



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

Osservatorio spese famiglie torinesi

2017



Vincenzo Ilotte

Presidente Camera di commercio di Torino



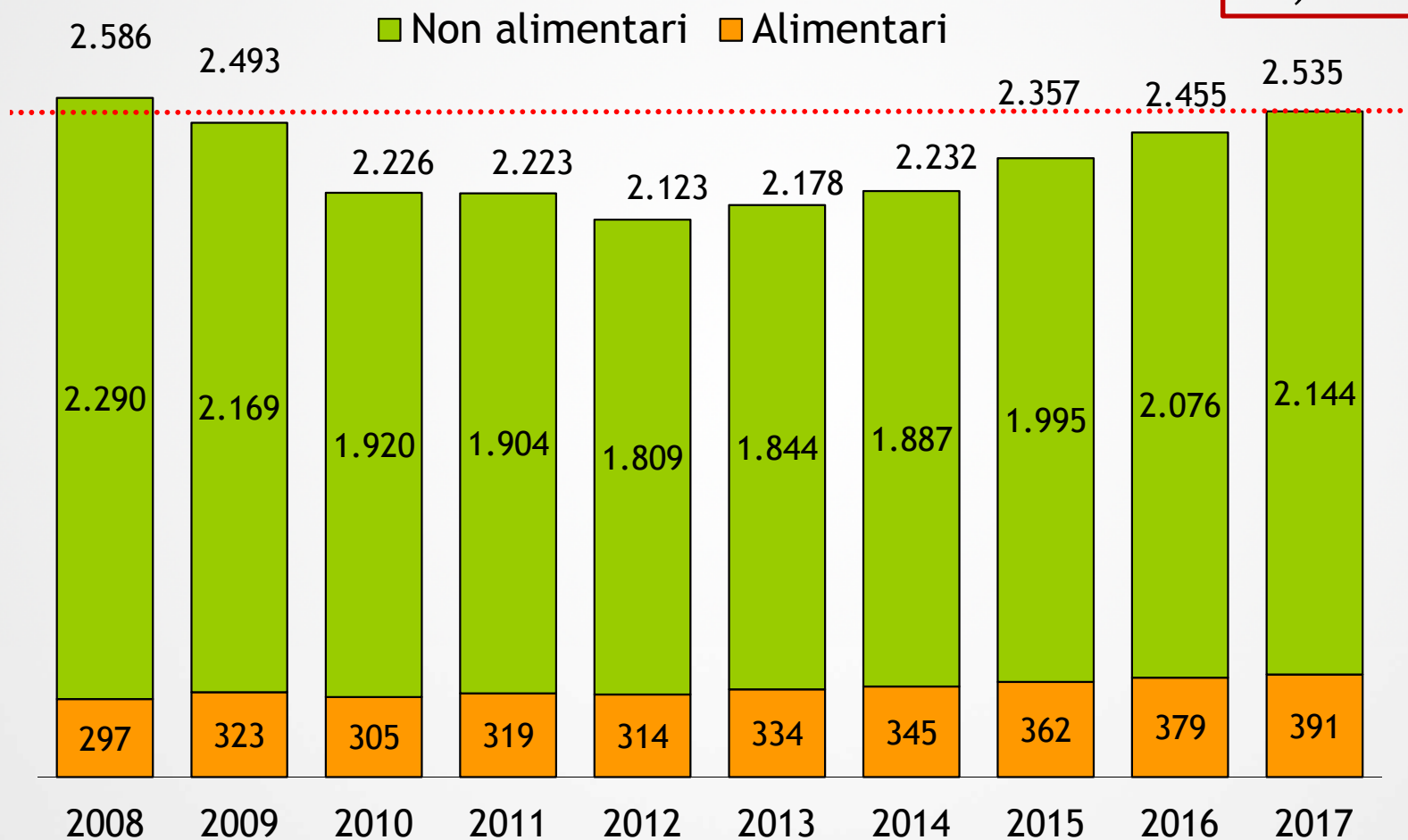
Caratteristiche dell'indagine

- Indagate **240 famiglie torinesi** residenti in città o nei comuni limitrofi
- Somministrati due questionari di indagine:
 - **Libretto degli acquisti:** *per annotare le spese correnti della famiglia intervistata nel corso di dieci giorni (periodo di rilevazione)*
 - **Questionario:** *per annotare le spese che vengono effettuate a intervalli più lunghi (p. es. per beni durevoli)*
- Effettuate **quattro rilevazioni** nel 2017



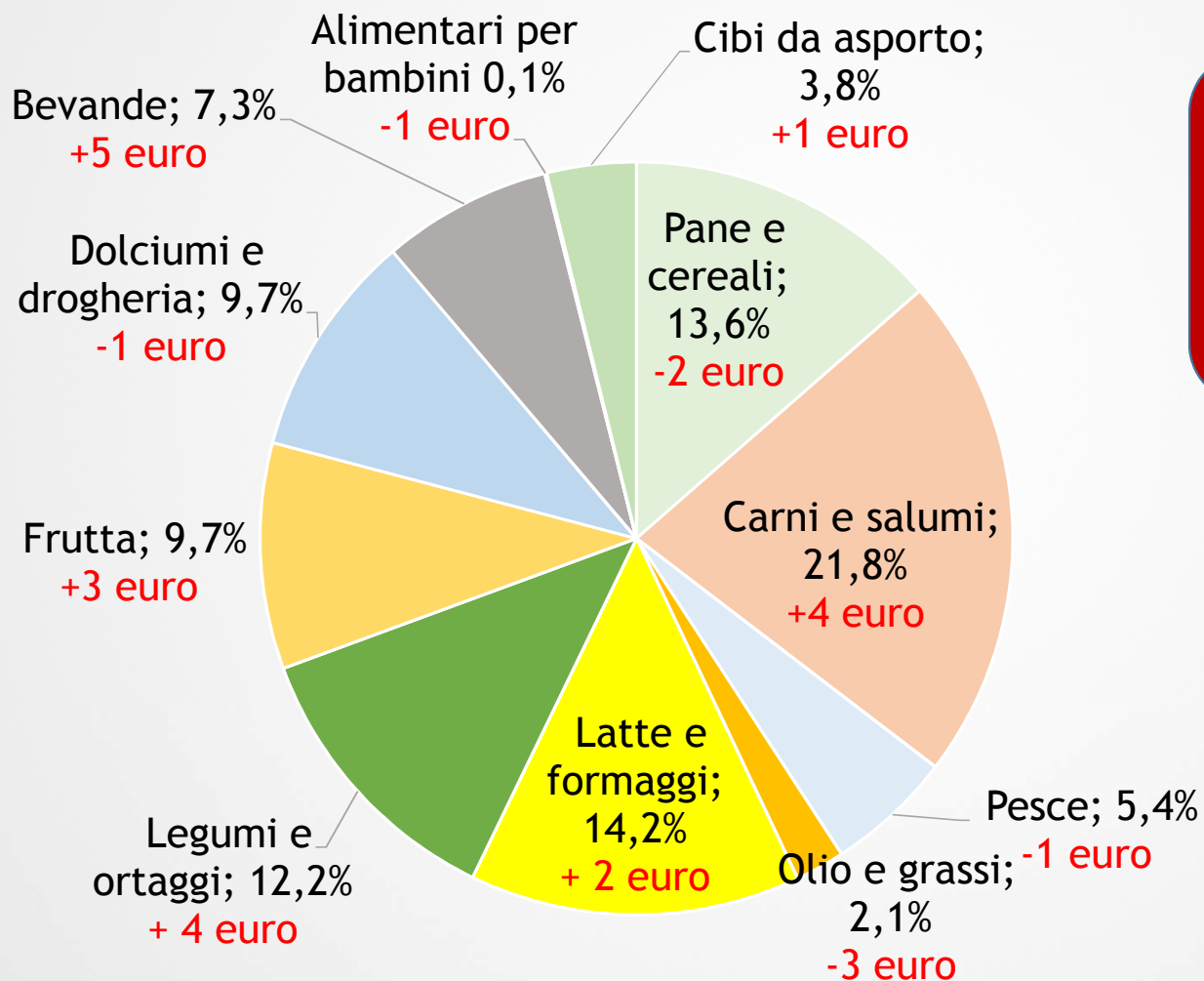
Spese familiari nel complesso

+3,2% rispetto al 2016



Le spese alimentari

principali capitoli di spesa- quote % e differenza euro 2017-2016



Totale spesa alimentare:
391 euro
+3% rispetto al 2016

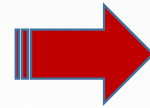
AUTOCOUNSUMO:
40% delle famiglie



Consumi alimentari e caratteristiche familiari

SPESA PER NUMERO DI COMPONENTI:

single 266 Euro VS
516 Euro per le famiglie con 4 o più componenti



SPESA PRO CAPITE:

single 266 Euro VS
130 Euro per le famiglie con 4 o più componenti

ABITUDINI DI CONSUMO

26-40 ANNI



Latte, uova
formaggi



Frutta



Pane e
cereali



Dolci



VS

OVER 65 ANNI



Legumi e
ortaggi



Oli e grassi



Carni e
salumi

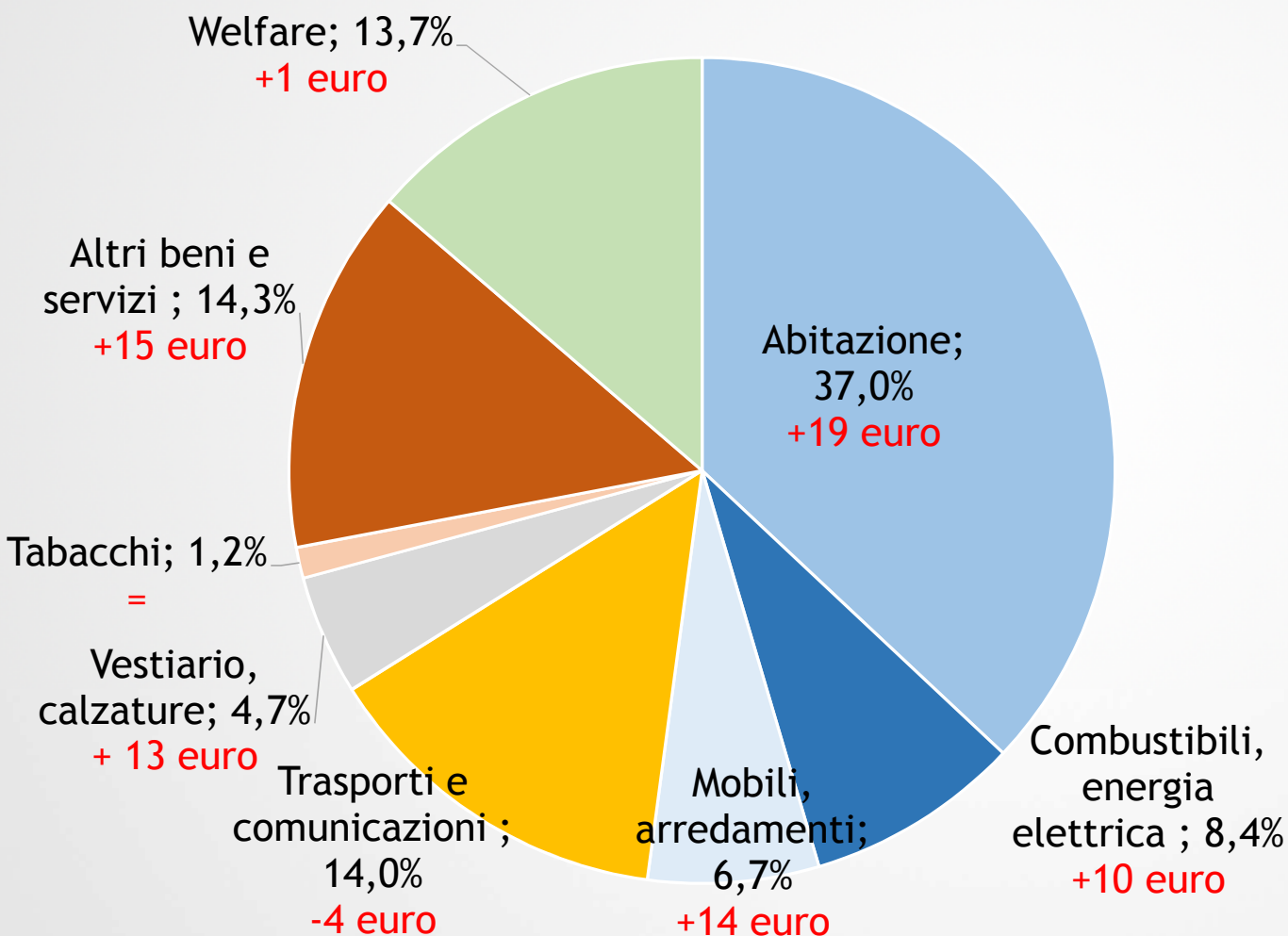


Bevande
alcoliche



Le spese non alimentari

principali capitoli di spesa- quote % e differenza euro 2017-2016



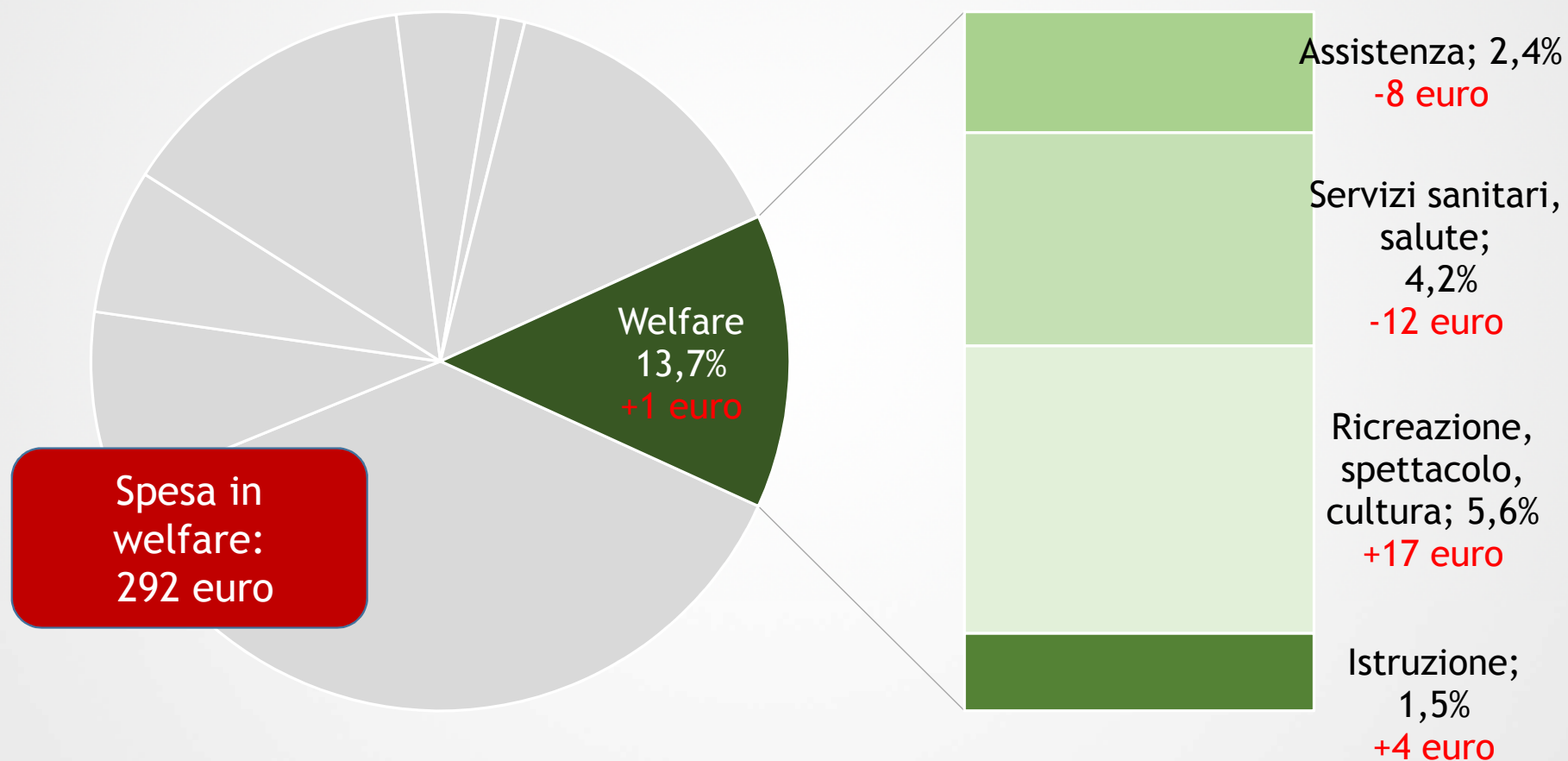
Totale spesa non alimentare:
2.144 euro
+3,3% rispetto al 2016

Le spese per la casa
rappresentano il 52,1%

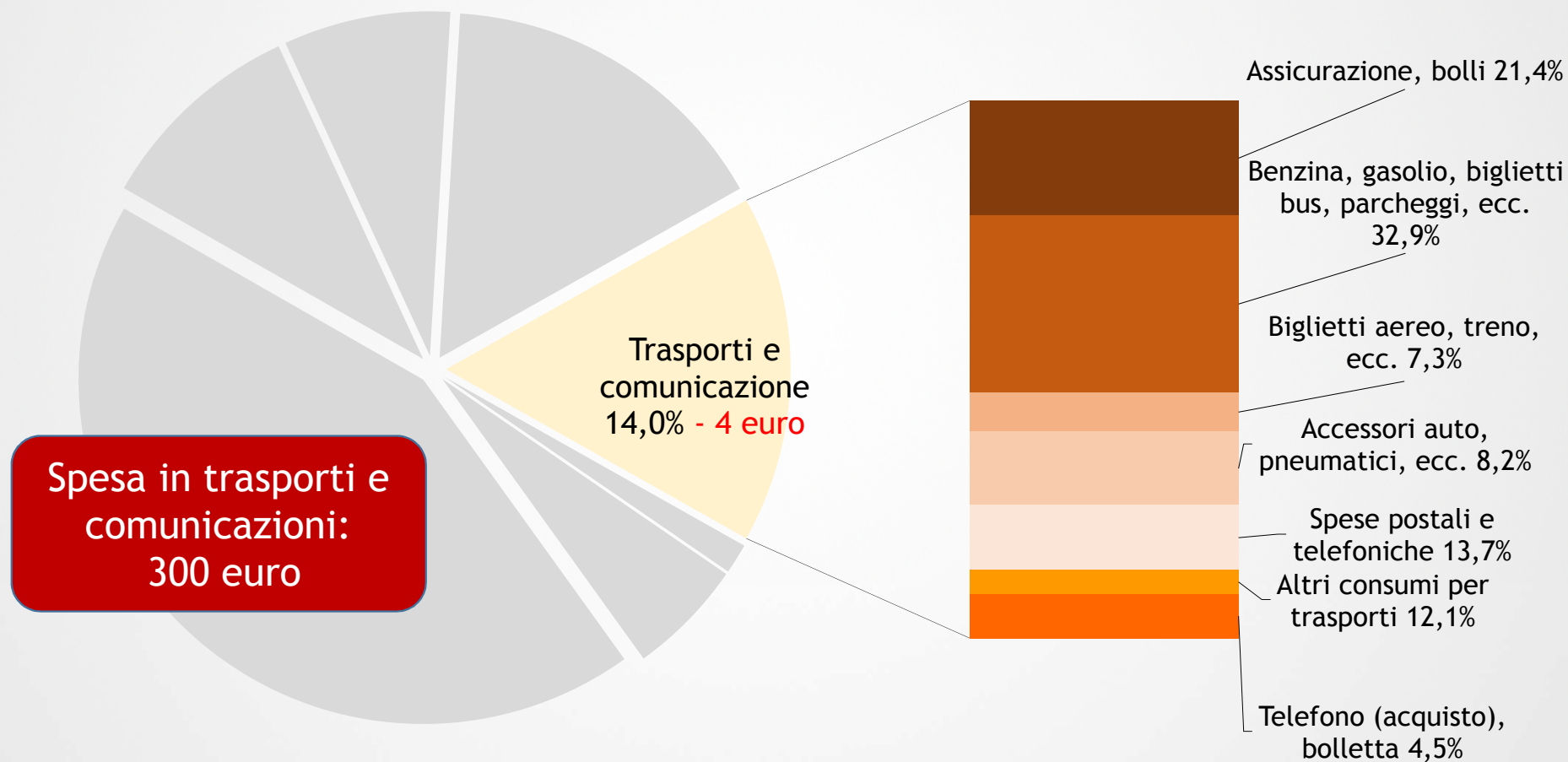


Le spese non alimentari: il welfare

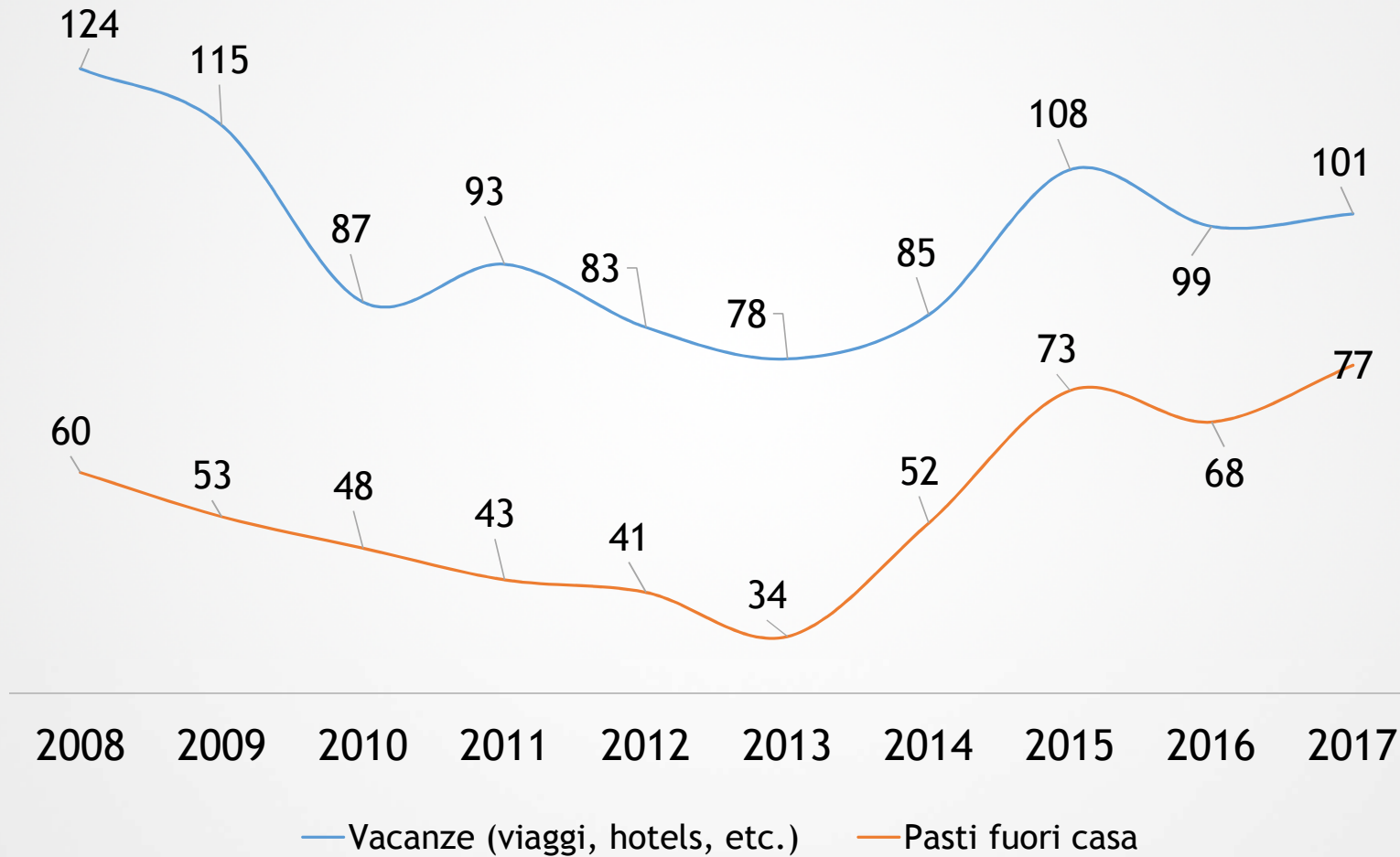
principali capitoli di spesa- quote% e differenza euro 2017-2016



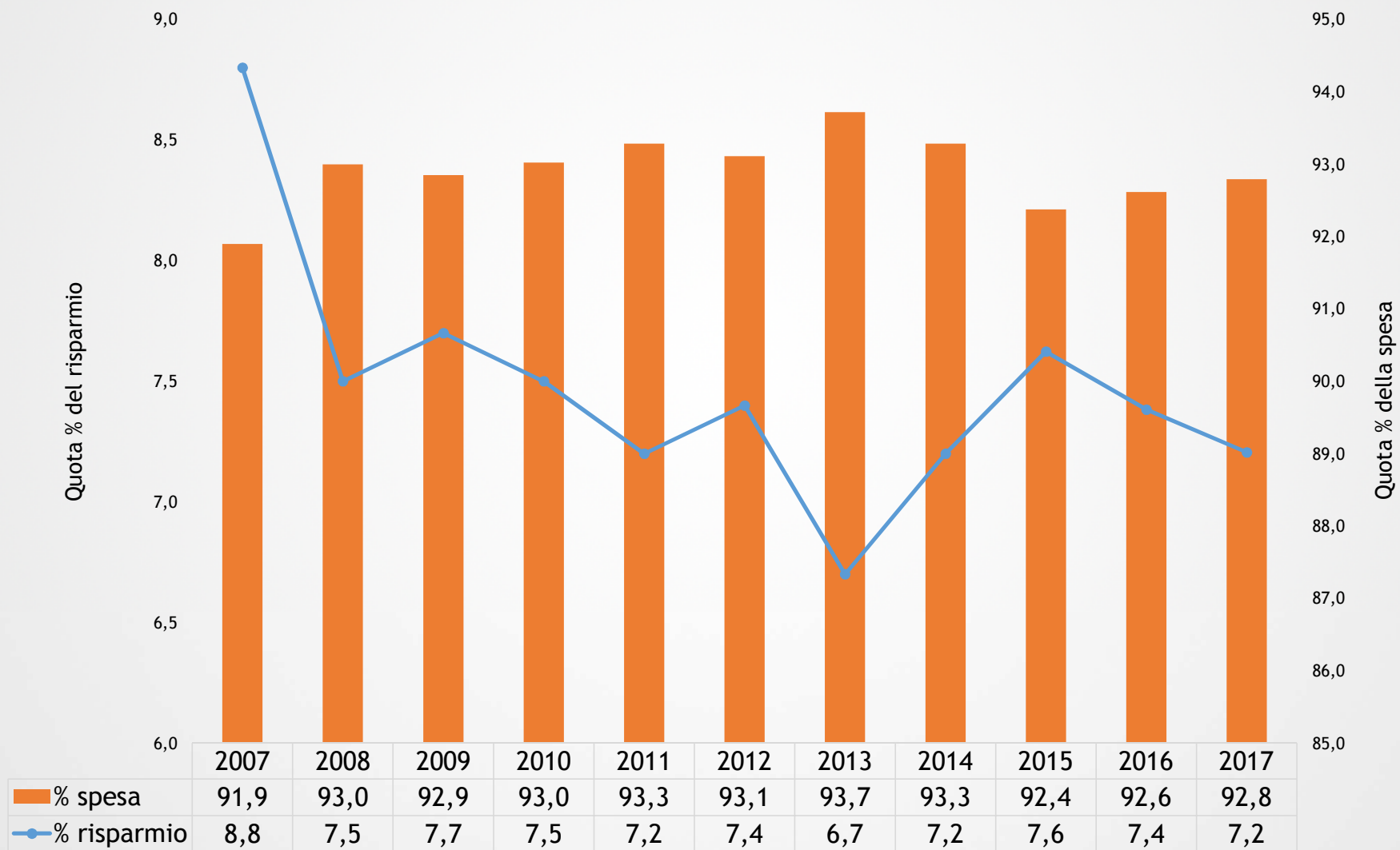
Le spese non alimentari: trasporti e comunicazioni principali capitoli di spesa- quote % e differenza euro 2017-2016



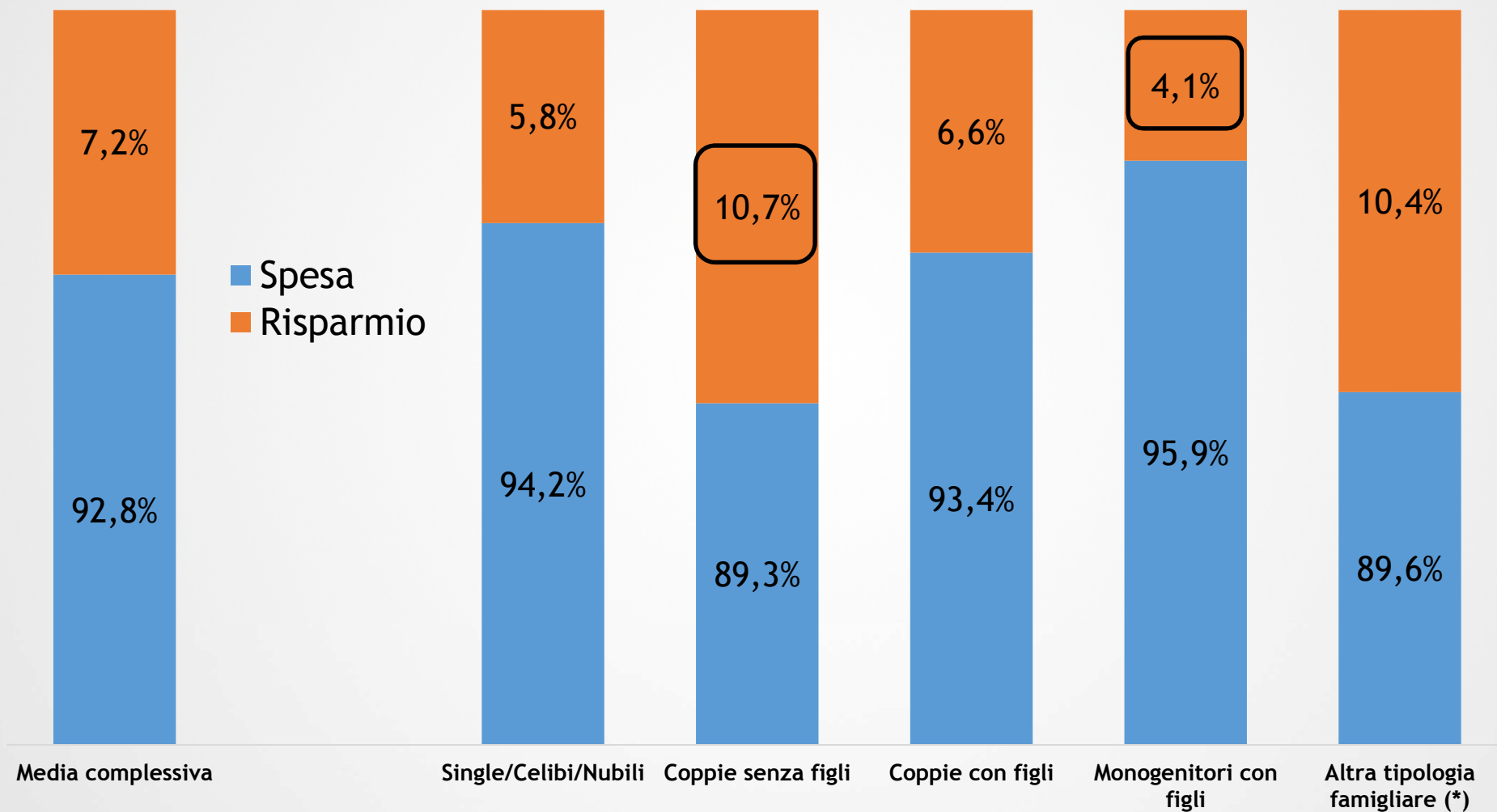
Le spese non alimentari- il tempo libero



Il risparmio nelle famiglie torinesi trend 2007-2017



Risparmio e spese per tipologia di famiglia

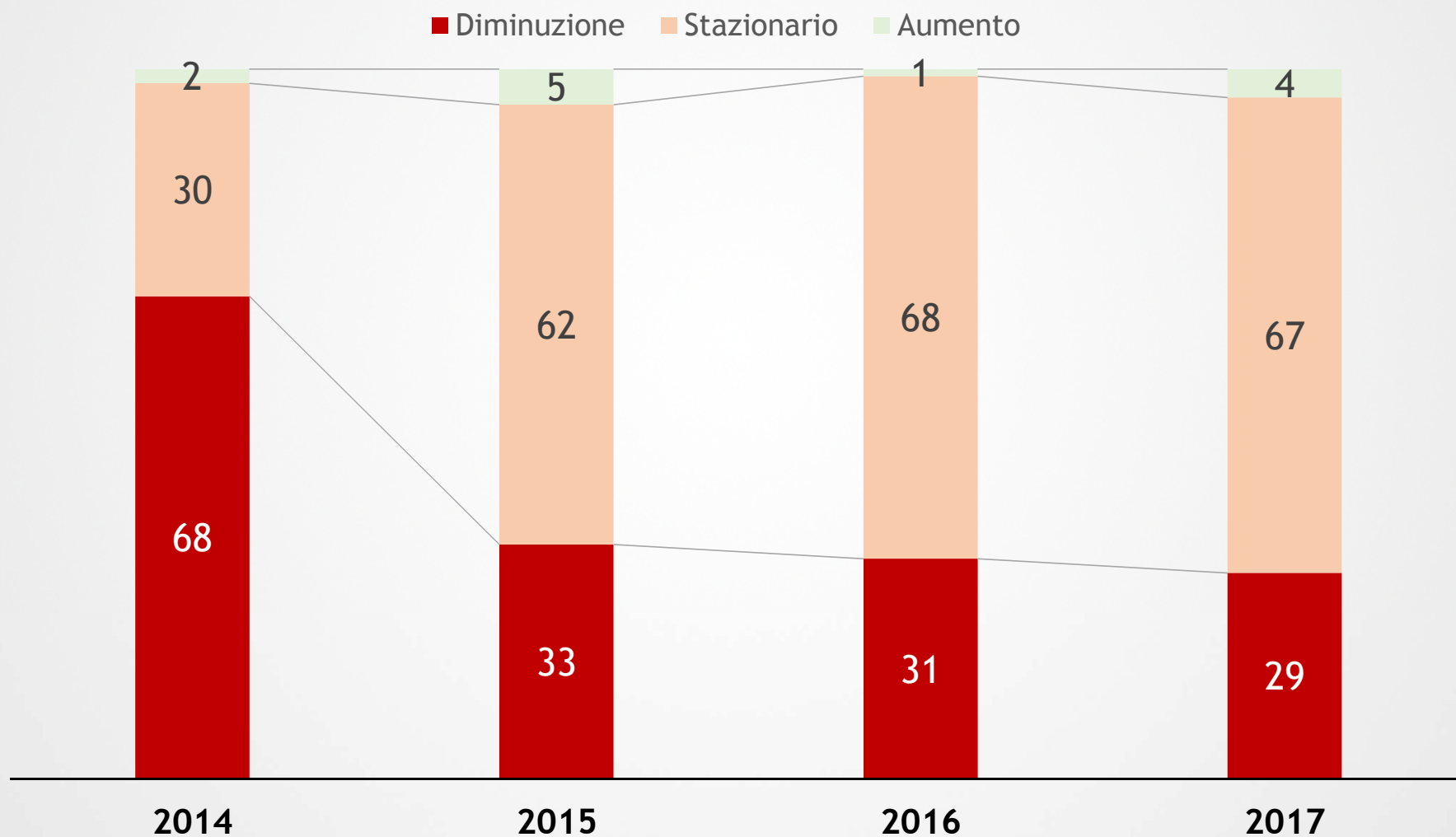


(*) nelle altre tipologie familiari rientrano 14 famiglie estremamente eterogenee per composizione, numerosità e caratteristiche occupazionali dei singoli membri familiari

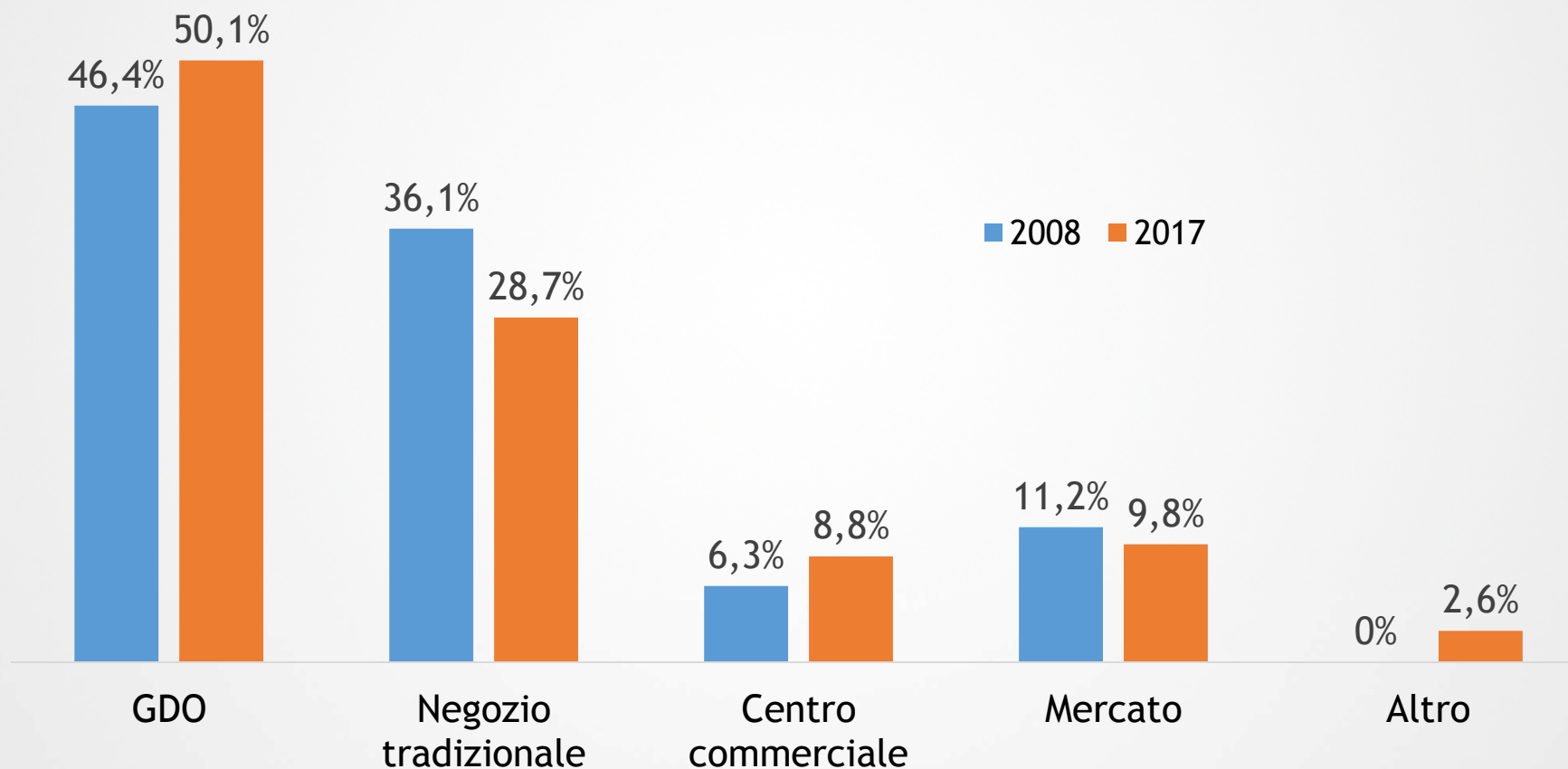


Famiglie e possibilità economica

trend di breve periodo



Le preferenze sui luoghi di acquisto (2008 -2017 a confronto)



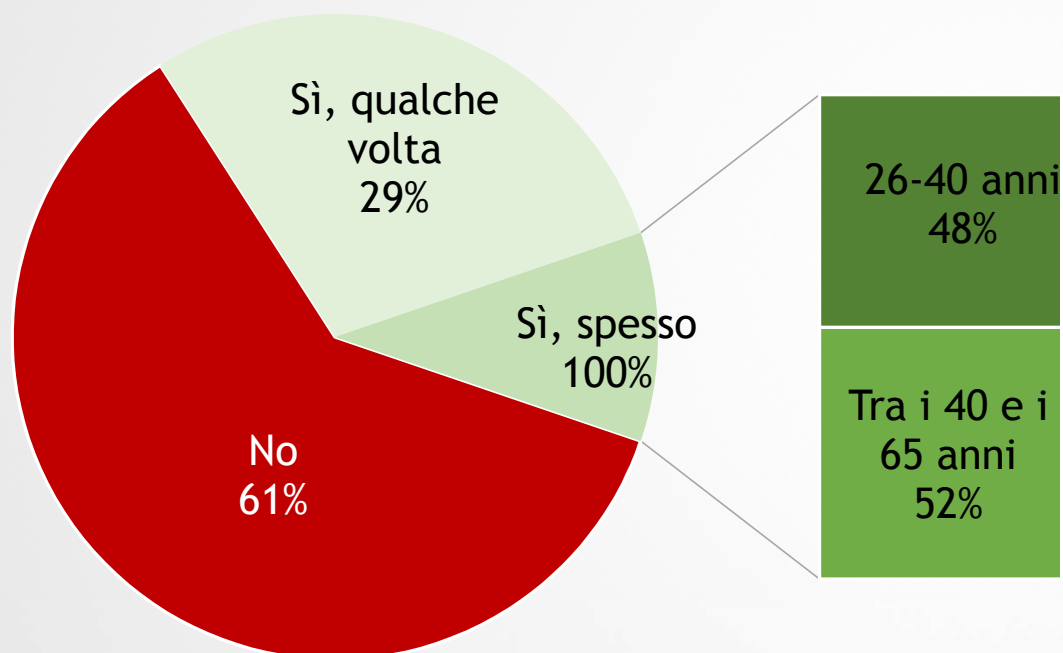
Merci e principali luoghi di acquisto

	2008	2017
Pane e cereali	<ul style="list-style-type: none">• Negozio tradizionale (73%)• Supermercati (13%)	<ul style="list-style-type: none">• Negozi tradizionali (40%)• Supermercati (44%)
Frutta e verdura	<ul style="list-style-type: none">• Mercato (58%)• Supermercati (18%)	<ul style="list-style-type: none">• Mercato (43%)• Supermercati (43%)
Carni e salumi	<ul style="list-style-type: none">• Negozio tradizionale (46%)• Supermercato (25%)	<ul style="list-style-type: none">• Negozio tradizionale (27%)• Supermercati (53%)
Abbigliamento	<ul style="list-style-type: none">• Negozio tradizionale (58%)• Mercato (20%)	<ul style="list-style-type: none">• Negozio tradizionale (46%)• Mercato (24%)
Elettrodomestici	<ul style="list-style-type: none">• Negozio tradizionale (55%)• Centro commerciale (21%)	<ul style="list-style-type: none">• Negozio tradizionale (48%)• Centro commerciale (37%)



E-commerce

% di famiglie
che acquistano online ed età del
capofamiglia



Il 39% delle famiglie acquista online almeno una volta al mese e gli acquisti ad alta frequenza tra i consumatori tra i 40 e i 65 anni sono in aumento



I prodotti più acquistati: abbigliamento, giochi, giocattoli e videogiochi, servizi (viaggi e vacanze, attività ricreative)



Vantaggi economici, praticità e risparmio di tempo



Il 30% delle famiglie utilizza coupon sui siti di social shopping (era il 27% nel 2016)



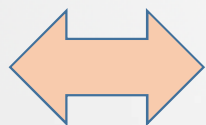
Altri comportamenti di consumo



Il 49% delle famiglie ha acquistato articoli di seconda mano



Il 5,9% delle famiglie ha acquistato presso Gruppi di acquisto collettivi o sociali

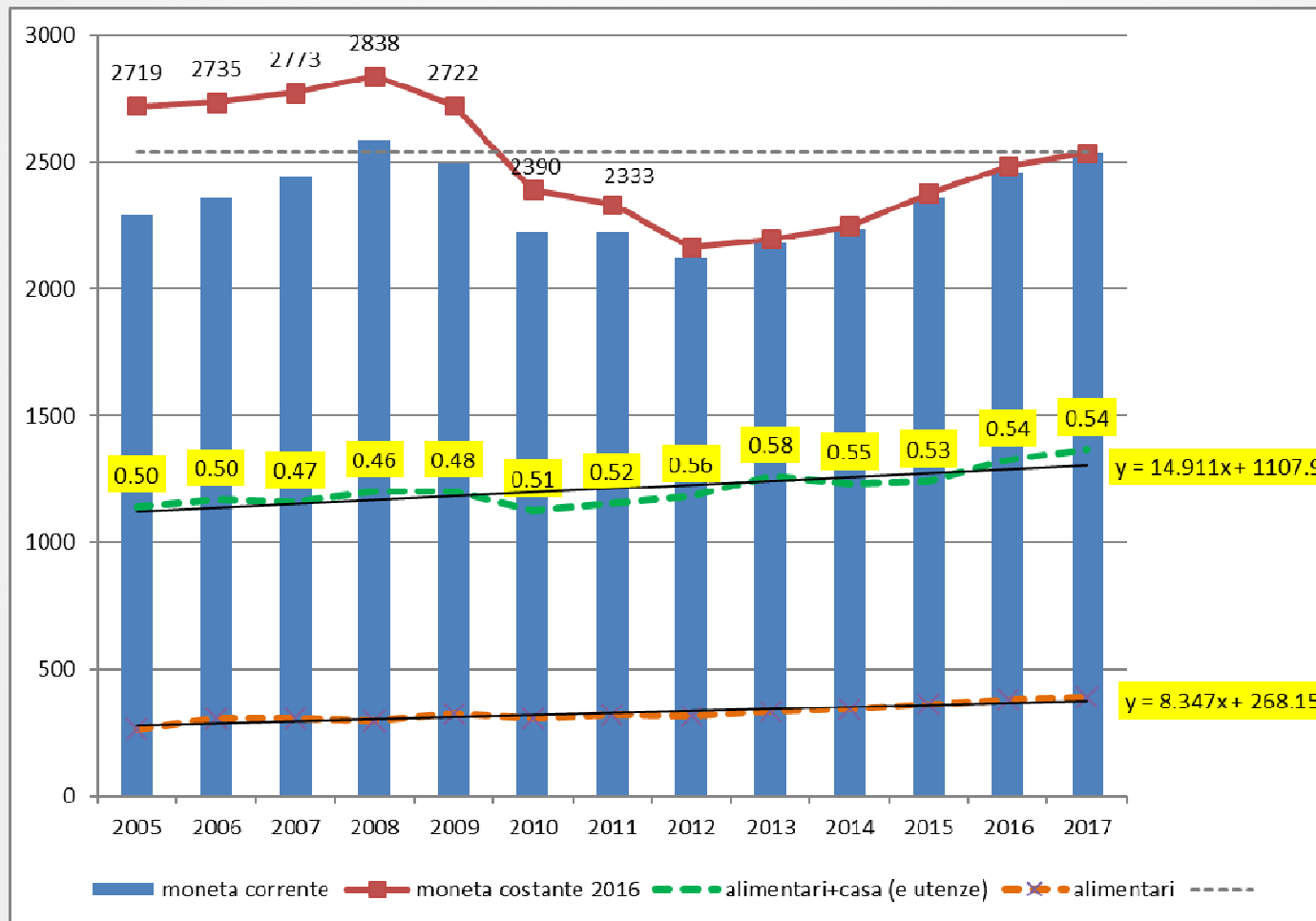


Il 74,5% delle famiglie acquista saltuariamente prodotti biologici



Spesa a moneta corrente e costante

Incidenza dei consumi primari



Differenziali di spesa tra categorie di famiglie

