



COMUNICATO STAMPA

Spese famiglie torinesi

Con una media mensile pari a 2.597 euro nel 2023 si è raggiunto il valore più alto degli ultimi 10 anni: torna a crescere la spesa alimentare, soprattutto per dolci, frutta e pesce, ma dopo il periodo pandemico sono in calo asporto e take away. L'abitazione assorbe più della metà della spesa non alimentare, anche se dopo la crisi energetica le bollette sembrano stabilizzarsi. Tra le spese voluttuarie si conferma la crescita di vacanze e pasti fuori casa, ma quest'anno leggero aumento anche di abbigliamento e calzature.

Torino, 15 aprile 2024 **** Presentati questa mattina a Palazzo Birago i nuovi dati dell'Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi, l'indagine realizzata dalla Camera di commercio di Torino che, ricalcando l'analisi nazionale Istat, monitora i consumi e le abitudini di acquisto di 240 nuclei residenti a Torino.

"La spesa delle famiglie è in aumento e registra il valore più elevato degli ultimi 10 anni: torna a crescere la spesa alimentare, che l'anno scorso aveva registrato uno stop, insieme agli acquisti irrinunciabili come abitazione, utenze e trasporti, ma anche alcune spese voluttuarie, come i pasti fuori casa e i viaggi e le vacanze ritornati praticamente ai livelli pre-Covid – spiega il Presidente della Camera di commercio di Torino. – Preoccupa invece la ridotta percentuale di famiglie che riescono a risparmiare parte del reddito, passate dal 25% del 2019 al 16,7% del 2023".

L'indagine

Alle famiglie, distribuite in quattro rilevazioni, ogni anno è richiesta la compilazione di un **primo questionario** volto a monitorare le spese ad alta frequenza (in particolare generi alimentari) e un **secondo** che registra i consumi in categorie a più bassa frequenza (spese non alimentari).

La condizione economica

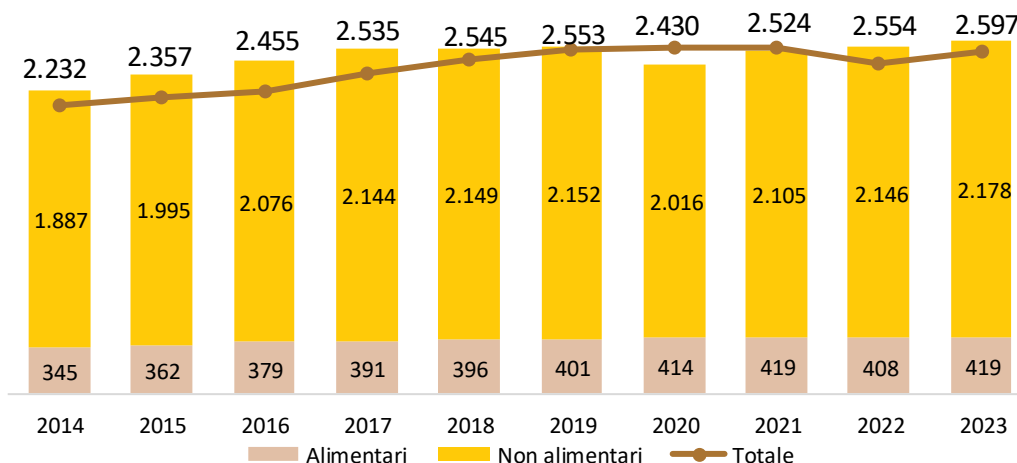
Elaborando i risultati è possibile classificare i nuclei famigliari torinesi in tre gruppi in base alla **condizione economica famigliare** (autosufficienza, livello medio, benessere). Nell'anno appena concluso le tipologie famigliari che si trovano maggiormente in difficoltà si confermano le coppie con figli e le famiglie monoparentali. Negli ultimi 5 anni queste due categorie sono quelle che si sono spostate maggiormente dalla fascia media a quella di autosufficienza: rispettivamente i nuclei monoparentali in autosufficienza sono passati dal 45% nel 2019 al 59,1% del 2023, mentre le coppie con figli dal 46,2% al 60%. In altre parole, **sei coppie con figli su dieci oggi si collocano in una fascia di difficoltà.**

Le spese delle famiglie nel 2023

A fine 2023 la spesa media mensile delle famiglie torinesi si è attestata a **2.597 euro**, il valore più elevato degli ultimi dieci anni di osservazione e in crescita dell'**1,7%** (+43 euro) rispetto al 2022.

Nel 2023 **tutte le famiglie indagate**, a prescindere dalla loro tipologia e condizione economica, hanno visto un incremento della spesa complessiva in confronto al 2022.

Spese famigliari totali. Trend 2014-2023



Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi, ed. 2023

Le spese alimentari

Dopo l'arretramento registrato per la prima volta lo scorso anno, **nel 2023 si assiste ad una netta ripresa delle spese alimentari: con 419 euro** si raggiunge un **+2,7%** rispetto al 2022 (+11 euro), valore che le riporta esattamente allo stesso livello del 2021. La quota della spesa alimentare sul totale torna quindi a risalire e supera nuovamente il 16% del totale. L'incremento è stato trasversale a quasi tutte le categorie di spesa, **ma i rialzi** più significativi hanno riguardato i prodotti **dolciari**, la **frutta** e il **pesce**.

Cala la spesa per le **bevande** – in particolare alcoliche- e, dopo il boom registrato negli anni pandemici, per i **cibi pronti da asporto o a domicilio**; rallenta anche la spesa in cibi **take away** e dei cibi da banco/gastronomia.

Le spese non alimentari

Continua anche la **crescita (+1,5%; +32 euro)** delle **spese non alimentari**, che nel 2023 ammontano a **2.178 euro** (l'84% delle spese totali).

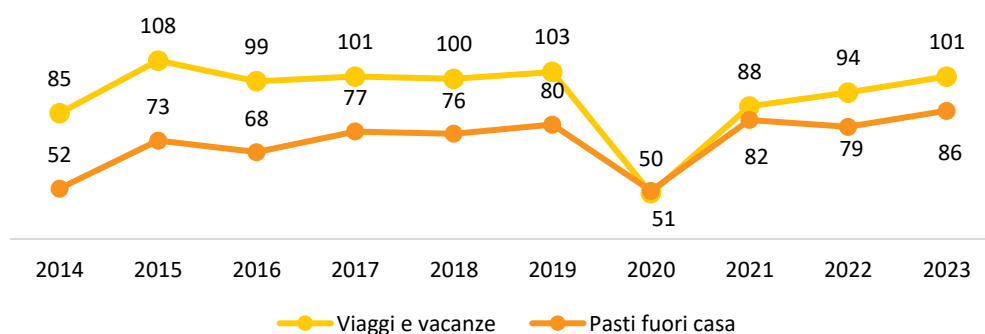
Tra le varie voci, quella dell'**abitazione** (a cui si sommano anche le utenze domestiche) continua ad essere la componente principale: nel 2023 rappresenta il 48,5% delle spese non alimentari, stabile rispetto allo stesso periodo del 2022. Se alle spese per l'abitazione si aggiungono anche quelle in mobili e arredamento, la quota imputabile alla casa, pari a 1.158 euro, raggiunge il **53,1%** delle spese non alimentari.

In questa voce resta importante la **spesa in utenze domestiche** (bollette del gas, luce, riscaldamento, acqua, ecc.), pari a **232 euro medi mensili (+2 euro)** componente che - dopo il boom del 2022 - quest'anno sembra essersi stabilizzata.

Voci non alimentari in aumento ↑

La spesa per **viaggi e vacanze** torna a superare i 100 euro medi mensili (101 euro) e incrementa di +7 euro rispetto al 2022. **I pasti fuori casa** raggiungono gli 86 euro e registrano **l'importo in assoluto più elevato degli ultimi dieci anni**, con una crescita di +7 euro rispetto al 2022. Come evidente dal grafico, il calo della crisi pandemica sembra ampiamente recuperato.

Spesa in viaggi e vacanze e pasti fuori casa. Anni 2014-2023



Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi, ed. 2023

In crescita le spese per **cura e igiene personale** (55 euro; +5 euro), mentre rimangono stabili quelle sostenute per colf/gestione casa (32 euro).

Nel 2023 aumenta la spesa in ricreazione, spettacolo e cultura. La voce che vede l'incremento più importante è quella per **articoli sportivi** e tempo libero (+7 euro) che, per il secondo anno consecutivo, segna una crescita, raggiungendo i 49 euro. Torna ad aumentare, dopo un 2022 di diminuzione, anche la spesa per **giornali e libri** non scolastici (+5 euro, per un totale di 15 euro), e dopo anni di calo, le spese per biglietti di ingresso per **cinema, teatro, spettacoli e sport** (+3 euro, per un totale di 5 euro).

Stabili complessivamente le spese per la salute (88 euro), ma crescono gli importi destinati a **visite mediche specialistiche ed analisi mediche private** (+6 euro). In lieve crescita anche i servizi di assistenza alla persona (+2 euro), tra cui le spese in asili nido, baby-sitter (+1 euro) e quelle per assistenza ad anziani e disabili (+1 euro).

Aumentano i trasporti (249 euro; +3 euro) soprattutto per biglietti aerei e treni (+6 euro) e trasporto pubblico (+1 euro), mentre risultano stabili le spese in benzina e gasolio.

Dopo due anni di contrazione, aumentano le spese in **vestiario e calzature**: nell'insieme, vengono spesi 55 euro in vestiario e 29 euro in calzature, entrambi in aumento rispetto al 2022, quando la spesa ammontava rispettivamente a 52 (+3 euro) e 27 euro (+2 euro).

In crescita, infine, gli acquisti di **sigarette, tabacco e sigarette elettroniche** (28 euro; +5 euro), mentre rimane stabile la spesa in lotterie istantanee e nel lotto.

Voci non alimentari in calo ↓

Prosegue il calo degli acquisti per **mobili e arredamento** -12 euro per un totale di 100 euro) e diminuisce lievemente anche la spesa per **acquisto apparecchi radio, TV, PC** (-2 euro per un totale di 8 euro), continuando il trend negativo iniziato nel corso del 2022.

In calo anche le spese per **comunicazione (36 euro; -6 euro)**, sia nelle spese connesse alla telefonia - acquisto, bollette, internet (-5 euro) - sia nelle spese postali (-1 euro).

5 anni: come è cambiato il carrello?

Prendendo in esame il periodo dal 2019 al 2023, **il carrello della spesa delle famiglie appare decisamente mutato**: se da un lato hanno registrato un incremento alcune delle spese strettamente necessarie, come l'abitazione (+30 euro) e le utenze (+59 euro), ma anche l'alimentare (+18), i trasporti (+13 euro), l'istruzione (+9 euro) e i servizi di

assistenza alla persona (+5 euro), risultano invece **in sofferenza la maggioranza delle categorie voluttuarie** come ricreazione spettacolo e cultura (-15 euro), abbigliamento e calzature (-10 euro), comunicazioni (-17 euro), viaggi e vacanze (-2 euro) ma anche alcuni servizi essenziali, come quelli imputabili alla salute (-11 euro tra medicinali, ticket, occhiali e protesi).

Il risparmio, il potere d'acquisto e il reddito medio familiare

Nel 2023 si abbassa ulteriormente il numero di famiglie che ha dichiarato di essere riuscito a risparmiare qualcosa nel corso dell'anno: **solo il 16,7%**, percentuale in netta contrazione rispetto al 2022 (il 20%). **Il dato del 2023 è il più basso degli ultimi cinque anni**, lontano dai valori del 2019, quando si attestava al 25%.

Nel 2023 continua ad aumentare il numero delle famiglie che dichiara un **calo del potere di acquisto**: sette nuclei su dieci (il 70,4%) hanno visto un'erosione della capacità di spesa (il 60,4% nel 2022 e 19,2% nel 2019).

Nel complesso, però, per quasi il 72% delle famiglie **il reddito medio** si è mantenuto **stabile** rispetto all'anno precedente (nel 2022 erano il 70,4%), mentre è addirittura aumentato per il 13,8% di esse (era il 10,4% un anno fa).

I luoghi di acquisto

Nel 2023 le scelte sono simili a quelle degli anni precedenti, confermando la predominanza di tre tipologie di luoghi di acquisto: il **super o ipermercato**, il luogo principale dove effettuare i propri acquisti (il 48,5% delle preferenze), seguito dal **negozio tradizionale** (il 19,5%) e dagli **hard discount** (l'11,8%). Rispetto al 2022, si assiste ad una lieve riduzione per supermercati e dei negozi tradizionali, più consistente per i discount. Se il confronto risale sino al 2019, il cambiamento di abitudine più significativo è determinato dal calo di oltre sette punti percentuali nel ricorso al negozio tradizionale, a favore di super e ipermercati e di minimercati.

Per quanto **l'e-commerce**, il 34,6% dei nuclei vi ricorre spesso: rispetto a cinque anni prima, è quasi triplicata la quota di persone che ricorre all'e-commerce con assiduità. L'uso di internet riguarda oltre il 61% delle coppie con figli e il 41% delle famiglie monoparentali, mentre scende al 21% fra le persone sole e al 27% tra le coppie senza figli.

Sostenibilità ambientale

Quest'anno sono state sottoposte alcune domande sul tema della **sostenibilità ambientale**, su cui la **sensibilità risulta elevata per oltre una famiglia su tre (il 34,6%), specie tra le coppie con figli.**

Tra le azioni concrete messe in atto, prevale l'atteggiamento di riduzione degli sprechi alimentari e di preferenza degli acquisti in base alla stagionalità e ai luoghi di provenienza. Inoltre, una famiglia su due dichiara di limitare l'utilizzo dell'auto come scelta verso la sostenibilità. Il 78,3% delle famiglie, infine, si impegna nell'acquisto di elettrodomestici a basso consumo.