11,3%	10,2%	Lecco	9,2%
Lodi	10,9%	10,0%	Lodi	8,7%
Pavia	10,9%	9,7%	Mantova	8,6%
Brescia	10,8%	9,6%	Pavia	8,5%
Mantova	10,9%	9,6%	Cremona	8,3%
Bergamo	10,8%	9,5%	Brescia	8,3%
Cremona	10,5%	9,1%	Bergamo	7,9%
Lombardia	11,3%	10,2%	Lombardia	9,0%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
<i>Province</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>Province</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>
Milano	1.350	1.204	1.230	Mantova	753	764
Brescia	402	358	369	Lecco	734	745
Bergamo	352	314	325	Como	736	742
Varese	289	259	263	Cremona	717	730
Como	203	181	185	Sondrio	716	725
Pavia	179	159	163	Bergamo	704	717
Mantova	141	127	130	Varese	703	708
Cremona	120	109	112	Brescia	687	700
Lecco	114	102	105	Lodi	694	698
Lodi	73	64	65	Milano	671	679
Sondrio	60	55	57	Pavia	650	656
Lombardia	3.282	2.932	3.002	Lombardia	690	699
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
<i>Province</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>		<i>2010</i>
Bergamo	-10,7%	3,3%	Brescia	1,9%
Brescia	-11,0%	3,1%	Bergamo	1,9%
Sondrio	-8,6%	2,7%	Cremona	1,8%
Cremona	-9,5%	2,5%	Mantova	1,6%
Lecco	-10,3%	2,5%	Lecco	1,5%
Mantova	-10,1%	2,4%	Sondrio	1,3%
Como	-11,0%	2,3%	Milano	1,1%
Milano	-10,8%	2,1%	Pavia	0,9%
Pavia	-10,8%	2,1%	Como	0,8%
Varese	-10,4%	1,8%	Varese	0,6%
Lodi	-11,9%	1,7%	Lodi	0,6%
Lombardia	-10,7%	2,4%	Lombardia	1,3%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic



Informatica famiglia						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
<i>Province</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>Province</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>
Milano	113	116	119	Lecco	71	72
Brescia	35	36	36	Mantova	71	72
Bergamo	31	31	32	Lodi	70	71
Varese	25	26	26	Como	70	71
Como	17	17	18	Sondrio	70	71
Pavia	15	16	16	Varese	70	71
Mantova	12	12	12	Bergamo	70	70
Cremona	10	10	11	Cremona	69	69
Lecco	10	10	10	Brescia	69	69
Lodi	6	6	7	Milano	65	66
Sondrio	5	5	6	Pavia	64	65
Lombardia	279	285	293	Lombardia	67	68
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
<i>Province</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>		<i>2010</i>
Como	2,5%	3,2%	Milano	2,0%
Sondrio	3,0%	3,2%	Varese	1,8%
Milano	2,6%	3,0%	Como	1,8%
Varese	2,5%	2,9%	Sondrio	1,8%
Lecco	2,1%	2,7%	Lecco	1,7%
Lodi	1,8%	2,5%	Lodi	1,3%
Pavia	1,7%	2,2%	Mantova	1,2%
Brescia	1,6%	2,0%	Pavia	1,0%
Mantova	1,7%	2,0%	Brescia	0,9%
Bergamo	1,6%	2,0%	Cremona	0,9%
Cremona	1,4%	1,6%	Bergamo	0,6%
Lombardia	2,2%	2,6%	Lombardia	1,5%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Marche



La regione ha mostrato un profilo di recupero più moderato rispetto a quello medio dell'area centrale e dell'Italia. In valori nominali il reddito disponibile per abitante, pari a 18.509 Euro, si posiziona nel 2010 al di sotto del dato medio dell'area centrale che si attesta a 19.022 Euro, benché risulti superiore a quello nazionale (17.571 Euro). Dal dettaglio provinciale non appaiono elevate disparità tra le province: Ancona si conferma la provincia a maggior reddito, con un livello di 19.286 Euro pro capite, mentre all'opposto si colloca la provincia di Pesaro con il livello meno elevato, pari a 17.820 Euro.

Nel 2010 le famiglie marchigiane hanno destinato mediamente alla spesa per articoli durevoli 2.580 Euro, 152 in meno dell'anno precedente. Nel complesso la spesa a valori correnti è calata del 4.5%, mostrando una flessione più ampia di quella media del Centro (-4.3%), ripartizione dove la stretta sui redditi ha contribuito a contrarre più della media nazionale questo tipo di consumi.

In regione il calo di spesa per le due ruote è stato inferiore a quello nazionale (-12.8% rispetto a -19.0%), mentre è stata di poco inferiore alla media la riduzione di spesa per l'acquisto di auto nuove (-6.9%). Nelle spese destinate alla casa sono in calo solo gli acquisti di elettrodomestici bruni (-13.8%), caduta che è un parziale rimbalzo sul forte ampliamento del 2009 e che sconta rispetto ad altre regioni il passaggio effettivo al digitale terrestre solo nel 2011. Aumentano, invece, le altre voci di spesa (+6.1% gli elettrodomestici bianchi e piccoli, +2.7% i mobili e +2.8% l'informatica). L'analisi per provincia assegna il risultato peggiore in regione relativamente all'evoluzione della spesa per beni durevoli ad Ascoli Piceno (-7.1%), complice il peggiore andamento di alcune voci del comparto mobilità, mentre tutte le altre province hanno presentato diminuzioni di spesa, a prezzi correnti, non superiori al 4%.

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)			
Province	2008	2009	2010
Ancona	19.581	19.044	19.286
Macerata	18.974	18.433	18.680
Ascoli P.	18.394	17.858	18.094
Pesaro	18.419	17.706	17.820
Marche	18.879	18.299	18.509
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)		
Province	2009	2010
Macerata	-2,9%	1,3%
Ascoli P.	-2,9%	1,3%
Ancona	-2,7%	1,3%
Pesaro	-3,9%	0,6%
Marche	-3,1%	1,2%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Marche								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	663	663	0,0%	617	-6,9%	38,0	37,0	-2,6
Auto usate	406	396	-2,4%	372	-6,1%	22,7	22,3	-1,4
Motoveicoli	75	70	-6,8%	61	-12,8%	4,0	3,7	-0,5
Elett. bianchi e piccoli	96	93	-2,7%	99	6,1%	5,3	5,9	0,3
Elett. bruni	104	119	14,0%	102	-13,8%	6,8	6,2	-0,9
Mobili	411	364	-11,3%	374	2,7%	20,9	22,5	0,6
Informatica famiglie	36	39	7,5%	40	2,8%	2,2	2,4	0,1
Durevoli	1.790	1.743	-2,6%	1.665	-4,5%	100,0	100,0	-4,5

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Ancona	16.878	18.608	16.103	Ancona	247.639	249.375
Pesaro	13.768	13.169	11.426	Ascoli P.	202.660	202.094
Ascoli P.	10.848	11.786	10.760	Pesaro	193.089	194.270
Macerata	9.675	10.173	8.999	Macerata	162.363	162.828
Marche	51.169	53.736	47.288	Marche	805.751	808.567
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010	2010	
Ascoli P.	8,6%	-8,7%	Ancona	0,7%
Macerata	5,1%	-11,5%	Pesaro	0,6%
Pesaro	-4,4%	-13,2%	Macerata	0,3%
Ancona	10,3%	-13,5%	Ascoli P.	-0,3%
Marche	5,0%	-12,0%	Marche	0,3%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Ancona	14.410	16.636	13.819	Ancona	225	230	210	Ancona	1.148	1.036
Pesaro	11.109	11.559	9.821	Pesaro	171	157	147	Macerata	1.013	933
Ascoli P.	9.293	10.771	9.448	Ascoli P.	142	146	140	Pesaro	1.005	929
Macerata	7.855	9.250	7.871	Macerata	124	129	120	Ascoli P.	951	897
Marche	42.667	48.216	40.959	Marche	663	663	617	Marche	1.038	956
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Ascoli P.	15,9%	-12,3%	Ascoli P.	2,5%	-4,3%	Ascoli P.	-5,7%
Macerata	17,8%	-14,9%	Pesaro	-7,9%	-6,6%	Pesaro	-7,6%
Pesaro	4,1%	-15,0%	Macerata	4,2%	-7,3%	Macerata	-7,9%
Ancona	15,4%	-16,9%	Ancona	2,1%	-8,7%	Ancona	-9,7%
Marche	13,0%	-15,1%	Marche	0,0%	-6,9%	Marche	-8,0%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Ancona	2.468	1.972	2.284	Ascoli P.	-34,7%	29,3%
Pesaro	2.659	1.610	1.605	Macerata	-49,3%	22,2%
Ascoli P.	1.555	1.015	1.312	Ancona	-20,1%	15,8%
Macerata	1.820	923	1.128	Pesaro	-39,5%	-0,3%
Marche	8.502	5.520	6.329	Marche	-35,1%	14,7%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Ancona	19.928	19.291	18.871	Ancona	128	125	125	Macerata	697	671
Pesaro	15.507	14.571	14.414	Pesaro	92	87	87	Ancona	626	615
Macerata	14.141	14.006	13.387	Macerata	89	89	86	Pesaro	555	546
Ascoli P.	16.317	15.663	12.054	Ascoli P.	96	95	74	Ascoli P.	616	478
Marche	65.893	63.531	58.726	Marche	406	396	372	Marche	621	576
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Pesaro	-6,0%	-1,1%	Pesaro	-5,9%	-0,5%	Pesaro	-1,7%
Ancona	-3,2%	-2,2%	Ancona	-2,0%	-0,6%	Ancona	-1,7%
Macerata	-1,0%	-4,4%	Macerata	0,3%	-3,1%	Macerata	-3,7%
Ascoli P.	-4,0%	-23,0%	Ascoli P.	-1,9%	-21,3%	Ascoli P.	-22,4%
Marche	-3,6%	-7,6%	Marche	-2,4%	-6,1%	Marche	-7,1%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Pesaro	4.506	4.371	3.622	Pesaro	103.796	102.841
Ancona	4.497	4.288	3.585	Ancona	80.185	80.902
Ascoli P.	3.097	2.962	2.382	Macerata	58.942	57.944
Macerata	2.191	2.129	1.789	Ascoli P.	46.772	47.187
Marche	14.291	13.750	11.378	Marche	289.695	288.874
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Macerata	-2,8%	-16,0%	Ancona	0,9%
Ancona	-4,6%	-16,4%	Ascoli P.	0,9%
Pesaro	-3,0%	-17,1%	Pesaro	-0,9%
Ascoli P.	-4,4%	-19,6%	Macerata	-1,7%
Marche	-3,8%	-17,3%	Marche	-0,3%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Ancona	24	22	20	Pesaro	136	118
Pesaro	23	21	19	Ancona	112	97
Ascoli P.	16	15	13	Ascoli P.	96	81
Macerata	12	11	10	Macerata	88	77
Marche	75	70	61	Marche	109	94
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010	
Macerata	-5,0%	-11,7%	Macerata	-12,3%
Pesaro	-8,4%	-12,4%	Pesaro	-13,3%
Ancona	-5,9%	-12,5%	Ancona	-13,4%
Ascoli P.	-6,9%	-14,7%	Ascoli P.	-16,0%
Marche	-6,8%	-12,8%	Marche	-13,8%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Ancona	29	28	30	Macerata	151	159
Ascoli P.	24	23	25	Ascoli P.	151	158
Pesaro	23	23	24	Pesaro	144	150
Macerata	20	19	20	Ancona	141	149
Marche	96	93	99	Marche	146	153
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010	
Ancona	-2,6%	6,4%	Macerata	5,5%
Macerata	-2,5%	6,2%	Ancona	5,2%
Ascoli P.	-2,6%	6,2%	Ascoli P.	4,6%
Pesaro	-3,3%	5,4%	Pesaro	4,2%
Marche	-2,7%	6,1%	Marche	4,9%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Ancona	32	36	31	Macerata	192	164
Ascoli P.	26	30	25	Ascoli P.	193	164
Pesaro	25	29	25	Pesaro	183	155
Macerata	21	25	21	Ancona	180	154
Marche	104	119	102	Marche	186	159
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Ancona	14,2%	-13,5%	Macerata	-14,3%
Macerata	14,3%	-13,7%	Ancona	-14,4%
Ascoli P.	14,2%	-13,8%	Ascoli P.	-15,0%
Pesaro	13,5%	-14,3%	Pesaro	-15,3%
Marche	14,0%	-13,8%	Marche	-14,8%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Ancona	125	110	114	Ascoli P.	609	612
Ascoli P.	104	93	95	Macerata	579	592
Pesaro	98	86	89	Ancona	552	563
Macerata	84	74	76	Pesaro	552	561
Marche	411	364	374	Marche	571	580
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Ancona	-11,7%	3,2%	Macerata	2,2%
Macerata	-11,4%	2,9%	Ancona	2,0%
Pesaro	-11,7%	2,8%	Pesaro	1,7%
Ascoli P.	-10,4%	2,0%	Ascoli P.	0,5%
Marche	-11,3%	2,7%	Marche	1,6%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Ancona	11	12	12	Macerata	63	64
Ascoli P.	9	10	10	Ascoli P.	63	64
Pesaro	9	9	10	Pesaro	60	61
Macerata	7	8	8	Ancona	59	60
Marche	36	39	40	Marche	61	62
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Ancona	7,6%	3,2%	Macerata	2,3%
Macerata	7,7%	3,0%	Ancona	2,0%
Ascoli P.	7,6%	2,9%	Ascoli P.	1,4%
Pesaro	6,9%	2,2%	Pesaro	1,0%
Marche	7,5%	2,8%	Marche	1,7%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

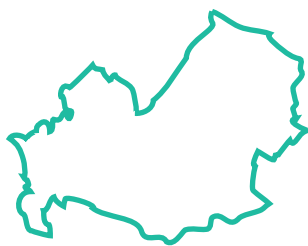
Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Ascoli Piceno	3	31.950	3	10.800	6	42.750	11,4
Ancona	3	20.300	9	28.600	12	48.900	10,7
Pesaro E Urbino	2	11.800	1	4.500	3	16.300	4,5
Macerata			3	9.800	3	9.800	3,2
Marche	8	64.050	16	53700	24	117.750	7,8
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.



Molise

L'attività economica regionale ha chiuso il 2010 con un marginale recupero delle attività economiche, secondo un ritmo di sviluppo inferiore a quello medio nazionale ed anche dell'area meridionale. Il reddito pro capite, benché inferiore a quello medio nazionale, supera quello dell'area meridionale con 1.975 Euro in più per abitante (15.317 Euro rispetto a 13.342 Euro nominali), mostrando un valore superiore nella provincia di Isernia, dove raggiunge i 15.356 Euro. La spesa media delle famiglie molisane per l'acquisto di beni durevoli si attesta nel 2010 a 2.291 Euro, mostrando un valore medio sensibilmente superiore a

quello delle famiglie del Mezzogiorno, che si ferma a 1.962 Euro. La spesa in beni durevoli ha registrato una battuta d'arresto nel 2010 (-4.1%) dopo la sostanziale tenuta nel 2009. L'aumento della spesa per elettrodomestici bianchi e piccoli (+8.2%) e mobili (+1.8%), non è stato tale da bilanciare la riduzione della spesa per le attrezzature informatiche (-5.4%) e per veicoli (-12.2% la spesa per auto nuove, -2.2% quella per l'usato e -29.6% per i motoveicoli). Tra le due province si segnala il risultato migliore di Isernia, dove si osserva una tenuta della spesa (0.8%), diversamente da Campobasso, provincia che registra una flessione della spesa del 5.9%, a causa del calo del mercato dell'auto sia nuova che usata.

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)

Province	2008	2009	2010
Isernia	15.143	15.137	15.356
Campobasso	15.144	15.106	15.302
Molise	15.144	15.115	15.317
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)

Province	2009	2010
Isernia	0,0%	1,4%
Campobasso	-0,3%	1,3%
Molise	-0,2%	1,3%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Molise								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	81	87	8,6%	77	-12,2%	28,1	25,8	-3,4
Auto usate	76	76	0,6%	74	-2,2%	24,5	25,0	-0,5
Motoveicoli	10	9	-10,1%	7	-29,6%	3,0	2,2	-0,9
Elettr. bianchi e piccoli	22	21	-0,3%	23	8,2%	6,9	7,8	0,6
Elettr. bruni	23	23	-1,7%	22	-1,6%	7,3	7,5	-0,1
Mobili	94	85	-9,1%	87	1,8%	27,4	29,1	0,5
Informatica famiglie	8	9	7,9%	8	-5,4%	2,8	2,8	-0,2
Durevoli	313	311	-0,6%	298	-4,1%	100,0	100,0	-4,1

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Campobasso	4.793	5.350	4.142	Campobasso	97.331	96.893
Isernia	2.065	1.840	1.774	Isernia	36.369	36.431
Molise	6.858	7.190	5.916	Molise	133.700	133.324
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010	2010	
Isernia	-10,9%	-3,6%	Isernia	
Campobasso	11,6%	-22,6%	Campobasso	
Molise	4,8%	-17,7%	Molise	
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Campobasso	3.814	4.796	3.623	Campobasso	59	66	54	Isernia	607	632
Isernia	1.362	1.559	1.510	Isernia	22	22	23	Campobasso	708	574
Molise	5.176	6.355	5.133	Molise	81	87	77	Molise	680	590
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni auto nuove			Variazione consumi complessivi auto nuove			Variazione spesa per famiglia auto nuove	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Isernia	14,5%	-3,1%	Isernia	1,3%	5,0%	Isernia	4,2%
Campobasso	25,7%	-24,5%	Campobasso	11,3%	-17,9%	Campobasso	-18,9%
Molise	22,8%	-19,2%	Molise	8,6%	-12,2%	Molise	-13,2%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Campobasso	979	554	519	Isernia	-60,0%	-6,0%
Isernia	703	281	264	Campobasso	-43,4%	-6,3%
Molise	1.682	835	783	Molise	-50,4%	-6,2%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Campobasso	11.248	10.901	10.503	Campobasso	53	53	52	Isernia	641	631
Isernia	4.590	4.537	4.419	Isernia	22	23	23	Campobasso	571	549
Molise	15.838	15.438	14.922	Molise	76	76	74	Molise	591	572
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Campobasso	1.626	1.498	1.084	Campobasso	30.257	30.606
Isernia	751	722	524	Isernia	11.924	12.000
Molise	2.377	2.220	1.608	Molise	42.181	42.606
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero motoveicoli			Variazione parco circolante motoveicoli	
Province	2009	2010		2010
Isernia	-3,9%	-27,4%	Campobasso	1,2%
Campobasso	-7,9%	-27,6%	Isernia	0,6%
Molise	-6,6%	-27,6%	Molise	1,0%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Campobasso	7	6	4	Isernia	82	57
Isernia	3	3	2	Campobasso	68	47
Molise	10	9	7	Molise	72	50
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Campobasso	-12,1%	-29,2%	Campobasso	-30,0%
Isernia	-5,7%	-30,6%	Isernia	-31,1%
Molise	-10,1%	-29,6%	Molise	-30,4%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Campobasso	16	16	17	Campobasso	167	179
Isernia	6	6	6	Isernia	166	178
Molise	22	21	23	Molise	167	179
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Isernia	-0,1%	8,3%	Isernia	7,5%
Campobasso	-0,3%	8,2%	Campobasso	6,9%
Molise	-0,3%	8,2%	Molise	7,0%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

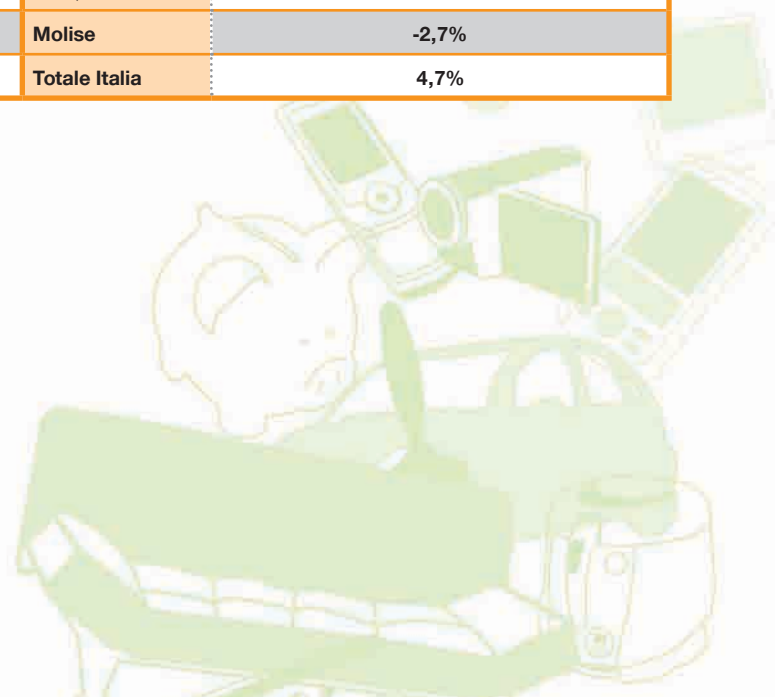
Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Campobasso	17	16	16	Campobasso	176	171
Isernia	6	6	6	Isernia	175	171
Molise	23	23	22	Molise	176	171
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Isernia	-1,6%	-1,6%	Isernia	-2,3%
Campobasso	-1,8%	-1,7%	Campobasso	-2,8%
Molise	-1,7%	-1,6%	Molise	-2,7%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

**Mobili**

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Campobasso	68	61	63	Campobasso	663	667
Isernia	26	24	24	Isernia	657	664
Molise	94	85	87	Molise	661	666
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Campobasso	-9,1%	1,8%	Isernia	1,0%
Isernia	-9,2%	1,8%	Campobasso	0,6%
Molise	-9,1%	1,8%	Molise	0,7%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Campobasso	6	6	6	Campobasso	68	64
Isernia	2	2	2	Isernia	68	64
Molise	8	9	8	Molise	68	64
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010	
Isernia	8,0%	-5,3%	Isernia	-6,0%
Campobasso	7,8%	-5,4%	Campobasso	-6,6%
Molise	7,9%	-5,4%	Molise	-6,4%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

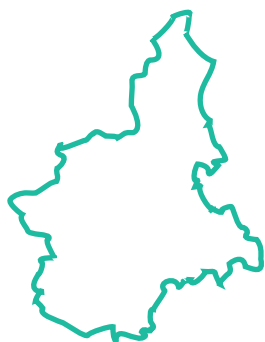


Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Campobasso	5	29.700	1	2.500	6	32.200	13,9
Isernia	0	0	0	0	0	0	0,0
Molise	5	29.700	1	2.500	6	32.200	10,0
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.



Piemonte

Il rilancio dell'economia piemontese è avvenuto ad una velocità inferiore di quella del Nord Ovest, secondo un profilo di recupero inferiore anche a quello medio nazionale. Si è ancorata alla media la riduzione in

termini reali che ha caratterizzato anche nel 2010 il reddito disponibile. Nel corso del 2010 il reddito pro capite piemontese si è portato a 19.924 Euro, evidenziando un'ulteriore riduzione rispetto al 2009, con un'erosione di reddito pro capite di circa 1000 Euro nel biennio 2009-2010. La regione evidenzia un migliore posizionamento rispetto alla media italiana, con un reddito medio per abitante più elevato di 2.353 Euro, ma non rispetto a quella del Nord Ovest, che si attesta a 20.072 Euro. Il reddito disponibile mostra differenze territoriali di rilievo se si confronta la provincia di Biella, con un livello pari a 22.026 Euro, e i profili più contenuti di Verbania e Nova-

ra (18.214 e 18.074 Euro rispettivamente).

La spesa per beni durevoli si è ridotta in Piemonte dell'1.3%, mostrando in regione una caduta più contenuta sia della media nazionale (-2.4%) che dell'area nord-occidentale (-1.7%). La regione ha accusato invece un declino superiore per l'acquisto di auto nuove (-7.7% a fronte del -5.1% nel Nord Ovest). Sono risultate, invece, in aumento le spese per l'acquisto di auto usate (+2.0%), mentre le spese per le due ruote, pur in significativa riduzione (-12.6%), si sono contratte meno della media italiana. Nel segmento di beni per la casa l'elettronica di consumo continua a rilevare il maggiore incremento di spesa (+11.7%), sul quale ha pesato anche lo switch off della tv analogica nel Piemonte orientale. Il confronto provinciale evidenzia la caduta maggiore del mercato dei durevoli in valore a Torino (-2.4%), provincia che registra l'andamento peggiore nelle voci legate alla mobilità, con un forte declino delle immatricolazioni (-18.0%) e della relativa spesa (-10.1% a valori correnti).

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)

Province	2008	2009	2010
Biella	22.482	21.666	22.026
Cuneo	21.562	20.618	20.810
Vercelli	20.884	20.201	20.555
Alessandria	21.197	20.216	20.347
Torino	21.116	19.890	19.911
Asti	19.689	18.777	18.945
Verbania	19.181	18.148	18.214
Novara	18.947	18.017	18.074
Piemonte	20.910	19.831	19.924
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)

Province	2009	2010
Vercelli	-3,3%	1,8%
Biella	-3,6%	1,7%
Cuneo	-4,4%	0,9%
Asti	-4,6%	0,9%
Alessandria	-4,6%	0,7%
Verbania	-5,4%	0,4%
Novara	-4,9%	0,3%
Torino	-5,8%	0,1%
Piemonte	-5,2%	0,5%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Piemonte								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	2.196	2.124	-3,3%	1.961	-7,7%	36,9	34,5	-2,8
Auto usate	1.484	1.416	-4,6%	1.445	2,0%	24,6	25,4	0,5
Motoveicoli	165	148	-10,5%	129	-12,6%	2,6	2,3	-0,3
Elettr. bianchi e piccoli	291	273	-6,2%	275	0,8%	4,7	4,8	0,0
Elettr. bruni	288	320	11,0%	358	11,7%	5,6	6,3	0,6
Mobili	1.515	1.365	-9,9%	1.403	2,8%	23,7	24,7	0,7
Informatica famiglie	110	112	2,0%	114	2,1%	1,9	2,0	0,0
Durevoli	6.049	5.757	-4,8%	5.684	-1,3%	100,0	100,0	-1,3

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Torino	117.756	118.509	116.410	Torino	1.385.596	1.384.892
Cuneo	20.291	21.460	18.963	Cuneo	335.804	334.720
Alessandria	17.890	17.609	15.871	Alessandria	246.527	246.068
Novara	16.118	14.287	12.986	Novara	211.292	211.568
Asti	7.168	7.655	6.698	Asti	116.925	116.546
Vercelli	6.810	6.931	6.480	Biella	115.608	115.459
Biella	6.809	7.088	6.440	Vercelli	109.720	109.342
Verbania	6.058	6.445	5.632	Verbania	102.820	102.736
Piemonte	198.900	199.984	189.480	Piemonte	2.624.292	2.621.331
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Torino	0,6%	-1,8%	Novara	0,1%
Vercelli	1,8%	-6,5%	Torino	-0,1%
Novara	-11,4%	-9,1%	Verbania	-0,1%
Biella	4,1%	-9,1%	Biella	-0,1%
Alessandria	-1,6%	-9,9%	Alessandria	-0,2%
Cuneo	5,8%	-11,6%	Cuneo	-0,3%
Asti	6,8%	-12,5%	Asti	-0,3%
Verbania	6,4%	-12,6%	Vercelli	-0,3%
Piemonte	0,5%	-5,3%	Piemonte	-0,1%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

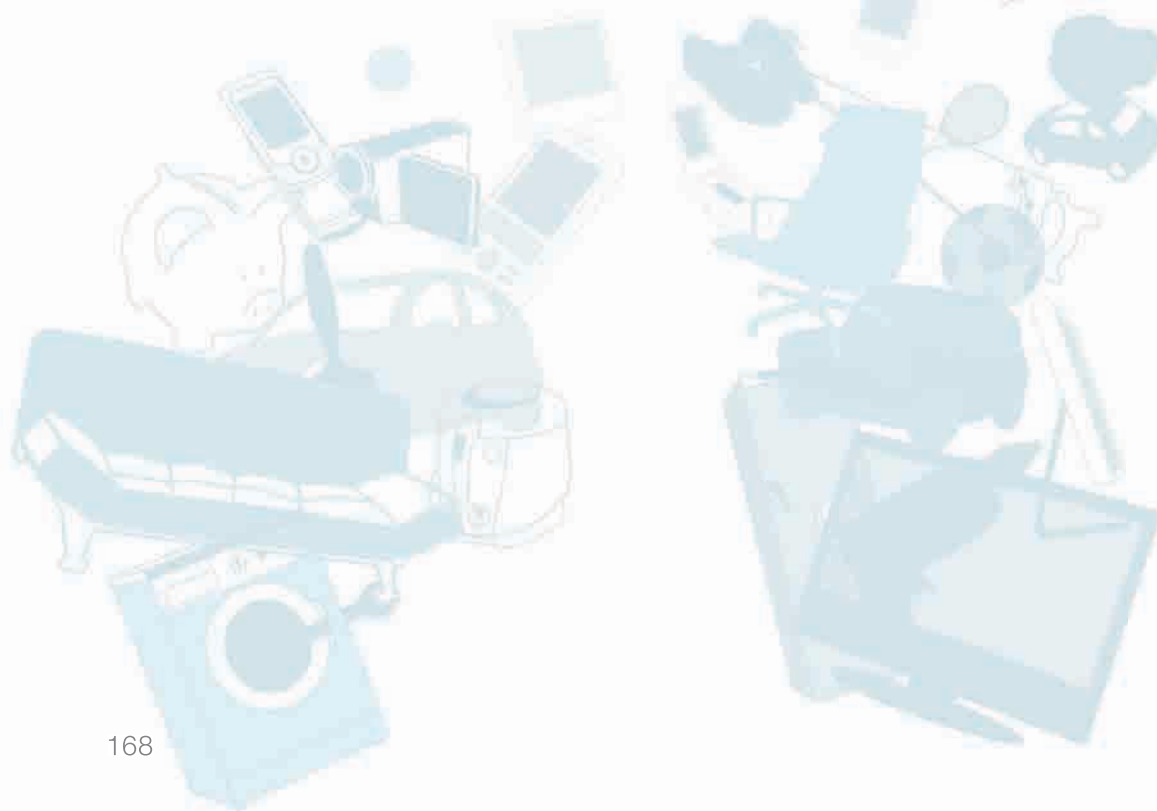
Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Torino	70.121	77.866	63.818	Torino	1.100	1.081	972	Verbania	1.186	1.121
Cuneo	16.322	18.307	15.596	Cuneo	265	263	246	Novara	1.165	1.110
Alessandria	14.067	15.099	13.060	Alessandria	235	223	212	Biella	1.141	1.061
Novara	12.897	12.547	10.943	Novara	216	186	179	Vercelli	1.077	1.056
Asti	5.988	6.825	5.789	Asti	98	99	92	Alessandria	1.096	1.037
Vercelli	5.740	5.947	5.311	Biella	96	96	89	Cuneo	1.038	962
Biella	5.541	6.291	5.310	Vercelli	96	88	87	Asti	1.022	948
Verbania	5.528	6.059	5.201	Verbania	91	88	84	Torino	1.036	926
Piemonte	136.204	148.941	125.028	Piemonte	2.196	2.124	1.961	Piemonte	1.064	976
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Vercelli	3,6%	-10,7%	Vercelli	-8,3%	-1,8%	Vercelli	-2,0%
Novara	-2,7%	-12,8%	Novara	-13,9%	-3,8%	Novara	-4,7%
Alessandria	7,3%	-13,5%	Verbania	-3,0%	-4,9%	Alessandria	-5,4%
Verbania	9,6%	-14,2%	Alessandria	-5,0%	-4,9%	Verbania	-5,5%
Cuneo	12,2%	-14,8%	Cuneo	-0,8%	-6,4%	Biella	-7,0%
Asti	14,0%	-15,2%	Asti	0,9%	-6,7%	Asti	-7,2%
Biella	13,5%	-15,6%	Biella	0,5%	-7,1%	Cuneo	-7,3%
Torino	11,0%	-18,0%	Torino	-1,7%	-10,1%	Torino	-10,7%
Piemonte	9,4%	-16,1%	Piemonte	-3,3%	-7,7%	Piemonte	-8,3%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic



Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Torino	47.635	40.643	52.592	Biella	-37,1%	41,8%
Cuneo	3.969	3.153	3.367	Torino	-14,7%	29,4%
Alessandria	3.823	2.510	2.811	Vercelli	-8,0%	18,8%
Novara	3.221	1.740	2.043	Novara	-46,0%	17,4%
Vercelli	1.070	984	1.169	Alessandria	-34,3%	12,0%
Biella	1.268	797	1.130	Verbania	-27,2%	11,7%
Asti	1.180	830	909	Asti	-29,7%	9,5%
Verbania	530	386	431	Cuneo	-20,6%	6,8%
Piemonte	62.696	51.043	64.452	Piemonte	-18,6%	26,3%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Torino	108.863	101.414	102.138	Torino	763	709	718	Biella	835	858
Cuneo	27.790	27.834	28.198	Cuneo	207	209	215	Cuneo	825	839
Alessandria	20.059	19.845	20.236	Alessandria	150	151	157	Asti	783	823
Novara	15.564	14.406	14.653	Novara	105	98	100	Alessandria	744	767
Asti	11.756	10.940	11.408	Asti	80	76	80	Vercelli	711	714
Biella	8.711	8.350	8.365	Biella	71	70	72	Torino	680	684
Vercelli	8.100	7.681	7.562	Vercelli	61	58	59	Novara	612	620
Verbania	6.866	6.654	6.721	Verbania	46	44	45	Verbania	597	603
Piemonte	207.709	197.124	199.281	Piemonte	1.484	1.416	1.445	Piemonte	709	719
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Asti	-6,9%	4,3%	Asti	-5,9%	5,8%	Asti	5,1%
Alessandria	-1,1%	2,0%	Alessandria	0,6%	3,6%	Alessandria	3,1%
Novara	-7,4%	1,7%	Cuneo	1,1%	2,7%	Biella	2,7%
Cuneo	0,2%	1,3%	Biella	-1,4%	2,5%	Cuneo	1,8%
Verbania	-3,1%	1,0%	Novara	-7,0%	2,4%	Novara	1,4%
Torino	-6,8%	0,7%	Verbania	-3,2%	1,6%	Verbania	0,9%
Biella	-4,1%	0,2%	Torino	-7,1%	1,2%	Torino	0,5%
Vercelli	-5,2%	-1,5%	Vercelli	-3,8%	0,5%	Vercelli	0,4%
Piemonte	-5,1%	1,1%	Piemonte	-4,6%	2,0%	Piemonte	1,4%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Torino	14.077	12.603	10.570	Torino	230.813	229.331
Cuneo	4.006	3.745	3.116	Alessandria	85.213	85.895
Alessandria	3.362	2.992	2.499	Cuneo	53.127	54.230
Novara	2.580	2.659	2.159	Novara	53.797	52.567
Asti	1.593	1.390	1.234	Asti	33.261	33.192
Biella	1.607	1.430	1.206	Biella	33.259	32.873
Vercelli	1.450	1.315	1.093	Vercelli	30.407	30.235
Verbania	1.325	1.281	1.081	Verbania	28.554	28.126
Piemonte	30.000	27.415	22.958	Piemonte	548.431	546.449
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Asti	-12,7%	-11,2%	Cuneo	2,1%
Verbania	-3,3%	-15,6%	Alessandria	0,8%
Biella	-11,0%	-15,7%	Asti	-0,2%
Torino	-10,5%	-16,1%	Vercelli	-0,6%
Alessandria	-11,0%	-16,5%	Torino	-0,6%
Cuneo	-6,5%	-16,8%	Biella	-1,2%
Vercelli	-9,3%	-16,9%	Verbania	-1,5%
Novara	3,1%	-18,8%	Novara	-2,3%
Piemonte	-8,6%	-16,3%	Piemonte	-0,4%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Torino	80	70	61	Biella	82	74
Cuneo	23	21	19	Novara	89	73
Alessandria	19	16	14	Cuneo	85	73
Novara	13	14	12	Verbania	83	73
Asti	8	7	6	Alessandria	81	69
Biella	8	7	6	Asti	70	66
Verbania	6	6	5	Vercelli	74	64
Vercelli	7	6	5	Torino	67	58
Piemonte	165	148	129	Piemonte	74	64
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi motoveicoli			Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
Province	2009	2010		2010
Asti	-16,3%	-4,7%	Asti	-5,3%
Biella	-13,6%	-10,3%	Biella	-10,2%
Verbania	-2,7%	-11,8%	Verbania	-12,4%
Torino	-13,1%	-12,3%	Torino	-12,9%
Cuneo	-8,4%	-12,8%	Cuneo	-13,6%
Vercelli	-10,5%	-14,0%	Vercelli	-14,1%
Alessandria	-13,3%	-14,4%	Alessandria	-14,8%
Novara	6,5%	-16,3%	Novara	-17,1%
Piemonte	-10,5%	-12,6%	Piemonte	-13,2%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Consumi complessivi (mIn Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Torino	151	141	141	Cuneo	143	144
Cuneo	38	36	37	Asti	140	142
Alessandria	29	27	27	Novara	141	141
Novara	24	23	23	Biella	139	141
Asti	14	14	14	Vercelli	135	138
Biella	12	12	12	Verbania	135	135
Vercelli	12	11	11	Torino	135	134
Verbania	11	10	10	Alessandria	133	134
Piemonte	291	273	275	Piemonte	137	137
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Vercelli	-5,4%	2,0%	Vercelli	1,8%
Cuneo	-5,7%	1,8%	Biella	1,4%
Asti	-6,0%	1,5%	Asti	0,9%
Biella	-5,4%	1,3%	Cuneo	0,8%
Novara	-6,0%	1,3%	Alessandria	0,6%
Alessandria	-6,0%	1,1%	Novara	0,3%
Verbania	-6,4%	0,5%	Verbania	-0,2%
Torino	-6,6%	0,2%	Torino	-0,4%
Piemonte	-6,2%	0,8%	Piemonte	0,2%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
<i>Province</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>Province</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>
Torino	149	165	179	Biella	163	193
Cuneo	38	42	46	Asti	165	192
Alessandria	29	32	37	Novara	165	192
Novara	24	26	31	Vercelli	159	190
Asti	14	16	19	Verbania	159	184
Biella	12	14	16	Cuneo	168	181
Vercelli	12	13	16	Alessandria	156	181
Verbania	11	12	14	Torino	158	171
Piemonte	288	320	358	Piemonte	160	178
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
<i>Province</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>		<i>2010</i>
Vercelli	12,0%	19,5%	Vercelli	19,4%
Biella	12,0%	18,3%	Biella	18,5%
Asti	11,4%	17,5%	Asti	16,8%
Novara	11,3%	17,1%	Novara	15,9%
Verbania	10,9%	16,5%	Verbania	15,7%
Alessandria	11,3%	16,2%	Alessandria	15,6%
Cuneo	11,6%	9,1%	Cuneo	8,0%
Torino	10,6%	8,5%	Torino	7,8%
Piemonte	11,0%	11,7%	Piemonte	10,9%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic



Mobili						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
<i>Province</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>Province</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>
Torino	806	727	750	Biella	707	719
Cuneo	191	171	176	Torino	697	714
Alessandria	146	132	136	Verbania	695	709
Novara	122	109	111	Cuneo	674	689
Asti	71	64	66	Novara	682	686
Biella	66	59	60	Asti	663	675
Verbania	57	52	53	Alessandria	650	664
Vercelli	56	51	51	Vercelli	618	627
Piemonte	1.515	1.365	1.403	Piemonte	683	698
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
<i>Province</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>		<i>2010</i>
Torino	-9,8%	3,2%	Torino	2,5%
Cuneo	-10,3%	3,1%	Alessandria	2,2%
Alessandria	-9,7%	2,7%	Cuneo	2,1%
Verbania	-9,9%	2,6%	Verbania	1,9%
Asti	-9,9%	2,4%	Asti	1,8%
Vercelli	-10,2%	1,7%	Biella	1,7%
Novara	-10,6%	1,6%	Vercelli	1,6%
Biella	-9,3%	1,5%	Novara	0,6%
Piemonte	-9,9%	2,8%	Piemonte	2,2%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Torino	57	58	59	Cuneo	58	60
Cuneo	14	15	15	Asti	57	59
Alessandria	11	11	11	Novara	58	59
Novara	9	9	9	Biella	57	58
Asti	5	6	6	Vercelli	55	57
Biella	5	5	5	Verbania	55	56
Vercelli	4	5	5	Torino	55	56
Verbania	4	4	4	Alessandria	55	56
Piemonte	110	112	114	Piemonte	56	57
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Vercelli	2,9%	3,3%	Vercelli	3,1%
Cuneo	2,4%	3,2%	Biella	2,5%
Asti	2,1%	2,9%	Asti	2,2%
Novara	2,1%	2,5%	Cuneo	2,2%
Biella	3,1%	2,4%	Alessandria	1,9%
Alessandria	2,3%	2,3%	Novara	1,5%
Verbania	1,9%	1,7%	Verbania	1,0%
Torino	1,6%	1,5%	Torino	0,9%
Piemonte	2,0%	2,1%	Piemonte	1,4%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

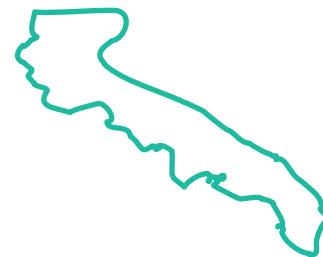
Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Biella	2	13.400	5	17.897	7	31.297	16,6
Alessandria	6	35.810	9	30.080	15	65.890	15,6
Verbano-Cusio-Ossola	1	7.000	5	16.697	6	23.697	14,7
Novara	5	28.500	4	15.500	9	44.000	12,5
Cuneo	5	34.750	10	33.023	15	67.773	12,0
Torino	20	150.929	18	60.278	38	211.207	9,6
Vercelli	2	14.172	1	2.750	3	16.922	9,6
Asti	1	6.535	1	3.000	2	9.535	4,5
Piemonte	42	291.096	53	179.225	95	470.321	11,0
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.

Puglia



Le attività economiche regionali hanno reagito alla crisi seguendo un percorso di crescita più moderata della media nazionale e anche inferiore allo sviluppo medio dell'area meridionale. La regione ha scontato più pesantemente di altre aree, anche meridionali, il calo del reddito disponibile in termini reali. Il reddito disponibile per abitante, valutato nominalmente, è calato rispetto al 2009, attestandosi con 13.108 Euro, sotto la media del Mezzogiorno, con un livello tra i meno elevati del paese (4.463 Euro in meno rispetto al reddito medio nazionale). Dal dettaglio provinciale non emergono forti squilibri tra le province pugliesi: Taranto presenta un reddito medio per abitante di 13.405 Euro, il livello più alto in regione, mentre è Foggia la provincia a minor reddito, con 12.679 Euro pro capite.

La Puglia è la regione italiana dove nel 2010 si è ridotta più sensibilmente la spesa per beni durevoli (-6.7%), con un importo medio di spesa per famiglia di 1.930

Euro, 589 Euro meno della media nazionale. È risultato particolarmente intenso il calo della spesa per auto sia nuove che usate (-13.7% e -8.6% rispettivamente) ed anche la spesa per l'acquisto di motoveicoli ha accusato in regione uno dei cali più accentuati (-29.2%). Bilancia parzialmente il quadro la spesa per l'acquisto di elettrodomestici bianchi e piccoli, che cresce del 7.2% circa e per i mobili del 2.6%, mentre calano del 6.3% nel 2010 le spese per le attrezzature informatiche e del 2.5% quelle per gli elettrodomestici bruni. Bari, la provincia con la spesa per famiglia più elevata relativamente ai beni durevoli, è anche l'area dove la stessa si è ridotta maggiormente (-8.6%), seguita da Brindisi (-6.4%): queste province sono state particolarmente penalizzate dal forte calo della spesa per auto nuove e usate.

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)			
Province	2008	2009	2010
Taranto	13.914	13.567	13.405
Bari	13.748	13.489	13.343
Lecce	13.563	13.193	12.995
Brindisi	13.069	12.815	12.694
Foggia	13.067	12.804	12.679
Puglia	13.554	13.260	13.108
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)		
Province	2009	2010
Brindisi	-1,9%	-0,9%
Foggia	-2,0%	-1,0%
Bari	-1,9%	-1,1%
Taranto	-2,5%	-1,2%
Lecce	-2,7%	-1,5%
Puglia	-2,2%	-1,2%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Puglia								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	902	965	7,0%	833	-13,7%	30,1	27,9	-4,1
Auto usate	879	872	-0,8%	796	-8,6%	27,2	26,6	-2,3
Motoveicoli	105	104	-0,5%	74	-29,2%	3,3	2,5	-1,0
Elettrodomestici bianchi e piccoli	228	223	-2,1%	240	7,2%	7,0	8,0	0,5
Elettrodomestici bruni	244	235	-3,3%	230	-2,5%	7,3	7,7	-0,2
Mobili	798	713	-10,7%	732	2,6%	22,2	24,5	0,6
Informatica famiglie	86	91	6,1%	86	-6,3%	2,8	2,9	-0,2
Durevoli	3.242	3.204	-1,2%	2.989	-6,7%	100,0	100,0	-6,7

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bari	33.794	35.929	30.840	Bari	551.251	551.849
Lecce	16.637	18.988	16.158	Lecce	302.917	301.694
Taranto	10.523	12.390	9.289	Taranto	234.203	231.299
Foggia	9.587	10.488	8.556	Foggia	224.920	225.132
Brindisi	6.666	7.702	5.985	Brindisi	155.932	155.056
Puglia	77.207	85.497	70.828	Puglia	1.469.223	1.465.030
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Bari	6,3%	-14,2%	Bari	0,1%
Lecce	14,1%	-14,9%	Foggia	0,1%
Foggia	9,4%	-18,4%	Lecce	-0,4%
Brindisi	15,5%	-22,3%	Brindisi	-0,6%
Taranto	17,7%	-25,0%	Taranto	-1,2%
Puglia	10,7%	-17,2%	Puglia	-0,3%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bari	27.013	31.801	25.106	Bari	393	410	354	Lecce	696	607
Lecce	14.059	17.592	14.283	Lecce	196	218	192	Bari	692	591
Taranto	8.287	10.323	8.115	Taranto	115	127	109	Taranto	564	479
Foggia	8.146	9.750	7.633	Foggia	115	122	104	Brindisi	586	475
Brindisi	5.719	7.026	5.294	Brindisi	82	89	74	Foggia	491	415
Puglia	63.224	76.492	60.431	Puglia	902	965	833	Puglia	631	538
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Lecce	25,1%	-18,8%	Lecce	10,7%	-11,5%	Lecce	-12,8%
Bari	17,7%	-21,1%	Bari	4,2%	-13,6%	Bari	-14,6%
Taranto	24,6%	-21,4%	Taranto	10,2%	-14,0%	Taranto	-15,0%
Foggia	19,7%	-21,7%	Foggia	5,9%	-14,8%	Foggia	-15,5%
Brindisi	22,9%	-24,7%	Brindisi	8,7%	-17,7%	Brindisi	-18,9%
Puglia	21,0%	-21,0%	Puglia	7,0%	-13,7%	Puglia	-14,7%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bari	6.781	4.128	5.734	Bari	-39,1%	38,9%
Lecce	2.578	1.396	1.875	Lecce	-45,8%	34,3%
Taranto	2.236	2.067	1.174	Foggia	-48,8%	25,1%
Foggia	1.441	738	923	Brindisi	-28,6%	2,2%
Brindisi	947	676	691	Taranto	-7,6%	-43,2%
Puglia	13.983	9.005	10.397	Puglia	-35,6%	15,5%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bari	84.006	82.666	69.452	Bari	351	350	299	Brindisi	631	591
Lecce	40.414	40.803	38.011	Lecce	160	162	153	Taranto	569	544
Foggia	36.205	34.672	32.787	Foggia	139	135	129	Foggia	544	517
Taranto	32.940	31.429	29.987	Taranto	133	128	124	Bari	591	499
Brindisi	24.283	23.758	21.980	Brindisi	95	96	92	Lecce	519	482
Puglia	217.848	213.328	192.217	Puglia	879	872	796	Puglia	569	514
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Taranto	-4,6%	-4,6%	Taranto	-3,7%	-3,3%	Taranto	-4,3%
Foggia	-4,2%	-5,4%	Foggia	-3,0%	-4,2%	Foggia	-5,0%
Lecce	1,0%	-6,8%	Brindisi	1,2%	-4,9%	Brindisi	-6,3%
Brindisi	-2,2%	-7,5%	Lecce	1,4%	-5,9%	Lecce	-7,2%
Bari	-1,6%	-16,0%	Bari	-0,3%	-14,6%	Bari	-15,5%
Puglia	-2,1%	-9,9%	Puglia	-0,8%	-8,6%	Puglia	-9,7%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bari	10.083	10.455	7.191	Bari	157.518	156.703
Lecce	4.492	4.561	3.354	Lecce	83.663	81.682
Taranto	3.858	3.359	2.427	Taranto	77.621	78.383
Foggia	3.202	2.992	2.189	Foggia	46.822	45.359
Brindisi	2.234	2.064	1.543	Brindisi	42.739	42.115
Puglia	23.869	23.431	16.704	Puglia	408.363	404.242
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Brindisi	-7,6%	-25,2%	Taranto	1,0%
Lecce	1,5%	-26,5%	Bari	-0,5%
Foggia	-6,6%	-26,8%	Brindisi	-1,5%
Taranto	-12,9%	-27,7%	Lecce	-2,4%
Bari	3,7%	-31,2%	Foggia	-3,1%
Puglia	-1,8%	-28,7%	Puglia	-1,0%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bari	45	48	33	Bari	81	55
Lecce	19	19	14	Taranto	68	48
Taranto	18	15	11	Lecce	62	45
Foggia	14	13	9	Brindisi	56	39
Brindisi	9	8	6	Foggia	53	38
Puglia	105	104	74	Puglia	68	48
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Lecce	3,7%	-26,4%	Lecce	-27,5%
Brindisi	-6,7%	-28,3%	Foggia	-29,2%
Foggia	-6,4%	-28,7%	Brindisi	-29,4%
Taranto	-13,7%	-28,7%	Taranto	-29,5%
Bari	6,0%	-30,8%	Bari	-31,6%
Puglia	-0,5%	-29,2%	Puglia	-30,0%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bari	90	88	94	Foggia	151	161
Lecce	45	44	47	Bari	148	158
Foggia	38	38	40	Brindisi	145	153
Taranto	32	32	34	Lecce	142	149
Brindisi	23	22	24	Taranto	141	149
Puglia	228	223	240	Puglia	146	155
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Bari	-1,9%	7,5%	Bari	6,3%
Brindisi	-2,0%	7,4%	Foggia	6,2%
Foggia	-1,9%	7,1%	Taranto	5,9%
Taranto	-2,4%	7,0%	Brindisi	5,8%
Lecce	-2,4%	6,8%	Lecce	5,3%
Puglia	-2,1%	7,2%	Puglia	6,0%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bari	96	93	90	Foggia	159	154
Lecce	48	47	45	Bari	156	151
Foggia	41	40	38	Brindisi	153	147
Taranto	35	33	33	Lecce	149	143
Brindisi	24	23	23	Taranto	148	143
Puglia	244	235	230	Puglia	154	148
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Bari	-3,2%	-2,3%	Bari	-3,3%
Brindisi	-3,2%	-2,3%	Foggia	-3,4%
Foggia	-3,2%	-2,6%	Taranto	-3,8%
Taranto	-3,6%	-2,7%	Brindisi	-3,8%
Lecce	-3,6%	-2,9%	Lecce	-4,3%
Puglia	-3,3%	-2,5%	Puglia	-3,6%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bari	312	278	285	Foggia	495	504
Lecce	158	141	145	Bari	470	477
Foggia	137	123	126	Brindisi	470	476
Taranto	111	99	102	Lecce	452	457
Brindisi	80	72	74	Taranto	439	447
Puglia	798	713	732	Puglia	466	473
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Taranto	-10,6%	2,8%	Foggia	1,8%
Brindisi	-10,5%	2,7%	Taranto	1,6%
Lecce	-10,7%	2,6%	Bari	1,5%
Bari	-10,8%	2,6%	Lecce	1,2%
Foggia	-10,5%	2,6%	Brindisi	1,1%
Puglia	-10,7%	2,6%	Puglia	1,5%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Bari	34	36	34	Foggia	62	57
Lecce	17	18	17	Bari	61	56
Foggia	14	15	14	Brindisi	59	55
Taranto	12	13	12	Lecce	58	53
Brindisi	9	9	8	Taranto	57	53
Puglia	86	91	86	Puglia	60	55
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Bari	6,2%	-6,0%	Bari	-7,1%
Brindisi	6,2%	-6,1%	Foggia	-7,1%
Foggia	6,2%	-6,4%	Taranto	-7,5%
Taranto	5,8%	-6,5%	Brindisi	-7,5%
Lecce	5,7%	-6,7%	Lecce	-8,0%
Puglia	6,1%	-6,3%	Puglia	-7,4%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Bari	9	83.076	3	7.500	12	90.576	5,8
Taranto	2	17.150	2	5.350	4	22.500	3,9
Lecce	2	13.900	5	15.151	7	29.051	3,6
Brindisi	1	7.000	1	2.500	2	9.500	2,4
Foggia	2	12.100	1	3.500	3	15.600	2,3
Puglia	16	133.226	12	34.001	28	167.227	4,1
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.



Sardegna

L'attività economica regionale ha reagito modestamente alla crisi come nella media dell'area meridionale, evidenziando un ritmo di sviluppo inferiore a quello del Centro-Nord.

Il reddito per abitante, espresso in termini nominali, è rimasto pressoché stabile, attestandosi a 14.614 Euro, così come non ha subito suscettibili modifiche la spesa pro capite che si è posta a 13.228 Euro. I livelli di reddito e consumo pro capite risultano superiori alla media del Mezzogiorno, grazie all'elevato apporto del turismo, che incrementa il reddito della regione e la spesa per consumi dei non residenti. Il reddito medio di un cittadino sardo è tuttavia inferiore di 2.957 Euro rispetto a quello di un cittadino italiano. A livello provinciale Sassari mantiene un livello superiore alle altre province in termini di reddito pro capite (15.757 Euro), mostrando un divario massimo con Oristano, dove il reddito medio si attesta a 13.165 Euro.

La spesa per beni durevoli è calata in regione del 4.7%, accusando una velocità di caduta quasi doppia di quella nazionale. È il comparto delle spese per la mobilità quello più colpito dalla stretta sui redditi, con una riduzione dell'11.9% delle spese per l'acquisto di auto nuove e del 21.3% di quelle legate all'acquisto di moto-veicoli, perdite superiori a quelle medie nazionali. La più forte riduzione nel segmento del nuovo non ha sostenuto un maggiore sviluppo dell'usato, poiché anche nel mercato secondario la regione accusa un calo di spesa pari al 2.3%. In crescita le voci legate alle spese per durevoli per la casa, che registrano aumenti più significativi negli elettrodomestici bianchi e piccoli (+6.5%) e nei mobili (+2.1%), mentre cala la spesa per l'acquisto di tecnologie informatiche (-6.5%) e per gli elettrodomestici bruni (-2.7%). A livello provinciale le spese in beni durevoli per la casa sono aumentate in tutte le province, con un profilo appena più modesto a Sassari, provincia che registra il calo più intenso della spesa complessiva in articoli durevoli (-5.2%).

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)

Province	2008	2009	2010
Sassari	16.066	15.863	15.757
Cagliari	14.423	14.279	14.399
Nuoro	13.465	13.689	13.950
Oristano	13.045	13.013	13.165
Sardegna	14.621	14.530	14.614
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)

Province	2009	2010
Nuoro	1,7%	1,9%
Oristano	-0,2%	1,2%
Cagliari	-1,0%	0,8%
Sassari	-1,3%	-0,7%
Sardegna	-0,6%	0,6%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Sardegna								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	531	538	1,3%	474	-11,9%	35,8	33,0	-4,3
Auto usate	336	334	-0,6%	327	-2,3%	22,2	22,8	-0,5
Motoveicoli	40	36	-10,0%	28	-21,3%	2,4	2,0	-0,5
Elettr. bianchi e piccoli	82	83	0,7%	88	6,5%	5,5	6,2	0,4
Elettr. bruni	88	87	-1,0%	85	-2,7%	5,8	5,9	-0,2
Mobili	428	393	-8,1%	401	2,1%	26,1	28,0	0,6
Informatica famiglie	31	34	8,7%	32	-6,5%	2,2	2,2	-0,1
Durevoli	1.537	1.506	-2,0%	1.435	-4,7%	100,0	100,0	-4,7

Fonte: Prometeia - Findomestic


Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cagliari	21.753	23.567	20.135	Cagliari	367.004	367.241
Sassari	14.934	15.565	12.929	Sassari	253.930	254.717
Nuoro	4.960	5.089	4.320	Nuoro	99.764	99.833
Oristano	3.602	4.328	3.493	Oristano	56.357	56.338
Sardegna	45.249	48.549	40.877	Sardegna	777.055	778.129
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010	2010	
Cagliari	8,3%	-14,6%	Sassari	0,3%
Nuoro	2,6%	-15,1%	Nuoro	0,1%
Sassari	4,2%	-16,9%	Cagliari	0,1%
Oristano	20,2%	-19,3%	Oristano	0,0%
Sardegna	7,3%	-15,8%	Sardegna	0,1%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cagliari	18.182	21.413	17.011	Cagliari	256	267	234	Cagliari	857	741
Sassari	12.291	13.452	10.722	Sassari	169	164	145	Sassari	820	713
Nuoro	4.404	4.772	3.890	Nuoro	60	58	52	Oristano	819	709
Oristano	3.333	4.104	3.277	Oristano	46	50	44	Nuoro	526	466
Sardegna	38.210	43.741	34.900	Sardegna	531	538	474	Sardegna	790	686
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Nuoro	8,4%	-18,5%	Nuoro	-4,1%	-10,2%	Nuoro	-11,4%
Oristano	23,1%	-20,2%	Sassari	-3,2%	-11,8%	Sassari	-13,0%
Sassari	9,4%	-20,3%	Oristano	9,0%	-12,2%	Oristano	-13,4%
Cagliari	17,8%	-20,6%	Cagliari	4,2%	-12,3%	Cagliari	-13,5%
Sardegna	14,5%	-20,2%	Sardegna	1,3%	-11,9%	Sardegna	-13,1%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cagliari	3.571	2.154	3.124	Cagliari	-39,7%	45,0%
Sassari	2.643	2.113	2.207	Nuoro	-43,0%	35,6%
Nuoro	556	317	430	Sassari	-20,1%	4,4%
Oristano	269	224	216	Oristano	-16,7%	-3,6%
Sardegna	7.039	4.808	5.977	Sardegna	-31,7%	24,3%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cagliari	37.067	36.342	34.947	Cagliari	159	159	155	Sassari	517	499
Sassari	23.351	22.292	21.865	Sassari	109	103	101	Cagliari	511	491
Nuoro	10.984	11.081	10.424	Nuoro	43	45	43	Oristano	449	444
Oristano	6.772	6.947	6.785	Oristano	26	27	28	Nuoro	407	387
Sardegna	78.174	76.662	74.021	Sardegna	336	334	327	Sardegna	490	472
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Sassari	-4,5%	-1,9%	Oristano	7,1%	0,4%	Oristano	-1,0%
Oristano	2,6%	-2,3%	Sassari	-5,5%	-2,0%	Sassari	-3,3%
Cagliari	-2,0%	-3,8%	Cagliari	0,1%	-2,6%	Cagliari	-3,9%
Nuoro	0,9%	-5,9%	Nuoro	4,7%	-3,5%	Nuoro	-4,9%
Sardegna	-1,9%	-3,4%	Sardegna	-0,6%	-2,3%	Sardegna	-3,6%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cagliari	4.305	3.949	3.019	Cagliari	99.385	97.857
Sassari	3.018	2.813	2.094	Sassari	61.462	61.200
Nuoro	974	854	730	Oristano	18.083	17.547
Oristano	662	613	507	Nuoro	16.861	16.929
Sardegna	8.959	8.229	6.350	Sardegna	195.791	193.533
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Nuoro	-12,3%	-14,5%	Nuoro	0,4%
Oristano	-7,4%	-17,3%	Sassari	-0,4%
Cagliari	-8,3%	-23,6%	Cagliari	-1,5%
Sassari	-6,8%	-25,6%	Oristano	-3,0%
Sardegna	-8,1%	-22,8%	Sardegna	-1,2%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cagliari	20	18	14	Sassari	66	49
Sassari	14	13	10	Cagliari	56	44
Nuoro	3	3	2	Oristano	38	33
Oristano	3	2	2	Nuoro	26	21
Sardegna	40	36	28	Sardegna	53	41
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Oristano	-9,1%	-13,4%	Oristano	-14,6%
Nuoro	-7,5%	-16,8%	Nuoro	-17,9%
Cagliari	-11,3%	-20,9%	Cagliari	-22,0%
Sassari	-8,8%	-24,3%	Sassari	-25,3%
Sardegna	-10,0%	-21,3%	Sardegna	-22,4%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cagliari	38	38	41	Oristano	124	131
Sassari	24	24	25	Cagliari	123	129
Nuoro	13	13	14	Nuoro	120	129
Oristano	8	8	8	Sassari	120	124
Sardegna	82	83	88	Sardegna	122	128
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Nuoro	1,3%	9,3%	Nuoro	7,8%
Oristano	0,4%	7,0%	Oristano	5,6%
Cagliari	0,4%	6,3%	Cagliari	4,9%
Sassari	1,0%	5,1%	Sassari	3,7%
Sardegna	0,7%	6,5%	Sardegna	5,1%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cagliari	41	40	39	Oristano	131	125
Sassari	25	25	24	Cagliari	130	124
Nuoro	14	14	14	Nuoro	126	123
Oristano	8	8	8	Sassari	125	120
Sardegna	88	87	85	Sardegna	128	123
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Nuoro	-0,2%	-0,7%	Nuoro	-2,1%
Oristano	-1,0%	-2,6%	Oristano	-4,0%
Sassari	-1,2%	-3,0%	Sassari	-4,3%
Cagliari	-1,1%	-3,2%	Cagliari	-4,6%
Sardegna	-1,0%	-2,7%	Sardegna	-4,0%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cagliari	201	186	190	Oristano	609	615
Sassari	119	107	108	Cagliari	596	601
Nuoro	68	63	65	Nuoro	580	586
Oristano	40	37	38	Sassari	533	535
Sardegna	428	393	401	Sardegna	576	581
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Nuoro	-7,2%	2,5%	Nuoro	1,1%
Oristano	-6,7%	2,5%	Oristano	1,1%
Cagliari	-7,5%	2,2%	Cagliari	0,8%
Sassari	-10,2%	1,7%	Sassari	0,3%
Sardegna	-8,1%	2,1%	Sardegna	0,7%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia

Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Cagliari	14	16	15	Oristano	51	47
Sassari	9	10	9	Cagliari	50	46
Nuoro	5	5	5	Nuoro	49	46
Oristano	3	3	3	Sassari	48	45
Sardegna	31	34	32	Sardegna	50	46
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi		Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010
Nuoro	9,5%	-4,5%	-5,8%
Oristano	8,6%	-6,4%	-7,7%
Sassari	8,5%	-6,8%	-8,1%
Cagliari	8,6%	-7,0%	-8,3%
Sardegna	8,7%	-6,5%	-7,8%
Totale Italia	5,9%	0,8%	-0,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Cagliari	5	39.000	7	19.800	12	58.800	7,7
Sassari	1	5.200	6	22.600	7	27.800	6,0
Nuoro			3	8.500	3	8.500	3,2
Oristano			1	3.500	1	3.500	2,3
Sardegna	6	44.200	17	54.400	23	98.600	6,0
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.

Sicilia



La Sicilia ha avviato la ripresa con maggiore dinamicità rispetto a molte regioni dell'area meridionale, pur registrando un tasso di sviluppo inferiore a quello medio nazionale. È nuovamente risultato in calo il reddito disponibile reale, che mostra una caduta più contenuta sia di quella nazionale che del Mezzogiorno. Il reddito pro capite siciliano, espresso in termini nominali, ha evidenziato una sostanziale tenuta sui livelli del biennio precedente, attestandosi nel 2010 a 13.318 Euro, ma la Sicilia mostra un reddito per abitante tra i più bassi nella graduatoria nazionale, più elevato solo di Puglia e Campania. Il divario del reddito pro capite siciliano rispetto a quello medio italiano è di 4.253 Euro, mentre è contenuto il gap con la media del Mezzogiorno. A livello provinciale spiccano in termini di reddito pro capite le province di Messina e Palermo, con rispettivamente 13.737 e 13.730 Euro, mentre è la provincia di Enna quella con il reddito pro capite meno elevato (12.398 Euro), agli ultimi posti anche nella graduatoria nazionale.

Nell'acquisto di beni durevoli le famiglie siciliane spendono l'importo più ridotto tra le regioni italiane, valore che si attesta a 1.859 Euro per famiglia, 661 Euro in

meno rispetto a quanto spende mediamente una famiglia italiana. La spesa per articoli durevoli ha subito una notevole frenata nel 2010, calando del 4.2% sull'anno precedente, penalizzata da una marcata flessione della spesa per auto nuove e usate (-8.7% e -3.5%) e di quella per motoveicoli (-25.1%), comparti dove si concentra il 60% della spesa. È risultata in calo anche la spesa per attrezzature informatiche (-4.7%) e per elettrodomestici bruni (-1.0%), mentre la crescita del comparto dei mobili e degli elettrodomestici bianchi e piccoli non raggiunge incrementi tali da compensare la perdita delle altre voci di spesa. Nel comparto automobilistico Agrigento mostra i peggiori risultati (-13.8% il nuovo e -4.7% l'usato), mentre Enna si distingue come l'unica provincia dove la spesa per l'acquisto di auto usate cala solo marginalmente (-0.9%). Tutte le province mostrano aumenti delle spese in articoli durevoli per la casa, con variazioni più elevate a Caltanissetta e Trapani, grazie alla migliore dinamica nel segmento dei mobili.

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)			
Province	2008	2009	2010
Messina	13.331	13.483	13.737
Palermo	13.550	13.584	13.730
Siracusa	12.811	12.995	13.263
Agrigento	12.929	13.023	13.239
Catania	13.127	13.097	13.217
Ragusa	13.259	13.094	13.088
Trapani	12.816	12.700	12.772
Caltanissetta	12.533	12.575	12.755
Enna	12.253	12.251	12.398
Sicilia	13.134	13.161	13.318
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)		
Province	2009	2010
Siracusa	1,4%	2,1%
Messina	1,1%	1,9%
Agrigento	0,7%	1,7%
Caltanissetta	0,3%	1,4%
Enna	0,0%	1,2%
Palermo	0,2%	1,1%
Catania	-0,2%	0,9%
Trapani	-0,9%	0,6%
Ragusa	-1,3%	0,0%
Sicilia	0,2%	1,2%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Sicilia								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	1.231	1.213	-1,5%	1.107	-8,7%	31,3	29,8	-2,7
Auto usate	874	859	-1,7%	830	-3,5%	22,2	22,4	-0,8
Motoveicoli	246	237	-3,5%	178	-25,1%	6,1	4,8	-1,5
Elettr. bianchi e piccoli	236	236	-0,1%	257	9,0%	6,1	6,9	0,5
Elettr. bruni	252	248	-1,5%	246	-1,0%	6,4	6,6	-0,1
Mobili	1.099	983	-10,6%	1.001	1,9%	25,4	27,0	0,5
Informatica famiglie	89	96	8,1%	92	-4,7%	2,5	2,5	-0,1
Durevoli	4.028	3.873	-3,9%	3.710	-4,2%	100,0	100,0	-4,2

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Palermo	34.034	32.320	30.963	Palermo	541.736	542.997
Catania	22.367	23.554	20.228	Catania	510.908	510.997
Messina	14.776	14.926	13.475	Messina	302.718	302.751
Trapani	8.441	9.484	8.159	Trapani	189.450	187.306
Siracusa	8.969	9.264	8.036	Agrigento	185.868	185.840
Agrigento	7.830	8.521	7.178	Siracusa	181.526	182.276
Ragusa	7.456	7.817	6.592	Ragusa	142.788	142.124
Caltanissetta	4.792	5.236	4.416	Caltanissetta	105.446	106.174
Enna	2.540	2.584	2.286	Enna	57.167	56.676
Sicilia	111.205	113.706	101.333	Sicilia	2.217.607	2.217.141
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Palermo	-5,0%	-4,2%	Caltanissetta	0,7%
Messina	1,0%	-9,7%	Siracusa	0,4%
Enna	1,7%	-11,5%	Palermo	0,2%
Siracusa	3,3%	-13,3%	Catania	0,0%
Trapani	12,4%	-14,0%	Messina	0,0%
Catania	5,3%	-14,1%	Agrigento	0,0%
Caltanissetta	9,3%	-15,7%	Ragusa	-0,5%
Ragusa	4,8%	-15,7%	Enna	-0,9%
Agrigento	8,8%	-15,8%	Trapani	-1,1%
Sicilia	2,2%	-10,9%	Sicilia	0,0%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Palermo	26.750	29.261	24.431	Palermo	351	340	312	Palermo	709	646
Catania	18.382	20.944	17.372	Catania	256	258	235	Siracusa	661	603
Messina	12.787	13.758	11.736	Messina	169	161	151	Trapani	616	559
Trapani	7.484	8.788	7.352	Siracusa	110	104	96	Ragusa	629	546
Siracusa	7.878	8.469	7.115	Trapani	98	102	93	Messina	578	540
Agrigento	6.673	7.886	6.234	Agrigento	84	88	76	Catania	596	538
Ragusa	5.970	6.641	5.344	Ragusa	80	78	69	Caltanissetta	531	494
Caltanissetta	4.075	4.641	3.896	Caltanissetta	52	53	48	Agrigento	506	435
Enna	2.430	2.487	2.182	Enna	31	28	27	Enna	402	375
Sicilia	92.429	102.875	85.662	Sicilia	1.231	1.213	1.107	Sicilia	612	555
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Enna	2,3%	-12,3%	Enna	-9,4%	-4,8%	Messina	-6,7%
Messina	7,6%	-14,7%	Messina	-4,8%	-6,2%	Enna	-6,8%
Siracusa	7,5%	-16,0%	Siracusa	-4,9%	-8,0%	Caltanissetta	-7,0%
Caltanissetta	13,9%	-16,1%	Palermo	-3,2%	-8,2%	Siracusa	-8,8%
Trapani	17,4%	-16,3%	Trapani	3,9%	-8,4%	Palermo	-8,9%
Palermo	9,4%	-16,5%	Caltanissetta	0,8%	-8,6%	Trapani	-9,3%
Catania	13,9%	-17,1%	Catania	0,8%	-9,0%	Catania	-9,7%
Ragusa	11,2%	-19,5%	Ragusa	-1,6%	-11,9%	Ragusa	-13,2%
Agrigento	18,2%	-20,9%	Agrigento	4,6%	-13,8%	Agrigento	-14,2%
Sicilia	11,3%	-16,7%	Sicilia	-1,5%	-8,7%	Sicilia	-9,3%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Palermo	7.284	3.059	6.532	Palermo	-58,0%	113,5%
Catania	3.985	2.610	2.856	Messina	-41,3%	48,9%
Messina	1.989	1.168	1.739	Agrigento	-45,1%	48,7%
Ragusa	1.486	1.176	1.248	Trapani	-27,3%	15,9%
Agrigento	1.157	635	944	Siracusa	-27,1%	15,8%
Siracusa	1.091	795	921	Catania	-34,5%	9,4%
Trapani	957	696	807	Enna	-11,8%	7,2%
Caltanissetta	717	595	520	Ragusa	-20,9%	6,1%
Enna	110	97	104	Caltanissetta	-17,0%	-12,6%
Sicilia	18.776	10.831	15.671	Sicilia	-42,3%	44,7%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Catania	57.909	55.310	52.551	Catania	220	215	207	Catania	496	473
Palermo	52.665	48.993	47.891	Palermo	194	185	183	Ragusa	513	471
Messina	29.054	27.962	26.495	Messina	106	108	105	Siracusa	460	444
Agrigento	20.431	20.207	19.182	Siracusa	77	73	71	Trapani	454	422
Trapani	21.311	20.730	19.090	Trapani	74	75	70	Caltanissetta	433	419
Siracusa	20.604	18.971	18.151	Agrigento	69	70	66	Enna	397	385
Ragusa	17.397	16.988	15.668	Ragusa	64	64	59	Agrigento	399	378
Caltanissetta	12.826	12.666	11.975	Caltanissetta	43	43	41	Palermo	385	378
Enna	7.952	7.940	7.576	Enna	26	28	28	Messina	388	376
Sicilia	240.149	229.767	218.579	Sicilia	874	859	830	Sicilia	434	416
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Palermo	-7,0%	-2,2%	Enna	7,1%	-0,9%	Palermo	-2,0%
Siracusa	-7,9%	-4,3%	Palermo	-4,9%	-1,3%	Enna	-2,9%
Enna	-0,2%	-4,6%	Messina	1,3%	-2,5%	Messina	-3,0%
Catania	-4,5%	-5,0%	Siracusa	-5,1%	-2,7%	Caltanissetta	-3,2%
Agrigento	-1,1%	-5,1%	Catania	-2,4%	-3,9%	Siracusa	-3,5%
Messina	-3,8%	-5,2%	Agrigento	0,4%	-4,7%	Catania	-4,7%
Caltanissetta	-1,2%	-5,5%	Caltanissetta	0,3%	-4,9%	Agrigento	-5,1%
Ragusa	-2,4%	-7,8%	Trapani	0,8%	-6,1%	Trapani	-7,0%
Trapani	-2,7%	-7,9%	Ragusa	-0,3%	-6,9%	Ragusa	-8,2%
Sicilia	-4,3%	-4,9%	Sicilia	-1,7%	-3,5%	Sicilia	-4,2%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

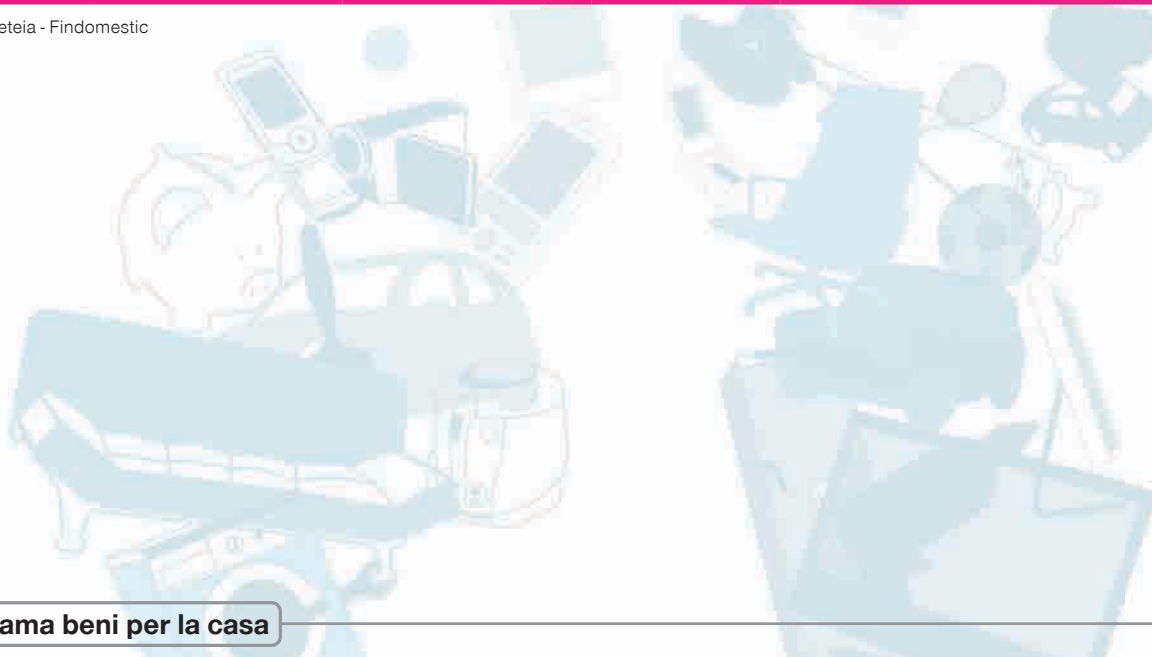
Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Palermo	15.061	13.764	10.396	Catania	212.669	217.835
Catania	14.410	12.653	8.904	Palermo	194.002	194.411
Messina	6.492	6.759	5.466	Messina	105.731	108.122
Siracusa	4.773	4.633	3.153	Siracusa	89.948	92.365
Agrigento	3.279	3.772	2.552	Trapani	67.237	66.602
Trapani	2.882	3.207	2.304	Agrigento	64.064	64.102
Ragusa	2.498	2.621	1.960	Ragusa	39.238	40.189
Caltanissetta	2.197	2.084	1.527	Caltanissetta	22.953	22.837
Enna	1.062	1.054	814	Enna	20.598	20.667
Sicilia	52.654	50.547	37.076	Sicilia	816.440	827.130
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Messina	4,1%	-19,1%	Siracusa	2,7%
Enna	-0,8%	-22,8%	Catania	2,4%
Palermo	-8,6%	-24,5%	Ragusa	2,4%
Ragusa	4,9%	-25,2%	Messina	2,3%
Caltanissetta	-5,1%	-26,7%	Enna	0,3%
Trapani	11,3%	-28,2%	Palermo	0,2%
Catania	-12,2%	-29,6%	Agrigento	0,1%
Siracusa	-2,9%	-31,9%	Caltanissetta	-0,5%
Agrigento	15,0%	-32,3%	Trapani	-0,9%
Sicilia	-4,0%	-26,7%	Sicilia	1,3%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Palermo	72	67	53	Palermo	140	111
Catania	71	62	45	Catania	143	102
Messina	30	32	26	Siracusa	138	94
Siracusa	22	22	15	Messina	114	92
Agrigento	13	16	11	Ragusa	95	72
Trapani	13	15	11	Trapani	88	64
Ragusa	11	12	9	Agrigento	92	61
Caltanissetta	8	8	6	Caltanissetta	81	58
Enna	4	4	3	Enna	60	45
Sicilia	246	237	178	Sicilia	120	89
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi motoveicoli			Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
Province	2009	2010		2010
Messina	4,8%	-19,3%	Messina	-19,7%
Palermo	-6,8%	-20,5%	Palermo	-21,1%
Enna	4,1%	-23,1%	Enna	-24,7%
Ragusa	4,8%	-23,5%	Ragusa	-24,7%
Trapani	10,2%	-26,9%	Trapani	-27,6%
Catania	-12,9%	-28,2%	Caltanissetta	-27,7%
Caltanissetta	-0,9%	-29,0%	Catania	-28,8%
Siracusa	-1,6%	-31,8%	Siracusa	-32,4%
Agrigento	18,6%	-32,6%	Agrigento	-32,9%
Sicilia	-3,5%	-25,1%	Sicilia	-25,6%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic



Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Palermo	58	58	64	Caltanissetta	128	143
Catania	51	51	55	Agrigento	122	134
Messina	31	31	34	Palermo	122	131
Agrigento	21	21	23	Trapani	123	131
Trapani	20	20	22	Siracusa	120	131
Siracusa	19	19	21	Catania	117	126
Ragusa	15	15	16	Ragusa	117	125
Caltanissetta	13	13	14	Enna	115	123
Enna	8	8	9	Messina	111	120
Sicilia	236	236	257	Sicilia	119	129
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi elettrodomestici bianchi e piccoli			Variazione spesa per famiglia elettr. bianchi e piccoli	
Province	2009	2010		2010
Siracusa	0,7%	10,1%	Caltanissetta	11,3%
Agrigento	-0,1%	9,9%	Agrigento	9,4%
Caltanissetta	-0,2%	9,4%	Siracusa	9,1%
Enna	-0,7%	9,2%	Catania	8,2%
Catania	-0,4%	9,1%	Messina	8,0%
Ragusa	-0,9%	8,7%	Palermo	7,9%
Palermo	0,1%	8,7%	Ragusa	7,1%
Messina	0,9%	8,5%	Trapani	7,1%
Trapani	-0,8%	8,2%	Enna	7,0%
Sicilia	-0,1%	9,0%	Sicilia	8,2%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Palermo	62	61	61	Caltanissetta	135	136
Catania	54	53	53	Agrigento	129	128
Messina	33	32	32	Trapani	129	126
Agrigento	23	22	22	Palermo	128	126
Trapani	22	21	21	Siracusa	126	125
Siracusa	20	20	20	Catania	123	121
Ragusa	16	15	15	Ragusa	123	120
Caltanissetta	14	13	13	Enna	121	117
Enna	9	9	8	Messina	117	115
Sicilia	252	248	246	Sicilia	125	123
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi elettrodomestici			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Siracusa	-0,8%	0,0%	Caltanissetta	1,1%
Agrigento	-1,5%	-0,2%	Agrigento	-0,7%
Caltanissetta	-1,6%	-0,7%	Siracusa	-0,8%
Catania	-1,8%	-0,9%	Catania	-1,7%
Palermo	-1,4%	-1,1%	Messina	-1,7%
Ragusa	-2,3%	-1,2%	Palermo	-1,9%
Messina	-0,8%	-1,2%	Trapani	-2,6%
Enna	-1,8%	-1,3%	Ragusa	-2,7%
Trapani	-2,2%	-1,6%	Enna	-3,3%
Sicilia	-1,5%	-1,0%	Sicilia	-1,6%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Palermo	267	239	242	Caltanissetta	550	595
Catania	242	215	218	Trapani	555	566
Messina	140	125	127	Agrigento	502	509
Trapani	102	92	94	Palermo	497	501
Agrigento	98	88	89	Catania	497	500
Siracusa	87	77	78	Siracusa	488	487
Ragusa	66	59	60	Enna	477	477
Caltanissetta	59	55	58	Ragusa	473	473
Enna	37	34	34	Messina	452	456
Sicilia	1.099	983	1.001	Sicilia	496	502
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Caltanissetta	-7,8%	6,2%	Caltanissetta	8,1%
Trapani	-10,4%	3,0%	Trapani	2,0%
Enna	-10,2%	1,9%	Agrigento	1,3%
Agrigento	-10,8%	1,7%	Messina	0,9%
Catania	-10,9%	1,5%	Palermo	0,7%
Palermo	-10,7%	1,5%	Catania	0,7%
Ragusa	-11,4%	1,5%	Ragusa	0,0%
Messina	-10,7%	1,4%	Enna	-0,2%
Siracusa	-11,1%	0,6%	Siracusa	-0,2%
Sicilia	-10,6%	1,9%	Sicilia	1,1%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Informatica famiglia						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Palermo	22	24	23	Caltanissetta	52	51
Catania	19	21	20	Agrigento	50	48
Messina	12	13	12	Trapani	50	47
Agrigento	8	9	8	Palermo	50	47
Trapani	8	8	8	Siracusa	49	47
Siracusa	7	8	7	Catania	48	45
Ragusa	6	6	6	Ragusa	48	45
Caltanissetta	5	5	5	Enna	47	44
Enna	3	3	3	Messina	45	43
Sicilia	89	96	92	Sicilia	49	46
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Fonte: Prometeia - Findomestic

Variazione consumi informatica			Variazione spesa per famiglia informatica	
Province	2009	2010		2010
Siracusa	8,8%	-3,8%	Caltanissetta	-2,8%
Agrigento	8,0%	-4,0%	Agrigento	-4,4%
Caltanissetta	7,9%	-4,4%	Siracusa	-4,6%
Catania	7,7%	-4,7%	Catania	-5,4%
Palermo	8,2%	-5,0%	Messina	-5,6%
Ragusa	7,2%	-5,0%	Palermo	-5,7%
Enna	7,7%	-5,0%	Trapani	-6,3%
Messina	9,0%	-5,1%	Ragusa	-6,4%
Trapani	7,3%	-5,4%	Enna	-6,9%
Sicilia	8,1%	-4,7%	Sicilia	-5,4%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

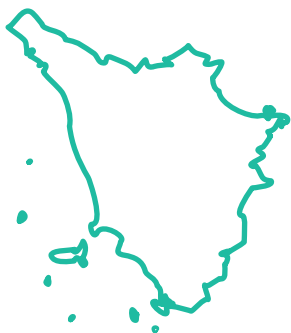


Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Catania	7	69.140	9	33.558	16	102.698	9,6
Ragusa	3	17.822	2	7.300	5	25.122	8,3
Siracusa	2	16.000	2	5.550	4	21.550	5,4
Agrigento	1	7.500	2	5.000	3	12.500	2,7
Messina			5	15.457	5	15.457	2,3
Palermo	1	13.500	4	12.050	5	25.550	2,1
Trapani	0	-	2	5.000	2	5.000	1,2
Enna	0	-	0	-	0	-	0,0
Caltanissetta	0	-	0	-	0	-	0,0
Sicilia	14	123.962	26	83.915	40	207.877	4,2
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.



Toscana

Nel 2010 l'economia regionale ha sperimentato un ritmo di sviluppo in linea a quello nazionale e appena sopra la media dell'area centrale. Il reddito disponibile al netto della dinamica inflazionistica

ha accusato un calo più contenuto della media italiana, data anche una flessione occupazionale inferiore. È tuttavia da segnalare come altre regioni dell'area centrale abbiano sperimentato, invece, una tenuta del reddito disponibile in termini reali. Il reddito pro capite toscano si posiziona a 19.635 Euro, 2.064 Euro in più per abitante rispetto alla media italiana e 613 Euro in più rispetto alla media del Centro. A livello provinciale risulta notevole il divario tra province come Siena e Firenze, con livelli di reddito decisamente superiori alla media (rispettivamente 21.955 e 21.444 Euro pro capite), e le province di Pisa e Massa, che dispongono di un reddito medio pro capite rispettivamente di 18.013 e 17.113.

In Toscana il calo della spesa per articoli durevoli è

stato rilevante (-4.8%), mostrando una riduzione tra le più intense sul territorio nazionale. La contrazione degli acquisti di beni durevoli si è estesa a tutte le province toscane, ma ha toccato più profondamente Arezzo (-7.1%), Grosseto (-6.7%) e Livorno (-6.5%), aree maggiormente penalizzate nel comparto della mobilità. Nell'intera regione il calo di spesa per l'acquisto di auto nuove è stato del 9.2%, con perdite comprese tra il -16.2% della provincia di Arezzo e il -4.4% di Prato; il lieve calo dell'usato è, invece, sintesi di andamenti piuttosto eterogenei tra le province (dalla flessione del 6.0% di Grosseto alla crescita della spesa a Siena, Firenze e Prato). Forti flessioni hanno interessato tutte le province nel comparto delle due ruote, con variazioni di differenziali entità, comprese tra il -24.7% di Grosseto e il -11.5% di Prato. Tra le voci di spesa legate alla casa crescono quelle per l'acquisto di elettrodomestici bianchi e piccoli, mobili e informatica, mentre è in flessione la spesa per elettrodomestici bruni (-14.0%), in assenza anche di stimoli legati allo *switch off* del segnale analogico, che interesserà la regione solo dal 2012.

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)			
Province	2008	2009	2010
Siena	22.055	21.708	21.955
Firenze	21.888	21.336	21.444
Prato	20.273	20.174	20.596
Lucca	19.862	19.270	19.289
Pistoia	19.927	19.264	19.243
Livorno	18.990	18.362	18.337
Arezzo	19.012	18.354	18.321
Grosseto	18.697	18.164	18.199
Pisa	18.616	18.029	18.013
Massa	17.125	16.894	17.113
Toscana	20.073	19.553	19.635
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)		
Province	2009	2010
Prato	-0,5%	2,1%
Massa	-1,4%	1,3%
Siena	-1,6%	1,1%
Firenze	-2,5%	0,5%
Grosseto	-2,8%	0,2%
Lucca	-3,0%	0,1%
Pisa	-3,2%	-0,1%
Pistoia	-3,3%	-0,1%
Livorno	-3,3%	-0,1%
Arezzo	-3,5%	-0,2%
Toscana	-2,6%	0,4%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Toscana								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	1.862	1.816	-2,5%	1.648	-9,2%	38,0	36,2	-3,5
Auto usate	976	976	-0,1%	962	-1,4%	20,4	21,1	-0,3
Motoveicoli	223	223	-0,1%	177	-20,4%	4,7	3,9	-1,0
Eletr. bianchi e piccoli	268	262	-2,2%	277	5,7%	5,5	6,1	0,3
Eletr. bruni	292	334	14,5%	287	-14,0%	7,0	6,3	-1,0
Mobili	1.201	1.063	-11,4%	1.088	2,3%	22,2	23,9	0,5
Informatica famiglie	101	109	7,9%	112	2,6%	2,3	2,5	0,1
Durevoli	4.923	4.783	-2,8%	4.552	-4,8%	100,0	100,0	-4,8

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Firenze	57.314	73.598	81.597	Firenze	637.186	651.808
Pisa	18.021	18.986	16.564	Pisa	238.773	240.256
Lucca	17.690	17.849	15.308	Lucca	231.884	231.714
Livorno	14.406	14.274	11.785	Arezzo	195.343	194.612
Arezzo	12.542	13.629	11.062	Livorno	190.350	191.454
Pistoia	12.986	12.889	11.045	Pistoia	167.250	168.838
Prato	11.350	11.080	10.097	Siena	159.003	159.853
Siena	10.805	11.417	9.790	Prato	153.952	155.091
Massa	8.039	8.187	7.152	Grosseto	120.376	121.621
Grosseto	7.273	7.998	6.456	Massa	104.325	104.037
Toscana	170.426	189.907	180.856	Toscana	2.198.442	2.219.284
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Firenze	28,4%	10,9%	Firenze	2,3%
Prato	-2,4%	-8,9%	Grosseto	1,0%
Massa	1,8%	-12,6%	Pistoia	0,9%
Pisa	5,4%	-12,8%	Prato	0,7%
Lucca	0,9%	-14,2%	Pisa	0,6%
Siena	5,7%	-14,3%	Livorno	0,6%
Pistoia	-0,7%	-14,3%	Siena	0,5%
Livorno	-0,9%	-17,4%	Lucca	-0,1%
Arezzo	8,7%	-18,8%	Massa	-0,3%
Grosseto	10,0%	-19,3%	Arezzo	-0,4%
Toscana	11,4%	-4,8%	Toscana	0,9%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mIn Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Firenze	30.447	34.319	27.539	Firenze	450	448	399	Prato	1.313	1.243
Pisa	15.816	17.282	14.646	Pisa	233	225	211	Pisa	1.295	1.193
Lucca	15.160	16.037	13.381	Lucca	227	212	196	Lucca	1.276	1.165
Livorno	12.112	12.905	10.522	Livorno	178	168	151	Pistoia	1.231	1.131
Pistoia	10.641	11.488	9.624	Pistoia	158	151	140	Siena	1.117	1.016
Arezzo	10.253	12.264	9.334	Arezzo	153	162	136	Massa	1.064	992
Siena	9.056	10.082	8.420	Prato	139	129	123	Livorno	1.100	984
Prato	9.093	9.545	8.215	Siena	134	132	121	Arezzo	1.128	935
Massa	6.997	7.484	6.313	Massa	101	96	90	Firenze	1.034	905
Grosseto	6.236	7.305	5.815	Grosseto	91	94	83	Grosseto	914	796
Toscana	125.811	138.711	113.809	Toscana	1.862	1.816	1.648	Toscana	1.134	1.018
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Prato	5,0%	-13,9%	Prato	-7,1%	-4,4%	Prato	-5,3%
Pisa	9,3%	-15,3%	Pisa	-3,3%	-6,4%	Massa	-6,7%
Massa	7,0%	-15,6%	Massa	-5,4%	-6,6%	Pisa	-7,9%
Pistoia	8,0%	-16,2%	Pistoia	-4,5%	-7,3%	Pistoia	-8,1%
Siena	11,3%	-16,5%	Lucca	-6,4%	-7,7%	Lucca	-8,7%
Lucca	5,8%	-16,6%	Siena	-1,5%	-7,8%	Siena	-9,0%
Livorno	6,5%	-18,5%	Livorno	-5,7%	-10,0%	Livorno	-10,6%
Firenze	12,7%	-19,8%	Firenze	-0,3%	-11,1%	Firenze	-12,4%
Grosseto	17,1%	-20,4%	Grosseto	3,6%	-12,1%	Grosseto	-12,9%
Arezzo	19,6%	-23,9%	Arezzo	5,8%	-16,2%	Arezzo	-17,1%
Toscana	10,3%	-18,0%	Toscana	-2,5%	-9,2%	Toscana	-10,3%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Firenze	26.867	39.279	54.058	Firenze	46,2%	37,6%
Lucca	2.530	1.812	1.927	Arezzo	-40,4%	26,6%
Pisa	2.205	1.704	1.918	Prato	-32,0%	22,6%
Prato	2.257	1.535	1.882	Massa	-32,5%	19,3%
Arezzo	2.289	1.365	1.728	Pisa	-22,7%	12,6%
Pistoia	2.345	1.401	1.421	Lucca	-28,4%	6,3%
Siena	1.749	1.335	1.370	Siena	-23,7%	2,6%
Livorno	2.294	1.369	1.263	Pistoia	-40,3%	1,4%
Massa	1.042	703	839	Grosseto	-33,2%	-7,5%
Grosseto	1.037	693	641	Livorno	-40,3%	-7,7%
Toscana	44.615	51.196	67.047	Toscana	14,8%	31,0%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Firenze	35.575	35.146	34.820	Firenze	245	247	249	Siena	725	734
Pisa	17.501	17.250	16.405	Lucca	108	102	101	Arezzo	680	664
Lucca	16.994	16.213	15.940	Pisa	102	101	97	Prato	661	657
Arezzo	16.138	15.851	15.464	Arezzo	98	97	96	Pistoia	654	623
Livorno	14.509	14.554	13.769	Siena	83	85	88	Lucca	614	601
Pistoia	12.889	12.622	12.046	Livorno	86	86	82	Grosseto	636	593
Siena	11.878	11.919	11.999	Pistoia	81	80	77	Firenze	569	565
Grosseto	11.151	11.297	10.570	Prato	64	65	65	Pisa	583	550
Prato	9.767	9.424	9.189	Grosseto	65	66	62	Livorno	562	530
Massa	8.460	8.435	8.039	Massa	45	46	45	Massa	514	503
Toscana	154.862	152.711	148.241	Toscana	976	976	962	Toscana	609	594
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero auto usate (famiglie)			Variazione consumi complessivi auto usate (famiglie)			Variazione spesa per famiglia auto usate (famiglie)	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Siena	0,3%	0,7%	Siena	3,4%	2,7%	Siena	1,3%
Firenze	-1,2%	-0,9%	Firenze	0,7%	0,9%	Prato	-0,6%
Lucca	-4,6%	-1,7%	Prato	1,0%	0,3%	Firenze	-0,6%
Arezzo	-1,8%	-2,4%	Lucca	-5,2%	-1,1%	Massa	-2,1%
Prato	-3,5%	-2,5%	Arezzo	-0,2%	-1,2%	Lucca	-2,2%
Pistoia	-2,1%	-4,6%	Massa	3,7%	-2,0%	Arezzo	-2,3%
Massa	-0,3%	-4,7%	Pistoia	-1,5%	-3,9%	Pistoia	-4,7%
Pisa	-1,4%	-4,9%	Pisa	-1,1%	-4,1%	Livorno	-5,6%
Livorno	0,3%	-5,4%	Livorno	0,0%	-4,9%	Pisa	-5,6%
Grosseto	1,3%	-6,4%	Grosseto	1,0%	-6,0%	Grosseto	-6,8%
Toscana	-1,4%	-2,9%	Toscana	-0,1%	-1,4%	Toscana	-2,6%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic



Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Firenze	14.384	14.153	10.681	Firenze	213.070	205.272
Livorno	6.591	7.347	5.346	Livorno	113.912	114.074
Lucca	5.201	5.464	4.034	Lucca	104.310	103.526
Pisa	4.775	4.877	3.805	Arezzo	77.822	78.020
Siena	2.888	2.837	2.252	Pisa	74.101	74.172
Arezzo	2.679	2.644	2.059	Pistoia	70.692	69.271
Grosseto	2.599	2.832	2.050	Grosseto	66.747	66.214
Massa	2.558	2.479	1.906	Massa	63.778	63.172
Pistoia	2.192	1.960	1.636	Siena	59.893	58.977
Prato	2.038	1.897	1.606	Prato	45.190	43.790
Toscana	45.905	46.490	35.375	Toscana	889.515	876.488
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero motoveicoli			Variazione parco circolante motoveicoli	
Province	2009	2010		2010
Prato	-6,9%	-15,3%	Arezzo	0,3%
Pistoia	-10,6%	-16,5%	Livorno	0,1%
Siena	-1,8%	-20,6%	Pisa	0,1%
Pisa	2,1%	-22,0%	Lucca	-0,8%
Arezzo	-1,3%	-22,1%	Grosseto	-0,8%
Massa	-3,1%	-23,1%	Massa	-1,0%
Firenze	-1,6%	-24,5%	Siena	-1,5%
Lucca	5,1%	-26,2%	Pistoia	-2,0%
Livorno	11,5%	-27,2%	Prato	-3,1%
Grosseto	9,0%	-27,6%	Firenze	-3,7%
Toscana	1,3%	-23,9%	Toscana	-1,5%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Firenze	68	66	52	Livorno	219	165
Livorno	30	33	25	Lucca	161	127
Lucca	27	27	21	Firenze	153	117
Pisa	24	25	20	Pisa	141	116
Siena	14	14	11	Massa	131	105
Grosseto	13	14	10	Grosseto	132	99
Arezzo	13	13	10	Siena	116	95
Massa	12	12	9	Prato	98	86
Prato	10	10	9	Arezzo	90	71
Pistoia	11	10	8	Pistoia	80	67
Toscana	223	223	177	Toscana	139	109
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Prato	-6,4%	-11,5%	Prato	-12,3%
Pistoia	-12,6%	-15,2%	Pistoia	-16,0%
Pisa	2,8%	-16,5%	Pisa	-17,9%
Siena	-4,6%	-16,8%	Siena	-18,0%
Massa	-3,9%	-19,7%	Massa	-19,8%
Lucca	0,8%	-20,5%	Lucca	-21,4%
Arezzo	-2,8%	-20,8%	Arezzo	-21,7%
Firenze	-1,9%	-22,0%	Firenze	-23,2%
Livorno	10,2%	-24,1%	Livorno	-24,6%
Grosseto	4,6%	-24,7%	Grosseto	-25,3%
Toscana	-0,1%	-20,4%	Toscana	-21,4%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli

Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Firenze	71	70	74	Prato	180	192
Pisa	30	29	30	Arezzo	170	176
Lucca	28	28	29	Pistoia	167	174
Arezzo	25	24	25	Pisa	166	173
Livorno	25	24	25	Lucca	165	173
Pistoia	21	20	21	Siena	163	171
Siena	19	19	20	Massa	161	171
Prato	18	18	19	Firenze	161	168
Grosseto	16	16	17	Livorno	158	165
Massa	15	15	15	Grosseto	154	161
Toscana	268	262	277	Toscana	164	171
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi		Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010
Prato	-0,9%	7,7%	6,7%
Siena	-1,6%	6,6%	6,0%
Massa	-1,6%	6,1%	5,2%
Firenze	-2,1%	6,0%	4,5%
Pisa	-2,5%	5,6%	4,5%
Lucca	-2,4%	5,5%	4,3%
Grosseto	-2,4%	5,5%	4,1%
Pistoia	-2,7%	5,0%	4,0%
Arezzo	-2,8%	4,8%	3,9%
Livorno	-2,7%	4,8%	3,7%
Toscana	-2,2%	5,7%	4,5%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic



Elettrodomestici bruni						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
<i>Province</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>Province</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>
Firenze	77	89	77	Prato	229	199
Pisa	32	37	32	Arezzo	216	182
Lucca	31	35	30	Pistoia	213	180
Arezzo	27	31	26	Pisa	212	179
Livorno	27	31	26	Lucca	210	179
Pistoia	23	26	22	Siena	207	177
Siena	21	24	21	Massa	205	176
Prato	19	22	20	Firenze	204	174
Grosseto	18	20	17	Livorno	201	171
Massa	16	18	16	Grosseto	196	167
Toscana	292	334	287	Toscana	208	177
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
<i>Province</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>		<i>2010</i>
Prato	15,9%	-12,5%	Prato	-13,3%
Siena	15,1%	-13,3%	Massa	-13,9%
Firenze	14,4%	-13,6%	Siena	-14,4%
Massa	15,2%	-13,8%	Firenze	-14,9%
Lucca	14,2%	-14,1%	Grosseto	-15,0%
Grosseto	14,3%	-14,2%	Lucca	-15,1%
Pisa	14,3%	-14,2%	Livorno	-15,3%
Pistoia	14,0%	-14,6%	Pistoia	-15,4%
Livorno	13,9%	-14,7%	Pisa	-15,6%
Arezzo	14,0%	-14,8%	Arezzo	-15,7%
Toscana	14,5%	-14,0%	Toscana	-15,0%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Firenze	314	279	284	Pistoia	701	715
Pisa	138	121	124	Prato	710	714
Lucca	128	113	117	Pisa	694	700
Arezzo	111	99	101	Arezzo	690	698
Livorno	108	97	100	Lucca	682	694
Pistoia	97	86	88	Massa	652	668
Siena	85	75	76	Grosseto	639	649
Prato	79	70	71	Livorno	632	648
Grosseto	75	66	68	Firenze	643	644
Massa	66	59	60	Siena	636	640
Toscana	1.201	1.063	1.088	Toscana	664	672
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Livorno	-10,5%	3,3%	Livorno	2,6%
Lucca	-11,2%	2,9%	Massa	2,5%
Pistoia	-11,9%	2,9%	Pistoia	1,9%
Massa	-11,6%	2,7%	Lucca	1,8%
Grosseto	-11,8%	2,5%	Grosseto	1,6%
Pisa	-12,5%	2,4%	Arezzo	1,1%
Arezzo	-10,9%	2,2%	Pisa	0,8%
Siena	-11,9%	2,1%	Siena	0,7%
Firenze	-11,2%	1,7%	Prato	0,6%
Prato	-11,5%	1,6%	Firenze	0,2%
Toscana	-11,4%	2,3%	Toscana	1,1%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic

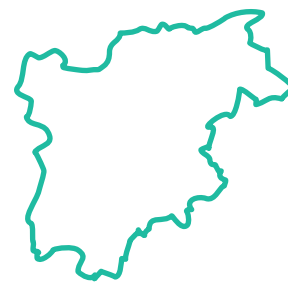


Informatica famiglia						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
<i>Province</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>Province</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>
Firenze	27	29	30	Prato	75	77
Pisa	11	12	12	Arezzo	71	71
Lucca	11	11	12	Pistoia	70	70
Arezzo	9	10	10	Pisa	69	70
Livorno	9	10	10	Lucca	69	70
Pistoia	8	9	9	Siena	68	69
Siena	7	8	8	Massa	67	69
Prato	7	7	8	Firenze	67	68
Grosseto	6	7	7	Livorno	66	66
Massa	6	6	6	Grosseto	64	65
Toscana	101	109	112	Toscana	68	69
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
<i>Province</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>		<i>2010</i>
Prato	9,3%	4,4%	Prato	3,4%
Siena	8,5%	3,4%	Massa	2,7%
Firenze	7,9%	2,9%	Siena	2,0%
Massa	8,6%	2,8%	Grosseto	1,4%
Lucca	7,6%	2,3%	Firenze	1,4%
Pisa	7,8%	2,3%	Lucca	1,2%
Grosseto	7,7%	2,3%	Livorno	1,0%
Pistoia	7,5%	1,8%	Pistoia	0,9%
Livorno	7,4%	1,7%	Pisa	0,7%
Arezzo	7,4%	1,6%	Arezzo	0,5%
Toscana	7,9%	2,6%	Toscana	1,4%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Trentino Alto Adige



I Trentino Alto Adige ha sperimentato una ripresa più limitata di molte regioni dell'area settentrionale della penisola, crescendo a un ritmo inferiore anche alla media nazionale. Il reddito disponibile in termini reali ha tuttavia mostrato una tenuta, diversamente dalla media nord-orientale e nazionale, e la spesa per consumi, che a livello nazionale sta riprendendo a passo lento, ha sperimentato in Trentino Alto Adige la migliore ripresa. Con un reddito pro capite pari a 20.572 Euro per abitante, il Trentino Alto Adige si colloca in quarta posizione in termini di reddito pro capite nella graduatoria regionale. Il reddito per abitante è in lieve aumento sul 2009, ma su livelli inferiori di 248 Euro rispetto a quanto registrato nel 2008.

In Trentino Alto Adige la spesa per gli acquisti di beni durevoli è di 3.077 Euro medi per famiglia, importo che posiziona la regione ai vertici della graduatoria nazio-

nale, seconda solo alla spesa media per famiglia della Valle d'Aosta. La regione è tra le poche ad avere evidenziato una sostanziale tenuta della spesa nel 2010 (+0.1% a Trento e -0.3% a Bolzano, -0.1% nella media regionale). La spesa per auto nuove si è ridotta in misura superiore alla media nazionale (-8.6% rispetto a -7.3%), con una forte penalizzazione a Bolzano, dove il calo di spesa corrente è giunto a -12.9%. Ha mostrato, tuttavia, un recupero il comparto delle auto usate in regione (+1.0%) e una flessione inferiore alla media quello dei motoveicoli (-13.0%). Hanno parzialmente bilanciato le perdite le voci di spesa legate alla casa, tutte in crescita, e con aumenti più considerevoli per gli elettrodomestici bruni (+17.0%), e per l'informatica (+6.5%), segmento su cui le famiglie hanno continuato a aumentare le spese.

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic
 Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)			
Province	2008	2009	2010
Bolzano	22.197	21.848	22.115
Trento	19.500	18.996	19.094
Trentino A.A.	20.821	20.392	20.572
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)		
Province	2009	2010
Bolzano	-1,6%	1,2%
Trento	-2,6%	0,5%
Trentino A.A.	-2,1%	0,9%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Trentino Alto Adige								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	381	396	4,0%	362	-8,6%	29,8	27,3	-2,6
Auto usate	294	315	7,1%	318	1,0%	23,7	23,9	0,2
Motoveicoli	35	35	0,5%	31	-13,0%	2,6	2,3	-0,3
Eletr. bianchi e piccoli	109	104	-5,1%	111	6,7%	7,8	8,3	0,5
Eletr. bruni	82	80	-2,7%	93	17,0%	6,0	7,0	1,0
Mobili	399	356	-10,7%	367	3,0%	26,8	27,6	0,8
Informatica famiglie	41	44	7,5%	47	6,5%	3,3	3,5	0,2
Durevoli	1.341	1.330	-0,8%	1.329	-0,1%	100,0	100,0	-0,1

Fonte: Prometeia - Findomestic

**Panorama auto nuove (aziende e famiglie)**

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Trento	17.025	18.387	18.692	Trento	276.713	276.188
Bolzano	13.570	13.663	11.228	Bolzano	243.133	243.072
Trentino A.A.	30.595	32.050	29.920	Trentino A.A.	519.846	519.260
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Trento	8,0%	1,7%	Bolzano	0,0%
Bolzano	0,7%	-17,8%	Trento	-0,2%
Trentino A.A.	4,8%	-6,6%	Trentino A.A.	-0,1%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Trento	12.899	15.430	13.226	Trento	216	228	216	Trento	1.025	957
Bolzano	9.323	10.689	8.402	Bolzano	165	168	146	Bolzano	826	710
Trentino A.A.	22.222	26.119	21.628	Trentino A.A.	381	396	362	Trentino A.A.	930	839
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Trento	19,6%	-14,3%	Trento	5,9%	-5,4%	Trento	-6,7%
Bolzano	14,7%	-21,4%	Bolzano	1,5%	-12,9%	Bolzano	-14,1%
Trentino A.A.	17,5%	-17,2%	Trentino A.A.	4,0%	-8,6%	Trentino A.A.	-9,8%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Trento	4.126	2.957	5.466	Trento	-28,3%	84,8%
Bolzano	4.247	2.974	2.826	Bolzano	-30,0%	-5,0%
Trentino A.A.	8.373	5.931	8.292	Trentino A.A.	-29,2%	39,8%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Trento	21.732	22.533	21.996	Trento	151	160	159	Bolzano	762	771
Bolzano	17.109	18.194	18.508	Bolzano	143	155	159	Trento	719	705
Trentino A.A.	38.841	40.727	40.504	Trentino A.A.	294	315	318	Trentino A.A.	740	737
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Bolzano	6,3%	1,7%	Bolzano	8,1%	2,8%	Bolzano	1,3%
Trento	3,7%	-2,4%	Trento	6,2%	-0,7%	Trento	-2,0%
Trentino A.A.	4,9%	-0,5%	Trentino A.A.	7,1%	1,0%	Trentino A.A.	-0,4%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Trento	3.573	3.616	3.039	Trento	77.293	76.877
Bolzano	3.328	3.357	2.871	Bolzano	70.297	69.906
Trentino A.A.	6.901	6.973	5.910	Trentino A.A.	147.590	146.783
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010	2010	
Bolzano	0,9%	-14,5%	Trento	-0,5%
Trento	1,2%	-16,0%	Bolzano	-0,6%
Trentino A.A.	1,0%	-15,2%	Trentino A.A.	-0,5%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Trento	19	19	16	Bolzano	82	71
Bolzano	16	17	15	Trento	84	71
Trentino A.A.	35	35	31	Trentino A.A.	83	71
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010	
Bolzano	1,6%	-11,6%	Bolzano	-12,9%
Trento	-0,4%	-14,3%	Trento	-15,4%
Trentino A.A.	0,5%	-13,0%	Trentino A.A.	-14,2%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic



Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Trento	56	53	56	Bolzano	250	264
Bolzano	54	51	54	Trento	237	248
Trentino A.A.	109	104	111	Trentino A.A.	243	256
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010	
Bolzano	-5,0%	7,1%	Bolzano	5,5%
Trento	-5,2%	6,3%	Trento	4,9%
Trentino A.A.	-5,1%	6,7%	Trentino A.A.	5,2%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Trento	42	40	47	Bolzano	192	222
Bolzano	40	39	46	Trento	182	210
Trentino A.A.	82	80	93	Trentino A.A.	187	216
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010	
Bolzano	-2,5%	17,2%	Bolzano	15,4%
Trento	-2,9%	16,9%	Trento	15,3%
Trentino A.A.	-2,7%	17,0%	Trentino A.A.	15,4%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Trento	203	183	188	Bolzano	854	868
Bolzano	196	174	179	Trento	820	833
Trentino A.A.	399	356	367	Trentino A.A.	837	850
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Bolzano	-11,5%	3,1%	Bolzano	1,6%
Trento	-9,8%	2,9%	Trento	1,5%
Trentino A.A.	-10,7%	3,0%	Trentino A.A.	1,6%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Trento	21	23	24	Bolzano	107	113
Bolzano	20	22	23	Trento	101	106
Trentino A.A.	41	44	47	Trentino A.A.	104	109
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Bolzano	7,8%	6,9%	Bolzano	5,4%
Trento	7,3%	6,1%	Trento	4,8%
Trentino A.A.	7,5%	6,5%	Trentino A.A.	5,1%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

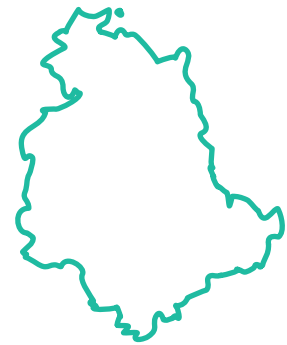
Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Trento			6	18.033	6	18.033	3,7
Bolzano			3	8.352	3	8.352	1,8
Trentino Alto Adige	0	0	9	26.385	9	26.385	2,7
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.

Umbria



Lo sviluppo delle attività economiche regionali si è allineato a quello medio dell'area centrale, di poco più contenuto della media nazionale. La regione è tra le poche ad avere registrato nel 2010 una tenuta del reddito disponibile in termini reali, sostenendo anche una crescita della spesa per consumi tra le più elevate, pur all'interno di un contesto nazionale di lenta ripresa della spesa per consumi. Il reddito medio pro capite umbro è vicino a quello medio italiano, attestandosi nel 2010 a 17.957 Euro e in aumento rispetto al 2009, ma ancora inferiore ai livelli del 2008. Perugia è la provincia con il reddito per abitante più elevato con 18.223 Euro (17.195 Euro a Terni). Perugia mostra, tuttavia, un ridimensionamento del reddito disponibile per abitante rispetto al 2008 di circa 400 Euro, mentre a Terni lo stesso torna nel 2010 su valori di poco superiori a quelli di due anni prima.

Relativamente all'acquisto di beni durevoli le famiglie umbre hanno presentato una riduzione del 4.6%, superiore alla flessione dell'area centrale e molto più ampia

di quella media nazionale. Nel comparto dell'auto si leggono diminuzioni superiori alla media nazionale per l'acquisto di auto nuove sia a Terni che a Perugia (-15.1% e -9.2%), mentre la spesa per l'usato recupera, ma solo a Terni (+1.1%), e cala in entrambe le province significativamente quella per l'acquisto di motoveicoli. La spesa per l'acquisto di auto nuove e usate rappresenta in regione il 58% circa della spesa per durevoli, mentre è inferiore alla media italiana l'incidenza della spesa per motoveicoli, che si riduce ulteriormente al 2.3% dopo la flessione del 16.9% registrata nel 2010. Oltre alle negative performance del comparto mobilità, analogo a tutte le regioni italiane, la regione subisce una battuta d'arresto anche per gli elettrodomestici bruni (-13.8%), flessione in parte giustificata dal forte ampliamento che ha caratterizzato il 2009 (+15.3%). Su tali dinamiche non ha influito lo switch off della tv analogica, che avrà luogo in Umbria solo nel 2012.

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)			
Province	2008	2009	2010
Perugia	18.626	18.117	18.223
Terni	17.027	16.867	17.195
Umbria	18.211	17.792	17.957
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)		
Province	2009	2010
Terni	-0,9%	1,9%
Perugia	-2,7%	0,6%
Umbria	-2,3%	0,9%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Umbria								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	402	409	1,7%	365	-10,7%	36,6	34,3	-3,9
Auto usate	261	260	-0,6%	254	-2,4%	23,2	23,8	-0,6
Motoveicoli	32	30	-6,8%	25	-16,9%	2,7	2,3	-0,5
Elettr. bianchi e piccoli	54	53	-1,6%	56	6,1%	4,7	5,3	0,3
Elettr. bruni	59	68	15,3%	58	-13,8%	6,0	5,5	-0,8
Mobili	307	276	-10,0%	285	3,0%	24,7	26,7	0,8
Informatica famiglie	20	22	8,6%	23	2,9%	2,0	2,1	0,1
Durevoli	1.136	1.118	-1,6%	1.066	-4,6%	100,0	100,0	-4,6

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Perugia	24.140	25.662	21.915	Perugia	361.896	362.259
Terni	8.058	8.481	7.049	Terni	130.353	131.704
Umbria	32.198	34.143	28.964	Umbria	492.249	493.963
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010	2010	
Perugia	6,3%	-14,6%	Terni	1,0%
Terni	5,2%	-16,9%	Perugia	0,1%
Umbria	6,0%	-15,2%	Umbria	0,3%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Perugia	20.219	22.926	18.975	Perugia	306	307	279	Perugia	1.127	1.007
Terni	6.254	7.500	5.833	Terni	96	102	87	Terni	1.004	839
Umbria	26.473	30.426	24.808	Umbria	402	409	365	Umbria	1.094	961
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni auto nuove			Variazione consumi complessivi auto nuove			Variazione spesa per famiglia auto nuove	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Perugia	13,4%	-17,2%	Perugia	0,3%	-9,2%	Perugia	-10,7%
Terni	19,9%	-22,2%	Terni	6,1%	-15,1%	Terni	-16,4%
Umbria	14,9%	-18,5%	Umbria	1,7%	-10,7%	Umbria	-12,1%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Perugia	3.921	2.736	2.940	Terni	-45,6%	24,0%
Terni	1.804	981	1.216	Perugia	-30,2%	7,5%
Umbria	5.725	3.717	4.156	Umbria	-35,1%	11,8%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Perugia	33.485	32.774	31.232	Perugia	198	195	188	Perugia	716	679
Terni	11.628	11.479	11.298	Terni	64	65	65	Terni	638	635
Umbria	45.113	44.253	42.530	Umbria	261	260	254	Umbria	695	667
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Terni	-1,3%	-1,6%	Terni	1,8%	1,1%	Terni	-0,5%
Perugia	-2,1%	-4,7%	Perugia	-1,3%	-3,5%	Perugia	-5,1%
Umbria	-1,9%	-3,9%	Umbria	-0,6%	-2,4%	Umbria	-3,9%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Perugia	4.542	4.246	3.421	Perugia	114.676	111.446
Terni	2.058	1.982	1.537	Terni	66.775	67.499
Umbria	6.600	6.228	4.958	Umbria	181.451	178.945
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero motoveicoli			Variazione parco circolante motoveicoli	
Province	2009	2010		2010
Perugia	-6,5%	-19,4%	Terni	1,1%
Terni	-3,7%	-22,5%	Perugia	-2,8%
Umbria	-5,6%	-20,4%	Umbria	-1,4%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Perugia	23	21	18	Terni	91	71
Terni	10	9	7	Perugia	76	63
Umbria	32	30	25	Umbria	80	65
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Perugia	-8,2%	-15,3%	Perugia	-16,6%
Terni	-3,7%	-20,7%	Terni	-22,0%
Umbria	-6,8%	-16,9%	Umbria	-18,3%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Perugia	40	39	41	Perugia	144	150
Terni	14	14	15	Terni	137	145
Umbria	54	53	56	Umbria	142	148
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Terni	-0,7%	7,0%	Terni	5,3%
Perugia	-1,9%	5,8%	Perugia	4,1%
Umbria	-1,6%	6,1%	Umbria	4,4%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Perugia	43	50	43	Perugia	183	155
Terni	15	18	15	Terni	175	149
Umbria	59	68	58	Umbria	181	153
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

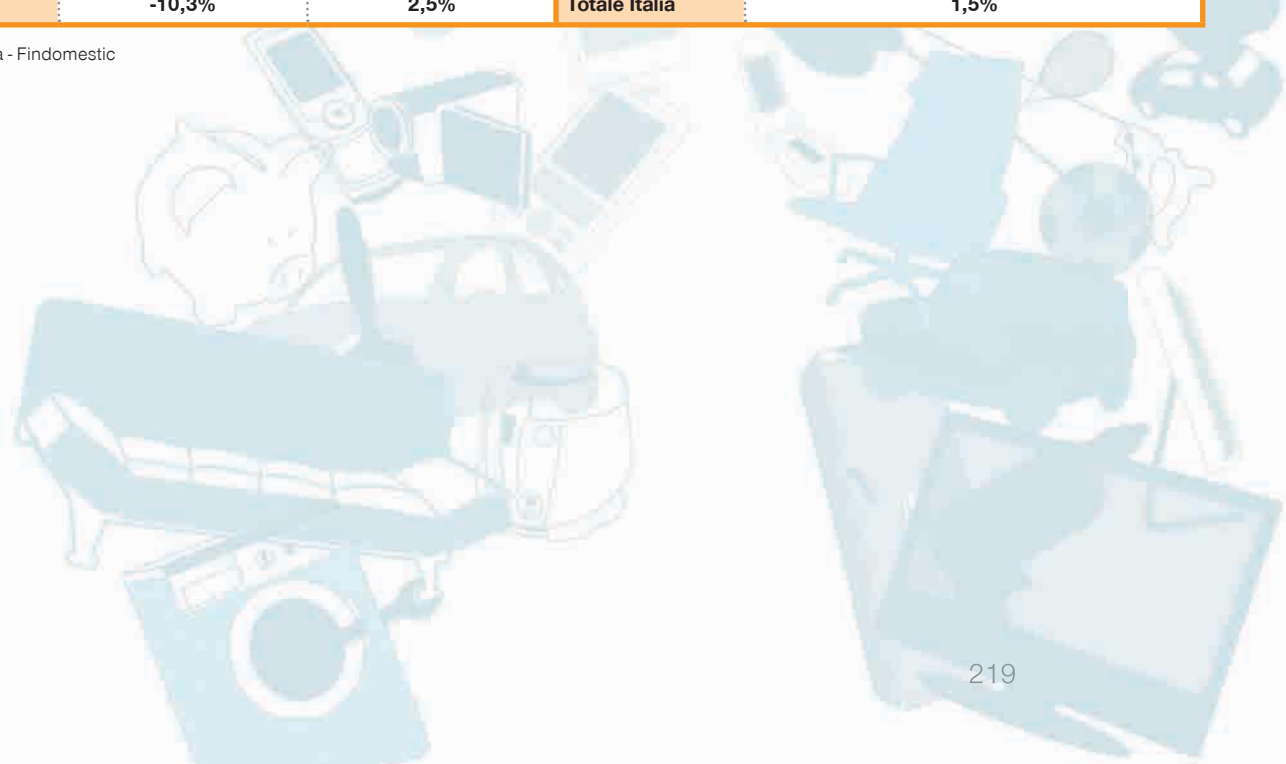
Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010	
Terni	16,2%	-13,1%	Terni	-14,4%
Perugia	15,0%	-14,0%	Perugia	-15,4%
Umbria	15,3%	-13,8%	Umbria	-15,2%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Perugia	229	206	212	Perugia	755	765
Terni	79	71	73	Terni	697	708
Umbria	307	276	285	Umbria	739	749
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010	
Terni	-10,0%	3,2%	Terni	1,6%
Perugia	-10,0%	3,0%	Perugia	1,3%
Umbria	-10,0%	3,0%	Umbria	1,4%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic



Informatica famiglia						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Perugia	15	16	17	Perugia	60	60
Terni	5	6	6	Terni	57	58
Umbria	20	22	23	Umbria	59	60
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010	
Terni	9,5%	3,7%	Terni	2,1%
Perugia	8,3%	2,6%	Perugia	0,9%
Umbria	8,6%	2,9%	Umbria	1,2%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic



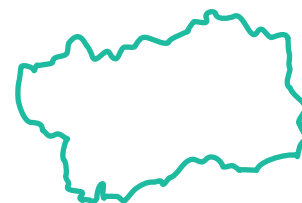
Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Perugia	3	23.000	4	12.376	7	35.376	5,7
Terni			3	11.190	3	11.190	5,0
Umbria	3	23.000	7	23.566	10	46.566	5,5
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.

Valle d'Aosta



Nel 2010 si è avviata in regione una lenta fase di ripresa, avvenuta a ritmi più contenuti non solo della media dell'area nord-occidentale - che ha guidato la ripresa nel 2010 - ma anche di quella nazionale. Nonostante questo recupero poco brillante, la Valle d'Aosta è nel 2010 la prima regione per reddito per abitante, con un livello che si attesta a 21.076 Euro.

La regione è inoltre al primo posto nella graduatoria regionale nella spesa per beni durevoli, pari in Valle d'Aosta a 3.299 Euro medi per famiglia, quasi 800 Euro in più rispetto alla spesa media in articoli durevoli di una famiglia italiana nel 2010. La spesa complessiva si è tuttavia ridotta dell'1.7%: tale dinamica è dipesa da un calo nella spesa per l'acquisto di auto usate (-2.6%),

che in regione riveste un peso superiore ad altre assorbendo oltre un quarto della spesa totale, e da una riduzione delle spese per auto nuove relativamente contenuta (-4.0% a fronte del -7.3% in media nazionale). Registrano le peggiori performance le spese per i motoveicoli (-17.3%), ma il peso che rivestono in regione appare molto modesto (circa il 2%). Le spese in beni durevoli per la casa sono in crescita tutte le voci (mobili, elettrodomestici e informatica); gli elettrodomestici bruni sono quelli che continuano a mostrare i migliori risultati (+6.3%), stimolati nel biennio 2009-2010 dallo *switch off* del segnale analogico avvenuto nel 2009.

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)			
Province	2008	2009	2010
Aosta	21.709	20.899	21.076
Val d'Aosta	21.709	20.899	21.076
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)		
Province	2009	2010
Aosta	-3,7%	0,8%
Val d'Aosta	-3,7%	0,8%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Val d'Aosta								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	80	79	-0,5%	76	-4,0%	39,6	38,6	-1,6
Auto usate	50	56	11,1%	54	-2,6%	27,9	27,6	-0,7
Motoveicoli	5	5	-2,5%	4	-17,3%	2,6	2,2	-0,4
Eletr. bianchi e piccoli	14	13	-5,1%	13	1,8%	6,6	6,8	0,1
Eletr. bruni	14	15	12,1%	16	6,3%	7,7	8,3	0,5
Mobili	29	26	-9,9%	27	2,9%	13,0	13,6	0,4
Informatica famiglie	5	5	3,0%	6	3,2%	2,7	2,8	0,1
Durevoli	197	200	1,7%	197	-1,7%	100,0	100,0	-1,7

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Aosta	27.605	29.143	14.468	Aosta	152.425	152.437
Val d'Aosta	27.605	29.143	14.468	Val d'Aosta	152.425	152.437
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010	2010	
Aosta	5,6%	-50,4%	Aosta	0,0%
Val d'Aosta	5,6%	-50,4%	Val d'Aosta	0,0%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Aosta	4.612	5.188	4.531	Aosta	80	79	76	Aosta	1.335	1.275
Val d'Aosta	4.612	5.188	4.531	Val d'Aosta	80	79	76	Val d'Aosta	1.335	1.275
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Aosta	12,5%	-12,7%	Aosta	-0,5%	-4,0%	Aosta	-4,5%
Val d'Aosta	12,5%	-12,7%	Val d'Aosta	-0,5%	-4,0%	Val d'Aosta	-4,5%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Aosta	22.993	23.955	9.937	Aosta	4,2%	-58,5%
Val d'Aosta	22.993	23.955	9.937	Val d'Aosta	4,2%	-58,5%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto			Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)				
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Aosta	6.410	7.026	6.721	Aosta	50	56	54	Aosta	941	911
Val d'Aosta	6.410	7.026	6.721	Val d'Aosta	50	56	54	Val d'Aosta	941	911
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Aosta	9,6%	-4,3%	Aosta	11,1%	-2,6%	Aosta	-3,2%
Val d'Aosta	9,6%	-4,3%	Val d'Aosta	11,1%	-2,6%	Val d'Aosta	-3,2%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Aosta	1.069	1.049	849	Aosta	24.386	24.276
Val d'Aosta	1.069	1.049	849	Val d'Aosta	24.386	24.276
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010	2010	
Aosta	-1,9%	-19,1%	-0,5%	
Val d'Aosta	-1,9%	-19,1%	-0,5%	
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	-1,0%	

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Aosta	5	5	4	Aosta	86	71
Val d'Aosta	5	5	4	Val d'Aosta	86	71
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Aosta	-2,5%	-17,3%	Aosta	-17,8%
Val d'Aosta	-2,5%	-17,3%	Val d'Aosta	-17,8%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Aosta	14	13	13	Aosta	222	224
Val d'Aosta	14	13	13	Val d'Aosta	222	224
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Aosta	-5,1%	1,8%	Aosta	1,2%
Val d'Aosta	-5,1%	1,8%	Val d'Aosta	1,2%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Aosta	14	15	16	Aosta	260	275
Val d'Aosta	14	15	16	Val d'Aosta	260	275
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Aosta	12,1%	6,3%	Aosta	5,7%
Val d'Aosta	12,1%	6,3%	Val d'Aosta	5,7%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Aosta	29	26	27	Aosta	440	450
Val d'Aosta	29	26	27	Val d'Aosta	440	450
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010	
Aosta	-9,9%	2,9%	Aosta	2,3%
Val d'Aosta	-9,9%	2,9%	Val d'Aosta	2,3%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Aosta	5	5	6	Aosta	91	93
Val d'Aosta	5	5	6	Val d'Aosta	91	93
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010	
Aosta	3,0%	3,2%	Aosta	2,7%
Val d'Aosta	3,0%	3,2%	Val d'Aosta	2,7%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

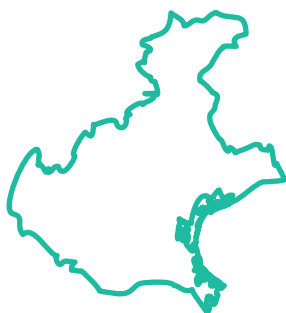
Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Aosta	2	14.220			2	14.220	11,7
Valle D'aosta	2	14.220			2	14.220	11,7
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.



Veneto

Il recupero sperimentato dall'economia veneta nel 2010 è avvenuto ad un passo più veloce della media italiana ed anche superiore a quello medio nord-orientale, tanto che la regione si è posta tra le principali aree che

hanno guidato nel 2010 la ripresa. Il reddito disponibile a valori reali in Veneto e nell'area nord-orientale ha subito una flessione più contenuta della media. In termini nominali il reddito pro capite veneto si è posto su livelli inferiori alla media del Nord Est (19.304 rispetto a 20.220 Euro). Il dettaglio provinciale mostra differenze contenute nella distribuzione del reddito per abitante, con la provincia di Belluno che detiene il più elevato reddito per abitante, pari a 21.178 Euro, e quella di Treviso, che si distingue per i più bassi livelli di reddito con 18.374 Euro, valore comunque superiore alla media italiana.

Gli acquisti di beni durevoli sono aumentati dell'1,2%, mostrando in Veneto un'evoluzione in controtendenza rispetto ai cali sperimentati dalla maggior parte delle regioni italiane, grazie al traino dell'elettronica di consumo (+37,4%), unitamente ad un'evoluzione positiva, ma più contenuta, degli elettrodomestici bianchi e piccoli (+5,4%), dei mobili (+2,4%) e dell'informatica (+5,3%). La spesa per l'acquisto di auto nuove si è ridotta in media regionale del 5,6%, mostrando la flessione più contenuta a Padova (-3,3%), mentre in tutte le province si registra una tenuta del segmento dell'usato, che nella media regionale è cresciuto il 2,5% nel 2010. La flessione della spesa per motoveicoli, in media del 13,4%, è stata particolarmente marcata a Venezia (-21,8%) e, invece, relativamente modesta a Belluno (-2,0%). Sono risultate in aumento in tutte le province le voci di spesa legate ai beni per la casa, con aumenti compresi tra il 6,9% di Treviso e l'8,9% di Belluno.

Dati regionali

Fonte: Prometeia - Findomestic

Nota: il reddito disponibile pro capite rappresenta il reddito medio per abitante ed è calcolato rapportando il reddito complessivo della provincia/regione alla popolazione residente.

Panorama economico

Reddito disponibile pro capite (in Euro)

Province	2008	2009	2010
Belluno	21.389	20.826	21.178
Venezia	20.687	19.910	20.068
Padova	20.355	19.409	19.430
Verona	20.238	19.338	19.394
Vicenza	19.539	18.839	18.992
Rovigo	19.011	18.424	18.648
Treviso	19.162	18.313	18.374
Veneto	20.010	19.198	19.304
Totale Italia	18.088	17.518	17.571

Variazione del reddito disponibile pro capite (residenti)

Province	2009	2010
Belluno	-2,6%	1,7%
Rovigo	-3,1%	1,2%
Vicenza	-3,6%	0,8%
Venezia	-3,8%	0,8%
Treviso	-4,4%	0,3%
Verona	-4,4%	0,3%
Padova	-4,6%	0,1%
Veneto	-4,1%	0,6%
Totale Italia	-3,2%	0,3%

Spesa durevoli (mln Euro)

Veneto								
	2008	2009	var. % 2009/2008	2010	var. % 2010/2009	peso 2009	peso 2010	contributi 2010
Auto nuove	2.174	2.093	-3,7%	1.976	-5,6%	35,9	33,5	-2,0
Auto usate	1.322	1.277	-3,4%	1.310	2,5%	21,9	22,2	0,6
Motoveicoli	184	172	-6,6%	149	-13,4%	2,9	2,5	-0,4
Elettrodomestici bianchi e piccoli	426	396	-7,0%	418	5,4%	6,8	7,1	0,4
Elettrodomestici bruni	319	305	-4,4%	420	37,4%	5,2	7,1	2,0
Mobili	1.618	1.421	-12,2%	1.456	2,4%	24,4	24,6	0,6
Informatica famiglie	161	170	5,7%	179	5,3%	2,9	3,0	0,2
Durevoli	6.204	5.835	-5,9%	5.907	1,2%	100,0	100,0	1,2

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Verona	36.367	35.148	32.265	Verona	487.189	487.437
Padova	31.787	32.638	30.481	Padova	476.360	476.694
Treviso	29.478	28.197	26.263	Vicenza	460.101	460.416
Vicenza	28.174	28.194	25.466	Treviso	444.441	442.947
Venezia	25.038	25.230	22.403	Venezia	379.086	378.401
Rovigo	8.218	9.144	7.795	Belluno	115.539	115.081
Belluno	7.406	7.807	7.150	Rovigo	112.752	113.696
Veneto	166.468	166.358	151.823	Veneto	2.475.468	2.474.672
Totale Italia	2.175.085	2.171.225	1.972.647	Totale Italia	30.474.605	30.512.609

Variazione immatricolazioni			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Padova	2,7%	-6,6%	Rovigo	0,8%
Treviso	-4,3%	-6,9%	Padova	0,1%
Verona	-3,4%	-8,2%	Vicenza	0,1%
Belluno	5,4%	-8,4%	Verona	0,1%
Vicenza	0,1%	-9,7%	Venezia	-0,2%
Venezia	0,8%	-11,2%	Treviso	-0,3%
Rovigo	11,3%	-14,8%	Belluno	-0,4%
Veneto	-0,1%	-8,7%	Veneto	0,0%
Totale Italia	-0,2%	-9,1%	Totale Italia	0,1%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Padova	25.998	28.104	24.748	Padova	437	418	404	Padova	1.122	1.069
Verona	26.297	28.339	24.034	Verona	450	429	400	Rovigo	1.169	1.049
Treviso	23.099	24.753	21.349	Treviso	382	362	344	Verona	1.136	1.049
Vicenza	21.818	23.839	20.603	Vicenza	357	345	328	Treviso	1.037	972
Venezia	20.861	22.524	19.312	Venezia	343	328	309	Vicenza	998	938
Rovigo	7.049	8.092	6.658	Rovigo	117	119	108	Belluno	960	882
Belluno	5.468	6.431	5.378	Belluno	88	92	85	Venezia	901	838
Veneto	130.590	142.082	122.082	Veneto	2.174	2.093	1.976	Veneto	1.043	974
Totale Italia	1.488.815	1.675.437	1.411.386	Totale Italia	22.744	22.628	20.976	Totale Italia	909	833

Variazione immatricolazioni			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Padova	8,1%	-11,9%	Padova	-4,3%	-3,3%	Padova	-4,7%
Vicenza	9,3%	-13,6%	Vicenza	-3,3%	-5,0%	Vicenza	-6,0%
Treviso	7,2%	-13,8%	Treviso	-5,2%	-5,2%	Treviso	-6,2%
Venezia	8,0%	-14,3%	Venezia	-4,4%	-5,9%	Venezia	-7,0%
Verona	7,8%	-15,2%	Verona	-4,6%	-6,8%	Verona	-7,7%
Belluno	17,6%	-16,4%	Belluno	4,1%	-7,6%	Belluno	-8,2%
Rovigo	14,8%	-17,7%	Rovigo	1,6%	-9,6%	Rovigo	-10,3%
Veneto	8,8%	-14,1%	Veneto	-3,7%	-5,6%	Veneto	-6,6%
Totale Italia	12,5%	-15,8%	Totale Italia	-0,5%	-7,3%	Totale Italia	-8,3%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Variazione immatricolazioni		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Verona	10.070	6.809	8.231	Treviso	-46,0%	42,7%
Padova	5.789	4.534	5.733	Belluno	-29,0%	28,8%
Treviso	6.379	3.444	4.914	Padova	-21,7%	26,4%
Vicenza	6.356	4.355	4.863	Verona	-32,4%	20,9%
Venezia	4.177	2.706	3.091	Venezia	-35,2%	14,2%
Belluno	1.938	1.376	1.772	Vicenza	-31,5%	11,7%
Rovigo	1.169	1.052	1.137	Rovigo	-10,0%	8,1%
Veneto	35.878	24.276	29.741	Veneto	-32,3%	22,5%
Totale Italia	686.270	495.788	561.261	Totale Italia	-27,8%	13,2%

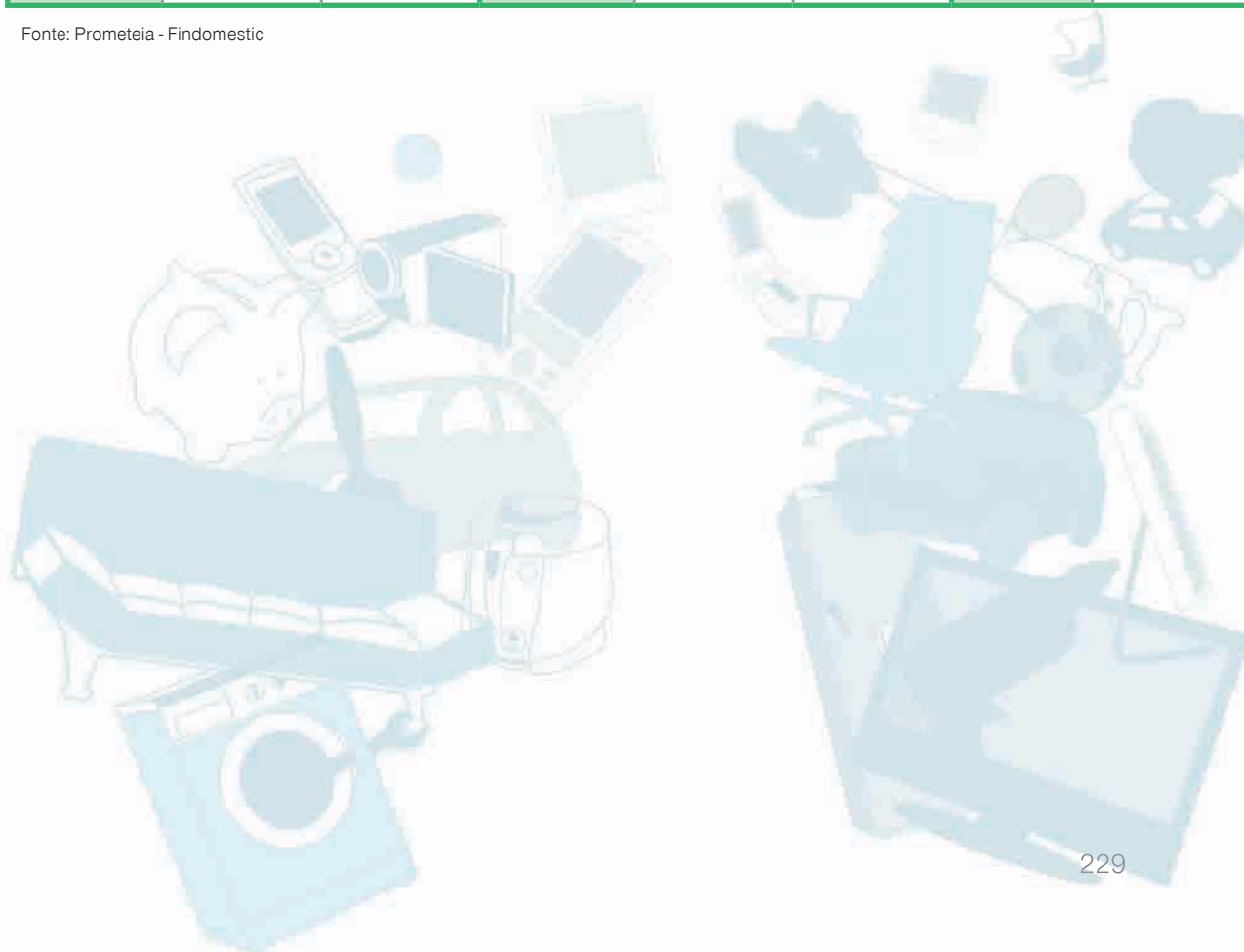
Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama auto usate (famiglie)

Numero di auto				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Verona	37.321	35.023	34.678	Verona	273	261	261	Belluno	673	685
Padova	35.123	33.281	33.626	Padova	253	243	249	Verona	691	684
Treviso	35.391	33.197	33.552	Vicenza	231	227	237	Vicenza	658	679
Vicenza	34.388	32.491	33.166	Treviso	236	226	230	Rovigo	622	661
Venezia	27.973	26.285	26.750	Venezia	200	192	198	Padova	652	658
Rovigo	9.817	9.075	9.413	Rovigo	65	63	68	Treviso	647	652
Belluno	8.696	8.542	8.539	Belluno	63	64	66	Venezia	527	539
Veneto	188.709	177.894	179.724	Veneto	1.322	1.277	1.310	Veneto	636	645
Totale Italia	2.722.020	2.611.950	2.521.794	Totale Italia	15.533	15.074	14.801	Totale Italia	605	588

Variazione numero			Variazione consumi complessivi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	Province	2009	2010	Province	2010
Rovigo	-7,6%	3,7%	Rovigo	-2,7%	7,1%	Rovigo	6,3%
Vicenza	-5,5%	2,1%	Vicenza	-1,7%	4,3%	Vicenza	3,2%
Venezia	-6,0%	1,8%	Venezia	-4,3%	3,4%	Venezia	2,2%
Treviso	-6,2%	1,1%	Belluno	2,2%	2,4%	Belluno	1,8%
Padova	-5,2%	1,0%	Padova	-3,9%	2,3%	Padova	0,9%
Belluno	-1,8%	0,0%	Treviso	-4,2%	1,9%	Treviso	0,8%
Verona	-6,2%	-1,0%	Verona	-4,4%	0,0%	Verona	-0,9%
Veneto	-5,7%	1,0%	Veneto	-3,4%	2,5%	Veneto	1,4%
Totale Italia	-4,0%	-3,5%	Totale Italia	-3,0%	-1,8%	Totale Italia	-2,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic



Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Verona	7.966	8.161	6.724	Verona	142.541	140.851
Padova	7.902	7.268	5.960	Padova	143.724	140.383
Venezia	6.104	5.963	4.535	Vicenza	123.276	119.658
Vicenza	5.603	5.215	4.498	Venezia	108.688	105.767
Treviso	5.070	4.563	3.919	Treviso	97.043	94.996
Rovigo	1.676	1.481	1.318	Rovigo	38.451	37.176
Belluno	1.016	948	840	Belluno	30.560	29.921
Veneto	35.337	33.599	27.794	Veneto	684.283	668.752
Totale Italia	526.514	504.391	392.750	Totale Italia	9.149.120	9.058.211

Variazione vendite in numero			Variazione parco circolante	
Province	2009	2010		2010
Rovigo	-11,6%	-11,0%	Verona	-1,2%
Belluno	-6,7%	-11,4%	Belluno	-2,1%
Vicenza	-6,9%	-13,7%	Treviso	-2,1%
Treviso	-10,0%	-14,1%	Padova	-2,3%
Verona	2,4%	-17,6%	Venezia	-2,7%
Padova	-8,0%	-18,0%	Vicenza	-2,9%
Venezia	-2,3%	-23,9%	Rovigo	-3,3%
Veneto	-4,9%	-17,3%	Veneto	-2,3%
Totale Italia	-4,2%	-22,1%	Totale Italia	-1,0%

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Verona	40	41	35	Verona	108	92
Padova	42	37	33	Padova	100	86
Vicenza	30	27	25	Vicenza	79	71
Venezia	32	30	24	Rovigo	73	65
Treviso	28	24	22	Venezia	83	64
Rovigo	8	7	7	Treviso	70	62
Belluno	5	4	4	Belluno	45	44
Veneto	184	172	149	Veneto	86	73
Totale Italia	2.657	2.502	2.027	Totale Italia	100	81

Variazione consumi complessivi motoveicoli			Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
Province	2009	2010		2010
Belluno	-8,2%	-2,0%	Belluno	-2,5%
Vicenza	-7,8%	-9,2%	Vicenza	-10,1%
Rovigo	-12,7%	-10,1%	Rovigo	-10,7%
Treviso	-12,8%	-10,7%	Treviso	-11,6%
Padova	-10,2%	-12,5%	Padova	-13,7%
Verona	2,6%	-14,3%	Verona	-15,2%
Venezia	-4,8%	-21,8%	Venezia	-22,7%
Veneto	-6,6%	-13,4%	Veneto	-14,3%
Totale Italia	-5,8%	-19,0%	Totale Italia	-19,9%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Padova	80	75	78	Vicenza	203	212
Verona	79	73	77	Treviso	204	212
Treviso	77	71	75	Rovigo	199	208
Vicenza	75	70	74	Padova	200	207
Venezia	74	69	73	Verona	194	202
Rovigo	22	20	21	Venezia	190	199
Belluno	19	18	19	Belluno	184	194
Veneto	426	396	418	Veneto	198	206
Totale Italia	3.988	3.837	4.018	Totale Italia	154	160

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010		2010
Belluno	-6,2%	6,1%	Belluno	5,5%
Venezia	-6,9%	6,0%	Rovigo	4,8%
Vicenza	-6,6%	5,7%	Venezia	4,7%
Rovigo	-6,4%	5,6%	Vicenza	4,5%
Verona	-7,4%	5,3%	Verona	4,3%
Padova	-7,2%	5,1%	Treviso	3,7%
Treviso	-7,1%	4,9%	Padova	3,6%
Veneto	-7,0%	5,4%	Veneto	4,3%
Totale Italia	-3,8%	4,7%	Totale Italia	3,6%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
<i>Province</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>Province</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>
Padova	60	57	78	Rovigo	153	214
Verona	59	56	77	Vicenza	156	213
Treviso	57	55	75	Treviso	157	212
Vicenza	56	54	74	Padova	154	208
Venezia	56	53	74	Verona	149	203
Rovigo	16	16	22	Belluno	141	200
Belluno	14	14	19	Venezia	147	200
Veneto	319	305	420	Veneto	152	207
Totale Italia	3.856	4.058	4.293	Totale Italia	163	171

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
<i>Province</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>		<i>2010</i>
Belluno	-3,7%	42,3%	Belluno	41,5%
Rovigo	-3,8%	41,0%	Rovigo	39,9%
Venezia	-4,3%	37,8%	Venezia	36,1%
Vicenza	-4,0%	37,4%	Vicenza	35,9%
Verona	-4,7%	36,9%	Verona	35,6%
Padova	-4,5%	36,6%	Treviso	34,9%
Treviso	-4,5%	36,4%	Padova	34,7%
Veneto	-4,4%	37,4%	Veneto	35,9%
Totale Italia	5,3%	5,8%	Totale Italia	4,7%

Fonte: Prometeia - Findomestic



Mobili						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
<i>Province</i>	2008	2009	2010	<i>Province</i>	2009	2010
Padova	309	272	282	Vicenza	744	756
Vicenza	292	257	264	Padova	731	746
Verona	295	257	262	Treviso	718	719
Venezia	283	249	255	Rovigo	690	701
Treviso	288	251	254	Venezia	683	693
Rovigo	79	70	72	Belluno	675	691
Belluno	72	65	66	Verona	680	687
Veneto	1.618	1.421	1.456	Veneto	708	717
Totale Italia	17.075	15.313	15.701	Totale Italia	615	624

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
<i>Province</i>	2009	2010		2010
Padova	-11,7%	3,5%	Belluno	2,3%
Belluno	-10,2%	2,9%	Padova	2,0%
Venezia	-12,0%	2,7%	Vicenza	1,6%
Vicenza	-12,0%	2,7%	Rovigo	1,5%
Rovigo	-10,8%	2,3%	Venezia	1,5%
Verona	-12,9%	2,0%	Verona	1,0%
Treviso	-13,0%	1,2%	Treviso	0,1%
Veneto	-12,2%	2,4%	Veneto	1,3%
Totale Italia	-10,3%	2,5%	Totale Italia	1,5%

Fonte: Prometeia - Findomestic



Informatica famiglia						
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2008	2009	2010	Province	2009	2010
Padova	30	32	34	Vicenza	87	91
Verona	30	31	33	Treviso	87	91
Treviso	29	31	32	Rovigo	85	89
Vicenza	28	30	32	Padova	86	89
Venezia	28	30	31	Verona	83	87
Rovigo	8	9	9	Venezia	82	85
Belluno	7	8	8	Belluno	79	83
Veneto	161	170	179	Veneto	85	88
Totale Italia	1.504	1.593	1.606	Totale Italia	64	64

Variazione consumi			Variazione spesa per famiglia	
Province	2009	2010	2010	
Belluno	6,4%	6,0%	Belluno	5,3%
Venezia	5,7%	5,9%	Rovigo	4,7%
Vicenza	6,0%	5,6%	Venezia	4,6%
Rovigo	6,3%	5,5%	Vicenza	4,5%
Verona	5,3%	5,2%	Verona	4,2%
Padova	5,4%	5,0%	Treviso	3,7%
Treviso	5,5%	4,8%	Padova	3,6%
Veneto	5,7%	5,3%	Veneto	4,2%
Totale Italia	5,9%	0,8%	Totale Italia	-0,2%

Fonte: Prometeia - Findomestic

Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq)	Numero Grandi Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (in mq)	Mq ogni 100 abitanti
Rovigo	2	10.000	5	15.744	7	25.744	10,6
Belluno	1	7.000	4	12.357	5	19.357	9,2
Treviso	4	29.800	13	39.804	17	69.604	8,4
Vicenza	5	43.040	8	25.200	13	68.240	8,3
Venezia	5	44.898	7	22.361	12	67.259	8,2
Verona	7	45.858	5	18.287	12	64.145	7,5
Padova	4	22.260	12	39.937	16	62.197	7,1
Veneto	28	202.856	54	173.690	82	376.546	8,1
Totale Italia	332	2.578.660	505	1.595.152	837	4.173.812	6,9

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2010

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio con superficie di vendita uguale o superiore a 5.000 metri quadrati, con assortimento tale da soddisfare almeno l'80% dei bisogni dei consumatori
Grandi Superfici Integrate: esercizi di vendita al dettaglio con caratteristiche analoghe ad un ipermercato, ma con superficie di vendita compresa fra i 2.500 e i 5.000 metri quadrati.



Più responsabili, insieme

Findomestic Banca S.p.A.

Via Jacopo da Diacceto, 48 - 50123 Firenze I
Capitale Sociale 659.403.400 Euro i.v. - R.E.A. 370219 FI

Cod. Fisc./P.IVA e R.I. di FI 03562770481 - Albo Banche n°5396
Iscritta all'Albo dei Gruppi Bancari come "Findomestic Gruppo" al n. 3115.3

Società soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte
di BNP Paribas Personal Finance S.A. - Parigi (Gruppo BNP Paribas)

Associata ABI Associazione Bancaria Italiana
ed ASSOFIN Associazione Italiana del Credito al Consumo ed Immobiliare