

# I'Osservatorio annuale

2010



**I mercati**  
dei beni durevoli  
e l'impatto della **crisi**  
sulla vita degli italiani



**L'Osservatorio annuale**  
Edizione 2010



# L'Osservatorio annuale

**Periodico annuale**

Edizione 2010

**Direttore Responsabile**

Marina Beccantini

**Direttore**

Stefano Martini

**Redazione**

Claudio Bardazzi

**Progetto grafico e realizzazione**

sillabe.com

**Foto**

Fotolia - Roma

123RF - USA

**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

# Indice

➤ I mercati	2
➤ L'impatto della crisi sulla vita degli italiani	30
➤ Gli italiani e il credito al consumo	44
➤ Il comportamento dei consumatori nei punti vendita di mobili	50
➤ Il comportamento dei consumatori nei punti vendita di elettrodomestici	58
➤ Analisi dei mercati con focus regionali	64
Abruzzo	77
Basilicata	84
Calabria	89
Campania	96
Emilia Romagna	103
Friuli Venezia Giulia	110
Lazio	117
Liguria	124
Lombardia	131
Marche	138
Molise	145
Piemonte	150
Puglia	157
Sardegna	164
Sicilia	171
Toscana	178
Trentino Alto Adige	185
Umbria	190
Valle d'Aosta	195
Veneto	200





# 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.

Oltre all'analisi di mercati la cui domanda è prevalentemente imputabile alle famiglie, per i mercati dell'auto e dell'informatica, nei quali il segmento business rappresenta una quota rilevante della stessa, vengono fornite, in aggiunta a valutazioni relative all'intero settore, alcune considerazioni riguardanti il solo segmento famiglie.

Per tutti i comparti, l'analisi dei trend storici è corredata da stime sulla chiusura del 2009. 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 2009 fanno riferimento allo scenario macroeconomico e dei consumi di Prometeia, aggiornato a ottobre 2009.

## Lo scenario economico

*La crisi economica sembra prossima ad una svolta: le principali economie mondiali danno segnali di stabilizzazione o di moderata crescita. Resta tuttavia incerto il percorso d'uscita dalla recessione.*

*Per i paesi dell'area Euro la ripresa si consoliderà nel 2010 seppur con ritmi di espansione modesti. In Italia il PIL alla fine del 2009 riporterà una marcata contrazione nonostante che sembri arrestarsi il calo dei consumi, specialmente nei mercati dei beni durevoli.*

### Il quadro macroeconomico internazionale e interno.

Nei mesi più recenti i segnali di stabilizzazione dell'attività economica si sono moltiplicati in maniera diffusa tra le principali economie mondiali, lasciando intravedere la possibilità che la recessione in atto, la più grave dal dopoguerra, sia prossima ad un punto di svolta. Dopo le profonde flessioni registrate tra la fine del 2008 e l'inizio del 2009, l'evoluzione del Pil mondiale ha evidenziato un rallentamento del ritmo di contrazione nel secondo trimestre dell'anno, con il con-

tributo sia dei paesi industrializzati sia delle economie emergenti.

Sulla base delle informazioni congiunturali disponibili e del probabile riavvio di un ciclo di accumulo di scorte - dopo il consistente e prolungato aggiustamento sperimentato dalle principali economie - si ipotizza per il secondo semestre un profilo di moderata crescita, tuttavia ancora largamente insufficiente a riportare il Pil e il commercio mondiale in territorio positivo (rispettivamente -0,6% e -12,5%).

Nonostante il materializzarsi di queste indicazioni positive, permangono numerosi elementi di incertezza, in grado di condizionare la tenuta della futura ripresa.

Innanzitutto, il mercato del lavoro non ha ancora completamente assorbito gli effetti negativi della recessione. Sia negli Stati Uniti che in Europa la fase di riduzione dell'occupazione è attesa prolungarsi ben oltre i primi segnali di ripresa dell'attività produttiva e ciò, unitamente all'esigenza



### Prodotto interno lordo (var. %)\*

	2007	2008	2009	2010
Uem	2,7	0,6	-4,0	0,7
Stati Uniti	2,1	0,4	-2,8	0,8
Giappone	2,3	-0,7	-5,9	1,1
Mondo	5,4	3,5	-0,6	2,9

\*Scenario di riferimento: ottobre 2009

delle famiglie di ricostituire lo stock di ricchezza attraverso un aumento della propensione al risparmio, potrebbe agire da freno sulla spesa per consumi. Peraltro non sembra probabile, in un contesto di ampia capacità produttiva inutilizzata e di ridotta profittabilità delle imprese, un rapido recupero dell'attività di investimento.

Infine, va segnalato il carattere in larga parte temporaneo delle misure fiscali espansive e degli incentivi introdotti nel 2009 a sostegno della domanda; con il venir meno, in molti paesi, di questi stimoli sul finire dell'anno vi sono rischi di un temporaneo arresto della crescita nel primo trimestre del 2010, derivanti anche dal progressivo esaurirsi dell'effetto positivo legato alle scorte.

Alla luce di queste considerazioni, si pro-

spetta uno scenario di ripresa del ciclo economico molto graduale sia per gli Stati Uniti che per l'Europa, che sperimenteranno incrementi del Pil solo marginalmente positivi nel corso del 2010. Anche per l'economia italiana la fase recessiva sembra superata, sia pure con qualche ritardo rispetto agli altri maggiori paesi europei. Le informazioni relative al secondo trimestre indicano una contrazione del Pil del 6% rispetto al trimestre corrispondente e dello 0,5% sul precedente.

Il risultato del secondo trimestre è stato



fortemente condizionato dall'andamento sfavorevole delle esportazioni e dal crollo degli investimenti, nonostante la spesa delle famiglie sia tornata a contribuire positivamente.

L'andamento degli indicatori congiunturali porta a ritenere probabile che il Pil abbia ripreso a crescere nel terzo trimestre, dopo cinque trimestri consecutivi di flessione. È probabile che il percorso della ripresa non sia regolare, almeno nel breve periodo; nella seconda parte del 2009, tuttavia, il livello del Pil sarebbe superiore a quello della prima parte, dando luogo a una flessione media annua del 4,9%.

Come per l'economia internazionale, anche per quella italiana la ripresa prospettata sarà assai graduale e nel 2010 ancora piuttosto contenuta (il Pil crescerà a un tasso dello 0,5%), ripresa che sarà favorita sia da un recupero della domanda interna che dal miglioramento della domanda estera netta.

### Le componenti del PIL - Italia\*

	Valori 2007 (mln. di Euro)	Var. % in termini reali			
		2007	2008	2009	2010
PIL	1.544.776	1,5	-1,0	-4,9	0,5
Consumi interni	917.635	1,1	-1,0	-1,9	0,2
Spesa delle A.P. e I.S.P.**	310.230	1,0	0,6	1,1	0,3
Investimenti	327.474	1,6	-2,9	-12,4	0,2
Esportazioni	447.526	4,0	-3,7	-19,8	3,5
Importazioni	451.226	3,3	-4,5	-16,1	2,5

\*Scenario di riferimento: ottobre 2009

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





## I consumi delle famiglie italiane.

I consumi delle famiglie hanno mostrato, fino alla prima metà del 2009, una tenuta maggiore rispetto alle altre componenti della domanda. La fase di indebolimento, avviatasi alla fine del 2007 e proseguita per effetto dell'aggravarsi della crisi finanziaria internazionale, aveva portato a registrare nel primo trimestre del 2009 una diminuzione del -2,9% sul corrispondente e del -1,1% sul trimestre precedente. È apparso, dunque, sorprendentemente positivo il risultato del secondo trimestre che ha visto arrestarsi la caduta della domanda delle famiglie. La variazione dei consumi al netto della dinamica dei prezzi è, infatti, risultata del +0,3% rispetto al primo trimestre, seppur ancora negativa in termini tendenziali (-2%). All'andamento dei consumi hanno contribuito le diverse misure di sostegno a specifici settori (auto, moto, biciclette, mobili ed elettrodomestici), il rientro della dinamica inflazionistica e il ricorso alla cassa integrazione, che ha mitigato gli effetti della crisi sulla disponibilità di reddito delle famiglie. L'inversione di tendenza ha riguardato in modo particolare i beni durevoli (+4% rispetto al precedente trimestre) grazie soprattutto ai risultati positivi ottenuti dal settore dell'auto in seguito all'approvazione degli incentivi governativi. Ad ogni modo la caduta si è arrestata anche per i beni semidurevoli e i servizi.

Nella media del primo semestre, emerge un quadro dei consumi che, seppure in maggiore tenuta rispetto ad altre componenti del Pil, flette in termini reali del 2,5% rispetto al primo semestre del 2008. Il confronto con il corrispondente periodo del 2008 rimane comunque negativo per tutti i macrocomparti, con l'unica eccezione dei servizi che si man-

tengono sostanzialmente stabili.

Le informazioni congiunturali sembrano prospettare la possibilità di una tenuta dei consumi anche nel terzo trimestre, sebbene con un incremento più contenuto rispetto a quello osservato nel secondo. Per la media del 2009 stimiamo una flessione dei consumi dell'1,9% in termini reali, che riflette non solo una moderata evoluzione delle determinanti sul piano della formazione di reddito disponibile e di ricchezza, ma anche comportamenti cauti dei consumatori, che hanno messo in atto alcuni accorgimenti per il contenimento (dove possibile) della spesa, dovendo tutelarsi da condizioni di incertezza derivanti dal mercato del lavoro.

In particolare, i prodotti alimentari e gli altri beni di largo consumo hanno registrato riduzioni dei consumi a prezzi costanti, seppure a fronte di una maggiore tenuta delle quantità acquistate, per il fenomeno di trading down, già osservato negli ultimi anni e accentuato dalla crisi: si tratta di una ricomposizione degli acquisti guidata dalla ricerca del low cost di qualità. Questo fenomeno, insieme a tentativi di riduzione degli sprechi, ha contribuito a contenere i volumi di spesa delle famiglie.

La cautela dei consumatori si è, inoltre, tradotta in decisioni di rinvio degli acquisti di alcuni beni durevoli che, seppure incentivati, non hanno beneficiato significativamente dei bonus, date le condizioni restrittive cui era vincolata l'erogazione degli stessi. In corso d'anno la dinamica per i beni durevoli è andata tuttavia migliorando, grazie ai risultati del settore dell'auto, l'unico la cui domanda è stata stimolata significativamente dagli incentivi governativi, e da quello degli elettrodomestici bruni, nel quale la domanda di tv e decoder ha trovato sostegno nel passaggio al digitale terrestre.

### Consumi\*

	Valori 2007		Var. % quantità			Var. % prezzi		
	Totale (mln. di Euro)	Pro capite	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Consumi totali	917.635	15.585	1,1	-1,0	-1,9	2,2	3,2	0,5
Durevoli	90.642	1.539	2,2	-7,2	-0,4	0,2	0,4	-6,7

\*Scenario di riferimento: ottobre 2009

In prospettiva, la probabile prosecuzione della fase di deterioramento del mercato del lavoro, l'arresto della fase di disinflazione e l'esigenza di ricostituire la ricchezza finanziaria erosa dalla caduta

delle quotazioni azionarie potrebbero frenare la ripresa dei consumi, favorendo il mantenimento di comportamenti cauti dei consumatori, pur in presenza anche nel 2010 di misure incentivanti.

## La spesa per i veicoli

*Dopo la forte contrazione delle vendite di veicoli registrata nel 2008, i volumi del 2009 si attestano su valori simili a quelli dell'anno precedente. L'andamento al ribasso dei prezzi determinerà, tuttavia, una nuova flessione del fatturato del comparto.*

Per il comparto dei veicoli il 2009 si è chiuso con una riduzione della spesa delle famiglie che stimiamo dell'8,5%. La flessione è imputabile prevalentemente all'andamento dei prezzi, in quanto i volumi si sono infatti mostrati in moderato calo rispetto al 2008 (-1,1%), anno che, tuttavia, si era caratterizzato per una forte contrazione della domanda.

Il risultato solo moderatamente cedente del 2009 è imputabile esclusivamente agli acquisti di auto nuove, mentre è stato decisamente negativo il contributo dei motoveicoli, dei camper e dell'auto usata. Nonostante il principale driver della domanda nel 2009 sia da ricercare negli incentivi governativi, stanziati, seppure con modalità differenti, per tutti i mercati del nuovo, soltanto il comparto dell'auto è riuscito ad invertire il trend cedente dei primi mesi dell'anno, grazie all'estensione e all'entità particolarmente favorevoli del bonus.

L'andamento delle immatricolazioni di auto ha consentito, dunque, al comparto dei veicoli di registrare nel complesso un risultato migliore della media dei consumi, nonostante la maggiore comprimibilità di questa tipologia di spesa rispetto ad altre più necessarie e nonostante l'elevato importo unitario del bene acquistato. La spiegazione è da ricercarsi nell'anticipazione di domanda stimolata proprio dal significativo abbattimento del costo unitario per l'acquisto dell'auto nuova: l'incentivo, pur lasciando invariato il valore della vendita effettuata dal concessionario, si è infatti tradotto per gli acquirenti in una rilevante riduzione di prezzo. Peraltro, al calo dei prezzi medi hanno contribuito sia lo spostamento della domanda verso vetture medio-piccole (quelle interessate dalle agevolazioni), sia l'intensa attività promozionale di case e distributori, che ha reso vantaggiosa l'anticipazione dell'acquisto anche per vetture non interessate dall'agevolazione.



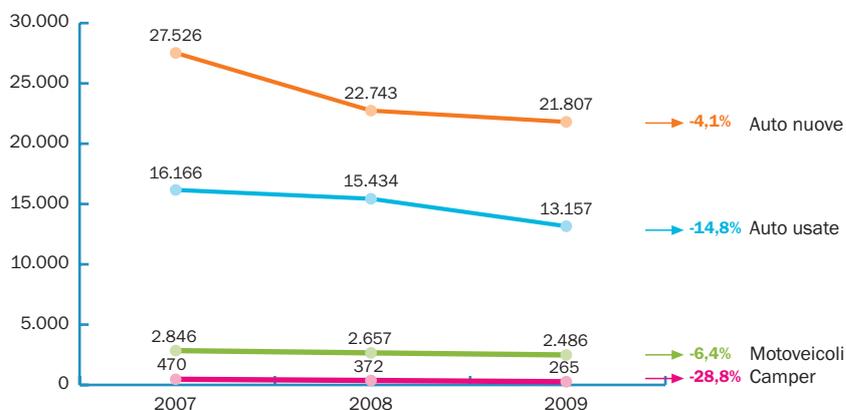
### La spesa (famiglie) per veicoli - Valore (mln di Euro)

	Valore 2007	Valore 2008	Valore 2009
	47.008	41.206	37.699

### La spesa (famiglie) per veicoli - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2007	4,9	1,3	6,3
2008	-13,4	1,2	-12,3
2009	-1,1	-7,5	-8,5

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



Fonte: Findomestic su dati Prometeia

## Auto nuove

*Gli incentivi restituiscono vitalità ad un mercato che aveva iniziato l'anno nel peggiore dei modi. Il miglioramento in corso d'anno non porterà tuttavia ad un trend positivo entro la fine del 2009 soprattutto a causa del crollo della domanda da parte delle aziende. Il ridimensionamento delle immatricolazioni interessa soprattutto le auto diesel, fortemente penalizzate dagli incentivi. La flessione interessa anche le auto a benzina che risentono del crescente interesse per le alimentazioni alternative.*

In questa sezione dell'Osservatorio si analizzano le principali tendenze che stanno interessando il settore dell'automobile, in termini sia di nuove immatricolazioni sia di parco circolante. Per quanto riguarda le immatricolazioni, le analisi, effettuate su dati di fonte UNRAE, si riferiscono al complesso delle vetture immatricolate, compresi i fuoristrada.

Oltre ad analizzare le tendenze del mercato complessivo, si metteranno in evidenza le dinamiche specifiche della domanda delle famiglie e di quella delle aziende, tenendo conto che nel 2009 si sono differenziate più che in altri anni, per le diverse modalità con cui la crisi ha influito sulle decisioni di spesa/investimento.



**Gli incentivi hanno garantito una forte riduzione del prezzo d'acquisto, favorendo un'anticipazione della domanda.**

### **La struttura del mercato: immatricolazioni e parco.**

Dopo la marcata caduta che ha interessato il mercato dell'auto nuova nel 2008 (-13,5%), stimiamo che il 2009 si sia chiuso con un'ulteriore, ma decisamente più contenuta, flessione del livello di immatricolato (-2,7%). Dopo un primo bimestre segnatamente negativo, che aveva riflesso il clima di forte incertezza generatosi alla fine del 2008 a causa della crisi internazionale, lo stanziamento a febbraio degli incentivi governativi all'acquisto di nuove autovetture ha agito efficacemente sulla





domanda dei privati che, a partire da marzo 2009, è tornata a mostrare tassi positivi di variazione sul corrispondente. Il mercato complessivo ha dunque mostrato un progressivo miglioramento in corso d'anno, pur non riuscendo a recuperare un trend positivo, a causa della pesante caduta della richiesta di auto nuove da parte delle aziende. Il 2009, quindi, nonostante il difficile contesto economico e il comportamento generalmente cauto mostrato dalle famiglie nei consumi, si è chiuso per il settore dell'auto con un risultato decisamente superiore alle aspettative, grazie alle modalità degli incentivi (per le quali si rimanda al box a lato) che hanno sostenuto e accelerato il rinnovo del parco, in parte anticipando la domanda dei privati.

Il mercato, che grazie agli incentivi è stato preservato da una caduta che sarebbe stata ben più marcata a causa della crisi, si è tuttavia posizionato su livelli decisamente inferiori a quelli degli ultimi 12 anni e al potenziale di domanda di medio periodo del mercato italiano (intorno ai 2,3 milioni di vetture, livello di equilibrio calcolato ipotizzando un tasso di rinnovo del parco per un mercato maturo come quello italiano del 7-8% circa).



Il parco circolante è stimato essersi assestato nel 2009 sui livelli dello scorso anno (30,4 mln di veicoli in circolazione). La mancata crescita è imputabile alla maturità della domanda di auto nel

### Normativa relativa al mercato delle auto

Gli incentivi del 2009, in parte riprendendo le modalità di quelli già stanziati per il 2008, sono stati così formulati:

- contributo di 1.500 Euro per l'acquisto di autovetture Euro 4 o Euro 5, che emettono non oltre 140 g/Km di CO<sub>2</sub> (oppure non oltre 130 g/Km di CO<sub>2</sub> se alimentate a gasolio), previa rottamazione contestuale di un'autovettura Euro 0, Euro 1 o Euro 2, immatricolata fino al 31/12/1999;
- contributo di 1.500 Euro per l'acquisto di autovetture nuove con alimentazione, esclusiva o doppia, a gpl, metano, elettriche o a idrogeno. Il bonus sale a 2.000 Euro per il gpl e a 3.500 per le auto a metano, elettriche o a idrogeno se le emissioni di CO<sub>2</sub> non superano i 120 g/Km. Non è necessaria la contestuale rottamazione di un veicolo. In caso di rottamazione i bonus sono cumulabili.

Le agevolazioni sono valide per contratti di acquisto stipulati tra il 7 febbraio e il 31 dicembre 2009, purché l'immatricolazione avvenga entro il 31 marzo 2010.

- Contributo di 500 Euro per l'installazione di impianti a gpl e di 650 Euro per quelli a metano.

L'agevolazione è valida per fatture emesse dagli installatori dal 7 febbraio al 31 dicembre 2009.

### Il mercato dell'auto in Italia

	(000 di unità)			(var. %)		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Immatricolazioni (000 di unità e var %)	2.515	2.175	2.115	6,7	-13,5	-2,7
Parco circolante (000 di unità e var %)	30.252	30.391	30.444	0,8	0,5	0,2
Tasso di motorizzazione <sup>1</sup>	518	516	513	-	-	-
Tasso di motorizzazione qualificato <sup>2</sup>	748	747	745	-	-	-
Tasso di sostituzione (%) <sup>3</sup>	7,5	6,7	6,8	-	-	-

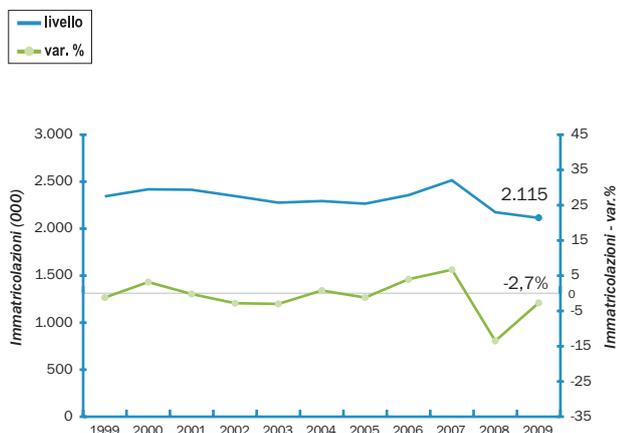
1 Parco auto (per 1.000) su popolazione complessiva.

2 Parco auto (per 1.000) su popolazione in età compresa tra i 18 e i 70 anni.

3 È definito come  $(\text{ROTTt} / \text{PARCOt-1}) * 100$ ; ROTT = numero di auto rottamate.

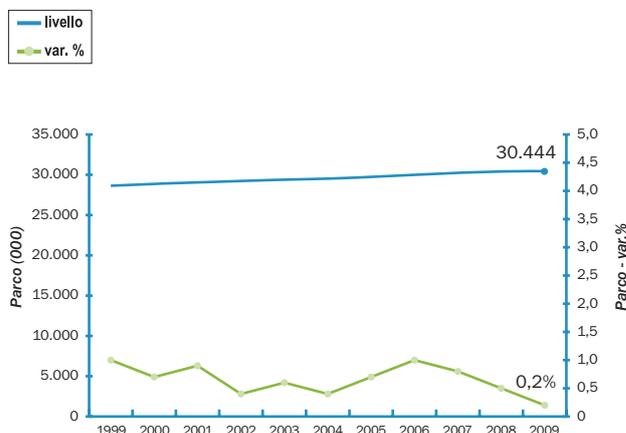
nostro paese, che quindi è, in misura rilevante, domanda di sostituzione di auto obsolete. Inoltre, parte degli incentivi erano legati alla sostituzione di un'autovettura Euro 0, Euro 1 o Euro 2 immatricolata entro il 31/12/1999 con una meno inquinante (Euro 4 o Euro 5 con emissioni fino a 140 g/Km di CO<sub>2</sub>). Stimiamo che nel 2009 circa 2 milioni di nuove auto siano andate a sostituire vetture obsolete.

### Immatricolazioni: livelli e variazioni %



Fonte: Findomestic su dati Prometeia

### Parco circolante: livelli e variazioni %



Fonte: Findomestic su dati Prometeia

### La qualità del parco e la composizione delle immatricolazioni.

Il mercato dell'auto nel 2009 si è caratterizzato per andamenti piuttosto differenziati a livello di segmenti.

Per quanto riguarda le alimentazioni, il 2009 ha confermato la tendenza, in atto già dal 2006, al ridimensionamento della quota di immatricolazioni di auto diesel sul totale. La quota, che si era già ridotta di circa 5 punti nel 2008, ha subito una riduzione anche più accentuata nel 2009. Fino a ottobre le immatricolazioni di auto diesel risultavano in diminuzione del 20% rispetto allo stesso periodo del 2008, risentendo sia degli incentivi, che privilegiavano le auto con cilindrata ed emissioni minori, sia dagli effetti della crisi particolarmente pesanti per le aziende. Per queste ultime nei primi dieci mesi dell'anno si è registrata una contrazione marcata per quasi tutte le tipologie di alimentazione, compreso il diesel, che rappresenta circa il 70% della domanda aziendale. Stimiamo che a fine 2009 il gasolio abbia rappresentato solo il 45% del mercato complessivo, scendendo quindi sotto la soglia del 50%, come non si era più verificato dal 2001. Inoltre,

nonostante il gap tra prezzo alla pompa della benzina e prezzo del gasolio sia tornato ad aumentare nel corso del 2009 a favore del secondo, la domanda di auto diesel ha avuto come deterrente, in un periodo di forte recessione, la cilindrata mediamente elevata associata a questo tipo di alimentazione (circa il 50% dell'immatricolato diesel ha una cilindrata compresa tra



1.551 e 2.000 cc), e quindi l'elevato costo medio unitario della vettura.

Continua tuttavia a crescere, anche se moderatamente, la quota delle auto diesel sul parco circolante (stimiamo che nel 2009 si sia portata al 33,5%), che proprio per la cilindrata media più elevata si caratterizzano anche per una vita media più lunga.

Anche per le auto a benzina il 2009 è stato un anno negativo: nei primi dieci mesi le immatricolazioni risultavano in calo del 14,9%, con una quota sul totale del 37,2%, in riduzione rispetto al 42% dello stesso periodo del 2008. Al calo delle auto alimentate a benzina ha contribuito, oltre che un sempre maggiore interesse per l'acquisto di veicoli alimentati con carburanti meno inquinanti e meno costosi, l'efficace politica di incentivi che ha sostenuto, insieme all'attività promozionale dei distributori, soprattutto le vendite di auto con alimentazioni alternative (le auto a benzina o diesel beneficiavano solo dell'incentivo legato all'eventuale rottamazione di un'auto obsoleta).

Il 2009 si è infatti mostrato un anno particolarmente positivo

per le alimentazioni alternative che, nei primi dieci mesi, hanno registrato una crescita a tre cifre (+186%) rispetto allo stesso periodo del 2008.

Nei primi dieci mesi dell'anno la quota di auto a gpl, metano o elettriche ha così raggiunto il 20,3% dell'immatricolato complessivo (rispetto al 7,3% medio del 2008). La crescita è stata sostenuta per tutte le alimentazioni alternative, trainata in particolare dal gpl. Tale segmento, con una crescita a tre cifre, ha raggiunto un livello di immatricolato pari a due volte e mezzo quello delle auto a metano (nei primi otto mesi del 2008 i due segmenti si erano posizionati sullo stesso livello), beneficiando della più capillare diffusione dei distributori di carburante sul territorio nazionale (attualmente circa 2.300 in Italia a fronte di 700 stazioni di rifornimento di metano).

Per quanto riguarda le cilindrata, i dati relativi ai primi dieci mesi mostravano un andamento negativo per quasi tutti i segmenti, con l'unica eccezione per le auto piccole (con un livello di immatricolato in moderata crescita rispetto al corrispondente periodo del 2008) e per le auto di cilindrata compresa tra i 1.301 e i 1.550 cc. Risultava, invece, particolarmente negativa la tendenza per i le cilindrata superiori ai 1.550 cc.

A beneficiare in modo particolare degli incentivi e dello spostamento verso le alimentazioni alternative è stato, infatti, soprattutto il terzo segmento (tra 1.301 e 1.550 cc), in cui ricadono la maggior parte dei modelli incentivati. Il segmento,

### Quota auto diesel (%)

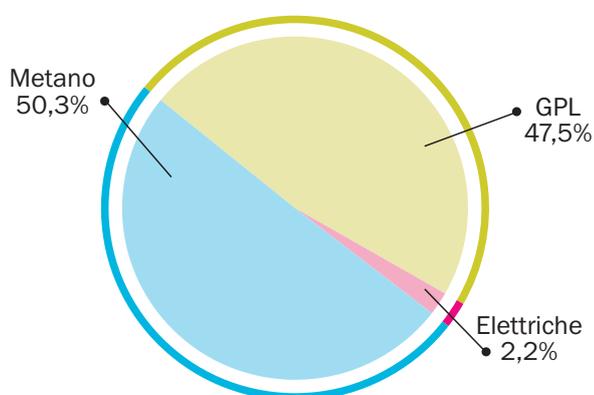
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Sul tot. delle immatricolazioni	58,5	58,9	58,6	55,9	50,8	45,0
Sul tot. del parco circolante	24,7	27,5	29,8	31,8	33,1	33,5

### Il mercato delle auto con alimentazioni alternative (gpl, metano, elettriche)

	2004	2005	2006	2007	2008	gen-ott 2008	gen-ott 2009
Immatricolazioni	12.315	24.460	27.702	94.788	158.425	128.631	368.439
Quota % sul totale delle immatricolazioni	0,5	1,1	1,2	3,8	7,3	6,8	20,3

#### Immatricolazioni delle auto con altre alimentazioni: quote 2008

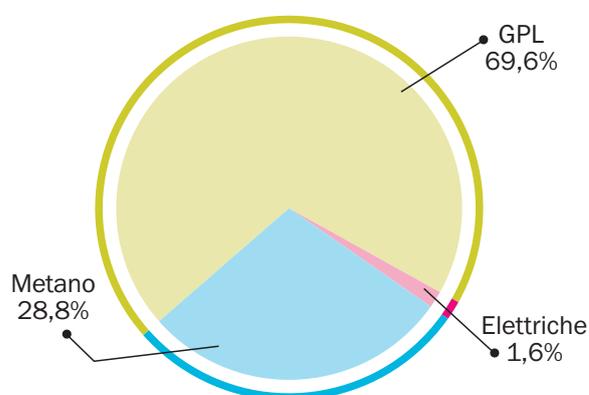
Tot. unità 128.631



Fonte: Findomestic su dati Prometeia

#### Immatricolazioni delle auto con altre alimentazioni: quote gen-ott 2009

Tot. unità 368.439 (+186,4% su 2008)



Fonte: Findomestic su dati Prometeia



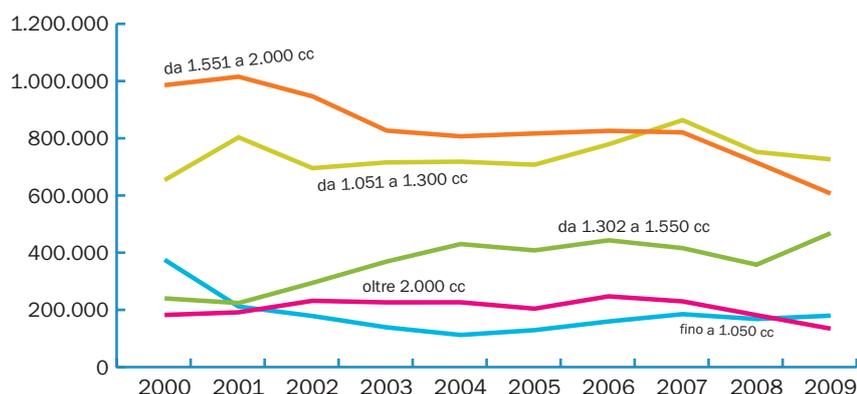
## Le immatricolazioni per cilindrata

	2008	2009	var%
Fino a 1.050 cc	168.079	179.810	7,0%
Da 1.051 a 1.300 cc	752.260	726.326	-3,4%
Da 1.301 a 1.550 cc	357.976	468.103	30,8%
Da 1.551 a 2.000 cc	715.030	606.766	-15,1%
Oltre 2.000 cc	181.703	134.346	-26,1%
<b>Totale</b>	<b>2.175.048</b>	<b>2.115.352</b>	<b>-2,7%</b>

in crescita nei primi dieci mesi dell'anno del 30% rispetto allo stesso periodo del 2008, ha fatto registrare risultati ancor più positivi se si considerano soltanto le immatricolazioni effettuate da persone fisiche. Tenuto conto dell'andamento posi-

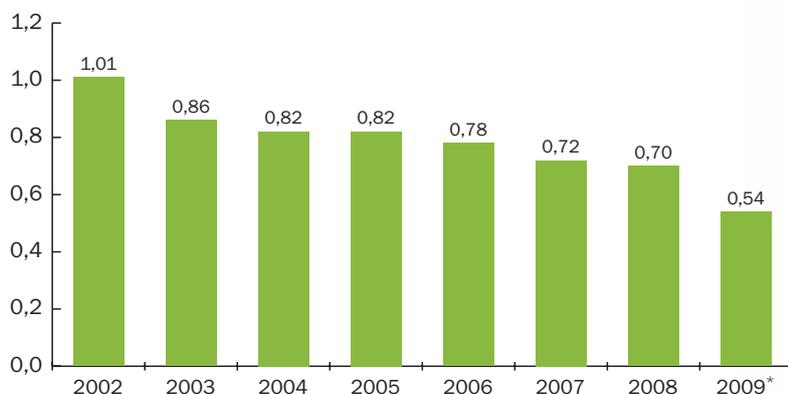
tivo della domanda delle famiglie anche negli ultimi mesi dell'anno, stimiamo che questo segmento abbia chiuso il 2009 con un incremento complessivo delle vendite del 30,8% (in numero di pezzi), con un guadagno di circa 6 punti percentuali di quota sull'immatricolato complessivo.

### L'evoluzione delle immatricolazioni per cilindrata



\*Stima basata sui dati rilevati fino a ottobre 2009

### Indice di qualità dell'immatricolato (immatricolato > 1.600cc/immatricolato < 1.600cc)



\*Stima basata sui dati rilevati fino a ottobre 2009

Dovrebbe essere rimasta pressoché stabile la quota delle auto fino a 1.300 cc (con un moderato guadagno delle cilindrata fino a 1.050), mentre lo spostamento è avvenuto prevalentemente a svantaggio degli ultimi due segmenti (cilindrata superiori ai 1.550 cc), che vedono la propria quota ridursi al 35% delle vendite (rispetto al 41,2% del 2008).

L'efficace politica di incentivazione all'acquisto di modelli di cilindrata medio-piccola, insieme alla moderata caduta del reddito disponibile delle famiglie, ha dunque contribuito ad accentuare lo spostamento, in atto già da diversi anni, delle immatricolazioni a vantaggio delle cilindrata inferiori, determinando una decisa riduzione dell'indice di qualità dell'immatricolato (rapporto tra le immatricolazioni di cilindrata superiore a 1.600 cc e le immatricolazioni di cilindrata inferiore a 1.600 cc), che è infatti sceso a 0,54 a fronte dello 0,70 del 2008. Bisogna sottolineare che l'indice di qualità, tenendo conto della sola cilindrata dei mezzi immatricolati, non può cogliere il certo miglioramento qualitativo apportato al circolante dalle nuove vetture messe in circolazione nel 2009 in termini di emissioni.

## I segmenti di cilindrata per grandi ripartizioni geografiche.

Le stime del parco circolante nel 2009 indicano per tutte le aree geografiche una sostanziale stabilità rispetto al 2008. La dinamica è, infatti, piuttosto omogenea: la natura della domanda generatasi nel 2009, prevalentemente di sostituzione di veicoli obsoleti, fa sì che in tutte le macroaree i tassi di variazione rispetto al 2008 siano prossimi allo 0.

Nelle regioni del Sud la stabilità del parco non ha permesso di colmare parte del gap esistente rispetto alle altre macroaree, mantenendo quindi un tasso di motorizzazione nettamente inferiore alla media nazionale (394 auto ogni 1.000 abitanti a fronte di una media di 509).

La concentrazione delle immatricolazioni nel segmento di cilindrata compreso tra 1.301 e 1.550 cc ha determinato un significativa ricomposizione del parco a favore dello stesso (+2,8%), che raggiunge quindi una quota di circa il 17% sul parco circolante complessivo.

Si riduce, invece, l'incidenza del primo segmento (fino a 1.050 cc.), se pur a fronte di un aumento delle immatricolazioni (stima del +7% a fine anno), sia per il più elevato tasso di sostituzione che caratterizza le piccole cilindrata sia per il probabile spostamento di una quota di circolante da questo segmento a quelli immediatamente superiori (in cui il risparmio consentito dalla presenza dell'incentivo rendeva il prezzo dei veicoli decisamente più appetibile rispetto al passato). La riqualificazione del parco è più evidente nelle regioni del Sud, dove il segmento fino a 1.050 cc, particolarmente rilevante in questa macroarea (con una quota del 24,2% a fronte del 15,7 medio), perde oltre 4 punti di quota,

## Segmenti di cilindrata per aree geografiche - Parco circolante auto

	Parco circolante 2009 (000)				
	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Italia
Fino a 1.050 cc	1.077	788	924	1.989	4.779
Da 1.051 a 1.300 cc	2.206	1.453	1.788	2.241	7.688
Da 1.301 a 1.550 cc	1.539	1.046	1.148	1.338	5.070
Da 1.551 a 2.000 cc	3.522	2.312	2.583	2.223	10.639
Oltre 2.000 cc	783	540	522	423	2.267
<b>Totale</b>	<b>9.127</b>	<b>6.138</b>	<b>6.965</b>	<b>8.213</b>	<b>30.444</b>

	Composizione percentuale 2009				
	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Italia
Fino a 1.050 cc	11,8	12,8	13,3	24,2	15,7
Da 1.051 a 1.300 cc	24,2	23,7	25,7	27,3	25,3
Da 1.301 a 1.550 cc	16,9	17,0	16,5	16,3	16,7
Da 1.551 a 2.000 cc	38,6	37,7	37,1	27,1	34,9
Oltre 2.000 cc	8,6	8,8	7,5	5,1	7,4
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

	Parco circolante - variazioni percentuali 2009 su 2008				
	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Italia
Fino a 1.050 cc	-4,4	-4,8	-4,4	-4,5	-4,5
Da 1.051 a 1.300 cc	-0,1	0,0	1,0	1,2	0,5
Da 1.301 a 1.550 cc	3,0	3,6	1,1	3,4	2,8
Da 1.551 a 2.000 cc	0,7	0,8	0,5	0,4	0,6
Oltre 2.000 cc	1,3	1,7	1,7	2,0	1,6
<b>Totale</b>	<b>0,3</b>	<b>0,4</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,2</b>



quasi interamente a vantaggio del secondo e del terzo segmento (le auto tra 1.051 e 1.550 cc arrivano così a coprire nel 2009 quasi il 44% del circolante in questa macroarea).

Cresce in tutte le macroaree il parco di cilindrata superiore a 2.000 cc (+1,6%), nonostante la forte caduta del livello di immatricolato (stimato del 26,1%), per il più basso tasso di sostituzione che caratterizza queste auto, con vita media più elevata.



Cresce in tutte le macroaree il parco di cilindrata superiore a 2.000 cc (+1,6%), nonostante la forte caduta del livello di immatricolato, per il più basso tasso di sostituzione che caratterizza queste auto, con vita media più elevata.



### Segmenti di cilindrata per aree geografiche - Immatricolazioni auto

	Immatricolazioni 2009 (000)				
	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Italia
Fino a 1.050 cc	49	26	55	50	180
Da 1.051 a 1.300 cc	213	123	210	181	726
Da 1.301 a 1.550 cc	144	108	111	105	468
Da 1.551 a 2.000 cc	207	122	182	97	607
Oltre 2.000 cc	48	30	36	20	134
<b>Totale</b>	<b>661</b>	<b>408</b>	<b>592</b>	<b>453</b>	<b>2.115</b>

	Composizione percentuale 2009				
	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Italia
Fino a 1.050 cc	7,4	6,3	9,2	11,1	8,5
Da 1.051 a 1.300 cc	32,2	30,1	35,4	39,9	34,3
Da 1.301 a 1.550 cc	21,9	26,5	18,7	23,1	22,1
Da 1.551 a 2.000 cc	31,2	29,8	30,7	21,4	28,7
Oltre 2.000 cc	7,3	7,3	6,0	4,5	6,4
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

	Immatricolazioni - variazioni percentuali 2009 su 2008				
	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Italia
Fino a 1.050 cc	5,0	-1,1	9,2	11,3	7,0
Da 1.051 a 1.300 cc	-6,4	-5,0	-5,3	3,9	-3,4
Da 1.301 a 1.550 cc	30,6	46,6	25,5	22,6	30,8
Da 1.551 a 2.000 cc	-12,7	-15,7	-19,2	-11,3	-15,1
Oltre 2.000 cc	-24,3	-27,5	-27,4	-25,6	-26,1
<b>Totale</b>	<b>-3,5</b>	<b>-1,5</b>	<b>-6,5</b>	<b>2,7</b>	<b>-2,7</b>

**Il mercato famiglie e il mercato aziende.** Dopo l'importante crescita registrata nel 2007 e il rimbalzo negativo del 2008, nel 2009 le immatricolazioni di auto da parte delle famiglie sono tornate a crescere, ad un tasso che stimiamo a fine anno sia risultato del +8,4%. Come già detto, importante sostegno agli acquisti delle persone fisiche è derivato dagli incentivi approvati a febbraio e che entro l'estate erano già riusciti a invertire il trend negativo dei primi mesi. Infatti, nonostante l'esplicitarsi in corso d'anno degli effetti della crisi internazionale, soprattutto in termini occupazionali, le famiglie, beneficiando di alcuni fattori che hanno attutito la caduta del reddito disponibile reale (politiche di sussidio, discesa dei tassi di interesse sui mutui variabili, rallentamento dell'inflazione), hanno preferito destinare risorse all'acquisto dell'auto nuova piuttosto che a quello di altri beni durevoli, anticipando una domanda che, in assenza di incentivo, avrebbero probabilmente rinviato ad un successivo periodo di ripresa dell'economia.

Rispetto ai primi dieci mesi del 2009, periodo in cui le immatricolazioni delle persone fisiche risultavano in crescita del 7,9%, stimiamo che nell'ultima parte dell'anno i risultati del mercato si siano mantenuti, almeno per questo segmento, positivi in termini di confronto con lo stesso periodo del 2008 (+11% la variazione media tendenziale negli ultimi quattro mesi).

Tuttavia la dichiarata disponibilità del governo a rinnovare gli incentivi anche nel 2010, misura necessaria per sostenere l'attività di un settore così rilevante per l'economia italiana, dovrebbe aver evitato picchi di domanda negli ultimi mesi del 2009 (che eventualmente si sarebbero verificati qualora i bonus fossero scaduti a fine anno).

La domanda delle aziende non ha invece trovato sostegno negli incentivi, date le modalità dei bonus (incentivazione



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

	(000 di unità)			(var. %)		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Famiglie	1.824	1.489	1.614	8,5	-18,4	8,4
Aziende	690	686	501	2,3	-0,6	-26,9

delle cilindrato medio-basse con alimentazioni non diesel), e pertanto, fortemente penalizzata dal contesto di crisi, ha subito una contrazione che stimiamo del 26,9%.

Il risultato del 2009 porta così la quota delle famiglie sulla domanda complessiva a crescere al 76,3%, dopo un 2008 di contrazione (anno in cui era scesa al 68,4%).

Stimiamo che, seppure a fronte di un aumento delle immatricolazioni da parte delle famiglie, il valore della spesa delle stesse si sia ridotto del 4,1% rispetto al 2008. Tale riduzione è imputabile al minor prezzo medio per auto acquistata, inferiore di circa il 12% rispetto al 2008, sia per una ricomposizione qualitativa della domanda verso le auto di minore cilindrata sia per un'ulteriore riduzione di prezzo, di cui le famiglie hanno potuto beneficiare per la presenza del bonus. Gli incentivi si sono tradotti, infatti, in veri e propri sconti sul prezzo finale pagato dalle famiglie, pur lasciando invariato l'importo fatturato dal rivenditore (grazie all'integrazione ottenuta tramite il bonus statale).

Nonostante, quindi, il migliore risultato

del comparto in termini di volumi di vendita rispetto ad altri settori di beni durevoli, nel complesso la spesa destinata all'auto dalle famiglie nel 2009 ha ridotto la propria incidenza sia sui consumi complessivi sia su quelli di durevoli.

A livello territoriale, la riduzione della spesa, sia in termini assoluti che in termini di spesa per famiglia, è risultata più accentuata nelle regioni del Nord. Alla minore flessione del valore della spesa nelle regioni centro-meridionali ha contribuito il più basso livello dei redditi e la minore incidenza delle auto di grossa cilindrata sul parco circolante, fattori che possono aver determinato una maggiore propensione delle famiglie ad usufruire dell'incentivo, e quindi un migliore andamento dei volumi di vendita, anticipando una domanda che altrimenti si sarebbe manifestata in anni successivi.

Valore mercato famiglie 2008-2009

**-4,1%**



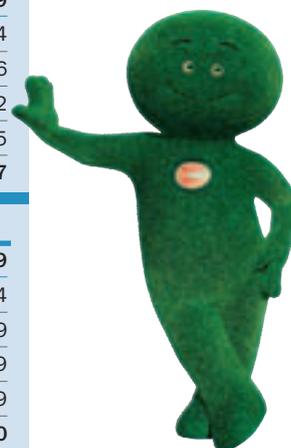
### Il valore del mercato famiglie (mln. di Euro)

	2007	2008	2009
Valore (livelli)	27.526	22.743	21.807
Valore (var. %)	10,2	-17,4	-4,1
Quota % su consumi durevoli	30,5	26,6	25,8
Quota % su consumi totali	3,0	2,4	2,3

### Valore per aree geografiche

Valore (mln. di Euro)			
	2007	2008	2009
Nord-ovest	9.253	7.477	7.084
Nord-est	6.301	5.218	4.916
Centro	5.933	4.990	4.872
Sud e isole	6.039	5.059	4.935
<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>

Spesa per famiglia (Euro)			
	2007	2008	2009
Nord-ovest	1.335	1.064	994
Nord-est	1.316	1.070	989
Centro	1.242	1.024	979
Sud e isole	775	642	619
<b>Totale Italia</b>	<b>1.134</b>	<b>922</b>	<b>870</b>



## Auto usate

*Crisi e incentivi orientati all'acquisto di auto nuove penalizzano fortemente il mercato dell'usato che nel 2009 si colloca sotto il livello raggiunto all'inizio degli anni 2000. Il calo dei passaggi di proprietà e delle quotazioni dell'usato portano ad una flessione a due cifre del fatturato.*

Nel corso del 2009 si stima che gli acquisti di automobili usate da parte di privati abbiano mostrato un'accentuazione della flessione iniziata lo scorso anno, per effetto non solo dell'intensificarsi della crisi internazionale ma, anche, dall'efficacia dello stanziamento di incentivi governativi all'acquisto di nuove autovetture, che hanno in parte spostato le intenzioni di acquisto delle famiglie verso quest'ultimo segmento e accelerato il rinnovo del parco circolante.

La dinamica fortemente negativa dei volumi di vendita (-7,2% tendenziale) ha portato il mercato delle vetture usate al di sotto dei livelli raggiunti all'inizio degli anni 2000. In termini nominali la contrazione è risultata ancora più accentuata (prossima al 15%) per il consistente calo delle quotazioni dell'usato (-7,8%), influenzato dalla concorrenza del mercato delle auto nuove, i cui prezzi medi (in presenza degli incentivi alla rottamazione) hanno registrato una flessione dell'11,5%. La caduta della domanda privata di auto usate è stata particolarmente negativa nei primi mesi del 2009, per poi affievolirsi nella seconda parte dell'anno, favorita da un effetto base favorevole e da un progressivo miglioramento del clima di fiducia delle famiglie.

Nel complesso del 2009 i trasferimenti di proprietà si sono attestati sui 2,5 milioni di unità, contro 1,5 milioni circa di veicoli immatricolati da parte di persone fisiche, perdendo quasi 3 punti percentuali in termini di quota sul mercato totale (nuovo e usato) rispetto allo scorso anno (61,8% verso 64,5% del 2008). Ciononostante il segmento dell'usato ha mantenuto nel 2009 un peso rilevante, data la capacità di soddisfare una parte consistente della domanda complessiva di auto.

Si tratta, soprattutto, dei possessori di auto particolarmente vecchie che non hanno la disponibilità economica per acquistare un'auto nuova, neppure con il supporto degli incentivi alla rottamazione, oltre a quella parte della popolazione che a causa delle incertezze sul futuro preferisce rimandare l'acquisto di un mezzo nuovo.

Va ricordato il limitato impatto di questa voce di spesa sull'andamento dei consumi delle famiglie contabilizzato dall'ISTAT, in quanto il valore di tali scambi è visibile nella contabilità del settore istituzionale solo per la quota di passaggi di proprietà da soggetti terzi a famiglie, al netto dei passaggi da famiglie a soggetti terzi (gli scambi tra famiglie non generano invece per il settore istituzionale alcun consumo aggiuntivo).

La caduta della domanda privata di auto usate è stata particolarmente negativa nei primi mesi del 2009, per poi affievolirsi nella seconda parte dell'anno, favorita da un effetto base favorevole e da un progressivo miglioramento del clima di fiducia delle famiglie.

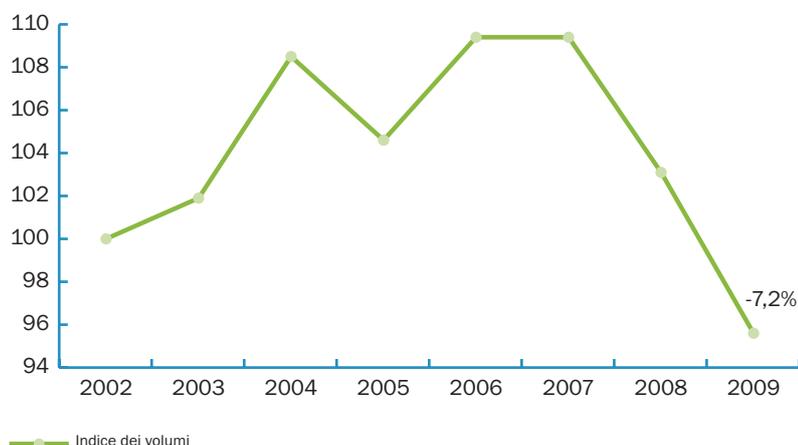
### Il mercato dell'auto usata in Italia

	2007	2008	2009
N° pezzi (000 unità)	2.866	2.702	2.498
Valore (000)	16.166	15.434	13.157

### Il mercato dell'auto usata - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2007	-0,1	0,5	1,2
2008	-5,7	1,3	-4,5
2009	-7,2	-7,8	-14,8

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



# Motocicli

Dopo la marcata flessione del 2008 si contrae ancora il fatturato del comparto motoveicoli.

Gli incentivi hanno avuto un effetto positivo solo sul segmento tra 51 e 250 cc., ossia sui motocicli maggiormente utilizzati in ambito urbano.

I ciclomotori non interessati dalle agevolazioni governative vedono invece crollare le immatricolazioni.

Lo scooter si conferma in testa alle preferenze dei consumatori.

## La struttura del mercato: immatricolazioni e parco.

La contrazione della domanda di motocicli, iniziata nel corso del 2008, si è protratta anche nel 2009 nonostante la presenza di incentivi alla rottamazione e sostituzione del mezzo a 2 ruote. La sensibilità alle misure di sostegno al mercato, infatti, ha fatto sentire i suoi effetti solo sul segmento di cilindrata compresa tra 51 e 250 cc., grazie all'utilizzo prevalente di questa tipologia di motocicli in ambito urbano che mantiene elevata e crescente la domanda potenziale.

L'analisi del mercato per tipologia di veicolo nel 2009 ha rivelato una netta preferenza dei consumatori per lo scooter, che è in testa alle classifiche dei mezzi più venduti, sia nel segmento dei motocicli che dei ciclomotori: nel segmento dei motoveicoli di cilindrata superiore a 50 cc. la vendita di scooter è risultata

addirittura in crescita dell'8,8% nei primi dieci mesi del 2009. Le difficoltà economiche delle famiglie sembrano essersi fatte sentire, invece, sulla domanda dei consumatori più giovani, che ha invertito la tendenza positiva evidenziata nel corso del 2008.

Nonostante il crescente interesse dei quattordicenni per le due ruote, stimolato dall'introduzione nelle scuole secondarie di primo grado dei corsi per il patentino, nel 2009 si è abbassata la propensione delle famiglie ad incrementare la spesa per beni non necessari a causa dello sfavorevole ciclo economico che ha compresso i redditi.

## Il mercato dei ciclomotori in Italia

	2007	2008	2009
Vendite (unità)	130.693	123.028	100.386
Parco circolante (unità)	4.101.397	3.759.421	3.432.326
Tasso di motorizzazione qualificato <sup>1</sup>	105	96	87
Tasso di sostituzione (%) <sup>2</sup>	10,7	11,3	11,4

1 Parco moto (per 1.000) 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

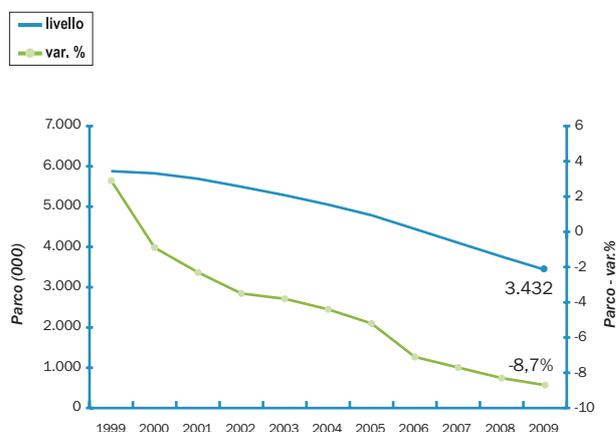
	2007	2008	2009
Vendite (var. %)	8,6	-5,9	-18,4
Parco circolante (var. %)	-7,7	-8,3	-8,7

### Vendite ciclomotori: livelli e variazioni %



Fonte: Findomestic su dati Prometeia

### Parco circolante ciclomotori: livelli e variazioni %



Fonte: Findomestic su dati Prometeia

Inoltre, il mercato dei ciclomotori nel 2009 non era interessato dagli incentivi varati a sostegno della domanda e, quindi, è risultato sfavorito in termini relativi rispetto ai segmenti di cilindrata maggiore. Proprio in considerazione di tale andamento fortemente cedente, il governo ha varato nuovi incentivi specifici per questo segmento, entrati in vigore il 5 ottobre, fino ad esaurimento dei fondi stanziati e, quindi, con un prolungamento sul 2010. Si stima che i fondi stanziati possano aver solo in parte avvantaggiato la domanda di ciclomotori del 2009, a causa di un vincolo sull'immissione sul mercato di mezzi a 2 ruote aggiuntivi rispetto alla produzione già programmata per gli ultimi mesi dell'anno. Si prevede che, pertanto, gran parte della domanda possa trovare adeguata copertura con le consegne del 2010.

## Il mercato delle moto in Italia

	2007	2008	2009
Immatricolazioni (unità)	431.885	403.488	399.577
Parco circolante (unità)	5.278.247	5.534.514	5.780.970
Tasso di motorizzazione qualificato <sup>1</sup>	146	153	158
Tasso di sostituzione (%) <sup>2</sup>	2,9	2,8	2,8

1 Parco moto (per 1.000) 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

	2007	2008	2009
Immatricolazioni (var. %)	-2,3	-6,6	-1,0
Parco circolante (var. %)	5,7	4,9	4,5

Considerando l'andamento congiunturale delle immatricolazioni dei ciclomotori (-21% fino a ottobre) e stimando l'impat-

to dei nuovi incentivi sulla domanda espressa entro la fine dell'anno, si stima che, a consuntivo del 2009, le immatricolazioni dei "cinquanta" risulti in flessione del 18,4%.

L'acquisto di veicoli di cilindrata superiore a 50 cc., invece, potrebbe limitare la flessione all'1%, consolidando il dato dei primi dieci mesi e innalzando il tasso di motorizzazione qualificato calcolato sul parco motociclistico detenuto dalla popolazione di età compresa tra 20 e 64 anni. Analizzando il mercato per nazionalità dei costruttori, ai primi posti delle vendite figurano mezzi di tecnologia italiana nel mercato dei ciclomotori (Scarabeo Aprilia e Phantom Malaguti i più venduti) mentre nel mercato dei motocicli Honda

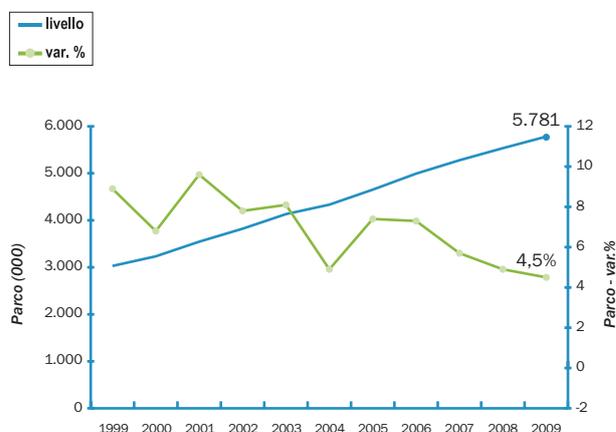


### Immatricolazioni moto: livelli e variazioni %



Fonte: Findomestic su dati Prometeia

### Parco circolante moto: livelli e variazioni %



Fonte: Findomestic su dati Prometeia

detiene il primato dei 2 modelli più acquistati (SH 300 e SH 150). Piaggio ha comunque recuperato posizioni nel 2009, raggiungendo il terzo posto (col modello Beverly 300).

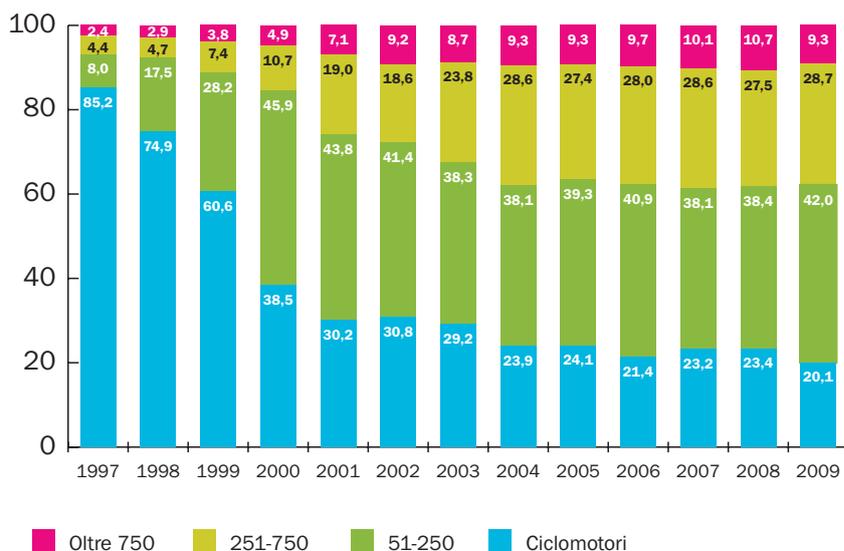
Nel corso del 2009 la maggiore domanda rivolta alle fasce basse del mercato dei motocicli, con riduzione degli acquisti di mezzi di cilindrata superiore a 500 cc., si ricollega alla presenza del bonus fiscale di 500 Euro concesso, come sconto sull'acquisto, solo per questo segmento inferiore dei motocicli. Il favore riservato ai mezzi fino a 200 cc. (+24% nei primi dieci mesi) è conseguenza dell'elevato risparmio sul prezzo finale rappresentato dallo sconto (20-25% circa).

Nel 2009, lo spostamento della domanda, favorito dagli incentivi, ha arrestato la tendenza al recupero di quote di mercato da parte dei ciclomotori osservata nel precedente biennio: il rapporto tra mezzi di cilindrata superiore a 50 cc. e mezzi di cilindrata inferiore a 50 cc. è così tornato a 4 moto ogni ciclomotore acquistato. La domanda è andata a svecchiare il parco in misura superiore a quanto avveniva in assenza di incentivi, quando gli acquisti dei quattordicenni, da una parte, e gli stretti vincoli imposti dalle amministrazioni locali delle grandi città alla circolazione delle autovetture, dall'altra, aveva stimolato una nuova domanda di mezzi a 2 ruote che aveva avuto l'effetto di incrementare il parco circolante.

Si stima che, nel 2009, le vendite in valore si siano ridotte del 6,4% per il totale Italia; l'area geografica in cui il valore del mercato ha presentato nel corso del 2009 la maggiore riduzione degli acquisti risulta ancora una volta il Centro. Nel Nord Italia, invece, le moto di cilindrata compresa tra 51 e 250 cc. hanno incrementato le vendite del 15% circa, beneficiando appieno degli incentivi. Il Sud ha presentato una crescita della domanda di moto di cilindrata media (251-750 cc.) del 7% in valore, beneficiando in parte del bonus fiscale, in parte di uno spostamento verso il mezzo a 2 ruote per il trasporto in ambito urbano in un'area in cui il trasporto pubblico è spesso carente e le condizioni atmosferiche favoriscono l'utilizzo del motociclo.



### Composizione delle immatricolazioni



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

	2007	2008	2009
Il valore degli acquisti (livelli)	2.846	2.657	2.486
Il valore degli acquisti (var. %)	-0,1	-6,7	-6,4

### Il valore per segmento e macro area

	Valore degli acquisti 2009 (mln. Euro)				
	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Italia
51-250 cc	223	126	203	260	812
251-750 cc	261	147	216	304	929
Oltre 750 cc	212	130	122	106	570
Moto	696	404	541	670	2.311
Ciclomotori	41	38	36	61	175
<b>Totale</b>	<b>737</b>	<b>441</b>	<b>577</b>	<b>731</b>	<b>2.486</b>

	Variazioni percentuali 2009 su 2008				
	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud	Italia
51-250 cc	15,0	15,4	1,8	-7,2	3,8
251-750 cc	-12,4	-9,9	-7,9	7,0	-5,3
Oltre 750 cc	-14,0	-16,0	-16,1	-21,7	-16,4
Moto	-5,7	-5,6	-6,6	-4,2	-5,5
Ciclomotori	-17,9	-17,5	-17,7	-17,0	-17,5
<b>Totale</b>	<b>-6,5</b>	<b>-6,8</b>	<b>-7,4</b>	<b>-5,5</b>	<b>-6,4</b>

# Camper

*Flessione di oltre il 20% per il fatturato del comparto camper per il secondo anno consecutivo.*

*Gli incentivi, volti a favorire la sostituzione dei mezzi più obsoleti con veicoli più ecologici, non hanno prodotto l'effetto sperato.*

Nel biennio 2008-2009 il mercato dell'autocaravan ha registrato una significativa battuta d'arresto, imputabile principalmente agli effetti della crisi che hanno condizionato il clima di fiducia e il potere di acquisto delle famiglie.

Nonostante l'approvazione di misure governative volte a sostenere la domanda del settore, facilitando la sostituzione dei modelli più obsoleti e inquinanti con veicoli più ecologici e a basso impatto ambientale, l'aggravarsi della crisi internazionale e le conseguenti incertezze sul futuro (soprattutto riguardo al mercato del lavoro) hanno rafforzato nel 2009 l'atteggiamento "attendista" da parte dei consumatori, che si è tradotto per il secondo anno consecutivo in una marcata diminuzione degli acquisti di autocaravan.

Sul limitato effetto degli ecoincentivi governativi si ritiene possa aver influito, oltre alla limitata disponibilità economica delle famiglie, anche la capacità dei veicoli usati di mantenere un buon valore di permuta rispetto al bonus di 2.500 Euro previsto per la sostituzione di mezzi Euro 0, 1 e 2 (immatricolati entro il 31 dicembre 1999) con un veicolo Euro 4 o 5.

La flessione delle vendite di camper è stata particolarmente consistente nel primo semestre del 2009, periodo durante il quale l'acuirsi della crisi ha determinato un calo delle immatricolazioni da parte di persone fisiche superiore al 33%, e stimiamo sia proseguita, sebbene a un ritmo meno intenso, anche nella seconda parte dell'anno.



Dopo il calo del 21% circa registrato nel 2008, il mercato dovrebbe aver registrato, quindi, nel 2009 una contrazione a valore del 28,8%, con un immatricolato che si è attestato intorno alle 6.850 unità, riportandosi sui livelli degli ultimi anni '90.

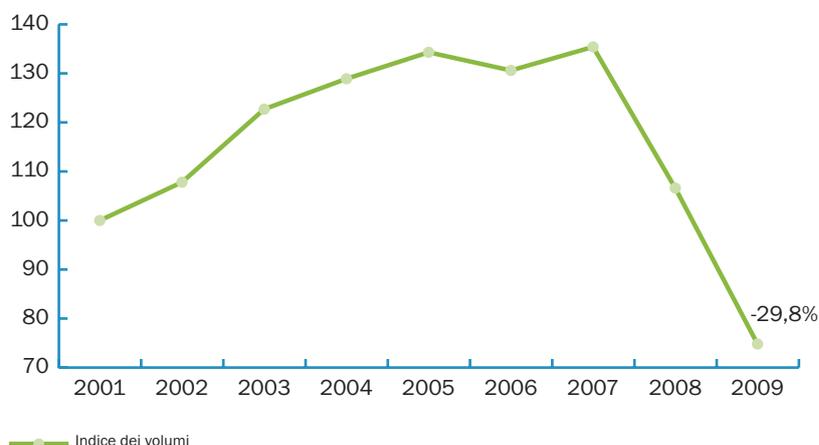
## Il mercato dei camper - Valore (mln di Euro)

	Valore 2007	Valore 2008	Valore 2009
	470	372	265

## Il mercato dei camper - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2007	3,6	3,2	6,9
2008	-21,3	0,7	-20,7
2009	-29,8	1,4	-28,8

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



Valore  
2008-2009

**-28,8%**

# La spesa per la casa

Il mercato dei beni durevoli per la casa chiude il 2009 con un aumento delle vendite in termini di volumi ma con un calo del fatturato. All'interno dell'aggregato si registrano andamenti eterogenei: alla crescita delle vendite di prodotti di nuova tecnologia ha fatto da contraltare il calo della domanda di elettrodomestici bianchi e mobili.

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

Valore 2007	Valore 2008	Valore 2009
30.480	29.675	27.816

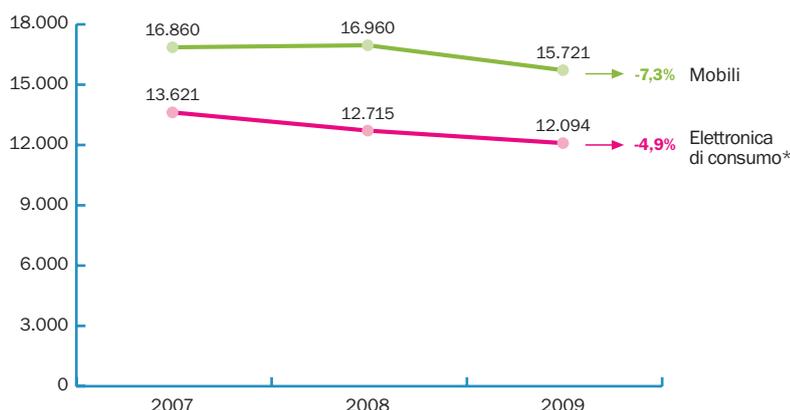
## La spesa (famiglie) per la casa - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2007	9,2	-7,1	1,4
2008	2,6	-5,1	-2,6
2009	3,1	-9,1	-6,3

Stimiamo che nel 2009 la spesa delle famiglie per beni durevoli per la casa si sia ridotta dell'6,3%, flessione più contenuta di quella registrata nel 2008.

Come per il comparto dei veicoli, il minore valore della spesa è imputabile all'andamento ancora cedente, e in atto da almeno un quinquennio, dei prezzi (in riduzione nel 2009 del 9,1%) che ha contrastato la positiva evoluzione dei volumi (in crescita del 3,1%), risultato migliore sia degli altri beni durevoli sia della media dei consumi.

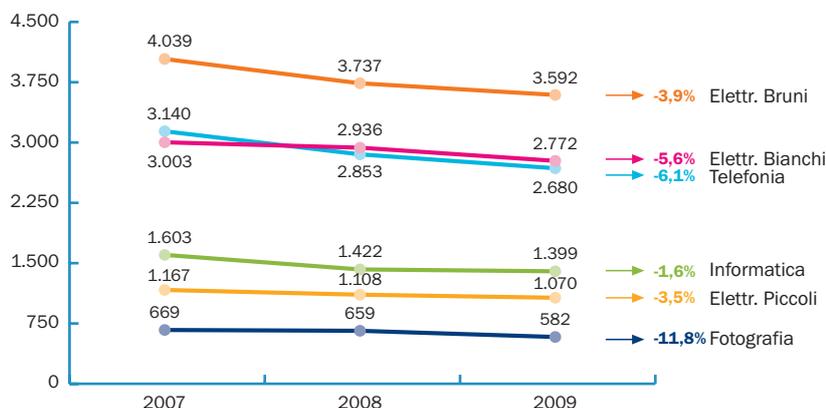
## Andamento del valore (mln di Euro) dei segmenti compresi nell'aggregato "casa" (famiglie)



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

All'interno del comparto si sono registrati andamenti differenti poiché al risultato positivo delle vendite di prodotti di nuova tecnologia si è contrapposta la contrazione degli acquisti di beni di elevato importo unitario o legati ad attività di ristrutturazione dell'abitazione (mobili, elettrodomestici bianchi). In quest'ultimo caso, la domanda, oltre ad essere penalizzata dal difficile contesto economico, non ha trovato sufficiente stimolo nella presenza di incentivi all'acquisto, legati alla ristrutturazione dell'abitazione, mentre ha subito l'effetto della presenza di più efficaci agevolazioni sui veicoli, verso cui si sono quindi orientate le decisioni di acquisto.

## Andamento del valore (mln di Euro) dei beni venduti nei p.v. di elettrodomestici (famiglie)



Fonte: Findomestic su dati Prometeia

Gli unici contributi positivi sono derivati dai prodotti di più nuova tecnologia (smartphone, notebook), e dal comparto dei video (tv e decoder). Nel primo caso, i prodotti più innovativi sono andati a vivacizzare, anche grazie a politiche di prezzo molto favorevoli, la domanda in mercati sviluppatasi rapidamente e ormai saturi. Per quanto riguarda gli apparecchi video, la domanda, che aveva iniziato a rallentare dopo anni di forti incrementi delle vendite legati all'introduzione sul mercato degli schermi LCD e al plasma, ha trovato sostegno nel passaggio del sistema di trasmissione del segnale televisivo dalla tecnologia analogica a quella digitale, registrando così tassi di crescita a tre cifre e in progressiva accelerazione in corso d'anno.

# Mobili

*Netta flessione di vendite e fatturato per il mercato dei mobili che risente, più degli altri segmenti, del calo del potere d'acquisto delle famiglie. La ristrettezza delle condizioni per usufruire degli incentivi ha vanificato il loro effetto. La contrazione delle vendite ha interessato tutti i segmenti di mercato.*



Nel 2009 il mercato del mobile sembra aver raggiunto un punto di minimo. La domanda, in flessione per l'ottavo anno consecutivo, potrebbe aver presentato una riduzione del 9,6% a prezzi costanti. Il mercato in valore si è invece ridotto del 7,3% per effetto di prezzi che non sono complessivamente scesi (del 2,5% l'inflazione stimata per il 2009) nonostante la debolezza degli acquisti che si è profilata in corso d'anno al di là delle attese più pessimistiche degli operatori. Il deterioramento del potere di acquisto delle famiglie e i crescenti problemi sul fronte occupazionale hanno reso molto limitati gli effetti positivi sulla domanda di mobili offerti dagli incentivi varati dal governo, peraltro ristretti alla sola categoria di coloro che nel periodo luglio 2008-dicembre del 2009 hanno realizzato interventi di recupero del patrimonio edilizio accedendo allo sgravio fiscale del 36% e usufruibili nell'arco di 10 anni.

Conferme alla perdurante debolezza della domanda di mobili provengono dai dati negativi delle vendite al dettaglio, dalla flessione del fatturato interno del settore, dalla contrazione degli ordini e dalla dinamica fortemente cedente delle importazioni che, prevalentemente posizionate sulla fascia bassa del mercato, testimoniano la situazione di difficoltà in cui versa il mercato del mobile che non risparmia neppure la domanda di prodotti di minore importo medio unitario di spesa.

La domanda di mobili nel corso del 2009 si è contratta su tutti i segmenti di mercato (cucina, imbottiti, camera e soggiorno). Si stima che questa riduzione così diffusa sia in parte collegata alla crescita della domanda automobilistica che ha potuto contare su un bonus

fiscale immediatamente traducibile in un minore prezzo d'acquisto e che ha avuto l'effetto di contrarre altri mercati meno favoriti dalle misure di sostegno in un periodo in cui i redditi delle famiglie presentavano una riduzione. Lo stesso andamento negativo ha riguardato, infatti, la domanda di elettrodomestici e quella dei motocicli della fascia di cilindrata esente dal bonus fiscale (cioè quella superiore a 400 cc.).

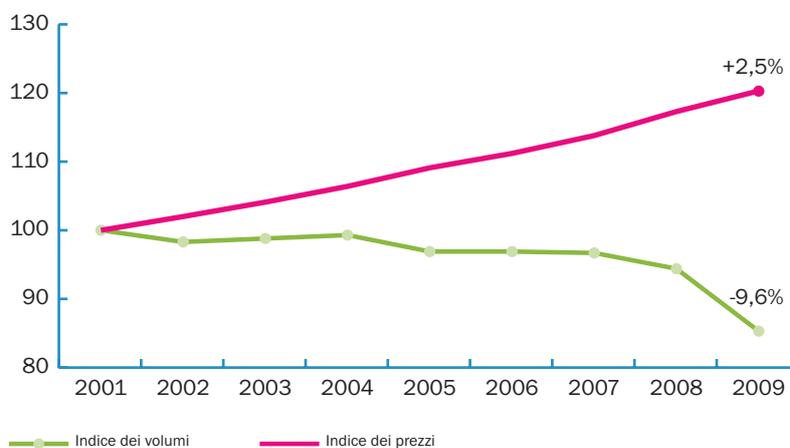
## Il mercato dei mobili - Valore (mln di Euro)

Valore 2007	Valore 2008	Valore 2009
16.860	16.960	15.721

## Il mercato dei mobili - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2007	-0,2	2,4	2,2
2008	-2,4	3,1	0,6
2009	-9,6	2,5	-7,3

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



# Elettrodomestici bianchi

*Il clima congiunturale difficile e la caduta dell'attività edilizia residenziale penalizzano il comparto. Dopo la lieve flessione del 2008 continua il ridimensionamento del fatturato del mercato dei bianchi.*

*Il segmento della cottura evidenzia l'andamento peggiore.*

Nella media del 2009 le vendite di elettrodomestici bianchi hanno registrato una variazione negativa rispetto all'anno precedente del 6,4%, diffusa sia al canale free standing che a quello built-in. Le incertezze del clima economico hanno, infatti, continuato a condizionare i comportamenti d'acquisto delle famiglie e della distribuzione. In aggiunta, il proseguimento della caduta dell'attività edilizia residenziale ha contribuito a penalizzare i risultati di vendita del comparto.

Solo a partire dai mesi finali del 2009, in concomitanza con la ripresa - anche se necessariamente lenta - del ciclo economico internazionale, riteniamo sia intervenuta una moderata inversione di tendenza, che tenderà a consolidarsi, nella media del 2010, in termini di stazionarietà rispetto ai livelli acquisiti. Peraltro, il percorso di ripresa di alcuni segmenti, come quello della cottura, tenderà ad essere estremamente lento, non solo senza la possibilità di tornare ai ritmi di crescita sostenuti che avevano contrassegnato il periodo 2006-'07 ma, anche, con l'eventualità di registrare di nuovo

variazioni segno negativo.

A livello di singoli comparti, nel corso del 2009 la domanda di apparecchi per la cottura ha evidenziato le penalizzazioni maggiori (-10,1%), complice la caduta degli investimenti residenziali e del collegato comparto dei mobili per cucina.

Gli acquisti del segmento del freddo (frigoriferi e congelatori) hanno risentito, invece, degli elevati livelli raggiunti nel corso del biennio 2006-'07, in cui la presenza d'incentivi fiscali alla trasformazione del parco (indirizzati a prodotti riguardanti le classi energetiche superiori alla A) avevano innalzato la convenienza, soprattutto in termini relativi, per l'acquisto, dietro sostituzione,

del frigorifero o del congelatore, portando verosimilmente a fenomeni di anticipazione di spesa. La permanenza ancora, per tutto il 2009, delle agevolazioni all'acquisto non ha, tuttavia, impedito una rilevante decelerazione del mercato, risentendo degli effetti indotti dalla crisi dei mercati finanziari e del credito.

Anche le vendite di apparecchi di lavaggio, infine, hanno cominciato a mostrare dei segnali di forte rallentamento, dopo che nel corso del 2008 la loro domanda aveva evidenziato buone capacità di tenuta, peraltro successive ad anni di performance estremamente positive.

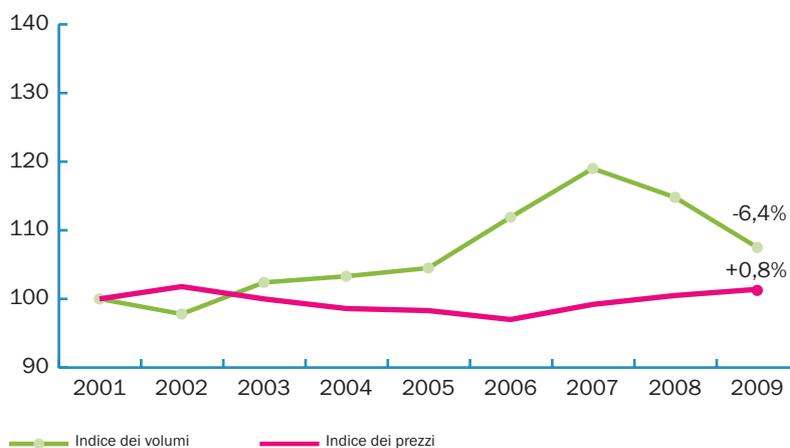
## Il mercato degli elettrodomestici bianchi - Valore (mln di Euro)

Valore 2007	Valore 2008	Valore 2009
3.003	2.936	2.772

## Il mercato degli elettrodomestici bianchi - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2007	6,4	2,4	8,8
2008	-3,5	1,3	-2,3
2009	-6,4	0,8	-5,6

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



# Elettrodomestici piccoli

Nel 2009 calano ancora le vendite ed il fatturato degli elettrodomestici piccoli. La flessione interessa tutte le categorie merceologiche del comparto indistintamente dalla provenienza, dal costo e dalla qualità dei prodotti.

Nel 2009 le vendite di piccoli elettrodomestici si sono mostrate in marcato rallentamento, analogamente a quanto accaduto per i grandi apparecchi: a consuntivo d'anno stimiamo si sia registrata una flessione dei volumi acquistati nell'ordine del 5% (misurati a prezzi costanti).

A differenza di quanto accaduto nel 2008, anno in cui la fase di caduta del mercato si era andata caratterizzando per risultati assai differenziati a livello merceologico, nel 2009 la flessione ha riguardato la gran parte dei prodotti, scontando anche il prevalere di un atteggiamento di estrema cautela da parte dei rivenditori.



È ormai da ritenersi esaurita la spinta del "Made in China" all'interno del comparto.

Le incertezze legate alla ripresa dell'economia, dell'occupazione e del reddito disponibile delle famiglie hanno, infatti, contribuito a limitare gli spazi di recupero per la domanda, peraltro già strutturalmente ridotti in conseguenza delle minori occasioni di consumo che in passato erano state create dalla comparsa sul mercato di prodotti, soprattutto di provenienza asiatica, caratterizzati da valori medi unitari assai favorevoli.

Nella media del 2009, peraltro, il mercato si è caratterizzato per valori medi unitari in aumento (+1,7%), confermando il trend di ripresa dei prezzi, in atto dal 2006, che è andato interrompendo la fase di deflazione (-25% in termini cumulati) che aveva contrassegnato il precedente decennio (1997-2005). In tale fase, la dinamica cedente dei prezzi era stata in gran parte indotta dalla crescente penetrazione di prodotti provenienti dall'estero, caratterizzati da valori medi unitari inferiori a quelli italiani. Nel periodo più recente, si sta, invece, assistendo ad un maggiore equilibrio tra le quote di mercato soddisfatte da prodotti italiani e quelle riconducibili a prodotti d'importazione provenienti da paesi a basso costo del lavoro.

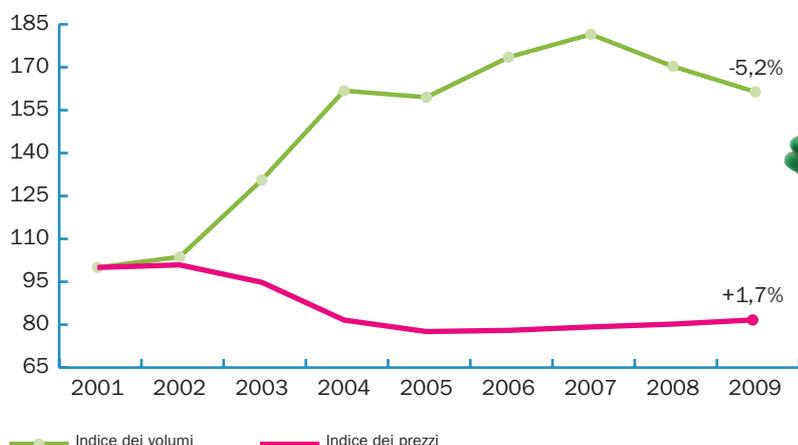
La stabilizzazione delle preferenze dei consumatori tra produzioni nazionali e apparecchi esteri è essa stessa causa del profilo più moderato della domanda che caratterizza l'attuale fase e che dovrebbe confermarsi anche nei prossimi anni.



Il mercato degli elettrodomestici piccoli - Valore (mln di Euro)		
Valore 2007	Valore 2008	Valore 2009
1.167	1.108	1.070

Il mercato degli elettrodomestici piccoli - Variazioni %			
	Volumi	Prezzi	Valore
2007	4,6	1,7	6,3
2008	-6,2	1,2	-5,0
2009	-5,2	1,7	-3,5

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





## Elettrodomestici bruni

*Si consolida il trend di crescita delle vendite del comparto dei bruni.*

*La dinamica marcatamente cedente dei prezzi non evita tuttavia una flessione del fatturato. A trainare le vendite è ancora una volta il segmento delle Tv a schermo piatto favorito dal passaggio al digitale terrestre in alcune regioni. Continua, invece, la flessione per lettori DVD e videocamere digitali. Esaurita anche la spinta dei navigatori satellitari nel segmento dell'elettronica per auto.*

In netta controtendenza rispetto ai consumi complessivi delle famiglie italiane, nel 2009 il mercato degli elettrodomestici bruni ha sperimentato un aumento di oltre il 16% nei volumi delle vendite, risultato superiore di 2 punti percentuali rispetto alla performance dell'anno precedente. Ciò nonostante, il permanere della dinamica negativa sul fronte dei prezzi (-20%) si è tradotta in una contrazione del mercato a valore di circa il 4%, risultato comunque meno penalizzante rispetto al 2008. Consolidando il trend degli anni più recenti, il segmento video si conferma ancora una volta come il più dinamico del mercato a fronte di un calo generalizzato degli altri comparti (personal audio, audio HI-FI, car entertainment).



### Il mercato degli elettrodomestici bruni - Valore (mln di Euro)

Valore 2007	Valore 2008	Valore 2009
4.039	3.737	3.592

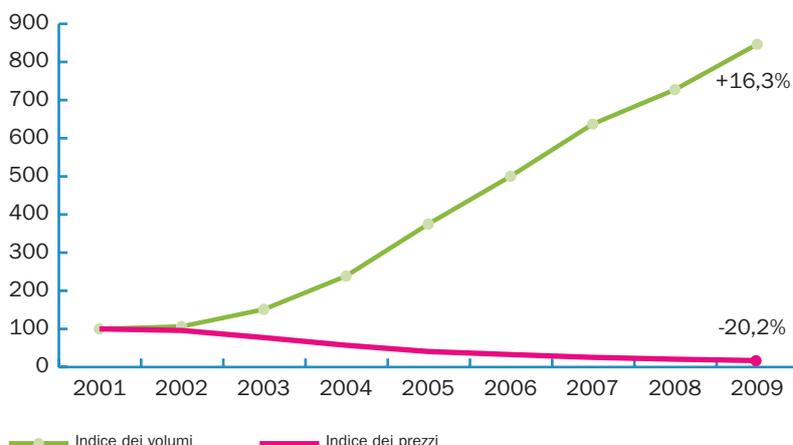
### Il mercato degli elettrodomestici bruni - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2007	27,4	-28,5	-1,2
2008	14,2	-21,6	-7,5
2009	16,3	-20,2	-3,9

In particolare, per il comparto video si registra un aumento della domanda di circa il 30%, performance che ha determinato un ulteriore aumento del peso del segmento video sul mercato degli elettrodomestici bruni (77% circa a valore). Grazie al loro contenuto innovativo, all'effetto di sostituzione legato al passaggio al digitale terrestre iniziato in alcune aree del paese e, soprattutto, a una riduzione di prezzo di circa il 25%, le vendite di TV LCD sono tornate a crescere ad un ritmo sostenuto. Il prodotto leader del comparto è stato, tuttavia, il decoder, di importo unitario più contenuto ma caratterizzato da un tasso di crescita a tre cifre nel primo semestre (+230% circa la variazione delle quantità rispetto al periodo corrispondente), grazie all'impulso derivante dallo switch off della tv analogica. Piuttosto sostenute anche le vendite di TV al plasma, mentre prosegue il trend negativo del tubo catodico (sostanzialmente scomparso dal mercato), dei lettori DVD e delle videocamere.

Per quanto riguarda il segmento audio, sia statico che portatile, si conferma anche nel 2009 la tendenza al ridimensionamento delle vendite. La sostanziale assenza di prodotti innovativi sta fortemente riducendo il peso di questo segmento di mercato che sembra ormai molto vicino alla fase di maturità. Nell'audio statico si conferma la rilevanza dell'Home Theatre, grazie ad un andamento delle vendite meno penalizzante rispetto agli altri prodotti, mentre nel segmento portatile si segnala come il passaggio tra lettore

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



Mp3 e Mp4 sia da ritenersi definitivamente completato.

Infine, esaurita la spinta dei navigatori satellitari, il comparto dell'elettronica per auto sembra avere perso la vitalità di

qualche anno fa. Il 2009, infatti, si è caratterizzato per una riduzione dei volumi di vendita, accentuando la tendenza alla contrazione del valore degli acquisti già osservata nel 2008.



“ Il prodotto leader del mercato è stato il decoder con un tasso di crescita a tre cifre nei primi 6 mesi del 2009: +230%. ”

# Fotografia

*Dopo quasi dieci anni di forte crescita, calano nel 2009 le vendite del mercato della fotografia soprattutto nel segmento delle compatte. La flessione parallela dei prezzi, già sensibile negli anni precedenti, porta ad un calo a due cifre del fatturato.*

*Si salvano le Reflex le cui vendite crescono ancora seppur sempre meno marcatamente rispetto agli anni precedenti.*

Il 2009 per il mercato della fotografia si è chiuso con una contrazione a valore prossima al 12%, in forte calo rispetto all'anno precedente. In termini di volumi, dopo quasi un decennio di crescita piuttosto sostenuta, si registra un calo delle vendite nell'ordine del 5%. Parallelamente, è proseguito il fenomeno di erosione dei prezzi (-7,4%), sebbene con intensità minore rispetto al biennio 2007/2008.

Il calo delle vendite è attribuibile interamente al segmento delle fotocamere compatte (che pesa per circa il 75% sull'intero settore), a fronte di un'ulteriore crescita delle reflex, sebbene ad un ritmo molto lontano da quello medio registrato negli anni più recenti.

Il calo dei prezzi ha invece riguardato sia le compatte che le reflex, determinando di conseguenza la contrazione del mercato a valore di entrambe le tipologie di prodotto. Si è di fatto esaurita, almeno momentaneamente, la spinta innovativa del segmento reflex che aveva consentito al prezzo medio di mantenersi su livelli piuttosto elevati.

Il venir meno del contenuto innovativo delle fotocamere reflex si è inoltre tradotto in un significativo spostamento delle vendite dai canali specialisti a quelli generalisti (Catene e Grande distribuzione) in grado di praticare prezzi mediamente più bassi.



## Il mercato della fotografia - Valore (mln di Euro)

Valore 2007	Valore 2008	Valore 2009
669	659	582

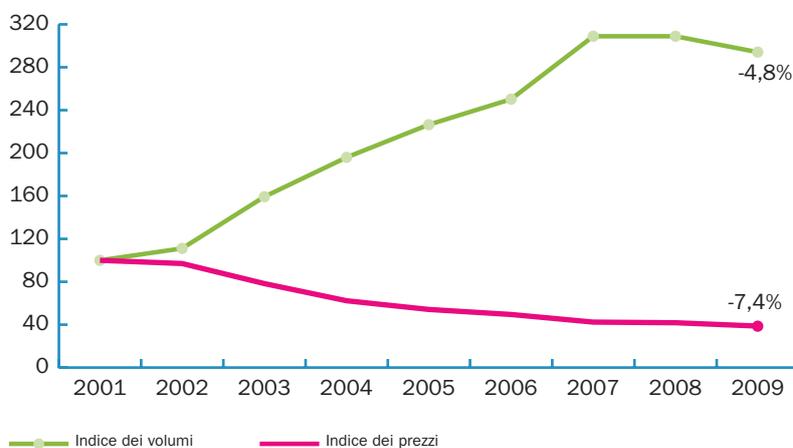
## Il mercato della fotografia - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2007	23,5	-14,3	5,8
2008	9,8	-10,2	-1,4
2009	-4,8	-7,4	-11,8



**Le fotocamere compatte costituiscono il 75% dell'intero mercato della fotografia.**

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



# Telefonia

*La dinamica penalizzante dei prezzi porta ad una nuova flessione del fatturato del comparto telefonia. Le vendite sorprendentemente in controtendenza evidenziano una crescita importante.*

*L'affermarsi degli smartphone sembra restituire vivacità ad un mercato che appariva ormai saturo.*



Il mercato della telefonia ha chiuso il 2009 con una contrazione a valore di circa 6 punti percentuali rispetto all'anno precedente. Pertanto, sebbene in misura meno intensa rispetto al biennio scorso, si conferma il trend negativo per questa voce di spesa dei consumatori italiani. La contrazione dell'anno appena trascorso è riconducibile sostanzialmente a una dinamica dei prezzi significativamente discendente (-13,5%), a fronte di una sorprendente vivacità dei volumi di vendita (+8,6%).

Nel corso dell'anno, il fenomeno più rilevante all'interno del settore si è rivelato senza dubbio il progressivo affermarsi degli smartphone. Con una crescita delle vendite a tripla cifra, questa tipologia di prodotto ha sostanzialmente rigenerato un mercato decisamente saturo, ponendo le basi per interessanti prospettive di mercato. Il peso degli smartphone sul settore della telefonia ha superato il 16% a valore, a discapito quasi interamente del telefono cellulare.

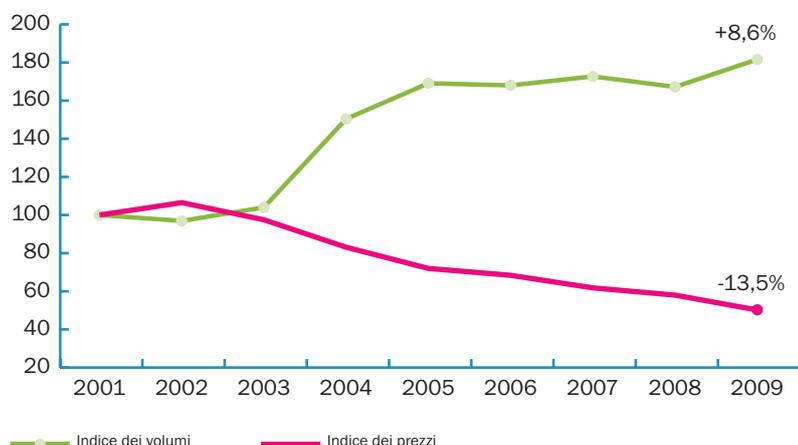
## Il mercato della telefonia - Valore (mln di Euro)

Valore 2007	Valore 2008	Valore 2009
3.140	2.853	2.680

## Il mercato della telefonia - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2007	2,8	-9,7	-7,1
2008	-3,2	-6,2	-9,1
2009	8,6	-13,5	-6,1

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



Quest'ultimo, nonostante inizi a cedere il passo alle tecnologie di nuova generazione, resta comunque il prodotto più importante del comparto (oltre 9 milioni di cellulari venduti nei primi 6 mesi del 2009 per un fatturato di circa 900 milioni di Euro secondo GfK), e si va sempre più caratterizzando come un prodotto standardizzato dal prezzo medio in continua diminuzione.

Secondo quanto riportato da GfK, dal punto di vista del design (sia cellulari che smartphone) si consolidano le preferenze del consumatore italiano per il modello monoblocco e il modello slider, a discapito del cosiddetto modello a conchiglia. Dal punto di vista tecnologico si segnala invece l'affermarsi della tastiera Touchscreen, (soprattutto per quanto riguarda gli smartphone) che sta progressivamente rimpiazzando la tipologia QWERTY.

Da segnalare, infine, il risultato positivo dei telefoni fissi, mentre continua il calo a valore degli altri prodotti del settore (accessori, headset, ecc.).

# Informatica

Continua il trend negativo del fatturato del mercato dell'informatica che risente non solo dell'ennesima flessione dei prezzi ma anche e soprattutto della riduzione degli investimenti da parte delle aziende.

Le note positive vengono dai computer portatili, grazie anche all'avvento dei netbook, e dagli hard disk esterni a scapito dei PC fissi.

Si conferma il boom delle communication card.

Per il secondo anno consecutivo il mercato italiano dell'informatica ha fatto registrare una significativa contrazione a valore (-13%). Si consolida pertanto il trend negativo della domanda che ha caratterizzato gli anni più recenti dopo un decennio di forte crescita. Le ragioni della contrazione del mercato vanno ricercate soprattutto nel significativo calo d'investimenti in IT da parte delle imprese, conseguenza della crisi economica in atto. Il parallelo fenomeno del downpricing ha a sua volta contribuito alla riduzione del valore del mercato, sebbene abbia consentito un aumento dei volumi di domanda delle famiglie.

Nel 2009 le forti dinamiche deflative hanno sostenuto la domanda di PC. L'avvento dei netbook (piccoli e poco costosi) ha vivacizzato il segmento dei

## Il mercato dell'informatica - Valore (mln di Euro)

Valore 2007	Valore 2008	Valore 2009
4.714	3.960	3.445

## Il mercato dell'informatica - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2007	8,6	-8,3	-0,4
2008	14,1	-26,4	-16,0
2009	6,8	-18,5	-13,0

PC, all'interno del quale è oramai quasi giunto a compimento il processo di sostituzione tra desktop e portatili.

Altro fenomeno rilevante nel 2009, è la conferma del boom delle communication card. Grazie a importanti campagne promozionali questo segmento del mer-

“ Il fenomeno del downpricing ha contribuito alla riduzione del valore del mercato, sebbene abbia consentito un aumento dei volumi di domanda delle famiglie. ”





cato ha sostanzialmente raddoppiato il suo valore, arrivando a pesare più dell'8% sulla domanda del settore.

In merito agli altri segmenti di mercato, i prodotti Office supplies sono risultati in modesto calo, mentre decisamente negativa è stata la performance dell'Office hardware (forte calo delle vendite di stampanti e scanner). Infine, si confermano in forte crescita le vendite di hard disk esterni e degli Input devices.



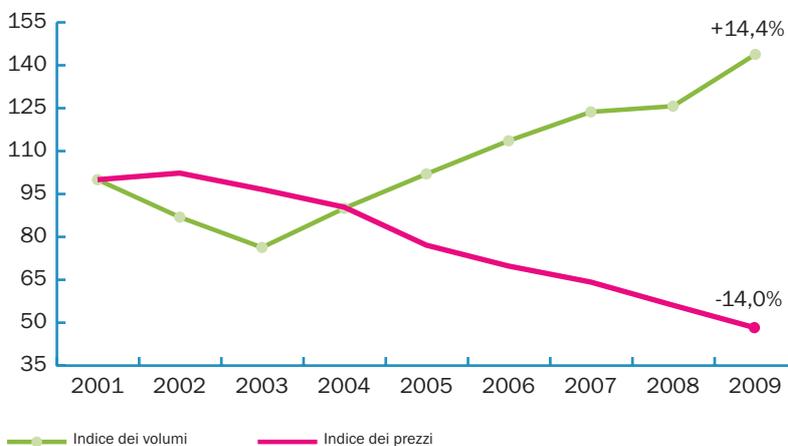
## Il mercato dell'informatica - La domanda delle famiglie

Valori (mln di Euro) e quota sul mercato totale			
	2007	2008	2009
Valore (000)	1.603	1.422	1.399
Quota % sul mercato totale	34,0	35,9	40,6

## Il mercato dell'informatica - La domanda delle famiglie - Variazioni %

	Volumi	Prezzi	Valore
2007	8,9	-8,0	0,2
2008	1,6	-12,7	-11,3
2009	14,4	-14,0	-1,6

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



Andamento prezzi  
tra il 2008 e il 2009

**-14,0%**



# L'impatto della crisi sulla vita degli italiani

Che cosa è cambiato negli individui, nelle famiglie e nella società dall'inizio della recessione.



## Un approccio inedito per comprendere meglio la crisi

*L'Osservatorio ha adottato un sistema d'indagine innovativo sviluppato in anteprima assoluta per l'Osservatorio Findomestic.*

Quest'anno l'Osservatorio Findomestic ripropone il tema della crisi economica affiancando ai tradizionali strumenti di indagine statistica un nuovo metodo di ricerca, proposto in anteprima in Italia.

L'obiettivo era, infatti, quello di cogliere non solo l'aspetto più razionale che dà luogo alle varie reazioni di fronte alla stretta economica, ma anche quello di dar voce alle emozioni e agli stati d'animo che le persone vivono in questo periodo difficile. Se per misurare comportamenti e opinioni restano adatte le moderne metodologie di investigazione dei mercati, per cogliere più intimamente il vissuto degli italiani di fronte ai problemi che essi devono oggi quotidianamente affrontare e gestire, serviva uno strumento nuovo.

L'Osservatorio lo ha trovato nel "Delphi-next", un innovativo sistema di indagine qualitativa (ideato da Quality Ring e sviluppato da Nextplora), che è stato realizzato quest'anno in anteprima per Findomestic.

In sintesi, si è trattato di creare un canale diretto con un campione selezionato di famiglie italiane (reperito su tutto il territorio nazionale e riprodotto varie situazioni occupazionali, reddituali, culturali e di composizione del nucleo), per raccogliere in diretta e 24 ore su 24, il loro modo di vivere la crisi. Questo è stato possibile realizzando un apposito ambiente internet che ha permesso ai ricercatori di dialogare singolarmente con ogni partecipante al panel di osservazione. In questo modo si sono eliminati soprattutto i condizionamenti e le inibizioni dovuti all'influenza di

un gruppo (come spesso avviene nei blog e nei forum) e si sono raccolti spunti, riflessioni, sfoghi, speranze, paure, desideri, in modo assolutamente libero e sfruttando le potenzialità di un canale veramente interattivo e multimediale.

L'abbondanza e soprattutto la "veracità" del materiale raccolto lungo l'arco di un intero mese, nel corso del quale questo caleidoscopico dialogo si è snodato, ha consentito di proseguire l'esplorazione, nuovamente in chiave quantitativa e quindi su campioni statisticamente più ampi, quegli aspetti che, riscontrati nell'esperienza più intima di singoli individui, possono comunque avere una rilevanza sociale, anche senza apparire immediatamente evidenti attraverso le indagini più convenzionali. Fra questi aspetti, in particolare, si vedrà quali sono i valori che oggi guidano i comportamenti di consumo e quali fra essi sono stati "sensibilizzati" dalla recessione.

L'Osservatorio di quest'anno ha così voluto offrire un quadro che non si fermasse ai numeri della crisi bensì fosse capace di riflettere le stesse vibrazioni che, ripetutamente, percorrono la spina dorsale di tutti coloro, cittadini e consumatori, che vivono giorno per giorno questa difficile e particolare fase economica.

I principali esiti di questo primo Delphi-next sulla crisi sono riassunti nel presente volume. Dal sito Findomestic è anche possibile accedere alle verbalizzazioni salienti che hanno fornito i partecipanti.



### **Il Metodo Delphi-next**

L'approccio Delphi fu inventato e sperimentato attorno al 1950, negli Stati Uniti e più precisamente all'interno della Rand Corporation, l'organismo che si occupava di supportare le decisioni governative in materia di scenari strategici. Fra le sue primissime applicazioni la valutazione di un attacco atomico da parte dell'Unione Sovietica, che andasse oltre una logica puramente militare (conseguenze sulla sanità, sulla produzione, la logistica, i servizi, ecc.).

L'ipotesi su cui si mossero Dalkey, Rescher e Helmar, gli inventori del metodo, fu quella di coinvolgere esperti di diverse discipline, creando un flusso di domande-risposte, organizzato in fasi successive. Ogni esperto riceveva e inviava per iscritto il materiale di ricerca (un questionario molto ampio, da compilare con le proprie valutazioni e opinioni) a una figura cen-

trale, denominata "facilitator", il quale aveva il compito di analizzarlo e organizzarlo assieme a quello degli altri partecipanti, individuando elementi di convergenza e divergenza. Prendeva così forma la fase successiva in cui ogni esperto riceveva, debitamente anonimizzati, i diversi pareri fino allora emersi dai partecipanti ed era chiamato a fornire un ulteriore apporto critico-costruttivo. Procedendo per più round successivi, il facilitator giungeva solitamente a formulare una visione d'insieme, condivisa da tutti gli esperti.

La peculiarità di questo approccio era quindi quella di consentire ai ricercatori una buona interattività nella conduzione del processo conoscitivo, valorizzando le ipotesi di lavoro che nascevano in ogni fase e che sarebbero state difficilmente prevedibili a monte. Inoltre, si evitavano le classiche distorsioni dovute alle

dinamiche di un gruppo, in quanto ogni flusso di informazione era gestito one-to-one, fra il singolo esperto e il facilitator. Per contro, il metodo si dimostrava oneroso e laborioso, richiedendo diversi mesi per il suo sviluppo (le informazioni erano raccolte su carta e spesso viaggiavano per posta).

Il più recente sviluppo di internet permette di riprendere molte delle potenzialità di questo approccio, il cui utilizzo si era progressivamente ristretto ad ambiti accademici. L'ambiente virtuale si dimostra, infatti, ideale per l'annullamento delle distanze e dei tempi che prima costituivano un serio ostacolo. Inoltre, la diffusione del web permette di chiamare in causa non più gli esperti ma tutti i portatori di esperienza, cioè cittadini, consumatori, clienti, appartenenti alle varie collettività che sono oggi raggiungibili con questo mezzo.

# Crisi non è sinonimo di peggioramento

*Accanto agli aspetti negativi emergono con la crisi nuovi desideri e nuove opportunità.*

Di solito, quando si parla di crisi viene naturale pensare a qualcosa di negativo o che implica un peggioramento della situazione: ad esempio, andare in crisi, una crisi politica, diplomatica, cardiaca, di coppia, ecc.. In realtà, la parola deriva dal greco *krinein* che vuol dire separare (hanno la stessa origine, infatti, le parole *crinale*, *critica*, *criterio*). Seguendo questa accezione e partendo da un ambito che sicuramente nell'ultimo periodo ha presentato più segni negativi che positivi, l'Osservatorio di quest'anno vuole fornire un quadro comunque composito, in cui emergeranno sconfitte e successi, paure e desideri, minacce e opportunità.

È, infatti, in questa logica che si è condotta anche l'osservazione attraverso il metodo *Delphi-next*, cioè partendo dal distinguere gli elementi che con la recessione sono

cambiati dentro gli individui, dentro la famiglia, nel mondo del lavoro e nella società.

La riflessione che si offre è naturalmente tesa a fornire elementi per una ripresa ma anche a renderla più solida e concreta - per l'appunto - separando da una parte gli errori da non ripetere, dall'altra gli spunti che potranno tradursi in nuove opportunità.



## Il cambiamento nell'individuo

*La crisi ha minato la sicurezza individuale e reso la maggior parte delle persone diffidenti e sconcertate. Alcuni la vivono, invece, come una sfida da vincere e sono pronti a combattere. Altri, infine, la vedono con senso critico e mettono in discussione il proprio modello di vita. Per reagire, comunque, si preferisce contare sulle proprie risorse piuttosto che sulla solidarietà e l'aggregazione.*

Di fronte a una crisi che è apparsa subito come globale, che ha coinvolto le nazioni più potenti e che si è imposta nel suo decorso perfino al di sopra della volontà di molti governi, diverse persone hanno inizialmente vissuto una sensazione di preoccupazione crescente, che per alcuni è culminata nella paura di una totale perdita di controllo. Dopo il primo sconcerto, tuttavia, la dominante è stata una nota prolungata e diffusa di incertezza, che a tutt'oggi non si è risolta e che continua a comunicare l'idea di un lungo tunnel, la cui uscita - come vedremo - non appare ancora per tutti a portata di mano. Dentro questa galleria gli abituali colori del vivere, fatti di relazioni, ritmi, consumi, sono apparsi più spenti e indistinti, il che ha portato a un crescente senso di insicurezza personale.

“ ...esistono individui, solitamente più dotati culturalmente, che oppongono alla crisi una visione critica e, non di meno, autocritica. Essi sono quindi disposti a un riesame del proprio concetto di benessere e non esitano a individuare strategie di cambiamento. ”

Fra i possibili rimedi, quello più istintivo di far leva sulle proprie capacità per difendersi e contrattaccare e quello più civile di trovare forme di solidarietà e aggregazione per affrontare le difficoltà, in Italia è sicuramente prevalso il primo.

Si è così potuto osservare, accanto all'accresciuta insicurezza individuale, l'insorgere di una diffusa insicurezza relazionale; in pratica, appare oggi sempre più difficile fidarsi degli altri, poiché l'aumentato stato di bisogno porta ciascuno a pensare innanzi tutto alla propria salvezza.

La conseguenza di questo è per molti, inevitabilmente, un amaro senso di tradimento e abbandono che le persone sperimen-

mentano, più frequentemente sui luoghi di lavoro, ma a volte anche nelle relazioni di prossimità e amicizia.

Non su tutti, comunque, la crisi si traduce in insicurezza. Per alcuni essa funge da pungolo e viene vissuta come un combattimento, una sfida da vincere più che una difficoltà da superare. Anche in questo caso si tratta di una risposta fortemente individualistica con la differenza che viene giocata tutta in attacco anziché in difesa.

Infine, esistono individui, solitamente più dotati culturalmente, che oppongono alla crisi una visione critica e, non di meno, autocritica. Essi sono quindi disposti a un

riesame del proprio concetto di benessere e non esitano a individuare strategie di cambiamento. Spesso, tuttavia, il vincolo è dato dalla struttura parentale e reddituale (p. es. la presenza di figli piccoli o genitori molto anziani, un'unica fonte di reddito in famiglia). Indipendentemente dalla possibilità di agire il cambiamento, queste persone appaiono mentalmente disposte a esso e guardano con interesse e speranza verso organismi capaci di intercettare questa disponibilità individuale e tradurla in forza collettiva, che proponga loro l'adesione a modelli basati comunque su un più forte senso di consapevolezza e responsabilità personale.

## Il cambiamento sul lavoro

*Anche chi non ha perso il posto vive la propria esperienza lavorativa tra tensioni e timori. La crisi occupazionale provoca tra gli altri effetti uno scontro generazionale tra giovani e non più giovani.*

Pressoché tutti hanno esperienza diretta o "raccontata in diretta" dei riflessi della crisi sul piano occupazionale; quando non è un familiare ad avere perso il posto di lavoro, lo è un amico, un conoscente, un vicino.

Chi invece un lavoro continua ad averlo, spesso ha vissuto un crescendo di tensioni: si teme per l'impresa, il reparto, la propria posizione.

Ne consegue un certo degrado nei rapporti aziendali, dove si aggiunge un'accresciuta attenzione verso i costi, che porta i dipendenti a vivere un clima lavorativo stressante. Fra i lavoratori autonomi la situazione appare più variegata, in relazione al comparto di attività, ma la maggior parte teme, se non conseguenze dirette, un ridimensionamento dell'economia del Paese con ricadute su tutte le componenti del sistema.

Un altro aspetto esacerbato dalla crisi, che si riflette in particolare nel mondo del lavoro, è lo scontro generazionale fra giovani e non più giovani. Come una coperta troppo corta che tutti cercano di tirare a sé, l'occupazione non è più uno stato naturale dell'individuo sano e socialmente attivo ma è vista, a seconda delle sfaccettature, come un diritto negato, un privilegio da ridiscutere, un bene raro da difendere. Ciascuno dichiara, più che di voler attaccare gli altri, di difendere le proprie ragioni ma è innegabile che emergono anche forti tensioni emotive che, per ora, sembrano scaricarsi più che altro in generalizzazioni (la scarsa umiltà dei giovani e l'arroccarsi su esperienze appartenenti al passato dei meno giovani).



## Il cambiamento in famiglia

*In condizioni di stretta economica si cerca solidarietà tra i parenti stretti. In famiglia si riducono le spese e si fa attenzione alle occasioni quando si acquista. Per tenere alto il morale si ricorre talvolta ad acquisti "consolatori". Ultimo baluardo della solidarietà, la famiglia resta il rifugio dove si conservano e trasmettono i valori veri.*

Le famiglie sembrano continuare a comportarsi, per molti versi, come piccole aziende; a seconda di quanto duramente sono state colpite, reagiscono con una stretta sui costi. Vengono rimandate alcune voci di spesa più rilevanti, vengono ridotte certe uscite non indispensabili, per quelle di prima necessità si cerca comunque l'occasione d'acquisto più vantaggiosa (il prodotto in promozione, il punto vendita più economico). Al contrario di quanto, però, avviene in molte aziende si tiene conto della necessità di tenere alto il morale dei componenti e si cercano espedienti per consolarsi (gite, vacanze brevi, qualche ristorante, un gelato, DVD a nolo anziché cinema).

Ma al di là dell'aspetto più eminentemente economico, la famiglia resta l'ultimo baluardo della solidarietà e come tale, di fronte all'individualismo dilagante, è vissuta da molti in termini quasi "sacrali": il tempio dove si conservano e trasmettono i veri valori. Al contrario di quanto avviene sul luogo di lavoro, è in essa che funziona la vera camera di compensazione fra le diverse istanze individuali. Accade così che si è disposti a scusare nei propri figli o genitori ciò che non si accetta nelle generazioni di cui gli uni e gli altri fanno parte. Così, il mancato slancio di indipendenza dei figli può diventare prudenza e calcolo, mentre la convivenza forzata si trasforma in complicità e accoglienza.



## Il cambiamento nel clima sociale e nei consumi

*Con la crisi cambia il panorama urbano: diminuisce il traffico, chiudono i negozi e si vede più gente in giro per le strade. Il modello di vita improntato al consumo è messo in discussione. La soluzione per molti è il riavvicinamento alla natura ma solo se condiviso dalla collettività. Tra "Cassandre" e messaggi ottimistici non si sa più come guardare al futuro.*

Con la crisi viene innanzitutto percepita una certa modificazione del paesaggio urbano e dei suoi ritmi; diminuisce il traffico automobilistico, le ore di punta sono meno affollate di veicoli, mentre si vede più gente in giro per la città (a tutte le ore del giorno) e non più solo gli anziani.

Anche la struttura commerciale subisce cambiamenti: alcuni negozi storici, soprattutto i piccoli, abbassano le saracinesche. Nelle vie di shopping non mancano i visitatori ma diminuiscono drasticamente gli acquirenti. La distribuzione organizzata è costretta a promuovere continuamente le

vendite attraverso campagne sconti e formule di incentivazione.

La sensazione diffusa è che resti vivo il desiderio dell'acquisto ma venga dai più trattenuto o circoscritto, in ragione di un'oggettiva impossibilità a spendere o anche solo di una certa prudenza. Quest'ultima va a radicarsi su basi non solo di calcolo economico quanto anche di clima sociale: in altri termini, in periodo di crisi, spendere non è più un atteggiamento universalmente condiviso e quindi il consumo perde la sua rassicurante valenza di normalità.

Accade così che un numero crescente di

individui possa avvertire come insano lo stile di vita cui si è costretti e, del quale, la crisi è stata solo un vistoso sintomo. Gli stessi individui, tuttavia, considerano difficile potersi sottrarre ai ritmi e agli obblighi della quotidianità. Sempre più spesso, si cita come via d'uscita il riavvicinarsi alle energie, alle risorse e ai ritmi della natura, allontanandosi dagli sprechi, dai consumi, dalle apparenze, ma si resta dubbiosi sull'efficacia di queste scelte, almeno finché resteranno "ricette individuali" e non assumeranno al ruolo di purificante cura sociale. Sopravvive comunque una diffusa voglia di





cambiamento, di novità, di riscossa anche se non è assolutamente evidente a chi spetti un primo passo e in quale direzione. Del resto, è difficile trovare valori condivisi sui quali fare affidamento: se almeno in famiglia regna un compromesso economico e intergenerazionale, ciò che risulta davvero più problematico al di fuori di essa, è la possibilità di “specchiarsi” negli altri, poiché nella società italiana appare oggi in parte disgregato il concetto stesso di “prossimo”. Così, anche di fronte ai molti e variegati messaggi che il cittadino-consumatore rice-

ve dai mass-media, si manifesta una seria difficoltà ad adottare un modello esplicitamente ottimistico o pessimistico riguardo al futuro. Se da una parte è chiaro che continuano a non piacere le “Cassandre”, dall'altra è forte, per alcuni, il peso di una realtà oggettivamente pesante, per smuovere la quale non può essere sufficiente un richiamo a un'incondizionata fiducia, che da sola dovrebbe promuovere la ripresa verso una normalità dei consumi. In altre parole, il messaggio più credibile non è piacevole e quello più piacevole non è credibile.

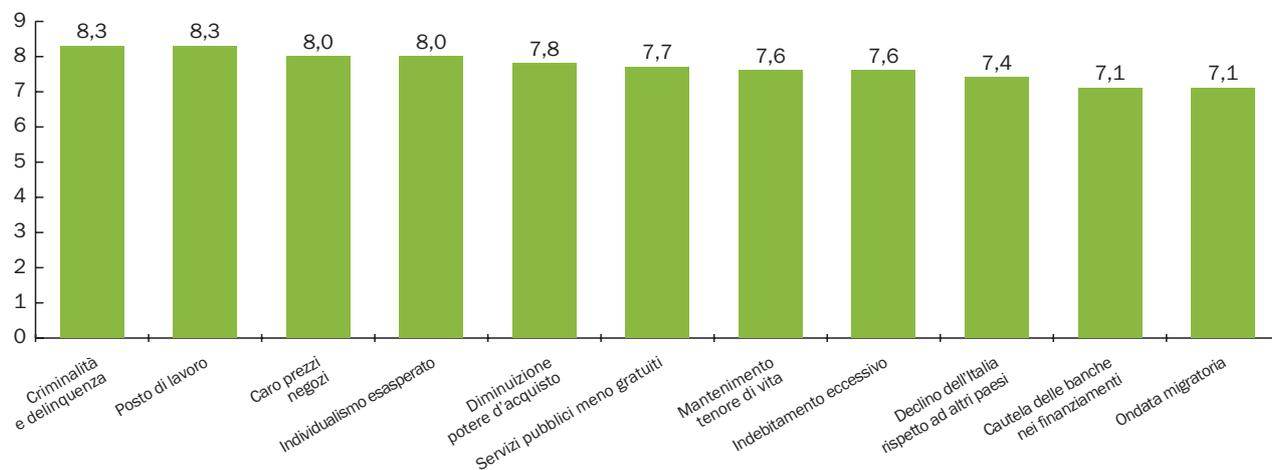
## Nuove e vecchie preoccupazioni per gli italiani di fronte alla crisi

*Criminalità e posto di lavoro sono in testa alle preoccupazioni degli italiani. L'atteggiamento individualista ci rende tutti più soli di fronte alla crisi. Anche se i prezzi non aumentano, le minori entrate fanno temere per il mantenimento del tenore di vita. Fa più paura indebitarsi troppo che non ricevere credito.*

Due sono state le principali preoccupazioni degli italiani nel corso del 2009: il posto di lavoro e la criminalità. Entrambe, misurate su una scala da 1 a 10, totalizzano un voto medio di 8,3 ed entrambe sono cresciute rispetto allo scorso anno anche se con incrementi diversi. La sicurezza del cittadino era già a 7,9 nel 2008, mentre la sicurezza occupazionale era appena a 6,6. Una maggior sensibilità a queste problematiche è riscontrabile fra le donne e fra le persone con istruzione/reddito più bassi. Il tema occupazionale è particolarmente

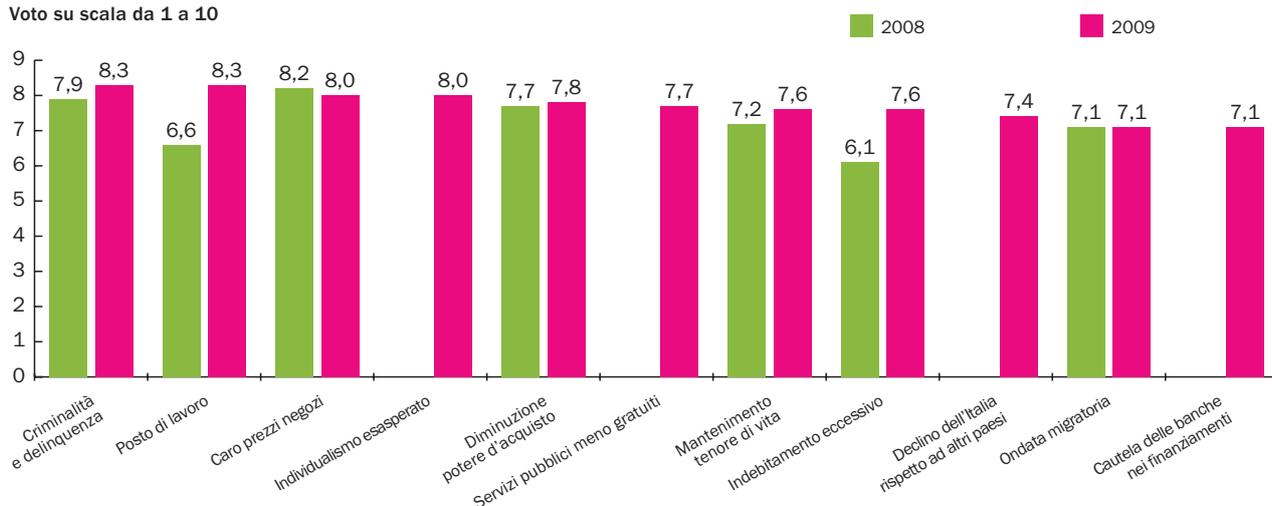
### Le preoccupazioni degli italiani

Voto su scala da 1 a 10



## Le preoccupazioni degli italiani confronto 2008-2009

Voto su scala da 1 a 10



avvertito dai giovani, specie nel Nord-Ovest e nel Sud; quello della delinquenza è più marcato solo nel Sud.

Al terzo posto si segnala, con un voto di 8, una preoccupazione che viene misurata per la prima volta quest'anno: il diffondersi di un individualismo sempre più accentuato. Non si tratta di un aspetto che possa avere conseguenze dirette sul piano economico ma esprime, tuttavia, una accresciuta difficoltà a relazionarsi e quindi un aspetto di maggior "solitudine" delle persone di fronte alla crisi e alle sue conseguenze.

Allo stesso livello di 8 si situa il caro-prezzi nei negozi. In questo caso, però, si tratta di una corrente in diminuzione in quanto lo scorso anno era valutata 8,2.

Se i prezzi e l'inflazione non aumentano ciò non significa, purtroppo, che per le famiglie le difficoltà sul piano economico si siano risolte. Lo segnalano l'innalzarsi delle preoccupazioni sul mantenimento del

tenore di vita (in un anno passate da 7,2 a 7,6) e anche la diminuzione del potere d'acquisto (da 7,7 a 7,8). Si aggiunge a queste il tema del costo dei servizi pubblici per il cittadino, sempre meno gratuiti (7,7). Tutto questo gruppo di argomenti legati alla necessità di salvaguardare l'equilibrio fra entrate, spesso minori, e spese, spesso incompressibili, risulta più marcato nelle donne che negli uomini e più in generale fra le coppie giovani. A confermare questo

clima di accresciuta tensione negli equilibri del budget familiare, la crescita di preoccupazione per un indebitamento eccessivo, passata da un modesto 6,1 del 2008, all'attuale 7,6. Forse per questo motivo, non è elevata la preoccupazione per l'atteggiamento cauto di molte banche nell'erogare finanziamenti, che trova espressione in un voto medio di 7,1, leggermente più accentuato nel segmento giovanile.

All'incirca allo stesso livello si situano due temi di carattere più generale, quali l'ondata migratoria (che preoccupa in misura di 7,1 come lo scorso anno ed è maggiore negli anziani) e la paura di un declino dell'Italia rispetto agli altri Paesi (che fa registrare un 7,4 ed è più avvertita nelle regioni del Centro-Sud).

La paura di perdere il posto di lavoro su scala da 1 a 10 è

8,3



# A che punto siamo della crisi e come ne usciremo

*Anche se il peggio è passato, gli italiani non si sentono ancora fuori dal tunnel della crisi. All'uscita non troveremo comunque la stessa situazione di prima. Tra problema occupazionale, disparità sociali e abbassamento del tenore di vita occorrerà ripensare agli equilibri su cui si basa il benessere.*

Se sulla portata della crisi pressoché tutti gli osservatori più qualificati si sono trovati concordi nel ritenerla fra le più gravi degli ultimi decenni, riguardo la sua durata, le opinioni sono più eterogenee. Diversi indicatori economici fanno ora pensare che sia iniziata una fase di risalita ma quando potremo a tutti gli effetti dichiararci veramente fuori dalla crisi e soprattutto dalle sue conseguenze?

Per cercare di comprendere qual è la percezione della lunghezza della crisi, l'Osservatorio ha provato a raffigurarla come un tunnel e ha chiesto alle famiglie di indicare a che punto del tunnel pensa di trovarsi in questo momento. Si

tratta di un test e sicuramente riflette inclinazioni e stati d'animo più o meno ottimistici o pessimistici delle persone. Tuttavia è un indicatore importante per comprendere anche quello che nei prossimi mesi sarà l'atteggiamento verso i consumi e le scelte.

Al momento attuale, dunque, più di 4 italiani su 10 si situano circa a metà della galleria, giudizio questo che sostanzialmente collima con i primi segnali di ripresa e che fanno quindi ipotizzare che ci si stia avviando verso l'uscita. Tuttavia, altri 4 italiani sono del parere che la strada per uscire dal tunnel sia ancora più lunga di quella finora percorsa al suo interno

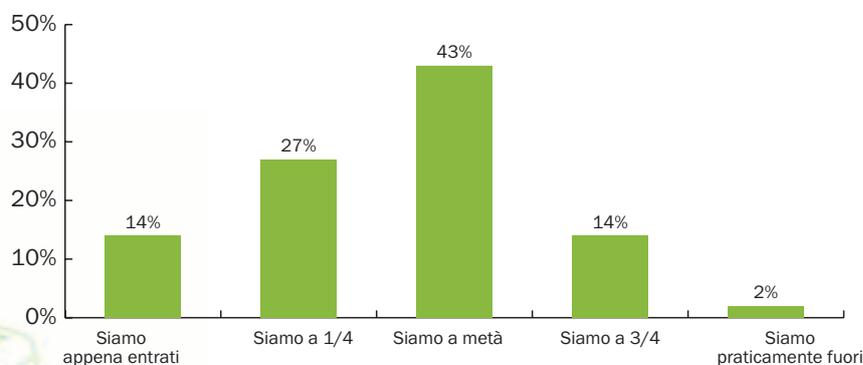
e solo i restanti 2 su 10 si sentono ormai oltre la metà, quindi più vicini allo sbocco.

Insomma, anche se il fondo è stato toccato il problema, per i più, sembra ora quello di avere abbastanza ossigeno per affrontare la risalita in superficie. Questo atteggiamento appare piuttosto trasversale se letto per le consuete categorie di genere, età, istruzione e reddito. Solo nelle zone del Nord-Ovest si rileva una lieve percezione di maggior prossimità all'uscita dalla galleria.

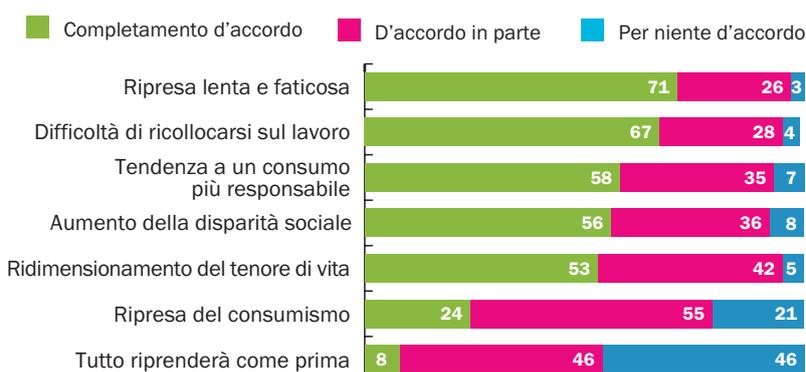
Indipendentemente dalla strada più o meno lunga ancora da percorrere, è importante cogliere quali aspettative sono maturate per il



## La crisi come un tunnel



## Panorama del dopo crisi (%)



dopo-crisi. A tale scopo, l'Osservatorio ha misurato l'accordo degli italiani con una serie di opinioni che fotografano diverse ipotesi. Quella che incontra il maggior consenso (71%) esprime l'aspettativa di una ripresa che sarà comunque lenta e faticosa. Per contro, il consenso più basso (8%) è verso un'idea che "tutto sarà come prima" senza significativi cambiamenti. Il vissuto è dunque di un evento che ha modificato seriamente alcuni equilibri.

In particolare, le ipotesi più condivise riguardano un serio problema occupazionale (67%) e un conseguente aumento delle disparità sociali (56%). Poco più della metà degli italiani prevede anche un abbassa-

mento del tenore di vita medio (53%) e quindi la necessità di reimpostare il proprio stile di vita, non riprendendo a consumare come prima della crisi (ipotesi condivisa solo dal 24% dei consumatori), bensì orientandosi maggiormente verso un consumo responsabile, mirato alle reali esigenze e senza sprechi (58%).

Si tratta, quindi di uno scenario, almeno nell'immaginario collettivo, che implica un serio ripensamento del proprio concetto di qualità della vita, non teso a una mera mortificazione dei consumi ma, sicuramente, a un riesame di ciò che può veramente significare benessere.

## Modi di reagire alla crisi: le tipologie

*Alla prova dei fatti, anche una parte dei "resistenti", che ritenevano di non essere toccati dalla crisi, ha dovuto ripensare ai propri consumi. Aumentano così gli "austeri", coloro che, preoccupati per la situazione economica, controllano scrupolosamente il budget familiare. Rispetto al 2008 restano stabili gli "energici" alla ricerca di nuove fonti di reddito e coloro che non riescono a reagire di fronte alla crisi abbandonandosi ad una "navigazione a vista".*

Già nella scorsa edizione, l'Osservatorio aveva offerto un quadro tipologico utile a descrivere come i 22 milioni di famiglie italiane preferiscano adottare modalità diverse di fronte alla crisi. In particolare erano stati identificati quattro differenti gruppi, le cui dinamiche evolutive sono state seguite anche quest'anno e il cui profilo può sintetizzarsi come segue:

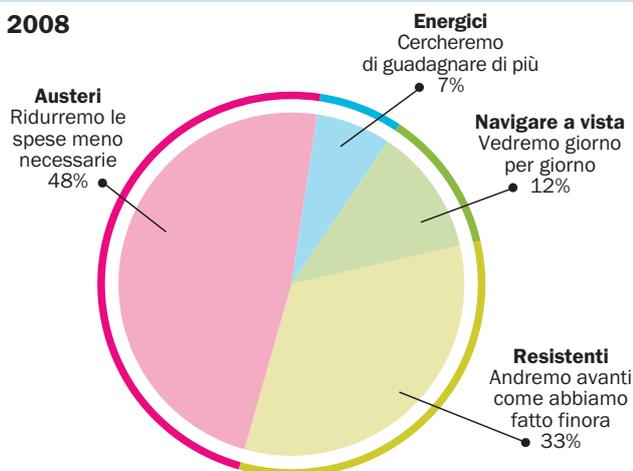
► **Gli austeri.** Si tratta del gruppo che già nel 2008 era numericamente più consistente (48%) e che attualmen-

te raggiunge il 59%. Sono tendenzialmente presenti con una più elevata concentrazione nelle zone industrializzate del Nord-Ovest e in particolare nelle grandi città. Fin dagli esordi della recessione, hanno abbracciato l'idea che occorresse praticare subito una "correzione di rotta" al proprio budget, mettendo in campo una sorta di austerità home-made, senza perdere tempo e aspettare misure straordinarie. Man mano che l'onda della crisi si è allungata, questo gruppo è sensibil-



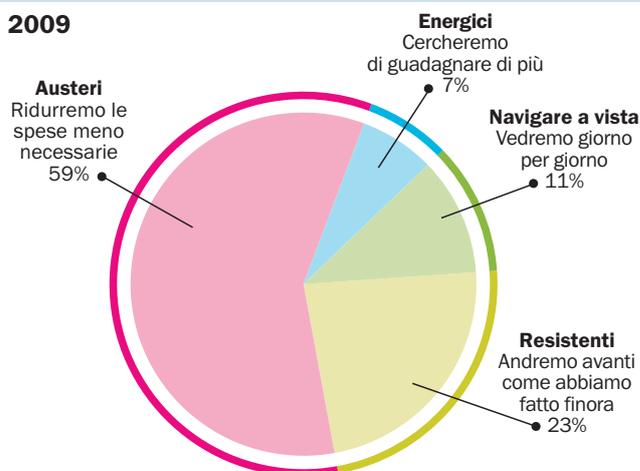
### Tipologie di comportamento di fronte alla crisi

2008



Fonte: Findomestic su dati Prometeia

2009



Fonte: Findomestic su dati Prometeia

mente cresciuto piegando a un necessario rigore anche parte dei "resistenti", ossia quelli che fino a qualche tempo fa pensavano di essere relativamente immuni dalle conseguenze dirette della recessione, potendo contare su più ampie risorse patrimoniali o anche solo su una minor ansia di fronte alle difficoltà. Caratteristica psicologica degli "austeri" è, infatti, un più elevato livello di preoccupazione, specie per quanto concerne le problematiche legate al mantenimento del tenore di vita (paura di perdere la fonte di

reddito, pericolo inflazione ma anche timore di un eccessivo indebitamento).

Gli austeri non sono pregiudizialmente ostili al credito ma lo valutano con la stessa prudenza con cui si muovono nel mondo degli acquisti. Negli ultimi mesi, infatti, vi hanno fatto ricorso anche direttamente sul punto vendita tuttavia, non per acquisti d'impulso, bensì per distribuire nel tempo i picchi di spesa che altrimenti avrebbero potuto maggiormente disturbare l'equilibrio del budget familiare.



“ L'atteggiamento dei resistenti riguardo ai consumi è da sempre più disinvolto. In passato non sono stati grandi utilizzatori di credito, ma nell'ultimo anno, piuttosto che "tagliare", si sono allineati al resto della popolazione. ”

➤ **I resistenti.** Un anno fa corrispondeva a questo profilo una famiglia su tre, ora poco meno di una su quattro. Si tratta di soggetti che hanno particolarmente a cuore la difesa del benessere raggiunto e che, quindi, cercano di opporsi a rinunce e tagli che non siano strettamente necessari. Sono sostenuti in questo da due aspetti: il primo è fattuale, fra di loro c'è una più alta percentuale di lavoratori autonomi e nel nucleo familiare la presenza di figli è più modesta, si possono quindi muovere su una base più autoreferenziale e con meno vincoli, il secondo aspetto è più propriamente psicologico, risultano cioè meno ansiosi e più fiduciosi in se stessi. Il loro atteggiamento riguardo ai consumi è da sempre più disinvolto. In passato non sono stati grandi utilizzatori di credito ma, nell'ultimo anno, piuttosto che "tagliare" si sono allineati al resto della popolazione.

➤ **Gli energici.** Più limitati come consistenza numerica rispetto agli altri gruppi, mantengono la stessa diffusione riscontrata nel 2008 (7%). Si confermano composti da nuclei familiari prevalentemente giovani, già con figli, territorialmente più presenti nelle regioni del Sud. Psicologicamente sono molto auto-diretti, hanno cioè una forte fiducia in sé stessi e, coerentemente a ciò, vedono l'individualismo più come una risorsa che come una minaccia. La loro peculiarità era, di fronte alla

crisi, quella di cercare di incrementare le entrate, piuttosto che ridurre le uscite. Tuttavia, nell'ultimo anno, è stato necessario agire a volte su entrambe le leve. In passato erano stati forti utilizzatori di finanziamenti ma, nell'ultimo anno, ne hanno limitato il ricorso sia perché hanno rinunciato a certi consumi sia per evitare il rischio di una sovraesposizione.



➤ **I “navigare a vista”.** Quasi agli antipodi degli energici, per profilo e mentalità, questo gruppo raccoglie attualmente l'11% delle famiglie e risulta quindi fondamentalmente stabile rispetto all'anno precedente (erano il 12%).

Si tratta in prevalenza di coppie mature, di istruzione medio-bassa, con pochi figli rimasti nel nucleo. Li contraddistingue un'assenza di strategie per fronteggiare le difficoltà economiche, pertanto, si limitano a un percorso senza seguire una rotta predefinita, spesso in balia degli eventi, che temono possano avere ricadute sul loro stan-

dard di vita non elevato e basato su necessità e utilità più che sull'edonismo. Esprimono dunque molte preoccupazioni sia riferite a temi sociali (immigrazione, delinquenza, declino) sia economici (occupazione, prezzi), anche se la loro è una condizione psicologica cronica più che legata alla crisi economica.

In passato sono già stati utilizzatori di credito ma nell'ultimo anno ne hanno ridimensionato il ricorso.

Questo, quindi, il quadro tipologico del cambiamento nelle famiglie italiane a un anno di distanza dalla prima osservazione sulla crisi.

Il fatto che il principale mutamento si sia registrato fra i due gruppi già più consistenti (gli “austeri” e i “resistenti”), è presumibilmente dipeso da una mutata valutazione della portata della crisi, a cui però corrispondeva anche, come base, una certa discrezionalità dell'agire (in pratica, essi erano più liberi di decidere se e quando iniziare a tagliare su certe voci di spesa). Ai due gruppi meno numerosi corrispondono, invece, elementi che vincolano maggiormente l'individuo all'adozione di diversi comportamenti e punti di vista, quali per esempio l'età e i figli piccoli per gli “energici” e il livello di istruzione per i “navigare a vista”. Per questi motivi essi risultano meno capaci di mutare appartenenza di fronte all'evolversi di una crisi.

Quelli che  
“navigano a vista”

**11%**



Chi “naviga a vista” vive in una condizione psicologica di preoccupazione che è da considerarsi più cronica che legata alla crisi.



# Impatto della crisi sulle voci di spesa del budget familiare

*La classifica dei sacrifici di fronte alla recessione parla chiaro: si può rinunciare a viaggiare e a svagarsi, si comprimono le spese per mobili e abbigliamento mentre non si fanno tagli su istruzione, alimentari e spese mediche. Nel prossimo futuro si resterà oculati negli acquisti ma l'intenzione è di riprendere gradualmente a consumare.*

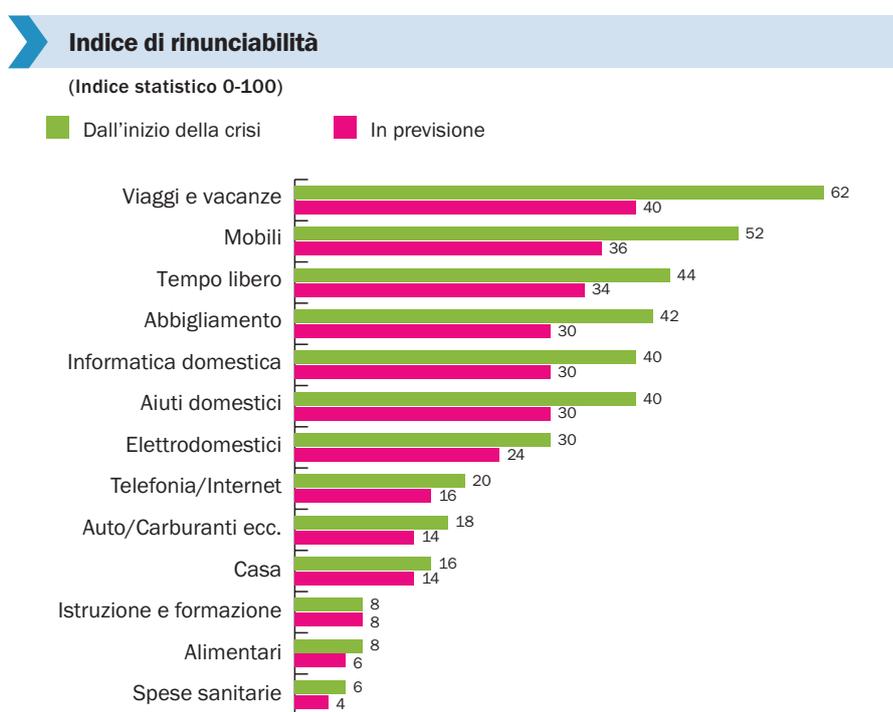
Anche considerando i diversi modi di reagire che le famiglie italiane hanno adottato di fronte alla crisi, è indubbio che la leva dei consumi sia stata una delle principali su cui poter manovrare per un ribilanciamento fra entrate e uscite nel budget familiare.

Questa modifica nei comportamenti abituali trova un'efficace espressione nell'indice di rinunciabilità. In esso si sintetizzano i vari comportamenti che possono essere stati adottati di fronte alla crisi, dalla rinuncia di un bene, alla spesa "controllata" (cioè con occhio vigile e parsimonioso), fino al mantenimento delle abitudini precedenti alla crisi.

La misurazione che è stata condotta a questo proposito, tiene conto di due archi temporali: il primo riguarda i comportamenti posti in atto dall'inizio della crisi, il secondo le previsioni di comportamento nel prossimo futuro (in questo caso, fra le possibili risposte, si è considerata anche l'ipotesi di una ripresa dei consumi).

Le due classifiche sono molto simili ma si può notare, da subito, come l'indice di rinunciabilità per il futuro sia sempre inferiore rispetto a quello del periodo appena trascorso, segno che, anche se la ripresa sarà lenta, il barometro delle famiglie italiane, dopo aver segnato il massimo della depressione, tende nuovamente verso il sereno.

Scorrendo le posizioni, troviamo in alto i beni che sono stati sottoposti a maggiori sacrifici dalla stretta economica, ovvero, viaggi e vacanze (62), mobili e arredo (52), tempo libero (44), abbigliamento (42), informatica domestica e collaborazioni familiari



come badanti e colf (40). Sono stati questi, dunque, i comparti su cui si è maggiormente tagliato per compensare i minori introiti dovuti alla recessione.

L'indice di rinunciabilità è ancora sensibile, ma meno conclamato, per l'acquisto di elettrodomestici (30) e scende ancora per le spese legate alla telefonia o al traffico internet (20). Si rinuncia ancora di meno all'uso dell'auto (18) e alle uscite inerenti la casa, come bollette, manutenzioni ordinarie, affitti e spese condominiali (16) che sono, ovviamente, meno facilmente comprimibili.

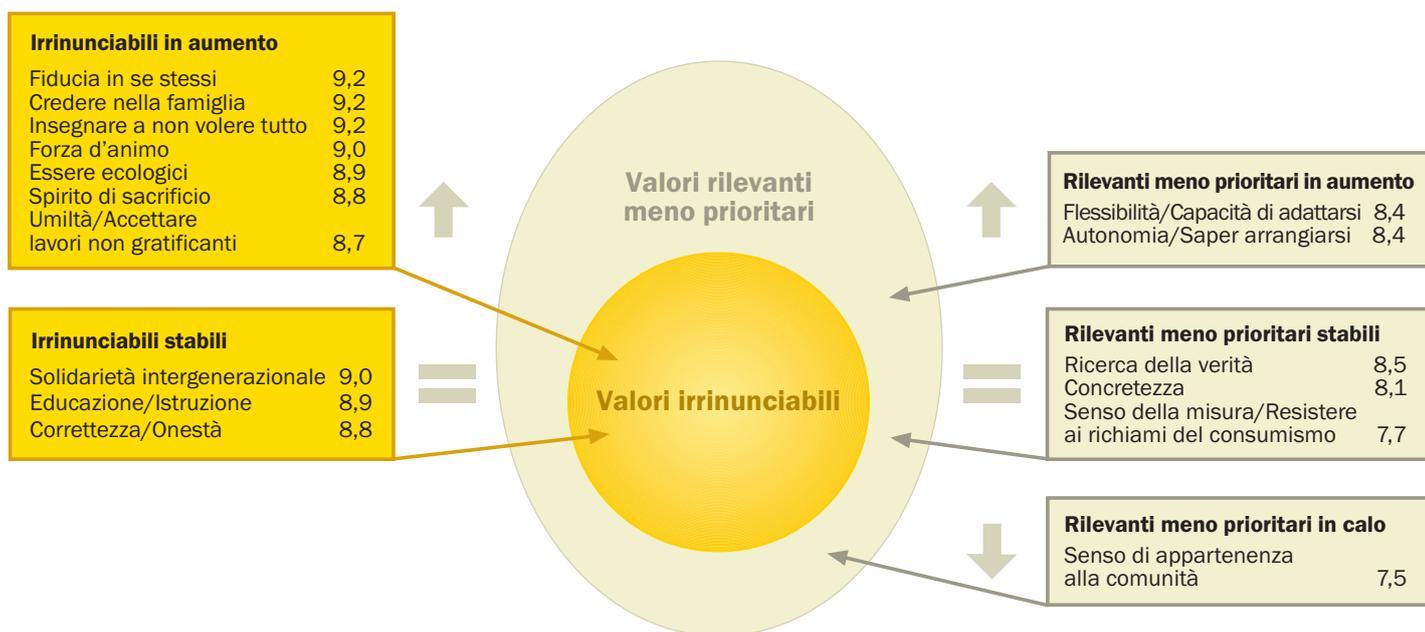
Al di sotto della soglia di 10 punti, troviamo tre voci, che rivestono quindi un carattere di pressoché totale indispensabilità: esse sono le spese connesse all'istruzione (8), ai generi alimentari (8) e alla sanità (6).

Per quanto concerne le previsioni nel prossimo periodo, come si è detto, tutti i capitoli di spesa sembrano destinati a una moderata ripresa. L'incremento si preannuncia più sensibile per quelle voci che nel recente passato hanno sofferto di più. Così, l'indice di rinunciabilità per viaggi e vacanze passa da 62 a 40, quello per mobili e arredo da 52 a 36, quello relativo al tempo libero da 44 a 34 e quello per l'abbigliamento da 42 a 30.

# Impatto della crisi su valori e priorità

La recessione non cambia solo le abitudini d'acquisto, ma agisce anche sui valori. Il senso della persona, della famiglia e della collettività mutano di fronte alla stretta economica. Gli italiani puntano di più su se stessi che sulla solidarietà ma la famiglia resta centrale. Al suo interno si elaborano le strategie per far fronte alla crisi, si torna a parlare di sacrifici ed umiltà e si insegna ai figli a non oltrepassare il limite.

## L'importanza dei valori e la loro sensibilità alla crisi



Le ripercussioni sul budget familiare sono un aspetto rilevante della crisi, ma non l'unico. Anche la scala di valori degli individui e i comportamenti che ne conseguono subiscono modificazioni, per un necessario adattamento psicologico e non solo economico di fronte alla mutata situazione sociale. L'Osservatorio ha quindi chiesto agli italiani di pronunciare il loro nuovo "credo", esplorando quali valori sono rimasti stabili e quali altri sono risultati sensibili al difficile periodo che si sta attraversando. Dieci valori sono risultati centrali nell'attuale cornice in cui l'individuo matura le proprie scelte e motiva i propri comportamenti. Solo tre di essi, tuttavia, sono stabili, cioè non hanno modificato la loro importanza rispetto a prima della crisi. Essi sono: la solidarietà intergenerazio-



nale (intesa come cura verso i figli e gli anziani, con un indice di importanza di 9 su scala da 1 a 10), l'educazione/istruzione (cioè la centralità di un processo di crescita e formazione che si realizza attraverso le scuole e più in generale con la cultura, con 8,9) e la correttezza/onestà (vale a dire il mantenimento di un comportamento retto, che sappia andare al di là dei propri interessi, con 8,8).

Si tratta di valori per molti aspetti "fondativi" senza i quali nessuna società civile potrebbe replicarsi e rinnovarsi in modo equilibrato, ma si tratta soprattutto di valori che, in questo particolare momento storico, le famiglie italiane decidono di schierare "in difesa". In altre parole, essi non servono tanto a guadagnarsi una posizione sociale o a migliorarla, bensì a contrastare quelle forti correnti contrarie, presenti comunque nel clima sociale, che rischierebbero di minare l'identità di coloro che in questi valori continuano a riconoscersi profondamente.

Più numerosi i valori che si sono dimo-

strati sensibili alla crisi, aumentando la loro importanza per gli individui. Essi sono, in prima battuta, avere fiducia in se stessi, credere nella famiglia e saper porre dei limiti alle nuove generazioni (tutti con un'importanza di 9,2). In questa triade si concentra il nucleo della reazione psicologica di molti italiani di fronte alla crisi; l'individuo come primaria risorsa, ma anche la famiglia nella sua duplice funzione: ambiente da proteggere e ambiente in cui trovare protezione. In essa, inoltre, si sviluppa la necessità di fare argine alle molteplici esigenze di figli e nipoti, insegnando loro che occorre un limite e che oggi non è più tempo di volere "di tutto, di più". Sempre in quest'area di valori centrali, la cui importanza è cresciuta con la crisi, troviamo la forza d'animo (intesa come capacità di reagire, di non deprimersi di fronte alle avversità, con 9), l'ecologia (interpretata come attenzione e capacità di gestire le risorse, riducendo gli sprechi, con 8,9), lo spirito di sacrificio (8,8) e l'umiltà (intesa soprattutto come accettazione di lavori e compiti non gratificanti, con 8,7).

Questa è dunque la "cassetta degli attrezzi" che l'individuo pensa di portare con sé per uscire dalla stretta economica e salvaguardare la propria identità e il proprio stile di vita.

Ma oltre a questi dieci strumenti irrinunciabili, se ne identificano altri sei, che corrispondono a valori pure rilevanti, anche se meno prioritari.

Quattro di essi si dimostrano poco sensibili all'attualità, nel senso che non hanno sostanzialmente aumentato la loro importanza rispetto a prima della recessione. Essi sono: la ricerca della verità (che si esplicita nel mantenersi aggiornati e nel vagliare informazioni da fonti diverse, con 8,5), la concretezza (ovvero saper realizzare piccoli obiettivi, anziché perseguire grandi progetti, con 8,1), il senso della misura (specialmente saper resistere ai continui richiami del consumismo, con 7,7) e l'appartenenza (cioè sentirsi parte di una collettività più allargata, con 7,5). Quest'ultimo aspetto è l'unico per il quale si registra un significativo calo di importanza rispetto al periodo pre-crisi.

Altri due valori risultano, invece, positivamente sensibili all'attuale congiuntura economica, nel senso che la loro importanza, pur non essendo prioritaria, è aumentata nell'ultimo periodo. Sono la flessibilità (sapersi adattare e modificare le proprie aspettative, con 8,4) e l'autonomia nel fare (intesa come arte di arrangiarsi, fai da te, senza dover ricorrere a interventi esterni, anch'essa con 8,4).

Il quadro generale che esce da questa analisi dei valori pare esprimere molto chiaramente come, di fronte alle difficoltà, gli italiani preferiscano percorrere la strada dell'individualismo, piuttosto che quella della solidarietà sociale: la fiducia in se stessi è al massimo storico e il senso di appartenenza a una collettività al minimo, elementi, questi, già accennati anche nell'Osservatorio dell'anno scorso e ora confermati. In questo scenario, è nella famiglia che si svolgono la gran parte delle manovre compensative fra istanze individuali e pressioni sociali; se fuori, ad esempio nel mondo del lavoro, le nuove e le vecchie generazioni si fronteggiano con una certa ostilità (le prime per riuscire a entrare, le seconde per non essere escluse), nel nucleo familiare si ritrovano ospitalità e solidarietà (è il caso delle giovani coppie che non trovano risorse per uscire di casa o della popolazione anziana, sempre più numerosa, che necessita di assistenza). È sempre all'interno della famiglia che si mettono a punto strategie comuni fra i suoi membri, per fronteggiare la recessione; parole che possono suonare antiche come sacrificio, rinuncia e umiltà, che risulterebbero più indigeste ai singoli in una situazione di solitudine, appaiono più accettabili se condivise in famiglia. Così, insieme, si punta sul fai da te, anziché ricorrere ad aiuti esterni, sull'ecologia come necessità e non più come moda, sull'insegnare il senso del limite, anziché incitare al continuo superamento dello stesso. Si tratta, per l'istituzione famiglia, di riappropriarsi di funzioni impegnative e in parte dimenticate d'altra parte al momento sulla scena non si intravedono altri soggetti collettivi in grado di assorbire l'onda d'urto della crisi e di convertirla in energia reattiva e propositiva.





# Gli italiani e il credito al consumo

Come lo vivono, come vi accedono e che cosa ne pensano in un contesto di crisi economica.

# Un approccio inedito per comprendere meglio il ricorso al credito al consumo

*L'Osservatorio ha adottato anche per questa ricerca il sistema "Delphi-next", un sistema d'indagine innovativo sviluppato in anteprima assoluta per l'Osservatorio Findomestic.*

Quest'anno, l'Osservatorio Findomestic ripropone il tema del ricorso al credito al consumo affiancando ai tradizionali strumenti di indagine statistica il nuovo e mai sperimentato in precedenza metodo di ricerca "Delphi-next", adottato anche per lo studio relativo alla crisi e descritto nella sua originale metodologia nell'introduzione al capitolo precedente (pag. 31).

I principali esiti di questo primo "Delphi-next" sul credito sono riassunti nel presente capitolo. Sul sito Findomestic è possibile accedere anche alle verbalizzazioni salienti che sono state fornite dai partecipanti.

## Il cambiamento nel ricorso al credito

*È opinione diffusa che il consumatore debba fare ricorso al credito con maggior senso della misura; non emerge alcuna solidarietà nei confronti di coloro che si sovraindebitano nel tentativo di raggiungere standard di vita al di fuori della loro portata. Agli istituti finanziari si chiede di sostenere con il credito le famiglie davanti alle necessità primarie quali la casa, la sanità e l'attività lavorativa.*

Se l'opinione pubblica non è certo tenera nei confronti del mondo finanziario, all'interno del quale negli Stati Uniti ha preso fuoco la miccia che ha poi fatto esplodere la crisi globale, va detto che essa non si dimostra particolarmente comprensiva nemmeno nei confronti di coloro che, negli ultimi anni, hanno cercato di vivere al di sopra delle loro possibilità, sfruttando quegli stessi meccanismi che poi si sono dimostrati perniciosi.

Allo stesso modo, anche in riferimento allo scenario italiano, si registra una certa equidistanza da chi eroga indiscri-

minatamente finanziamenti e chi ne fa un uso smodato, rischiando poi di trovarsi in grave difficoltà di fronte alla recessione. Verso questi ultimi non emerge nessuna solidarietà, poiché il senso della misura negli acquisti è speculare al senso di responsabilità nell'uso delle proprie risorse economiche e né l'uno né l'altro possono essere delegati a soggetti terzi, siano essi operatori della distribuzione, banche o società finanziarie.

Ciò non significa, ovviamente, che non sia richiesta un'etica di comportamento anche a essi ma quella che va rafforzata



è, innanzitutto, la consapevolezza del consumatore. Non è automatica, quindi, la difesa del cliente che continua a chiedere finanziamenti di fronte alla banca che ora pare lesinarli. Certo, si ritiene che alcuni aspetti ritenuti cruciali, come quelli più direttamente legati al bene casa (mutui), alle necessità primarie della famiglia (sanità, istruzione) e alla salvaguardia degli strumenti di produzione del reddito (connessi cioè all'attività lavorativa) debbano essere inderogabilmente sostenuti dal credito, soprattutto per consentire il più rapido ripristino di un equilibrio fra le minori entrate e alcune voci di spesa incompressibili che le

famiglie hanno dovuto sopportare. Al di fuori di questi ambiti, tuttavia, occorre ricalibrare il ricorso al credito secondo un gradiente che va dal necessario all'utile (e in questo contesto possono entrare la maggioranza dei beni come, per esempio, l'auto, il motorino, gli elettrodomestici, l'arredo, l'informatica domestica e il cellulare), ma non deve spingersi fino al puramente gradevole e voluttuario (l'ultimo modello, la versione superaccessoriata, il prodotto di lusso, ecc.) che è meglio, senza troppa invidia, restino per ora a disposizione di coloro che dalla crisi sono già totalmente usciti o non sono mai entrati.

## Il ricorso ai finanziamenti

*Più della metà degli italiani ha già provato almeno una volta un credito con rimborso rateale, ma le nuove esperienze in periodo di crisi si riducono. Rinunce e rinvii negli acquisti importanti hanno penalizzato i finanziamenti sul punto vendita. Le famiglie chiedono prestiti a banche e finanziarie per dare ossigeno al bilancio familiare e far fronte alle spese più difficilmente comprimibili.*



L'andamento del credito per le famiglie risente, come è naturale, di diversi fenomeni che possono anche apparire, fra di loro, contraddittori. Il calo di vendite di beni classicamente finanziabili come, per esempio, l'auto (ma anche mobili ed elettrodomestici, sui quali, come si è visto, le famiglie italiane hanno fatto in varia misura rinunce e rinvii), non può non tradursi in un'analogica contrazione dei finanziamenti che vengono erogati attraverso il punto vendita. D'altra parte, può motivarsi maggiormente in periodo di crisi, un ricorso a crediti non finalizzati a specifici progetti d'acquisto quanto, più genericamente, utilizzati per dare ossigeno al bilancio familiare che si trova,

non di rado, ad affrontare spese per loro natura non sempre comprimibili.

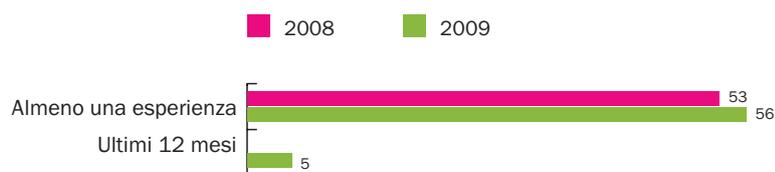
Queste correnti che muovono il quadro attuale, trovano espressione in alcuni dati puntuali che precisano il contorno dell'utilizzo del credito nel nostro Paese. Se, da una parte, già più di un italiano su due aveva fatto ricorso, almeno una volta nella vita, a finanziamenti con rimborso rateale, dall'altra, coloro che hanno affrontato questa esperienza per la prima volta negli ultimi 12 mesi non superano il 5%.

Focalizzando l'attenzione solo su questo gruppo più ristretto, si evidenzia che il 44% ha ottenuto il finanziamento direttamente sul punto vendita, il 35% si è rivolto alla propria banca e il 22% a una finanziaria; completa il quadro il 4% di uso di carte revolving o option.

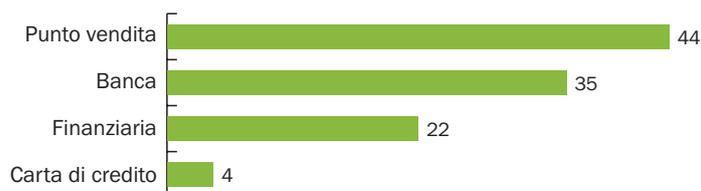
Esaminando le finalità per cui è stato

### Il ricorso al credito (%)

Base: totale intervistati



### Le tipologie di ricorso al credito (%)

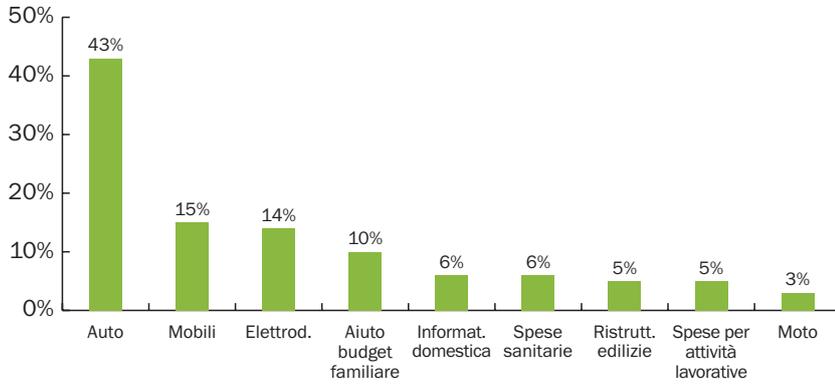


Nota: il totale dà più del 100% perché alcuni si sono avvalsi di più prestiti.

erogato il finanziamento nell'ultimo anno, risulta che l'acquisto dell'auto è ancora di gran lunga la principale (43%), seguono mobili (15%), elettrodomestici (14%) e informatica domestica (6%).

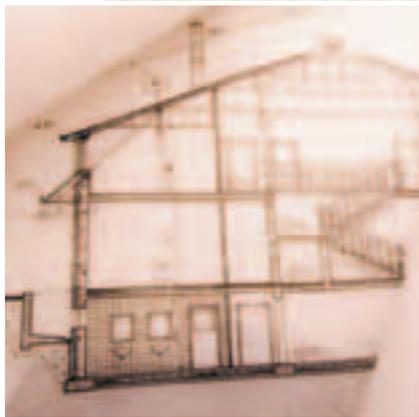
Da notare, tuttavia, che oltre che per l'acquisto di beni, il 10% ha richiesto finanziamenti per sostenere il budget familiare, il 6% per affrontare spese sanitarie o dentistiche, il 5% per ristrutturazioni in casa e un ulteriore 5% per sostenere la propria attività lavorativa. Sommando queste voci, quasi un finanziamento su quattro, dunque, non ha riguardato specifici progetti d'acquisto, ma un sostegno al bilancio familiare altrimenti in difficoltà di fronte alle spese meno rinviabili.

### Le finalità dei pagamenti rateali



Chi ha fatto un finanziamento come sostegno al bilancio familiare

**10%**



# Gli atteggiamenti verso il credito rateale

*Chiarezza dell'offerta prima e customer care dopo sono i fattori più importanti per chi acquista a rate. In tempo di crisi non si rinuncia a richiedere un finanziamento, ma lo si fa solo per gli acquisti più importanti, meglio se con una copertura assicurativa. Non sempre il tasso più basso è alla fine il più conveniente. In una visione sempre più matura del credito al consumo, si diffida del "tasso zero" che, secondo la maggior parte dei consumatori, non sempre è il più conveniente.*

Come ogni anno l'Osservatorio verifica gli atteggiamenti degli italiani verso i finanziamenti, misurando il livello di accordo con alcune affermazioni. Fra quelle proposte, quella che ottiene il maggior consenso riguarda la chiarezza nelle condi-

zioni: occorre, infatti, diffidare – sostengono 8 italiani su 10 - di quei prestiti che non dichiarano espressamente il TAEG e tutte le spese che ricadono sulla composizione della rata. Subito dopo (77% di consenso) troviamo l'esigenza di essere assistiti dalla società che eroga il prestito, durante tutta la fase di restituzione del medesimo. Ancor di più oggi, dunque, la customer care in post vendita assume un'importanza quasi pari alla chiarezza in sede di proposta. Al terzo posto troviamo affermata la necessità di disporre di garanzie assicurative, in particolare, per prestiti di un certo importo, la necessità di una copertura che annulli il debito in caso di impossibilità a restituirlo: infortuni, malattie gravi o anche quella che è diventata una



**Otto consumatori su dieci diffidano delle offerte di credito che non dichiarano espressamente il TAEG.**

## Opinioni sui finanziamenti rateali

(Indice statistico 0-100)





“ ...tre italiani su quattro ritengono sia meglio affidarsi a società presenti sul mercato da anni e che abbiano dimostrato nel concreto la serietà del loro approccio. ”

delle prime preoccupazioni, cioè la perdita del posto di lavoro (sono d'accordo in questo il 76% degli intervistati). Altri aspetti si aggiungono a una visione sempre più responsabile del ricorso ai finanziamenti. Per il 65% degli italiani occorre evitare il credito al consumo per acquisti di importi medio-bassi, perché sono quelli che generano più facilmente un effetto cumulo delle rate a fine mese, mentre il rimborso rateale resta una modalità pratica e intelligente per distribuire nel tempo i picchi di spesa (59% di accordo).



Da notare anche che per 6 consumatori su 10, non sempre il tasso più basso o il “tasso zero” sono indice di effettiva convenienza e, non di meno, è sempre meglio valutare con attenzione anche le proposte che prevedono una proroga, cioè che spostano in avanti nel tempo l'inizio del periodo di restituzione.

Gli italiani chiedono anche alle banche un apporto che sia allo stesso tempo critico e costruttivo; saper valutare oltre la solvibilità dei clienti anche la serietà del motivo per cui viene richiesto il credito (63% di accordo). Per contro, solo una minoranza (30%) si sente completamente tutelata dalle leggi antiusura in vigore.

Un po' per tutti questi motivi, tre italiani su quattro ritengono sia meglio affidarsi a società presenti sul mercato da anni e che abbiano dimostrato nel concreto la serietà del loro approccio.

L'insieme di questi dati di atteggiamento delinea un quadro più maturo di ricorso al credito; se da una parte è indubbio che ad esso sia riconosciuta una funzione e un'utilità, dall'altra appare sempre più chiaro che – come per tutti gli strumenti – occorra imparare a conoscerlo e a usarlo. La crisi ha probabilmente reso più severi i parametri di valutazione delle famiglie italiane al riguardo: il finanziamento “mordi e fuggi” sembra destinato a diventare meno seducente che in passato, mentre poter disporre di una leva per ridurre lo sforzo a cui sono sottoposti i bilanci familiari resta per molti un'opportunità da non perdere.





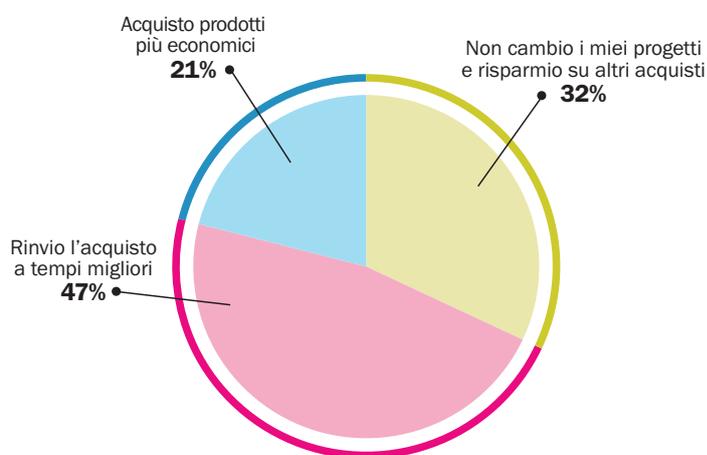
# Il comportamento dei consumatori nei punti vendita di mobili

Frequenza delle visite, criteri di preferenza e tipologie di clienti.  
Focus sul ruolo del credito al consumo all'interno del settore.

# Frequentazione e scelta del punto vendita

Quasi la metà degli italiani ha rinviato l'acquisto di mobili pur non rinunciando a frequentare i punti vendita. I consumatori preferiscono le grandi superfici, visitate non solo per acquistare ma anche per passatempo. Ad attrarre è soprattutto la convenienza dei prezzi seguita dalla possibilità di provare il prodotto e dalla professionalità del personale.

## Influenza della crisi sull'acquisto dei mobili

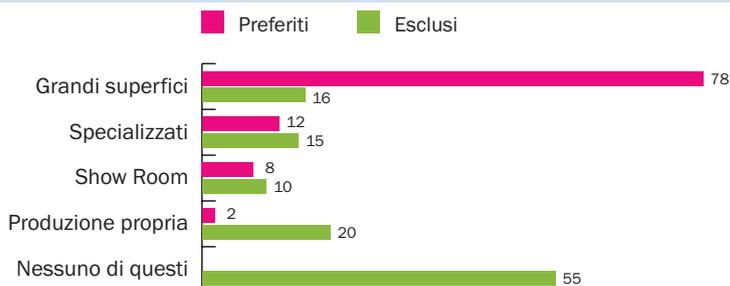


## Frequentazione dei negozi di mobili (%)

1 volta al mese    1 volta ogni 2/3 mesi    Più raramente



## Tipo di negozi preferiti (%)



È indubbio che il settore del mobile ha subito una sensibile contrazione: secondo quanto rilevato quest'anno circa la metà delle famiglie ha rinviato l'acquisto di mobili e arredo a tempi migliori (47%), il 21% ha acquistato scegliendo, però, prodotti più economici e solo il restante 32% non ha modificato i propri progetti al riguardo, preferendo semmai praticare tagli su altre voci.

Nonostante questo calo nelle vendite, l'interesse verso il settore e la distribuzione commerciale che lo rappresenta sul territorio è rimasto piuttosto elevato, lo conferma una media di visite pari a 5,6 volte l'anno. In pratica, quasi una volta ogni due mesi ci si reca a visitare un punto vendita mobili, anche se questo atto non si concretizza sempre in un acquisto. La media di visite è più alta nella fascia fino a 34 anni (6,5 volte/anno), quando è più frequente l'uscita dal nucleo familiare d'origine o quando è in arrivo un figlio.

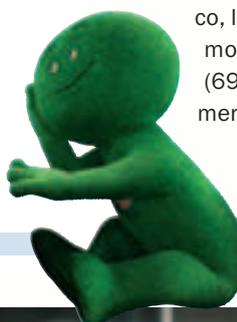
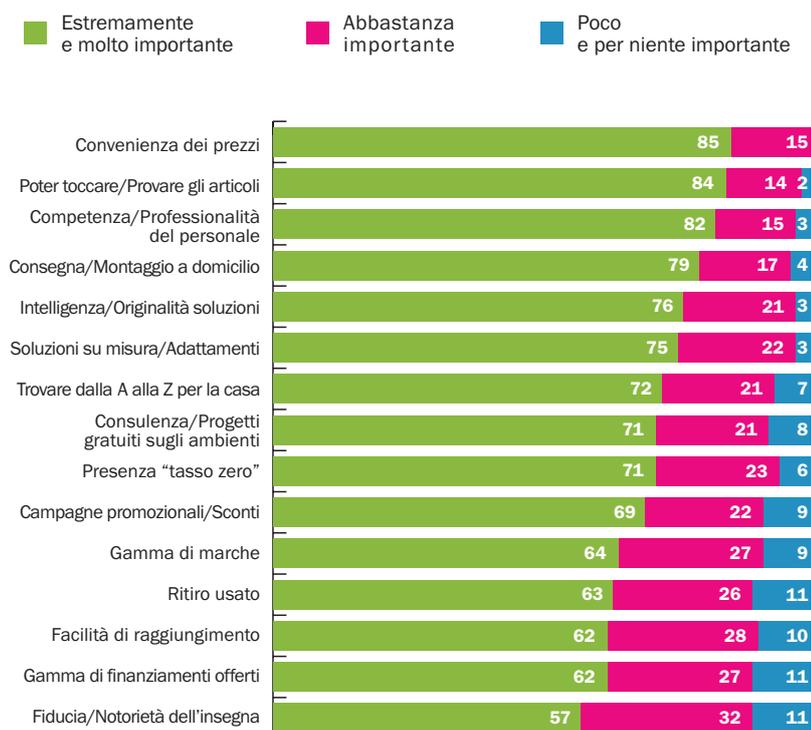
Per le visite e i successivi acquisti che ne potranno derivare, i consumatori sembrano già manifestare a monte dei criteri di preferenza e di esclusione che chiamano in causa le diverse tipologie di esercizi presenti nel settore. Al riguardo, le grandi superfici sembrano aver guadagnato nel nostro Paese una decisa supremazia: esse attraggono quasi 8 italiani su 10 (78%); seguono, ma molto distanziati, i negozi specializzati (12%), gli show-room (8%) e da ultime le aziende a produzione propria (2%). In realtà, a questa graduatoria di preferenza, piuttosto nitida, non corrisponde un criterio di esclusione a priori altrettanto marcato; il 55% dei consumatori dichiara, infatti, di non escludere nessun tipo di punto vendita per scegliere dove effettuare i suoi acquisti.

Inoltre, come si è detto, non sempre alla presenza di pubblico sul punto vendita corrisponde un acquisto e, a volte, nemmeno un'intenzione di acquisto; soprattutto per le grandi superfici può trattarsi, come è noto, di un luogo per "rubare" idee e soluzioni, per passare qualche ora senza stress o, anche, per "sognare ad occhi aperti" in attesa che si concretizzino le condizioni per portare avanti il proprio progetto d'acquisto.

In ogni caso è utile considerare a cosa il potenziale acquirente è sensibile quando si reca in un negozio di mobili e arredo.

La graduatoria di importanza vede al primo posto la convenienza dei prezzi (molto importante per l'85% dei clienti) com'è del resto facilmente intuibile dato il periodo di stretta economica. Seguono, tuttavia, due altri elementi che sono indipendenti dalla crisi: la possibilità di toccare/provare i prodotti esposti (84%) e la presenza di personale di vendita competente e professionale (82%). Particolarmente di rilievo sono anche il servizio consegna e montaggio a domicilio (79%), l'intelligenza e originalità delle soluzioni adottate (76%), come pure la possibilità di adattamenti su misura (75%). Quasi allo stesso livello, la possibilità di trovare tutto per la casa, dall'A alla Z (72%) e poter chiedere piccoli progetti gratuiti sugli ambienti da arredare (71%). Meno importanti appaiono, quando si parla di mobili, le marche dei prodotti in gamma (64%) o la notorietà e fiducia nell'insegna (57%), a indicare che un valore viene più facilmente ricondotto alla concretezza del prodotto che non all'immagine del marchio. Completano il quadro, ricongiungendosi al tema economico, la presenza di campagne promozionali sul punto vendita (69%) e la gamma di finanziamenti disponibili (62%).

### Importanza di alcuni fattori nella scelta del p.v. di mobili (%)

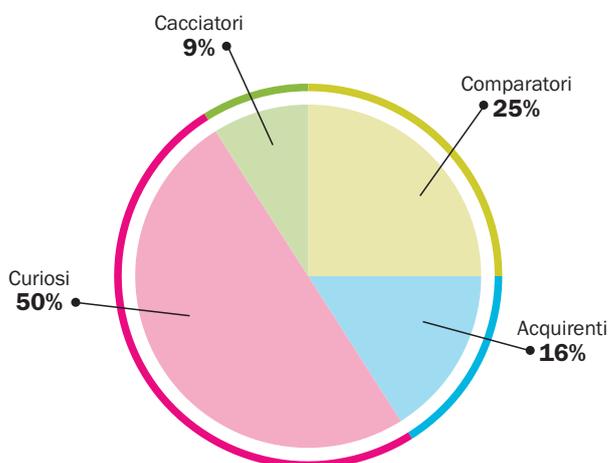


# Tipologie di clienti del settore mobili

Tra coloro che visitano un punto vendita di mobili solo il 16% ha le idee chiare ed entra per acquistare. La maggior parte lo fa per curiosare attratta dall'esposizione di novità o alla ricerca di soluzioni d'arredamento. Uno su quattro, invece, si reca nei negozi per confrontare diverse offerte. Una piccola minoranza, infine, prima di presentarsi sul punto vendita, aspetta pazientemente la promozione più vantaggiosa.

Come si è premesso, l'ampio pubblico che ogni anno visita i punti vendita di mobili è tutt'altro che omogeneo e diventa quindi essenziale, al suo interno, individuare le diverse categorie di persone, ciascuna delle quali si muove per rispondere a un suo particolare bisogno. L'Osservatorio ha individuato quattro distinti gruppi, che hanno una chiara connotazione intenzionale e un differente profilo socio-demografico.

## Tipologia di approccio ai p.v. di mobili



► **I “curiosi”.** Corrispondono ben alla metà dei consumatori e si caratterizzano per una frequentazione dei punti vendita, indipendentemente dall'aver o meno un progetto d'acquisto per un bene. Per loro è motivante l'esposizione di novità, idee e soluzioni di arredamento, anche senza un'intenzione di comprare nell'immediato. Si tratta di un target più femminile e insediato maggiormente al Nord. Sicuramente, questo genere di soggetti è portatore di una certa ambivalenza: frequenta molto i negozi di mobili (5,9 volte l'anno) ma acquista poco. Tuttavia, può avere un'importanza non marginale come canale pubblicitario per il “passa parola”, trattandosi di persone che vantano, solitamente, una certa passione per l'arredamento e alle quali non è raro, quindi, che conoscenti e amici riconoscano una certa competenza.

» I “curiosi” rappresentano un importante canale pubblicitario. A loro si riconosce il merito di generare il “passa parola” tra parenti e amici.

► **I “comparatori”.** Sono il 25% del campione e corrispondono a coloro che si recano nei negozi principalmente per risolvere una necessità di confronto dell'offerta: quali prodotti, prezzi, condizioni di finanziamento; in altre parole, vogliono poter rispondere a una domanda che, in periodo di crisi, si è imposta sempre più all'attenzione delle famiglie italiane: “Se devo acquistare qualcosa, dove mi conviene farlo?”. Dei quattro gruppi identificati, questo è il secondo per ampiezza e ne fanno parte soprattutto coppie più giovani, alle prese con acquisti di arredo

importanti e presumibilmente con necessità di tenere sotto controllo l'esborso. Essendo già entrati in una fase avanzata del loro processo d'acquisto, anch'essi sono dei veri e propri "frequent visitors" di punti vendita; la loro media (5,7 volte l'anno) è prossima a quella dei curiosi ma, per ragioni diverse, essi non devono semplicemente visionare le novità, bensì confrontare attivamente combinazioni di prodotti, loro disponibilità e convenienza.

"Acquirenti"  
(entrano  
decisi sul p.v.  
per comprare)

16%

► **Gli "acquirenti"**. Corrispondono al 16% del campione e rappresentano coloro che si recano nei negozi spinti da una precisa motivazione d'acquisto, in altre parole, essi tendono a dare meno importanza a una fase comparativa

"sul campo" e si muovono più decisi verso il punto vendita, quando ormai hanno elaborato la loro intenzione di acquisto. Infatti, la loro frequenza di visite è di 3,6 volte l'anno, contro le 5,6 registrato sull'insieme dei consumatori. Ciò non significa, naturalmente, che questi soggetti non effettuino dei confronti ma, più semplicemente, che in parte li hanno già fatti e in parte sono usi svolgerli con altre modalità: per esempio il "passa parola" o informandosi su riviste, giornali e internet. Quando poi si dirigono sul punto vendita, solitamente, hanno le idee già abbastanza chiare ed è difficile che escano a mani vuote. Dal punto di vista socio-demografico sono un target più presente fra le coppie più mature e sono più diffusi nelle regioni del Centro Italia.

» I "cacciatori" restano in paziente attesa della promozione nel tentativo di sposare la necessità all'opportunità.

► **I "cacciatori"**. Sono il 9% e identificano coloro che si recano nei punti vendita a caccia di promozioni e occasioni d'acquisto. Contrariamente a quanto si possa pensare, essi sono tutt'altro che inclini all'acquisto d'impulso: non è perché vedono un prodotto a prezzi particolarmente appetibili che si muovono ad acquistarlo. Piuttosto, essi cercano di sposare la necessità all'opportunità e quindi restano in paziente attesa, come predatori, fino a quando non azzeccano la campagna promozionale che sembra loro vantaggiosa. Ciò nonostante, la loro frequenza di visite è decisamente inferiore alla media dei consumatori 2,3 volte l'an-

no, dato che utilizzano assiduamente anche volantini e riviste, per tenersi informati riguardo le occasioni da inseguire sul punto vendita. È altrettanto probabile che la crisi e il moltiplicarsi delle offerte speciali da parte della distribuzione commerciale abbia ulteriormente acuito la già sviluppata sensibilità di questa categoria di persone. Dal punto di vista socio-demografico, questo gruppo risulta molto più maschile e non particolarmente giovane (l'incidenza è maggiore oltre i 45 anni). Geograficamente, si incontrano più spesso nelle zone del Nord-Est.

Questo, quindi, il quadro tipologico che delinea come, alla frequentazione dei negozi di mobili in un periodo di crisi economica, corrispondano spesso motivazioni differenti delle quali gli operatori della distribuzione potranno tener conto, per ottimizzare le proprie politiche commerciali.





## Il ruolo del credito al consumo nei punti vendita di mobili

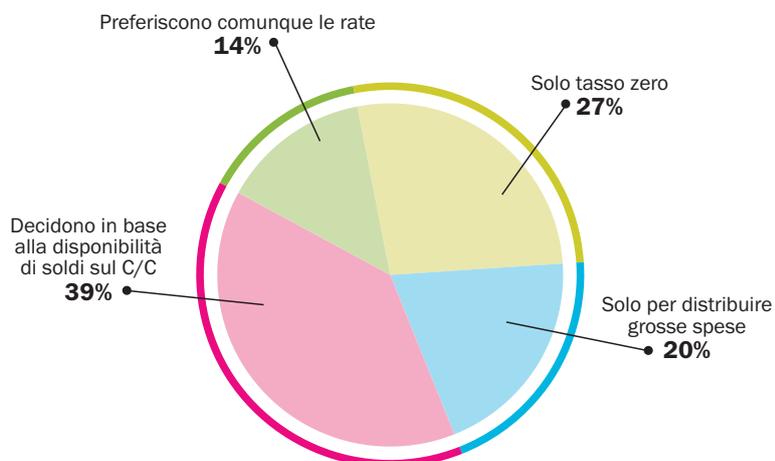
*Un quarto di coloro che hanno acquistato un mobile nel 2009 lo ha fatto a rate. La maggior parte di questi sceglie di affidarsi al credito al consumo in maniera razionale tenendo conto della disponibilità economica. Ma c'è una parte consistente di consumatori che vi ricorre perché attratta dal "tasso zero". Chi sceglie il pagamento rateale pretende chiarezza nella proposta e vuole sentirsi sicuro e seguito nella fase del rimborso.*

Sia per la gamma degli articoli trattati sia per il loro importo, il credito al consumo da sempre ha accompagnato lo sviluppo di questo settore. In quest'ultimo anno, fra coloro che avevano intenzione di fare un acquisto nel settore mobili e arredamento, il ricorso a finanziamenti per l'acquisto è stimabile attorno al 26%, di cui un 10% è costituito da persone che non avevano fatto ricorso al credito, in precedenza, per questo genere.

Al di là di queste percentuali, connesse all'attuale periodo di recessione, si pensa di ricorrere alle rate, quando la spesa supera i 3.000 Euro, ma se l'offerta prevede un "tasso zero", il finanziamento viene preso in considerazione già a partire da 1.500 Euro.

L'Osservatorio ha altresì messo a fuoco diverse modalità di utilizzare il credito al consumo, sintetizzate nei quattro gruppi di seguito descritti.

### Modelli di approccio ai finanziamenti sul p.v. di mobili



► **Coloro che decidono di farvi ricorso valutando la liquidità sul conto.** È il gruppo più numeroso (39%) e corrisponde a chi, razionalmente, calcola l'equilibrio fra uscite ed entrate previste, scegliendo di volta in volta se ammortizzare o meno una spesa in un certo arco temporale. Dal punto di vista socio-demografico è presente trasversalmente nei due sessi, in tutte le classi di età e zone geografiche.

► **Coloro che si avvicinano solo al "tasso zero".** È un gruppo consistente di soggetti (27%) che si è avvicinato al credito al consumo unicamente per la promessa insita nel "tasso zero", ovvero, poter godere subito di un bene, sfruttando la comodità di un pagamento rateale, purché non sia gravato di interessi. È un gruppo tendenzialmente più maschile e si concentra maggiormente fra le persone comprese fra i 35 e i 45 anni.

Scelgono di volta  
in volta in base  
al bilancio familiare

**39%**



► **Coloro che vi fanno ricorso per distribuire i picchi di spesa.**

Rappresentano un 20% dei consumatori non pregiudizialmente avversi ai finanziamenti e vivono il credito al consumo come strumento di pianificazione, utile per “spalmare” uscite rilevanti, in un arco di tempo che permetta un più facile riassorbimento dell'esborso. È formato soprattutto da coppie giovani, che vanno incontro a spese di arredo ingenti e non possono contare su redditi elevati.

► **Coloro che preferiscono comunque le rate.**

Sono il 14% e si identificano come i veri e propri heavy users del credito, cui fanno un notevole e ripetuto ricorso sia per il loro vivace consumerismo sia per il loro livello di entrate, tendenzialmente più modesto degli altri gruppi. Anch'essi non sono facilmente connotabili dal punto di vista socio-demografico, in quanto il loro modus operandi corrisponde anche a un atteggiamento di fondo oltre che a una reale necessità.



Indipendentemente da questi differenti approcci che possono rivelarsi di fronte al credito al consumo, che cosa è importante far conoscere al consumatore che si dimostra interessato a una proposta di acquisto finanziato in un punto vendita di mobili e arredo? L'Osservatorio ha indagato in che misura alcuni aspetti appaiono fondamentali, importanti o marginali.

In testa alla classifica di importanza troviamo l'importo della rata (fondamentale per il

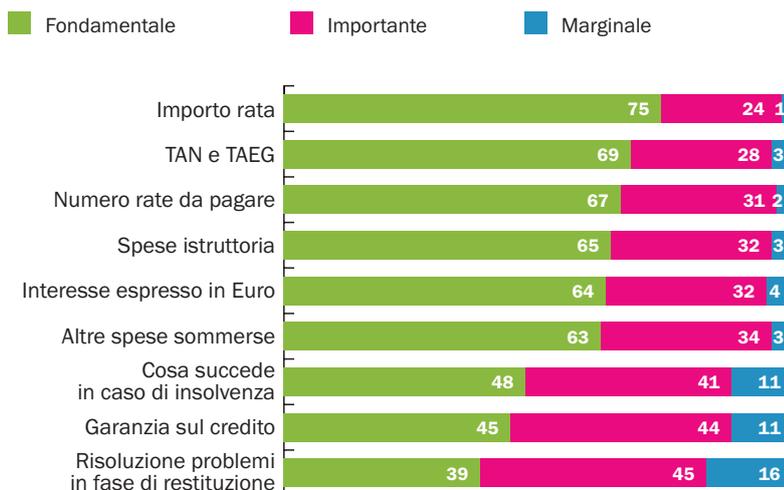
75%), seguita dalla dichiarazione dei tassi applicati, TAN e TAEG (69%). Si tratta di due aspetti che giocano un ruolo complementare: il primo permette una valutazione immediata di sostenibilità del finanziamento, il secondo facilita un confronto fra più proposte. Completa il quadro, la variabile di durata del finanziamento (67%), ovviamente correlata ai precedenti due fattori. Anche l'interesse espresso in Euro è ritenuto fondamentale dal 64% dei clienti.

A questi elementi irrinunciabili, si accompagnano le spese di istruttoria (65%) e la conoscenza di eventuali altre spese sommerse (63%).

Ma in questo periodo di instabilità accentuata, il consumatore segnala anche altri aspetti che è bene far conoscere prima di sottoscrivere un finanziamento: sapere cosa succede in caso di insolvenza (48%), poter disporre di una garanzia sul credito, in caso sia impossibile provvedere a una sua restituzione per gravi motivi come infortuni, malattia o anche perdita del posto di lavoro (45%) e poter contare su un servizio post vendita da parte della finanziaria con cui discutere eventuali problemi in fase di restituzione (39%).

Si conferma, dunque, da una parte il bisogno di estrema chiarezza in fase di proposta e la necessità di un valido customer care durante tutto il periodo di rimborso, per un consumatore che vuole sentirsi sicuro e seguito, di fronte agli impegni che assume.

**Importanza di alcuni fattori per chi è interessato al finanziamento sul p.v. di mobili (%)**



“ Si conferma, dunque, da una parte il bisogno di estrema chiarezza in fase di proposta e la necessità di un valido customer care durante tutto il periodo di rimborso, per un consumatore che vuole sentirsi sicuro e seguito, di fronte agli impegni che assume. ”





# Il comportamento dei consumatori nei punti vendita di elettrodomestici

Frequenza delle visite, criteri di preferenza e tipologie di clienti.  
Focus sul ruolo del credito al consumo all'interno del settore.

# Frequentazione e scelta del punto vendita

Al calo dei consumi nel settore degli elettrodomestici non è corrisposto un calo dell'afflusso sui punti vendita. I frequentatori, prevalentemente maschi e giovani, sono attratti dagli aspetti tecnologici e visitano il negozio anche quando non sono intenzionati ad acquistare. La scelta del punto vendita è legata soprattutto alla convenienza dei prezzi e alla varietà delle marche trattate.

Se è indubbio che una contrazione dei consumi ha toccato anche questo settore, va detto che per effetto della grande attrazione che continuano a esercitare i prodotti a più elevato contenuto tecnologico (i bruni, l'informatica domestica, la telefonia mobile, il digitale), può non essersi registrato, in pari misura, una diminuzione dell'afflusso sul punto vendita.

Secondo quanto rilevato quest'anno, la media di frequentazione per questa tipologia di esercizi è di 1,6 volte per mese (in altre parole, circa ogni 20 giorni). Tale media, decisamente elevata, si costruisce grazie a un 15% di visitatori addirittura settimanali e ad un 61% all'incirca mensili, mentre solo il 24% ha occasioni meno frequenti. A conferma che l'attrazione deriva principalmente dagli aspetti tecnologici insiti nei prodotti, si può anche osservare che le visite diminuiscono al crescere dell'età (da 1,7 volte/mese fino ai 25 anni, a 1,4 oltre i 55) e sono più frequenti per il sesso maschile (1,7 volte in un mese, contro 1,4 per le donne).

Naturalmente, non sempre la presenza di pubblico in negozio corrisponde a un acquisto e, a volte, nemmeno a un'intenzione di acquisto; per le grandi superfici specializzate può trattarsi, come è noto, di un semplice passatempo, di un luogo per incontrare amici, di un modo per tenersi aggiornati sulle novità o, anche, di un "sogno a occhi aperti", in attesa che si concretizzino le condizioni per portare avanti il proprio progetto d'acquisto. In ogni caso, è utile considerare in base a cosa il potenziale consumatore sceglie il punto vendita.

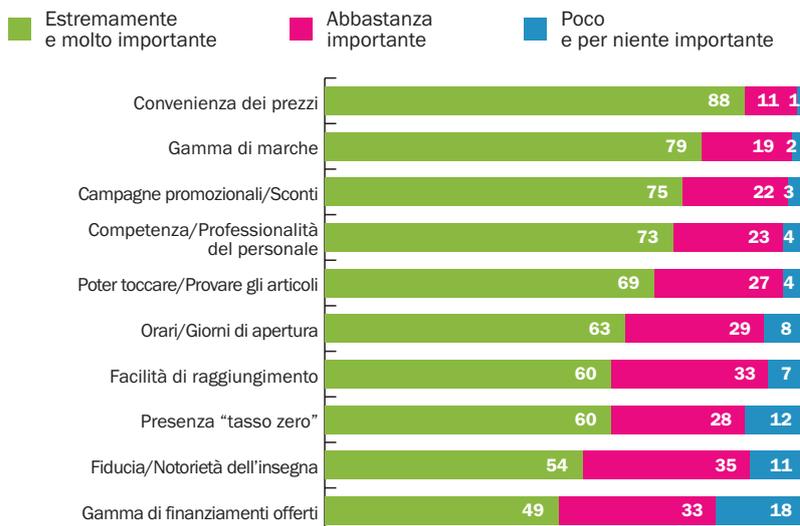
La graduatoria di importanza vede al primo posto la convenienza dei prezzi (molto importante per l'88% dei clienti) e subito dopo, la gamma delle marche trattate (79%). L'enfasi sugli aspetti economici è sottolineata anche dalla terza voce che appare in classifica ossia l'offerta con campagne promozionali e di sconto (75%). Si tratta quindi di aspetti molto richiesti che, tuttavia, possono costituire sempre meno un reale differenziale competitivo, poiché ormai tutti i principali operatori tendono a incentivare afflusso e acquisti con periodi e iniziative che fanno leva sulla convenienza.

Non vanno, quindi, dimenticate altre leve che, indipendentemente dalla crisi, costituiscono

## Frequentazione dei negozi di elettrodomestici (%)



## Importanza di alcuni fattori per chi è interessato al finanziamento sul p.v. di elettrodomestici (%)



no un rilevante motivo di preferenza per i consumatori. Esse sono: la competenza del personale (molto importante per il 73%), la possibilità di esaminare e provare i prodotti (69%) oltre a due “facilitatori” quali gli orari di apertura (63%) e la comodità di raggiungimento (60%). Il valore comunicato dall'insegna (serietà, fiducia, garanzia) viene valutato come molto importante dal 54% del pubblico e abbastanza importante dal 35% mentre il restante 11% non sembra tenerne conto.

## Tipologie di clienti del settore elettrodomestici

*Alla frequentazione del punto vendita in tempo di crisi corrispondono diverse motivazioni. La maggior parte dei visitatori si presenta in negozio per confrontare l'offerta.*

*Un quarto dei consumatori lo fa per curiosità prestando attenzione all'esposizione.*

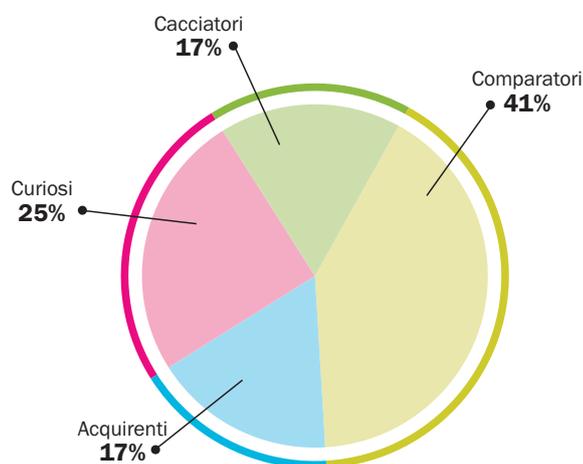
*Il 17% dei frequentatori si tiene informato mediante riviste e volantini e si reca sul punto vendita solo in presenza di campagne promozionali particolarmente vantaggiose. Un altro 17%, è rappresentato, invece, dai clienti più decisi che raramente escono dal negozio a mani vuote.*

Come si è premesso, l'ampio pubblico che visita i negozi elettro-audio-video è tutt'altro che omogeneo e diventa quindi importante, al suo interno, riconoscere diverse categorie di persone, ciascuna delle quali si muove per soddisfare un suo specifico obiettivo. L'Osservatorio ha individuato quattro distinti gruppi, ognuno ha una chiara connotazione intenzionale e un differente profilo socio-demografico.

➤ **I “comparatori”.** Sono il 41% del campione e corrispondono a coloro che si recano nei negozi principalmente per risolvere una necessità di confronto dell'offerta tra marche/modelli, prezzi, condizioni di finanziamento. In altre parole, essi vogliono poter rispondere a una domanda che, in periodo di crisi, si è imposta sempre più all'attenzione delle famiglie italiane: “Se devo acquistare qualcosa, dove mi conviene farlo?”. Dei quattro grup-



➤ **Tipologia di approccio ai p.v. di elettrodomestici**



più identificati questo è senza dubbio il più ampio, risulta composto leggermente più da uomini che da donne, è maggiormente presente nella fascia di età da 35 a 44 anni e, tendenzialmente, è più diffuso al Centro e al Sud. Essendo già entrati in una fase avanzata del loro processo d'acquisto, essi sono i veri e propri "frequent visitors" di punti vendita: la loro media sale infatti a 1,8 volte al mese, poiché devono attivamente confrontare marche, modelli, disponibilità e... convenienza.



► **I "cacciatori"**. Sono un altro 17% e identificano coloro che si recano nei punti vendita a caccia di promozioni e occasioni d'acquisto. Contrariamente a quanto si possa pensare, essi sono tutt'altro che inclini all'acquisto d'impulso: non è vedendo un prodotto a prezzi parti-

colarmente appetibili che si muovono all'acquisto. Piuttosto, essi cercano di sposare la necessità all'opportunità e quindi restano in paziente attesa, come predatori, fino a quando non azzeccano la campagna promozionale che sembra loro vantaggiosa. Ciò nonostante, la loro frequenza di visite è leggermente inferiore alla media dei consumatori (1,5 volte al mese, contro 1,6) dato che utilizzano assiduamente anche volantini e riviste, per tenersi informati riguardo le occasioni da inseguire sul punto vendita. È altrettanto probabile che la crisi e il moltiplicarsi delle offerte speciali da parte della distribuzione commerciale abbia ulteriormente acuito la già sviluppata sensibilità di questa categoria di persone. Dal punto di vista socio-demografico, questo gruppo risulta assolutamente trasversale: è equamente ripartito fra uomini e donne e in tutte le classi di età. Solamente, è più alta l'incidenza nelle regioni del Sud.

► **I "curiosi"**. Corrispondono ben a un quarto dei consumatori e si caratterizzano per una frequentazione dei punti vendita, indipendentemente dall'aver o meno un progetto d'acquisto per un bene. Per loro è motivante l'esposizione di tecnologia e novità, anche senza un'intenzione di comprare nell'immediato. Si tratta di un target più maschile e giovanile, insediato maggiormente al Nord. Sicuramente questo genere di soggetti è portatore di una certa ambivalenza: frequenta molto i

► **Gli "acquirenti"**. Corrispondono al 17% del campione e rappresentano coloro che si recano nei negozi spinti da una precisa motivazione d'acquisto, in altre parole, essi tendono a dare meno importanza a una fase comparativa "sul campo" e si muovono decisi verso il punto vendita quando ormai hanno elaborato la loro intenzione di acquisto; infatti, la loro frequenza di visite è di una volta al mese, contro l'1,6 registrato sull'insieme dei consumatori. Ciò non significa, naturalmente, che questi soggetti non effettuino dei confronti ma, più semplicemente, che li svolgono con altre modalità, per esempio il "passa parola" o informandosi su riviste, giornali e internet. Quando poi si dirigono sul punto vendita, solitamente, hanno le idee già abbastanza chiare ed è difficile che escano a mani vuote. Dal punto di vista socio-demografico sono un target tendenzialmente femminile, più presente fra i meno giovani e maggiormente diffuso al Nord.

**OFFERTA  
DEL MESE!**



Probabilmente, il moltiplicarsi delle offerte speciali durante la crisi ha reso i "cacciatori" ancor più sensibili alle campagne promozionali.

Questo, dunque, il quadro tipologico che esprime come, alla frequentazione del punto vendita in un periodo di recessione, corrispondano spesso motivazioni differenti, delle quali gli operatori della distribuzione potranno tener conto, per ottimizzare le proprie politiche commerciali.

# Il ruolo del credito al consumo nei punti vendita di elettrodomestici

La maggior parte dei consumatori sceglie di acquistare un elettrodomestico a rate solo dopo aver valutato la disponibilità sul conto corrente.

Al contrario, una fetta minore, ma comunque consistente, ricorre al credito più d'impulso in presenza di offerte a "tasso zero".

Per chi sceglie il pagamento rateale sul punto vendita di elettrodomestici è fondamentale conoscere chiaramente il tasso applicato e l'ammontare delle rate. Meno rilevante, ma sempre importante in un periodo di crisi, è sentirsi tutelati in caso di difficoltà nel restituire il credito.

Sia per la vastità degli articoli trattati sia per la loro variabilità di costo, il credito al consumo da sempre ha accompagnato lo sviluppo di questo settore.

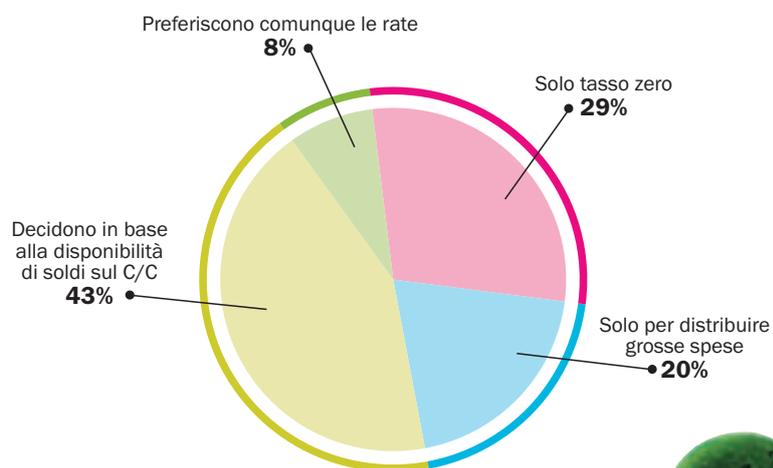
Esiste però la possibilità di riconoscere diverse modalità di servirsene e, al riguardo, è stato possibile rilevare quattro distinti profili, di seguito descritti.

► **Coloro che si avvicinano solo al "tasso zero".** È un gruppo consistente di soggetti (29%) che si è avvicinato al credito al consumo unicamente per la promessa insita nel "tasso zero": poter godere subito di un bene, sfruttando la comodità di un pagamento rateale, purché non sia gravato da interessi.

► **Coloro che decidono di farvi ricorso valutando la liquidità sul conto.** È il gruppo più numeroso (43%) e corrisponde a chi, razionalmente, calcola l'equilibrio fra uscite ed entrate previste, scegliendo di volta in volta se ammortizzare o meno una spesa in un certo arco temporale.

► **Coloro che vi fanno ricorso per distribuire i picchi di spesa.** Rappresentano un 20% dei consumatori non pregiudizialmente avversi ai finanziamenti, vivono il credito al consumo come strumento di pianificazione, utile per "spalmare" uscite rilevanti, in un arco di tempo che permetta un più facile riassorbimento dell'esborso.

## Modelli di approccio ai finanziamenti sul p.v. di elettrodomestici



► **Coloro che preferiscono comunque le rate.** Sono l'8% e si identificano come i veri e propri heavy users del credito, cui fanno un notevole e ripetuto ricorso sia per il loro vivace consumismo sia per il loro livello di entrate, tendenzialmente più modesto degli altri gruppi.

È altresì interessante esaminare come questi diversi gruppi di persone valutano il livello di spesa al di sopra del quale, recatisi in un negozio elettro-audio-video, prenderebbero in considerazione l'ipotesi di ricorrere a un acquisto finanziato, senza o con interessi. Va premesso che, sull'insieme degli italiani non pregiudizialmente avversi ai finanziamenti sul punto vendita, la soglia dalla quale si incomincia a pensare al credito al consumo è:

- di Euro 600, per le proposte a "tasso zero";
- di Euro 1.100, per le proposte con interessi.



Prendendo questi due importi come soglie di riferimento, si può osservare come reagiscono diversamente i quattro gruppi individuati.

Il gruppo dei "solo tasso zero", per esempio, esprime una soglia ovviamente più bassa per questo genere di finanziamenti (550

Euro), ma non giungerebbe a considerare le rate con

interessi, prima di aver raggiunto una soglia di 1.250 Euro (la più elevata fra i quattro gruppi).

Per contro, il più ristretto gruppo dei "preferisco comunque le rate", dimostra lo stesso livello per le proposte senza interessi ma userebbe il credito, anche con interessi, già a 780 Euro.

In posizione intermedia, i restanti due gruppi: coloro che usano le rate per distribuire i picchi di spesa fanno registrare soglie più basse della media calcolata sul totale (550 Euro senza e 940 Euro con); per coloro che, invece, valutano in base alla liquidità sul conto si osservano soglie superiori (680 Euro senza e 1.160 Euro con).

Lo stesso genere di confronto, condotto sui parametri socio-demografici, rivela un abbassamento di entrambe le soglie al crescere dell'età, ovvero una sorta di progressiva "presa di confidenza" con il rateale, man mano che si matura nella propria esperienza di vita e di acquisti. Dal punto di vista territoriale, invece, le soglie rivelano una maggior disponibilità al credito nelle regioni del Centro-Sud.

Indipendentemente dall'importo, fattore fin qui analizzato, che cosa è importante far conoscere al consumatore che si dimostra interessato a una proposta di acquisto finanziato in un punto vendita di elettrodomestici? L'Osservatorio ha indagato in che misura alcuni aspetti appaiono fondamentali, importanti o marginali.

In testa alla classifica di importanza troviamo la dichiarazione dei tassi applicati (TAN e TAEG) ma anche l'ammontare della rata. Questi due elementi giocano un ruolo spesso complementare poiché, se il tasso permette una più facile confrontabilità fra diverse possibili proposte, è comunque l'importo della rata quello che consente una concreta valutazione di sostenibilità da parte del cliente.

Per quanto riguarda i tassi, va anche detto che non tutti hanno una reale cognizione del significato di TAN e TAEG, seppure è generalmente noto che è il secondo quello da tenere maggiormente sott'occhio. Per 6 consumatori su 10 è però essenziale poter conoscere anche l'interesse in Euro e non solo in percentuale, perché solo così si riesce a stabilire una comparazione rispetto a un'ipotesi di acquisto cash.

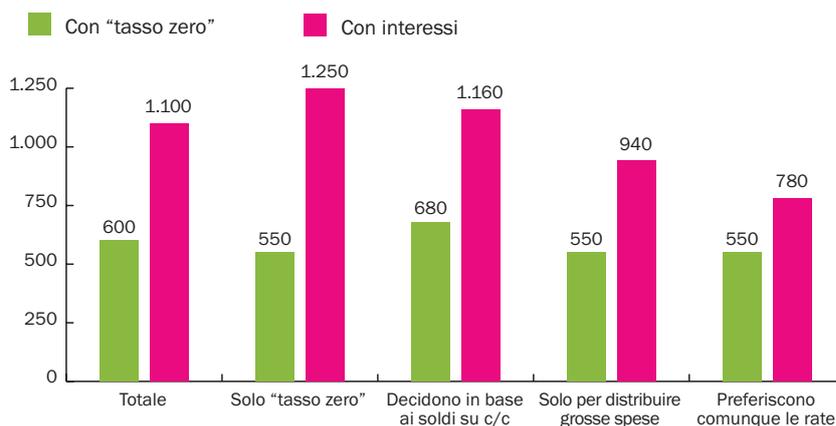
Impensabile anche non considerare il numero delle rate e quindi la durata del periodo di restituzione ma, non meno importante, risulta chiarire se esistano spese di istruttoria e altre possibili spese sommerse: insomma, tutti gli ingredienti per non avere sorprese dopo la firma.

I rimanenti aspetti meno cruciali, ma comunque utili e quanto mai opportuni in periodo di crisi, riguardano alcune tutele come capire cosa succede in caso di difficoltà o impossibilità a restituire il credito e quindi quali garanzie accessorie possano essere offerte, oltre alla disponibilità a concordare soluzioni diverse da quelle originariamente previste (p. es. rifinanziamenti). Un'ulteriore testimonianza di come il cliente desideri tenere aperto un dialogo con chi lo finanzia, per essere certo di non dover subire scosse impreviste, in un periodo di per sé già turbolento.

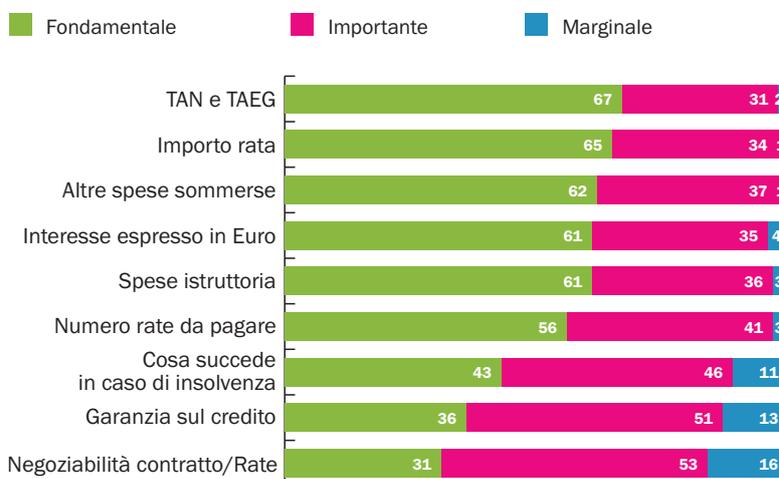
La soglia media per il ricorso a un finanziamento con interessi

1.100 €

### Importo medio minimo per il ricorso al credito nei p.v. di elettrodomestici (in Euro)



### Importanza di alcuni fattori per chi è interessato al finanziamento sul p.v. di elettrodomestici (%)





# Analisi dei mercati con focus regionali

L'andamento dei consumi dei beni durevoli  
nelle diverse regioni italiane.

# Lo scenario macroeconomico e l'andamento dei mercati dei beni durevoli nelle regioni italiane

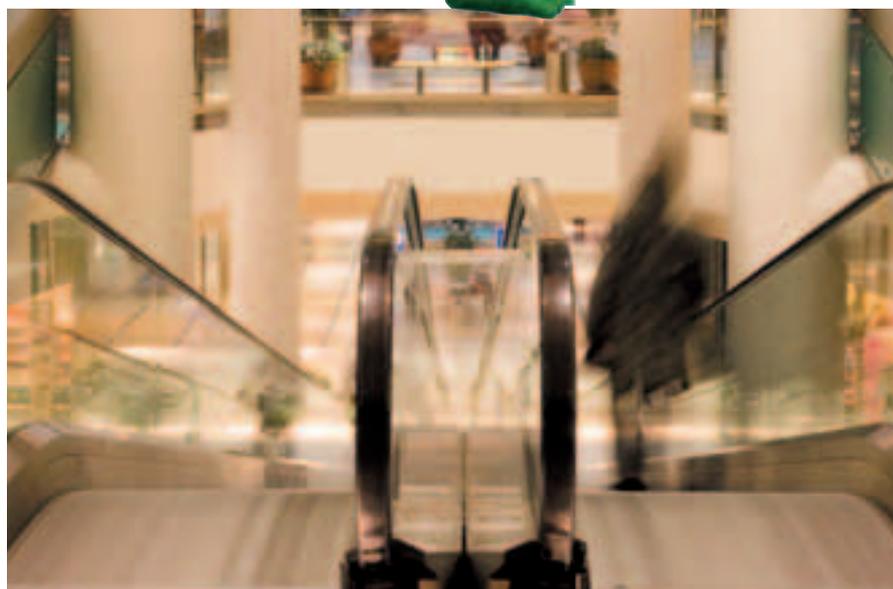


Con la crisi calano i consumi di tutti i comparti dei beni durevoli nelle diverse aree del paese.

La contrazione è più marcata nelle regioni del Nord anche se la peggiore performance in termini di spesa per durevoli spetta ad una regione del Sud, la Calabria.

Il contesto di crisi che ha caratterizzato il 2009 ha influenzato in maniera diffusa i consumi sul territorio italiano. Tuttavia i risultati stimati per il comparto dei durevoli nelle varie aree del paese si differenziano in funzione di peculiarità legate a fattori socio-economico-demografici, struttura demografica, andamento del mercato del lavoro, struttura distributiva e inflazione.

In questa sezione dell'Osservatorio si analizza, quindi, in un primo momento l'andamento dei consumi di beni durevoli sul territorio nazionale con dettaglio regionale. A seguire vengono presentati, per singola regione, i confronti provinciali, focalizzando l'attenzione sui livelli di



spesa per famiglia, depurando così l'analisi dalle differenze imputabili alla dimensione demografica di ciascuna provincia.

Si stima che nel 2009 il reddito disponibile delle famiglie italiane in termini nominali sia rimasto invariato rispetto al 2008. Se si considera la perdita di potere d'acquisto dovuta all'andamento dei prezzi e la dinamica demografica, ne deriva che il reddito reale pro capite per il secondo

anno consecutivo si è ridotto, con un tasso del -1,2% rispetto al 2008. Nonostante il sostegno derivante dall'aumento delle retribuzioni lorde pro capite, la dinamica del reddito ha risentito della flessione dell'occupazione conseguente all'indebolimento dell'attività produttiva.

Inoltre, nel 2009 si è ridotta la propensione al consumo delle famiglie italiane rispetto al 2008. Pertanto si stima che nel 2009 a

## La spesa delle famiglie italiane per l'acquisto di beni durevoli

	Spesa a valore 2007 (mln Euro)	Spesa a valore 2008 (mln Euro)	Var. % 2008/2007	Spesa a valore 2009 (mln Euro)	Var. % 2009/2008	Quota di spesa % 2008	Contributo alla crescita nel 2009 % <sup>1</sup>
Auto nuove intestate a persone fisiche	27.526	22.743	-17,4	21.807	-4,1	33,9	-1,4
Auto usate acquistate da privati	16.166	15.434	-4,5	13.157	-14,8	23,0	-3,4
Motoveicoli	2.846	2.657	-6,7	2.486	-6,4	4,0	-0,3
Elettrodomestici bianchi e piccoli	4.170	4.043	-3,0	3.842	-5,0	6,0	-0,3
Elettrodomestici bruni	4.039	3.737	-7,5	3.592	-3,9	5,6	-0,2
Mobili	16.860	16.960	0,6	15.721	-7,3	25,3	-1,8
Informatica famiglia	1.603	1.422	-11,3	1.399	-1,6	2,1	0,0
<b>Totale durevoli</b>	<b>73.210</b>	<b>66.997</b>	<b>-8,5</b>	<b>62.003</b>	<b>-7,5</b>	<b>100,0</b>	<b>-7,5</b>

<sup>1</sup> Il contributo di ciascun comparto tiene conto della variazione della spesa tra il 2008 e il 2009 e il peso del comparto rispetto all'aggregato totale di riferimento (la spesa totale per beni durevoli nel 2008).

fronte di un reddito medio pro capite di circa 18.100 Euro, poco meno di 15.500 siano stati destinati a consumi sul territorio nazionale. A livello aggregato, i consumi interni a prezzi correnti si sono ridotti dell'1,4% (-1,9% la flessione al netto della dinamica dei prezzi), con una contrazione particolarmente accentuata per i beni durevoli: la variazione della spesa corrente per i beni analizzati nell'Osservatorio regionale è stimata del -7,5%, dato che segue quello ancor più negativo che aveva caratterizzato il 2008 (-8,5%).

I contributi sono risultati negativi per tutti i comparti. Il contributo più intenso alla contrazione è derivato dal comparto dell'auto usata, con un'incidenza del 23% sulla spesa per durevoli (quota relativa al 2008) e una domanda in netta contrazione nel 2009, per la sostituzione di acquisti di usato con acquisti di auto nuove resi più convenienti quest'anno dalla presenza degli incentivi.

La stessa presenza degli incentivi, che per le famiglie si è tradotta in veri e propri sconti sul prezzo finale pagato, insieme alla ricomposizione dell'immatricolato verso le cilindrate più basse, ha fatto sì che anche la spesa per auto nuove risulti in diminuzione a consuntivo 2009.

A livello territoriale, come già accaduto nel 2008, la contrazione della spesa per durevoli è diffusa a tutte le regioni. Si rileva un'accentuazione negativa nelle regioni del Nord rispetto a quelle centro meridionali, poiché queste ultime hanno mostrato migliori dinamiche soprattutto nei mercati della mobilità, data la maggiore necessità di rinnovo di un parco veicoli più obsoleto.

Spetta tuttavia a una regione del Sud la peggiore performance del 2009 (in Calabria la spesa per durevoli si è ridotta del 9,2% a fronte del -7,5% medio nazionale), mentre il migliore risultato è stato raggiunto dal Trentino, sebbene si tratti comunque di una flessione della spesa rispetto al 2008 (-5,4%).

In Calabria la dinamica dell'aggregato dei durevoli è stata penalizzata soprattutto dalla variazione della spesa per auto nuove, peggiore rispetto a tutte le altre regioni (-8,6% a fronte di una media nazionale del -4,1%). Il Trentino invece, oltre a registrare il miglior risultato per gli elettrodomestici bianchi e piccoli (-3,4% rispetto al -5% medio), si colloca nelle prime posizioni della graduatoria anche per tutti gli altri comparti, riflettendo peraltro una migliore dinamica del reddito disponibile, che solo in questa regione è rimasto invariato in termini reali rispetto al 2008 (mentre si è ridotto in tutte le altre, con un calo medio naziona-

## La spesa delle famiglie italiane per l'acquisto di beni durevoli

Mercato	Territorio	Spesa a valore 2009 (mln Euro)	Var. % 2009/2008
<b>Auto nuove intestate a persone fisiche</b>	<b>Italia</b>	<b>21.807</b>	<b>-4,1</b>
var. % min	Calabria	485	-8,6
var. % max	Campania	1.215	2,0
<b>Auto usate acquistate da privati</b>	<b>Italia</b>	<b>13.157</b>	<b>-14,8</b>
var. % min	Abruzzo	217	-17,5
var. % max	Val d'Aosta	46	-10,8
<b>Motoveicoli</b>	<b>Italia</b>	<b>2.486</b>	<b>-6,4</b>
var. % min	Lazio	258	-12,1
var. % max	Liguria	157	6,6
<b>Elettrodomestici bianchi e piccoli</b>	<b>Italia</b>	<b>3.842</b>	<b>-5,0</b>
var. % min	Val d'Aosta	7	-13,3
var. % max	Trentino A.A.	91	-3,4
<b>Elettrodomestici bruni</b>	<b>Italia</b>	<b>3.592</b>	<b>-3,9</b>
var. % min	Molise	16	-11,9
var. % max	Lazio	353	-0,2
<b>Mobili</b>	<b>Italia</b>	<b>15.721</b>	<b>-7,3</b>
var. % min	Lombardia	2.994	-8,3
var. % max	Sardegna	404	-5,8
<b>Informatica famiglia</b>	<b>Italia</b>	<b>1.399</b>	<b>-1,6</b>
var. % min	Liguria	39	-4,5
var. % max	Marche	32	2,7
<b>Totale beni durevoli</b>	<b>Italia</b>	<b>62.003</b>	<b>-7,5</b>
var. % min	Calabria	1.444	-9,2
var. % max	Trentino A.A.	1.229	-5,4

La minore flessione della spesa per beni durevoli nel Trentino Alto Adige:

**-5,4%**

le dello 0,4%).

Per quanto riguarda il comparto dell'auto nuova, se il primato negativo spetta, come già detto, alla Calabria, anche quello positivo va attribuito a una regione del Sud. In Campania, infatti, la spesa è aumentata del 2%, rispecchiando il migliore andamento delle immatricolazioni intestate a persone fisiche (stimato del +15,3%) rispetto alle altre regioni italiane.

Nel mercato dell'usato non si riscontrano invece segni positivi per nessuna area, in quanto anche la Val d'Aosta, regione con la migliore dinamica, ha fatto registrare una contrazione del valore della spesa prossima all'11%.

Per quanto riguarda i motoveicoli, si distingue invece nettamente dalla media nazionale la Liguria, regione in cui il valore delle vendite è cresciuto del 6,6% a fronte di una contrazione media sul territorio nazionale del -6,4%. All'aumento della spesa nella regione hanno contribuito almeno due fattori: da un lato l'utilizzo del mezzo a due ruote più intenso rispetto ad altre zone del paese (per il 2008 si stima una dotazione di motoveicoli in Liguria di circa 2 pezzi ogni 3 famiglie residenti, contro una media nazionale di 1 motoveicolo ogni 3 famiglie), dall'altro la composizione del parco circolante. In Liguria, infatti, la quota di circolante di cilindrata compresa tra 51 e 250 cc, segmento in cui le immatricolazioni sono state maggiormente stimolate nel 2009 dagli incentivi alla sostituzione, è pari al 53%, a fronte di una quota media nazionale del 36%. Tali fattori hanno quindi determinato un aumento delle immatricolazioni di motoveicoli del 9,6% (variazione in numero di pezzi), contro una contrazione media

sul territorio nazionale del 5%.

Per gli elettrodomestici bianchi e piccoli e per i mobili, nonostante la variabilità riscontrata tra le regioni, non emergono risultati particolarmente disallineati rispetto al trend medio: in tutte le regioni le famiglie hanno destinato minori risorse a queste voci di spesa rispetto al 2008.

Il comparto dell'informatica ha mostrato nel 2009 una maggiore vivacità rispetto agli altri settori dei durevoli, con solo una moderata flessione del valore della spesa rispetto al 2008 (-1,6%). I consumi sono stati più dinamici nelle regioni centro-meridionali, per la maggior parte ancora caratterizzate da un livello di spesa per famiglia inferiore alla media nazionale. Si stima che le Marche abbiano fatto registrare la maggiore crescita per questa voce di spesa nel 2009 (+2,7%), mentre il primato negativo spetta alla Liguria (-4,5%).

Per quanto riguarda gli elettrodomestici bruni, il migliore risultato in termini di confronto con il 2008 è quello realizzato dal Lazio, unica regione in cui il valore della spesa è rimasto pressoché invariato rispetto all'anno precedente, grazie anche all'andamento degli acquisti di apparecchiature video, stimolati dallo switch off della tv analogica per il definitivo passaggio al digitale terrestre.

Il Lazio è l'unica regione in cui la spesa per gli elettrodomestici bruni è rimasta sui livelli del 2008: l'acquisto della nuova generazione di apparecchi tv con digitale terrestre ha sostenuto il comparto.





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

*L'Emilia Romagna si conferma la regione con il reddito medio pro capite più alto.*

*Il Trentino è, invece, la regione dove si è speso di più per l'acquisto di beni durevoli. Per quanto riguarda i singoli comparti, ai valdostani spetta il primato per la spesa per l'auto, ai liguri quello per i motoveicoli. Le famiglie trentine sono, invece, quelle che hanno speso di più per mobili ed elettrodomestici bianchi e piccoli.*

Anche per il 2009 l'Emilia Romagna si conferma come la regione caratterizzata dal maggior livello di reddito pro capite, con 22.050 Euro disponibili, superiori circa del 22% rispetto al reddito medio nazionale (18.061 Euro). Se per le regioni del Nord il reddito pro capite si colloca mediamente intorno ai 20.000 Euro, per il Centro la media è prossima ai 19.000. Rimane invece nettamente inferiore la disponibilità di reddito dei residenti al Sud e nelle isole: si passa dai 14.961 dell'Abruzzo, la regione meridionale con reddito più elevato, ai 12.661 Euro della Campania, ultima in classifica.

Nel 2009, tuttavia, l'Emilia Romagna è solo all'ottavo posto in termini di spesa per famiglia destinata all'acquisto di beni durevoli (2.705 Euro), calcolata ripartendo la spesa sostenuta dalle sole famiglie che hanno acquistato i beni sul

numero totale di famiglie residenti, mentre la classifica è guidata nel 2009 dal Trentino Alto Adige (2.870 Euro per famiglia). Come nel 2008, si conferma all'ultimo posto la Basilicata, dove la spesa per famiglia si attesta nel 2009 sui 1.757 Euro.

Per il mercato dell'auto (nuova e usata) il livello di spesa familiare risulta mediamente di 1.395 Euro, con livelli regionali che variano dai 944 Euro della Sicilia ai 2.035 della Val d'Aosta.

Per quanto riguarda i motoveicoli, confermando il primato già evidenziato in termini di variazione rispetto al 2008, il più elevato livello di spesa familiare spetta alla Liguria (199 Euro per nucleo). Agli ultimi posti della graduatoria si collocano

le regioni del Sud, con un livello minimo di spesa di 52 Euro per famiglia in Sardegna.

Per quanto riguarda i beni per la casa, il più alto livello di spesa caratterizza ancora una volta il Trentino (1.300 Euro per famiglia nel 2009), al primo posto per gli acquisti di elettrodomestici bianchi e piccoli e di mobili. In fondo alla graduatoria si colloca la Val d'Aosta, regione in cui ogni famiglia spende 690 Euro per beni per la casa. Se si considerano soltanto gli elettrodomestici (bianchi, piccoli e bruni) e l'informatica sono tuttavia le famiglie lucane a risultare in ultima posizione, con 225 Euro per famiglia contro una media nazionale di 353.



## Panorama economico

Regioni	Reddito disponibile pro capite (in Euro)				
	2007	2008	Var. % 08/07	2009	Var. % 09/08
Emilia Romagna	21.947	22.311	1,7	22.050	-1,2
Lombardia	21.366	21.742	1,8	21.638	-0,5
Val d'Aosta	21.188	21.741	2,6	21.590	-0,7
Piemonte	20.607	21.082	2,3	20.958	-0,6
Liguria	20.241	20.667	2,1	20.742	0,4
Trentino Alto Adige	20.447	20.750	1,5	20.642	-0,5
Friuli Venezia Giulia	20.075	20.548	2,4	20.502	-0,2
Toscana	19.871	20.360	2,5	20.205	-0,8
Veneto	19.690	20.180	2,5	19.992	-0,9
Lazio	18.816	18.882	0,4	18.792	-0,5
Marche	18.581	18.885	1,6	18.678	-1,1
Umbria	18.070	18.187	0,7	18.086	-0,6
Abruzzo	14.815	15.131	2,1	14.961	-1,1
Molise	14.376	14.755	2,6	14.685	-0,5
Sardegna	14.250	14.578	2,3	14.519	-0,4
Basilicata	13.857	14.091	1,7	14.052	-0,3
Puglia	13.056	13.505	3,4	13.448	-0,4
Calabria	12.873	13.129	2,0	13.126	0,0
Sicilia	12.674	13.099	3,4	13.110	0,1
Campania	12.416	12.719	2,4	12.661	-0,5
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>2,1</b>	<b>18.061</b>	<b>-0,5</b>

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 Euro)					Per famiglia (Euro)		
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	2008	2009	var. % 09/08
Lombardia	14.415	13.127	-8,9	12.127	-7,6	3.123	2.836	-9,2
Lazio	7.121	6.574	-7,7	6.181	-6,0	2.874	2.639	-8,2
Veneto	6.749	6.120	-9,3	5.615	-8,3	3.079	2.772	-10,0
Piemonte	6.920	6.134	-11,4	5.599	-8,7	3.092	2.792	-9,7
Emilia Romagna	6.312	5.757	-8,8	5.294	-8,0	3.001	2.705	-9,9
Toscana	5.312	4.900	-7,8	4.545	-7,2	3.089	2.825	-8,6
Campania	4.641	4.339	-6,5	4.052	-6,6	2.091	1.931	-7,7
Sicilia	4.365	4.014	-8,0	3.676	-8,4	2.037	1.851	-9,2
Puglia	3.298	3.095	-6,2	2.895	-6,4	2.044	1.886	-7,7
Liguria	1.950	1.788	-8,3	1.662	-7,0	2.282	2.105	-7,8
Marche	1.939	1.767	-8,9	1.655	-6,4	2.795	2.564	-8,3
Sardegna	1.696	1.549	-8,7	1.447	-6,6	2.302	2.105	-8,6
Calabria	1.714	1.590	-7,2	1.444	-9,2	2.081	1.869	-10,2
Friuli Venezia Giulia	1.711	1.557	-9,0	1.444	-7,3	2.821	2.577	-8,7
Trentino Alto Adige	1.438	1.298	-9,8	1.229	-5,4	3.086	2.870	-7,0
Abruzzo	1.390	1.321	-5,0	1.203	-8,9	2.484	2.226	-10,4
Umbria	1.230	1.146	-6,8	1.083	-5,6	3.110	2.865	-7,9
Basilicata	469	435	-7,2	402	-7,7	1.919	1.757	-8,4
Molise	334	305	-8,8	283	-7,2	2.391	2.192	-8,3
Val d'Aosta	206	181	-12,3	167	-7,6	3.066	2.810	-8,3
<b>Totale Italia</b>	<b>73.210</b>	<b>66.997</b>	<b>-8,5</b>	<b>62.003</b>	<b>-7,5</b>	<b>2.716</b>	<b>2.475</b>	<b>-8,9</b>

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		
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	2008	2009	var. % 09/08
Lombardia	464.120	409.205	-11,8	391.283	-4,4	5.504.933	5.515.957	0,2
Lazio	400.665	379.815	-5,2	321.560	-15,3	3.487.010	3.492.063	0,1
Piemonte	237.796	198.898	-16,4	193.757	-2,6	2.623.902	2.638.648	0,6
Toscana	203.374	170.421	-16,2	184.591	8,3	2.177.888	2.181.239	0,2
Emilia Romagna	204.552	174.855	-14,5	171.394	-2,0	2.400.380	2.414.008	0,6
Veneto	199.528	166.467	-16,6	162.283	-2,5	2.473.727	2.475.571	0,1
Campania	121.880	106.233	-12,8	112.859	6,2	1.985.240	1.986.329	0,1
Sicilia	134.336	111.205	-17,2	110.242	-0,9	2.213.522	2.210.021	-0,2
Puglia	92.685	77.206	-16,7	81.352	5,4	1.464.805	1.463.934	-0,1
Marche	60.265	51.168	-15,1	52.790	3,2	801.667	802.446	0,1
Liguria	59.404	49.468	-16,7	49.468	0,0	819.973	819.362	-0,1
Sardegna	58.018	45.249	-22,0	46.835	3,5	778.717	778.816	0,0
Calabria	52.568	43.980	-16,3	43.991	0,0	791.844	788.493	-0,4
Friuli Venezia Giulia	51.111	42.873	-16,1	43.744	2,0	724.162	729.920	0,8
Abruzzo	44.572	39.407	-11,6	39.384	-0,1	609.374	611.599	0,4
Umbria	36.687	32.198	-12,2	33.522	4,1	488.670	488.968	0,1
Trentino Alto Adige	37.246	30.595	-17,9	31.000	1,3	517.004	518.730	0,3
Val d'Aosta	33.900	27.599	-18,6	26.704	-3,2	152.380	153.476	0,7
Basilicata	13.344	11.346	-15,0	11.701	3,1	243.043	241.455	-0,7
Molise	8.739	6.858	-21,5	6.892	0,5	133.041	132.575	-0,4
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>-13,5</b>	<b>2.115.352</b>	<b>-2,7</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>	<b>0,2</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Regioni	Immatricolazioni (in numero di auto)				
	2007	2008	Var. % 08/07	2009	Var. % 09/08
Lazio	236.258	244.532	3,5	167.482	-31,5
Lombardia	112.514	125.338	11,4	85.206	-32,0
Toscana	52.983	44.612	-15,8	51.086	14,5
Piemonte	61.723	62.694	1,6	49.833	-20,5
Veneto	39.603	35.877	-9,4	24.295	-32,3
Emilia Romagna	36.988	35.190	-4,9	23.575	-33,0
Val d'Aosta	28.300	22.987	-18,8	21.766	-5,3
Campania	20.013	19.570	-2,2	12.978	-33,7
Sicilia	18.001	18.776	4,3	11.915	-36,5
Puglia	17.513	13.982	-20,2	8.997	-35,7
Friuli Venezia Giulia	8.635	9.158	6,1	7.436	-18,8
Liguria	9.504	9.028	-5,0	6.404	-29,1
Trentino Alto Adige	8.233	8.373	1,7	5.996	-28,4
Marche	8.229	8.502	3,3	5.750	-32,4
Sardegna	9.737	7.039	-27,7	4.614	-34,5
Abruzzo	6.569	6.069	-7,6	4.037	-33,5
Calabria	5.506	5.157	-6,3	3.892	-24,5
Umbria	5.693	5.725	0,6	3.858	-32,6
Basilicata	1.961	1.945	-0,8	1.258	-35,3
Molise	2.386	1.682	-29,5	949	-43,6
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>-0,6</b>	<b>501.327</b>	<b>-26,9</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (famiglie)

Regioni	Immatricolazioni (in numero di auto)				
	2007	2008	Var. % 08/07	2009	Var.% 09/08
Lombardia	351.606	283.867	-19,3	306.077	7,8
Lazio	164.407	135.283	-17,7	154.078	13,9
Emilia Romagna	167.564	139.665	-16,6	147.819	5,8
Piemonte	176.073	136.204	-22,6	143.924	5,7
Veneto	159.925	130.590	-18,3	137.988	5,7
Toscana	150.391	125.809	-16,3	133.505	6,1
Campania	101.867	86.663	-14,9	99.881	15,3
Sicilia	116.335	92.429	-20,5	98.327	6,4
Puglia	75.172	63.224	-15,9	72.355	14,4
Marche	52.036	42.666	-18,0	47.040	10,3
Liguria	49.900	40.440	-19,0	43.064	6,5
Sardegna	48.281	38.210	-20,9	42.221	10,5
Calabria	47.062	38.823	-17,5	40.099	3,3
Friuli Venezia Giulia	42.476	33.715	-20,6	36.308	7,7
Abruzzo	38.003	33.338	-12,3	35.347	6,0
Umbria	30.994	26.473	-14,6	29.664	12,1
Trentino Alto Adige	29.013	22.222	-23,4	25.004	12,5
Basilicata	11.383	9.401	-17,4	10.443	11,1
Molise	6.353	5.176	-18,5	5.943	14,8
Val d'Aosta	5.600	4.612	-17,6	4.938	7,1
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>-18,4</b>	<b>1.614.025</b>	<b>8,4</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Regioni	Consumi complessivi (mln Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	2008	2009	var. % 09/08
Lombardia	5.637	4.613	-18,2	4.402	-4,6	1.097	1.030	-6,2
Lazio	2.474	2.063	-16,6	2.079	0,8	902	887	-1,6
Piemonte	2.804	2.196	-21,7	2.053	-6,5	1.107	1.024	-7,5
Veneto	2.628	2.174	-17,2	2.034	-6,5	1.094	1.004	-8,2
Emilia Romagna	2.526	2.134	-15,5	1.999	-6,3	1.112	1.021	-8,2
Toscana	2.197	1.862	-15,2	1.748	-6,1	1.174	1.087	-7,5
Campania	1.382	1.192	-13,8	1.215	2,0	574	579	0,8
Sicilia	1.530	1.231	-19,5	1.160	-5,8	625	584	-6,6
Puglia	1.058	902	-14,8	913	1,2	596	595	-0,2
Marche	797	662	-16,9	646	-2,4	1.048	1.001	-4,4
Liguria	716	588	-17,9	554	-5,8	751	701	-6,6
Sardegna	663	531	-19,8	520	-2,2	789	756	-4,2
Friuli Venezia Giulia	657	528	-19,6	503	-4,7	957	899	-6,1
Calabria	634	530	-16,4	485	-8,6	694	628	-9,6
Abruzzo	523	465	-11,1	436	-6,2	875	807	-7,7
Umbria	465	402	-13,4	399	-0,9	1.091	1.055	-3,3
Trentino Alto Adige	491	381	-22,3	380	-0,4	906	887	-2,2
Basilicata	151	127	-16,3	124	-1,7	558	544	-2,5
Molise	98	81	-17,4	82	1,5	632	634	0,3
Val d'Aosta	95	80	-16,5	75	-5,3	1.349	1.268	-6,0
<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>-17,4</b>	<b>21.807</b>	<b>-4,1</b>	<b>922</b>	<b>870</b>	<b>-5,6</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Regioni	Immatricolazioni (in numero di auto)				
	2007	2008	Var. % 08/07	2009	Var. % 09/08
Lombardia	417.631	392.791	-5,9	366.238	-6,8
Campania	327.754	304.227	-7,2	276.389	-9,2
Lazio	303.085	289.541	-4,5	272.512	-5,9
Sicilia	254.090	236.046	-7,1	213.241	-9,7
Puglia	227.400	215.978	-5,0	197.100	-8,7
Piemonte	217.630	207.001	-4,9	191.800	-7,3
Veneto	201.462	187.947	-6,7	174.123	-7,4
Emilia Romagna	183.324	170.577	-7,0	157.888	-7,4
Toscana	162.831	153.920	-5,5	144.638	-6,0
Calabria	95.393	92.115	-3,4	84.598	-8,2
Sardegna	80.202	77.418	-3,5	71.542	-7,6
Marche	69.859	66.157	-5,3	61.430	-7,1
Liguria	66.782	63.734	-4,6	59.293	-7,0
Abruzzo	62.876	59.269	-5,7	53.522	-9,7
Friuli Venezia Giulia	55.153	51.901	-5,9	48.647	-6,3
Umbria	47.129	44.770	-5,0	42.147	-5,9
Trentino Alto Adige	40.477	38.690	-4,4	36.889	-4,7
Basilicata	29.577	28.005	-5,3	25.631	-8,5
Molise	16.574	15.700	-5,3	14.319	-8,8
Val d'Aosta	7.087	6.390	-9,8	6.201	-3,0
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>-5,7</b>	<b>2.498.148</b>	<b>-7,6</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Regioni	Consumi complessivi (mln Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	2008	2009	var. % 09/08
Lombardia	3.062	2.916	-4,8	2.504	-14,1	694	586	-15,6
Lazio	1.859	1.794	-3,5	1.551	-13,5	784	662	-15,6
Piemonte	1.536	1.482	-3,5	1.261	-15,0	747	629	-15,9
Veneto	1.411	1.329	-5,8	1.131	-14,9	668	558	-16,5
Emilia Romagna	1.298	1.218	-6,1	1.033	-15,2	635	528	-16,9
Campania	1.177	1.112	-5,6	929	-16,4	536	442	-17,4
Toscana	1.010	965	-4,5	833	-13,7	608	517	-14,9
Puglia	895	864	-3,4	724	-16,2	571	472	-17,3
Sicilia	909	856	-5,8	715	-16,5	435	360	-17,2
Marche	431	412	-4,5	351	-14,8	651	543	-16,6
Liguria	413	401	-2,9	345	-14,0	512	437	-14,7
Friuli Venezia Giulia	368	351	-4,6	304	-13,4	635	542	-14,7
Calabria	351	344	-2,0	291	-15,5	450	376	-16,4
Sardegna	337	329	-2,2	280	-15,1	489	407	-16,9
Trentino Alto Adige	305	294	-3,7	257	-12,4	699	601	-13,9
Umbria	278	265	-4,4	230	-13,5	720	608	-15,6
Abruzzo	276	263	-4,7	217	-17,5	494	401	-18,8
Basilicata	116	112	-3,3	94	-15,8	495	413	-16,5
Molise	79	76	-3,6	64	-16,3	596	493	-17,3
Val d'Aosta	56	51	-8,7	46	-10,8	867	767	-11,5
<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>-4,5</b>	<b>13.157</b>	<b>-14,8</b>	<b>626</b>	<b>525</b>	<b>-16,1</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Regioni	Vendite (in numero di motoveicoli)					Parco circolante		
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	2008	2009	var. % 09/08
Lombardia	89.767	81.636	-9,1	76.709	-6,0	1.420.935	1.387.485	-2,4
Lazio	67.862	56.769	-16,3	50.587	-10,9	900.786	886.172	-1,6
Sicilia	52.460	52.654	0,4	50.063	-4,9	802.983	821.470	2,3
Campania	53.692	52.872	-1,5	48.729	-7,8	755.540	762.964	1,0
Toscana	47.925	45.905	-4,2	45.744	-0,4	905.341	895.162	-1,1
Emilia Romagna	42.267	38.814	-8,2	36.578	-5,8	766.702	752.037	-1,9
Liguria	33.035	30.566	-7,5	33.499	9,6	462.438	464.014	0,3
Veneto	37.253	35.337	-5,1	33.281	-5,8	709.873	689.154	-2,9
Piemonte	33.490	30.000	-10,4	27.251	-9,2	554.036	550.105	-0,7
Puglia	23.816	23.869	0,2	23.425	-1,9	414.661	412.987	-0,4
Marche	14.585	14.291	-2,0	13.841	-3,1	292.451	293.056	0,2
Calabria	12.489	12.148	-2,7	11.006	-9,4	204.848	199.275	-2,7
Abruzzo	12.232	11.999	-1,9	10.958	-8,7	232.517	236.112	1,5
Friuli Venezia Giulia	10.938	10.641	-2,7	10.715	0,7	213.512	211.018	-1,2
Sardegna	9.661	8.959	-7,3	8.181	-8,7	199.429	197.791	-0,8
Trentino Alto Adige	7.427	6.901	-7,1	6.966	0,9	149.478	148.165	-0,9
Umbria	7.019	6.600	-6,0	6.221	-5,7	185.542	182.626	-1,6
Basilicata	3.134	3.109	-0,8	2.978	-4,2	56.779	56.943	0,3
Molise	2.396	2.377	-0,8	2.191	-7,8	41.446	42.267	2,0
Val d'Aosta	1.130	1.069	-5,4	1.040	-2,7	24.638	24.493	-0,6
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>-6,4</b>	<b>499.963</b>	<b>-5,0</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>	<b>-0,9</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Regioni	Consumi complessivi (mln Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	2008	2009	var. % 09/08
Lombardia	516	470	-8,9	428	-9,1	112	100	-10,6
Lazio	348	293	-15,6	258	-12,1	128	110	-14,2
Sicilia	247	246	-0,5	235	-4,3	125	118	-5,1
Campania	250	247	-1,4	232	-5,8	119	111	-6,9
Toscana	235	223	-5,0	219	-1,6	141	136	-3,0
Emilia Romagna	224	205	-8,2	187	-8,7	107	96	-10,5
Veneto	194	184	-5,0	170	-7,6	93	84	-9,3
Liguria	158	147	-6,8	157	6,6	188	199	5,7
Piemonte	183	165	-9,9	147	-10,9	83	73	-11,9
Puglia	104	105	1,2	104	-0,5	69	68	-1,9
Marche	77	75	-2,9	70	-6,1	118	109	-8,0
Abruzzo	62	61	-1,8	54	-11,4	115	100	-12,8
Friuli Venezia Giulia	51	49	-4,2	49	-0,4	89	87	-1,9
Calabria	52	51	-2,9	47	-7,8	67	61	-8,9
Sardegna	45	40	-10,5	36	-10,3	59	52	-12,2
Trentino Alto Adige	38	35	-6,6	35	0,0	83	82	-1,7
Umbria	35	32	-7,3	30	-7,0	87	79	-9,3
Basilicata	13	13	0,0	13	-3,0	57	55	-3,7
Molise	11	10	-2,8	9	-11,8	81	70	-12,8
Val d'Aosta	5	5	-4,1	5	-3,5	89	85	-4,3
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>-6,7</b>	<b>2.486</b>	<b>-6,4</b>	<b>108</b>	<b>99</b>	<b>-7,9</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli								
Regioni	Consumi complessivi (mln Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	2008	2009	var. % 09/08
Lombardia	842	825	-2,1	783	-5,1	196	183	-6,7
Veneto	383	370	-3,3	356	-4,0	186	176	-5,8
Lazio	369	365	-1,1	351	-3,8	160	150	-6,1
Emilia Romagna	369	356	-3,4	342	-4,0	186	175	-5,9
Piemonte	368	348	-5,6	327	-5,9	175	163	-6,9
Toscana	291	286	-1,8	271	-5,5	180	168	-6,8
Campania	276	264	-4,6	252	-4,6	127	120	-5,6
Sicilia	257	251	-2,4	237	-5,5	128	119	-6,3
Puglia	196	191	-2,3	182	-4,6	126	119	-5,9
Liguria	111	108	-3,0	100	-7,1	137	126	-7,9
Friuli Venezia Giulia	107	105	-2,1	99	-5,3	190	177	-6,7
Sardegna	101	98	-3,0	93	-5,5	145	135	-7,4
Calabria	103	98	-5,3	91	-6,5	128	118	-7,5
Trentino Alto Adige	98	94	-4,1	91	-3,4	223	212	-5,1
Marche	94	91	-3,4	86	-5,5	143	133	-7,4
Abruzzo	83	81	-2,7	76	-6,0	152	140	-7,5
Umbria	63	62	-2,3	59	-4,8	168	156	-7,1
Basilicata	26	24	-7,6	22	-8,1	107	98	-8,8
Molise	22	19	-10,8	17	-9,7	152	135	-10,8
Val d'Aosta	9	8	-14,3	7	-13,3	132	113	-14,0
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>-3,0</b>	<b>3.842</b>	<b>-5,0</b>	<b>164</b>	<b>153</b>	<b>-6,5</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Elettrodomestici bruni								
Regioni	Consumi complessivi (mln Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	2008	2009	var. % 09/08
Lombardia	799	743	-6,9	735	-1,1	177	172	-2,8
Lazio	383	354	-7,7	353	-0,2	155	151	-2,5
Veneto	375	345	-8,1	327	-5,0	173	162	-6,8
Piemonte	364	327	-10,1	321	-1,9	165	160	-2,9
Emilia Romagna	352	324	-8,0	307	-5,3	169	157	-7,2
Toscana	296	271	-8,3	265	-2,2	171	165	-3,6
Campania	265	248	-6,2	231	-6,8	120	110	-7,8
Sicilia	249	239	-4,3	220	-7,9	121	111	-8,7
Puglia	188	180	-4,0	168	-6,9	119	109	-8,2
Liguria	109	100	-7,8	98	-2,5	128	124	-3,3
Calabria	100	92	-7,2	84	-8,9	121	109	-9,9
Friuli Venezia Giulia	96	89	-7,2	82	-7,0	161	147	-8,4
Sardegna	94	89	-5,3	82	-7,7	132	119	-9,6
Marche	93	83	-10,8	82	-1,7	131	127	-3,7
Abruzzo	81	77	-5,0	70	-8,1	144	130	-9,6
Trentino Alto Adige	82	74	-9,6	70	-5,3	176	164	-6,9
Umbria	62	56	-9,3	56	-1,4	153	147	-3,8
Basilicata	25	23	-9,5	20	-10,7	100	89	-11,4
Molise	21	18	-13,2	16	-11,9	143	125	-12,9
Val d'Aosta	8	6	-21,3	5	-10,0	101	90	-10,8
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>-7,5</b>	<b>3.592</b>	<b>-3,9</b>	<b>152</b>	<b>143</b>	<b>-5,4</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili								
Regioni	Consumi complessivi (mln Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	2008	2009	var. % 09/08
Lombardia	3.229	3.266	1,1	2.994	-8,3	777	700	-9,9
Veneto	1.608	1.587	-1,3	1.469	-7,4	798	725	-9,1
Lazio	1.542	1.575	2,1	1.458	-7,4	689	623	-9,6
Piemonte	1.514	1.487	-1,8	1.367	-8,0	749	682	-9,0
Emilia Romagna	1.402	1.396	-0,5	1.305	-6,5	728	667	-8,4
Toscana	1.169	1.191	1,9	1.107	-7,0	751	688	-8,3
Campania	1.190	1.188	-0,1	1.103	-7,1	573	526	-8,2
Sicilia	1.077	1.103	2,4	1.022	-7,3	560	515	-8,1
Puglia	787	787	0,1	738	-6,2	520	481	-7,5
Calabria	435	440	1,2	411	-6,5	576	532	-7,6
Sardegna	422	429	1,8	404	-5,8	638	588	-7,8
Marche	410	413	0,7	388	-6,1	653	601	-8,0
Friuli Venezia Giulia	394	401	1,7	373	-7,1	727	666	-8,5
Liguria	398	403	1,2	370	-8,1	514	468	-8,9
Trentino Alto Adige	392	392	-0,2	368	-6,1	932	859	-7,7
Abruzzo	335	346	3,4	321	-7,1	651	595	-8,6
Umbria	303	307	1,4	288	-6,1	833	763	-8,4
Basilicata	128	128	0,1	119	-7,0	564	520	-7,7
Molise	96	93	-3,1	88	-6,0	732	680	-7,1
Val d'Aosta	29	28	-3,6	26	-7,4	482	442	-8,2
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>0,6</b>	<b>15.721</b>	<b>-7,3</b>	<b>688</b>	<b>627</b>	<b>-8,7</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglie								
Regioni	Consumi complessivi (mln Euro)					Spesa per famiglia (Euro)		
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	2008	2009	var. % 09/08
Lombardia	330	294	-10,9	283	-3,7	70	66	-5,3
Lazio	148	130	-11,6	132	0,9	57	56	-1,5
Veneto	150	131	-12,8	128	-2,1	66	63	-3,9
Piemonte	150	129	-13,9	124	-4,1	65	62	-5,1
Emilia Romagna	141	124	-12,2	121	-2,6	65	62	-4,6
Toscana	114	102	-10,9	102	0,4	64	64	-1,0
Campania	101	90	-11,5	90	0,1	43	43	-1,0
Sicilia	95	87	-8,1	87	-0,4	44	44	-1,2
Puglia	72	65	-8,7	66	0,4	43	43	-0,9
Liguria	45	41	-9,9	39	-4,5	52	50	-5,3
Calabria	38	34	-10,1	34	-0,1	45	44	-1,2
Friuli Venezia Giulia	38	34	-10,1	33	-3,1	62	59	-4,6
Sardegna	36	33	-8,7	33	0,0	49	48	-2,1
Marche	36	31	-12,8	32	2,7	50	50	0,6
Abruzzo	31	28	-7,8	28	-0,6	53	52	-2,2
Trentino Alto Adige	33	28	-13,8	28	-1,5	67	65	-3,2
Umbria	24	21	-12,3	22	2,0	58	57	-0,5
Basilicata	10	9	-10,5	9	1,5	38	38	0,7
Molise	8	7	-12,8	7	-0,4	55	54	-1,5
Val d'Aosta	3	3	-15,7	3	-3,7	46	44	-4,4
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>-11,3</b>	<b>1.399</b>	<b>-1,6</b>	<b>58</b>	<b>56</b>	<b>-3,1</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Regioni	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri ogni 100 abitanti
Piemonte	41	284.561	48	161.225	89	445.786	10,4
Val d'Aosta	2	14.220	-	-	2	14.220	11,7
Lombardia	93	737.666	103	330.974	196	1.068.640	11,6
Trentino Alto Adige	-	-	9	26.385	9	26.385	2,7
Veneto	27	195.856	52	166.690	79	362.546	7,8
Friuli Venezia Giulia	7	48.200	16	50.848	23	99.048	8,3
Liguria	5	35.050	10	30.469	15	65.519	4,2
Emilia Romagna	23	188.970	34	99.658	57	288.628	7,1
Toscana	16	123.755	39	117.546	55	241.301	6,8
Umbria	3	23.000	7	23.566	10	46.566	5,5
Marche	8	64.050	16	53.700	24	117.750	7,8
Lazio	21	148.023	40	124.955	61	272.978	5,2
Abruzzo	13	95.652	10	29.400	23	125.052	9,7
Molise	5	29.700	1	2.500	6	32.200	10,0
Campania	14	123.234	21	62.445	35	185.679	3,2
Puglia	16	133.226	12	34.001	28	167.227	4,1
Basilicata	3	16.740	1	3.500	4	20.240	3,4
Calabria	5	41.800	22	62.267	27	104.067	5,2
Sicilia	12	102.462	25	81.415	37	183.877	3,7
Sardegna	6	44.200	17	54.400	23	98.600	6,0
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.



# Abruzzo



Il PIL regionale nel 2009 è stato interessato da un'evoluzione più negativa rispetto all'area meridionale, data la flessione più intensa sia di domanda estera che interna. La riduzione di reddito disponibile delle famiglie, al netto dell'inflazione, è apparsa più elevata rispetto alla media italiana ma anche a quella del Mezzogiorno, penalizzata nel 2009 da una caduta occupazionale tra le più intense. Anche in termini nominali ed espresso in dati pro capite, il reddito disponibile ha evidenziato una riduzione tra le più ampie (-1,1% rispetto a -0,5% della media nazionale). Il reddito pro capite abruzzese si posiziona sul livello più elevato dell'area meridionale (14.961 Euro rispetto ai 13.336 del Mezzogiorno) sebbene un gap di circa 3.000 Euro per abitante lo distanzi ancora dalla media italiana. La distribuzione del reddito pro

capite non mostra grosse disparità a livello provinciale, risultando esso più elevato a L'Aquila (15.291 Euro). L'andamento particolarmente riflessivo del reddito pro capite nel corso del 2009 si è tradotto in una riduzione della spesa per articoli durevoli in Abruzzo che è risultata più marcata (-8,9%) sia di quella media nazionale sia di quella del Mezzogiorno (entrambe pari a -7,5%). In media le famiglie abruzzesi hanno speso, nel corso del 2009, 249 Euro in meno per l'acquisto di beni durevoli rispetto alla media delle famiglie italiane. Rispetto al Sud, in questa regione, tutte le voci di spesa all'interno dell'aggregato dei durevoli hanno presentato una riduzione più accentuata ma, tra le province, non esistono differenze significative nelle variazioni, tutte negative e prossime al dato medio. Il capoluogo, caratterizzato in questa regione da un livello di spesa per famiglia per beni durevoli inferiore a quello delle altre province, ha registrato nel 2009 il risultato migliore nel comparto della mobilità (acquisti di auto e moto), limitando così la flessione della spesa per famiglia in valore rispettivamente al -6,6% per le auto nuove e al -7,4% per le moto.

## Dati regionali >>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (in Euro)		
	2007	2008	2009
L'Aquila	15.164	15.507	15.291
Chieti	14.746	15.119	14.984
Pescara	14.829	15.106	14.962
Teramo	14.537	14.796	14.600
<b>Abruzzo</b>	<b>14.815</b>	<b>15.131</b>	<b>14.961</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Chieti	2,5%	-0,9%
Pescara	1,9%	-1,0%
Teramo	1,8%	-1,3%
L'Aquila	2,3%	-1,4%
<b>Abruzzo</b>	<b>2,1%</b>	<b>-1,1%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>



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 (mln Euro)

Abruzzo								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	523	465	-11,1%	436	-6,2%	35,2	36,3	-2,2
Auto usate	276	263	-4,7%	217	-17,5%	19,9	18,0	-3,5
Motoveicoli	62	61	-1,8%	54	-11,4%	4,6	4,5	-0,5
Elettr. bianchi + piccoli	83	81	-2,7%	76	-6,0%	6,1	4,5	-0,4
Elettrod. bruni	81	77	-5,0%	70	-8,1%	5,8	4,5	-0,5
Mobili	335	346	3,4%	321	-7,1%	26,2	4,5	-1,9
Informativa famiglie	31	28	-7,8%	28	-0,6%	2,1	4,5	0,0
<b>Durevoli</b>	<b>1.390</b>	<b>1.321</b>	<b>-5,0%</b>	<b>1.203</b>	<b>-8,9%</b>	<b>100,0</b>	<b>4,5</b>	<b>-8,9</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Chieti	12.405	10.957	11.102	Chieti	192.085	191.133
Pescara	11.675	10.194	10.139	Pescara	141.526	143.082
Teramo	10.522	9.785	9.706	Teramo	138.706	139.531
L'Aquila	9.970	8.471	8.437	L'Aquila	137.057	137.853
<b>Abruzzo</b>	<b>44.572</b>	<b>39.407</b>	<b>39.384</b>	<b>Abruzzo</b>	<b>609.374</b>	<b>611.599</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)		Province	Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
	2008	2009		2008	2009
Chieti	-11,7%	1,3%	Pescara	1,1%	
L'Aquila	-15,0%	-0,4%	Teramo	0,6%	
Pescara	-12,7%	-0,5%	L'Aquila	0,6%	
Teramo	-7,0%	-0,8%	Chieti	-0,5%	
<b>Abruzzo</b>	<b>-11,6%</b>	<b>-0,1%</b>	<b>Abruzzo</b>	<b>0,4%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Pescara	2.033	1.718	1.212
Chieti	1.594	1.609	1.057
Teramo	1.516	1.537	1.053
L'Aquila	1.426	1.205	715
<b>Abruzzo</b>	<b>6.569</b>	<b>6.069</b>	<b>4.037</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Pescara	-15,5%	-29,5%
Teramo	1,4%	-31,5%
Chieti	0,9%	-34,3%
L'Aquila	-15,5%	-40,7%
<b>Abruzzo</b>	<b>-7,6%</b>	<b>-33,5%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Chieti	10.811	9.348	10.045	Chieti	146	128	122	Teramo	952	869
Pescara	9.642	8.476	8.927	Pescara	134	119	111	Pescara	946	861
Teramo	9.006	8.248	8.653	Teramo	125	116	107	Chieti	814	760
L'Aquila	8.544	7.266	7.722	L'Aquila	118	102	96	L'Aquila	806	753
<b>Abruzzo</b>	<b>38.003</b>	<b>33.338</b>	<b>35.347</b>	<b>Abruzzo</b>	<b>523</b>	<b>465</b>	<b>436</b>	<b>Abruzzo</b>	<b>875</b>	<b>807</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove		Province	Var. consumi complessivi auto nuove		Province	Variazione spesa per famiglia auto nuove
	2008	2009		2008	2009		2009
Chieti	-13,5%	7,5%	Chieti	-12,4%	-4,9%	Chieti	-6,6%
L'Aquila	-15,0%	6,3%	L'Aquila	-13,8%	-6,0%	L'Aquila	-6,6%
Pescara	-12,1%	5,3%	Pescara	-10,9%	-6,8%	Teramo	-8,8%
Teramo	-8,4%	4,9%	Teramo	-7,2%	-7,2%	Pescara	-9,0%
<b>Abruzzo</b>	<b>-12,3%</b>	<b>6,0%</b>	<b>Abruzzo</b>	<b>-11,1%</b>	<b>-6,2%</b>	<b>Abruzzo</b>	<b>-7,7%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Province			Immatricolazioni (in numero di auto)			Province			Consumi complessivi (mln Euro)			Province			Spesa per famiglia (Euro)	
			2007	2008	2009				2007	2008	2009				2008	2009
Chieti			18.346	17.507	15.779	Chieti			79	76	63	L'Aquila			499	411
Pescara			14.923	14.165	12.827	Pescara			66	63	53	Pescara			502	407
L'Aquila			15.082	13.825	12.609	L'Aquila			68	63	52	Teramo			495	396
Teramo			14.525	13.772	12.307	Teramo			63	60	49	Chieti			483	392
Abruzzo			<b>62.876</b>	<b>59.269</b>	<b>53.522</b>	Abruzzo			<b>276</b>	<b>263</b>	<b>217</b>	Abruzzo			<b>494</b>	<b>401</b>
<b>Totale Italia</b>			<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>			<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>			<b>626</b>	<b>525</b>

Province			Variazione numero auto usate		Province			Var. consumi com- plessivi auto usate		Province			Variazione spesa per famiglia auto usate
			2008	2009				2008	2009				2009
L'Aquila			-8,3%	-8,8%	L'Aquila			-7,1%	-16,9%	L'Aquila			-17,5%
Pescara			-5,1%	-9,4%	Pescara			-4,4%	-17,1%	Chieti			-18,9%
Chieti			-4,6%	-9,9%	Chieti			-3,2%	-17,4%	Pescara			-19,0%
Teramo			-5,2%	-10,6%	Teramo			-4,4%	-18,5%	Teramo			-19,9%
Abruzzo			<b>-5,7%</b>	<b>-9,7%</b>	Abruzzo			<b>-4,7%</b>	<b>-17,5%</b>	Abruzzo			<b>-18,8%</b>
<b>Totale Italia</b>			<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>			<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>			<b>-16,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Province			Vendite (in numero di motoveicoli)			Province			Parco circolante	
			2007	2008	2009				2008	2009
Pescara			3.788	3.746	3.365	Pescara			88.055	90.013
Chieti			3.622	3.581	3.249	Chieti			56.706	57.116
Teramo			2.804	2.905	2.672	Teramo			55.418	56.631
L'Aquila			2.018	1.767	1.672	L'Aquila			32.338	32.352
Abruzzo			<b>12.232</b>	<b>11.999</b>	<b>10.958</b>	Abruzzo			<b>232.517</b>	<b>236.112</b>
<b>Totale Italia</b>			<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>			<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Province			Variazione vendite (in numero motoveicoli)		Province			Variazione parco circolante motoveicoli
			2008	2009				2009
L'Aquila			-12,4%	-5,4%	Pescara			2,2%
Teramo			3,6%	-8,0%	Teramo			2,2%
Chieti			-1,1%	-9,3%	Chieti			0,7%
Pescara			-1,1%	-10,2%	L'Aquila			0,0%
Abruzzo			<b>-1,9%</b>	<b>-8,7%</b>	Abruzzo			<b>1,5%</b>
<b>Totale Italia</b>			<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>			<b>-0,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Pescara	20	20	17	Pescara	160	135
Chieti	18	18	16	Teramo	120	106
Teramo	14	15	13	Chieti	115	100
L'Aquila	10	8	8	L'Aquila	66	61
Abruzzo	<b>62</b>	<b>61</b>	<b>54</b>	Abruzzo	<b>115</b>	<b>100</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province	Variazione consumi complessivi motoveicoli		Province	Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009		2008	2009
L'Aquila	-13,9%	-6,7%	L'Aquila	-7,4%	
Teramo	1,7%	-9,8%	Teramo	-11,4%	
Chieti	-0,7%	-11,8%	Chieti	-13,3%	
Pescara	0,4%	-14,1%	Pescara	-16,1%	
Abruzzo	<b>-1,8%</b>	<b>-11,4%</b>	Abruzzo	<b>-12,8%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Chieti	23	23	22	Pescara	162	149
Pescara	21	20	19	L'Aquila	153	143
L'Aquila	20	19	18	Teramo	148	136
Teramo	19	18	17	Chieti	146	135
Abruzzo	<b>83</b>	<b>81</b>	<b>76</b>	Abruzzo	<b>152</b>	<b>140</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bianchi e piccoli		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bianchi e piccoli	
	2008	2009		2008	2009
Chieti	-1,3%	-5,3%	L'Aquila	-6,9%	
Pescara	-3,6%	-5,8%	Chieti	-7,0%	
L'Aquila	-2,5%	-6,2%	Pescara	-8,0%	
Teramo	-3,7%	-6,7%	Teramo	-8,3%	
Abruzzo	<b>-2,7%</b>	<b>-6,0%</b>	Abruzzo	<b>-7,5%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Chieti	22	22	20	Pescara	154	139
Pescara	21	19	18	L'Aquila	146	133
L'Aquila	19	18	17	Teramo	140	126
Teramo	18	17	16	Chieti	137	125
<b>Abruzzo</b>	<b>81</b>	<b>77</b>	<b>70</b>	<b>Abruzzo</b>	<b>144</b>	<b>130</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2009	
Chieti	-3,6%	-7,3%	Chieti	-9,0%	
Pescara	-5,9%	-8,1%	L'Aquila	-9,0%	
L'Aquila	-4,8%	-8,4%	Pescara	-10,2%	
Teramo	-6,0%	-8,8%	Teramo	-10,4%	
<b>Abruzzo</b>	<b>-5,0%</b>	<b>-8,1%</b>	<b>Abruzzo</b>	<b>-9,6%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Mobili

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Chieti	100	105	98	Chieti	666	610
L'Aquila	77	81	75	Teramo	664	604
Teramo	78	81	75	L'Aquila	639	588
Pescara	79	80	74	Pescara	631	573
<b>Abruzzo</b>	<b>335</b>	<b>346</b>	<b>321</b>	<b>Abruzzo</b>	<b>651</b>	<b>595</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2009	
Chieti	5,0%	-6,9%	L'Aquila	-7,9%	
Pescara	0,8%	-7,0%	Chieti	-8,5%	
L'Aquila	4,3%	-7,2%	Teramo	-9,0%	
Teramo	3,3%	-7,4%	Pescara	-9,2%	
<b>Abruzzo</b>	<b>3,4%</b>	<b>-7,1%</b>	<b>Abruzzo</b>	<b>-8,6%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Informatica famiglia

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Chieti	9	8	8	Pescara	57	55
Pescara	8	7	7	L'Aquila	54	53
L'Aquila	7	7	7	Teramo	52	51
Teramo	7	6	6	Chieti	51	50
<b>Abruzzo</b>	<b>31</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>Abruzzo</b>	<b>53</b>	<b>52</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2008	2009
Chieti	-6,9%	0,2%	Chieti	-1,6%	
Teramo	-8,4%	-0,6%	L'Aquila	-1,6%	
L'Aquila	-7,4%	-0,9%	Teramo	-2,4%	
Pescara	-8,6%	-1,1%	Pescara	-3,4%	
<b>Abruzzo</b>	<b>-7,8%</b>	<b>-0,6%</b>	<b>Abruzzo</b>	<b>-2,2%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri 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
<b>Abruzzo</b>	<b>13</b>	<b>95.652</b>	<b>10</b>	<b>29.400</b>	<b>23</b>	<b>125.052</b>	<b>9,7</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Basilicata

La fase recessiva che ha investito nel 2009 l'intero territorio nazionale ha penalizzato in misura particolare la Basilicata, con una flessione del PIL in termini reali apparsa la più elevata in Italia. I dati sul reddito mostrano una riduzione del potere di acquisto delle famiglie lucane allineata a quella delle vicine regioni meridionali, risentendo anche del forte calo occupazionale rilevato nel 2009.

Nel territorio lucano il reddito per abitante - pari a 14.052 Euro e in lieve ridimensionamento sul 2008 (-0,3%) - risulta superiore alla media dell'area meridionale (13.336 Euro), sebbene un gap consistente la divida ancora dalla media italiana, che si attesta a 18.061 Euro.

In Basilicata si sono spesi, nel 2009, 1.757 Euro per famiglia per acquistare beni durevoli, 718 Euro in meno rispetto alla

media nazionale e 174 in meno rispetto a quella del Mezzogiorno. In termini di variazioni di spesa la situazione è apparsa in linea con la media italiana, con una variazione negativa del -7,7% nel 2009. La regione evidenzia tuttavia un primato in termini di spesa per famiglia nel comparto dell'informatica, con una crescita dello 0,7% (bisogna tuttavia considerare che il livello per questa voce di spesa in Basilicata è del 30% inferiore a quello medio nazionale). Per quanto riguarda l'acquisto di auto nuove, nel 2009, grazie ai benefici fiscali, si è osservata un'inversione di tendenza rispetto all'anno precedente, con 1.042 famiglie in più che hanno acquistato l'auto nel corso dell'anno, per un totale di 10.433 auto acquistate. Peggiora della media italiana è stata, invece, l'evoluzione della spesa per famiglia per elettrodomestici (sia bianchi e piccoli che bruni) ridottasi di quasi 4 punti percentuali in più rispetto alla media italiana.

Tra le due province della regione, il capoluogo, caratterizzato da livelli medi di spesa per durevoli inferiori a Matera, ha accusato la maggiore riduzione dei consumi.

## Dati regionali >>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (In Euro)		
	2007	2008	2009
Potenza	14.086	14.306	14.272
Matera	13.420	13.681	13.636
<b>Basilicata</b>	<b>13.857</b>	<b>14.091</b>	<b>14.052</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Potenza	1,6%	-0,2%
Matera	1,9%	-0,3%
<b>Basilicata</b>	<b>1,7%</b>	<b>-0,3%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>

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 (mln Euro)

Basilicata								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	151	127	-16,3%	124	-1,7%	29,1	30,9	-0,5
Auto usate	116	112	-3,3%	94	-15,8%	25,8	23,5	-4,1
Motoveicoli	13	13	0,0%	13	-3,0%	3,0	3,1	-0,1
Elettr. bianchi + piccoli	26	24	-7,6%	22	-8,1%	5,6	5,6	-0,5
Elettrod. bruni	25	23	-9,5%	20	-10,7%	5,2	5,0	-0,6
Mobili	128	128	0,1%	119	-7,0%	29,4	29,6	-2,0
Informatica famiglie	10	9	-10,5%	9	1,5%	2,0	2,2	0,0
<b>Durevoli</b>	<b>469</b>	<b>435</b>	<b>-7,2%</b>	<b>402</b>	<b>-7,7%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-7,7</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Potenza	8.813	7.452	7.548	Potenza	160.470	159.204
Matera	4.531	3.894	4.153	Matera	82.573	82.251
<b>Basilicata</b>	<b>13.344</b>	<b>11.346</b>	<b>11.701</b>	<b>Basilicata</b>	<b>243.043</b>	<b>241.455</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)		Province	Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
	2008	2009		2008	2009
Matera	-14,1%	6,7%	Matera	-0,4%	
Potenza	-15,4%	1,3%	Potenza	-0,8%	
<b>Basilicata</b>	<b>-15,0%</b>	<b>3,1%</b>	<b>Basilicata</b>	<b>-0,7%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Potenza	1.177	1.197	751
Matera	784	748	507
<b>Basilicata</b>	<b>1.961</b>	<b>1.945</b>	<b>1.258</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Matera	-4,6%	-32,2%
Potenza	1,7%	-37,3%
<b>Basilicata</b>	<b>-0,8%</b>	<b>-35,3%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Potenza	7.636	6.255	6.797	Potenza	102	84	81	Matera	560	570
Matera	3.747	3.146	3.646	Matera	49	42	43	Potenza	556	530
<b>Basilicata</b>	<b>11.383</b>	<b>9.401</b>	<b>10.443</b>	<b>Basilicata</b>	<b>151</b>	<b>127</b>	<b>124</b>	<b>Basilicata</b>	<b>558</b>	<b>544</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove		Province	Var. consumi complessivi auto nuove		Province	Variazione spesa per famiglia auto nuove
	2008	2009		2008	2009		2009
Matera	-16,0%	15,9%	Matera	-14,9%	2,6%	Matera	1,8%
Potenza	-18,1%	8,7%	Potenza	-17,0%	-3,8%	Potenza	-4,7%
<b>Basilicata</b>	<b>-17,4%</b>	<b>11,1%</b>	<b>Basilicata</b>	<b>-16,3%</b>	<b>-1,7%</b>	<b>Basilicata</b>	<b>-2,5%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Potenza	18.877	17.758	16.122	Potenza	76	73	61	Matera	528	447
Matera	10.700	10.247	9.509	Matera	40	40	34	Potenza	478	396
<b>Basilicata</b>	<b>29.577</b>	<b>28.005</b>	<b>25.631</b>	<b>Basilicata</b>	<b>116</b>	<b>112</b>	<b>94</b>	<b>Basilicata</b>	<b>495</b>	<b>413</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Province	Variazione numero auto usate		Province	Var. consumi complessivi auto usate		Province	Variazione spesa per famiglia auto usate
	2008	2009		2008	2009		2009
Matera	-4,2%	-7,2%	Matera	-2,1%	-14,7%	Matera	-15,3%
Potenza	-5,9%	-9,2%	Potenza	-4,0%	-16,4%	Potenza	-17,2%
<b>Basilicata</b>	<b>-5,3%</b>	<b>-8,5%</b>	<b>Basilicata</b>	<b>-3,3%</b>	<b>-15,8%</b>	<b>Basilicata</b>	<b>-16,5%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Province	Vendite (in numero di motoveicoli)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Potenza	1.859	1.771	1.703	Potenza	31.431	31.678
Matera	1.275	1.338	1.275	Matera	25.348	25.265
<b>Basilicata</b>	<b>3.134</b>	<b>3.109</b>	<b>2.978</b>	<b>Basilicata</b>	<b>56.779</b>	<b>56.943</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Province	Variazione vendite (in numero motoveicoli)		Province	Variazione parco circolante motoveicoli
	2008	2009		2009
Potenza	-4,7%	-3,8%	Potenza	0,8%
Matera	4,9%	-4,7%	Matera	-0,3%
<b>Basilicata</b>	<b>-0,8%</b>	<b>-4,2%</b>	<b>Basilicata</b>	<b>0,3%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Potenza	8	7	7	Matera	76	71
Matera	5	6	5	Potenza	48	47
<b>Basilicata</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>Basilicata</b>	<b>57</b>	<b>55</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province	Variazione consumi complessivi motoveicoli		Province	Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009		2008	2009
Potenza	-3,2%	-1,3%	Potenza	-2,1%	
Matera	4,5%	-5,1%	Matera	-5,7%	
<b>Basilicata</b>	<b>0,0%</b>	<b>-3,0%</b>	<b>Basilicata</b>	<b>-3,7%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

### Elettrodomestici bianchi e piccoli

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Potenza	17	16	15	Matera	112	99
Matera	9	8	7	Potenza	105	98
<b>Basilicata</b>	<b>26</b>	<b>24</b>	<b>22</b>	<b>Basilicata</b>	<b>107</b>	<b>98</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bianchi e piccoli		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bianchi e piccoli	
	2008	2009		2008	2009
Potenza	-6,2%	-6,6%	Potenza	-7,4%	
Matera	-10,1%	-11,0%	Matera	-11,6%	
<b>Basilicata</b>	<b>-7,6%</b>	<b>-8,1%</b>	<b>Basilicata</b>	<b>-8,8%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

### Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Potenza	16	15	14	Matera	104	89
Matera	9	8	7	Potenza	98	88
<b>Basilicata</b>	<b>25</b>	<b>23</b>	<b>20</b>	<b>Basilicata</b>	<b>100</b>	<b>89</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2008	2009
Potenza	-8,1%	-9,1%	Potenza	-9,8%	
Matera	-12,1%	-13,9%	Matera	-14,5%	
<b>Basilicata</b>	<b>-9,5%</b>	<b>-10,7%</b>	<b>Basilicata</b>	<b>-11,4%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Potenza	84	84	78	Matera	588	542
Matera	44	44	41	Potenza	552	510
Basilicata	128	128	119	Basilicata	564	520
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2009	
Potenza	-0,6%	-6,8%	Potenza	-7,6%	
Matera	1,4%	-7,2%	Matera	-7,8%	
Basilicata	0,1%	-7,0%	Basilicata	-7,7%	
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia						
Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Potenza	6	6	6	Matera	41	41
Matera	3	3	3	Potenza	37	37
Basilicata	10	9	9	Basilicata	38	38
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2009	
Potenza	-10,4%	1,8%	Potenza	0,9%	
Matera	-10,7%	1,1%	Matera	0,4%	
Basilicata	-10,5%	1,5%	Basilicata	0,7%	
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri ogni 100 abitanti
Potenza	2	11.240	1	3.500	3	14.740	7,2
Matera	1	5.500	-	-	1	5.500	1,4
Basilicata	3	16.740	1	3.500	4	20.240	3,4
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Calabria

Calabria

La regione ha evidenziato nel 2009 una riduzione dell'attività economica che, stando alle nostre stime, sembra superiore a quella che ha investito sia l'intero territorio nazionale, sia quello meridionale. È rilevante la riduzione della spesa per consumi, più intensa della media nazionale, ma tuttavia allineata a quella dell'area meridionale. Al termine del 2009 il reddito medio per abitante, espresso a valori correnti, risulta pari a 13.126

Euro, posizionandosi tra i livelli più bassi tra le regioni italiane ma non in calo rispetto al 2008. In media, un abitante della Calabria dispone di circa 5.000 Euro in meno rispetto alla media dei suoi connazionali. Tra le province calabre, mostrano una posizione più arretrata Crotona e Vibo Valentia per livello di

reddito pro capite (rispettivamente 11.114 e 12.856 Euro), mentre la provincia con maggiori disponibilità è Reggio Calabria con 13.642 Euro per abitante.

L'analisi della spesa delle famiglie calabresi rivela un ammontare destinato all'acquisto di durevoli sostanzialmente in linea con quello medio delle regioni del Mezzogiorno ma significativamente inferiore a quello medio italiano (circa 606 Euro in meno). Si stima che nel 2009 la riduzione della spesa per durevoli sia stata superiore a quella media nazionale, soprattutto per il negativo andamento dell'acquisto di auto nuove: nel corso dell'anno in questa regione il mercato automobilistico ha presentato la dinamica peggiore in Italia, segnando un primato assoluto di segno negativo nella provincia di Crotona (-10,8% le immatricolazioni intestate a persone fisiche, -22,1% la spesa per famiglia a valori correnti). In quasi tutte le voci di spesa l'andamento meno riflessivo è stato segnato dalla provincia di Cosenza.

## Dati regionali >>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (In Euro)		
	2007	2008	2009
Reggio Calabria	13.336	13.645	13.642
Catanzaro	13.280	13.535	13.533
Cosenza	12.831	13.067	13.083
Vibo Valentia	12.616	12.856	12.823
Crotona	10.918	11.114	11.061
<b>Calabria</b>	<b>12.873</b>	<b>13.129</b>	<b>13.126</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Cosenza	1,8%	0,1%
Catanzaro	1,9%	0,0%
Reggio Calabria	2,3%	0,0%
Vibo Valentia	1,9%	-0,3%
Crotona	1,8%	-0,5%
<b>Calabria</b>	<b>2,0%</b>	<b>0,0%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>

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 (mln Euro)

Calabria								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	634	530	-16,4%	485	-8,6%	33,4	33,6	-2,9
Auto usate	351	344	-2,0%	291	-15,5%	21,6	20,1	-3,3
Motoveicoli	52	51	-2,9%	47	-7,8%	3,2	3,2	-0,3
Elettr. bianchi + piccoli	103	98	-5,3%	91	-6,5%	6,2	6,3	-0,4
Elettrod. bruni	100	92	-7,2%	84	-8,9%	5,8	5,8	-0,5
Mobili	435	440	1,2%	411	-6,5%	27,7	28,5	-1,8
Informatica famiglie	38	34	-10,1%	34	-0,1%	2,1	2,4	0,0
<b>Durevoli</b>	<b>1.714</b>	<b>1.590</b>	<b>-7,2%</b>	<b>1.444</b>	<b>-9,2%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-9,2</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Cosenza	17.856	15.338	15.724	Cosenza	282.358	280.401
Reggio Calab.	15.098	12.087	12.326	Reggio Calab.	237.720	238.496
Catanzaro	11.876	10.039	9.706	Catanzaro	141.661	140.416
Vibo Valentia	4.120	3.432	3.487	Vibo Valentia	65.992	65.432
Crotone	3.618	3.084	2.748	Crotone	64.113	63.748
<b>Calabria</b>	<b>52.568</b>	<b>43.980</b>	<b>43.991</b>	<b>Calabria</b>	<b>791.844</b>	<b>788.493</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)		Province	Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
	2008	2009		2009	
Cosenza	-14,1%	2,5%	Reggio Calab.	0,3%	
Reggio Calab.	-19,9%	2,0%	Crotone	-0,6%	
Vibo Valentia	-16,7%	1,6%	Cosenza	-0,7%	
Catanzaro	-15,5%	-3,3%	Vibo Valentia	-0,8%	
Crotone	-14,8%	-10,9%	Catanzaro	-0,9%	
<b>Calabria</b>	<b>-16,3%</b>	<b>0,0%</b>	<b>Calabria</b>	<b>-0,4%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Cosenza	1.791	1.930	1.433
Catanzaro	1.736	1.557	1.100
Reggio Calab.	1.485	1.204	957
Crotone	272	258	226
Vibo Valentia	222	208	176
<b>Calabria</b>	<b>5.506</b>	<b>5.157</b>	<b>3.892</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Crotone	-5,1%	-12,4%
Vibo Valentia	-6,3%	-15,4%
Reggio Calab.	-18,9%	-20,5%
Cosenza	7,8%	-25,8%
Catanzaro	-10,3%	-29,4%
<b>Calabria</b>	<b>-6,3%</b>	<b>-24,5%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Cosenza	16.065	13.408	14.291	Cosenza	218	184	174	Catanzaro	795	706
Reggio Calab.	13.613	10.883	11.369	Reggio Calab.	183	149	137	Vibo Valentia	750	676
Catanzaro	10.140	8.482	8.606	Catanzaro	133	113	101	Reggio Calab.	697	639
Vibo Valentia	3.898	3.224	3.311	Vibo Valentia	55	46	42	Cosenza	650	605
Crotone	3.346	2.826	2.522	Crotone	45	38	30	Crotone	604	470
<b>Calabria</b>	<b>47.062</b>	<b>38.823</b>	<b>40.099</b>	<b>Calabria</b>	<b>634</b>	<b>530</b>	<b>485</b>	<b>Calabria</b>	<b>694</b>	<b>628</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove		Province	Var. consumi complessivi auto nuove		Province	Variazione spesa per famiglia auto nuove
	2008	2009		2008	2009		2009
Cosenza	-16,5%	6,6%	Cosenza	-15,4%	-5,7%	Cosenza	-7,0%
Reggio Calab.	-20,1%	4,5%	Reggio Calab.	-19,0%	-7,6%	Reggio Calab.	-8,3%
Vibo Valentia	-17,3%	2,7%	Vibo Valentia	-16,2%	-9,1%	Vibo Valentia	-9,9%
Catanzaro	-16,4%	1,5%	Catanzaro	-15,2%	-10,2%	Catanzaro	-11,2%
Crotone	-15,5%	-10,8%	Crotone	-14,4%	-21,0%	Crotone	-22,1%
<b>Calabria</b>	<b>-17,5%</b>	<b>3,3%</b>	<b>Calabria</b>	<b>-16,4%</b>	<b>-8,6%</b>	<b>Calabria</b>	<b>-9,6%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2007	2008	2009	Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Cosenza	34.466	33.279	30.496	Cosenza	127	124	105	Vibo Valentia	509	413
Reggio Calab.	26.876	25.953	23.809	Reggio Calab.	102	100	85	Reggio Calab.	471	395
Catanzaro	17.047	16.597	15.521	Catanzaro	63	62	54	Catanzaro	438	373
Crotone	8.399	8.099	7.478	Vibo Valentia	33	32	26	Cosenza	439	366
Vibo Valentia	8.605	8.187	7.294	Crotone	26	26	22	Crotone	402	335
<b>Calabria</b>	<b>95.393</b>	<b>92.115</b>	<b>84.598</b>	<b>Calabria</b>	<b>351</b>	<b>344</b>	<b>291</b>	<b>Calabria</b>	<b>450</b>	<b>376</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Variazione numero auto usate			Var. consumi com- plessivi auto usate		Variazione spesa per famiglia auto usate		
Province	2008	2009	Province	2008	2009	Province	2009
Catanzaro	-2,6%	-6,5%	Catanzaro	-1,2%	-13,9%	Catanzaro	-14,8%
Crotone	-3,6%	-7,7%	Crotone	-2,1%	-15,4%	Reggio Calab.	-16,2%
Reggio Calab.	-3,4%	-8,3%	Cosenza	-2,2%	-15,5%	Crotone	-16,6%
Cosenza	-3,4%	-8,4%	Reggio Calab.	-1,8%	-15,5%	Cosenza	-16,7%
Vibo Valentia	-4,9%	-10,9%	Vibo Valentia	-3,4%	-18,2%	Vibo Valentia	-18,9%
<b>Calabria</b>	<b>-3,4%</b>	<b>-8,2%</b>	<b>Calabria</b>	<b>-2,0%</b>	<b>-15,5%</b>	<b>Calabria</b>	<b>-16,4%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Cosenza	3.841	3.857	3.784	Reggio Calab.	73.410	73.333
Reggio Calab.	4.111	3.925	3.469	Cosenza	67.979	64.958
Catanzaro	2.557	2.381	2.018	Catanzaro	37.620	36.289
Crotone	1.045	1.036	899	Vibo Valentia	14.759	14.077
Vibo Valentia	935	949	836	Crotone	11.080	10.618
<b>Calabria</b>	<b>12.489</b>	<b>12.148</b>	<b>11.006</b>	<b>Calabria</b>	<b>204.848</b>	<b>199.275</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Variazione vendite (in numero motoveicoli)			Variazione parco circolante motoveicoli	
Province	2008	2009	Province	2009
Cosenza	0,4%	-1,9%	Reggio Calab.	-0,1%
Reggio Calab.	-4,5%	-11,6%	Catanzaro	-3,5%
Vibo Valentia	1,5%	-11,9%	Crotone	-4,2%
Crotone	-0,9%	-13,2%	Cosenza	-4,4%
Catanzaro	-6,9%	-15,2%	Vibo Valentia	-4,6%
<b>Calabria</b>	<b>-2,7%</b>	<b>-9,4%</b>	<b>Calabria</b>	<b>-2,7%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Cosenza	16	16	16	Reggio Calab.	81	72
Reggio Calab.	18	17	15	Catanzaro	72	60
Catanzaro	11	10	9	Cosenza	57	57
Crotone	4	3	3	Vibo Valentia	59	51
Vibo Valentia	4	4	3	Crotone	54	50
<b>Calabria</b>	<b>52</b>	<b>51</b>	<b>47</b>	<b>Calabria</b>	<b>67</b>	<b>61</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province	Variazione consumi complessivi motoveicoli		Province	Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009		2008	2009
Cosenza	1,3%	1,1%	Cosenza	-0,3%	
Crotone	-2,8%	-5,3%	Crotone	-6,7%	
Reggio Calab.	-4,4%	-11,0%	Reggio Calab.	-11,7%	
Vibo Valentia	3,7%	-12,6%	Vibo Valentia	-13,4%	
Catanzaro	-8,7%	-15,9%	Catanzaro	-16,7%	
<b>Calabria</b>	<b>-2,9%</b>	<b>-7,8%</b>	<b>Calabria</b>	<b>-8,9%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

### Elettrodomestici bianchi e piccoli

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Cosenza	36	34	33	Reggio Calab.	139	131
Reggio Calab.	31	30	28	Catanzaro	128	118
Catanzaro	19	18	17	Cosenza	121	113
Crotone	9	8	7	Crotone	128	111
Vibo Valentia	8	8	7	Vibo Valentia	124	108
<b>Calabria</b>	<b>103</b>	<b>98</b>	<b>91</b>	<b>Calabria</b>	<b>128</b>	<b>118</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bianchi e piccoli		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bianchi e piccoli	
	2008	2009		2008	2009
Cosenza	-4,1%	-4,9%	Reggio Calab.	-6,1%	
Reggio Calab.	-4,2%	-5,3%	Cosenza	-6,2%	
Catanzaro	-5,5%	-6,7%	Catanzaro	-7,7%	
Crotone	-9,8%	-11,9%	Vibo Valentia	-12,8%	
Vibo Valentia	-9,3%	-12,0%	Crotone	-13,1%	
<b>Calabria</b>	<b>-5,3%</b>	<b>-6,5%</b>	<b>Calabria</b>	<b>-7,5%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

### Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Cosenza	34	32	30	Reggio Calab.	132	121
Reggio Calab.	30	28	26	Catanzaro	121	109
Catanzaro	19	17	16	Cosenza	113	104
Crotone	9	8	7	Crotone	121	102
Vibo Valentia	8	7	6	Vibo Valentia	116	98
<b>Calabria</b>	<b>100</b>	<b>92</b>	<b>84</b>	<b>Calabria</b>	<b>121</b>	<b>109</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2009	
Cosenza	-5,9%	-7,0%	Cosenza	-8,3%	
Reggio Calab.	-6,0%	-7,6%	Reggio Calab.	-8,4%	
Catanzaro	-7,4%	-9,2%	Catanzaro	-10,1%	
Crotone	-11,8%	-14,8%	Vibo Valentia	-15,7%	
Vibo Valentia	-11,4%	-15,0%	Crotone	-16,0%	
<b>Calabria</b>	<b>-7,2%</b>	<b>-8,9%</b>	<b>Calabria</b>	<b>-9,9%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

### Mobili

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Cosenza	165	169	159	Cosenza	596	552
Reggio Calab.	120	121	112	Vibo Valentia	582	538
Catanzaro	78	78	73	Crotone	576	527
Crotone	37	37	34	Reggio Calab.	566	523
Vibo Valentia	36	36	34	Catanzaro	551	508
<b>Calabria</b>	<b>435</b>	<b>440</b>	<b>411</b>	<b>Calabria</b>	<b>576</b>	<b>532</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2009	
Cosenza	2,5%	-6,0%	Cosenza	-7,3%	
Vibo Valentia	1,2%	-6,8%	Reggio Calab.	-7,6%	
Catanzaro	0,3%	-6,8%	Vibo Valentia	-7,6%	
Reggio Calab.	0,4%	-6,9%	Catanzaro	-7,8%	
Crotone	0,2%	-7,3%	Crotone	-8,6%	
<b>Calabria</b>	<b>1,2%</b>	<b>-6,5%</b>	<b>Calabria</b>	<b>-7,6%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Informatica famiglia

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Cosenza	13	12	12	Reggio Calab.	48	47
Reggio Calab.	11	10	10	Crotone	47	46
Catanzaro	7	6	6	Vibo Valentia	45	45
Crotone	3	3	3	Catanzaro	45	44
Vibo Valentia	3	3	3	Cosenza	41	41
<b>Calabria</b>	<b>38</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>Calabria</b>	<b>45</b>	<b>44</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2009	
Cosenza	-10,4%	0,5%	Vibo Valentia	-0,7%	
Vibo Valentia	-9,1%	0,2%	Cosenza	-0,9%	
Catanzaro	-10,0%	-0,2%	Catanzaro	-1,2%	
Crotone	-10,0%	-0,6%	Reggio Calab.	-1,4%	
Reggio Calab.	-10,0%	-0,6%	Crotone	-2,0%	
<b>Calabria</b>	<b>-10,1%</b>	<b>-0,1%</b>	<b>Calabria</b>	<b>-1,2%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic



## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri ogni 100 abitanti
Vibo Valentia	1	8.000	1	3.500	2	11.500	6,8
Cosenza	3	21.800	6	19.000	9	40.800	5,6
Reggio Calabria	1	12.000	6	15.600	7	27.600	4,9
Catanzaro	-	-	6	16.667	6	16.667	4,5
Crotone	-	-	3	7.500	3	7.500	4,3
<b>Calabria</b>	<b>5</b>	<b>41.800</b>	<b>22</b>	<b>62.267</b>	<b>27</b>	<b>104.067</b>	<b>5,2</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Campania

Campania

Nel 2009 la flessione dell'attività economica regionale, espressa in termini reali, è risultata in Campania di poco più attenuata di quella dell'area meridionale, caratterizzata da una caduta più intensa rispetto al centro-nord del paese. La spesa per consumi al netto della dinamica inflazionistica ha mostrato, invece, un ritmo di caduta più forte rispetto alle altre realtà meridionali, penalizzata anche da una flessione del reddito disponibile superiore e da un mercato del lavoro in forte difficoltà. Il reddito medio dei campani resta sensibilmente inferiore alla media italiana, tanto che la regione anche nel 2009 si colloca in ultima posizione nella graduatoria del reddito per abitante, con 12.661 Euro per abitante. Restano evidenti disparità nella distribuzione provinciale, con Caserta che si

configura come la provincia italiana con il più basso livello di reddito, con 11.036 Euro per abitante, rispetto ad un reddito di 13.446 Euro ad Avellino.

Per quanto riguarda la spesa per beni durevoli, i consumatori campani si sono mostrati più propensi della media degli italiani a migliorare le proprie dotazioni domestiche e il proprio parco veicoli: gli acquisti di durevoli in valore hanno mostrato in questa regione, infatti, una riduzione meno accentuata di quella che ha caratterizzato quasi tutte le altre regioni italiane. Il mercato automobilistico delle famiglie, inoltre, ha presentato un incremento in termini di immatricolazioni superiore al 15% contro una media nazionale stimata dell'8,4%, che ha significato un incremento della spesa per famiglia in valore dello 0,8% a fronte di un dato medio italiano di -5,6%. Benevento è stimata essere la provincia più dinamica in termini di acquisti di auto (nuove e usate) come pure di attrezzature per l'informatica, così da presentare un migliore andamento rispetto alle altre nell'acquisto di durevoli in genere.

## Dati regionali >>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (in Euro)		
	2007	2008	2009
Avellino	13.104	13.472	13.446
Napoli	12.723	13.034	12.965
Salerno	12.533	12.859	12.834
Benevento	12.343	12.691	12.677
Caserta	10.905	11.124	11.036
<b>Campania</b>	<b>12.416</b>	<b>12.719</b>	<b>12.661</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Benevento	2,8%	-0,1%
Salerno	2,6%	-0,2%
Avellino	2,8%	-0,2%
Napoli	2,4%	-0,5%
Caserta	2,0%	-0,8%
<b>Campania</b>	<b>2,4%</b>	<b>-0,5%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>



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 (mln Euro)

Campania								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	1.382	1.192	-13,8%	1.215	2,0%	27,5	30,0	0,5
Auto usate	1.177	1.112	-5,6%	929	-16,4%	25,6	22,9	-4,2
Motoveicoli	250	247	-1,4%	232	-5,8%	5,7	5,7	-0,3
Elettr. bianchi + piccoli	276	264	-4,6%	252	-4,6%	6,1	6,2	-0,3
Elettrod. bruni	265	248	-6,2%	231	-6,8%	5,7	5,7	-0,4
Mobili	1.190	1.188	-0,1%	1.103	-7,1%	27,4	27,2	-2,0
Informatica famiglie	101	90	-11,5%	90	0,1%	2,1	2,2	0,0
<b>Durevoli</b>	<b>4.641</b>	<b>4.339</b>	<b>-6,5%</b>	<b>4.052</b>	<b>-6,6%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-6,6</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Province	Immatricolazioni (In numero di auto)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Napoli	62.211	54.338	57.850	Napoli	1.043.033	1.046.088
Salerno	23.540	20.455	21.654	Salerno	395.431	394.138
Caserta	19.624	17.569	17.925	Caserta	281.972	282.563
Avellino	9.716	8.271	9.097	Avellino	159.598	158.826
Benevento	6.789	5.600	6.333	Benevento	105.206	104.714
<b>Campania</b>	<b>121.880</b>	<b>106.233</b>	<b>112.859</b>	<b>Campania</b>	<b>1.985.240</b>	<b>1.986.329</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)		Province	Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
	2008	2009		2009	
Benevento	-17,5%	13,1%	Napoli	0,3%	
Avellino	-14,9%	10,0%	Caserta	0,2%	
Napoli	-12,7%	6,5%	Salerno	-0,3%	
Salerno	-13,1%	5,9%	Benevento	-0,5%	
Caserta	-10,5%	2,0%	Avellino	-0,5%	
<b>Campania</b>	<b>-12,8%</b>	<b>6,2%</b>	<b>Campania</b>	<b>0,1%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Napoli	10.079	10.008	6.728
Salerno	4.139	4.159	2.643
Caserta	3.527	3.500	2.239
Avellino	1.178	1.124	746
Benevento	1.090	779	622
<b>Campania</b>	<b>20.013</b>	<b>19.570</b>	<b>12.978</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Benevento	-28,5%	-20,2%
Napoli	-0,7%	-32,8%
Avellino	-4,6%	-33,6%
Caserta	-0,8%	-36,0%
Salerno	0,5%	-36,5%
<b>Campania</b>	<b>-2,2%</b>	<b>-33,7%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic



## Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2007	2008	2009	Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Napoli	52.132	44.330	51.122	Napoli	707	609	621	Benevento	600	622
Salerno	19.401	16.296	19.011	Salerno	267	227	234	Avellino	593	606
Caserta	16.097	14.069	15.686	Caserta	217	192	189	Napoli	571	577
Avellino	8.538	7.147	8.351	Avellino	115	98	101	Caserta	595	576
Benevento	5.699	4.821	5.711	Benevento	77	66	69	Salerno	553	564
<b>Campania</b>	<b>101.867</b>	<b>86.663</b>	<b>99.881</b>	<b>Campania</b>	<b>1.382</b>	<b>1.192</b>	<b>1.215</b>	<b>Campania</b>	<b>574</b>	<b>579</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Variazione immatricolazioni auto nuove			Var. consumi complessivi auto nuove		Variazione spesa per famiglia auto nuove		
Province	2008	2009	Province	2008	2009	Province	2009
Benevento	-15,4%	18,5%	Benevento	-14,3%	4,8%	Benevento	3,8%
Avellino	-16,3%	16,8%	Avellino	-15,2%	3,4%	Avellino	2,2%
Salerno	-16,0%	16,7%	Salerno	-14,9%	3,2%	Salerno	1,9%
Napoli	-15,0%	15,3%	Napoli	-13,8%	2,0%	Napoli	1,1%
Caserta	-12,6%	11,5%	Caserta	-11,4%	-1,3%	Caserta	-3,1%
<b>Campania</b>	<b>-14,9%</b>	<b>15,3%</b>	<b>Campania</b>	<b>-13,8%</b>	<b>2,0%</b>	<b>Campania</b>	<b>0,8%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2007	2008	2009	Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Napoli	174.770	159.832	144.341	Napoli	643	597	496	Napoli	560	460
Salerno	59.848	56.820	51.805	Salerno	220	213	179	Avellino	543	450
Caserta	53.555	50.040	45.898	Caserta	168	159	134	Salerno	519	431
Avellino	24.869	23.192	21.082	Avellino	94	90	75	Caserta	494	408
Benevento	14.712	14.343	13.263	Benevento	52	52	44	Benevento	473	400
<b>Campania</b>	<b>327.754</b>	<b>304.227</b>	<b>276.389</b>	<b>Campania</b>	<b>1.177</b>	<b>1.112</b>	<b>929</b>	<b>Campania</b>	<b>536</b>	<b>442</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Variazione numero auto usate			Var. consumi com- plessivi auto usate		Variazione spesa per famiglia auto usate		
Province	2008	2009	Province	2008	2009	Province	2009
Benevento	-2,5%	-7,5%	Benevento	-0,5%	-14,6%	Benevento	-15,5%
Caserta	-6,6%	-8,3%	Caserta	-5,2%	-15,9%	Salerno	-17,0%
Salerno	-5,1%	-8,8%	Salerno	-3,2%	-15,9%	Avellino	-17,1%
Avellino	-6,7%	-9,1%	Avellino	-4,8%	-16,2%	Caserta	-17,4%
Napoli	-8,5%	-9,7%	Napoli	-7,1%	-17,0%	Napoli	-17,7%
<b>Campania</b>	<b>-7,2%</b>	<b>-9,2%</b>	<b>Campania</b>	<b>-5,6%</b>	<b>-16,4%</b>	<b>Campania</b>	<b>-17,4%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Napoli	32.898	32.729	29.743	Napoli	428.704	427.133
Salerno	9.067	8.726	8.784	Salerno	146.216	153.620
Caserta	7.356	6.956	5.800	Caserta	99.126	98.521
Avellino	2.685	2.724	2.748	Avellino	43.647	44.542
Benevento	1.686	1.737	1.654	Benevento	37.847	39.148
<b>Campania</b>	<b>53.692</b>	<b>52.872</b>	<b>48.729</b>	<b>Campania</b>	<b>755.540</b>	<b>762.964</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Variazione vendite (in numero motoveicoli)			Variazione parco circolante motoveicoli	
Province	2008	2009	Province	2009
Avellino	1,5%	0,9%	Salerno	5,1%
Salerno	-3,8%	0,7%	Benevento	3,4%
Benevento	3,0%	-4,8%	Avellino	2,1%
Napoli	-0,5%	-9,1%	Napoli	-0,4%
Caserta	-5,4%	-16,6%	Caserta	-0,6%
<b>Campania</b>	<b>-1,5%</b>	<b>-7,8%</b>	<b>Campania</b>	<b>1,0%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Napoli	154	153	142	Napoli	144	132
Salerno	44	42	43	Salerno	102	104
Caserta	34	33	28	Caserta	101	85
Avellino	12	12	12	Avellino	70	74
Benevento	7	7	7	Benevento	66	65
<b>Campania</b>	<b>250</b>	<b>247</b>	<b>232</b>	<b>Campania</b>	<b>119</b>	<b>111</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province	Variazione consumi complessivi motoveicoli		Province	Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009		2009	
Avellino	-1,5%	6,3%	Avellino	5,1%	
Salerno	-4,2%	3,3%	Salerno	2,0%	
Benevento	-0,2%	0,5%	Benevento	-0,5%	
Napoli	-0,1%	-7,6%	Napoli	-8,5%	
Caserta	-3,9%	-14,7%	Caserta	-16,2%	
<b>Campania</b>	<b>-1,4%</b>	<b>-5,8%</b>	<b>Campania</b>	<b>-6,9%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

### Elettrodomestici bianchi e piccoli

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Napoli	145	140	135	Napoli	132	126
Salerno	57	54	51	Salerno	131	124
Caserta	40	37	35	Avellino	119	110
Avellino	21	20	18	Caserta	116	107
Benevento	13	12	11	Benevento	113	102
<b>Campania</b>	<b>276</b>	<b>264</b>	<b>252</b>	<b>Campania</b>	<b>127</b>	<b>120</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bianchi e piccoli		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bianchi e piccoli	
	2008	2009		2009	
Napoli	-3,4%	-3,6%	Napoli	-4,5%	
Salerno	-4,6%	-4,5%	Salerno	-5,7%	
Caserta	-6,4%	-5,7%	Caserta	-7,4%	
Avellino	-6,6%	-6,8%	Avellino	-7,8%	
Benevento	-8,0%	-8,7%	Benevento	-9,6%	
<b>Campania</b>	<b>-4,6%</b>	<b>-4,6%</b>	<b>Campania</b>	<b>-5,6%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Napoli	139	132	125	Napoli	124	116
Salerno	55	51	48	Salerno	125	115
Caserta	38	35	32	Avellino	112	100
Avellino	20	18	17	Caserta	108	98
Benevento	13	12	10	Benevento	105	92
<b>Campania</b>	<b>265</b>	<b>248</b>	<b>231</b>	<b>Campania</b>	<b>120</b>	<b>110</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2009	
Napoli	-5,1%	-5,7%	Napoli	-6,6%	
Salerno	-6,3%	-6,8%	Salerno	-8,0%	
Caserta	-8,0%	-7,8%	Caserta	-9,5%	
Avellino	-8,3%	-9,2%	Avellino	-10,2%	
Benevento	-9,8%	-11,3%	Benevento	-12,2%	
<b>Campania</b>	<b>-6,2%</b>	<b>-6,8%</b>	<b>Campania</b>	<b>-7,8%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Mobili

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Napoli	632	634	589	Napoli	594	547
Salerno	224	223	208	Benevento	561	517
Caserta	183	180	166	Caserta	557	504
Avellino	90	90	83	Salerno	545	500
Benevento	61	62	57	Avellino	544	500
<b>Campania</b>	<b>1.190</b>	<b>1.188</b>	<b>1.103</b>	<b>Campania</b>	<b>573</b>	<b>526</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2009	
Benevento	0,4%	-7,0%	Napoli	-7,9%	
Napoli	0,3%	-7,0%	Benevento	-7,9%	
Salerno	-0,1%	-7,0%	Avellino	-8,1%	
Avellino	0,0%	-7,1%	Salerno	-8,2%	
Caserta	-1,6%	-7,8%	Caserta	-9,5%	
<b>Campania</b>	<b>-0,1%</b>	<b>-7,1%</b>	<b>Campania</b>	<b>-8,2%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Informatica famiglia

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Napoli	53	47	47	Napoli	44	44
Salerno	21	18	18	Salerno	45	44
Caserta	15	13	13	Avellino	41	41
Avellino	8	7	7	Benevento	40	40
Benevento	5	4	4	Caserta	39	39
<b>Campania</b>	<b>101</b>	<b>90</b>	<b>90</b>	<b>Campania</b>	<b>43</b>	<b>43</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2008	2009
Benevento	-10,9%	0,5%	Benevento	-0,5%	
Napoli	-11,2%	0,3%	Napoli	-0,6%	
Caserta	-12,9%	0,2%	Avellino	-1,0%	
Avellino	-11,4%	0,1%	Caserta	-1,6%	
Salerno	-11,4%	-0,5%	Salerno	-1,8%	
<b>Campania</b>	<b>-11,5%</b>	<b>0,1%</b>	<b>Campania</b>	<b>-1,0%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri ogni 100 abitanti
Benevento	2	15.800	2	6.500	4	22.300	7,8
Napoli	4	29.266	5	14.900	9	44.166	5,1
Avellino	7	70.028	5	13.685	12	83.713	2,7
Caserta	-	-	4	11.510	4	11.510	2,6
Salerno	1	8.140	5	15.850	6	23.990	2,2
<b>Campania</b>	<b>14</b>	<b>123.234</b>	<b>21</b>	<b>62.445</b>	<b>35</b>	<b>185.679</b>	<b>3,2</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Emilia Romagna

Emilia Romagna

L'Emilia Romagna ha evidenziato nel corso del 2009 una caduta dell'attività economica più attenuata della media italiana, ma più importante di quella media dell'area nord-orientale. La spesa per consumi espressa in termini reali, pur in flessione, ha mostrato in Emilia Romagna un miglior grado di tenuta rispetto ad altre realtà regionali, tanto che l'area presenta una riduzione meno profonda sia della media italiana sia di quella del Nord Est. La regione può vantare il livello di reddito pro capite più elevato della penisola, pari a 22.050 Euro per abitante, anche se rispetto al 2008 mostra la maggiore riduzione (-1,2% rispetto ad una riduzione media dello 0,5%). Il dettaglio provinciale evidenzia livelli di reddito più elevati a Bologna, con 23.405 Euro e Modena con 22.681 Euro; nelle altre province non si scen-

de, comunque, al di sotto di 20.145 Euro (livello di Reggio Emilia). Nel 2009 in Emilia Romagna i consumi per beni durevoli hanno subito un'accentuata flessione, superiore a quella media nazionale in molti capitoli di spesa. Tra le più marcate d'Italia è stata la riduzione della spesa per auto nuove, acquisto particolarmente penalizzato nelle province di Modena (-15,9% la spesa per famiglia in valore), Reggio Emilia (-13,5%) e Bologna (-9,4%). La minore riduzione di spesa per l'acquisto di articoli durevoli è stimata per Ferrara, città con un livello di consumi durevoli pro capite in valore esattamente uguale a quello medio regionale (2.705 Euro). Nonostante gli elevati livelli di reddito pro capite che caratterizzano Bologna, la maggiore diffusione nel comune capoluogo di strutture distributive organizzate e di elevate dimensioni sembra aver consentito un risparmio di spesa sugli articoli durevoli per la casa, come pure la maggiore copertura di servizi di trasporto efficienti e capillari - associati a provvedimenti restrittivi sull'uso dell'auto in ambito urbano - ha reso meno indispensabile l'acquisto dell'auto.

## Dati regionali >>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (In Euro)		
	2007	2008	2009
Bologna	23.175	23.632	23.405
Modena	22.630	22.976	22.681
Rimini	22.205	22.574	22.299
Forlì	21.943	22.264	21.983
Ferrara	21.173	21.759	21.709
Parma	21.518	21.915	21.682
Piacenza	21.200	21.552	21.328
Ravenna	21.225	21.470	21.219
Reggio Emilia	20.421	20.583	20.145
<b>Emilia Romagna</b>	<b>21.947</b>	<b>22.311</b>	<b>22.050</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Ferrara	2,8%	-0,2%
Bologna	2,0%	-1,0%
Piacenza	1,7%	-1,0%
Parma	1,8%	-1,1%
Ravenna	1,2%	-1,2%
Rimini	1,7%	-1,2%
Forlì	1,5%	-1,3%
Modena	1,5%	-1,3%
Reggio Emilia	0,8%	-2,1%
<b>Emilia Romagna</b>	<b>1,7%</b>	<b>-1,2%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>

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 (mln Euro)

Emilia Romagna								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	2.526	2.134	-15,5%	1.999	-6,3%	37,1	37,8	-2,3
Auto usate	1.298	1.218	-6,1%	1.033	-15,2%	21,2	19,5	-3,2
Motoveicoli	224	205	-8,2%	187	-8,7%	3,6	3,5	-0,3
Elettr. bianchi + piccoli	369	356	-3,4%	342	-4,0%	6,2	6,5	-0,2
Elettrod. bruni	352	324	-8,0%	307	-5,3%	5,6	5,8	-0,3
Mobili	1.402	1.396	-0,5%	1.305	-6,5%	24,2	24,6	-1,6
Informativa famiglie	141	124	-12,2%	121	-2,6%	2,2	2,3	-0,1
<b>Durevoli</b>	<b>6.312</b>	<b>5.757</b>	<b>-8,8%</b>	<b>5.294</b>	<b>-8,0%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-8,0</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Bologna	50.731	41.780	40.076	Bologna	553.004	561.192
Modena	32.236	27.346	24.834	Modena	412.827	413.062
Reggio Emilia	25.434	22.896	21.250	Reggio Emilia	265.723	267.353
Parma	20.272	17.714	18.114	Parma	239.975	240.086
Ravenna	18.208	15.837	16.415	Ravenna	212.082	214.434
Forlì	16.857	14.271	14.897	Forlì	207.688	208.129
Ferrara	15.150	13.151	13.532	Ferrara	186.762	186.571
Rimini	13.515	11.657	11.578	Rimini	167.601	167.624
Piacenza	12.149	10.203	10.698	Piacenza	154.718	155.557
<b>Emilia R.</b>	<b>204.552</b>	<b>174.855</b>	<b>171.394</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>2.400.380</b>	<b>2.414.008</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)		Province	Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
	2008	2009		2009	
Piacenza	-16,0%	4,9%	Bologna	1,5%	
Forlì	-15,3%	4,4%	Ravenna	1,1%	
Ravenna	-13,0%	3,6%	Reggio Emilia	0,6%	
Ferrara	-13,2%	2,9%	Piacenza	0,5%	
Parma	-12,6%	2,3%	Forlì	0,2%	
Rimini	-13,7%	-0,7%	Modena	0,1%	
Bologna	-17,6%	-4,1%	Parma	0,0%	
Reggio Emilia	-10,0%	-7,2%	Rimini	0,0%	
Modena	-15,2%	-9,2%	Ferrara	-0,1%	
<b>Emilia R.</b>	<b>-14,5%</b>	<b>-2,0%</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>0,6%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Bologna	10.009	8.951	5.767
Reggio Emilia	5.210	6.027	4.394
Modena	6.026	5.317	3.453
Parma	3.527	3.547	2.315
Ravenna	3.451	3.370	2.291
Forlì	2.476	2.269	1.529
Rimini	2.512	2.196	1.371
Piacenza	1.889	1.761	1.253
Ferrara	1.888	1.752	1.202
<b>Emilia R.</b>	<b>36.988</b>	<b>35.190</b>	<b>23.575</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Reggio Emilia	15,7%	-27,1%
Piacenza	-6,8%	-28,8%
Ferrara	-7,2%	-31,4%
Ravenna	-2,3%	-32,0%
Forlì	-8,4%	-32,6%
Parma	0,6%	-34,7%
Modena	-11,8%	-35,1%
Bologna	-10,6%	-35,6%
Rimini	-12,6%	-37,6%
<b>Emilia R.</b>	<b>-4,9%</b>	<b>-33,0%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in n. di auto)			Province	Consumi compless. (mln Euro)			Province	Spesa per fam. (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Bologna	40.722	32.829	34.309	Bologna	614	501	464	Forlì	1.135	1.097
Modena	26.210	22.029	21.381	Modena	395	336	289	Ravenna	1.118	1.096
Reggio Emilia	20.224	16.869	16.856	Reggio Emilia	303	256	226	Parma	1.108	1.072
Parma	16.745	14.167	15.799	Parma	255	218	216	Rimini	1.116	1.039
Ravenna	14.757	12.467	14.124	Ravenna	224	191	192	Reggio Emilia	1.172	1.015
Forlì	14.381	12.002	13.368	Forlì	218	184	181	Ferrara	1.068	1.010
Ferrara	13.262	11.399	12.330	Ferrara	197	172	165	Piacenza	1.029	1.003
Rimini	11.003	9.461	10.207	Rimini	164	143	137	Bologna	1.085	983
Piacenza	10.260	8.442	9.445	Piacenza	157	131	129	Modena	1.157	973
<b>Emilia R.</b>	<b>167.564</b>	<b>139.665</b>	<b>147.819</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>2.526</b>	<b>2.134</b>	<b>1.999</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>1.112</b>	<b>1.021</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove		Province	Var. consumi complessivi auto nuove		Province	Variazione spesa per famiglia auto nuove	
	2008	2009		2008	2009		2009	
Ravenna	-15,5%	13,3%	Ravenna	-14,4%	0,3%	Ravenna	-1,9%	
Piacenza	-17,7%	11,9%	Piacenza	-16,6%	-1,0%	Piacenza	-2,5%	
Parma	-15,4%	11,5%	Parma	-14,3%	-1,3%	Parma	-3,3%	
Forlì	-16,5%	11,4%	Forlì	-15,4%	-1,4%	Forlì	-3,4%	
Ferrara	-14,0%	8,2%	Ferrara	-12,9%	-4,3%	Ferrara	-5,5%	
Rimini	-14,0%	7,9%	Rimini	-12,9%	-4,5%	Rimini	-6,9%	
Bologna	-19,4%	4,5%	Bologna	-18,3%	-7,5%	Bologna	-9,4%	
Reggio Emilia	-16,6%	-0,1%	Reggio Emilia	-15,5%	-11,6%	Reggio Emilia	-13,5%	
Modena	-16,0%	-2,9%	Modena	-14,8%	-14,1%	Modena	-15,9%	
<b>Emilia R.</b>	<b>-16,6%</b>	<b>5,8%</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>-15,5%</b>	<b>-6,3%</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>-8,2%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Province			Province			Province				
Immatricolazioni (in n. di auto)			Consumi compless. (mln Euro)			Spesa per fam. (Euro)				
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Bologna	36.949	34.145	31.194	Bologna	276	258	217	Modena	730	598
Modena	31.580	28.841	26.325	Modena	231	212	178	Piacenza	679	572
Reggio Emilia	23.421	21.621	19.813	Reggio Emilia	154	142	118	Ravenna	660	550
Parma	18.565	17.675	16.594	Parma	130	125	108	Forlì	652	540
Ravenna	17.325	16.294	15.145	Ravenna	120	113	96	Parma	636	537
Forlì	15.779	14.761	13.617	Forlì	112	106	89	Rimini	636	532
Ferrara	15.068	13.576	13.092	Ferrara	102	93	83	Reggio Emilia	650	529
Piacenza	12.924	12.301	11.476	Piacenza	90	86	74	Ferrara	579	510
Rimini	11.713	11.363	10.632	Rimini	83	82	70	Bologna	559	460
<b>Emilia R.</b>	<b>183.324</b>	<b>170.577</b>	<b>157.888</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>1.298</b>	<b>1.218</b>	<b>1.033</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>635</b>	<b>528</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Province			Province			Province		
Variazione numero auto usate			Var. consumi complessivi auto usate			Variazione spesa per famiglia auto usate		
	2008	2009		2008	2009		2009	
Ferrara	-9,9%	-3,6%	Ferrara	-8,2%	-10,8%	Ferrara	-11,9%	
Parma	-4,8%	-6,1%	Parma	-3,8%	-13,8%	Parma	-15,5%	
Rimini	-3,0%	-6,4%	Rimini	-2,1%	-14,3%	Piacenza	-15,7%	
Piacenza	-4,8%	-6,7%	Piacenza	-3,9%	-14,4%	Rimini	-16,4%	
Ravenna	-6,0%	-7,1%	Ravenna	-5,5%	-14,8%	Ravenna	-16,7%	
Forlì	-6,5%	-7,8%	Forlì	-5,9%	-15,5%	Forlì	-17,2%	
Reggio Emilia	-7,7%	-8,4%	Bologna	-6,4%	-16,1%	Bologna	-17,8%	
Bologna	-7,6%	-8,6%	Modena	-7,9%	-16,4%	Modena	-18,2%	
Modena	-8,7%	-8,7%	Reggio Emilia	-7,8%	-16,8%	Reggio Emilia	-18,6%	
<b>Emilia R.</b>	<b>-7,0%</b>	<b>-7,4%</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>-6,1%</b>	<b>-15,2%</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>-16,9%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Province			Province			
Immatricolazioni (in numero di motoveicoli)			Parco circolante			
	2007	2008	2009		2008	2009
Bologna	11.100	9.799	9.180	Bologna	155.256	150.070
Rimini	5.320	5.030	5.347	Modena	110.604	107.230
Modena	4.943	4.439	3.738	Parma	93.141	93.936
Forlì	3.756	3.551	3.694	Rimini	79.438	80.068
Parma	4.073	3.779	3.542	Ravenna	76.301	74.923
Ravenna	3.728	3.519	3.428	Reggio Emilia	70.542	68.217
Reggio Emilia	4.032	3.747	3.108	Forlì	65.155	64.240
Ferrara	2.960	2.644	2.410	Ferrara	66.166	64.090
Piacenza	2.355	2.306	2.131	Piacenza	50.099	49.263
<b>Emilia R.</b>	<b>42.267</b>	<b>38.814</b>	<b>36.578</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>766.702</b>	<b>752.037</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Province			Province		
Variazione vendite (in numero motoveicoli)			Variazione parco circolante motoveicoli		
	2008	2009		2009	
Rimini	-5,5%	6,3%	Parma	0,9%	
Forlì	-5,5%	4,0%	Rimini	0,8%	
Ravenna	-5,6%	-2,6%	Forlì	-1,4%	
Parma	-7,2%	-6,3%	Piacenza	-1,7%	
Bologna	-11,7%	-6,3%	Ravenna	-1,8%	
Piacenza	-2,1%	-7,6%	Modena	-3,1%	
Ferrara	-10,7%	-8,9%	Ferrara	-3,1%	
Modena	-10,2%	-15,8%	Reggio Emilia	-3,3%	
Reggio Emilia	-7,1%	-17,1%	Bologna	-3,3%	
<b>Emilia R.</b>	<b>-8,2%</b>	<b>-5,8%</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>-1,9%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province				Province			
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)			
	2007	2008	2009		2008	2009	
Bologna	59	51	47	Rimini	205	202	
Rimini	28	26	27	Forlì	115	115	
Forlì	20	19	19	Ravenna	114	104	
Modena	26	23	19	Bologna	111	99	
Parma	22	20	18	Parma	103	91	
Ravenna	20	20	18	Piacenza	95	84	
Reggio Emilia	22	21	17	Ferrara	85	75	
Ferrara	15	14	12	Reggio Emilia	95	74	
Piacenza	12	12	11	Modena	78	63	
<b>Emilia R.</b>	<b>224</b>	<b>205</b>	<b>187</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>107</b>	<b>96</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>	

Province				Province			
Variazione consumi complessivi motoveicoli				Variazione spesa per famiglia motoveicoli			
	2008	2009		2009		2009	
Forlì	-6,9%	1,6%	Forlì	-0,4%			
Rimini	-6,1%	1,1%	Rimini	-1,4%			
Ravenna	-2,1%	-6,6%	Ravenna	-8,7%			
Bologna	-13,0%	-8,6%	Bologna	-10,5%			
Parma	-7,4%	-9,2%	Parma	-11,0%			
Piacenza	4,4%	-9,7%	Piacenza	-11,1%			
Ferrara	-11,0%	-10,6%	Ferrara	-11,8%			
Modena	-12,1%	-18,0%	Modena	-19,8%			
Reggio Emilia	-5,6%	-20,1%	Reggio Emilia	-21,8%			
<b>Emilia R.</b>	<b>-8,2%</b>	<b>-8,7%</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>-10,5%</b>			
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>			

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli							
Province				Province			
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)			
	2007	2008	2009		2008	2009	
Bologna	88	86	83	Ferrara	206	197	
Modena	55	53	51	Ravenna	195	183	
Parma	38	36	35	Piacenza	194	182	
Reggio Emilia	37	35	33	Forlì	190	178	
Ferrara	34	33	32	Bologna	186	177	
Ravenna	35	33	32	Rimini	189	174	
Forlì	32	31	29	Modena	183	173	
Piacenza	26	25	23	Parma	184	172	
Rimini	26	24	23	Reggio Emilia	158	147	
<b>Emilia R.</b>	<b>369</b>	<b>356</b>	<b>342</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>186</b>	<b>175</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>	

Province				Province			
Var. consumi elettrodomestici bianchi e piccoli				Var. spesa per famiglia elettrod. bianchi e piccoli			
	2008	2009		2009		2009	
Bologna	-2,1%	-2,9%	Ferrara	-4,6%			
Ferrara	-1,5%	-3,4%	Bologna	-4,8%			
Modena	-2,9%	-3,7%	Modena	-5,7%			
Ravenna	-4,0%	-4,2%	Parma	-6,2%			
Parma	-3,7%	-4,3%	Ravenna	-6,3%			
Forlì	-4,3%	-4,6%	Piacenza	-6,3%			
Piacenza	-4,0%	-4,9%	Forlì	-6,5%			
Reggio Emilia	-5,7%	-5,3%	Reggio Emilia	-7,4%			
Rimini	-5,2%	-5,4%	Rimini	-7,8%			
<b>Emilia R.</b>	<b>-3,4%</b>	<b>-4,0%</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>-5,9%</b>			
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>			

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Bologna	82	77	73	Ferrara	180	169
Modena	54	50	47	Forlì	183	169
Reggio Emilia	37	33	31	Ravenna	173	160
Parma	35	32	30	Modena	171	159
Ravenna	32	30	28	Piacenza	170	157
Forlì	33	30	28	Bologna	166	155
Ferrara	31	29	28	Rimini	171	155
Rimini	24	22	20	Parma	164	151
Piacenza	24	22	20	Reggio Emilia	153	141
<b>Emilia R.</b>	<b>352</b>	<b>324</b>	<b>307</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>169</b>	<b>157</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Var. spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2009	
Bologna	-6,7%	-4,2%	Ferrara	-6,0%	
Modena	-7,5%	-4,7%	Bologna	-6,2%	
Ferrara	-6,1%	-4,8%	Modena	-6,7%	
Ravenna	-8,6%	-5,7%	Parma	-7,6%	
Parma	-8,4%	-5,8%	Piacenza	-7,8%	
Reggio Emilia	-10,2%	-6,0%	Ravenna	-7,8%	
Forlì	-8,9%	-6,1%	Forlì	-8,0%	
Piacenza	-8,6%	-6,4%	Reggio Emilia	-8,1%	
Rimini	-10,0%	-7,1%	Rimini	-9,4%	
<b>Emilia R.</b>	<b>-8,0%</b>	<b>-5,3%</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>-7,2%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Mobili

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Bologna	319	316	295	Rimini	772	721
Modena	221	222	208	Ravenna	768	707
Reggio Emilia	160	156	144	Modena	763	700
Parma	140	138	126	Forlì	758	696
Ravenna	130	132	124	Ferrara	728	677
Forlì	125	123	115	Piacenza	731	674
Ferrara	115	117	110	Reggio Emilia	714	648
Rimini	100	99	95	Parma	701	629
Piacenza	93	93	87	Bologna	684	625
<b>Emilia R.</b>	<b>1.402</b>	<b>1.396</b>	<b>1.305</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>728</b>	<b>667</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2009	
Rimini	-0,9%	-4,2%	Rimini	-6,6%	
Ferrara	2,0%	-5,8%	Ferrara	-7,0%	
Ravenna	1,2%	-5,9%	Piacenza	-7,8%	
Modena	0,4%	-6,2%	Ravenna	-7,9%	
Forlì	-1,5%	-6,3%	Forlì	-8,2%	
Piacenza	-0,1%	-6,3%	Modena	-8,2%	
Bologna	-0,7%	-6,9%	Bologna	-8,7%	
Reggio Emilia	-2,7%	-7,2%	Reggio Emilia	-9,2%	
Parma	-1,2%	-8,5%	Parma	-10,3%	
<b>Emilia R.</b>	<b>-0,5%</b>	<b>-6,5%</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>-8,4%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Informatica famiglia

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Bologna	33	29	28	Forlì	71	68
Modena	21	19	18	Ferrara	69	67
Reggio Emilia	15	13	12	Ravenna	67	63
Parma	14	12	12	Rimini	66	63
Forlì	13	12	11	Piacenza	66	63
Ravenna	13	11	11	Modena	65	62
Ferrara	12	11	11	Bologna	63	60
Rimini	10	9	8	Parma	63	60
Piacenza	9	8	8	Reggio Emilia	58	55
<b>Emilia R.</b>	<b>141</b>	<b>124</b>	<b>121</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>65</b>	<b>62</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2008	2009
Rimini	-13,0%	-2,5%	Ferrara	-3,8%	
Forlì	-12,5%	-2,5%	Forlì	-4,4%	
Modena	-12,2%	-2,5%	Piacenza	-4,4%	
Ferrara	-9,7%	-2,5%	Modena	-4,6%	
Reggio Emilia	-14,5%	-2,5%	Reggio Emilia	-4,6%	
Bologna	-11,7%	-2,7%	Bologna	-4,7%	
Parma	-12,4%	-2,8%	Parma	-4,7%	
Ravenna	-12,3%	-2,8%	Rimini	-4,9%	
Piacenza	-11,7%	-3,0%	Ravenna	-5,0%	
<b>Emilia R.</b>	<b>-12,2%</b>	<b>-2,6%</b>	<b>Emilia R.</b>	<b>-4,6%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri ogni 100 abitanti
Ferrara	5	38.350	6	15.256	11	53.606	15,4
Modena	6	45.820	4	11.994	10	57.814	8,9
Bologna	6	51.500	9	25.050	15	76.550	8,2
Forlì	1	13.300	5	14.544	6	27.844	7,6
Piacenza	2	13.500	-	-	2	13.500	5,0
Parma	-	-	5	16.814	5	16.814	4,2
Reggio Emilia	1	6.500	4	11.800	5	18.300	3,9
Ravenna	1	9.500	1	4.200	2	13.700	3,9
Rimini	1	10.500	-	-	1	10.500	3,7
<b>Emilia Romagna</b>	<b>23</b>	<b>188.970</b>	<b>34</b>	<b>99.658</b>	<b>57</b>	<b>288.628</b>	<b>7,1</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Friuli Venezia Giulia

Friuli  
Venezia Giulia

Nel quadro recessivo nazionale del 2009, che non risparmia alcuna area territoriale, la flessione dell'economia friulana risulta, secondo le nostre stime, meno intensa della media italiana ma appena più marcata di quella nord-orientale. La spesa per consumi mostra in questa regione una frenata superiore sia a quella del Nord Est sia a quella media italiana, a fronte di un profilo relativamente migliore del reddito disponibile in termini reali.

La regione presenta un reddito medio pro capite in termini nominali di 20.502 Euro, decisamente superiore alla media nazionale ma inferiore a quella del Nord Est.

Rispetto al 2008 il Friuli manifesta la migliore tenuta in termini di reddito per abitante tra le regioni nord-orientali, in calo dello 0,2% rispetto ad una contrazione media dello 0,9%. Dal detta-

glio provinciale emerge una distribuzione del reddito non omogenea: la provincia di Trieste, con un reddito per abitante di 23.425 Euro, mostra un gap positivo consistente con la media regionale.

Nel 2009 la spesa per beni durevoli in Friuli Venezia Giulia ha presentato una flessione (-7,3% a valori correnti) in linea con quella media nazionale (-7,5%). La riduzione della spesa per famiglia in valore ha colpito prevalentemente il comparto dei mobili (-8,5%) e dei bruni (-8,4%), mentre l'acquisto di auto è risultato positivo in numero (+7,7%) grazie ai benefici fiscali concessi alle famiglie, che hanno abbassato il prezzo finale e portato, conseguentemente, ad un contenimento della spesa corrente (-6,1% la spesa per famiglia). A livello provinciale, Udine si conferma la città con il maggiore livello di spesa media familiare per articoli durevoli (2.623 Euro per famiglia), seguita da Gorizia: a Udine i livelli di spesa sono superiori a quelli delle altre province solo per l'acquisto di auto usate ed elettrodomestici bianchi e piccoli mentre per gli altri beni non vi è una provincia che detenga il primato in maniera diffusa.

## Dati regionali >>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (in Euro)		
	2007	2008	2009
Trieste	22.510	23.280	23.425
Udine	19.893	20.319	20.279
Gorizia	19.354	19.896	19.851
Pordenone	18.852	19.174	18.999
<b>Friuli Venezia Giulia</b>	<b>20.075</b>	<b>20.548</b>	<b>20.502</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Trieste	3,4%	0,6%
Udine	2,1%	-0,2%
Gorizia	2,8%	-0,2%
Pordenone	1,7%	-0,9%
<b>Friuli Venezia Giulia</b>	<b>2,4%</b>	<b>-0,2%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>



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 (mln Euro)

Friuli Venezia Giulia								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	657	528	-19,6%	503	-4,7%	33,9	34,9	-1,6
Auto usate	368	351	-4,6%	304	-13,4%	22,5	21,0	-3,0
Motoveicoli	51	49	-4,2%	49	-0,4%	3,1	3,4	0,0
Elettr. bianchi + piccoli	107	105	-2,1%	99	-5,3%	6,7	6,9	-0,4
Elettrod. bruni	96	89	-7,2%	82	-7,0%	5,7	5,7	-0,4
Mobili	394	401	1,7%	373	-7,1%	25,8	25,8	-1,8
Informatica famiglie	38	34	-10,1%	33	-3,1%	2,2	2,3	-0,1
<b>Durevoli</b>	<b>1.711</b>	<b>1.557</b>	<b>-9,0%</b>	<b>1.444</b>	<b>-7,3%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-7,3</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Parco circolante		
Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Udine	22.298	18.417	18.594	Udine	341.950	345.753
Pordenone	13.034	11.573	10.975	Pordenone	162.570	163.722
Trieste	9.193	7.439	7.619	Trieste	136.280	137.151
Gorizia	6.586	5.444	6.556	Gorizia	83.362	83.294
<b>Friuli V. G.</b>	<b>51.111</b>	<b>42.873</b>	<b>43.744</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>724.162</b>	<b>729.920</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)			Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
Province	2008	2009	Province	2009
Gorizia	-17,3%	20,4%	Udine	1,1%
Trieste	-19,1%	2,4%	Pordenone	0,7%
Udine	-17,4%	1,0%	Trieste	0,6%
Pordenone	-11,2%	-5,2%	Gorizia	-0,1%
<b>Friuli V. G.</b>	<b>-16,1%</b>	<b>2,0%</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>0,8%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Udine	3.737	3.744	2.741
Gorizia	1.439	1.459	1.959
Pordenone	2.380	2.835	1.851
Trieste	1.079	1.120	885
<b>Friuli V. G.</b>	<b>8.635</b>	<b>9.158</b>	<b>7.436</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Gorizia	1,4%	34,3%
Trieste	3,8%	-21,0%
Udine	0,2%	-26,8%
Pordenone	19,1%	-34,7%
<b>Friuli V. G.</b>	<b>6,1%</b>	<b>-18,8%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Udine	18.561	14.673	15.853	Udine	286	229	219	Gorizia	962	972
Pordenone	10.654	8.738	9.124	Pordenone	165	137	127	Pordenone	1.067	966
Trieste	8.114	6.319	6.734	Trieste	126	100	94	Udine	965	906
Gorizia	5.147	3.985	4.597	Gorizia	80	62	64	Trieste	824	773
<b>Friuli V. G.</b>	<b>42.476</b>	<b>33.715</b>	<b>36.308</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>657</b>	<b>528</b>	<b>503</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>957</b>	<b>899</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove		Province	Var. consumi com- plessivi auto nuove		Province	Variazione spesa per famiglia auto nuove
	2008	2009		2008	2009		2009
Gorizia	-22,6%	15,4%	Gorizia	-21,5%	2,1%	Gorizia	1,0%
Udine	-20,9%	8,0%	Udine	-19,9%	-4,4%	Udine	-6,1%
Trieste	-22,1%	6,6%	Trieste	-21,1%	-5,7%	Trieste	-6,2%
Pordenone	-18,0%	4,4%	Pordenone	-16,9%	-7,6%	Pordenone	-9,5%
<b>Friuli V. G.</b>	<b>-20,6%</b>	<b>7,7%</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>-19,6%</b>	<b>-4,7%</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>-6,1%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2007	2008	2009	Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Udine	25.907	24.245	22.630	Udine	171	162	140	Udine	682	578
Pordenone	13.900	13.072	12.271	Pordenone	88	83	72	Pordenone	646	545
Trieste	8.915	8.524	7.994	Trieste	67	66	57	Gorizia	613	532
Gorizia	6.431	6.060	5.752	Gorizia	41	40	35	Trieste	543	472
<b>Friuli V. G.</b>	<b>55.153</b>	<b>51.901</b>	<b>48.647</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>368</b>	<b>351</b>	<b>304</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>635</b>	<b>542</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Variazione numero auto usate			Var. consumi complessivi auto usate			Variazione spesa per famiglia auto usate	
Province	2008	2009	Province	2008	2009	Province	2009
Gorizia	-5,8%	-5,1%	Gorizia	-4,1%	-12,3%	Trieste	-13,1%
Pordenone	-6,0%	-6,1%	Trieste	-2,1%	-12,6%	Gorizia	-13,2%
Trieste	-4,4%	-6,2%	Udine	-5,3%	-13,7%	Udine	-15,3%
Udine	-6,4%	-6,7%	Pordenone	-5,4%	-13,9%	Pordenone	-15,6%
<b>Friuli V. G.</b>	<b>-5,9%</b>	<b>-6,3%</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>-4,6%</b>	<b>-13,4%</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>-14,7%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Trieste	4.213	4.096	4.637	Trieste	72.187	72.417
Udine	3.263	3.133	3.010	Udine	69.843	68.135
Pordenone	1.965	1.934	1.674	Pordenone	40.319	38.421
Gorizia	1.497	1.478	1.394	Gorizia	31.163	32.045
<b>Friuli V. G.</b>	<b>10.938</b>	<b>10.641</b>	<b>10.715</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>213.512</b>	<b>211.018</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Variazione vendite (in numero motoveicoli)			Variazione parco circolante motoveicoli	
Province	2008	2009	Province	2009
Trieste	-2,8%	13,2%	Gorizia	2,8%
Udine	-4,0%	-3,9%	Trieste	0,3%
Gorizia	-1,3%	-5,7%	Udine	-2,4%
Pordenone	-1,6%	-13,4%	Pordenone	-4,7%
<b>Friuli V. G.</b>	<b>-2,7%</b>	<b>0,7%</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>-1,2%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Trieste	19	18	20	Trieste	151	167
Udine	16	15	15	Gorizia	100	89
Pordenone	9	9	8	Udine	63	61
Gorizia	7	6	6	Pordenone	70	60
<b>Friuli V. G.</b>	<b>51</b>	<b>49</b>	<b>49</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>89</b>	<b>87</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province	Variazione consumi complessivi motoveicoli		Province	Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009		2008	2009
Trieste	-4,8%	10,6%	Trieste	-	10,0%
Udine	-6,5%	-2,4%	Udine	-	-4,1%
Gorizia	-1,4%	-9,9%	Gorizia	-	-10,9%
Pordenone	-1,0%	-12,6%	Pordenone	-	-14,4%
<b>Friuli V. G.</b>	<b>-4,2%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>Friuli V. G.</b>	-	<b>-1,9%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	-	<b>-7,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Udine	48	48	46	Udine	202	190
Trieste	23	23	22	Trieste	194	184
Pordenone	23	21	20	Gorizia	187	169
Gorizia	13	12	11	Pordenone	167	152
<b>Friuli V. G.</b>	<b>107</b>	<b>105</b>	<b>99</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>190</b>	<b>177</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bianchi e piccoli		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bianchi e piccoli	
	2008	2009		2008	2009
Udine	-1,1%	-4,0%	Trieste	-	-5,3%
Trieste	0,7%	-4,7%	Udine	-	-5,7%
Pordenone	-5,8%	-7,1%	Pordenone	-	-8,9%
Gorizia	-4,8%	-8,5%	Gorizia	-	-9,4%
<b>Friuli V. G.</b>	<b>-2,1%</b>	<b>-5,3%</b>	<b>Friuli V. G.</b>	-	<b>-6,7%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	-	<b>-6,5%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Udine	42	39	37	Trieste	169	157
Trieste	21	20	19	Udine	165	153
Pordenone	21	19	18	Pordenone	149	134
Gorizia	11	10	9	Gorizia	152	133
<b>Friuli V. G.</b>	<b>96</b>	<b>89</b>	<b>82</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>161</b>	<b>147</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2009	
Udine	-6,1%	-5,5%	Trieste	-7,0%	
Trieste	-3,9%	-6,5%	Udine	-7,2%	
Pordenone	-10,8%	-8,3%	Pordenone	-10,2%	
Gorizia	-10,5%	-11,3%	Gorizia	-12,2%	
<b>Friuli V. G.</b>	<b>-7,2%</b>	<b>-7,0%</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>-8,4%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Mobili

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Udine	173	176	163	Pordenone	766	689
Pordenone	99	99	90	Udine	742	675
Trieste	76	80	76	Gorizia	718	662
Gorizia	45	47	43	Trieste	661	622
<b>Friuli V. G.</b>	<b>394</b>	<b>401</b>	<b>373</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>727</b>	<b>666</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2009	
Trieste	5,0%	-5,4%	Trieste	-5,9%	
Gorizia	2,5%	-6,8%	Gorizia	-7,7%	
Udine	1,6%	-7,3%	Udine	-9,0%	
Pordenone	-0,9%	-8,2%	Pordenone	-10,0%	
<b>Friuli V. G.</b>	<b>1,7%</b>	<b>-7,1%</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>-8,5%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Informatica famiglia

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Udine	17	15	15	Trieste	66	64
Trieste	9	8	8	Udine	63	60
Pordenone	9	7	7	Gorizia	61	59
Gorizia	4	4	4	Pordenone	57	54
<b>Friuli V. G.</b>	<b>38</b>	<b>34</b>	<b>33</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>62</b>	<b>59</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2008	2009
Gorizia	-9,9%	-2,9%	Gorizia	-3,9%	-3,9%
Udine	-10,3%	-3,0%	Trieste	-4,1%	-4,1%
Pordenone	-13,6%	-3,1%	Udine	-4,8%	-4,8%
Trieste	-6,3%	-3,6%	Pordenone	-5,1%	-5,1%
<b>Friuli V. G.</b>	<b>-10,1%</b>	<b>-3,1%</b>	<b>Friuli V. G.</b>	<b>-4,6%</b>	<b>-4,6%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	<b>-3,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri 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
Pordenone	-	-	3	9.708	3	9.708	3,3
Trieste	1	6.400	-	-	1	6.400	2,7
<b>Friuli Venezia Giulia</b>	<b>7</b>	<b>48.200</b>	<b>16</b>	<b>50.848</b>	<b>23</b>	<b>99.048</b>	<b>8,3</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Lazio



La dinamica recessiva dell'economia laziale nel 2009 è risultata più contenuta rispetto alla flessione media italiana e delle regioni centrali, grazie a una migliore dinamica delle esportazioni che, sia al Centro sia in regione, cadono meno della media. Più attenuata della media italiana la perdita di reddito disponibile che in termini reali è stata tra le più modeste sulla penisola. Il reddito pro capite regionale espresso a valori correnti, invece, si è ridotto rispetto al 2008 dello 0,5%, in linea con la media italiana, attestandosi nel 2009 a 18.792 Euro. Tale livello posiziona la regione sopra la media italiana (18.061 Euro) ma su valori inferiori a quelli medi del Centro. Si rilevano divari importanti, in termini di reddito per abitante, tra la provincia di Roma e le altre province laziali (nel 2009 un abitante di Roma disponeva in media di un reddito di 19.523 Euro a fronte

dei 16.537 Euro a disposizione di un abitante di Frosinone). Nel corso del 2009 la flessione che ha colpito la spesa per beni durevoli a livello nazionale (-7,5% a valori correnti) si presenta meno accentuata in Lazio (-6% a valori correnti).

Le famiglie laziali continuano a presentare acquisti poco allineati alla media italiana per quanto riguarda il capitolo "mobilità": più vivace l'acquisto di auto da parte di persone fisiche (+13,9% le immatricolazioni contro una media italiana di +8,4%), decisamente peggiore della media italiana l'acquisto di motoveicoli (-10,9% a fronte di una media italiana di -5%). Anche nei capitoli di spesa legati all'elettronica (bruni e informatica) il Lazio ha presentato un andamento migliore della media nazionale, in buona parte imputabile al passaggio al digitale terrestre di questa regione nel corso del 2009.

Roma detiene saldamente il primato della spesa media familiare per beni durevoli rispetto alle altre province della regione, livello che risulta superiore anche alla media delle regioni del Centro e alla media italiana (2.719 Euro per famiglia contro 2.475 Euro del totale Italia).

## Dati regionali >>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (in Euro)		
	2007	2008	2009
Roma	19.586	19.649	19.523
Viterbo	17.743	17.735	17.659
Latina	16.705	16.675	16.607
Rieti	16.457	16.532	16.557
Frosinone	16.214	16.446	16.537
<b>Lazio</b>	<b>18.816</b>	<b>18.882</b>	<b>18.792</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Frosinone	1,4%	0,6%
Rieti	0,5%	0,2%
Latina	-0,2%	-0,4%
Viterbo	0,0%	-0,4%
Roma	0,3%	-0,6%
<b>Lazio</b>	<b>0,4%</b>	<b>-0,5%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>

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 (mln Euro)

Lazio								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	2.474	2.063	-16,6%	2.079	0,8%	31,4	33,6	0,2
Auto usate	1.859	1.794	-3,5%	1.551	-13,5%	27,3	25,1	-3,7
Motoveicoli	348	293	-15,6%	258	-12,1%	4,5	4,2	-0,5
Elettr. bianchi + piccoli	369	365	-1,1%	351	-3,8%	5,6	5,7	-0,2
Elettrod. bruni	383	354	-7,7%	353	-0,2%	5,4	5,7	0,0
Mobili	1.542	1.575	2,1%	1.458	-7,4%	24,0	23,6	-1,8
Informatica famiglie	148	130	-11,6%	132	0,9%	2,0	2,1	0,0
<b>Durevoli</b>	<b>7.121</b>	<b>6.574</b>	<b>-7,7%</b>	<b>6.181</b>	<b>-6,0%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-6,0</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)			Parco circolante			
Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Roma	353.409	340.208	280.216	Roma	2.780.140	2.782.645
Latina	16.835	13.967	14.689	Latina	249.670	250.332
Frosinone	13.843	11.927	12.725	Frosinone	234.623	233.217
Viterbo	11.201	9.289	9.573	Viterbo	155.270	157.584
Rieti	5.377	4.424	4.357	Rieti	67.307	68.285
<b>Lazio</b>	<b>400.665</b>	<b>379.815</b>	<b>321.560</b>	<b>Lazio</b>	<b>3.487.010</b>	<b>3.492.063</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)			Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)		
Province	2008	2009	Province	2009	
Frosinone	-13,8%	6,7%	Viterbo	1,5%	
Latina	-17,0%	5,2%	Rieti	1,5%	
Viterbo	-17,1%	3,1%	Latina	0,3%	
Rieti	-17,7%	-1,5%	Roma	0,1%	
Roma	-3,7%	-17,6%	Frosinone	-0,6%	
<b>Lazio</b>	<b>-5,2%</b>	<b>-15,3%</b>	<b>Lazio</b>	<b>0,1%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>	

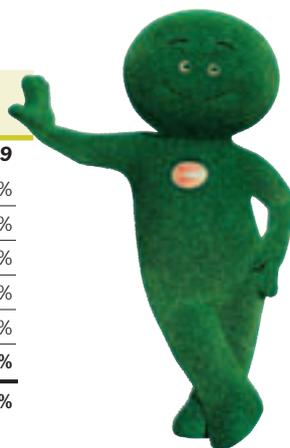
Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Roma	229.549	238.667	163.476
Frosinone	2.288	2.077	1.482
Latina	2.084	1.814	1.287
Viterbo	1.582	1.312	960
Rieti	755	662	277
<b>Lazio</b>	<b>236.258</b>	<b>244.532</b>	<b>167.482</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Viterbo	-17,1%	-26,8%
Frosinone	-9,2%	-28,6%
Latina	-13,0%	-29,1%
Roma	4,0%	-31,5%
Rieti	-12,3%	-58,2%
<b>Lazio</b>	<b>3,5%</b>	<b>-31,5%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic



## Panorama auto nuove (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Roma	123.860	101.541	116.740	Roma	1.866	1.550	1.577	Roma	927	922
Latina	14.751	12.153	13.402	Latina	220	184	179	Viterbo	908	841
Frosinone	11.555	9.850	11.243	Frosinone	174	150	152	Latina	848	799
Viterbo	9.619	7.977	8.613	Viterbo	145	122	117	Rieti	820	769
Rieti	4.622	3.762	4.080	Rieti	68	56	54	Frosinone	770	765
<b>Lazio</b>	<b>164.407</b>	<b>135.283</b>	<b>154.0781</b>	<b>Lazio</b>	<b>2.474</b>	<b>2.063</b>	<b>2.079</b>	<b>Lazio</b>	<b>902</b>	<b>887</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove		Province	Var. consumi complessivi auto nuove		Province	Variazione spesa per famiglia auto nuove	
	2008	2009		2008	2009		2009	
Roma	-18,0%	15,0%	Roma	-16,9%	1,7%	Frosinone	-0,5%	
Frosinone	-14,8%	14,1%	Frosinone	-13,6%	1,0%	Roma	-0,6%	
Latina	-17,6%	10,3%	Latina	-16,5%	-2,4%	Latina	-5,7%	
Rieti	-18,6%	8,5%	Rieti	-17,5%	-4,0%	Rieti	-6,2%	
Viterbo	-17,1%	8,0%	Viterbo	-16,0%	-4,5%	Viterbo	-7,4%	
<b>Lazio</b>	<b>-17,7%</b>	<b>13,9%</b>	<b>Lazio</b>	<b>-16,6%</b>	<b>0,8%</b>	<b>Lazio</b>	<b>-1,6%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2007	2008	2009	Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Roma	216.795	207.289	196.533	Roma	1.389	1.342	1.166	Roma	803	682
Latina	30.672	30.044	27.403	Latina	166	163	137	Viterbo	762	640
Frosinone	27.621	25.786	23.794	Frosinone	146	139	119	Latina	753	610
Viterbo	18.665	17.552	16.548	Viterbo	109	102	89	Frosinone	712	600
Rieti	9.332	8.870	8.234	Rieti	49	47	40	Rieti	687	576
Lazio	<b>303.085</b>	<b>289.541</b>	<b>272.512</b>	Lazio	<b>1.859</b>	<b>1.794</b>	<b>1.551</b>	Lazio	<b>784</b>	<b>662</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Variazione numero auto usate			Var. consumi complessivi auto usate			Variazione spesa per famiglia auto usate	
Province	2008	2009	Province	2008	2009	Province	2009
Roma	-4,4%	-5,2%	Roma	-3,4%	-13,1%	Roma	-15,1%
Viterbo	-6,0%	-5,7%	Viterbo	-5,6%	-13,4%	Frosinone	-15,7%
Rieti	-5,0%	-7,2%	Rieti	-3,9%	-14,3%	Viterbo	-16,1%
Frosinone	-6,6%	-7,7%	Frosinone	-4,8%	-14,4%	Rieti	-16,2%
Latina	-2,0%	-8,8%	Latina	-1,7%	-16,2%	Latina	-19,1%
Lazio	<b>-4,5%</b>	<b>-5,9%</b>	Lazio	<b>-3,5%</b>	<b>-13,5%</b>	Lazio	<b>-15,6%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Roma	55.440	45.278	39.708	Roma	697.457	685.731
Latina	5.159	4.841	4.882	Latina	66.870	67.323
Viterbo	2.924	2.519	2.428	Viterbo	56.457	54.163
Frosinone	2.862	2.795	2.385	Frosinone	51.965	50.811
Rieti	1.477	1.336	1.184	Rieti	28.037	28.144
Lazio	<b>67.862</b>	<b>56.769</b>	<b>50.587</b>	Lazio	<b>900.786</b>	<b>886.172</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Variazione vendite (in numero motoveicoli)			Variazione parco circolante motoveicoli	
Province	2008	2009	Province	2009
Latina	-6,2%	0,8%	Latina	0,7%
Viterbo	-13,9%	-3,6%	Rieti	0,4%
Rieti	-9,5%	-11,4%	Roma	-1,7%
Roma	-18,3%	-12,3%	Frosinone	-2,2%
Frosinone	-2,3%	-14,7%	Viterbo	-4,1%
Lazio	<b>-16,3%</b>	<b>-10,9%</b>	Lazio	<b>-1,6%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Roma	288	238	206	Roma	142	120
Latina	24	23	23	Latina	106	102
Viterbo	15	13	12	Viterbo	94	89
Frosinone	14	14	11	Rieti	87	76
Rieti	7	6	5	Frosinone	69	57
Lazio	<b>348</b>	<b>293</b>	<b>258</b>	Lazio	<b>128</b>	<b>110</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province	Variazione consumi complessivi motoveicoli		Province	Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009		2008	2009
Latina	-4,9%	-0,5%	Latina	-3,9%	
Viterbo	-16,0%	-2,8%	Viterbo	-5,8%	
Rieti	-10,0%	-10,9%	Rieti	-12,9%	
Roma	-17,3%	-13,5%	Roma	-15,5%	
Frosinone	-3,1%	-16,6%	Frosinone	-17,9%	
Lazio	<b>-15,6%</b>	<b>-12,1%</b>	Lazio	<b>-14,2%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

### Elettrodomestici bianchi e piccoli

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Roma	287	284	274	Roma	170	160
Latina	29	29	27	Frosinone	137	129
Frosinone	26	27	26	Latina	133	122
Viterbo	18	17	16	Viterbo	127	115
Rieti	9	8	8	Rieti	123	108
Lazio	<b>369</b>	<b>365</b>	<b>351</b>	Lazio	<b>160</b>	<b>150</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bianchi e piccoli		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bianchi e piccoli	
	2008	2009		2008	2009
Roma	-1,1%	-3,3%	Roma	-5,5%	
Frosinone	2,5%	-4,0%	Frosinone	-5,5%	
Latina	-1,8%	-5,0%	Latina	-8,2%	
Viterbo	-3,3%	-6,8%	Viterbo	-9,6%	
Rieti	-5,5%	-10,4%	Rieti	-12,4%	
Lazio	<b>-1,1%</b>	<b>-3,8%</b>	Lazio	<b>-6,1%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Roma	297	274	275	Roma	164	161
Latina	32	30	29	Frosinone	142	139
Frosinone	29	28	28	Latina	136	130
Viterbo	17	15	15	Viterbo	112	105
Rieti	9	7	7	Rieti	108	98
<b>Lazio</b>	<b>383</b>	<b>354</b>	<b>353</b>	<b>Lazio</b>	<b>155</b>	<b>151</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2009	
Roma	-7,7%	0,4%	Roma	-1,9%	
Frosinone	-4,2%	-0,5%	Frosinone	-2,0%	
Latina	-8,3%	-1,3%	Latina	-4,7%	
Viterbo	-11,3%	-3,1%	Viterbo	-6,1%	
Rieti	-13,7%	-7,3%	Rieti	-9,3%	
<b>Lazio</b>	<b>-7,7%</b>	<b>-0,2%</b>	<b>Lazio</b>	<b>-2,5%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Mobili

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Roma	1.127	1.138	1.052	Frosinone	767	708
Latina	149	153	142	Latina	707	632
Frosinone	138	150	140	Roma	681	615
Viterbo	84	88	81	Rieti	667	607
Rieti	44	46	43	Viterbo	651	587
<b>Lazio</b>	<b>1.542</b>	<b>1.575</b>	<b>1.458</b>	<b>Lazio</b>	<b>689</b>	<b>623</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2009	
Frosinone	8,9%	-6,3%	Frosinone	-7,7%	
Rieti	4,8%	-6,8%	Rieti	-8,9%	
Viterbo	3,7%	-7,0%	Roma	-9,7%	
Latina	3,2%	-7,4%	Viterbo	-9,9%	
Roma	0,9%	-7,6%	Latina	-10,6%	
<b>Lazio</b>	<b>2,1%</b>	<b>-7,4%</b>	<b>Lazio</b>	<b>-9,6%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Informatica famiglia

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Roma	114	100	101	Roma	60	59
Latina	12	11	11	Frosinone	53	54
Frosinone	11	10	11	Latina	51	50
Viterbo	7	6	6	Rieti	44	44
Rieti	3	3	3	Viterbo	43	43
Lazio	148	130	132	Lazio	57	56
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2009	
Rieti	-10,7%	3,8%	Rieti	1,4%	
Viterbo	-12,4%	3,2%	Frosinone	0,8%	
Frosinone	-7,0%	2,3%	Viterbo	0,0%	
Latina	-11,3%	1,5%	Roma	-1,8%	
Roma	-12,1%	0,4%	Latina	-2,0%	
Lazio	-11,6%	0,9%	Lazio	-1,5%	
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri ogni 100 abitanti
Frosinone	4	27.663	3	10.800	7	38.463	7,9
Latina	4	23.610	3	11.700	7	35.310	6,9
Roma	11	86.750	32	96.755	43	183.505	4,9
Viterbo	2	10.000	1	2.600	3	12.600	4,3
Rieti	-	-	1	3.100	1	3.100	2,0
Lazio	21	148.023	40	124.955	61	272.978	5,2
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Liguria



Il calo delle attività economiche liguri si è allineato nel 2009 a quello medio dell'area nord-occidentale, mostrando in termini reali una perdita meno pesante rispetto a quella che ha interessato l'intero territorio nazionale.

La regione è la sola che presenta una dinamica positiva della domanda estera nel 2009, mentre mostrano una caduta più accentuata della media sia gli investimenti che la spesa per consumi, espressi in termini reali. Il reddito disponibile delle famiglie liguri - sempre valutato al netto dell'inflazione - ha evidenziato una sostanziale tenuta, sostenuto anche da una caduta occupazionale meno accentuata della media, cosicché la Liguria è tra le poche regioni a registrare, nel 2009, un incremento del reddito per abitante espresso a valori correnti (+0,4%).

In Liguria il livello di reddito pro capite è tra i più elevati d'Italia (20.742 Euro) anche se leggermente inferiore alla media del Nord Ovest. La provincia di Genova si colloca al primo posto in regione,

con un reddito per abitante di 21.561 Euro, mostrando un buon posizionamento anche a livello nazionale.

Nel 2009 in Liguria i consumi per i beni durevoli hanno subito una flessione in valore inferiore a quella media nazionale, registrando un risultato particolarmente positivo nell'acquisto di motoveicoli, cresciuto del 5,7% in termini di spesa per famiglia e del 9,6% in termini di immatricolato (a fronte di una media italiana di -5% in numero di pezzi): la ragione di tale andamento risiede nel fatto che in questa regione il peso degli acquisti di moto di bassa cilindrata, maggiormente sostenuti dagli incentivi nel 2009, è decisamente superiore al dato medio delle altre regioni. Savona è la città in cui la spesa media per famiglia per articoli durevoli ha presentato la minore flessione, proprio grazie agli acquisti dell'area della "mobilità": le immatricolazioni di motoveicoli hanno presentato una crescita del 23% (+14,7% la spesa in valore) e quelle di auto intestate a persone fisiche dell'11,7% (-2,3% la spesa per famiglia in valore). Genova, invece, continua a presentare il minore livello di spesa familiare per l'aggregato in analisi, attribuibile ad un modello di consumo, determinato dalla maggior presenza di popolazione anziana, che predilige la spesa per servizi a quella per beni durevoli.

## Dati regionali >>>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (in Euro)		
	2007	2008	2009
Genova	20.960	21.439	21.561
Savona	19.982	20.414	20.468
La Spezia	19.131	19.543	19.630
Imperia	18.806	19.041	18.955
<b>Liguria</b>	<b>20.241</b>	<b>20.667</b>	<b>20.742</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Genova	2,3%	0,6%
La Spezia	2,1%	0,4%
Savona	2,2%	0,3%
Imperia	1,2%	-0,4%
<b>Liguria</b>	<b>2,1%</b>	<b>0,4%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>



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 (mln Euro)

Liguria								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	716	588	-17,9%	554	-5,8%	32,9	33,3	-1,9
Auto usate	413	401	-2,9%	345	-14,0%	22,4	20,8	-3,1
Motoveicoli	158	147	-6,8%	157	6,6%	8,2	9,4	0,5
Elettr. bianchi + piccoli	111	108	-3,0%	100	-7,1%	6,0	6,0	-0,4
Elettrod. bruni	109	100	-7,8%	98	-2,5%	5,6	5,9	-0,1
Mobili	398	403	1,2%	370	-8,1%	22,5	22,2	-1,8
Informatica famiglie	45	41	-9,9%	39	-4,5%	2,3	2,4	-0,1
<b>Durevoli</b>	<b>1.950</b>	<b>1.788</b>	<b>-8,3%</b>	<b>1.662</b>	<b>-7,0%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-7,0</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Genova	30.867	26.101	25.940	Genova	422.808	423.166
Savona	11.499	9.142	9.508	Savona	166.261	165.168
La Spezia	9.191	7.914	7.824	Imperia	117.058	116.931
Imperia	7.847	6.311	6.196	La Spezia	113.846	114.097
<b>Liguria</b>	<b>59.404</b>	<b>49.468</b>	<b>49.468</b>	<b>Liguria</b>	<b>819.973</b>	<b>819.362</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)		Province	Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
	2008	2009		2008	2009
Savona	-20,5%	4,0%	La Spezia	0,2%	
Genova	-15,4%	-0,6%	Genova	0,1%	
La Spezia	-13,9%	-1,1%	Imperia	-0,1%	
Imperia	-19,6%	-1,8%	Savona	-0,7%	
<b>Liguria</b>	<b>-16,7%</b>	<b>0,0%</b>	<b>Liguria</b>	<b>-0,1%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Genova	5.657	5.290	3.921
Savona	1.778	1.646	1.137
La Spezia	1.062	1.133	720
Imperia	1.007	959	626
<b>Liguria</b>	<b>9.504</b>	<b>9.028</b>	<b>6.404</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Genova	-6,5%	-25,9%
Savona	-7,4%	-30,9%
Imperia	-4,8%	-34,7%
La Spezia	6,7%	-36,5%
<b>Liguria</b>	<b>-5,0%</b>	<b>-29,1%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic



## Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2007	2008	2009	Province	2007	2008	2009	2008	2009	
Genova	25.210	20.811	22.019	Genova	363	304	284	La Spezia	951	873
Savona	9.721	7.496	8.371	Savona	137	107	106	Savona	759	741
La Spezia	8.129	6.781	7.104	La Spezia	116	98	91	Imperia	746	682
Imperia	6.840	5.352	5.570	Imperia	99	79	73	Genova	701	652
<b>Liguria</b>	<b>49.900</b>	<b>40.440</b>	<b>43.064</b>	<b>Liguria</b>	<b>716</b>	<b>588</b>	<b>554</b>	<b>Liguria</b>	<b>751</b>	<b>701</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Variazione immatricolazioni auto nuove			Var. consumi complessivi auto nuove		Variazione spesa per famiglia auto nuove	
Province	2008	2009	Province	2008	2009	2009
Savona	-22,9%	11,7%	Savona	-21,9%	-1,2%	-2,3%
Genova	-17,4%	5,8%	Genova	-16,3%	-6,4%	-7,0%
La Spezia	-16,6%	4,8%	La Spezia	-15,5%	-7,3%	-8,2%
Imperia	-21,8%	4,1%	Imperia	-20,7%	-7,9%	-8,6%
<b>Liguria</b>	<b>-19,0%</b>	<b>6,5%</b>	<b>Liguria</b>	<b>-17,9%</b>	<b>-5,8%</b>	<b>-6,6%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>-5,6%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)			Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)				
Province	2007	2008	2009	Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Genova	34.169	32.281	29.601	Genova	219	211	180	Savona	548	476
Savona	13.374	12.589	11.968	Savona	81	78	68	La Spezia	543	460
Imperia	9.782	9.469	9.035	Imperia	57	56	49	Imperia	530	460
La Spezia	9.457	9.395	8.689	La Spezia	55	56	48	Genova	488	412
Liguria	<b>66.782</b>	<b>63.734</b>	<b>59.293</b>	Liguria	<b>413</b>	<b>401</b>	<b>345</b>	Liguria	<b>512</b>	<b>437</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Variazione numero auto usate			Var. consumi complessivi auto usate		Variazione spesa per famiglia auto usate		
Province	2008	2009	2008	2009	2009		
Imperia	-3,2%	-4,6%	Savona	-4,2%	-12,1%	Imperia	-13,1%
Savona	-5,9%	-4,9%	Imperia	-2,4%	-12,4%	Savona	-13,1%
La Spezia	-0,7%	-7,5%	La Spezia	1,1%	-14,3%	La Spezia	-15,2%
Genova	-5,5%	-8,3%	Genova	-3,5%	-15,0%	Genova	-15,5%
Liguria	<b>-4,6%</b>	<b>-7,0%</b>	Liguria	<b>-2,9%</b>	<b>-14,0%</b>	Liguria	<b>-14,7%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)			Parco circolante			
Province	2007	2008	2009	2008	2009	
Genova	19.497	17.994	19.150	Genova	234.140	233.844
Savona	5.320	4.776	5.877	Savona	97.824	98.424
Imperia	4.779	4.576	5.171	Imperia	70.133	70.296
La Spezia	3.439	3.220	3.301	La Spezia	60.341	61.450
Liguria	<b>33.035</b>	<b>30.566</b>	<b>33.499</b>	Liguria	<b>462.438</b>	<b>464.014</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Variazione vendite (in numero motoveicoli)			Variazione parco circolante motoveicoli	
Province	2008	2009	2009	
Savona	-10,2%	23,1%	La Spezia	1,8%
Imperia	-4,2%	13,0%	Savona	0,6%
Genova	-7,7%	6,4%	Imperia	0,2%
La Spezia	-6,4%	2,5%	Genova	-0,1%
Liguria	<b>-7,5%</b>	<b>9,6%</b>	Liguria	<b>0,3%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Genova	94	88	90	Imperia	195	219
Savona	26	24	28	Genova	202	207
Imperia	21	21	23	Savona	168	193
La Spezia	17	15	16	La Spezia	148	151
<b>Liguria</b>	<b>158</b>	<b>147</b>	<b>157</b>	<b>Liguria</b>	<b>188</b>	<b>199</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province	Variazione consumi complessivi motoveicoli		Province	Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009		2008	2009
Savona	-9,8%	16,0%	Savona	14,7%	
Imperia	-2,8%	13,2%	Imperia	12,3%	
La Spezia	-8,1%	3,2%	Genova	2,4%	
Genova	-6,7%	3,1%	La Spezia	2,2%	
<b>Liguria</b>	<b>-6,8%</b>	<b>6,6%</b>	<b>Liguria</b>	<b>5,7%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Genova	61	61	57	Genova	140	132
Savona	21	20	18	Savona	139	126
Imperia	15	14	13	Imperia	133	119
La Spezia	14	13	12	La Spezia	127	114
<b>Liguria</b>	<b>111</b>	<b>108</b>	<b>100</b>	<b>Liguria</b>	<b>137</b>	<b>126</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bianchi e piccoli		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bianchi e piccoli	
	2008	2009		2008	2009
Genova	-1,1%	-5,4%	Genova	-6,1%	
Savona	-4,4%	-8,4%	Savona	-9,4%	
La Spezia	-5,4%	-9,9%	Imperia	-10,8%	
Imperia	-6,2%	-10,1%	La Spezia	-10,8%	
<b>Liguria</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-7,1%</b>	<b>Liguria</b>	<b>-7,9%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Genova	61	57	57	Genova	133	131
Savona	19	17	17	Imperia	125	117
Imperia	15	13	12	Savona	122	116
La Spezia	14	12	12	La Spezia	120	112
Liguria	<b>109</b>	<b>100</b>	<b>98</b>	Liguria	<b>128</b>	<b>124</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2008	2009
Genova	-5,9%	-0,8%	Genova	-1,5%	
Savona	-9,7%	-3,9%	Savona	-5,0%	
La Spezia	-10,3%	-5,5%	Imperia	-6,2%	
Imperia	-10,9%	-5,5%	La Spezia	-6,4%	
Liguria	<b>-7,8%</b>	<b>-2,5%</b>	Liguria	<b>-3,3%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Mobili

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Genova	218	222	205	La Spezia	547	495
Savona	70	70	65	Genova	514	469
La Spezia	55	56	52	Imperia	507	459
Imperia	54	53	49	Savona	496	452
Liguria	<b>398</b>	<b>403</b>	<b>370</b>	Liguria	<b>514</b>	<b>468</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2008	2009
Savona	0,7%	-7,8%	Genova	-8,6%	
Genova	1,8%	-8,0%	Savona	-8,9%	
La Spezia	1,7%	-8,6%	Imperia	-9,5%	
Imperia	-0,8%	-8,8%	La Spezia	-9,5%	
Liguria	<b>1,2%</b>	<b>-8,1%</b>	Liguria	<b>-8,9%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Informatica famiglia

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Genova	26	23	22	Genova	53	51
Savona	8	7	7	Imperia	52	49
Imperia	6	6	5	Savona	51	48
La Spezia	6	5	5	La Spezia	49	47
Liguria	45	41	39	Liguria	52	50
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2008	2009
La Spezia	-10,0%	-3,9%	La Spezia	-4,9%	-4,9%
Genova	-9,5%	-4,5%	Genova	-5,1%	-5,1%
Savona	-10,4%	-4,5%	Savona	-5,6%	-5,6%
Imperia	-11,0%	-5,1%	Imperia	-5,8%	-5,8%
Liguria	-9,9%	-4,5%	Liguria	-5,3%	-5,3%
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	<b>-3,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic



## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri 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
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Lombardia

Lombardia

La fase recessiva che ha coinvolto la regione si è concretizzata in una riduzione delle attività economiche lombarde più attenuata rispetto alla caduta dell'economia italiana e di quella media del Nord Ovest. Le principali componenti della domanda - esportazioni, investimenti e spesa per consumi - hanno registrato in termini reali, cali medi simili a quelli nazionali. Nel 2009 il reddito pro capite lombardo continua a collocarsi in seconda posizione dopo quello dell'Emilia Romagna, benché in lieve riduzione rispetto al 2008 (-0,5% come nella media nazionale), con un livello pari a 21.638 Euro per abitante (circa 3.500 Euro in più rispetto alla media italiana). Il dettaglio provinciale evidenzia una situazione eterogenea: la provincia di Milano, grazie a un reddito di 24.184 Euro, detiene il primato non

solo in regione ma anche a livello nazionale.

Nel corso del 2009 la spesa per articoli durevoli ha presentato in Lombardia una riduzione allineata a quella media italiana, un pò più ampia in termini di spesa per famiglia (-9,2% a fronte del -8,9% medio). Le immatricolazioni di auto da parte di persone fisiche sono cresciute poco meno della media italiana; quelle di motoveicoli si sono contratte più della media e anche gli acquisti in valore di beni per la casa (elettrodomestici, mobili, elettronica di consumo, informatica) hanno presentato una riduzione per famiglia superiore rispetto al resto d'Italia, nonostante la presenza più diffusa in questa regione di grandi superfici di vendita che avrebbe potuto favorire questi acquisti. A livello provinciale, le famiglie di Cremona, caratterizzate da un livello medio di spesa per articoli durevoli tra i più alti in Italia (2.921 Euro), detengono il primato regionale. I più elevati livelli di spesa media per famiglia si rilevano, tuttavia, a Lodi per le auto nuove (1.173 Euro), a Bergamo per i motocicli (117 Euro) e a Sondrio per gli acquisti di beni per la casa (1.177 Euro).

## Dati regionali >>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (in Euro)		
	2007	2008	2009
Milano	23.682	24.254	24.184
Sondrio	20.518	20.999	21.057
Cremona	20.764	20.996	20.856
Varese	20.526	20.919	20.837
Mantova	20.594	20.771	20.544
Lecco	19.975	20.347	20.314
Pavia	20.183	20.331	20.179
Como	19.193	19.608	19.586
Brescia	19.505	19.696	19.523
Bergamo	19.183	19.347	19.193
Lodi	18.041	18.230	18.087
<b>Lombardia</b>	<b>21.366</b>	<b>21.742</b>	<b>21.638</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Sondrio	2,3%	0,3%
Como	2,2%	-0,1%
Lecco	1,9%	-0,2%
Milano	2,4%	-0,3%
Varese	1,9%	-0,4%
Cremona	1,1%	-0,7%
Pavia	0,7%	-0,7%
Lodi	1,0%	-0,8%
Bergamo	0,9%	-0,8%
Brescia	1,0%	-0,9%
Mantova	0,9%	-1,1%
<b>Lombardia</b>	<b>1,8%</b>	<b>-0,5%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>

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 (mln Euro)

Lombardia								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	5.637	4.613	-18,2%	4.402	-4,6%	35,1	36,3	-1,6
Auto usate	3.062	2.916	-4,8%	2.504	-14,1%	22,2	20,6	-3,1
Motoveicoli	516	470	-8,9%	428	-9,1%	3,6	3,5	-0,3
Elettr. bianchi + piccoli	842	825	-2,1%	783	-5,1%	6,3	6,5	-0,3
Elettrod. bruni	799	743	-6,9%	735	-1,1%	5,7	6,1	-0,1
Mobili	3.229	3.266	1,1%	2.994	-8,3%	24,9	24,7	-2,1
Informatica famiglie	330	294	-10,9%	283	-3,7%	2,2	2,3	-0,1
<b>Durevoli</b>	<b>14.415</b>	<b>13.127</b>	<b>-8,9%</b>	<b>12.127</b>	<b>-7,6%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-7,6</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Milano	205.288	179.958	175.175	Milano	2.408.711	2.415.378
Brescia	53.742	54.925	45.604	Brescia	610.189	612.176
Bergamo	44.288	38.501	39.509	Bergamo	562.111	559.364
Varese	41.520	35.299	32.706	Varese	536.850	541.643
Como	28.743	23.852	23.362	Como	308.783	309.233
Pavia	26.485	22.231	22.065	Pavia	289.185	289.080
Mantova	16.479	14.167	13.395	Mantova	208.279	208.477
Cremona	15.454	13.007	13.349	Cremona	182.116	182.081
Lecco	15.147	12.288	11.961	Lecco	179.588	179.761
Lodi	9.985	8.492	8.486	Lodi	129.341	129.107
Sondrio	6.989	6.485	5.672	Sondrio	89.780	89.657
<b>Lombardia</b>	<b>464.120</b>	<b>409.205</b>	<b>391.283</b>	<b>Lombardia</b>	<b>5.504.933</b>	<b>5.515.957</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)		Province	Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
	2008	2009		2009	
Cremona	-15,8%	2,6%	Varese	0,9%	
Bergamo	-13,1%	2,6%	Brescia	0,3%	
Lodi	-15,0%	-0,1%	Milano	0,3%	
Pavia	-16,1%	-0,7%	Como	0,1%	
Como	-17,0%	-2,1%	Lecco	0,1%	
Milano	-12,3%	-2,7%	Mantova	0,1%	
Lecco	-18,9%	-2,7%	Cremona	0,0%	
Mantova	-14,0%	-5,5%	Pavia	0,0%	
Varese	-15,0%	-7,3%	Sondrio	-0,1%	
Sondrio	-7,2%	-12,5%	Lodi	-0,2%	
Brescia	2,2%	-17,0%	Bergamo	-0,5%	
<b>Lombardia</b>	<b>-11,8%</b>	<b>-4,4%</b>	<b>Lombardia</b>	<b>0,2%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Milano	65.431	68.138	50.963
Brescia	11.714	21.132	9.884
Bergamo	8.476	8.828	6.154
Varese	7.709	7.372	4.849
Como	5.381	5.121	3.733
Pavia	3.853	3.619	2.321
Cremona	2.462	2.474	1.801
Lecco	2.186	2.161	1.582
Mantova	2.470	2.521	1.506
Sondrio	1.495	2.573	1.457
Lodi	1.337	1.399	956
<b>Lombardia</b>	<b>112.514</b>	<b>125.338</b>	<b>85.206</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Milano	4,1%	-25,2%
Lecco	-1,1%	-26,8%
Como	-4,8%	-27,1%
Cremona	0,5%	-27,2%
Bergamo	4,2%	-30,3%
Lodi	4,6%	-31,7%
Varese	-4,4%	-34,2%
Pavia	-6,1%	-35,9%
Mantova	2,1%	-40,3%
Sondrio	72,1%	-43,4%
Brescia	80,4%	-53,2%
<b>Lombardia</b>	<b>11,4%</b>	<b>-32,0%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic



## Panorama auto nuove (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in n. di auto)			Province	Consumi compless. (mln Euro)			Province	Spesa per fam. (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Milano	139.857	111.820	124.212	Milano	2.251	1.824	1.793	Lodi	1.273	1.173
Brescia	42.028	33.793	35.720	Brescia	689	562	525	Pavia	1.242	1.146
Bergamo	35.812	29.673	33.355	Bergamo	573	481	479	Cremona	1.166	1.117
Varese	33.811	27.927	27.857	Varese	539	451	398	Como	1.214	1.106
Pavia	22.632	18.612	19.744	Pavia	361	301	283	Varese	1.239	1.076
Como	23.362	18.731	19.629	Como	362	294	273	Bergamo	1.094	1.069
Mantova	14.009	11.646	11.889	Mantova	225	189	171	Lecco	1.154	1.028
Cremona	12.992	10.533	11.548	Cremona	214	176	171	Mantova	1.134	1.005
Lecco	12.961	10.127	10.379	Lecco	201	159	144	Brescia	1.090	1.000
Lodi	8.648	7.093	7.530	Lodi	140	116	109	Milano	1.026	992
Sondrio	5.494	3.912	4.215	Sondrio	84	60	58	Sondrio	793	747
<b>Lombardia</b>	<b>351.606</b>	<b>283.867</b>	<b>306.077</b>	<b>Lombardia</b>	<b>5.637</b>	<b>4.613</b>	<b>4.402</b>	<b>Lombardia</b>	<b>1.097</b>	<b>1.030</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove		Province	Var. consumi complessivi auto nuove		Province	Variazione spesa per famiglia auto nuove	
	2008	2009		2008	2009		2009	
Bergamo	-17,1%	12,4%	Bergamo	-16,0%	-0,5%	Bergamo	-2,3%	
Milano	-20,0%	11,1%	Milano	-19,0%	-1,7%	Milano	-3,3%	
Cremona	-18,9%	9,6%	Cremona	-17,9%	-3,0%	Cremona	-4,2%	
Sondrio	-28,8%	7,7%	Sondrio	-27,9%	-4,7%	Sondrio	-5,8%	
Lodi	-18,0%	6,2%	Lodi	-16,9%	-6,1%	Pavia	-7,7%	
Pavia	-17,8%	6,1%	Pavia	-16,7%	-6,1%	Lodi	-7,8%	
Brescia	-19,6%	5,7%	Brescia	-18,5%	-6,5%	Brescia	-8,3%	
Como	-19,8%	4,8%	Como	-18,7%	-7,3%	Como	-8,9%	
Lecco	-21,9%	2,5%	Lecco	-20,8%	-9,3%	Lecco	-10,9%	
Mantova	-16,9%	2,1%	Mantova	-15,7%	-9,7%	Mantova	-11,4%	
Varese	-17,4%	-0,3%	Varese	-16,3%	-11,7%	Varese	-13,1%	
<b>Lombardia</b>	<b>-19,3%</b>	<b>7,8%</b>	<b>Lombardia</b>	<b>-18,2%</b>	<b>-4,6%</b>	<b>Lombardia</b>	<b>-6,2%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Province				Province				Province					
Immatricolazioni (in n. di auto)				Consumi compless. (mln Euro)				Spesa per fam. (Euro)					
Milano	2007	2008	2009	Milano	2007	2008	2009	Sondrio	2008	2009			
Brescia	159.277	147.582	139.606	Brescia	1.299	1.229	1.071	Varese	765	662			
Bergamo	59.243	55.992	50.930	Bergamo	408	388	323	Brescia	742	619			
Varese	45.171	42.938	39.906	Varese	299	285	243	Milano	753	616			
Como	40.176	37.890	34.843	Pavia	282	270	229	Pavia	691	593			
Pavia	25.958	24.560	22.797	Como	174	170	145	Cremona	702	589			
Mantova	24.995	24.402	22.707	Mantova	166	160	137	Cremona	680	577			
Cremona	16.872	15.441	14.216	Cremona	120	110	93	Como	660	556			
Lecco	14.464	13.829	12.923	Lecco	107	103	88	Mantova	661	546			
Lodi	13.439	12.867	11.946	Sondrio	90	87	74	Bergamo	649	543			
Sondrio	9.327	8.766	8.309	Lodi	58	58	51	Lecco	631	531			
Lombardia	8.709	8.524	8.055	Lombardia	59	56	48	Lodi	610	520			
<b>Lombardia</b>	<b>417.631</b>	<b>392.791</b>	<b>366.238</b>	<b>Lombardia</b>	<b>3.062</b>	<b>2.916</b>	<b>2.504</b>	<b>Lombardia</b>	<b>694</b>	<b>586</b>			
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>			

Province				Province				Province					
Variazione numero auto usate				Var. consumi complessivi auto usate				Variazione spesa per famiglia auto usate					
Lodi	2008	2009	Sondrio	2008	2009	Sondrio	2009						
Milano	-6,0%	-5,2%	Milano	-0,3%	-12,4%	Milano	-13,5%						
Sondrio	-7,3%	-5,4%	Lodi	-5,4%	-13,1%	Lodi	-14,2%						
Cremona	-2,1%	-5,5%	Cremona	-3,8%	-14,2%	Cremona	-15,3%						
Pavia	-4,4%	-6,6%	Como	-3,7%	-14,3%	Como	-15,8%						
Bergamo	-2,4%	-6,9%	Lecco	-3,0%	-14,3%	Lecco	-15,9%						
Lecco	-4,9%	-7,1%	Pavia	-2,2%	-14,6%	Pavia	-16,1%						
Como	-4,3%	-7,2%	Bergamo	-4,5%	-14,8%	Bergamo	-16,3%						
Mantova	-5,4%	-7,2%	Varese	-4,4%	-15,3%	Varese	-16,7%						
Varese	-8,5%	-7,9%	Mantova	-8,2%	-15,8%	Mantova	-17,5%						
Brescia	-5,5%	-9,0%	Brescia	-4,9%	-16,7%	Brescia	-18,3%						
<b>Lombardia</b>	<b>-5,9%</b>	<b>-6,8%</b>	<b>Lombardia</b>	<b>-4,8%</b>	<b>-14,1%</b>	<b>Lombardia</b>	<b>-15,6%</b>						
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>						

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Province				Province				
Immatricolazioni (in numero di motoveicoli)				Parco circolante				
Milano	2007	2008	2009	Milano	2008	2009		
Bergamo	40.141	35.611	33.346	Bergamo	511.937	495.117		
Brescia	11.249	10.333	9.941	Brescia	182.044	177.847		
Varese	8.630	8.378	8.224	Varese	164.575	161.940		
Como	7.246	6.638	5.897	Pavia	140.011	137.263		
Pavia	5.414	4.757	4.382	Como	85.962	84.157		
Mantova	4.649	4.337	4.083	Mantova	84.790	83.166		
Cremona	3.300	3.275	3.074	Cremona	83.406	82.041		
Lecco	2.891	2.720	2.656	Lecco	64.542	64.612		
Lodi	3.198	2.822	2.504	Sondrio	51.701	50.884		
Sondrio	1.498	1.443	1.360	Lodi	28.884	27.877		
Lombardia	1.551	1.322	1.242	Lombardia	23.083	22.581		
<b>Lombardia</b>	<b>89.767</b>	<b>81.636</b>	<b>76.709</b>	<b>Lombardia</b>	<b>1.420.935</b>	<b>1.387.485</b>		
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>		

Province				Province			
Variazione vendite (in numero motoveicoli)				Variazione parco circolante motoveicoli			
Brescia	2008	2009	Cremona	2009			
Cremona	-2,9%	-1,8%	Lecco	0,1%			
Bergamo	-5,9%	-2,4%	Brescia	-1,6%			
Lodi	-8,1%	-3,8%	Mantova	-1,6%			
Pavia	-3,7%	-5,8%	Como	-1,9%			
Sondrio	-6,7%	-5,9%	Varese	-2,0%			
Mantova	-14,8%	-6,1%	Pavia	-2,1%			
Milano	-0,8%	-6,1%	Lodi	-2,2%			
Como	-11,3%	-6,4%	Bergamo	-2,3%			
Varese	-12,1%	-7,9%	Milano	-3,3%			
Varese	-8,4%	-11,2%	Sondrio	-3,5%			
Lecco	-11,8%	-11,3%	<b>Lombardia</b>	<b>-2,4%</b>			
<b>Lombardia</b>	<b>-9,1%</b>	<b>-6,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>			
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>					

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Milano	240	214	192	Bergamo	128	117
Bergamo	62	57	53	Milano	120	106
Brescia	47	47	44	Como	113	101
Varese	42	39	34	Lecco	118	99
Como	32	27	25	Mantova	107	95
Pavia	25	24	22	Varese	108	92
Mantova	18	18	16	Cremona	90	89
Lecco	19	16	14	Pavia	98	89
Cremona	15	14	14	Lodi	96	87
Lodi	9	9	8	Brescia	90	84
Sondrio	8	7	6	Sondrio	90	82
<b>Lombardia</b>	<b>516</b>	<b>470</b>	<b>428</b>	<b>Lombardia</b>	<b>112</b>	<b>100</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province	Variazione consumi complessivi motoveicoli			Province	Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009	2009		2009	2009
Cremona	-9,0%	0,3%		Cremona	-0,9%	
Brescia	-1,3%	-4,9%		Brescia	-6,7%	
Lodi	-0,5%	-6,7%		Lodi	-8,5%	
Pavia	-5,6%	-6,9%		Pavia	-8,5%	
Bergamo	-8,4%	-7,0%		Bergamo	-8,7%	
Sondrio	-17,7%	-7,6%		Sondrio	-8,7%	
Como	-14,8%	-9,1%		Como	-10,7%	
Mantova	0,6%	-9,4%		Mantova	-11,2%	
Milano	-10,7%	-10,4%		Milano	-11,8%	
Varese	-6,2%	-12,8%		Varese	-14,1%	
Lecco	-14,7%	-14,3%		Lecco	-15,8%	
<b>Lombardia</b>	<b>-8,9%</b>	<b>-9,1%</b>		<b>Lombardia</b>	<b>-10,6%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>		<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

### Elettrodomestici bianchi e piccoli

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Milano	374	369	353	Milano	208	195
Brescia	101	98	93	Sondrio	199	181
Bergamo	83	81	77	Varese	190	178
Varese	71	69	66	Brescia	191	178
Como	47	46	43	Como	190	176
Pavia	45	43	41	Cremona	190	175
Mantova	32	31	29	Bergamo	185	173
Cremona	30	29	27	Mantova	187	171
Lecco	27	26	24	Lecco	185	170
Lodi	18	17	15	Pavia	179	166
Sondrio	16	15	14	Lodi	185	165
<b>Lombardia</b>	<b>842</b>	<b>825</b>	<b>783</b>	<b>Lombardia</b>	<b>196</b>	<b>183</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province	Var. consumi elettrodomestici bianchi e piccoli			Province	Var. spesa per famiglia elettrod. bianchi e piccoli	
	2008	2009	2009		2009	2009
Milano	-1,1%	-4,4%		Milano	-5,9%	
Bergamo	-1,9%	-5,0%		Varese	-6,6%	
Varese	-1,8%	-5,1%		Bergamo	-6,7%	
Brescia	-2,3%	-5,1%		Brescia	-6,9%	
Como	-2,8%	-5,6%		Como	-7,3%	
Pavia	-3,4%	-5,8%		Pavia	-7,4%	
Mantova	-3,4%	-6,5%		Cremona	-7,7%	
Cremona	-3,7%	-6,7%		Lecco	-8,4%	
Lecco	-4,0%	-6,7%		Mantova	-8,5%	
Sondrio	-3,6%	-8,0%		Sondrio	-9,1%	
Lodi	-7,1%	-8,9%		Lodi	-10,6%	
<b>Lombardia</b>	<b>-2,1%</b>	<b>-5,1%</b>		<b>Lombardia</b>	<b>-6,7%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>		<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Milano	341	320	319	Sondrio	187	177
Brescia	98	91	90	Milano	180	177
Bergamo	82	77	76	Brescia	177	171
Varese	68	64	63	Varese	175	170
Como	46	42	42	Bergamo	175	169
Pavia	44	41	40	Cremona	176	169
Mantova	31	29	28	Como	175	168
Cremona	29	27	26	Lecco	172	163
Lecco	26	24	23	Mantova	171	163
Lodi	18	16	15	Pavia	167	161
Sondrio	16	14	14	Lodi	171	159
<b>Lombardia</b>	<b>799</b>	<b>743</b>	<b>735</b>	<b>Lombardia</b>	<b>177</b>	<b>172</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Var. spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2009	
Milano	-6,0%	-0,2%	Milano	-1,8%	
Brescia	-7,1%	-1,2%	Varese	-2,8%	
Bergamo	-6,7%	-1,2%	Bergamo	-3,0%	
Varese	-6,7%	-1,2%	Brescia	-3,1%	
Como	-7,6%	-1,8%	Como	-3,5%	
Pavia	-8,0%	-1,9%	Pavia	-3,5%	
Cremona	-8,2%	-2,7%	Cremona	-3,9%	
Mantova	-8,7%	-2,9%	Lecco	-4,7%	
Lecco	-8,9%	-3,0%	Mantova	-4,8%	
Sondrio	-8,3%	-4,2%	Sondrio	-5,3%	
Lodi	-11,9%	-5,1%	Lodi	-6,9%	
<b>Lombardia</b>	<b>-6,9%</b>	<b>-1,1%</b>	<b>Lombardia</b>	<b>-2,8%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Mobili

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Milano	1.323	1.348	1.238	Mantova	835	752
Brescia	399	398	363	Como	833	747
Bergamo	349	349	318	Sondrio	805	745
Varese	284	288	264	Lecco	819	742
Como	201	202	184	Cremona	793	727
Pavia	177	176	162	Varese	791	715
Mantova	137	139	128	Bergamo	795	710
Cremona	118	120	111	Lodi	777	693
Lecco	111	113	104	Brescia	773	691
Lodi	71	71	64	Milano	758	686
Sondrio	59	61	57	Pavia	728	656
<b>Lombardia</b>	<b>3.229</b>	<b>3.266</b>	<b>2.994</b>	<b>Lombardia</b>	<b>777</b>	<b>700</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2009	
Sondrio	3,1%	-6,4%	Sondrio	-7,5%	
Cremona	1,1%	-7,3%	Cremona	-8,4%	
Lecco	1,9%	-7,7%	Lecco	-9,4%	
Milano	1,9%	-8,1%	Milano	-9,6%	
Varese	1,4%	-8,2%	Varese	-9,6%	
Pavia	2,0%	-8,2%	Pavia	-10,0%	
Mantova	-0,4%	-8,4%	Mantova	-10,0%	
Como	0,5%	-8,7%	Como	-10,3%	
Brescia	-0,2%	-8,9%	Brescia	-10,7%	
Bergamo	0,2%	-9,1%	Bergamo	-10,7%	
Lodi	-0,9%	-9,1%	Lodi	-10,9%	
<b>Lombardia</b>	<b>1,1%</b>	<b>-8,3%</b>	<b>Lombardia</b>	<b>-9,9%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Informatica famiglia

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Milano	142	127	122	Sondrio	77	74
Brescia	40	36	34	Milano	72	68
Bergamo	33	30	29	Cremona	70	67
Varese	28	25	24	Varese	68	65
Como	19	17	16	Como	69	65
Pavia	18	16	15	Brescia	69	65
Mantova	13	11	11	Lodi	69	65
Cremona	12	11	10	Lecco	68	65
Lecco	11	9	9	Bergamo	67	64
Lodi	7	6	6	Mantova	68	64
Sondrio	6	6	6	Pavia	66	63
<b>Lombardia</b>	<b>330</b>	<b>294</b>	<b>283</b>	<b>Lombardia</b>	<b>70</b>	<b>66</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2008	2009
Lecco	-11,3%	-3,1%	Sondrio	-4,5%	
Varese	-10,7%	-3,3%	Cremona	-4,8%	
Como	-11,2%	-3,3%	Varese	-4,8%	
Bergamo	-11,1%	-3,3%	Lecco	-4,9%	
Sondrio	-8,8%	-3,3%	Como	-5,0%	
Mantova	-11,5%	-3,5%	Bergamo	-5,1%	
Cremona	-10,8%	-3,6%	Mantova	-5,4%	
Brescia	-11,5%	-3,8%	Milano	-5,5%	
Pavia	-11,6%	-3,9%	Pavia	-5,6%	
Milano	-10,5%	-3,9%	Brescia	-5,7%	
Lodi	-13,1%	-4,1%	Lodi	-5,9%	
<b>Lombardia</b>	<b>-10,9%</b>	<b>-3,7%</b>	<b>Lombardia</b>	<b>-5,3%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri ogni 100 abitanti
Lodi	4	30.000	6	20.700	10	50.700	24,7
Sondrio	3	22.300	3	8.000	6	30.300	17,0
Brescia	18	129.990	19	62.456	37	192.446	16,7
Pavia	8	61.021	4	12.700	12	73.721	14,6
Mantova	3	23.000	8	29.554	11	52.554	13,6
Como	6	40.700	8	25.250	14	65.950	12,0
Lecco	4	25.400	4	11.400	8	36.800	11,5
Milano	31	270.246	37	115.712	68	385.958	10,2
Cremona	3	23.900	3	9.132	6	33.032	9,6
Varese	6	48.590	7	23.800	13	72.390	8,7
Bergamo	7	62.519	4	12.270	11	74.789	7,5
<b>Lombardia</b>	<b>93</b>	<b>737.666</b>	<b>103</b>	<b>330.974</b>	<b>196</b>	<b>1.068.640</b>	<b>11,6</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Marche



Marche

L'evoluzione recessiva del PIL reale marchigiano è stata la più intensa nell'area centrale ed è risultata più elevata anche rispetto alla media italiana. La regione ha registrato, nel corso del 2009, un più pesante calo della domanda estera, mentre più moderata è risultata la flessione della spesa per consumi al netto dell'inflazione. Il reddito disponibile delle famiglie in termini reali ha, tuttavia, registrato una caduta importante, tanto che anche in termini pro capite ed espresso a valori nominali ha mostrato una caduta tra le più ampie (-1,1%), con una riduzione del livello di reddito da 18.885 Euro nel 2008 a 18.678 Euro nel 2009.

Il dato mostra un posizionamento di poco superiore alla media italiana ma inferiore al dato medio dell'area centrale. Dal dettaglio provinciale non appaiono evidenti disparità tra le città, pur confermandosi Ancona la provincia a maggior reddito con 19.429 Euro pro capite.

Per i beni durevoli, la contrazione registrata nelle Marche nel 2009 risulta più contenuta rispetto alla media italiana. Sia per gli acquisti di beni per la casa (mobili, elettrodomestici bianchi e piccoli, elettrodomestici bruni, informatica) sia per il mercato automobilistico le Marche hanno registrato un risultato migliore rispetto alla media nazionale. Il risultato peggiore all'interno della regione, relativamente al complesso della spesa per durevoli, spetta alla provincia di Pesaro (con un calo della spesa media familiare del -10,2%), mentre tutte le altre province hanno presentato variazioni omogenee (prossime al -7,5%).

## Dati regionali >>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (In Euro)		
	2007	2008	2009
Ancona	19.346	19.639	19.429
Macerata	18.529	18.901	18.706
Ascoli Piceno	18.422	18.769	18.627
Pesaro Urbino	17.831	18.050	17.774
<b>Marche</b>	<b>18.581</b>	<b>18.885</b>	<b>18.678</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Ascoli Piceno	1,9%	-0,8%
Macerata	2,0%	-1,0%
Ancona	1,5%	-1,1%
Pesaro Urbino	1,2%	-1,5%
<b>Marche</b>	<b>1,6%</b>	<b>-1,1%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>



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 (mln Euro)

Marche								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	797	662	-16,9%	646	-2,4%	37,5	39,1	-0,9
Auto usate	431	412	-4,5%	351	-14,8%	23,3	21,2	-3,5
Motoveicoli	77	75	-2,9%	70	-6,1%	4,2	4,2	-0,3
Elettr. bianchi + piccoli	94	91	-3,4%	86	-5,5%	5,1	5,2	-0,3
Elettrod. bruni	93	83	-10,8%	82	-1,7%	4,7	4,9	-0,1
Mobili	410	413	0,7%	388	-6,1%	23,4	23,4	-1,4
Informativa famiglie	36	31	-12,8%	32	2,7%	1,8	2,0	0,0
<b>Durevoli</b>	<b>1.939</b>	<b>1.767</b>	<b>-8,9%</b>	<b>1.655</b>	<b>-6,4%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-6,4</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Ancona	19.943	16.878	18.029	Ancona	246.279	247.157
Pesaro U.	15.878	13.768	13.517	Ascoli P.	201.296	200.751
Ascoli P.	12.934	10.847	11.344	Pesaro U.	192.675	193.230
Macerata	11.510	9.675	9.900	Macerata	161.417	161.308
<b>Marche</b>	<b>60.265</b>	<b>51.168</b>	<b>52.790</b>	<b>Marche</b>	<b>801.667</b>	<b>802.446</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)		Province	Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
	2008	2009		2008	2009
Ancona	-15,4%	6,8%	Ancona	0,4%	
Ascoli P.	-16,1%	4,6%	Pesaro U.	0,3%	
Macerata	-15,9%	2,3%	Macerata	-0,1%	
Pesaro U.	-13,3%	-1,8%	Ascoli P.	-0,3%	
<b>Marche</b>	<b>-15,1%</b>	<b>3,2%</b>	<b>Marche</b>	<b>0,1%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Ancona	2.658	2.468	1.892
Pesaro U.	2.374	2.659	1.695
Ascoli P.	1.461	1.555	1.088
Macerata	1.736	1.820	1.075
<b>Marche</b>	<b>8.229</b>	<b>8.502</b>	<b>5.750</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Ancona	-7,1%	-23,3%
Ascoli P.	6,4%	-30,0%
Pesaro U.	12,0%	-36,3%
Macerata	4,8%	-40,9%
<b>Marche</b>	<b>3,3%</b>	<b>-32,4%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic



## Panorama auto nuove (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Ancona	17.285	14.410	16.137	Ancona	266	225	223	Ancona	1.134	1.099
Pesaro U.	13.504	11.109	11.822	Pesaro U.	205	171	161	Pesaro U.	1.102	1.013
Ascoli P.	11.473	9.292	10.256	Ascoli P.	173	142	139	Macerata	976	953
Macerata	9.774	7.855	8.825	Macerata	152	124	123	Ascoli P.	939	901
<b>Marche</b>	<b>52.036</b>	<b>42.666</b>	<b>47.040</b>	<b>Marche</b>	<b>797</b>	<b>662</b>	<b>646</b>	<b>Marche</b>	<b>1.048</b>	<b>1.001</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove		Province	Var. consumi complessivi auto nuove		Province	Variazione spesa per famiglia auto nuove
	2008	2009		2008	2009		2009
Macerata	-19,6%	12,3%	Macerata	-18,6%	-0,6%	Macerata	-2,4%
Ancona	-16,6%	12,0%	Ancona	-15,5%	-0,9%	Ancona	-3,1%
Ascoli P.	-19,0%	10,4%	Ascoli P.	-17,9%	-2,3%	Ascoli P.	-4,1%
Pesaro U.	-17,7%	6,4%	Pesaro U.	-16,6%	-5,8%	Pesaro U.	-8,0%
<b>Marche</b>	<b>-18,0%</b>	<b>10,3%</b>	<b>Marche</b>	<b>-16,9%</b>	<b>-2,4%</b>	<b>Marche</b>	<b>-4,4%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2007	2008	2009	Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Ancona	21.049	19.812	18.453	Ancona	136	129	110	Macerata	699	594
Ascoli P.	16.822	16.172	14.953	Ascoli P.	101	99	84	Ascoli P.	651	544
Pesaro U.	16.961	16.126	14.786	Pesaro U.	100	95	80	Ancona	651	544
Macerata	15.027	14.047	13.238	Macerata	94	89	77	Pesaro U.	614	502
<b>Marche</b>	<b>69.859</b>	<b>66.157</b>	<b>61.430</b>	<b>Marche</b>	<b>431</b>	<b>412</b>	<b>351</b>	<b>Marche</b>	<b>651</b>	<b>543</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Variazione numero auto usate			Var. consumi complessivi auto usate			Variazione spesa per famiglia auto usate	
Province	2008	2009	Province	2008	2009	Province	2009
Macerata	-6,5%	-5,8%	Macerata	-5,6%	-13,5%	Macerata	-15,1%
Ancona	-5,9%	-6,9%	Ancona	-5,1%	-14,6%	Ascoli P.	-16,4%
Ascoli P.	-3,9%	-7,5%	Ascoli P.	-2,8%	-14,9%	Ancona	-16,5%
Pesaro U.	-4,9%	-8,3%	Pesaro U.	-4,6%	-16,3%	Pesaro U.	-18,2%
<b>Marche</b>	<b>-5,3%</b>	<b>-7,1%</b>	<b>Marche</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Marche</b>	<b>-16,6%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Pesaro U.	4.510	4.506	4.431	Pesaro U.	105.921	106.117
Ancona	4.624	4.497	4.305	Ancona	79.303	80.186
Ascoli P.	3.115	3.097	2.962	Macerata	60.537	59.499
Macerata	2.336	2.191	2.143	Ascoli P.	46.690	47.254
<b>Marche</b>	<b>14.585</b>	<b>14.291</b>	<b>13.841</b>	<b>Marche</b>	<b>292.451</b>	<b>293.056</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Variazione vendite (in numero motoveicoli)			Variazione parco circolante motoveicoli	
Province	2008	2009	Province	2009
Pesaro U.	-0,1%	-1,7%	Ascoli P.	1,2%
Macerata	-6,2%	-2,2%	Ancona	1,1%
Ancona	-2,7%	-4,3%	Pesaro U.	0,2%
Ascoli P.	-0,6%	-4,4%	Macerata	-1,7%
<b>Marche</b>	<b>-2,0%</b>	<b>-3,1%</b>	<b>Marche</b>	<b>0,2%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Ancona	25	24	23	Pesaro U.	150	137
Pesaro U.	24	23	22	Ancona	121	111
Ascoli P.	16	16	15	Ascoli P.	105	96
Macerata	13	12	11	Macerata	93	87
<b>Marche</b>	<b>77</b>	<b>75</b>	<b>70</b>	<b>Marche</b>	<b>118</b>	<b>109</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province	Variazione consumi complessivi motoveicoli		Province	Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009		2009	
Macerata	-7,3%	-4,6%	Macerata	-6,3%	
Ancona	-2,4%	-5,7%	Ancona	-7,8%	
Pesaro U.	-1,4%	-6,6%	Ascoli P.	-8,7%	
Ascoli P.	-2,2%	-7,0%	Pesaro U.	-8,8%	
<b>Marche</b>	<b>-2,9%</b>	<b>-6,1%</b>	<b>Marche</b>	<b>-8,0%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Ancona	30	29	28	Ancona	147	137
Ascoli P.	22	22	21	Ascoli P.	143	133
Pesaro U.	23	22	20	Macerata	142	130
Macerata	19	18	17	Pesaro U.	140	129
<b>Marche</b>	<b>94</b>	<b>91</b>	<b>86</b>	<b>Marche</b>	<b>143</b>	<b>133</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bianchi e piccoli		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bianchi e piccoli	
	2008	2009		2009	
Ancona	-2,5%	-4,7%	Ancona	-6,8%	
Ascoli P.	-3,0%	-5,3%	Ascoli P.	-6,9%	
Pesaro U.	-4,4%	-6,1%	Macerata	-8,0%	
Macerata	-4,1%	-6,3%	Pesaro U.	-8,3%	
<b>Marche</b>	<b>-3,4%</b>	<b>-5,5%</b>	<b>Marche</b>	<b>-7,4%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

### Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Ancona	30	27	27	Ancona	138	134
Pesaro U.	23	20	20	Ascoli P.	128	124
Ascoli P.	22	19	19	Pesaro U.	129	123
Macerata	18	16	16	Macerata	128	123
<b>Marche</b>	<b>93</b>	<b>83</b>	<b>82</b>	<b>Marche</b>	<b>131</b>	<b>127</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2008	2009
Ancona	-9,6%	-0,9%	Ancona	-3,0%	
Ascoli P.	-10,8%	-1,4%	Ascoli P.	-3,1%	
Pesaro U.	-11,8%	-2,3%	Macerata	-4,3%	
Macerata	-11,7%	-2,5%	Pesaro U.	-4,5%	
<b>Marche</b>	<b>-10,8%</b>	<b>-1,7%</b>	<b>Marche</b>	<b>-3,7%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

### Mobili

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Ancona	125	126	117	Ascoli P.	695	652
Ascoli P.	102	105	101	Macerata	661	608
Pesaro U.	99	98	91	Ancona	634	579
Macerata	84	84	79	Pesaro U.	630	574
<b>Marche</b>	<b>410</b>	<b>413</b>	<b>388</b>	<b>Marche</b>	<b>653</b>	<b>601</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2008	2009
Ascoli P.	2,9%	-4,5%	Ascoli P.	-6,2%	
Macerata	0,4%	-6,4%	Macerata	-8,1%	
Ancona	0,3%	-6,6%	Ancona	-8,7%	
Pesaro U.	-1,0%	-6,8%	Pesaro U.	-9,0%	
<b>Marche</b>	<b>0,7%</b>	<b>-6,1%</b>	<b>Marche</b>	<b>-8,0%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Informatica famiglia

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Ancona	12	10	10	Ancona	52	52
Pesaro U.	9	8	8	Ascoli P.	49	50
Ascoli P.	8	7	8	Macerata	49	50
Macerata	7	6	6	Pesaro U.	49	49
<b>Marche</b>	<b>36</b>	<b>31</b>	<b>32</b>	<b>Marche</b>	<b>50</b>	<b>50</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2008	2009
Ascoli P.	-12,7%	3,6%	Ascoli P.	1,7%	
Macerata	-12,9%	3,0%	Macerata	1,1%	
Pesaro U.	-13,6%	2,2%	Ancona	-0,1%	
Ancona	-12,1%	2,2%	Pesaro U.	-0,2%	
<b>Marche</b>	<b>-12,8%</b>	<b>2,7%</b>	<b>Marche</b>	<b>0,6%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri 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 Urbino	2	11.800	1	4.500	3	16.300	4,5
Macerata	-	-	3	9.800	3	9.800	3,2
<b>Marche</b>	<b>8</b>	<b>64.050</b>	<b>16</b>	<b>53.700</b>	<b>24</b>	<b>117.750</b>	<b>7,8</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Molise

Molise



Nel 2009 la flessione dell'attività economica regionale è risultata superiore alla dinamica recessiva del PIL reale a livello nazionale ma anche alla media dell'area meridionale. In regione si è verificata un'importante contrazione di domanda estera in termini reali; dal lato della domanda interna, gli investimenti hanno sperimentato un calo importante anche se più attenuato della dinamica nazionale, mentre la spesa per consumi è diminuita, sempre in termini reali, più della media italiana. Il reddito disponibile delle famiglie al netto dell'inflazione ha evidenziato un calo superiore a quello dell'area meridionale e dell'Italia, penalizzato anche da una dinamica non positiva in termini di assorbimento occupazionale. Il reddito pro capite nominale, benché inferiore a quello medio nazionale, evidenzia un divario positi-

vo con l'area meridionale (14.685 Euro rispetto ai 13.336 medi del meridione).

I dati provinciali evidenziano un maggiore divario se si prende in considerazione il reddito per abitante (il più alto nella provincia di Isernia).

Nel 2009 la spesa per acquisto di beni durevoli ha presentato in questa regione una contrazione prossima alla media italiana: l'acquisto di auto nuove da parte di persone fisiche, molto più dinamico in Molise che nel resto d'Italia (+0,3% la spesa familiare in valore contro una media nazionale di -5,6%), ha contrastato la flessione del mercato dei beni per la casa (-8,1% la spesa per famiglia), più ampia della media nazionale, e la forte contrazione della spesa familiare per motoveicoli (-12,8%).

Tra le due province si segnala il risultato migliore di Campobasso che è riuscita a limitare la riduzione di spesa per durevoli al 6,7%: in questa provincia, le immatricolazioni di auto sono cresciute addirittura del 19,4%, tra i migliori risultati in Italia.

## Dati regionali >>

### Panorama economico

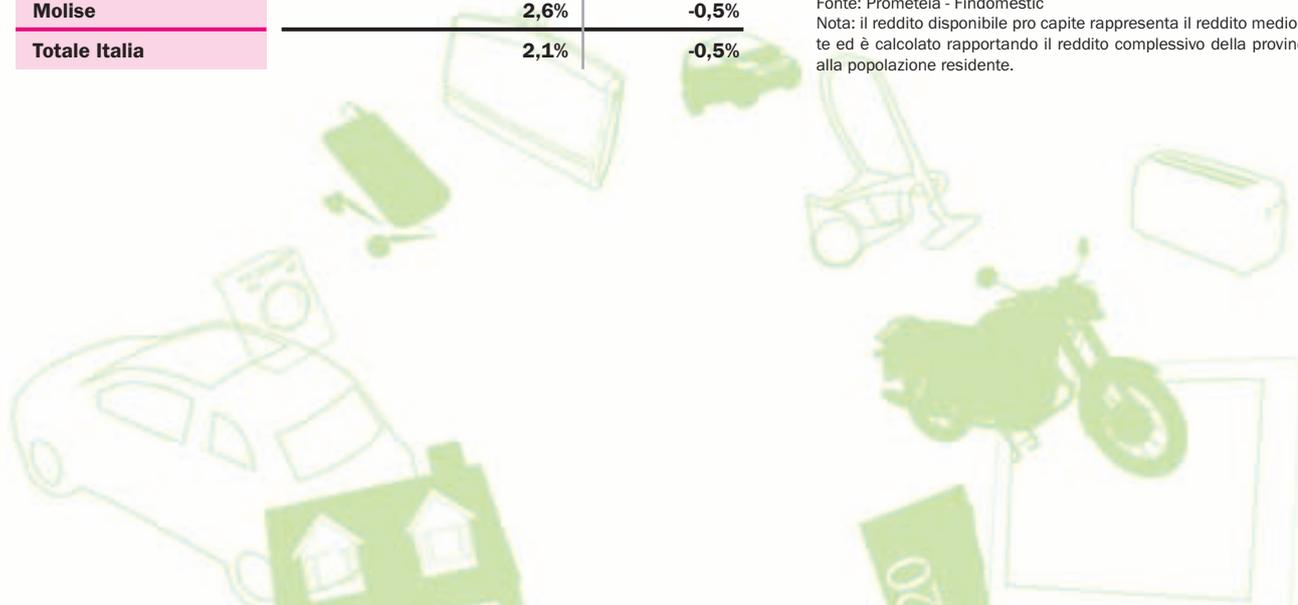
Province	Reddito disponibile pro capite (in Euro)		
	2007	2008	2009
Isernia	14.907	15.315	15.198
Campobasso	14.172	14.540	14.488
<b>Molise</b>	<b>14.376</b>	<b>14.755</b>	<b>14.685</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Campobasso	2,6%	-0,4%
Isernia	2,7%	-0,8%
<b>Molise</b>	<b>2,6%</b>	<b>-0,5%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>



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 (mln Euro)

Molise								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	98	81	-17,4%	82	1,5%	26,4	28,9	0,4
Auto usate	79	76	-3,6%	64	-16,3%	24,9	22,5	-4,1
Motoveicoli	11	10	-2,8%	9	-11,8%	3,4	3,2	-0,4
Eletr. bianchi + piccoli	22	19	-10,8%	17	-9,7%	6,4	6,2	-0,6
Elettrod. bruni	21	18	-13,2%	16	-11,9%	6,0	5,7	-0,7
Mobili	96	93	-3,1%	88	-6,0%	30,6	31,0	-1,9
Informatica famiglie	8	7	-12,8%	7	-0,4%	2,3	2,5	0,0
<b>Durevoli</b>	<b>334</b>	<b>305</b>	<b>-8,8%</b>	<b>283</b>	<b>-7,2%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-7,2</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)			Parco circolante		
Province	2007	2008	2009	2008	2009
Campobasso	5.700	4.793	5.175	96.740	96.522
Isernia	3.039	2.065	1.717	36.301	36.053
<b>Molise</b>	<b>8.739</b>	<b>6.858</b>	<b>6.892</b>	<b>133.041</b>	<b>132.575</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)			Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
Province	2008	2009	2008	2009
Campobasso	-15,9%	8,0%	-0,2%	-0,2%
Isernia	-32,1%	-16,9%	-0,7%	-0,7%
<b>Molise</b>	<b>-21,5%</b>	<b>0,5%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>-0,4%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,2%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)			
Province	2007	2008	2009
Campobasso	1.020	979	622
Isernia	1.366	703	327
<b>Molise</b>	<b>2.386</b>	<b>1.682</b>	<b>949</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)		
Province	2008	2009
Campobasso	-4,0%	-36,5%
Isernia	-48,5%	-53,5%
<b>Molise</b>	<b>-29,5%</b>	<b>-43,6%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Campobasso	4.680	3.814	4.553	Campobasso	71	59	62	Campobasso	643	672
Isernia	1.673	1.362	1.390	Isernia	26	22	19	Isernia	603	538
<b>Molise</b>	<b>6.353</b>	<b>5.176</b>	<b>5.943</b>	<b>Molise</b>	<b>98</b>	<b>81</b>	<b>82</b>	<b>Molise</b>	<b>632</b>	<b>634</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove		Province	Var. consumi complessivi auto nuove		Province	Variazione spesa per famiglia auto nuove
	2008	2009		2008	2009		2009
Campobasso	-18,5%	19,4%	Campobasso	-17,4%	5,6%	Campobasso	4,4%
Isernia	-18,6%	2,1%	Isernia	-17,5%	-9,7%	Isernia	-10,8%
<b>Molise</b>	<b>-18,5%</b>	<b>14,8%</b>	<b>Molise</b>	<b>-17,4%</b>	<b>1,5%</b>	<b>Molise</b>	<b>0,3%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Campobasso	11.606	11.135	10.181	Campobasso	54	53	44	Isernia	651	533
Isernia	4.968	4.565	4.138	Isernia	25	23	19	Campobasso	574	477
<b>Molise</b>	<b>16.574</b>	<b>15.700</b>	<b>14.319</b>	<b>Molise</b>	<b>79</b>	<b>76</b>	<b>64</b>	<b>Molise</b>	<b>596</b>	<b>493</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Province	Variazione numero auto usate		Province	Var. consumi complessivi auto usate		Province	Variazione spesa per famiglia auto usate
	2008	2009		2008	2009		2009
Campobasso	-4,1%	-8,6%	Campobasso	-2,3%	-16,0%	Campobasso	-16,9%
Isernia	-8,1%	-9,4%	Isernia	-6,4%	-17,0%	Isernia	-18,1%
<b>Molise</b>	<b>-5,3%</b>	<b>-8,8%</b>	<b>Molise</b>	<b>-3,6%</b>	<b>-16,3%</b>	<b>Molise</b>	<b>-17,3%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Province	Vendite (in numero di motoveicoli)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Campobasso	1.591	1.626	1.484	Campobasso	29.677	30.316
Isernia	805	751	707	Isernia	11.769	11.951
<b>Molise</b>	<b>2.396</b>	<b>2.377</b>	<b>2.191</b>	<b>Molise</b>	<b>41.446</b>	<b>42.267</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Province	Variazione vendite (in numero motoveicoli)		Province	Variazione parco circolante motoveicoli
	2008	2009		2009
Isernia	-6,7%	-5,9%	Campobasso	2,2%
Campobasso	2,2%	-8,7%	Isernia	1,5%
<b>Molise</b>	<b>-0,8%</b>	<b>-7,8%</b>	<b>Molise</b>	<b>2,0%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Campobasso	7	7	6	Isernia	88	80
Isernia	4	3	3	Campobasso	78	67
<b>Molise</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>Molise</b>	<b>81</b>	<b>70</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province	Variazione consumi complessivi motoveicoli		Province	Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009		2008	2009
Isernia	-12,6%	-8,2%	Isernia	-9,3%	
Campobasso	2,2%	-13,3%	Campobasso	-14,3%	
<b>Molise</b>	<b>-2,8%</b>	<b>-11,8%</b>	<b>Molise</b>	<b>-12,8%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

### Elettrodomestici bianchi e piccoli

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Campobasso	16	14	13	Campobasso	155	142
Isernia	6	5	4	Isernia	143	118
<b>Molise</b>	<b>22</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>Molise</b>	<b>152</b>	<b>135</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bianchi e piccoli		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bianchi e piccoli	
	2008	2009		2008	2009
Campobasso	-8,9%	-7,3%	Campobasso	-8,4%	
Isernia	-15,8%	-16,4%	Isernia	-17,4%	
<b>Molise</b>	<b>-10,8%</b>	<b>-9,7%</b>	<b>Molise</b>	<b>-10,8%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

### Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Campobasso	15	13	12	Campobasso	146	131
Isernia	6	5	4	Isernia	135	108
<b>Molise</b>	<b>21</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>Molise</b>	<b>143</b>	<b>125</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2008	2009
Campobasso	-11,2%	-9,2%	Campobasso	-10,3%	
Isernia	-18,4%	-19,1%	Isernia	-20,2%	
<b>Molise</b>	<b>-13,2%</b>	<b>-11,9%</b>	<b>Molise</b>	<b>-12,9%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Campobasso	70	67	63	Campobasso	735	683
Isernia	27	26	24	Isernia	726	672
Molise	96	93	88	Molise	732	680
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2008	2009
Campobasso	-3,1%	-6,0%	Campobasso	-7,0%	-7,0%
Isernia	-3,0%	-6,2%	Isernia	-7,4%	-7,4%
Molise	-3,1%	-6,0%	Molise	-7,1%	-7,1%
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	<b>-8,7%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia						
Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Campobasso	6	5	5	Campobasso	55	54
Isernia	2	2	2	Isernia	55	54
Molise	8	7	7	Molise	55	54
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2008	2009
Campobasso	-12,8%	-0,3%	Campobasso	-1,4%	-1,4%
Isernia	-12,5%	-0,6%	Isernia	-1,9%	-1,9%
Molise	-12,8%	-0,4%	Molise	-1,5%	-1,5%
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	<b>-3,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri ogni 100 abitanti
Campobasso	5	29.700	1	2.500	6	32.200	13,9
Isernia	-	-	-	-	-	-	-
Molise	5	29.700	1	2.500	6	32.200	10,0
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Piemonte

Piemonte

L'evoluzione recessiva del PIL reale piemontese è stata la più intensa dell'area nord-occidentale, risultando anche superiore a quella media italiana. La caduta della spesa per consumi in termini reali è stata leggermente inferiore a quella del Nord Ovest e appena più elevata della media nazionale. La regione ha mostrato nel 2009 una riduzione del reddito disponibile reale allineata a quella del Nord Ovest, area che mostra un minore deterioramento del potere d'acquisto delle famiglie in termini reali rispetto alla media nazionale. In termini nominali il reddito pro capite piemontese ha registrato una flessione dello 0,6%, che supera quella media sperimentata nella macroarea di appartenenza (-0,4%). In termini di livelli la regione continua ad evidenziare, tuttavia, un migliore posizionamento rispetto alla media italiana, con un reddito per abitante di 20.958 Euro (circa 2.900

Euro in più per abitante rispetto alla media nazionale). Il reddito disponibile mostra differenze territoriali di rilievo se si confronta la provincia di Biella, seconda dopo Milano a livello nazionale, con un reddito pro capite pari a 23.547 Euro, con i livelli nettamente inferiori di Verbania e Novara (18.916 e 19.059 Euro rispettivamente). Per quanto riguarda i beni durevoli la spesa in Piemonte si è ridotta più intensamente rispetto alla media nazionale. Tra i beni durevoli, la caduta maggiore si è manifestata nel mercato delle auto usate (-15,9% la spesa familiare a valori correnti) ma, anche, in quello delle auto nuove. Quasi tutte le province della regione, compresa quella di Torino, hanno presentato una crescita delle immatricolazioni intestate a persone fisiche inferiore alla media nazionale. La caduta maggiore della spesa familiare per durevoli è stimata per la provincia di Novara, che registra un andamento peggiore delle altre province per tutte le voci di spesa e, in particolare, nel mercato automobilistico con una contrazione delle immatricolazioni del 4,6%. Biella risulta invece la provincia meno penalizzata relativamente all'acquisto di durevoli.

## Dati regionali >>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (in Euro)		
	2007	2008	2009
Biella	22.842	23.562	23.547
Cuneo	21.724	22.171	22.044
Alessandria	21.436	21.932	21.808
Vercelli	21.116	21.570	21.610
Torino	20.435	20.914	20.781
Asti	19.867	20.309	20.187
Novara	18.866	19.253	19.059
Verbania	18.539	19.010	18.916
<b>Piemonte</b>	<b>20.607</b>	<b>21.082</b>	<b>20.958</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Vercelli	2,2%	0,2%
Biella	3,1%	-0,1%
Verbania	2,5%	-0,5%
Alessandria	2,3%	-0,6%
Cuneo	2,1%	-0,6%
Asti	2,2%	-0,6%
Torino	2,3%	-0,6%
Novara	2,1%	-1,0%
<b>Piemonte</b>	<b>2,3%</b>	<b>-0,6%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>

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 (mln Euro)

Piemonte								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	2.804	2.196	-21,7%	2.053	-6,5%	35,8	36,7	-2,3
Auto usate	1.536	1.482	-3,5%	1.261	-15,0%	24,2	22,5	-3,6
Motoveicoli	183	165	-9,9%	147	-10,9%	2,7	2,6	-0,3
Elettr. bianchi + piccoli	368	348	-5,6%	327	-5,9%	5,7	5,8	-0,3
Elettrod. bruni	364	327	-10,1%	321	-1,9%	5,3	5,7	-0,1
Mobili	1.514	1.487	-1,8%	1.367	-8,0%	24,2	24,4	-1,9
Informatica famiglie	150	129	-13,9%	124	-4,1%	2,1	2,2	-0,1
<b>Durevoli</b>	<b>6.920</b>	<b>6.134</b>	<b>-11,4%</b>	<b>5.599</b>	<b>-8,7%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-8,7</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Province			Immatricolazioni (in numero di auto)			Province			Parco circolante	
			2007	2008	2009				2008	2009
Torino	134.757	117.755	114.328	Torino	1.390.263	1.403.667				
Cuneo	26.726	20.291	20.763	Cuneo	332.102	332.926				
Alessandria	22.454	17.890	17.272	Alessandria	245.971	246.643				
Novara	19.105	16.118	14.226	Novara	212.121	211.855				
Asti	9.349	7.168	7.298	Asti	116.108	116.286				
Vercelli	8.533	6.810	6.799	Biella	115.501	115.765				
Biella	8.844	6.809	6.782	Vercelli	109.507	109.385				
Verbania	8.028	6.057	6.289	Verbania	102.329	102.121				
<b>Piemonte</b>	<b>237.796</b>	<b>198.898</b>	<b>193.757</b>	<b>Piemonte</b>	<b>2.623.902</b>	<b>2.638.648</b>				
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>				

Province			Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)		Province		Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
			2008	2009				2009
Verbania	-24,6%	3,8%	Torino	1,0%				
Cuneo	-24,1%	2,3%	Alessandria	0,3%				
Asti	-23,3%	1,8%	Cuneo	0,2%				
Vercelli	-20,2%	-0,2%	Biella	0,2%				
Biella	-23,0%	-0,4%	Asti	0,2%				
Torino	-12,6%	-2,9%	Vercelli	-0,1%				
Alessandria	-20,3%	-3,5%	Novara	-0,1%				
Novara	-15,6%	-11,7%	Verbania	-0,2%				
<b>Piemonte</b>	<b>-16,4%</b>	<b>-2,6%</b>	<b>Piemonte</b>	<b>0,6%</b>				
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>				

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Torino	46.538	47.634	39.232
Cuneo	4.391	3.969	3.077
Alessandria	3.411	3.823	2.459
Novara	3.321	3.221	1.917
Vercelli	962	1.070	1.028
Asti	1.118	1.180	868
Biella	1.367	1.268	859
Verbania	615	529	393
<b>Piemonte</b>	<b>61.723</b>	<b>62.694</b>	<b>49.833</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Vercelli	11,2%	-3,9%
Torino	2,4%	-17,6%
Cuneo	-9,6%	-22,5%
Verbania	-14,0%	-25,7%
Asti	5,5%	-26,4%
Biella	-7,2%	-32,3%
Alessandria	12,1%	-35,7%
Novara	-3,0%	-40,5%
<b>Piemonte</b>	<b>1,6%</b>	<b>-20,5%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in n. di auto)			Province	Consumi compless. (mln Euro)			Province	Spesa per fam. (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Torino	88.219	70.121	75.096	Torino	1.366	1.100	1.042	Verbania	1.231	1.152
Cuneo	22.335	16.322	17.686	Cuneo	358	265	254	Novara	1.366	1.135
Alessandria	19.043	14.067	14.813	Alessandria	314	235	219	Alessandria	1.160	1.071
Novara	15.784	12.897	12.309	Novara	261	216	183	Biella	1.134	1.068
Asti	8.231	5.988	6.430	Asti	133	98	93	Vercelli	1.176	1.040
Biella	7.477	5.541	5.923	Biella	127	96	90	Cuneo	1.056	998
Verbania	7.413	5.528	5.896	Vercelli	125	96	86	Torino	1.061	995
Vercelli	7.571	5.740	5.771	Verbania	120	91	86	Asti	1.019	960
<b>Piemonte</b>	<b>176.073</b>	<b>136.204</b>	<b>143.924</b>	<b>Piemonte</b>	<b>2.804</b>	<b>2.196</b>	<b>2.053</b>	<b>Piemonte</b>	<b>1.107</b>	<b>1.024</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove		Province	Var. consumi complessivi auto nuove		Province	Variazione spesa per famiglia auto nuove	
	2008	2009		2008	2009		2009	
Cuneo	-26,9%	8,4%	Cuneo	-26,0%	-4,1%	Cuneo	-5,5%	
Asti	-27,3%	7,4%	Asti	-26,3%	-5,0%	Asti	-5,8%	
Torino	-20,5%	7,1%	Torino	-19,5%	-5,2%	Biella	-5,9%	
Biella	-25,9%	6,9%	Biella	-24,9%	-5,4%	Torino	-6,2%	
Verbania	-25,4%	6,7%	Verbania	-24,4%	-5,6%	Verbania	-6,5%	
Alessandria	-26,1%	5,3%	Alessandria	-25,2%	-6,8%	Alessandria	-7,6%	
Vercelli	-24,2%	0,5%	Vercelli	-23,2%	-11,0%	Vercelli	-11,6%	
Novara	-18,3%	-4,6%	Novara	-17,2%	-15,5%	Novara	-16,9%	
<b>Piemonte</b>	<b>-22,6%</b>	<b>5,7%</b>	<b>Piemonte</b>	<b>-21,7%</b>	<b>-6,5%</b>	<b>Piemonte</b>	<b>-7,5%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Province			Province			Province				
Immatricolazioni (in n. di auto)			Consumi compless. (mln Euro)			Spesa per fam. (Euro)				
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2008	2009		
Torino	114.784	108.536	100.203	Torino	782	749	634	Biella	880	756
Cuneo	28.740	27.684	25.905	Cuneo	216	210	181	Asti	856	713
Alessandria	21.313	19.990	18.684	Alessandria	162	154	132	Cuneo	838	709
Novara	16.234	15.427	14.240	Novara	109	105	89	Vercelli	756	649
Asti	11.982	11.736	10.752	Asti	83	82	69	Alessandria	761	647
Biella	9.205	8.697	8.142	Biella	77	74	64	Torino	723	606
Vercelli	8.345	8.051	7.520	Vercelli	63	62	53	Novara	665	552
Verbania	7.027	6.880	6.354	Verbania	45	45	38	Verbania	613	515
<b>Piemonte</b>	<b>217.630</b>	<b>207.001</b>	<b>191.800</b>	<b>Piemonte</b>	<b>1.536</b>	<b>1.482</b>	<b>1.261</b>	<b>Piemonte</b>	<b>747</b>	<b>629</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Province			Province		Province		
Variazione numero auto usate			Var. consumi complessivi auto usate		Variazione spesa per famiglia auto usate		
	2008	2009	2008	2009	2009		
Biella	-5,5%	-6,4%	Vercelli	-1,1%	-13,6%	Biella	-14,1%
Cuneo	-3,7%	-6,4%	Biella	-3,4%	-13,7%	Vercelli	-14,2%
Alessandria	-6,2%	-6,5%	Cuneo	-2,5%	-14,1%	Alessandria	-15,0%
Vercelli	-3,5%	-6,6%	Alessandria	-4,7%	-14,2%	Cuneo	-15,4%
Verbania	-2,1%	-7,6%	Verbania	-0,5%	-15,2%	Verbania	-16,0%
Torino	-5,4%	-7,7%	Torino	-4,2%	-15,4%	Torino	-16,2%
Novara	-5,0%	-7,7%	Novara	-3,7%	-15,7%	Asti	-16,7%
Asti	-2,1%	-8,4%	Asti	-0,6%	-16,0%	Novara	-17,0%
<b>Piemonte</b>	<b>-4,9%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Piemonte</b>	<b>-3,5%</b>	<b>-15,0%</b>	<b>Piemonte</b>	<b>-15,9%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Province			Province			
Immatricolazioni (in numero di motoveicoli)			Parco circolante			
	2007	2008	2009	2008	2009	
Torino	15.990	14.077	12.524	Torino	234.813	232.062
Cuneo	4.373	4.006	3.698	Alessandria	84.129	85.093
Alessandria	3.701	3.362	2.977	Novara	55.771	54.264
Novara	2.969	2.580	2.657	Cuneo	52.083	52.867
Biella	1.711	1.607	1.435	Biella	33.798	33.330
Asti	1.769	1.593	1.376	Asti	33.515	33.306
Vercelli	1.497	1.450	1.333	Vercelli	30.701	30.555
Verbania	1.480	1.325	1.251	Verbania	29.226	28.628
<b>Piemonte</b>	<b>33.490</b>	<b>30.000</b>	<b>27.251</b>	<b>Piemonte</b>	<b>554.036</b>	<b>550.105</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Province			Province	
Variazione vendite (in numero motoveicoli)			Variazione parco circolante motoveicoli	
	2008	2009	2009	
Novara	-13,1%	3,0%	Cuneo	1,5%
Verbania	-10,5%	-5,6%	Alessandria	1,1%
Cuneo	-8,4%	-7,7%	Vercelli	-0,5%
Vercelli	-3,1%	-8,1%	Asti	-0,6%
Biella	-6,1%	-10,7%	Torino	-1,2%
Torino	-12,0%	-11,0%	Biella	-1,4%
Alessandria	-9,2%	-11,5%	Verbania	-2,0%
Asti	-9,9%	-13,6%	Novara	-2,7%
<b>Piemonte</b>	<b>-10,4%</b>	<b>-9,2%</b>	<b>Piemonte</b>	<b>-0,7%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province				Province		
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
	2007	2008	2009		2008	2009
Torino	90	80	70	Novara	84	88
Cuneo	25	23	21	Cuneo	93	83
Alessandria	21	19	16	Biella	95	82
Novara	16	13	14	Verbania	86	80
Biella	9	8	7	Alessandria	94	80
Asti	9	8	7	Vercelli	83	75
Vercelli	7	7	6	Asti	84	69
Verbania	7	6	6	Torino	77	66
<b>Piemonte</b>	<b>183</b>	<b>165</b>	<b>147</b>	<b>Piemonte</b>	<b>83</b>	<b>73</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province				Province		
Variazione consumi complessivi motoveicoli				Variazione spesa per famiglia motoveicoli		
		2008	2009			2009
Novara		-14,6%	6,5%	Novara		4,8%
Verbania		-11,8%	-5,5%	Verbania		-6,4%
Vercelli		-2,0%	-9,1%	Vercelli		-9,7%
Cuneo		-7,6%	-9,9%	Cuneo		-11,2%
Torino		-10,9%	-13,2%	Biella		-13,7%
Biella		-6,4%	-13,3%	Torino		-14,1%
Alessandria		-9,0%	-13,7%	Alessandria		-14,4%
Asti		-7,6%	-17,3%	Asti		-18,1%
<b>Piemonte</b>		<b>-9,9%</b>	<b>-10,9%</b>	<b>Piemonte</b>		<b>-11,9%</b>
<b>Totale Italia</b>		<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>		<b>-7,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Province				Province		
Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
	2007	2008	2009		2008	2009
Torino	192	183	174	Biella	186	170
Cuneo	46	44	41	Torino	176	166
Alessandria	37	35	33	Novara	182	166
Novara	31	29	27	Cuneo	174	162
Biella	17	16	14	Alessandria	172	159
Asti	17	15	14	Vercelli	174	158
Vercelli	15	14	13	Verbania	172	154
Verbania	14	13	11	Asti	160	144
<b>Piemonte</b>	<b>368</b>	<b>348</b>	<b>327</b>	<b>Piemonte</b>	<b>175</b>	<b>163</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province				Province		
Var. consumi elettrodomestici bianchi e piccoli				Var. spesa per famiglia elettrod. bianchi e piccoli		
		2008	2009			2009
Torino		-4,7%	-4,7%	Torino		-5,7%
Cuneo		-5,6%	-5,8%	Alessandria		-7,0%
Alessandria		-5,7%	-6,3%	Cuneo		-7,2%
Novara		-7,3%	-7,3%	Biella		-8,6%
Biella		-6,2%	-8,2%	Novara		-8,8%
Vercelli		-6,8%	-8,7%	Vercelli		-9,3%
Asti		-8,6%	-9,0%	Asti		-9,8%
Verbania		-8,8%	-9,7%	Verbania		-10,5%
<b>Piemonte</b>		<b>-5,6%</b>	<b>-5,9%</b>	<b>Piemonte</b>		<b>-6,9%</b>
<b>Totale Italia</b>		<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>		<b>-6,5%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Elettrodomestici bruni

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Torino	189	172	171	Biella	178	170
Cuneo	45	40	39	Novara	172	164
Alessandria	36	33	32	Torino	166	163
Novara	31	27	26	Alessandria	161	156
Biella	17	15	14	Vercelli	165	156
Asti	17	14	14	Cuneo	160	155
Vercelli	15	13	13	Verbania	163	152
Verbania	14	12	11	Asti	150	141
<b>Piemonte</b>	<b>364</b>	<b>327</b>	<b>321</b>	<b>Piemonte</b>	<b>165</b>	<b>160</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Variazione consumi elettrodomestici bruni			Var. spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
Province	2008	2009	Province	2009
Torino	-9,2%	-0,6%	Torino	-1,6%
Cuneo	-10,4%	-1,9%	Alessandria	-3,1%
Alessandria	-10,2%	-2,2%	Cuneo	-3,3%
Novara	-11,6%	-3,2%	Biella	-4,6%
Biella	-10,5%	-4,2%	Novara	-4,8%
Vercelli	-11,3%	-4,8%	Vercelli	-5,4%
Asti	-13,2%	-5,2%	Asti	-6,1%
Verbania	-13,3%	-5,8%	Verbania	-6,6%
<b>Piemonte</b>	<b>-10,1%</b>	<b>-1,9%</b>	<b>Piemonte</b>	<b>-2,9%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Mobili

Consumi complessivi (mln Euro)				Spesa per famiglia (Euro)		
Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Torino	804	789	728	Biella	780	717
Cuneo	192	187	171	Verbania	765	699
Alessandria	146	144	133	Torino	762	695
Novara	122	118	108	Novara	749	673
Asti	71	69	64	Cuneo	745	671
Biella	65	66	61	Asti	723	658
Verbania	57	56	52	Alessandria	712	651
Vercelli	57	56	51	Vercelli	683	624
<b>Piemonte</b>	<b>1.514</b>	<b>1.487</b>	<b>1.367</b>	<b>Piemonte</b>	<b>749</b>	<b>682</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Variazione consumi mobili			Variazione spesa per famiglia mobili	
Province	2008	2009	Province	2009
Biella	1,1%	-7,6%	Biella	-8,0%
Verbania	-1,7%	-7,8%	Verbania	-8,6%
Torino	-1,8%	-7,8%	Alessandria	-8,7%
Alessandria	-1,4%	-7,9%	Vercelli	-8,7%
Vercelli	-1,1%	-8,1%	Torino	-8,8%
Asti	-2,7%	-8,1%	Asti	-9,0%
Novara	-2,9%	-8,6%	Cuneo	-10,0%
Cuneo	-2,5%	-8,7%	Novara	-10,1%
<b>Piemonte</b>	<b>-1,8%</b>	<b>-8,0%</b>	<b>Piemonte</b>	<b>-9,0%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Informatica famiglia

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Torino	78	67	64	Biella	74	70
Cuneo	18	16	15	Vercelli	68	65
Alessandria	15	13	12	Novara	69	65
Novara	13	11	10	Verbania	67	64
Biella	7	6	6	Torino	65	61
Asti	7	6	6	Alessandria	64	61
Vercelli	6	6	5	Cuneo	63	60
Verbania	6	5	5	Asti	60	58
<b>Piemonte</b>	<b>150</b>	<b>129</b>	<b>124</b>	<b>Piemonte</b>	<b>65</b>	<b>62</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2008	2009
Cuneo	-14,1%	-3,4%	Asti	-4,4%	-4,4%
Asti	-14,4%	-3,6%	Vercelli	-4,5%	-4,5%
Vercelli	-11,9%	-3,9%	Biella	-4,7%	-4,7%
Alessandria	-13,5%	-4,1%	Cuneo	-4,8%	-4,8%
Torino	-14,2%	-4,2%	Alessandria	-4,9%	-4,9%
Verbania	-13,5%	-4,2%	Verbania	-5,1%	-5,1%
Biella	-11,6%	-4,3%	Torino	-5,2%	-5,2%
Novara	-14,8%	-5,0%	Novara	-6,5%	-6,5%
<b>Piemonte</b>	<b>-13,9%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Piemonte</b>	<b>-5,1%</b>	<b>-5,1%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	<b>-3,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri 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
Verbania	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	8	24.523	13	59.273	10,5
Vercelli	2	14.172	1	2.750	3	16.922	9,6
Torino	20	150.929	15	50.778	35	201.707	9,2
Asti	-	-	1	3.000	1	3.000	1,4
<b>Piemonte</b>	<b>41</b>	<b>284.561</b>	<b>48</b>	<b>161.225</b>	<b>89</b>	<b>445.786</b>	<b>10,4</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Puglia



La fase recessiva che ha coinvolto anche questa regione si è concretizzata in una riduzione del PIL superiore a quella dell'area meridionale, ripartizione più penalizzata della media dal calo delle attività economiche. Le principali componenti della domanda hanno evidenziato una contrazione più intensa della dinamica nazionale, benché rispetto alla flessione del Mezzogiorno le esportazioni e la spesa per consumi, al netto dell'inflazione, evidenzino perdite relativamente più attenuate. La Puglia è tra le regioni del paese che hanno visto calare più intensamente il reddito disponibile reale delle famiglie, penalizzata anche da una riduzione occupazionale particolarmente intensa. Rispetto alla media italiana si registra un gap negativo di

4.600 Euro di reddito per abitante, che in regione si attesta a 13.448 Euro. Il dettaglio provinciale non evidenzia particolari disparità.

Nella spesa per beni durevoli le famiglie pugliesi hanno presentato una flessione inferiore alla media italiana e anche a quella dell'area geografica di appartenenza, grazie al migliore andamento di tutti i mercati, in particolare auto, moto e informatica.

Tra le province spicca Lecce, che è risultata una delle province italiane con il minor calo della spesa per durevoli: 3,3 punti percentuali di differenza positiva rispetto alla media, con un tasso di variazione della spesa familiare del -5,6% rispetto al -8,9% medio nazionale. Nell'area della mobilità, le immatricolazioni intestate a persone fisiche in Puglia sono cresciute del 14,4%, con i migliori risultati a Lecce (+19,5%), Taranto (+17,5%) e Brindisi (+16,9%). Foggia risulta la provincia con il calo maggiore della spesa familiare sia per auto nuove sia per il complesso dei durevoli.

## Dati regionali >>>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (In Euro)		
	2007	2008	2009
Taranto	13.292	13.750	13.695
Bari	13.228	13.696	13.658
Brindisi	13.125	13.618	13.585
Lecce	12.960	13.340	13.249
Foggia	12.523	12.975	12.901
<b>Puglia</b>	<b>13.056</b>	<b>13.505</b>	<b>13.448</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Brindisi	3,8%	-0,2%
Bari	3,5%	-0,3%
Taranto	3,4%	-0,4%
Foggia	3,6%	-0,6%
Lecce	2,9%	-0,7%
<b>Puglia</b>	<b>3,4%</b>	<b>-0,4%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>

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 (mln Euro)

Puglia								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	1.058	902	-14,8%	913	1,2%	29,1	31,5	0,4
Auto usate	895	864	-3,4%	724	-16,2%	27,9	25,0	-4,5
Motoveicoli	104	105	1,2%	104	-0,5%	3,4	3,6	0,0
Elettr. bianchi + piccoli	196	191	-2,3%	182	-4,6%	6,2	6,3	-0,3
Elettrod. bruni	188	180	-4,0%	168	-6,9%	5,8	5,8	-0,4
Mobili	787	787	0,1%	738	-6,2%	25,4	25,5	-1,6
Informatica famiglie	72	65	-8,7%	66	0,4%	2,1	2,3	0,0
<b>Durevoli</b>	<b>3.298</b>	<b>3.095</b>	<b>-6,2%</b>	<b>2.895</b>	<b>-6,4%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-6,4</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Bari	39.318	33.293	33.949	Bari	550.060	552.184
Lecce	19.085	16.637	18.336	Lecce	301.090	298.634
Taranto	15.658	10.523	11.247	Taranto	235.140	233.886
Foggia	11.065	10.087	10.428	Foggia	223.613	225.390
Brindisi	7.559	6.666	7.392	Brindisi	154.902	153.840
<b>Puglia</b>	<b>92.685</b>	<b>77.206</b>	<b>81.352</b>	<b>Puglia</b>	<b>1.464.805</b>	<b>1.463.934</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)		Province	Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
	2008	2009		2008	2009
Brindisi	-11,8%	10,9%	Foggia	0,8%	
Lecce	-12,8%	10,2%	Bari	0,4%	
Taranto	-32,8%	6,9%	Taranto	-0,5%	
Foggia	-8,8%	3,4%	Brindisi	-0,7%	
Bari	-15,3%	2,0%	Lecce	-0,8%	
<b>Puglia</b>	<b>-16,7%</b>	<b>5,4%</b>	<b>Puglia</b>	<b>-0,1%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Bari	7.223	6.739	4.353
Lecce	2.336	2.578	1.533
Taranto	5.741	2.236	1.508
Foggia	1.218	1.482	898
Brindisi	995	947	705
<b>Puglia</b>	<b>17.513</b>	<b>13.982</b>	<b>8.997</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Brindisi	-4,8%	-25,6%
Taranto	-61,1%	-32,6%
Bari	-6,7%	-35,4%
Foggia	21,7%	-39,4%
Lecce	10,4%	-40,5%
<b>Puglia</b>	<b>-20,2%</b>	<b>-35,7%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)			Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)				
Province	2007	2008	2009	Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Bari	32.095	26.554	29.596	Bari	461	386	381	Lecce	637	664
Lecce	16.749	14.059	16.803	Lecce	231	196	208	Bari	659	641
Taranto	9.917	8.287	9.739	Taranto	136	115	120	Brindisi	547	555
Foggia	9.847	8.605	9.530	Foggia	137	121	119	Taranto	517	532
Brindisi	6.564	5.719	6.687	Brindisi	93	82	85	Foggia	493	478
<b>Puglia</b>	<b>75.172</b>	<b>63.224</b>	<b>72.355</b>	<b>Puglia</b>	<b>1.058</b>	<b>902</b>	<b>913</b>	<b>Puglia</b>	<b>596</b>	<b>595</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Variazione immatricolazioni auto nuove			Var. consumi complessivi auto nuove		Variazione spesa per famiglia auto nuove		
Province	2008	2009	Province	2008	2009	Province	2009
Lecce	-16,1%	19,5%	Lecce	-14,9%	5,8%	Lecce	4,2%
Taranto	-16,4%	17,5%	Taranto	-15,3%	4,0%	Taranto	3,0%
Brindisi	-12,9%	16,9%	Brindisi	-11,7%	3,5%	Brindisi	1,5%
Bari	-17,3%	11,5%	Bari	-16,1%	-1,4%	Bari	-2,8%
Foggia	-12,6%	10,7%	Foggia	-11,4%	-2,0%	Foggia	-3,0%
<b>Puglia</b>	<b>-15,9%</b>	<b>14,4%</b>	<b>Puglia</b>	<b>-14,8%</b>	<b>1,2%</b>	<b>Puglia</b>	<b>-0,2%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2007	2008	2009	Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Bari	85.743	81.050	73.333	Bari	349	336	280	Brindisi	649	536
Lecce	42.554	39.950	36.875	Lecce	163	155	131	Taranto	582	488
Foggia	39.166	38.296	34.808	Foggia	146	146	121	Foggia	590	487
Taranto	34.100	32.671	30.092	Taranto	133	130	110	Bari	573	470
Brindisi	25.837	24.011	21.992	Brindisi	103	98	82	Lecce	503	419
<b>Puglia</b>	<b>227.400</b>	<b>215.978</b>	<b>197.100</b>	<b>Puglia</b>	<b>895</b>	<b>864</b>	<b>724</b>	<b>Puglia</b>	<b>571</b>	<b>472</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Variazione numero auto usate			Var. consumi com- plessivi auto usate		Variazione spesa per famiglia auto usate		
Province	2008	2009	Province	2008	2009	Province	2009
Lecce	-6,1%	-7,7%	Taranto	-2,5%	-15,4%	Taranto	-16,2%
Taranto	-4,2%	-7,9%	Lecce	-5,0%	-15,5%	Lecce	-16,7%
Brindisi	-7,1%	-8,4%	Brindisi	-5,2%	-15,7%	Brindisi	-17,3%
Foggia	-2,2%	-9,1%	Foggia	-0,4%	-16,7%	Foggia	-17,5%
Bari	-5,5%	-9,5%	Bari	-3,8%	-16,8%	Bari	-18,0%
<b>Puglia</b>	<b>-5,0%</b>	<b>-8,7%</b>	<b>Puglia</b>	<b>-3,4%</b>	<b>-16,2%</b>	<b>Puglia</b>	<b>-17,3%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)				Parco circolante		
Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Bari	9.842	10.083	10.436	Bari	158.134	158.519
Lecce	4.669	4.492	4.591	Lecce	86.874	84.611
Taranto	3.796	3.858	3.347	Taranto	76.455	78.089
Foggia	3.211	3.202	2.998	Foggia	49.602	48.658
Brindisi	2.298	2.234	2.053	Brindisi	43.596	43.110
<b>Puglia</b>	<b>23.816</b>	<b>23.869</b>	<b>23.425</b>	<b>Puglia</b>	<b>414.661</b>	<b>412.987</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Variazione vendite (in numero motoveicoli)			Variazione parco circolante motoveicoli	
Province	2008	2009	Province	2009
Bari	2,4%	3,5%	Taranto	2,1%
Lecce	-3,8%	2,2%	Bari	0,2%
Foggia	-0,3%	-6,4%	Brindisi	-1,1%
Brindisi	-2,8%	-8,1%	Foggia	-1,9%
Taranto	1,6%	-13,2%	Lecce	-2,6%
<b>Puglia</b>	<b>0,2%</b>	<b>-1,9%</b>	<b>Puglia</b>	<b>-0,4%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Bari	43	45	48	Bari	77	80
Lecce	20	19	20	Taranto	80	68
Taranto	17	18	15	Lecce	60	62
Foggia	14	14	13	Brindisi	61	55
Brindisi	9	9	8	Foggia	57	53
<b>Puglia</b>	<b>104</b>	<b>105</b>	<b>104</b>	<b>Puglia</b>	<b>69</b>	<b>68</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province	Variazione consumi complessivi motoveicoli		Province	Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009		2009	
Bari	3,9%	5,9%	Bari	4,4%	
Lecce	-5,1%	4,8%	Lecce	3,2%	
Foggia	0,4%	-6,5%	Foggia	-7,4%	
Brindisi	-2,7%	-7,4%	Brindisi	-9,1%	
Taranto	4,3%	-14,1%	Taranto	-14,9%	
<b>Puglia</b>	<b>1,2%</b>	<b>-0,5%</b>	<b>Puglia</b>	<b>-1,9%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

### Elettrodomestici bianchi e piccoli

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Bari	78	76	74	Foggia	136	128
Lecce	39	38	36	Bari	130	124
Foggia	34	33	32	Lecce	122	114
Taranto	26	26	24	Brindisi	121	111
Brindisi	19	18	17	Taranto	115	107
<b>Puglia</b>	<b>196</b>	<b>191</b>	<b>182</b>	<b>Puglia</b>	<b>126</b>	<b>119</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bianchi e piccoli		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bianchi e piccoli	
	2008	2009		2009	
Bari	-1,7%	-3,7%	Bari	-5,0%	
Lecce	-2,5%	-4,7%	Foggia	-5,9%	
Foggia	-2,1%	-4,9%	Lecce	-6,1%	
Taranto	-2,8%	-5,4%	Taranto	-6,4%	
Brindisi	-3,9%	-6,6%	Brindisi	-8,3%	
<b>Puglia</b>	<b>-2,3%</b>	<b>-4,6%</b>	<b>Puglia</b>	<b>-5,9%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Bari	75	72	68	Foggia	129	118
Lecce	37	35	33	Bari	123	114
Foggia	33	32	29	Lecce	115	105
Taranto	25	24	22	Brindisi	113	101
Brindisi	18	17	16	Taranto	107	98
<b>Puglia</b>	<b>188</b>	<b>180</b>	<b>168</b>	<b>Puglia</b>	<b>119</b>	<b>109</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2009	
Bari	-3,4%	-5,9%	Bari	-7,2%	
Lecce	-4,2%	-7,0%	Foggia	-8,2%	
Foggia	-3,9%	-7,3%	Lecce	-8,4%	
Taranto	-4,6%	-7,7%	Taranto	-8,6%	
Brindisi	-5,7%	-9,0%	Brindisi	-10,8%	
<b>Puglia</b>	<b>-4,0%</b>	<b>-6,9%</b>	<b>Puglia</b>	<b>-8,2%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Mobili

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Bari	308	307	288	Foggia	551	511
Lecce	156	156	146	Brindisi	533	491
Foggia	136	136	127	Bari	523	484
Taranto	109	109	102	Lecce	505	466
Brindisi	77	80	75	Taranto	489	455
<b>Puglia</b>	<b>787</b>	<b>787</b>	<b>738</b>	<b>Puglia</b>	<b>520</b>	<b>481</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2009	
Brindisi	4,0%	-6,2%	Taranto	-7,1%	
Taranto	0,0%	-6,2%	Foggia	-7,2%	
Bari	-0,6%	-6,2%	Bari	-7,5%	
Lecce	-0,5%	-6,3%	Lecce	-7,7%	
Foggia	0,2%	-6,3%	Brindisi	-8,0%	
<b>Puglia</b>	<b>0,1%</b>	<b>-6,2%</b>	<b>Puglia</b>	<b>-7,5%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Informatica famiglia

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Bari	28	26	26	Foggia	47	46
Lecce	14	13	13	Bari	44	44
Foggia	13	12	11	Brindisi	42	42
Taranto	10	9	9	Lecce	42	41
Brindisi	7	6	6	Taranto	40	40
<b>Puglia</b>	<b>72</b>	<b>65</b>	<b>66</b>	<b>Puglia</b>	<b>43</b>	<b>43</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2009	
Taranto	-8,4%	1,0%	Taranto	0,0%	
Brindisi	-8,4%	0,7%	Foggia	-1,0%	
Lecce	-8,9%	0,5%	Lecce	-1,0%	
Bari	-9,0%	0,3%	Bari	-1,1%	
Foggia	-8,2%	0,0%	Brindisi	-1,2%	
<b>Puglia</b>	<b>-8,7%</b>	<b>0,4%</b>	<b>Puglia</b>	<b>-0,9%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri 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
<b>Puglia</b>	<b>16</b>	<b>133.226</b>	<b>12</b>	<b>34.001</b>	<b>28</b>	<b>167.227</b>	<b>4,1</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Sardegna

Sardegna



La flessione dell'attività economica regionale si è sostanzialmente allineata nel 2009 alla dinamica recessiva del PIL reale del Mezzogiorno, ripartizione che in quest'anno ha mostrato una caduta più intensa rispetto al Centro-Nord. La regione è stata investita da una flessione importante di domanda estera, mentre il calo di domanda interna espresso in termini reali si è attestato sulla dinamica nazionale. La spesa per consumi al netto della dinamica inflazionistica si è ridotta secondo ritmi meno accentuati rispetto alla ripartizione mentre si allinea a questa la flessione di reddito disponibile reale che, in media nel Mezzogiorno, risulta più marcata benché in calo in tutte le aree.

Il reddito per abitante, espresso in termini nominali, si è ridotto dello 0,4%, attestandosi nel 2009 a 14.519 Euro. I livelli di reddito pro capite risultano superiori alla media del Mezzogiorno, grazie all'elevato apporto del turismo, che incrementa la ric-

chezza della regione. Permane, tuttavia, un differenziale negativo con la media italiana, in particolare in termini di reddito pro capite, con un gap medio per abitante di 3.500 Euro. A livello provinciale la provincia di Sassari mantiene livelli superiori alle altre province per il reddito per abitante, ma non risulta particolarmente ampio il divario con le altre province.

Nel 2009 la spesa per beni durevoli ha mostrato in questa regione una flessione più contenuta rispetto alla media nazionale (-6,6% contro il -7,5% medio), anche se il divario si riduce notevolmente se si considera il livello di spesa per famiglia (-8,6% contro il -8,9% medio).

Tutte le voci di spesa hanno presentato riduzioni, particolarmente marcate per auto usate e motoveicoli. Per quanto riguarda il mercato automobilistico, si segnala il dato positivo della spesa per famiglia nella provincia di Oristano (+1,9%), che con una variazione del +17,6% è al primo posto per crescita delle immatricolazioni. La forte contrazione della stessa voce di spesa a Nuoro (-10,2% l'importo medio familiare) si è invece riflessa nel peggiore risultato provinciale in termini di acquisto di beni durevoli.

## Dati regionali >>>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (in Euro)		
	2007	2008	2009
Sassari	14.997	15.235	15.167
Cagliari	14.199	14.538	14.457
Nuoro	13.618	14.007	14.000
Oristano	13.265	13.685	13.672
<b>Sardegna</b>	<b>14.250</b>	<b>14.578</b>	<b>14.519</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Nuoro	2,9%	0,0%
Oristano	3,2%	-0,1%
Sassari	1,6%	-0,4%
Cagliari	2,4%	-0,6%
<b>Sardegna</b>	<b>2,3%</b>	<b>-0,4%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>



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 (mln Euro)

Sardegna								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	663	531	-19,8%	520	-2,2%	34,3	35,9	-0,8
Auto usate	337	329	-2,2%	280	-15,1%	21,3	19,3	-3,2
Motoveicoli	45	40	-10,5%	36	-10,3%	2,6	2,5	-0,3
Elettr. bianchi + piccoli	101	98	-3,0%	93	-5,5%	6,3	6,4	-0,3
Elettrod. bruni	94	89	-5,3%	82	-7,7%	5,7	5,7	-0,4
Mobili	422	429	1,8%	404	-5,8%	27,7	27,9	-1,6
Informativa famiglie	36	33	-8,7%	33	0,0%	2,1	2,3	0,0
<b>Durevoli</b>	<b>1.696</b>	<b>1.549</b>	<b>-8,7%</b>	<b>1.447</b>	<b>-6,6%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-6,6</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Cagliari	28.285	21.753	22.632	Cagliari	366.944	367.146
Sassari	18.837	14.934	15.137	Sassari	256.325	254.574
Nuoro	6.237	4.960	4.914	Nuoro	99.325	100.345
Oristano	4.659	3.602	4.152	Oristano	56.123	56.751
<b>Sardegna</b>	<b>58.018</b>	<b>45.249</b>	<b>46.835</b>	<b>Sardegna</b>	<b>778.717</b>	<b>778.816</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)		Province	Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
	2008	2009		2008	2009
Oristano	-22,7%	15,3%	Oristano	1,1%	
Cagliari	-23,1%	4,0%	Nuoro	1,0%	
Sassari	-20,7%	1,4%	Cagliari	0,1%	
Nuoro	-20,5%	-0,9%	Sassari	-0,7%	
<b>Sardegna</b>	<b>-22,0%</b>	<b>3,5%</b>	<b>Sardegna</b>	<b>0,0%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Cagliari	5.125	3.571	2.050
Sassari	3.594	2.643	1.984
Nuoro	646	556	348
Oristano	372	269	232
<b>Sardegna</b>	<b>9.737</b>	<b>7.039</b>	<b>4.614</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Oristano	-27,7%	-13,8%
Sassari	-26,5%	-24,9%
Nuoro	-13,9%	-37,4%
Cagliari	-30,3%	-42,6%
<b>Sardegna</b>	<b>-27,7%</b>	<b>-34,5%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic



## Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)				Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)			
Province	2007	2008	2009	Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Cagliari	23.160	18.182	20.5825	Cagliari	322	256	256	Cagliari	833	817
Sassari	15.243	12.291	13.153	Sassari	207	169	160	Sassari	858	795
Nuoro	5.591	4.404	4.566	Nuoro	75	60	55	Oristano	761	776
Oristano	4.287	3.333	3.920	Oristano	58	46	48	Nuoro	556	499
<b>Sardegna</b>	<b>48.281</b>	<b>38.210</b>	<b>42.221</b>	<b>Sardegna</b>	<b>663</b>	<b>531</b>	<b>520</b>	<b>Sardegna</b>	<b>789</b>	<b>756</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Variazione immatricolazioni auto nuove			Var. consumi complessivi auto nuove		Variazione spesa per famiglia auto nuove		
Province	2008	2009	Province	2008	2009	Province	2009
Oristano	-22,3%	17,6%	Oristano	-21,2%	4,1%	Oristano	1,9%
Cagliari	-21,5%	13,2%	Cagliari	-20,4%	0,2%	Cagliari	-1,9%
Sassari	-19,4%	7,0%	Sassari	-18,3%	-5,3%	Sassari	-7,3%
Nuoro	-21,2%	3,7%	Nuoro	-20,2%	-8,3%	Nuoro	-10,2%
<b>Sardegna</b>	<b>-20,9%</b>	<b>10,5%</b>	<b>Sardegna</b>	<b>-19,8%</b>	<b>-2,2%</b>	<b>Sardegna</b>	<b>-4,2%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Province			Immatricolazioni (in numero di auto)			Province			Consumi complessivi (mln Euro)			Province			Spesa per famiglia (Euro)	
			2007	2008	2009				2007	2008	2009				2008	2009
Cagliari			37.927	36.712	34.034	Cagliari			160	157	134	Sassari			517	427
Sassari			24.283	23.160	21.257	Sassari			106	102	86	Cagliari			512	427
Nuoro			11.126	10.832	9.934	Nuoro			44	43	37	Oristano			438	372
Oristano			6.866	6.714	6.317	Oristano			26	26	23	Nuoro			401	332
<b>Sardegna</b>			<b>80.202</b>	<b>77.418</b>	<b>71.542</b>	<b>Sardegna</b>			<b>337</b>	<b>329</b>	<b>280</b>	<b>Sardegna</b>			<b>489</b>	<b>407</b>
<b>Totale Italia</b>			<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>			<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>			<b>626</b>	<b>525</b>

Province			Variazione numero auto usate		Province			Var. consumi com- plessivi auto usate		Province			Variazione spesa per famiglia auto usate
			2008	2009				2008	2009				2009
Oristano			-2,2%	-5,9%	Oristano			0,0%	-13,3%	Oristano			-15,1%
Cagliari			-3,2%	-7,3%	Cagliari			-1,8%	-15,0%	Cagliari			-16,7%
Sassari			-4,6%	-8,2%	Nuoro			-0,7%	-15,4%	Nuoro			-17,2%
Nuoro			-2,6%	-8,3%	Sassari			-4,0%	-15,7%	Sassari			-17,5%
<b>Sardegna</b>			<b>-3,5%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Sardegna</b>			<b>-2,2%</b>	<b>-15,1%</b>	<b>Sardegna</b>			<b>-16,9%</b>
<b>Totale Italia</b>			<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>			<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>			<b>-16,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Province			Vendite (in numero di motoveicoli)			Province			Parco circolante	
			2007	2008	2009				2008	2009
Cagliari			4.596	4.305	3.912	Cagliari			101.580	100.406
Sassari			3.323	3.018	2.802	Sassari			62.107	62.173
Nuoro			1.059	974	854	Oristano			18.893	18.260
Oristano			683	662	613	Nuoro			16.849	16.952
<b>Sardegna</b>			<b>9.661</b>	<b>8.959</b>	<b>8.181</b>	<b>Sardegna</b>			<b>199.429</b>	<b>197.791</b>
<b>Totale Italia</b>			<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>			<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Province			Variazione vendite (in numero motoveicoli)		Province			Variazione parco circolante motoveicoli
			2008	2009				2009
Sassari			-9,2%	-7,2%	Nuoro			0,6%
Oristano			-3,1%	-7,4%	Sassari			0,1%
Cagliari			-6,3%	-9,1%	Cagliari			-1,2%
Nuoro			-8,0%	-12,3%	Oristano			-3,4%
<b>Sardegna</b>			<b>-7,3%</b>	<b>-8,7%</b>	<b>Sardegna</b>			<b>-0,8%</b>
<b>Totale Italia</b>			<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>			<b>-0,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Cagliari	22	20	17	Sassari	73	65
Sassari	17	14	13	Cagliari	64	56
Nuoro	4	3	3	Oristano	43	38
Oristano	3	3	2	Nuoro	28	25
<b>Sardegna</b>	<b>45</b>	<b>40</b>	<b>36</b>	<b>Sardegna</b>	<b>59</b>	<b>52</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province	Variazione consumi complessivi motoveicoli		Province	Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009		2008	2009
Nuoro	-14,7%	-7,7%	Nuoro	-9,6%	
Oristano	-9,7%	-8,5%	Oristano	-10,4%	
Sassari	-13,0%	-9,3%	Sassari	-11,1%	
Cagliari	-8,1%	-11,7%	Cagliari	-13,6%	
<b>Sardegna</b>	<b>-10,5%</b>	<b>-10,3%</b>	<b>Sardegna</b>	<b>-12,2%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Cagliari	46	45	43	Sassari	158	148
Sassari	32	31	30	Cagliari	147	138
Nuoro	14	13	12	Oristano	133	116
Oristano	9	8	7	Nuoro	124	113
<b>Sardegna</b>	<b>101</b>	<b>98</b>	<b>93</b>	<b>Sardegna</b>	<b>145</b>	<b>135</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bianchi e piccoli		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bianchi e piccoli	
	2008	2009		2008	2009
Cagliari	-1,7%	-4,3%	Cagliari	-6,3%	
Sassari	-3,4%	-4,8%	Sassari	-6,8%	
Nuoro	-4,1%	-7,6%	Nuoro	-9,5%	
Oristano	-6,8%	-11,0%	Oristano	-12,9%	
<b>Sardegna</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,5%</b>	<b>Sardegna</b>	<b>-7,4%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Cagliari	44	43	40	Cagliari	139	128
Sassari	28	26	24	Sassari	132	120
Nuoro	13	13	11	Oristano	125	105
Oristano	8	8	6	Nuoro	116	103
<b>Sardegna</b>	<b>94</b>	<b>89</b>	<b>82</b>	<b>Sardegna</b>	<b>132</b>	<b>119</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2009	
Cagliari	-3,8%	-6,2%	Cagliari	-8,1%	
Sassari	-5,8%	-7,6%	Sassari	-9,5%	
Nuoro	-6,5%	-9,7%	Nuoro	-11,5%	
Oristano	-9,3%	-13,6%	Oristano	-15,4%	
<b>Sardegna</b>	<b>-5,3%</b>	<b>-7,7%</b>	<b>Sardegna</b>	<b>-9,6%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Mobili

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Cagliari	195	200	188	Oristano	667	618
Sassari	122	121	114	Cagliari	651	600
Nuoro	66	68	65	Nuoro	634	586
Oristano	39	40	38	Sassari	611	563
<b>Sardegna</b>	<b>422</b>	<b>429</b>	<b>404</b>	<b>Sardegna</b>	<b>638</b>	<b>588</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2009	
Oristano	3,9%	-5,5%	Oristano	-7,4%	
Nuoro	3,4%	-5,6%	Nuoro	-7,5%	
Cagliari	2,6%	-5,9%	Cagliari	-7,9%	
Sassari	-1,1%	-5,9%	Sassari	-7,9%	
<b>Sardegna</b>	<b>1,8%</b>	<b>-5,8%</b>	<b>Sardegna</b>	<b>-7,8%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Informatica famiglia

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Cagliari	17	15	15	Cagliari	50	49
Sassari	11	10	10	Oristano	49	48
Nuoro	5	5	5	Sassari	48	47
Oristano	3	3	3	Nuoro	44	44
<b>Sardegna</b>	<b>36</b>	<b>33</b>	<b>33</b>	<b>Sardegna</b>	<b>49</b>	<b>48</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2008	2009
Nuoro	-7,8%	0,8%	Nuoro	-1,3%	
Oristano	-7,2%	0,5%	Oristano	-1,6%	
Sassari	-9,7%	0,1%	Sassari	-2,0%	
Cagliari	-8,6%	-0,4%	Cagliari	-2,5%	
<b>Sardegna</b>	<b>-8,7%</b>	<b>0,0%</b>	<b>Sardegna</b>	<b>-2,1%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri 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
<b>Sardegna</b>	<b>6</b>	<b>44.200</b>	<b>17</b>	<b>54.400</b>	<b>23</b>	<b>98.600</b>	<b>6,0</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Sicilia



Benché il calo delle attività economiche sia risultato profondo in tutte le aree, la regione ha registrato nel 2009 la discesa meno marcata dell'area meridionale in valori reali, allineandosi maggiormente alla flessione media nazionale. Decisamente più intenso della media, invece, è stato il calo dei consumi in termini reali, benché il reddito disponibile delle famiglie al netto della dinamica inflazionistica abbia registrato una diminuzione nel complesso meno accentuata della media dell'area meridionale. Il reddito pro capite siciliano, espresso in termini nominali, è stato tra i pochi ad evidenziare una tenuta sui livelli del 2008, attestandosi a 13.110 Euro. La Sicilia mostra un reddito per abitante tra i più bassi nella graduatoria, collocandosi come nel 2008 in penultima posizione dopo la Campania. Il reddito per abitante mostra un divario di quasi 5.000 Euro in meno rispetto alla media italiana (225

Euro meno della media del Mezzogiorno). A livello provinciale non si notano grosse disparità nella distribuzione del reddito: Messina ed Enna evidenziano livelli di reddito più elevati rispetto alla media regionale.

Nell'acquisto di beni durevoli le famiglie siciliane hanno presentato nel corso del 2009 un andamento della spesa (-8,4%) peggiore rispetto alla media nazionale e a quella delle regioni del Sud (entrambe -7,5%). Tutti i mercati in tutte le province hanno presentato risultati pesantemente negativi in valore, con l'unica eccezione degli acquisti di motoveicoli (-5,1% la variazione della spesa familiare in regione, a fronte del -7,9% medio nazionale), in forte espansione ad Agrigento (+17,5%) e Trapani (+11,4%), e in crescita più contenuta a Enna, Siracusa e Messina. In questa voce di spesa, Catania ha presentato la maggiore flessione (-14,6%), testimoniando la presenza di differenze provinciali molto sviluppate in questo settore, che in questa regione vanta una dimensione, in termini di spesa per famiglia, inferiore solo a Liguria e Toscana. Agrigento è risultata nel 2009 anche la prima provincia siciliana per crescita del mercato automobilistico (+13,4% le immatricolazioni).

## Dati regionali >>>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (in Euro)		
	2007	2008	2009
Messina	13.378	13.896	13.969
Enna	12.990	13.422	13.432
Palermo	12.902	13.327	13.322
Ragusa	12.839	13.175	13.126
Trapani	12.739	13.106	13.085
Catania	12.495	12.917	12.940
Siracusa	12.309	12.753	12.819
Agrigento	12.064	12.475	12.447
Caltanissetta	11.724	12.120	12.118
<b>Sicilia</b>	<b>12.674</b>	<b>13.099</b>	<b>13.110</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Messina	3,9%	0,5%
Siracusa	3,6%	0,5%
Catania	3,4%	0,2%
Enna	3,3%	0,1%
Caltanissetta	3,4%	0,0%
Palermo	3,3%	0,0%
Trapani	2,9%	-0,2%
Agrigento	3,4%	-0,2%
Ragusa	2,6%	-0,4%
<b>Sicilia</b>	<b>3,4%</b>	<b>0,1%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>



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 (mln Euro)

Sicilia								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	1.530	1.231	-19,5%	1.160	-5,8%	30,7	31,5	-1,8
Auto usate	909	856	-5,8%	715	-16,5%	21,3	19,5	-3,5
Motoveicoli	247	246	-0,5%	235	-4,3%	6,1	6,4	-0,3
Elettr. bianchi + piccoli	257	251	-2,4%	237	-5,5%	6,3	6,5	-0,3
Elettrod. bruni	249	239	-4,3%	220	-7,9%	5,9	6,0	-0,5
Mobili	1.077	1.103	2,4%	1.022	-7,3%	27,5	27,8	-2,0
Informatica famiglie	95	87	-8,1%	87	-0,4%	2,2	2,4	0,0
<b>Durevoli</b>	<b>4.365</b>	<b>4.014</b>	<b>-8,0%</b>	<b>3.676</b>	<b>-8,4%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-8,4</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Palermo	38.883	34.034	30.826	Palermo	541.924	544.829
Catania	28.969	22.367	23.269	Catania	509.024	505.782
Messina	18.518	14.776	14.469	Messina	302.457	304.098
Siracusa	10.609	8.969	9.159	Trapani	190.170	189.004
Trapani	10.087	8.441	9.066	Agrigento	185.251	184.469
Agrigento	9.574	7.830	8.272	Siracusa	181.131	180.546
Ragusa	8.811	7.456	7.562	Ragusa	142.050	140.945
Caltanissetta	5.627	4.792	5.156	Caltanissetta	104.613	103.942
Enna	3.258	2.540	2.463	Enna	56.902	56.406
<b>Sicilia</b>	<b>134.336</b>	<b>111.205</b>	<b>110.242</b>	<b>Sicilia</b>	<b>2.213.522</b>	<b>2.210.021</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)		Province	Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
	2008	2009		2008	2009
Caltanissetta	-14,8%	7,6%	Messina	-0,5%	0,5%
Trapani	-16,3%	7,4%	Palermo	-0,5%	0,5%
Agrigento	-18,2%	5,6%	Siracusa	-0,3%	-0,3%
Catania	-22,8%	4,0%	Agrigento	-0,4%	-0,4%
Siracusa	-15,5%	2,1%	Trapani	-0,6%	-0,6%
Ragusa	-15,4%	1,4%	Catania	-0,6%	-0,6%
Messina	-20,2%	-2,1%	Caltanissetta	-0,6%	-0,6%
Enna	-22,0%	-3,0%	Ragusa	-0,8%	-0,8%
Palermo	-12,5%	-9,4%	Enna	-0,9%	-0,9%
<b>Sicilia</b>	<b>-17,2%</b>	<b>-0,9%</b>	<b>Sicilia</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-0,2%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,2%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Palermo	6.549	7.284	3.606
Catania	4.189	3.985	2.695
Messina	2.065	1.989	1.286
Ragusa	1.381	1.486	1.208
Siracusa	958	1.091	875
Trapani	967	957	754
Agrigento	1.183	1.157	706
Caltanissetta	597	717	685
Enna	112	110	100
<b>Sicilia</b>	<b>18.001</b>	<b>18.776</b>	<b>11.915</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Caltanissetta	20,1%	-4,5%
Enna	-1,8%	-9,1%
Ragusa	7,6%	-18,7%
Siracusa	13,9%	-19,8%
Trapani	-1,0%	-21,2%
Catania	-4,9%	-32,4%
Messina	-3,7%	-35,3%
Agrigento	-2,2%	-39,0%
Palermo	11,2%	-50,5%
<b>Sicilia</b>	<b>4,3%</b>	<b>-36,5%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in n. di auto)			Province	Consumi compless. (mln Euro)			Province	Spesa per fam. (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Palermo	32.334	26.750	27.220	Palermo	419	351	316	Palermo	737	652
Catania	24.780	18.382	20.574	Catania	341	256	254	Siracusa	700	645
Messina	16.453	12.787	13.183	Messina	214	169	154	Ragusa	648	601
Trapani	9.120	7.484	8.312	Siracusa	133	110	102	Trapani	599	600
Siracusa	9.651	7.878	8.284	Trapani	118	98	96	Catania	596	584
Agrigento	8.391	6.673	7.566	Agrigento	105	84	85	Messina	610	551
Ragusa	7.430	5.970	6.354	Ragusa	98	80	75	Caltanissetta	518	509
Caltanissetta	5.030	4.075	4.471	Caltanissetta	64	52	51	Agrigento	486	484
Enna	3.146	2.430	2.363	Enna	40	31	27	Enna	453	387
<b>Sicilia</b>	<b>116.335</b>	<b>92.429</b>	<b>98.327</b>	<b>Sicilia</b>	<b>1.530</b>	<b>1.231</b>	<b>1.160</b>	<b>Sicilia</b>	<b>625</b>	<b>584</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove		Province	Var. consumi complessivi auto nuove		Province	Variazione spesa per famiglia auto nuove	
	2008	2009		2008	2009		2009	
Agrigento	-20,5%	13,4%	Agrigento	-19,4%	0,3%	Trapani	0,2%	
Catania	-25,8%	11,9%	Catania	-24,8%	-1,0%	Agrigento	-0,4%	
Trapani	-17,9%	11,1%	Trapani	-16,8%	-1,7%	Caltanissetta	-1,8%	
Caltanissetta	-19,0%	9,7%	Caltanissetta	-17,9%	-2,9%	Catania	-2,0%	
Ragusa	-19,7%	6,4%	Ragusa	-18,5%	-5,8%	Ragusa	-7,2%	
Siracusa	-18,4%	5,2%	Siracusa	-17,2%	-7,0%	Siracusa	-7,9%	
Messina	-22,3%	3,1%	Messina	-21,2%	-8,8%	Messina	-9,7%	
Palermo	-17,3%	1,8%	Palermo	-16,2%	-10,0%	Palermo	-11,5%	
Enna	-22,8%	-2,8%	Enna	-21,7%	-14,0%	Enna	-14,7%	
<b>Sicilia</b>	<b>-20,5%</b>	<b>6,4%</b>	<b>Sicilia</b>	<b>-19,5%</b>	<b>-5,8%</b>	<b>Sicilia</b>	<b>-6,6%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Province			Province			Province				
Immatricolazioni (in n. di auto)			Consumi compless. (mln Euro)			Spesa per fam. (Euro)				
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2008	2009		
Catania	62.446	56.592	51.001	Catania	230	212	177	Ragusa	512	425
Palermo	54.505	51.939	46.275	Palermo	195	189	155	Catania	493	407
Messina	30.393	28.542	25.736	Messina	114	109	91	Siracusa	477	395
Trapani	23.478	21.006	19.148	Trapani	83	75	63	Trapani	458	392
Agrigento	21.094	20.122	18.546	Siracusa	80	75	63	Enna	407	342
Siracusa	22.009	20.219	18.233	Agrigento	68	66	56	Caltanissetta	405	341
Ragusa	18.606	17.159	15.711	Ragusa	68	63	53	Messina	394	326
Caltanissetta	13.148	12.648	11.418	Caltanissetta	42	41	34	Palermo	396	320
Enna	8.411	7.819	7.173	Enna	30	28	24	Agrigento	379	320
<b>Sicilia</b>	<b>254.090</b>	<b>236.046</b>	<b>213.241</b>	<b>Sicilia</b>	<b>909</b>	<b>856</b>	<b>715</b>	<b>Sicilia</b>	<b>435</b>	<b>360</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Province			Province			Province		
Variazione numero auto usate			Var. consumi complessivi auto usate			Variazione spesa per famiglia auto usate		
	2008	2009	2008	2009	2009			
Agrigento	-4,6%	-7,8%	Agrigento	-3,2%	-15,0%	Trapani	-14,3%	
Enna	-7,0%	-8,3%	Enna	-5,8%	-15,2%	Caltanissetta	-15,6%	
Ragusa	-7,8%	-8,4%	Ragusa	-7,2%	-15,7%	Agrigento	-15,6%	
Trapani	-10,5%	-8,8%	Trapani	-9,7%	-15,9%	Enna	-15,9%	
Caltanissetta	-3,8%	-9,7%	Messina	-4,2%	-16,2%	Ragusa	-17,0%	
Siracusa	-8,1%	-9,8%	Siracusa	-6,5%	-16,2%	Messina	-17,1%	
Messina	-6,1%	-9,8%	Catania	-8,0%	-16,6%	Siracusa	-17,1%	
Catania	-9,4%	-9,9%	Caltanissetta	-2,2%	-16,6%	Catania	-17,5%	
Palermo	-4,7%	-10,9%	Palermo	-3,4%	-17,7%	Palermo	-19,1%	
<b>Sicilia</b>	<b>-7,1%</b>	<b>-9,7%</b>	<b>Sicilia</b>	<b>-5,8%</b>	<b>-16,5%</b>	<b>Sicilia</b>	<b>-17,2%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Province			Province			
Immatricolazioni (in numero di motoveicoli)			Parco circolante			
	2007	2008	2009	2008	2009	
Palermo	15.271	15.061	13.574	Catania	204.299	212.863
Catania	14.561	14.410	12.491	Palermo	195.404	196.260
Messina	6.457	6.492	6.645	Messina	103.295	106.555
Siracusa	4.519	4.773	4.619	Siracusa	86.299	90.243
Agrigento	3.365	3.279	3.763	Trapani	68.035	67.735
Trapani	2.802	2.882	3.193	Agrigento	63.752	64.493
Ragusa	2.224	2.498	2.636	Ragusa	37.934	39.383
Caltanissetta	2.169	2.197	2.078	Caltanissetta	23.465	23.227
Enna	1.092	1.062	1.064	Enna	20.500	20.711
<b>Sicilia</b>	<b>52.460</b>	<b>52.654</b>	<b>50.063</b>	<b>Sicilia</b>	<b>802.983</b>	<b>821.470</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Province			Province		
Variazione vendite (in numero motoveicoli)			Variazione parco circolante motoveicoli		
	2008	2009	2009		
Agrigento	-2,6%	14,8%	Siracusa	4,6%	
Trapani	2,9%	10,8%	Catania	4,2%	
Ragusa	12,3%	5,5%	Ragusa	3,8%	
Messina	0,5%	2,4%	Messina	3,2%	
Enna	-2,7%	0,2%	Agrigento	1,2%	
Siracusa	5,6%	-3,2%	Enna	1,0%	
Caltanissetta	1,3%	-5,4%	Palermo	0,4%	
Palermo	-1,4%	-9,9%	Trapani	-0,4%	
Catania	-1,0%	-13,3%	Caltanissetta	-1,0%	
<b>Sicilia</b>	<b>0,4%</b>	<b>-4,9%</b>	<b>Sicilia</b>	<b>2,3%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province Consumi complessivi (mln Euro)				Province Spesa per famiglia (Euro)		
	2007	2008	2009		2008	2009
Palermo	74	72	67	Catania	166	142
Catania	71	71	62	Palermo	151	138
Messina	30	30	31	Siracusa	142	138
Siracusa	21	22	22	Messina	109	111
Agrigento	14	13	16	Ragusa	92	95
Trapani	13	13	14	Agrigento	77	91
Ragusa	10	11	12	Trapani	80	90
Caltanissetta	8	8	8	Caltanissetta	80	79
Enna	4	4	4	Enna	59	61
<b>Sicilia</b>	<b>247</b>	<b>246</b>	<b>235</b>	<b>Sicilia</b>	<b>125</b>	<b>118</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province Variazione consumi complessivi motoveicoli			Province Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009		2009
Agrigento	-6,2%	18,4%	Agrigento	17,5%
Trapani	1,3%	9,3%	Trapani	11,4%
Ragusa	8,5%	4,6%	Enna	3,4%
Enna	-8,3%	4,3%	Ragusa	3,0%
Messina	-0,4%	2,5%	Messina	1,4%
Caltanissetta	-4,0%	-1,9%	Caltanissetta	-0,8%
Siracusa	5,6%	-2,0%	Siracusa	-3,0%
Palermo	-2,3%	-7,5%	Palermo	-9,0%
Catania	0,0%	-13,7%	Catania	-14,6%
<b>Sicilia</b>	<b>-0,5%</b>	<b>-4,3%</b>	<b>Sicilia</b>	<b>-5,1%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli						
Province Consumi complessivi (mln Euro)				Province Spesa per famiglia (Euro)		
	2007	2008	2009		2008	2009
Palermo	67	66	64	Messina	140	132
Catania	53	52	50	Palermo	139	131
Messina	39	39	37	Trapani	129	123
Trapani	22	21	20	Siracusa	127	117
Siracusa	21	20	19	Catania	121	115
Agrigento	20	20	18	Caltanissetta	120	111
Ragusa	15	14	13	Agrigento	114	106
Caltanissetta	13	12	11	Ragusa	115	104
Enna	8	7	6	Enna	101	87
<b>Sicilia</b>	<b>257</b>	<b>251</b>	<b>237</b>	<b>Sicilia</b>	<b>128</b>	<b>119</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province Var. consumi elettrodomestici bianchi e piccoli			Province Var. spesa per famiglia elettrod. bianchi e piccoli	
	2008	2009		2009
Palermo	-0,9%	-4,1%	Trapani	-4,5%
Catania	-1,6%	-4,4%	Catania	-5,4%
Messina	-1,5%	-4,6%	Messina	-5,6%
Trapani	-3,5%	-6,3%	Palermo	-5,7%
Siracusa	-3,5%	-6,4%	Agrigento	-7,4%
Agrigento	-3,1%	-6,7%	Siracusa	-7,4%
Ragusa	-6,3%	-8,4%	Caltanissetta	-7,6%
Caltanissetta	-4,5%	-8,7%	Ragusa	-9,8%
Enna	-8,0%	-12,9%	Enna	-13,6%
<b>Sicilia</b>	<b>-2,4%</b>	<b>-5,5%</b>	<b>Sicilia</b>	<b>-6,3%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Palermo	65	63	59	Messina	135	124
Catania	51	49	46	Palermo	133	122
Messina	39	37	35	Trapani	122	114
Trapani	21	20	18	Siracusa	120	108
Siracusa	20	19	17	Catania	114	106
Agrigento	19	18	17	Caltanissetta	112	101
Ragusa	14	13	12	Agrigento	106	96
Caltanissetta	12	11	10	Ragusa	108	95
Enna	8	7	6	Enna	102	87
<b>Sicilia</b>	<b>249</b>	<b>239</b>	<b>220</b>	<b>Sicilia</b>	<b>121</b>	<b>111</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Var. spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2009	
Palermo	-2,7%	-6,4%	Trapani	-7,0%	
Catania	-3,4%	-6,6%	Catania	-7,6%	
Messina	-3,4%	-7,1%	Palermo	-8,0%	
Trapani	-5,4%	-8,8%	Messina	-8,0%	
Siracusa	-5,3%	-9,0%	Agrigento	-9,7%	
Agrigento	-5,0%	-9,1%	Siracusa	-9,9%	
Ragusa	-8,1%	-11,0%	Caltanissetta	-10,3%	
Caltanissetta	-6,5%	-11,3%	Ragusa	-12,4%	
Enna	-9,5%	-14,8%	Enna	-15,5%	
<b>Sicilia</b>	<b>-4,3%</b>	<b>-7,9%</b>	<b>Sicilia</b>	<b>-8,7%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Mobili

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Palermo	263	270	250	Trapani	630	597
Catania	233	238	220	Caltanissetta	578	556
Messina	138	142	132	Agrigento	570	522
Trapani	100	103	96	Palermo	567	516
Agrigento	97	99	91	Siracusa	558	510
Siracusa	85	87	81	Catania	554	507
Ragusa	66	66	61	Enna	551	506
Caltanissetta	58	58	56	Ragusa	540	489
Enna	37	38	35	Messina	514	472
<b>Sicilia</b>	<b>1.077</b>	<b>1.103</b>	<b>1.022</b>	<b>Sicilia</b>	<b>560</b>	<b>515</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2009	
Caltanissetta	1,2%	-4,8%	Caltanissetta	-3,7%	
Trapani	3,2%	-7,0%	Trapani	-5,2%	
Messina	2,8%	-7,2%	Enna	-8,1%	
Enna	3,5%	-7,4%	Messina	-8,1%	
Palermo	2,7%	-7,5%	Agrigento	-8,4%	
Catania	2,1%	-7,5%	Catania	-8,5%	
Siracusa	2,4%	-7,6%	Siracusa	-8,6%	
Agrigento	2,6%	-7,8%	Palermo	-9,0%	
Ragusa	0,8%	-8,0%	Ragusa	-9,4%	
<b>Sicilia</b>	<b>2,4%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Sicilia</b>	<b>-8,1%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Informatica famiglia

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Palermo	25	23	22	Messina	48	47
Catania	19	18	18	Palermo	47	46
Messina	14	13	13	Trapani	45	46
Trapani	8	7	7	Siracusa	44	44
Agrigento	7	7	7	Caltanissetta	43	43
Siracusa	8	7	7	Catania	41	41
Ragusa	6	5	5	Enna	40	40
Caltanissetta	5	4	4	Ragusa	41	40
Enna	3	3	3	Agrigento	40	40
<b>Sicilia</b>	<b>95</b>	<b>87</b>	<b>87</b>	<b>Sicilia</b>	<b>44</b>	<b>44</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2009	
Agrigento	-8,0%	0,6%	Trapani	1,8%	
Caltanissetta	-7,3%	0,5%	Caltanissetta	1,7%	
Enna	-6,9%	0,2%	Agrigento	-0,1%	
Catania	-8,6%	0,0%	Enna	-0,6%	
Trapani	-8,5%	-0,2%	Catania	-1,1%	
Ragusa	-9,7%	-0,3%	Siracusa	-1,3%	
Siracusa	-8,2%	-0,3%	Ragusa	-1,8%	
Palermo	-8,0%	-0,8%	Palermo	-2,4%	
Messina	-7,7%	-1,5%	Messina	-2,5%	
<b>Sicilia</b>	<b>-8,1%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>Sicilia</b>	<b>-1,2%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri ogni 100 abitanti
Catania	6	61.140	9	33.558	15	94.698	8,9
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	-	-	4	12.050	4	12.050	1,0
Trapani	-	-	1	2.500	1	2.500	0,6
Enna	-	-	-	-	-	-	-
Caltanissetta	-	-	-	-	-	-	-
<b>Sicilia</b>	<b>12</b>	<b>102.462</b>	<b>25</b>	<b>81.415</b>	<b>37</b>	<b>183.877</b>	<b>3,7</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Toscana

Toscana

Nel 2009 la regione ha registrato una flessione del PIL che, per quanto profonda, risulta tra le meno accentuate, posizionandosi in termini reali al di sotto sia della media italiana sia di quella delle regioni centrali. In termini di consumi delle famiglie e di reddito disponibile, espressi in termini reali, la regione si allinea alla dinamica nazionale ma mostra per entrambi gli indicatori una diminuzione superiore alla media dell'area centrale, risultando penalizzata anche da una flessione occupazionale più intensa della media. Il reddito pro capite toscano si posiziona a 20.205 Euro, 2.145 Euro in più per abitante rispetto alla media italiana. Rispetto al 2008 quest'ultimo si è ridotto in termini nominali dello 0,8% (-0,7% nel Centro e -0,5% nella media italiana). I divari nel reddito per abitante a livello provinciale sono notevoli, con province come Firenze e Siena a livelli decisamente superiori alla media (rispettivamente 23.004 e 22.351 Euro).

Anche nel corso del 2009 la spesa per beni durevoli ha accusato una flessione, in questa regione, che si è presentata sostanzialmente allineata a quella registrata a livello nazionale. La contrazione degli acquisti è risultata diffusa sia in termini di province che di voci di spesa. Peggior del dato medio italiano è stato il risultato del mercato automobilistico (+6,1% la stima delle immatricolazioni a fronte di un totale Italia a +8,4%, per un valore dei consumi per famiglia che si riduce del 7,5% in questa regione), mentre migliore che nel resto del paese è risultato l'andamento del mercato motociclistico che, in questa regione presenta livelli tra i più elevati d'Italia: in questo comparto emergono i risultati positivi di Livorno e Grosseto, similmente a quanto accade in altre città di mare italiane.

Anche gli acquisti di apparecchiature per l'informatica hanno presentato un profilo migliore in Toscana rispetto al resto d'Italia, con una riduzione della spesa per famiglia dell'1% a fronte del -3,1% medio nazionale (la spesa complessiva rivolta al settore risulta in moderato aumento, a fronte del -1,6% stimato per la media nazionale).

## Dati regionali >>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (In Euro)		
	2007	2008	2009
Siena	22.786	23.266	23.004
Firenze	21.962	22.521	22.351
Prato	21.215	22.010	21.819
Pistoia	19.397	19.803	19.609
Arezzo	19.121	19.459	19.221
Lucca	18.680	19.145	19.090
Pisa	18.060	18.495	18.358
Livorno	17.940	18.392	18.286
Grosseto	17.906	18.270	18.124
Massa Carrara	17.575	18.098	18.038
<b>Toscana</b>	<b>19.871</b>	<b>20.360</b>	<b>20.205</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Lucca	2,5%	-0,3%
Massa Carrara	3,0%	-0,3%
Livorno	2,5%	-0,6%
Pisa	2,4%	-0,7%
Firenze	2,5%	-0,8%
Grosseto	2,0%	-0,8%
Prato	3,7%	-0,9%
Pistoia	2,1%	-1,0%
Siena	2,1%	-1,1%
Arezzo	1,8%	-1,2%
<b>Toscana</b>	<b>2,5%</b>	<b>-0,8%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>



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 (mln Euro)

Toscana								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	2.197	1.862	-15,2%	1.748	-6,1%	38,0	38,5	-2,3
Auto usate	1.010	965	-4,5%	833	-13,7%	19,7	18,3	-2,7
Motoveicoli	235	223	-5,0%	219	-1,6%	4,5	4,8	-0,1
Elettr. bianchi + piccoli	291	286	-1,8%	271	-5,5%	5,8	6,0	-0,3
Elettrod. bruni	296	271	-8,3%	265	-2,2%	5,5	5,8	-0,1
Mobili	1.169	1.191	1,9%	1.107	-7,0%	24,3	24,4	-1,7
Informatica famiglie	114	102	-10,9%	102	0,4%	2,1	2,2	0,0
<b>Durevoli</b>	<b>5.312</b>	<b>4.900</b>	<b>-7,8%</b>	<b>4.545</b>	<b>-7,2%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-7,2</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Firenze	71.523	57.310	70.996	Firenze	626.162	626.525
Pisa	21.069	18.021	18.489	Pisa	236.230	236.931
Lucca	20.064	17.690	17.719	Lucca	230.852	229.698
Livorno	16.008	14.406	14.313	Arezzo	193.627	192.574
Arezzo	14.683	12.542	13.077	Livorno	189.484	189.983
Pistoia	15.009	12.985	12.505	Pistoia	166.911	167.939
Siena	12.899	10.805	10.978	Siena	157.587	159.097
Prato	14.050	11.350	10.736	Prato	153.643	154.863
Massa C.	9.369	8.039	8.125	Grosseto	119.510	120.430
Grosseto	8.700	7.273	7.653	Massa C.	103.882	103.199
<b>Toscana</b>	<b>203.374</b>	<b>170.421</b>	<b>184.591</b>	<b>Toscana</b>	<b>2.177.888</b>	<b>2.181.239</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)		Province	Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
	2008	2009		2008	2009
Firenze	-19,9%	23,9%	Siena	1,0%	
Grosseto	-16,4%	5,2%	Prato	0,8%	
Arezzo	-14,6%	4,3%	Grosseto	0,8%	
Pisa	-14,5%	2,6%	Pistoia	0,6%	
Siena	-16,2%	1,6%	Pisa	0,3%	
Massa C.	-14,2%	1,1%	Livorno	0,3%	
Lucca	-11,8%	0,2%	Firenze	0,1%	
Livorno	-10,0%	-0,6%	Lucca	-0,5%	
Pistoia	-13,5%	-3,7%	Arezzo	-0,5%	
Prato	-19,2%	-5,4%	Massa C.	-0,7%	
<b>Toscana</b>	<b>-16,2%</b>	<b>8,3%</b>	<b>Toscana</b>	<b>0,2%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Firenze	33.657	26.864	38.702
Lucca	2.641	2.530	1.888
Pisa	2.742	2.205	1.626
Prato	2.884	2.257	1.545
Arezzo	2.352	2.289	1.522
Pistoia	2.423	2.345	1.507
Livorno	2.227	2.294	1.503
Siena	1.777	1.749	1.279
Grosseto	1.004	1.037	782
Massa C.	1.276	1.042	732
<b>Toscana</b>	<b>52.983</b>	<b>44.612</b>	<b>51.086</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Firenze	-20,2%	44,1%
Grosseto	3,3%	-24,6%
Lucca	-4,2%	-25,4%
Pisa	-19,6%	-26,3%
Siena	-1,6%	-26,9%
Massa C.	-18,3%	-29,8%
Prato	-21,7%	-31,5%
Arezzo	-2,7%	-33,5%
Livorno	3,0%	-34,5%
Pistoia	-3,2%	-35,7%
<b>Toscana</b>	<b>-15,8%</b>	<b>14,5%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic



## Panorama auto nuove (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in n. di auto)			Province	Consumi compless. (mln Euro)			Province	Spesa per fam. (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Firenze	37.866	30.446	32.294	Firenze	552	450	422	Pisa	1.359	1.272
Pisa	18.327	15.816	16.863	Pisa	266	233	219	Prato	1.424	1.266
Lucca	17.423	15.160	15.831	Lucca	257	227	209	Lucca	1.375	1.251
Livorno	13.781	12.112	12.810	Livorno	200	178	167	Pistoia	1.298	1.168
Arezzo	12.331	10.253	11.555	Arezzo	181	153	152	Livorno	1.173	1.083
Pistoia	12.586	10.640	10.998	Pistoia	184	158	144	Siena	1.148	1.064
Siena	11.122	9.056	9.699	Siena	162	134	127	Arezzo	1.076	1.052
Prato	11.166	9.093	9.191	Prato	168	139	124	Massa C.	1.123	1.039
Massa C.	8.093	6.997	7.393	Massa C.	116	101	95	Firenze	1.050	972
Grosseto	7.696	6.236	6.871	Grosseto	111	91	89	Grosseto	888	850
<b>Toscana</b>	<b>150.391</b>	<b>125.809</b>	<b>133.505</b>	<b>Toscana</b>	<b>2.197</b>	<b>1.862</b>	<b>1.748</b>	<b>Toscana</b>	<b>1.174</b>	<b>1.087</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove		Province	Var. consumi complessivi auto nuove		Province	Variazione spesa per famiglia auto nuove
	2008	2009		2008	2009		2009
Arezzo	-16,9%	12,7%	Arezzo	-15,7%	-0,3%	Arezzo	-2,2%
Grosseto	-19,0%	10,2%	Grosseto	-17,9%	-2,5%	Grosseto	-4,3%
Siena	-18,6%	7,1%	Siena	-17,5%	-5,2%	Pisa	-6,4%
Pisa	-13,7%	6,6%	Pisa	-12,6%	-5,7%	Siena	-7,3%
Firenze	-19,6%	6,1%	Firenze	-18,5%	-6,2%	Firenze	-7,5%
Livorno	-12,1%	5,8%	Livorno	-10,9%	-6,4%	Massa C.	-7,5%
Massa C.	-13,5%	5,7%	Massa C.	-12,4%	-6,5%	Livorno	-7,7%
Lucca	-13,0%	4,4%	Lucca	-11,8%	-7,6%	Lucca	-9,0%
Pistoia	-15,5%	3,4%	Pistoia	-14,3%	-8,6%	Pistoia	-10,0%
Prato	-18,6%	1,1%	Prato	-17,5%	-10,6%	Prato	-11,1%
<b>Toscana</b>	<b>-16,3%</b>	<b>6,1%</b>	<b>Toscana</b>	<b>-15,2%</b>	<b>-6,1%</b>	<b>Toscana</b>	<b>-7,5%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Province			Province			Province				
Immatricolazioni (in n. di auto)			Consumi compless. (mln Euro)			Spesa per fam. (Euro)				
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2008	2009		
Firenze	37.219	35.379	33.651	Firenze	255	246	215	Siena	729	624
Pisa	18.140	17.404	16.240	Lucca	104	101	86	Prato	700	597
Lucca	17.521	16.857	15.525	Pisa	102	99	85	Arezzo	686	582
Arezzo	16.930	16.047	15.188	Arezzo	103	98	84	Pistoia	647	544
Livorno	15.605	14.432	13.534	Siena	93	85	74	Lucca	613	513
Pistoia	13.211	12.776	11.929	Livorno	87	81	70	Grosseto	606	512
Siena	13.005	11.800	11.278	Pistoia	81	79	67	Firenze	575	495
Grosseto	11.925	11.105	10.432	Prato	70	68	58	Pisa	580	493
Prato	10.301	9.722	9.098	Grosseto	66	62	53	Livorno	534	454
Massa C.	8.974	8.398	7.763	Massa C.	48	46	39	Massa C.	510	430
<b>Toscana</b>	<b>162.831</b>	<b>153.920</b>	<b>144.638</b>	<b>Toscana</b>	<b>1.010</b>	<b>965</b>	<b>833</b>	<b>Toscana</b>	<b>608</b>	<b>517</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Province			Province			Province		
Variazione numero auto usate			Var. consumi complessivi auto usate			Variazione spesa per famiglia auto usate		
	2008	2009	2008	2009	2009			
Siena	-9,3%	-4,4%	Siena	-8,6%	-12,6%	Firenze	-13,9%	
Firenze	-4,9%	-4,9%	Firenze	-3,7%	-12,7%	Siena	-14,5%	
Arezzo	-5,2%	-5,4%	Arezzo	-4,8%	-13,5%	Prato	-14,7%	
Grosseto	-6,9%	-6,1%	Livorno	-6,6%	-13,8%	Livorno	-14,9%	
Livorno	-7,5%	-6,2%	Grosseto	-6,3%	-13,8%	Pisa	-15,0%	
Prato	-5,6%	-6,4%	Prato	-3,2%	-14,2%	Arezzo	-15,2%	
Pistoia	-3,3%	-6,6%	Pisa	-3,1%	-14,3%	Grosseto	-15,4%	
Pisa	-4,1%	-6,7%	Pistoia	-2,7%	-14,5%	Massa C.	-15,7%	
Massa C.	-6,4%	-7,6%	Massa C.	-4,9%	-14,8%	Pistoia	-15,9%	
Lucca	-3,8%	-7,9%	Lucca	-2,7%	-15,1%	Lucca	-16,4%	
<b>Toscana</b>	<b>-5,5%</b>	<b>-6,0%</b>	<b>Toscana</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-13,7%</b>	<b>Toscana</b>	<b>-14,9%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Province			Province			
Immatricolazioni (in numero di motoveicoli)			Parco circolante			
	2007	2008	2009	2008	2009	
Firenze	15.069	14.384	13.775	Firenze	223.297	215.036
Livorno	6.490	6.591	7.142	Livorno	113.119	114.606
Lucca	5.430	5.201	5.394	Lucca	104.926	105.153
Pisa	5.092	4.775	4.872	Arezzo	77.588	78.015
Grosseto	2.594	2.599	2.841	Pisa	73.809	74.576
Siena	3.011	2.888	2.807	Pistoia	72.679	71.019
Arezzo	2.874	2.679	2.651	Grosseto	67.287	67.200
Massa C.	2.688	2.558	2.468	Massa C.	64.372	63.963
Pistoia	2.365	2.192	1.935	Siena	61.075	60.130
Prato	2.312	2.038	1.859	Prato	47.189	45.464
<b>Toscana</b>	<b>47.925</b>	<b>45.905</b>	<b>45.744</b>	<b>Toscana</b>	<b>905.341</b>	<b>895.162</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Province			Province		
Variazione vendite (in numero motoveicoli)			Variazione parco circolante motoveicoli		
	2008	2009	2009		
Grosseto	0,2%	9,3%	Livorno	1,3%	
Livorno	1,6%	8,4%	Pisa	1,0%	
Lucca	-4,2%	3,7%	Arezzo	0,6%	
Pisa	-6,2%	2,0%	Lucca	0,2%	
Arezzo	-6,8%	-1,0%	Grosseto	-0,1%	
Siena	-4,1%	-2,8%	Massa C.	-0,6%	
Massa C.	-4,8%	-3,5%	Siena	-1,5%	
Firenze	-4,5%	-4,2%	Pistoia	-2,3%	
Prato	-11,9%	-8,8%	Prato	-3,7%	
Pistoia	-7,3%	-11,7%	Firenze	-3,7%	
<b>Toscana</b>	<b>-4,2%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>Toscana</b>	<b>-1,1%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Firenze	72	68	65	Livorno	199	210
Livorno	30	30	32	Lucca	161	158
Lucca	27	27	26	Firenze	158	149
Pisa	26	24	25	Pisa	139	142
Grosseto	13	13	14	Grosseto	127	132
Siena	15	14	14	Massa C.	136	129
Arezzo	14	13	13	Siena	123	114
Massa C.	13	12	12	Prato	106	97
Pistoia	12	11	10	Arezzo	94	90
Prato	12	10	9	Pistoia	93	78
<b>Toscana</b>	<b>235</b>	<b>223</b>	<b>219</b>	<b>Toscana</b>	<b>141</b>	<b>136</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province	Variazione consumi complessivi motoveicoli		Province	Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009		2008	2009
Livorno	0,2%	7,0%	Livorno	5,5%	
Grosseto	-1,3%	5,7%	Grosseto	3,7%	
Pisa	-7,7%	3,1%	Pisa	2,3%	
Lucca	-2,5%	-0,6%	Lucca	-2,1%	
Arezzo	-6,6%	-2,1%	Arezzo	-4,0%	
Massa C.	-4,3%	-4,1%	Massa C.	-5,1%	
Firenze	-5,9%	-4,5%	Firenze	-5,8%	
Siena	-4,9%	-5,3%	Siena	-7,3%	
Prato	-14,3%	-7,8%	Prato	-8,3%	
Pistoia	-5,7%	-14,2%	Pistoia	-15,6%	
<b>Toscana</b>	<b>-5,0%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Toscana</b>	<b>-3,0%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

### Elettrodomestici bianchi e piccoli

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Firenze	84	84	81	Firenze	197	187
Lucca	31	31	30	Lucca	188	176
Pisa	29	29	27	Prato	191	176
Livorno	27	27	25	Siena	179	163
Arezzo	25	24	23	Livorno	175	163
Pistoia	22	21	20	Pistoia	172	158
Siena	22	21	19	Pisa	168	157
Prato	19	19	17	Arezzo	170	156
Grosseto	17	17	16	Grosseto	163	148
Massa C.	15	15	13	Massa C.	161	148
<b>Toscana</b>	<b>291</b>	<b>286</b>	<b>271</b>	<b>Toscana</b>	<b>180</b>	<b>168</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province	Var. consumi elettrodomestici bianchi e piccoli		Province	Var. spesa per famiglia elettrod. bianchi e piccoli	
	2008	2009		2008	2009
Firenze	0,0%	-3,8%	Firenze	-5,1%	
Lucca	-1,3%	-4,8%	Lucca	-6,2%	
Livorno	-1,7%	-5,3%	Pisa	-6,3%	
Pisa	-2,0%	-5,6%	Livorno	-6,6%	
Arezzo	-2,5%	-6,2%	Prato	-7,9%	
Pistoia	-3,1%	-6,6%	Arezzo	-8,0%	
Siena	-3,3%	-6,8%	Pistoia	-8,1%	
Grosseto	-3,7%	-7,2%	Massa C.	-8,5%	
Prato	-3,1%	-7,3%	Siena	-8,8%	
Massa C.	-2,9%	-7,5%	Grosseto	-8,9%	
<b>Toscana</b>	<b>-1,8%</b>	<b>-5,5%</b>	<b>Toscana</b>	<b>-6,8%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Firenze	88	82	82	Firenze	192	189
Lucca	32	30	29	Lucca	180	174
Pisa	29	26	26	Prato	180	171
Livorno	27	25	25	Siena	171	161
Arezzo	24	22	21	Livorno	165	160
Siena	22	20	19	Pistoia	159	152
Pistoia	21	19	19	Pisa	153	148
Prato	19	17	17	Arezzo	155	147
Grosseto	17	16	15	Grosseto	153	144
Massa C.	15	13	13	Massa C.	148	140
<b>Toscana</b>	<b>296</b>	<b>271</b>	<b>265</b>	<b>Toscana</b>	<b>171</b>	<b>165</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni			Province	Var. spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009			2009	
Firenze	-6,2%	-0,6%		Firenze	-2,0%	
Lucca	-7,7%	-1,5%		Pisa	-3,0%	
Livorno	-8,3%	-2,0%		Lucca	-3,0%	
Pisa	-9,0%	-2,2%		Livorno	-3,3%	
Arezzo	-9,5%	-2,9%		Prato	-4,6%	
Pistoia	-9,9%	-3,3%		Arezzo	-4,8%	
Siena	-9,6%	-3,5%		Pistoia	-4,8%	
Grosseto	-10,3%	-3,9%		Massa C.	-5,3%	
Prato	-9,8%	-4,1%		Siena	-5,6%	
Massa C.	-9,9%	-4,3%		Grosseto	-5,7%	
<b>Toscana</b>	<b>-8,3%</b>	<b>-2,2%</b>		<b>Toscana</b>	<b>-3,6%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>		<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Mobili

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Firenze	307	311	290	Prato	804	741
Pisa	133	137	126	Pisa	798	728
Lucca	125	127	118	Pistoia	789	720
Arezzo	108	110	103	Arezzo	775	711
Livorno	107	108	102	Lucca	768	705
Pistoia	94	96	89	Massa C.	738	675
Siena	83	84	77	Firenze	725	668
Prato	77	78	73	Livorno	713	660
Grosseto	72	74	68	Grosseto	722	656
Massa C.	64	67	62	Siena	720	649
<b>Toscana</b>	<b>1.169</b>	<b>1.191</b>	<b>1.107</b>	<b>Toscana</b>	<b>751</b>	<b>688</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili			Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009			2009	
Livorno	1,6%	-6,3%		Livorno	-7,6%	
Arezzo	2,0%	-6,5%		Prato	-7,8%	
Firenze	1,3%	-6,6%		Firenze	-7,9%	
Lucca	1,6%	-6,8%		Lucca	-8,2%	
Prato	1,3%	-7,2%		Arezzo	-8,3%	
Pistoia	2,5%	-7,3%		Massa C.	-8,5%	
Grosseto	2,1%	-7,5%		Pistoia	-8,7%	
Massa C.	4,4%	-7,5%		Pisa	-8,8%	
Siena	1,1%	-7,8%		Grosseto	-9,1%	
Pisa	2,4%	-8,1%		Siena	-9,8%	
<b>Toscana</b>	<b>1,9%</b>	<b>-7,0%</b>		<b>Toscana</b>	<b>-8,3%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>		<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Informatica famiglia

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Firenze	34	30	30	Firenze	71	70
Lucca	12	11	11	Prato	68	68
Pisa	11	10	10	Lucca	67	67
Livorno	11	9	10	Siena	65	63
Arezzo	9	8	8	Livorno	62	62
Siena	8	8	8	Pistoia	61	60
Pistoia	8	7	7	Arezzo	59	58
Prato	8	7	7	Pisa	58	58
Grosseto	7	6	6	Grosseto	59	58
Massa C.	6	5	5	Massa C.	57	58
<b>Toscana</b>	<b>114</b>	<b>102</b>	<b>102</b>	<b>Toscana</b>	<b>64</b>	<b>64</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2008	2009
Massa C.	-10,2%	1,5%	Pisa	0,5%	
Pisa	-11,8%	1,3%	Massa C.	0,4%	
Arezzo	-11,9%	1,1%	Prato	-0,5%	
Pistoia	-11,7%	0,8%	Livorno	-0,6%	
Livorno	-10,7%	0,8%	Pistoia	-0,8%	
Grosseto	-11,3%	0,7%	Arezzo	-0,8%	
Lucca	-10,4%	0,6%	Lucca	-0,9%	
Prato	-11,1%	0,0%	Grosseto	-1,1%	
Siena	-11,3%	-0,1%	Firenze	-1,8%	
Firenze	-10,1%	-0,5%	Siena	-2,3%	
<b>Toscana</b>	<b>-10,9%</b>	<b>0,4%</b>	<b>Toscana</b>	<b>-1,0%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri ogni 100 abitanti
Pisa	4	27.311	5	15.342	9	42.653	10,9
Pistoia	3	18.405	1	2.779	4	21.184	7,7
Livorno	1	8.500	5	15.534	6	24.034	7,3
Firenze	4	42.384	8	24.967	12	67.351	7,0
Arezzo	2	12.910	3	8.158	5	21.068	6,4
Massa Carrara	1	7.245	2	5.000	3	12.245	6,2
Lucca	1	7.000	5	14.778	6	21.778	5,8
Prato	-	-	4	12.645	4	12.645	5,4
Siena	-	-	4	12.593	4	12.593	4,9
Grosseto	-	-	2	5.750	2	5.750	2,7
<b>Toscana</b>	<b>16</b>	<b>123.755</b>	<b>39</b>	<b>117.546</b>	<b>55</b>	<b>241.301</b>	<b>6,8</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Trentino Alto Adige

Trentino  
Alto Adige

La contrazione delle attività economiche che ha interessato la regione nel 2009 è risultata più contenuta della caduta nazionale ma appena più marcata rispetto al Nord Est, area che ha mostrato in media il migliore andamento relativo.

Profondi, ma allineati alla media italiana, sono risultati i cali di domanda estera e investimenti, mentre la flessione dei consumi, sempre in termini reali, è risultata in

Trentino Alto Adige la più contenuta tra le regioni italiane, complice una sostanziale tenuta del reddito disponibile delle famiglie al netto dell'inflazione e una riduzione occupazionale meno marcata rispetto ad altre realtà. Con un reddito pro capite pari a 20.642 Euro per abitante, il Trentino Alto Adige si colloca in buona posizione nella graduatoria delle regioni, ben-

ché rispetto al 2008 abbia registrato una contrazione dello 0,5%, in linea con la media italiana. Il Trentino Alto Adige si configura come la regione con il più alto livello di spesa familiare per durevoli (2.870 Euro per famiglia nel 2009, con un differenziale positivo con la media italiana di 395 Euro). L'analisi per provincia mette in luce che il livello più elevato di spesa media per famiglia per l'acquisto complessivo di beni durevoli si riscontra a Trento (quasi 3.000 Euro). Nel corso del 2009, la riduzione di spesa per l'acquisto di beni durevoli è stata in questa regione meno marcata di quella dell'anno precedente e più contenuta di quella media italiana (-5,4% a valori correnti contro -7,5% per il totale Italia). Ad attenuare la flessione dell'aggregato dei durevoli in questa regione è stato l'acquisto di auto, in crescita del 12,5% in termini di immatricolazioni. La presenza d'incentivi all'acquisto ha stimolato le famiglie trentine a recuperare nel 2009 le flessioni degli acquisti dell'anno precedente: la quota di spesa per l'acquisto di auto nuove sul totale della spesa per durevoli è tornata, così, sopra il 30%.

## Dati regionali >>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (in Euro)		
	2007	2008	2009
Bolzano	21.501	21.862	21.747
Trento	19.433	19.683	19.581
<b>Trentino Alto Adige</b>	<b>20.447</b>	<b>20.750</b>	<b>20.642</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Trento	1,3%	-0,5%
Bolzano	1,7%	-0,5%
<b>Trentino Alto Adige</b>	<b>1,5%</b>	<b>-0,5%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>

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 (mln Euro)

Trentino Alto Adige								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	491	381	-22,3%	380	-0,4%	29,4	30,9	-0,1
Auto usate	305	294	-3,7%	257	-12,4%	22,6	20,9	-2,8
Motoveicoli	38	35	-6,6%	35	0,0%	2,7	2,9	0,0
Eletr. bianchi + piccoli	98	94	-4,1%	91	-3,4%	7,2	7,4	-0,2
Elettrod. bruni	82	74	-9,6%	70	-5,3%	5,7	5,7	-0,3
Mobili	392	392	-0,2%	368	-6,1%	30,2	29,9	-1,8
Informatica famiglie	33	28	-13,8%	28	-1,5%	2,2	2,3	0,0
<b>Durevoli</b>	<b>1.438</b>	<b>1.298</b>	<b>-9,8%</b>	<b>1.229</b>	<b>-5,4%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-5,4</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Trento	21.645	17.025	17.499	Trento	274.900	275.457
Bolzano	15.601	13.570	13.501	Bolzano	242.104	243.273
<b>Trentino A. A.</b>	<b>37.246</b>	<b>30.595</b>	<b>31.000</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>517.004</b>	<b>518.730</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)		Province	Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
	2008	2009		2008	2009
Trento	-21,3%	2,8%	Bolzano	0,5%	
Bolzano	-13,0%	-0,5%	Trento	0,2%	
<b>Trentino A. A.</b>	<b>-17,9%</b>	<b>1,3%</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>0,3%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Bolzano	3.873	4.247	3.035
Trento	4.360	4.126	2.961
<b>Trentino A. A.</b>	<b>8.233</b>	<b>8.373</b>	<b>5.996</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Trento	-5,4%	-28,2%
Bolzano	9,7%	-28,5%
<b>Trentino A. A.</b>	<b>1,7%</b>	<b>-28,4%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic



## Panorama auto nuove (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Trento	17.285	12.899	14.538	Trento	285	216	215	Trento	980	960
Bolzano	11.728	9.323	10.466	Bolzano	205	165	164	Bolzano	826	806
<b>Trentino A. A.</b>	<b>29.013</b>	<b>22.222</b>	<b>25.004</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>491</b>	<b>381</b>	<b>380</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>906</b>	<b>887</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove		Province	Var. consumi complessivi auto nuove		Province	Variazione spesa per famiglia auto nuove
	2008	2009		2008	2009		2009
Trento	-25,4%	12,7%	Trento	-24,4%	-0,3%	Trento	-2,0%
Bolzano	-20,5%	12,3%	Bolzano	-19,4%	-0,7%	Bolzano	-2,4%
<b>Trentino A. A.</b>	<b>-23,4%</b>	<b>12,5%</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>-22,3%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>-2,2%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Trento	22.581	21.649	20.510	Trento	158	153	133	Bolzano	705	611
Bolzano	17.896	17.041	16.379	Bolzano	147	141	125	Trento	693	592
<b>Trentino A. A.</b>	<b>40.477</b>	<b>38.690</b>	<b>36.889</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>305</b>	<b>294</b>	<b>257</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>699</b>	<b>601</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Province	Variazione numero auto usate		Province	Var. consumi complessivi auto usate		Province	Variazione spesa per famiglia auto usate
	2008	2009		2008	2009		2009
Bolzano	-4,8%	-3,9%	Bolzano	-3,9%	-11,8%	Bolzano	-13,3%
Trento	-4,1%	-5,3%	Trento	-3,5%	-13,0%	Trento	-14,5%
<b>Trentino A. A.</b>	<b>-4,4%</b>	<b>-4,7%</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>-3,7%</b>	<b>-12,4%</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>-13,9%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Province	Vendite (in numero di motoveicoli)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Trento	4.005	3.573	3.589	Trento	78.317	77.674
Bolzano	3.422	3.328	3.377	Bolzano	71.161	70.491
<b>Trentino A. A.</b>	<b>7.427</b>	<b>6.901</b>	<b>6.966</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>149.478</b>	<b>148.165</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Province	Variazione vendite (in numero motoveicoli)		Province	Variazione parco circolante motoveicoli
	2008	2009		2009
Bolzano	-2,7%	1,5%	Trento	-0,8%
Trento	-10,8%	0,4%	Bolzano	-0,9%
<b>Trentino A. A.</b>	<b>-7,1%</b>	<b>0,9%</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>-0,9%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Trento	21	19	18	Trento	85	82
Bolzano	16	16	17	Bolzano	82	81
<b>Trentino A. A.</b>	<b>38</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>83</b>	<b>82</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province	Variazione consumi complessivi motoveicoli		Province	Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009		2008	2009
Bolzano	0,0%	1,3%	Bolzano	-0,4%	
Trento	-11,7%	-1,1%	Trento	-2,9%	
<b>Trentino A. A.</b>	<b>-6,6%</b>	<b>0,0%</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>-1,7%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

### Elettrodomestici bianchi e piccoli

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Trento	58	56	55	Trento	255	244
Bolzano	40	38	36	Bolzano	188	177
<b>Trentino A. A.</b>	<b>98</b>	<b>94</b>	<b>91</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>223</b>	<b>212</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bianchi e piccoli		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bianchi e piccoli	
	2008	2009		2008	2009
Trento	-3,1%	-2,8%	Trento	-4,5%	
Bolzano	-5,5%	-4,2%	Bolzano	-5,9%	
<b>Trentino A. A.</b>	<b>-4,1%</b>	<b>-3,4%</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>-5,1%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

### Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Trento	43	39	37	Trento	178	166
Bolzano	39	35	33	Bolzano	174	161
<b>Trentino A. A.</b>	<b>82</b>	<b>74</b>	<b>70</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>176</b>	<b>164</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2008	2009
Trento	-8,8%	-4,9%	Trento	-6,6%	
Bolzano	-10,5%	-5,6%	Bolzano	-7,3%	
<b>Trentino A. A.</b>	<b>-9,6%</b>	<b>-5,3%</b>	<b>Trentino A. A.</b>	<b>-6,9%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Trento	199	200	188	Bolzano	955	882
Bolzano	193	191	180	Trento	910	839
Trentino A. A.	<b>392</b>	<b>392</b>	<b>368</b>	Trentino A. A.	<b>932</b>	<b>859</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2008	2009
Bolzano	-1,0%	-6,0%	Bolzano	-7,6%	-7,6%
Trento	0,7%	-6,2%	Trento	-7,8%	-7,8%
Trentino A. A.	<b>-0,2%</b>	<b>-6,1%</b>	Trentino A. A.	<b>-7,7%</b>	<b>-7,7%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	<b>-8,7%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia						
Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Trento	17	15	15	Trento	68	66
Bolzano	16	13	13	Bolzano	67	65
Trentino A. A.	<b>33</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	Trentino A. A.	<b>67</b>	<b>65</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2008	2009
Bolzano	-14,6%	-1,1%	Bolzano	-2,8%	-2,8%
Trento	-13,0%	-1,8%	Trento	-3,5%	-3,5%
Trentino A. A.	<b>-13,8%</b>	<b>-1,5%</b>	Trentino A. A.	<b>-3,2%</b>	<b>-3,2%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	<b>-3,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri ogni 100 abitanti
Trento	-	-	6	18.033	6	18.033	3,7
Bolzano	-	-	3	8.352	3	8.352	1,8
Trentino Alto Adige	-	-	<b>9</b>	<b>26.385</b>	<b>9</b>	<b>26.385</b>	<b>2,7</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Umbria

La riduzione del PIL umbro nel 2009 è apparsa particolarmente marcata, se confrontata sia alla media italiana sia a quella dell'area centrale. Rispetto alle principali componenti della domanda, la regione è stata penalizzata da una dinamica delle esportazioni in forte calo e da una flessione intensa, ma più allineata alla media italiana, degli investimenti. La spesa per consumi delle famiglie al netto dell'inflazione, pur in diminuzione, ha mostrato una relativa migliore tenuta rispetto alla dinamica negativa di Centro e Italia, anche in ragione di un reddito disponibile in termini reali calato in misura molto ridotta rispetto alle altre realtà regionali. Il reddito medio pro capite umbro si allinea a quello medio italiano, attestandosi nel 2009 a 18.086 Euro, in riduzione dello 0,6% rispetto al 2008 (-0,7% nel Centro). I dati provinciali distinguono Perugia come provincia con il reddito per abitante più ele-

vato (18.311 Euro rispetto ai 17.441 di Terni). Anche relativamente all'acquisto di beni durevoli le famiglie umbre hanno presentato un andamento della spesa complessiva a valori correnti migliore della media italiana (-5,6% a fronte di un totale Italia a -7,5%). L'aggregato di spesa dei durevoli è in questa regione più importante che in tutte le altre regioni, con l'eccezione del Trentino Alto Adige: le famiglie umbre destinano, infatti, a questi acquisti 391 Euro in più rispetto alla media delle famiglie italiane, per un totale di 2.865 Euro l'anno di spesa. La voce che incide maggiormente è quella relativa all'acquisto di auto nuove: 1.055 Euro l'anno per famiglia, livello superato solo dalle famiglie di Valle d'Aosta e Toscana. Le caratteristiche del territorio prevalentemente montuoso e la bassa presenza di centri urbani di discreta dimensione dotati di servizi pubblici porta ad un uso prevalente del mezzo privato a quattro ruote, a discapito dell'acquisto di motoveicoli (voce di spesa contrattasi del 9,3% in termini di spesa familiare a valore). Contrariamente a quanto accaduto nel 2008, l'analisi per provincia mette in luce la minore flessione degli acquisti di durevoli a Terni nel 2009, città che ha beneficiato di un incremento del mercato automobilistico del 14,7% in termini di immatricolazioni.

## Dati regionali >>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (in Euro)		
	2007	2008	2009
Perugia	18.387	18.457	18.311
Terni	17.170	17.421	17.441
<b>Umbria</b>	<b>18.070</b>	<b>18.187</b>	<b>18.086</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Terni	1,5%	0,1%
Perugia	0,4%	-0,8%
<b>Umbria</b>	<b>0,7%</b>	<b>-0,6%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>

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 (mln Euro)

Umbria								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	465	402	-13,4%	399	-0,9%	35,1	36,8	-0,3
Auto usate	278	265	-4,4%	230	-13,5%	23,2	21,2	-3,1
Motoveicoli	35	32	-7,3%	30	-7,0%	2,8	2,8	-0,2
Elettr. bianchi + piccoli	63	62	-2,3%	59	-4,8%	5,4	5,4	-0,3
Elettrod. bruni	62	56	-9,3%	56	-1,4%	4,9	5,1	-0,1
Mobili	303	307	1,4%	288	-6,1%	26,8	26,6	-1,6
Informatica famiglie	24	21	-12,3%	22	2,0%	1,9	2,0	0,0
<b>Durevoli</b>	<b>1.230</b>	<b>1.146</b>	<b>-6,8%</b>	<b>1.083</b>	<b>-5,6%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-5,6</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)			Parco circolante		
Province	2007	2008	2009	2008	2009
Perugia	27.923	24.140	25.269	359.168	358.370
Terni	8.764	8.058	8.253	129.502	130.598
<b>Umbria</b>	<b>36.687</b>	<b>32.198</b>	<b>33.522</b>	<b>488.670</b>	<b>488.968</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)			Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
Province	2008	2009	2009	
Perugia	-13,5%	4,7%	0,8%	
Terni	-8,1%	2,4%	-0,2%	
<b>Umbria</b>	<b>-12,2%</b>	<b>4,1%</b>	<b>0,1%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>0,2%</b>	

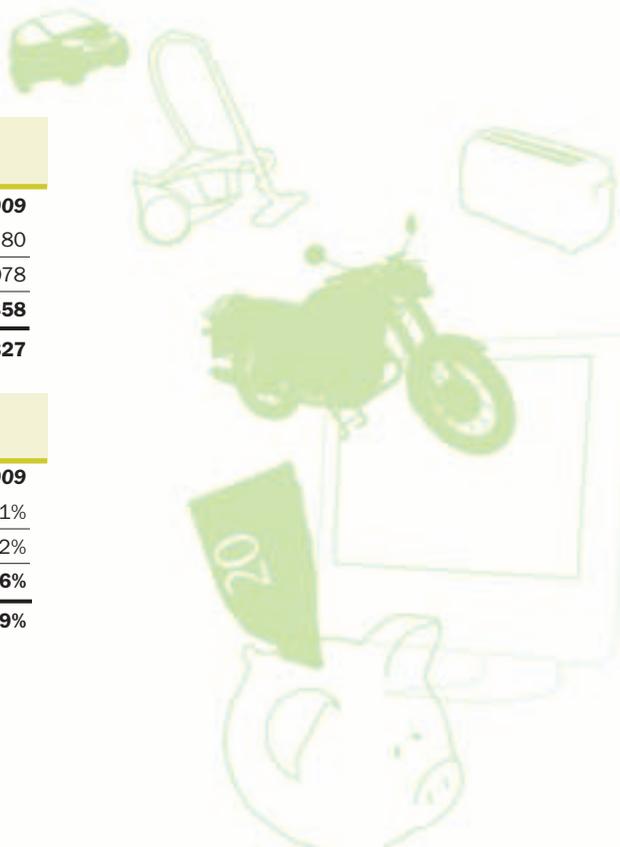
Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Immatricolazioni (in numero di auto)			
Province	2007	2008	2009
Perugia	4.387	3.921	2.780
Terni	1.306	1.804	1.078
<b>Umbria</b>	<b>5.693</b>	<b>5.725</b>	<b>3.858</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)		
Province	2008	2009
Perugia	-10,6%	-29,1%
Terni	38,1%	-40,2%
<b>Umbria</b>	<b>0,6%</b>	<b>-32,6%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic



## Panorama auto nuove (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)			Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)				
Province	2007	2008	2009	Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Perugia	23.536	20.219	22.489	Perugia	352	306	301	Perugia	1.140	1.093
Terni	7.458	6.254	7.175	Terni	113	96	97	Terni	960	954
<b>Umbria</b>	<b>30.994</b>	<b>26.473</b>	<b>29.664</b>	<b>Umbria</b>	<b>465</b>	<b>402</b>	<b>399</b>	<b>Umbria</b>	<b>1.091</b>	<b>1.055</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Variazione immatricolazioni auto nuove			Var. consumi complessivi auto nuove		Variazione spesa per famiglia auto nuove	
Province	2008	2009	2008	2009	2009	
Terni	-16,1%	14,7%	-15,0%	1,5%	-0,7%	
Perugia	-14,1%	11,2%	-12,9%	-1,6%	-4,1%	
<b>Umbria</b>	<b>-14,6%</b>	<b>12,1%</b>	<b>-13,4%</b>	<b>-0,9%</b>	<b>-3,3%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>-5,6%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Immatricolazioni (in numero di auto)			Consumi complessivi (mln Euro)			Spesa per famiglia (Euro)				
Province	2007	2008	2009	Province	2007	2008	2009	Province	2008	2009
Perugia	34.915	33.236	31.160	Perugia	209	199	171	Perugia	742	621
Terni	12.214	11.534	10.987	Terni	69	66	58	Terni	662	571
<b>Umbria</b>	<b>47.129</b>	<b>44.770</b>	<b>42.147</b>	<b>Umbria</b>	<b>278</b>	<b>265</b>	<b>230</b>	<b>Umbria</b>	<b>720</b>	<b>608</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Variazione numero auto usate			Var. consumi complessivi auto usate		Variazione spesa per famiglia auto usate	
Province	2008	2009	2008	2009	2009	
Terni	-5,6%	-4,7%	-4,3%	-11,9%	-13,8%	
Perugia	-4,8%	-6,2%	-4,4%	-14,1%	-16,2%	
<b>Umbria</b>	<b>-5,0%</b>	<b>-5,9%</b>	<b>-4,4%</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-15,6%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>-16,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Vendite (in numero di motoveicoli)			Parco circolante		
Province	2007	2008	2009	2008	2009
Perugia	4.784	4.542	4.234	119.703	115.748
Terni	2.235	2.058	1.987	65.839	66.878
<b>Umbria</b>	<b>7.019</b>	<b>6.600</b>	<b>6.221</b>	<b>185.542</b>	<b>182.626</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Variazione vendite (in numero motoveicoli)			Variazione parco circolante motoveicoli	
Province	2008	2009	2009	
Terni	-7,9%	-3,4%	1,6%	
Perugia	-5,1%	-6,8%	-3,3%	
<b>Umbria</b>	<b>-6,0%</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-1,6%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>-0,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Perugia	24	23	21	Terni	96	91
Terni	11	10	9	Perugia	84	75
Umbria	35	32	30	Umbria	87	79
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province	Variazione consumi complessivi motoveicoli		Province	Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009		2008	2009
Terni	-10,5%	-3,4%	Terni	-5,5%	
Perugia	-5,8%	-8,6%	Perugia	-10,9%	
Umbria	-7,3%	-7,0%	Umbria	-9,3%	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

### Elettrodomestici bianchi e piccoli

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Perugia	47	46	44	Perugia	171	159
Terni	17	16	15	Terni	160	147
Umbria	63	62	59	Umbria	168	156
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bianchi e piccoli		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bianchi e piccoli	
	2008	2009		2008	2009
Perugia	-1,8%	-4,2%	Perugia	-6,7%	
Terni	-3,7%	-6,5%	Terni	-8,5%	
Umbria	-2,3%	-4,8%	Umbria	-7,1%	
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

### Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Perugia	46	42	41	Perugia	155	150
Terni	16	15	14	Terni	146	139
Umbria	62	56	56	Umbria	153	147
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2008	2009
Perugia	-8,8%	-0,8%	Perugia	-3,3%	
Terni	-10,7%	-3,2%	Terni	-5,3%	
Umbria	-9,3%	-1,4%	Umbria	-3,8%	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Perugia	226	228	214	Perugia	850	776
Terni	77	79	74	Terni	787	727
Umbria	303	307	288	Umbria	833	763
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2008	2009
Terni	1,9%	-5,7%	Terni	-7,7%	-7,7%
Perugia	1,2%	-6,3%	Perugia	-8,7%	-8,7%
Umbria	1,4%	-6,1%	Umbria	-8,4%	-8,4%
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	<b>-8,7%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia						
Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Perugia	18	16	16	Perugia	58	58
Terni	6	6	6	Terni	56	56
Umbria	24	21	22	Umbria	58	57
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2008	2009
Terni	-11,6%	2,3%	Terni	0,1%	0,1%
Perugia	-12,6%	1,9%	Perugia	-0,7%	-0,7%
Umbria	-12,3%	2,0%	Umbria	-0,5%	-0,5%
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	<b>-3,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri 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
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Valle d'Aosta

Valle  
d'Aosta



La regione ha sperimentato nel 2009 una caduta delle attività economiche che, benché ravvicinata alla media italiana, è risultata più marcata in termini reali di quella nord-occidentale, acuita da una dinamica più negativa di domanda estera e investimenti. La spesa delle famiglie è, invece, calata in termini reali meno della media italiana e del Nord Ovest, anche in relazione ad una flessione del reddito non apparsa grave come in altre realtà. La Valle d'Aosta è la terza regione, dopo Emilia Romagna e Lombardia, per reddito pro capite, con un livello che nel 2009 si attesta a 21.590 Euro, in riduzione dello 0,7% rispetto al 2008 (-0,5% nella media italiana).

Nel corso del 2009 la spesa per beni durevoli in Val d'Aosta ha tuttavia accusato una riduzione in linea con quella media nazionale, anche se con discrete differenze a seconda dei capitoli di spesa: decisamente peggiore del totale Italia gli acquisti di beni per la casa nel loro complesso (-9,3% la contrazione per famiglia rispetto ad una media italiana di -7,6%), ma migliore della media il segmento della mobilità (auto nuove, auto usate e motocicli) con una riduzione di spesa per famiglia nel 2009 dell'8% a fronte di un totale Italia a -9,7%. Sostegno al comparto della mobilità è stato fornito dalla minor flessione del mercato delle auto usate (-11,5% contro un risultato medio italiano di -16,1%), che in questa regione riveste un'importanza maggiore che in altre regioni: il livello di spesa media per famiglia per questo acquisto costituisce, infatti, in Valle d'Aosta un primato assoluto in Italia, con oltre 242 Euro in più per famiglia rispetto alla media italiana.

## Dati regionali >>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (in Euro)		
	2007	2008	2009
Aosta	21.188	21.741	21.590
<b>Valle d'Aosta</b>	<b>21.188</b>	<b>21.741</b>	<b>21.590</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Aosta	2,6%	-0,7%
<b>Valle d'Aosta</b>	<b>2,6%</b>	<b>-0,7%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>

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 (mln Euro)

Valle d'Aosta								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	95	80	-16,5%	75	-5,3%	44,0	45,1	-2,3
Auto usate	56	51	-8,7%	46	-10,8%	28,3	27,3	-3,1
Motoveicoli	5	5	-4,1%	5	-3,5%	2,9	3,0	-0,1
Eletr. bianchi + piccoli	9	8	-14,3%	7	-13,3%	4,3	4,0	-0,6
Elettrod. bruni	8	6	-21,3%	5	-10,0%	3,3	3,2	-0,3
Mobili	29	28	-3,6%	26	-7,4%	15,7	15,7	-1,2
Informatica famiglie	3	3	-15,7%	3	-3,7%	1,5	1,6	-0,1
<b>Durevoli</b>	<b>206</b>	<b>181</b>	<b>-12,3%</b>	<b>167</b>	<b>-7,6%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-7,6</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Aosta	33.900	27.599	26.704	Aosta	152.380	153.476
<b>Valle d'Aosta</b>	<b>33.900</b>	<b>27.599</b>	<b>26.704</b>	<b>Valle d'Aosta</b>	<b>152.380</b>	<b>153.476</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)		Province	Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
	2008	2009		2008	2009
Aosta	-18,6%	-3,2%	Aosta	0,7%	0,7%
<b>Valle d'Aosta</b>	<b>-18,6%</b>	<b>-3,2%</b>	<b>Valle d'Aosta</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,7%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,2%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Aosta	28.300	22.987	21.766
<b>Valle d'Aosta</b>	<b>28.300</b>	<b>22.987</b>	<b>21.766</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Aosta	-18,8%	-5,3%
<b>Valle d'Aosta</b>	<b>-18,8%</b>	<b>-5,3%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic



## Panorama auto nuove (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Aosta	5.600	4.612	4.938	Aosta	95	80	75	Aosta	1.349	1.268
<b>Valle d'Aosta</b>	<b>5.600</b>	<b>4.612</b>	<b>4.938</b>	<b>Valle d'Aosta</b>	<b>95</b>	<b>80</b>	<b>75</b>	<b>Valle d'Aosta</b>	<b>1.349</b>	<b>1.268</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove		Province	Var. consumi complessivi auto nuove		Province	Variazione spesa per famiglia auto nuove
	2008	2009		2008	2009		2009
Aosta	-17,6%	7,1%	Aosta	-16,5%	-5,3%	Aosta	-6,0%
<b>Valle d'Aosta</b>	<b>-17,6%</b>	<b>7,1%</b>	<b>Valle d'Aosta</b>	<b>-16,5%</b>	<b>-5,3%</b>	<b>Valle d'Aosta</b>	<b>-6,0%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Aosta	7.087	6.390	6.201	Aosta	56	51	46	Aosta	867	767
<b>Valle d'Aosta</b>	<b>7.087</b>	<b>6.390</b>	<b>6.201</b>	<b>Valle d'Aosta</b>	<b>56</b>	<b>51</b>	<b>46</b>	<b>Valle d'Aosta</b>	<b>867</b>	<b>767</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Province	Variazione numero auto usate		Province	Var. consumi complessivi auto usate		Province	Variazione spesa per famiglia auto usate
	2008	2009		2008	2009		2009
Aosta	-9,8%	-3,0%	Aosta	-8,7%	-10,8%	Aosta	-11,5%
<b>Valle d'Aosta</b>	<b>-9,8%</b>	<b>-3,0%</b>	<b>Valle d'Aosta</b>	<b>-8,7%</b>	<b>-10,8%</b>	<b>Valle d'Aosta</b>	<b>-11,5%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Province	Vendite (in numero di motoveicoli)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Aosta	1.130	1.069	1.040	Aosta	24.638	24.493
<b>Valle d'Aosta</b>	<b>1.130</b>	<b>1.069</b>	<b>1.040</b>	<b>Valle d'Aosta</b>	<b>24.638</b>	<b>24.493</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Province	Variazione vendite (in numero motoveicoli)		Province	Variazione parco circolante motoveicoli
	2008	2009		2009
Aosta	-5,4%	-2,7%	Aosta	-0,6%
<b>Valle d'Aosta</b>	<b>-5,4%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Valle d'Aosta</b>	<b>-0,6%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Aosta	5	5	5	Aosta	89	85
Valle d'Aosta	5	5	5	Valle d'Aosta	89	85
<b>Totale Italia</b>	<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>108</b>	<b>99</b>

Province	Variazione consumi complessivi motoveicoli		Province	Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
	2008	2009		2008	2009
Aosta	-4,1%	-3,5%	Aosta	-4,3%	
Valle d'Aosta	-4,1%	-3,5%	Valle d'Aosta	-4,3%	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-7,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

### Elettrodomestici bianchi e piccoli

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Aosta	9	8	7	Aosta	132	113
Valle d'Aosta	9	8	7	Valle d'Aosta	132	113
<b>Totale Italia</b>	<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>164</b>	<b>153</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bianchi e piccoli		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bianchi e piccoli	
	2008	2009		2008	2009
Aosta	-14,3%	-13,3%	Aosta	-14,0%	
Valle d'Aosta	-14,3%	-13,3%	Valle d'Aosta	-14,0%	
<b>Totale Italia</b>	<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-6,5%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

### Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Aosta	8	6	5	Aosta	101	90
Valle d'Aosta	8	6	5	Valle d'Aosta	101	90
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Variazione spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2008	2009
Aosta	-21,3%	-10,0%	Aosta	-10,8%	
Valle d'Aosta	-21,3%	-10,0%	Valle d'Aosta	-10,8%	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

Mobili						
Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Aosta	29	28	26	Aosta	482	442
Valle d'Aosta	29	28	26	Valle d'Aosta	482	442
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2008	2009
Aosta	-3,6%	-7,4%	Aosta	-8,2%	-8,2%
Valle d'Aosta	-3,6%	-7,4%	Valle d'Aosta	-8,2%	-8,2%
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	<b>-8,7%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

Informatica famiglia						
Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Aosta	3	3	3	Aosta	46	44
Valle d'Aosta	3	3	3	Valle d'Aosta	46	44
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2008	2009
Aosta	-15,7%	-3,7%	Aosta	-4,4%	-4,4%
Valle d'Aosta	-15,7%	-3,7%	Valle d'Aosta	-4,4%	-4,4%
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	<b>-3,1%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri ogni 100 abitanti
Aosta	2	14.220	-	-	2	14.220	11,7
Valle d'Aosta	2	14.220	-	-	2	14.220	11,7
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.

# Veneto



La fase recessiva che ha coinvolto l'intero paese ha interessato anche il Veneto, benché il ritmo di caduta sia risultato in questa regione più attenuato rispetto alle altre realtà del paese. L'area è stata interessata da una caduta rilevante delle esportazioni, che però hanno mostrato una dinamica relativamente migliore rispetto all'Italia e al Nord Est. Più allineati alla media dell'area nord-orientale, invece, investimenti e consumi reali delle famiglie, che registrano tuttavia cadute meno accentuate della dinamica nazionale. Il reddito reale disponibile cala più intensamente in Veneto e nel Nord Est rispetto alla media nazionale, anche in relazione alla sfavorevole dinamica occupazionale che in Veneto si è mostrata particolarmente penalizzante. In termini pro capite e a valori correnti la riduzione del reddito è stata prossima all'1% (-0,5%

nella media nazionale). Nel 2009 il reddito pro capite veneto si mantiene così su livelli inferiori alla media del Nord Est (19.992 Euro rispetto ai 20.883 medi di macroarea). Il dettaglio provinciale mostra differenze nella distribuzione del reddito per abitante: in particolare la provincia di Belluno - con un reddito per abitante di 21.805 Euro - presenta un livello superiore alla media grazie alla presenza delle rinomate località turistiche invernali. Nel corso del 2009, le famiglie venete hanno ridotto notevolmente gli acquisti per beni durevoli e più della media delle famiglie italiane. La contrazione di spesa è stata superiore a quella media del paese in quasi tutti i segmenti di mercato durevoli, con l'unica eccezione per gli elettrodomestici bianchi e piccoli (-5,8% la spesa per famiglia in regione a fronte del -6,5% medio nazionale). Tutte le province hanno presentato contrazioni della spesa prossime al dato medio italiano, con l'unica eccezione per Belluno, che si è distinta in positivo (-6,5% la spesa media familiare in provincia a fronte del -10% medio regionale), soprattutto grazie al contributo del comparto dell'auto nuova (-0,7% la spesa per famiglia nella provincia).

## Dati regionali >>

### Panorama economico

Province	Reddito disponibile pro capite (in Euro)		
	2007	2008	2009
Belluno	21.128	21.878	21.805
Venezia	20.105	20.610	20.512
Vicenza	19.885	20.390	20.166
Rovigo	19.539	20.166	20.085
Padova	19.654	20.113	19.982
Verona	19.780	20.216	19.970
Treviso	18.733	19.181	18.891
<b>Veneto</b>	<b>19.690</b>	<b>20.180</b>	<b>19.992</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>17.775</b>	<b>18.151</b>	<b>18.061</b>

Province	Var. del reddito disponibile pro capite (residenti)	
	2008	2009
Belluno	3,6%	-0,3%
Rovigo	3,2%	-0,4%
Venezia	2,5%	-0,5%
Padova	2,3%	-0,6%
Vicenza	2,5%	-1,1%
Verona	2,2%	-1,2%
Treviso	2,4%	-1,5%
<b>Veneto</b>	<b>2,5%</b>	<b>-0,9%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2,1%</b>	<b>-0,5%</b>



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 (mln Euro)

Veneto								
	2007	2008	var. % 08/07	2009	var. % 09/08	Peso 2008	Peso 2009	Contributi 09
Auto nuove	2.628	2.174	-17,2%	2.034	-6,5%	35,5	36,2	-2,3
Auto usate	1.411	1.329	-5,8%	1.131	-14,9%	21,7	20,1	-3,2
Motoveicoli	194	184	-5,0%	170	-7,6%	3,0	3,0	-0,2
Elettr. bianchi + piccoli	383	370	-3,3%	356	-4,0%	6,1	6,3	-0,2
Elettrod. bruni	375	345	-8,1%	327	-5,0%	5,6	5,8	-0,3
Mobili	1.608	1.587	-1,3%	1.469	-7,4%	25,9	26,2	-1,9
Informatica famiglie	150	131	-12,8%	128	-2,1%	2,1	2,3	0,0
<b>Durevoli</b>	<b>6.749</b>	<b>6.120</b>	<b>-9,3%</b>	<b>5.615</b>	<b>-8,3%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>-8,3</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende e famiglie)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)			Province	Parco circolante	
	2007	2008	2009		2008	2009
Verona	43.000	36.367	35.730	Verona	485.730	487.432
Padova	37.666	31.785	31.565	Padova	475.683	476.706
Vicenza	33.429	28.174	27.336	Vicenza	460.142	459.582
Treviso	34.952	29.478	26.994	Treviso	445.979	445.791
Venezia	31.265	25.039	24.485	Venezia	378.538	378.684
Rovigo	9.958	8.218	8.621	Belluno	115.658	115.627
Belluno	9.258	7.406	7.552	Rovigo	111.997	111.749
<b>Veneto</b>	<b>199.528</b>	<b>166.467</b>	<b>162.283</b>	<b>Veneto</b>	<b>2.473.727</b>	<b>2.475.571</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.514.790</b>	<b>2.175.046</b>	<b>2.115.352</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>30.391.282</b>	<b>30.443.610</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende e famiglie)		Province	Variazione parco circolante auto nuove (aziende e famiglie)	
	2008	2009		2009	
Rovigo	-17,5%	4,9%	Verona	0,4%	
Belluno	-20,0%	2,0%	Padova	0,2%	
Padova	-15,6%	-0,7%	Venezia	0,0%	
Verona	-15,4%	-1,8%	Belluno	0,0%	
Venezia	-19,9%	-2,2%	Treviso	0,0%	
Vicenza	-15,7%	-3,0%	Vicenza	-0,1%	
Treviso	-15,7%	-8,4%	Rovigo	-0,2%	
<b>Veneto</b>	<b>-16,6%</b>	<b>-2,5%</b>	<b>Veneto</b>	<b>0,1%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-2,7%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>0,2%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (aziende)

Province	Immatricolazioni (in numero di auto)		
	2007	2008	2009
Verona	10.731	10.070	6.970
Padova	6.236	5.788	4.416
Vicenza	6.679	6.356	4.219
Treviso	7.332	6.379	3.688
Venezia	5.002	4.177	2.721
Belluno	2.335	1.938	1.367
Rovigo	1.288	1.169	914
<b>Veneto</b>	<b>39.603</b>	<b>35.877</b>	<b>24.295</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>690.349</b>	<b>686.236</b>	<b>501.327</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove (aziende)	
	2008	2009
Rovigo	-9,2%	-21,8%
Padova	-7,2%	-23,7%
Belluno	-17,0%	-29,5%
Verona	-6,2%	-30,8%
Vicenza	-4,8%	-33,6%
Venezia	-16,5%	-34,9%
Treviso	-13,0%	-42,2%
<b>Veneto</b>	<b>-9,4%</b>	<b>-32,3%</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-26,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto nuove (famiglie)

Province	Immatricolazioni (in n. di auto)			Province	Consumi compless. (mln Euro)			Province	Spesa per fam. (Euro)	
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Verona	32.269	26.297	28.760	Verona	545	450	435	Verona	1.201	1.138
Padova	31.430	25.997	27.149	Padova	521	437	404	Rovigo	1.158	1.106
Treviso	27.620	23.099	23.306	Treviso	451	382	341	Padova	1.187	1.072
Vicenza	26.750	21.818	23.117	Vicenza	432	357	335	Treviso	1.103	968
Venezia	26.263	20.862	21.764	Venezia	426	343	317	Vicenza	1.042	962
Rovigo	8.670	7.049	7.707	Rovigo	142	117	113	Belluno	927	920
Belluno	6.923	5.468	6.185	Belluno	110	88	88	Venezia	953	862
<b>Veneto</b>	<b>159.925</b>	<b>130.590</b>	<b>137.988</b>	<b>Veneto</b>	<b>2.628</b>	<b>2.174</b>	<b>2.034</b>	<b>Veneto</b>	<b>1.094</b>	<b>1.004</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.824.441</b>	<b>1.488.810</b>	<b>1.614.025</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>27.526</b>	<b>22.743</b>	<b>21.807</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>922</b>	<b>870</b>

Province	Variazione immatricolazioni auto nuove		Province	Var. consumi complessivi auto nuove		Province	Variazione spesa per famiglia auto nuove	
	2008	2009		2008	2009		2009	
Belluno	-21,0%	13,1%	Belluno	-20,0%	0,1%	Belluno	-0,7%	
Verona	-18,5%	9,4%	Verona	-17,4%	-3,2%	Rovigo	-4,5%	
Rovigo	-18,7%	9,3%	Rovigo	-17,6%	-3,2%	Verona	-5,2%	
Vicenza	-18,4%	6,0%	Vicenza	-17,4%	-6,2%	Vicenza	-7,7%	
Padova	-17,3%	4,4%	Padova	-16,2%	-7,6%	Venezia	-9,6%	
Venezia	-20,6%	4,3%	Venezia	-19,5%	-7,7%	Padova	-9,7%	
Treviso	-16,4%	0,9%	Treviso	-15,2%	-10,7%	Treviso	-12,2%	
<b>Veneto</b>	<b>-18,3%</b>	<b>5,7%</b>	<b>Veneto</b>	<b>-17,2%</b>	<b>-6,5%</b>	<b>Veneto</b>	<b>-8,2%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-18,4%</b>	<b>8,4%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,6%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama auto usate (famiglie)

Province			Province			Province				
Immatricolazioni (in n. di auto)			Consumi compless. (mln Euro)			Spesa per fam. (Euro)				
	2007	2008	2009		2007	2008	2009		2008	2009
Verona	39.532	37.132	34.622	Verona	288	271	232	Verona	724	606
Treviso	38.657	35.205	32.466	Padova	263	249	213	Vicenza	703	590
Padova	37.160	34.996	32.447	Vicenza	257	241	205	Belluno	672	573
Vicenza	37.034	34.302	31.908	Treviso	256	235	198	Rovigo	682	570
Venezia	29.170	27.879	25.647	Venezia	206	199	169	Padova	677	565
Rovigo	10.426	9.797	8.990	Rovigo	72	69	59	Treviso	679	562
Belluno	9.483	8.636	8.043	Belluno	69	64	55	Venezia	553	460
<b>Veneto</b>	<b>201.462</b>	<b>187.947</b>	<b>174.123</b>	<b>Veneto</b>	<b>1.411</b>	<b>1.329</b>	<b>1.131</b>	<b>Veneto</b>	<b>668</b>	<b>558</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>2.866.316</b>	<b>2.702.177</b>	<b>2.498.148</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>16.166</b>	<b>15.434</b>	<b>13.157</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>626</b>	<b>525</b>

Province			Province			Province		
Variazione numero auto usate			Var. consumi complessivi auto usate			Variazione spesa per famiglia auto usate		
	2008	2009		2008	2009		2009	
Verona	-6,1%	-6,8%	Belluno	-7,3%	-14,0%	Belluno	-14,7%	
Belluno	-8,9%	-6,9%	Padova	-5,1%	-14,6%	Vicenza	-16,0%	
Vicenza	-7,4%	-7,0%	Verona	-5,7%	-14,6%	Verona	-16,4%	
Padova	-5,8%	-7,3%	Vicenza	-6,4%	-14,7%	Rovigo	-16,4%	
Treviso	-8,9%	-7,8%	Venezia	-3,4%	-15,1%	Padova	-16,6%	
Venezia	-4,4%	-8,0%	Rovigo	-4,4%	-15,3%	Venezia	-16,9%	
Rovigo	-6,0%	-8,2%	Treviso	-8,2%	-15,8%	Treviso	-17,3%	
<b>Veneto</b>	<b>-6,7%</b>	<b>-7,4%</b>	<b>Veneto</b>	<b>-5,8%</b>	<b>-14,9%</b>	<b>Veneto</b>	<b>-16,5%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-5,7%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-4,5%</b>	<b>-14,8%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-16,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama motoveicoli

Province			Province			
Immatricolazioni (in numero di motoveicoli)			Parco circolante			
	2007	2008	2009		2008	2009
Verona	7.924	7.966	8.055	Padova	149.208	144.491
Padova	8.463	7.902	7.183	Verona	145.713	143.458
Venezia	6.238	6.104	5.919	Vicenza	129.353	124.211
Vicenza	6.222	5.603	5.172	Venezia	112.849	109.574
Treviso	5.440	5.070	4.524	Treviso	100.712	98.002
Rovigo	1.833	1.676	1.492	Rovigo	40.473	38.739
Belluno	1.133	1.016	936	Belluno	31.565	30.679
<b>Veneto</b>	<b>37.253</b>	<b>35.337</b>	<b>33.281</b>	<b>Veneto</b>	<b>709.873</b>	<b>689.154</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>562.578</b>	<b>526.516</b>	<b>499.963</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>9.293.935</b>	<b>9.213.296</b>

Province			Province		
Variazione vendite (in numero motoveicoli)			Variazione parco circolante motoveicoli		
	2008	2009		2009	
Verona	0,5%	1,1%	Verona	-1,5%	
Venezia	-2,1%	-3,0%	Treviso	-2,7%	
Vicenza	-9,9%	-7,7%	Belluno	-2,8%	
Belluno	-10,3%	-7,9%	Venezia	-2,9%	
Padova	-6,6%	-9,1%	Padova	-3,2%	
Treviso	-6,8%	-10,8%	Vicenza	-4,0%	
Rovigo	-8,6%	-11,0%	Rovigo	-4,3%	
<b>Veneto</b>	<b>-5,1%</b>	<b>-5,8%</b>	<b>Veneto</b>	<b>-2,9%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-6,4%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-0,9%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

Province				Consumi complessivi (mln Euro)			Province			Spesa per famiglia (Euro)	
				2007	2008	2009				2008	2009
Verona				39	40	40	Verona			106	105
Padova				45	42	37	Padova			113	98
Venezia				32	32	30	Venezia			88	81
Vicenza				33	30	27	Vicenza			87	78
Treviso				30	28	24	Rovigo			84	73
Rovigo				9	8	8	Treviso			81	68
Belluno				5	5	4	Belluno			49	44
<b>Veneto</b>				<b>194</b>	<b>184</b>	<b>170</b>	<b>Veneto</b>			<b>93</b>	<b>84</b>
<b>Totale Italia</b>				<b>2.846</b>	<b>2.657</b>	<b>2.486</b>	<b>Totale Italia</b>			<b>108</b>	<b>99</b>

Province				Variazione consumi complessivi motoveicoli		Province			Variazione spesa per famiglia motoveicoli	
				2008	2009				2009	
Verona				1,0%	0,9%	Verona				-1,2%
Venezia				-0,5%	-5,4%	Venezia				-7,3%
Vicenza				-9,9%	-8,9%	Vicenza				-10,3%
Belluno				-11,6%	-10,9%	Belluno				-11,7%
Padova				-7,2%	-11,2%	Rovigo				-12,5%
Rovigo				-8,7%	-11,3%	Padova				-13,2%
Treviso				-6,6%	-14,0%	Treviso				-15,5%
<b>Veneto</b>				<b>-5,0%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>Veneto</b>				<b>-9,3%</b>
<b>Totale Italia</b>				<b>-6,7%</b>	<b>-6,4%</b>	<b>Totale Italia</b>				<b>-7,9%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Beni per la casa

Elettrodomestici bianchi e piccoli											
Province				Consumi complessivi (mln Euro)			Province			Spesa per famiglia (Euro)	
				2007	2008	2009				2008	2009
Venezia				77	75	73	Belluno			275	261
Verona				72	68	66	Venezia			208	198
Vicenza				64	62	60	Rovigo			186	173
Padova				64	62	60	Vicenza			182	172
Treviso				60	58	55	Verona			183	171
Belluno				27	26	25	Padova			168	159
Rovigo				19	19	18	Treviso			167	156
<b>Veneto</b>				<b>383</b>	<b>370</b>	<b>356</b>	<b>Veneto</b>			<b>186</b>	<b>176</b>
<b>Totale Italia</b>				<b>4.170</b>	<b>4.043</b>	<b>3.842</b>	<b>Totale Italia</b>			<b>164</b>	<b>153</b>

Province				Var. consumi elettrodomestici bianchi e piccoli		Province			Var. spesa per famiglia elettrod. bianchi e piccoli	
				2008	2009				2009	
Venezia				-2,7%	-3,1%	Belluno				-5,1%
Padova				-3,1%	-3,6%	Venezia				-5,1%
Vicenza				-3,0%	-4,0%	Vicenza				-5,4%
Verona				-4,5%	-4,1%	Padova				-5,8%
Belluno				-2,4%	-4,3%	Verona				-6,1%
Treviso				-3,7%	-4,6%	Treviso				-6,3%
Rovigo				-2,7%	-5,5%	Rovigo				-6,8%
<b>Veneto</b>				<b>-3,3%</b>	<b>-4,0%</b>	<b>Veneto</b>				<b>-5,8%</b>
<b>Totale Italia</b>				<b>-3,0%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Totale Italia</b>				<b>-6,5%</b>

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Elettrodomestici bruni

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Venezia	73	67	64	Venezia	187	175
Verona	70	63	60	Belluno	190	175
Padova	67	62	59	Vicenza	175	165
Vicenza	65	60	57	Rovigo	176	163
Treviso	62	56	54	Padova	167	156
Belluno	20	18	17	Verona	169	156
Rovigo	19	18	17	Treviso	163	152
<b>Veneto</b>	<b>375</b>	<b>345</b>	<b>327</b>	<b>Veneto</b>	<b>173</b>	<b>162</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>4.039</b>	<b>3.737</b>	<b>3.592</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>152</b>	<b>143</b>

Province	Variazione consumi elettrodomestici bruni		Province	Var. spesa per famiglia elettrodomestici bruni	
	2008	2009		2009	
Padova	-8,0%	-4,4%	Vicenza	-6,1%	
Venezia	-7,4%	-4,5%	Venezia	-6,4%	
Vicenza	-7,6%	-4,6%	Padova	-6,6%	
Treviso	-8,6%	-5,1%	Treviso	-6,7%	
Verona	-9,5%	-5,5%	Verona	-7,5%	
Rovigo	-7,4%	-6,4%	Rovigo	-7,7%	
Belluno	-8,0%	-7,0%	Belluno	-7,8%	
<b>Veneto</b>	<b>-8,1%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>Veneto</b>	<b>-6,8%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-7,5%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-5,4%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Mobili

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Padova	308	304	283	Padova	826	751
Verona	293	289	266	Vicenza	812	740
Venezia	282	281	262	Treviso	816	732
Treviso	288	283	258	Rovigo	790	729
Vicenza	288	278	257	Belluno	766	716
Rovigo	79	80	75	Venezia	780	712
Belluno	70	73	69	Verona	771	695
<b>Veneto</b>	<b>1.608</b>	<b>1.587</b>	<b>1.469</b>	<b>Veneto</b>	<b>798</b>	<b>725</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>16.860</b>	<b>16.960</b>	<b>15.721</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>688</b>	<b>627</b>

Province	Variazione consumi mobili		Province	Variazione spesa per famiglia mobili	
	2008	2009		2009	
Belluno	3,5%	-5,7%	Belluno	-6,4%	
Rovigo	1,6%	-6,4%	Rovigo	-7,6%	
Venezia	-0,4%	-6,7%	Venezia	-8,6%	
Padova	-1,4%	-6,9%	Vicenza	-8,9%	
Vicenza	-3,3%	-7,5%	Padova	-9,1%	
Verona	-1,4%	-7,9%	Verona	-9,9%	
Treviso	-2,0%	-8,8%	Treviso	-10,4%	
<b>Veneto</b>	<b>-1,3%</b>	<b>-7,4%</b>	<b>Veneto</b>	<b>-9,1%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>0,6%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-8,7%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Informatica famiglia

Province	Consumi complessivi (mln Euro)			Province	Spesa per famiglia (Euro)	
	2007	2008	2009		2008	2009
Venezia	29	26	25	Belluno	75	72
Verona	28	24	24	Venezia	71	68
Padova	27	23	23	Rovigo	68	66
Vicenza	26	23	22	Vicenza	66	63
Treviso	24	21	21	Verona	64	62
Belluno	8	7	7	Padova	63	61
Rovigo	8	7	7	Treviso	61	59
<b>Veneto</b>	<b>150</b>	<b>131</b>	<b>128</b>	<b>Veneto</b>	<b>66</b>	<b>63</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>1.603</b>	<b>1.422</b>	<b>1.399</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>58</b>	<b>56</b>

Province	Variazione consumi informatica		Province	Variazione spesa per famiglia informatica	
	2008	2009		2008	2009
Padova	-12,9%	-1,2%	Rovigo	-3,1%	
Rovigo	-9,7%	-1,8%	Padova	-3,4%	
Treviso	-13,5%	-1,9%	Treviso	-3,6%	
Verona	-14,4%	-2,0%	Vicenza	-3,9%	
Vicenza	-12,6%	-2,4%	Belluno	-3,9%	
Venezia	-12,3%	-2,5%	Verona	-4,0%	
Belluno	-10,2%	-3,1%	Venezia	-4,5%	
<b>Veneto</b>	<b>-12,8%</b>	<b>-2,1%</b>	<b>Veneto</b>	<b>-3,9%</b>	
<b>Totale Italia</b>	<b>-11,3%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>Totale Italia</b>	<b>-3,1%</b>	

Fonte: Prometeia - Findomestic

## Panorama Grande Distribuzione

Province	Numero Ipermercati	Superficie di vendita Ipermercati (in mq.)	Numero Gr. Superfici Integrate	Superficie di vendita G.S.I. (in mq.)	Numero tot. Ipermercati + G.S.I.	Superficie di vendita tot. Ipermercati + G.S.I. (mq)	Metri quadri 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
Venezia	5	44.898	7	22.361	12	67.259	8,2
Vicenza	4	36.040	8	25.200	12	61.240	7,5
Verona	7	45.858	4	15.787	11	61.645	7,3
Padova	4	22.260	11	35.437	15	57.697	6,6
<b>Veneto</b>	<b>27</b>	<b>195.856</b>	<b>52</b>	<b>166.690</b>	<b>79</b>	<b>362.546</b>	<b>7,8</b>
<b>Totale Italia</b>	<b>320</b>	<b>2.450.365</b>	<b>483</b>	<b>1.515.944</b>	<b>803</b>	<b>3.966.309</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Infocommercio - Findomestic dati al 31 ottobre 2009

**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 una superficie di vendita compresa fra i 2.500 ed i 5.000 metri quadrati.



**“Prodotto realizzato impiegando carta ecologica certificata”**







**Findomestic Banca S.p.A.**

Via Jacopo da Diacceto, 48 - 50123 Firenze  
Capitale Sociale 400 Milioni di Euro i.v.

R.E.A. 370219 FI - Cod. Fisc./P. IVA e R.I. di FI 03562770481  
Capogruppo di "Findomestic Gruppo" iscritto all'Albo dei Gruppi Bancari al n. 3115.3

Associata ABI Associazione Bancaria Italiana  
ed ASSOFIN Associazione Italiana del Credito al Consumo ed Immobiliare