

macchine usa e getta per così dire specifiche, come quelle subacquee, quelle tridimensionali e quelle con formato panoramico.

Per quanto riguarda le pellicole, riteniamo sufficiente affermare che cresce, seppure lentamente, il formato APS, parallelamente alle vendite di apparecchiature con questa tecnologia.

Si è registrato un calo nel bianco e nero dopo una crescita durata quasi due anni, forse a causa dell'incremento dei prezzi. Il bianco e nero è un caso a parte nel panorama delle pellicole, in quanto appare fortemente influenzato dalle mode, e quindi capace di rapidi salti positivi ed altrettanto

rapidi sbalzi negativi.

Vi è stato un forte calo delle diapositive, mentre in parallelo sono aumentate le vendite dei rotolini tradizionali a colori. In particolare, quest'ultimo prodotto ha una quota del 75% sul totale delle pellicole; risulta quindi ben evidente la scarsa importanza degli altri segmenti.



Auto

La "droga" degli incentivi ha prodotto risultati al di là delle più rosee previsioni - Le immatricolazioni sono cresciute del 35% rispetto al 1996 - Non a caso, il Governo ha deciso di prorogare le agevolazioni anche a parte del 1998.

Nonostante la difficoltà di stimare con certezza la dimensione del mercato delle autovetture nel 1997, l'unico elemento certo è il pieno successo, sotto il profilo della domanda delle famiglie, dell'operazione incentivi alla rottamazione.

Bisogna ammettere che nessuno aveva previsto e argomentato un profilo di vendite così elevato come quello che in effetti si è verificato.

Alla chiusura dell'anno, in termini di immatricolazioni, il giro di affari si è attestato intorno ai 2,3 milioni di unità vendute, con un incremento di fatturato di oltre il 25% rispetto al 1996.

Il mercato dell'auto in termini monetari è passato dai 41.000 miliardi del 1996 agli oltre 51.000 del 1997, nonostante la riduzione del prezzo medio di vendita.

Ma da cosa dipendono le decisioni di acquisto dell'auto? Il punto di partenza non può che essere un modello di comportamento in cui si cerca di individuare le variabili che spingono agli acquisti e in quale misura esse risultino rilevanti.

Inoltre, la forza di queste variabili nell'influenzare la decisione di spesa per l'auto

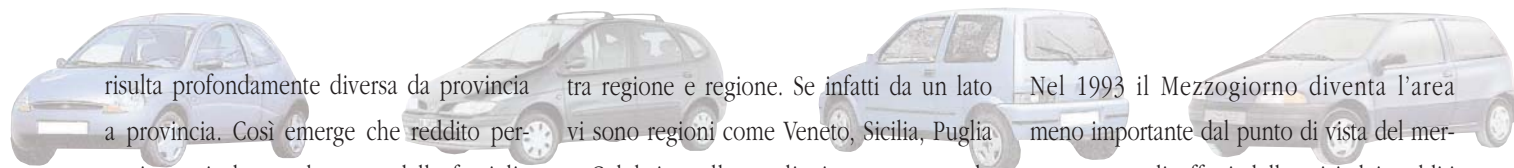
Il mercato della fotografia - Consistenze (miliardi di lire)

Tipologia	Valore 1996	Valore 1997
Reflex	82	66
Compatte	156	138
APS	7	19
Altro	9	8
Totale apparecchi	254	230
Pellicole + usa e getta	466	486
Totale mercato	720	716

Il mercato della fotografia - Variazioni % 97/96

Tipologia	Quantità	Prezzi	Valore
Reflex	-10,9%	-9,2%	-19,2%
Compatte	-3,5%	-8,1%	-11,3%
APS	+152,0%	+1,0%	+154,5%
Altro	-4,9%	-13,3%	-17,6%
Totale apparecchi	-0,6%	-8,7%	-9,2%
Pellicole + usa e getta	+3,6%	+0,5%	+4,3%
Totale mercato	+3,6%	-4,0%	-0,6%

Fonte: elaborazioni Findomestic su dati Findomestic, GfK



risulta profondamente diversa da provincia a provincia. Così emerge che reddito percepito e ricchezza detenuta dalle famiglie spingono l'acquisto di auto e ne accelerano il processo di sostituzione, e ciò in misura accentuata nel Mezzogiorno rispetto al resto del paese.

Più importante ancora è il fattore prezzo: se il costo medio dell'auto si riduce del 10%, a parità di altre condizioni, la domanda cresce nel breve periodo di oltre il 15% nel Nord-Ovest, di oltre il 22% nel Nord-Est e nel Centro e di quasi il 40% nel Mezzogiorno. In altre parole, il programma di incentivazione ha prodotto grandissima spinta agli acquisti nel Mezzogiorno rispetto agli effetti importanti ma molto meno evidenti nelle altre aree.

Come appare evidente dai dati numerici contenuti nelle schede regionali, per alcune province, soprattutto Aosta ed Udine, vi sono delle spese medie familiari effettivamente incongruenti con le medie nazionali; la spiegazione di ciò è comunque semplice: si tratta delle cosiddette "flotte aziendali", ossia gli acquisti massicci da parte delle aziende in alcune province, causati da particolarità non riscontrabili altrove che ne rendono vantaggioso l'acquisto.

La penetrazione del bene auto nelle famiglie italiane ha raggiunto nel 1997 l'80%; mentre nel 40% di esse è presente una seconda vettura.

Nonostante percentuali di possesso piuttosto basse, vi sono significative differenze

tra regione e regione. Se infatti da un lato vi sono regioni come Veneto, Sicilia, Puglia e Calabria nelle quali viene superata la soglia dell'85%, dall'altro esistono realtà come Campania ed Abruzzi dove soltanto il 70% delle famiglie è in possesso di una automobile.

Le disparità sono ancora più evidenti se si prende in esame la seconda auto: si va da percentuali minime, come il 22% degli Abruzzi, ad altre assai elevate, come il 55% del Veneto e dell'Umbria.

La tabella che segue chiarisce e sintetizza la congiuntura del mercato dell'auto e l'effetto delle agevolazioni in un quadro strutturale di evoluzione per le quattro grandi riparti-

Nel 1993 il Mezzogiorno diventa l'area meno importante dal punto di vista del mercato: sono gli effetti della crisi dei redditi che si riflette con grande amplificazione soprattutto sui consumi dell'area più debole del paese.

Col passare del tempo la situazione si aggrava: le altre aree lentamente recuperano mentre le immatricolazioni in area 4 continuano a diminuire. Si pensi che se nel 1996 la proporzione del recupero in area 4 rispetto al 1993 fosse stata pari a quella del Nord-Est - pur sempre ben lontano dalle performance dei massimi storici del 1992 - le immatricolazioni nell'anno passato avrebbero superato gli 1,9 milioni di unità.

Ciò a sottolineare la diversità della crisi

Immatricolazioni per area geografica

Anno	Immatricolazioni (migliaia)					Variazioni % annuali				
	NO	NE	C	S	ITA	NO	NE	C	S	ITA
1992	792	506	547	533	2.377	+2,4%	+4,6%	+2,3%	-3,1%	+1,6%
1993	596	366	396	347	1.704	-24,7%	-27,7%	-27,6%	-34,9%	-28,3%
1994	591	387	387	321	1.686	-0,9%	+5,8%	-2,2%	-7,3%	-1,1%
1995	625	441	371	302	1.739	+5,8%	+13,9%	-4,2%	-6,0%	+3,1%
1996	613	432	373	305	1.722	-2,0%	-2,1%	+0,6%	+0,9%	-1,0%
1997	801	550	505	483	2.340	+30,7%	+27,5%	+35,3%	+58,7%	+35,9%

Fonte: Findomestic, Prometeia

zioni geografiche: un breve commento alla storia del mercato è utile per capire meglio i fatti di oggi.

Negli anni precedenti alla crisi del 1993 la situazione delle immatricolazioni nel nostro paese si era stabilizzata su oltre 2,3 milioni di autovetture delle quali quasi un quarto venivano assorbite dal Mezzogiorno, area al secondo posto per importanza complessiva.

del mercato in termini territoriali (e quando si passa dai dati sulle ripartizioni geografiche a quelli sulle 103 province le differenze diventano ancora più consistenti).

Nel 1997 la politica di agevolazione appare come un'opportunità straordinaria soprattutto alle famiglie meridionali. La crescita delle immatricolazioni è superiore al 50% in area

4 a fronte di un dato medio del 35,9%. Attraverso la grande reattività di prezzo, nel Mezzogiorno hanno operato una molteplicità di fattori, tra i quali il maggiore invecchiamento del parco e la centralità del ruolo dell'automobile nelle preferenze dei consumatori.

Per chiudere l'aspetto della congiuntura segnaliamo un altro elemento: nel 1997 il Nord-Est raggiunge il massimo storico in termini di immatricolazioni, recuperando tutto il terreno perduto negli anni di crisi, confermandosi l'unica macro regione capace di questa performance.

Speculare all'entusiasmo sull'esito degli incentivi in termini di volumi di vendite vi è la preoccupazione per le possibili conseguenze negative dell'esaurimento degli effetti del provvedimento stesso.

Pertanto il provvedimento è stato prorogato fino a luglio '98 (e si prospetta una strategia di incentivazione più strutturale

legata a performance ecologiche dei mezzi di trasporto).

Un altro aspetto d'interesse è quello della quantificazione del potenziale territoriale, cioè dell'ammontare di risorse che le famiglie residenti in ciascuna provincia hanno destinato all'acquisto di auto.

Il potenziale di vendita è stato, nel 1997, di quasi 52.000 miliardi di lire, valore che rap-

pratici (22 milioni del 1997 contro 18 milioni del 1992), tenuto conto anche degli incentivi. Va ricordato, per inciso, che il settore dell'auto, per tutta la prima parte degli anni '90, è risultato uno dei più inflazionistici tra quelli relativi ai beni e servizi per le famiglie. Quantunque le case automobilistiche non si riconoscano in queste evidenze, adducendo a spiegazione che l'incremento di prezzo è stato più che compensato dal-

Potenziali di vendita (mld. di lire)

Area	1996	1997	Variazione %
Nord Ovest	14.751	17.836	+20,9%
Nord Est	10.392	12.263	+18,0%
Centro	8.871	11.109	+25,2%
Sud	7.214	10.594	+46,9%
Italia	41.228	51.802	+25,6%

Fonte: Findomestic, Prometeia

presenta un incremento del 25% rispetto ai livelli del 1992. Tale aumento è però attribuibile esclusivamente all'espansione dei nuclei familiari residenti e ai più alti livelli di prezzi

l'accresciuta qualità del bene auto, la valutazione della dinamica dei listini appare molto superiore al tasso d'inflazione medio annuo. Anche di recente, nel periodo di attuazione

dei provvedimenti agevolativi per sostituzione di auto anziane, non sono mancati episodi di ritocco al rialzo dei prezzi di vendita, che hanno ridotto il beneficio ai consumatori dell'obbligo di uguale sconto da parte delle case a chi volesse accedere all'agevolazione.

Permangono dunque, tensioni sui prezzi delle autovetture nuove.

Nel medio periodo le prospettive di potenziale di spesa per famiglia sono di recupero anche per le zone più depresse. In generale, tale recu-



pero sarà, ancora una volta, attribuibile, non alla crescita dei contratti di acquisto delle auto, ma soprattutto ad una revisione al rialzo dei listini (25,3 milioni è il prezzo medio di un'auto che stimiamo per il 2002).

La mobilità come esigenza complementare alla fruizione del tempo libero è aspirazione più vasta e complessa del semplice bisogno di spostarsi: essa è ancora al centro delle preferenze dei consumatori italiani.

La domanda di beni durevoli per la mobilità è più pressante nelle aree meno ricche del paese, che sperimentano livelli di queste spese ancora inferiori alla media nazionale.

Le famiglie italiane guardano con attenzione alla congiuntura e tendono a soddisfare i propri desideri di acquisto di auto nuove solo se possono permetterselo, e preferibilmente senza modificare significativamente il

proprio parco.

Ciò vuol dire che le famiglie italiane sono molto flessibili nelle decisioni che interes-

sano la rottamazione della propria auto. Il 1993, a causa della crisi dei redditi, non ha consentito facili acquisizioni di nuove auto e pertanto la rottamazione è stata limitata ad un tasso del 5% dei livelli di circolante del 1992, vale a dire 0,7 punti percentuali in meno rispetto al tasso dell'anno precedente. Analogamente, nel 1997, si è registrato un significativo consenso all'incentivo governativo, il che ha portato il tasso di rottamazione a livelli superiori a quelli del 1992, vale a dire al 6,5%.

Se rapportiamo il dato assoluto del potenziale monetario al numero dei nuclei familiari, la crescita del mercato nei primi anni '90 è piuttosto contenuta (2,4 milioni di spesa per famiglia nel 1997 rispetto ai 2,1 milioni di lire del 1992, vale a dire il 14% in più).

Dal punto di vista territoriale, il contributo alla crescita proviene esclusivamente dalle famiglie del Nord, mentre quelle del Centro e del Sud non sembrano potere spendere significativamente di più di quello che hanno speso nel 1992. Anche questo elemento è un naturale riflesso degli aspetti selettivi della crisi dei redditi del 1993: le aree meno forti dal punto di vista produttivo hanno subito le maggiori riduzioni di occupazione, produzione, reddito e quindi di consumo.



Parco circolante - unità di auto

Anno	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud	Italia
1992	7.979.237	5.427.807	5.897.990	7.659.971	26.965.005
1993	8.058.305	5.460.185	5.952.165	7.850.344	27.320.999
1994	8.164.490	5.595.159	6.016.699	7.857.645	27.633.993
1995	8.214.507	5.568.726	6.089.160	8.082.598	27.954.991
1996	8.266.872	5.606.215	6.135.216	8.168.694	28.176.997
1997	8.361.275	5.669.560	6.212.186	8.283.868	28.526.889

Parco circolante - variazione percentuale

Anno	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud	Italia
1993	+1,0%	+0,6%	+0,9%	+2,5%	+1,3%
1994	+1,3%	+2,5%	+1,1%	+0,1%	+1,1%
1995	+0,6%	-0,5%	+1,2%	+2,9%	+1,2%
1996	+0,6%	+0,7%	+0,8%	+1,1%	+0,8%
1997	+1,1%	+1,1%	+1,3%	+1,4%	+1,2%

Parco circolante per famiglia

Anno	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud	Italia
1992	1,38	1,44	1,52	1,13	1,33
1993	1,37	1,41	1,50	1,14	1,32
1994	1,35	1,41	1,48	1,12	1,31
1995	1,36	1,41	1,50	1,15	1,33
1996	1,36	1,41	1,50	1,15	1,33
1997	1,38	1,43	1,51	1,16	1,34

Fonte: Findomestic, Prometeia