

# LE SPESE DELLE FAMIGLIE TORINESI

Edizione 2018



## CARATTERISTICHE DELL'INDAGINE



- Indagate **240 famiglie** residenti a Torino città in 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 2018

# LA CONDIZIONE ECONOMICA FAMILIARE

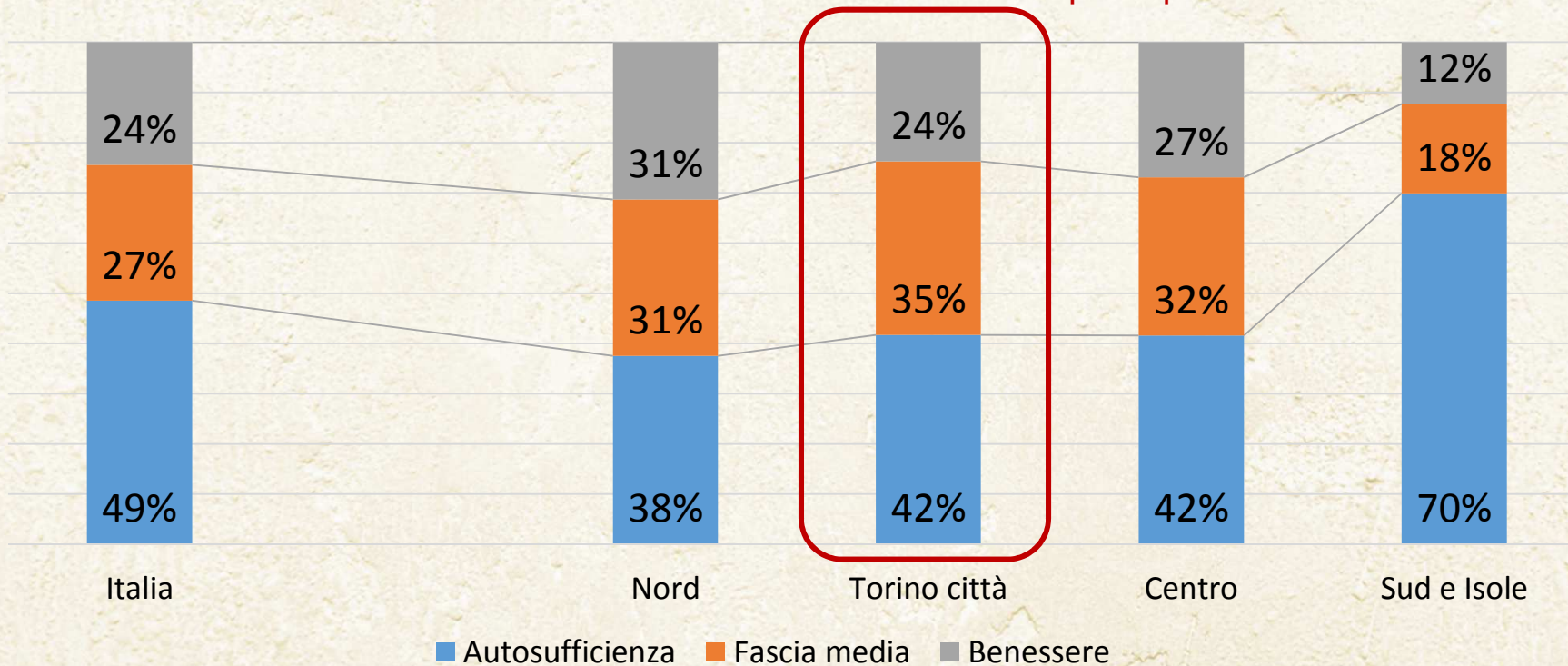
## Una nuova classificazione



Per ogni nucleo familiare si sono analizzate:

- l'età anagrafica di ogni singolo componente
- la spesa media annua complessiva ed il risparmio annuo sul reddito
- il patrimonio immobiliare (possesso di prima, seconda casa e garage)

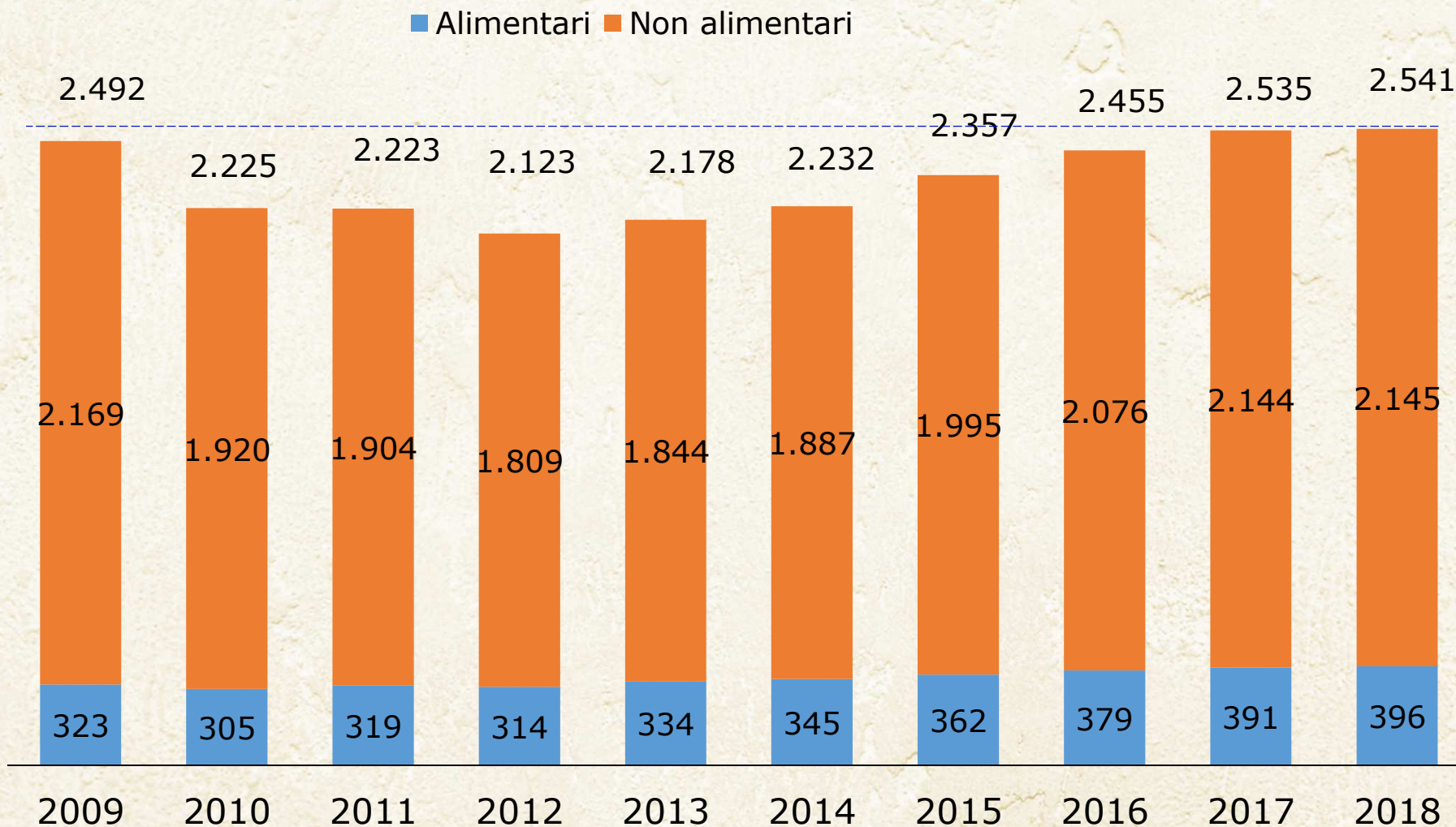
Confronto con le principali Macro Aree italiane



(\*) I dati per le aree geografiche sono stati estratti dal rapporto sul bilancio di welfare delle famiglie italiane. Ed. 2019

# SPESE FAMILIARI NEL COMPLESSO

Trend 2009-2018

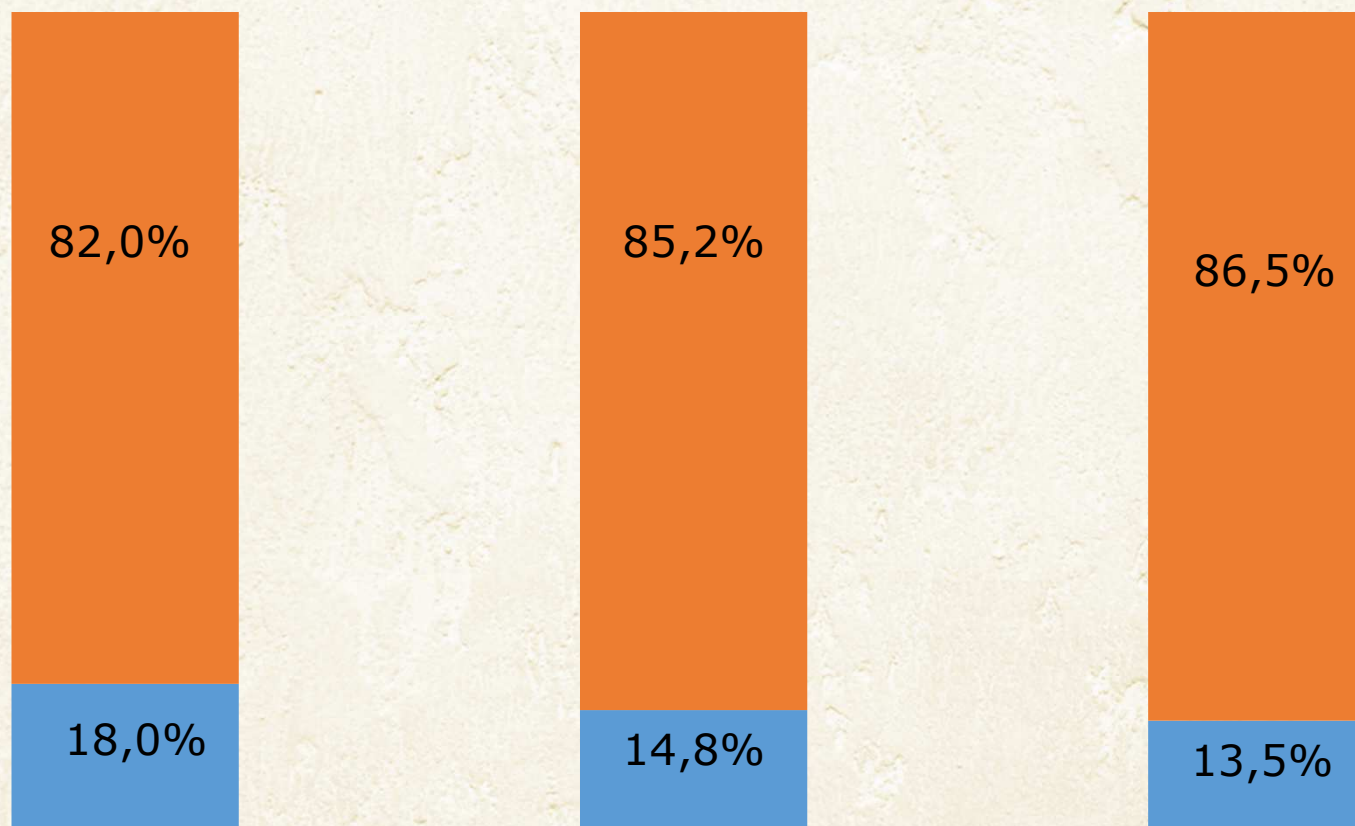


# SPESE ALIMENTARI E NON ALIMENTARI

Anno 2018



RIPARTIZIONE % DELLA SPESA MEDIA MENSILE PER CONDIZIONE ECONOMICA



**Autosufficienza**

**Fascia media**

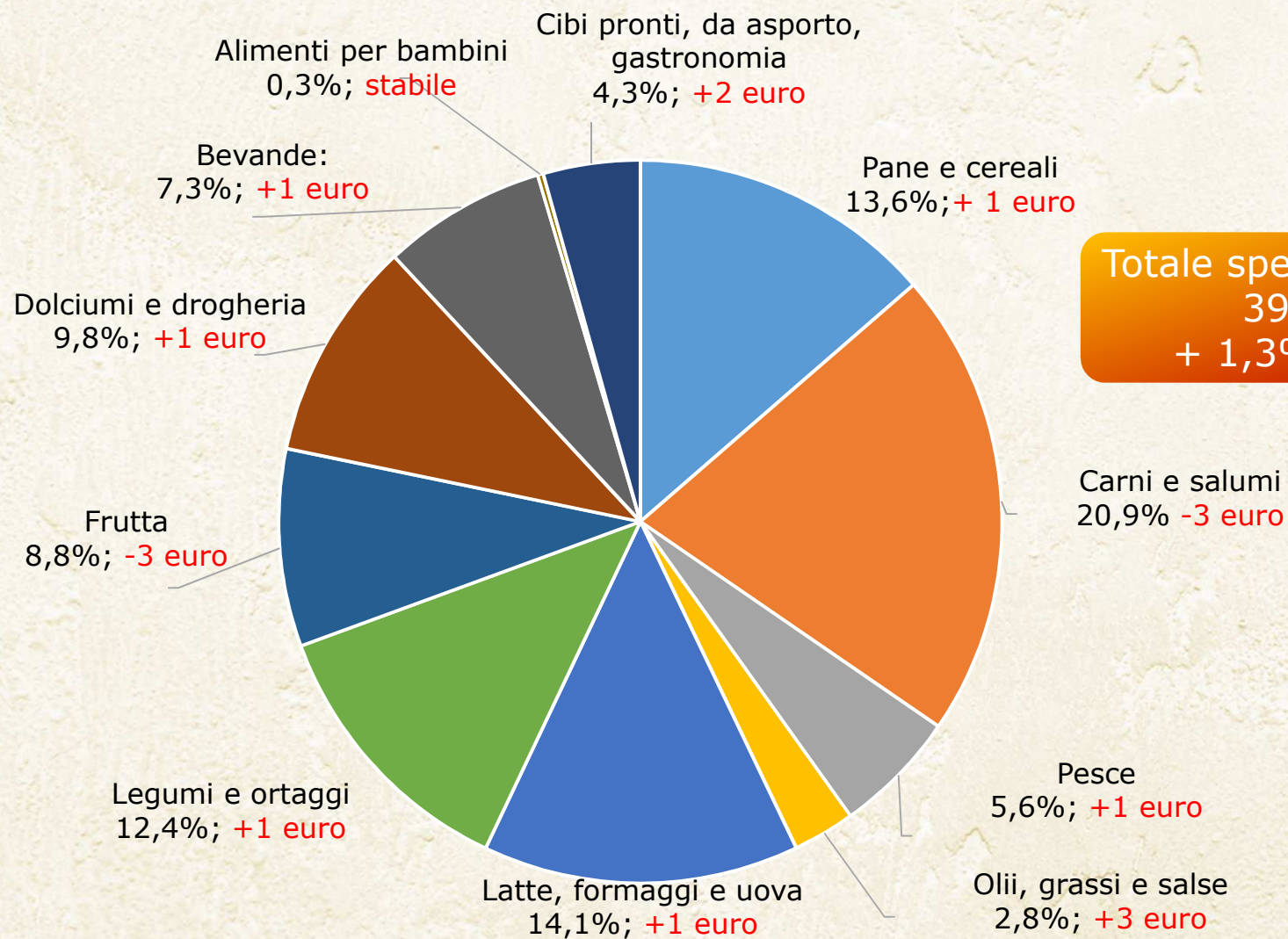
**Benessere**

■ alimentari ■ non alimentari

## SPESE ALIMENTARI



### PRINCIPALI CAPITOLI DI SPESA-QUOTE % E DIFFERENZA EURO 2018-2017



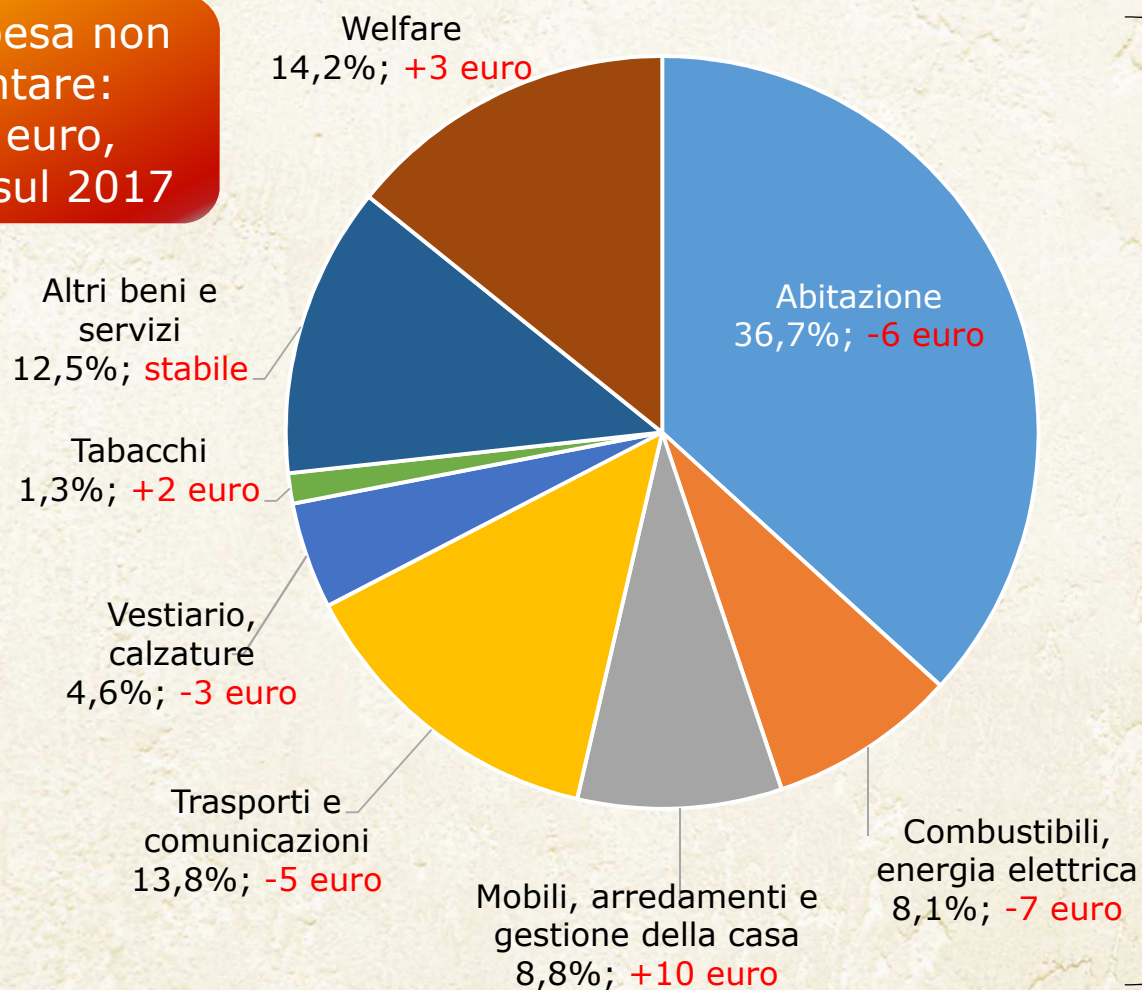
Totale spesa alimentare:  
396 euro,  
+ 1,3% sul 2017

## SPESE NON ALIMENTARI



PRINCIPALI CAPITOLI DI SPESA-QUOTE % E DIFFERENZA EURO 2018-2017

Totale spesa non alimentare:  
2.145 euro,  
+ 0,1% sul 2017



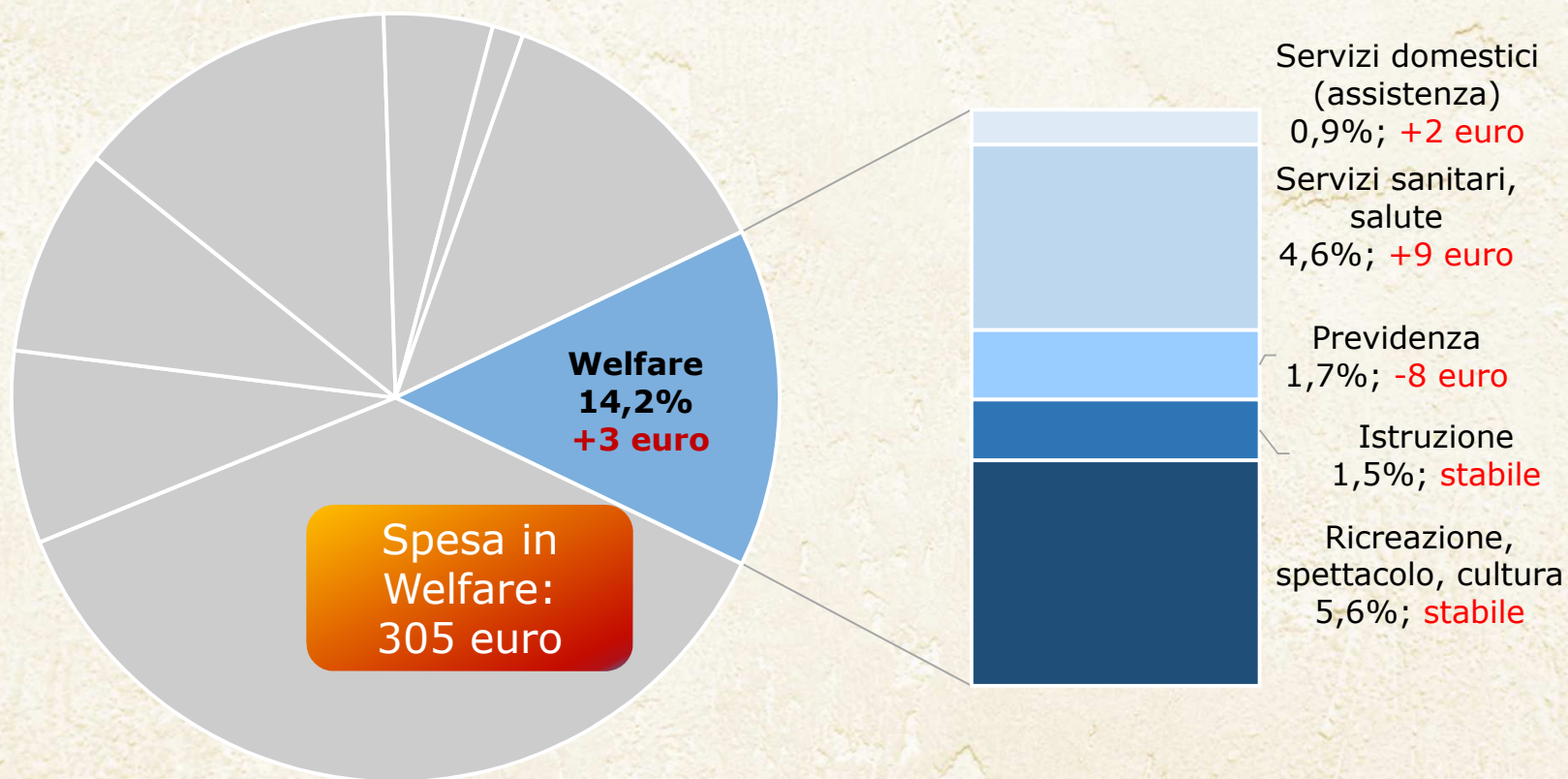
Le spese per la casa  
rappresentano il  
53,6%

## SPESE NON ALIMENTARI

### Welfare



PRINCIPALI CAPITOLI DI SPESA-QUOTE % E DIFFERENZA EURO 2018-2017



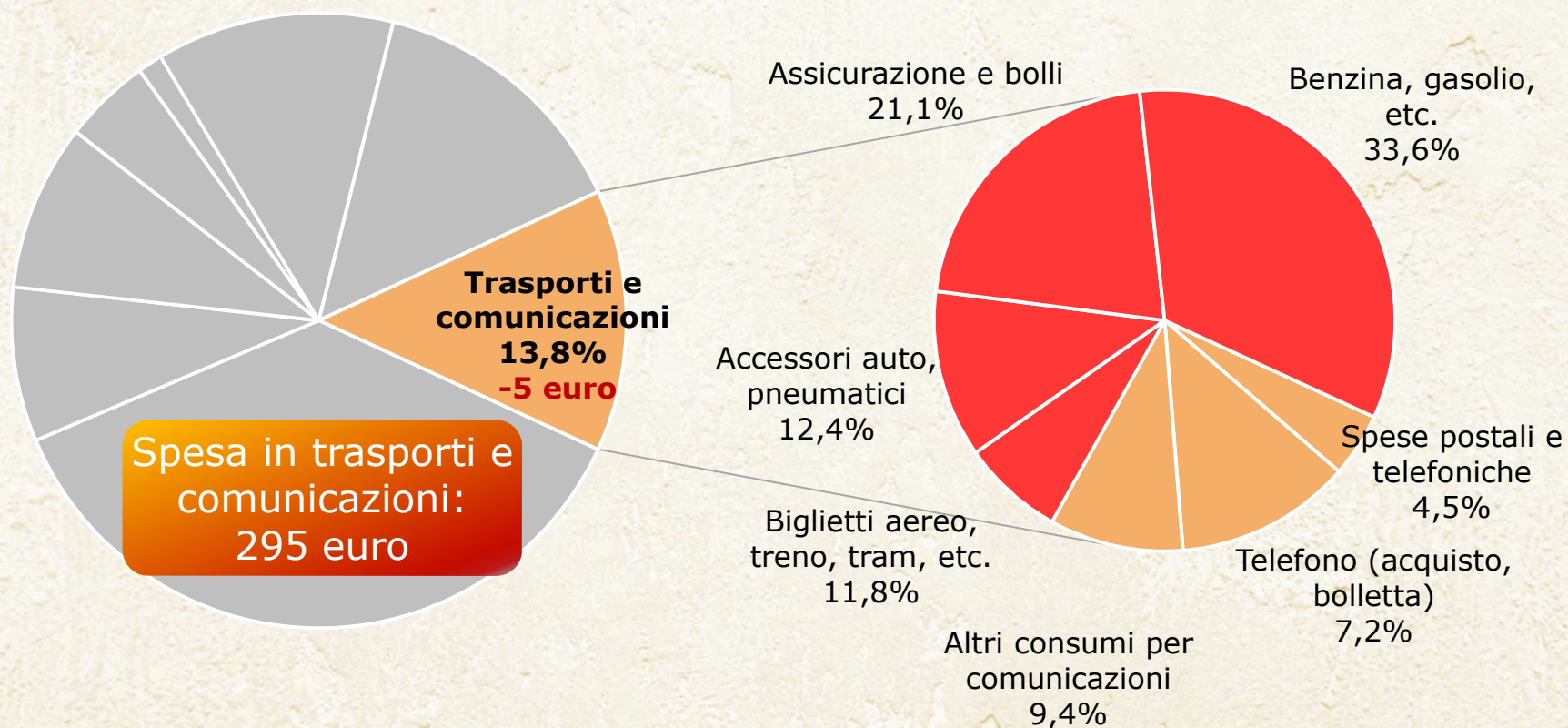


## SPESE NON ALIMENTARI

### Trasporti e Comunicazioni



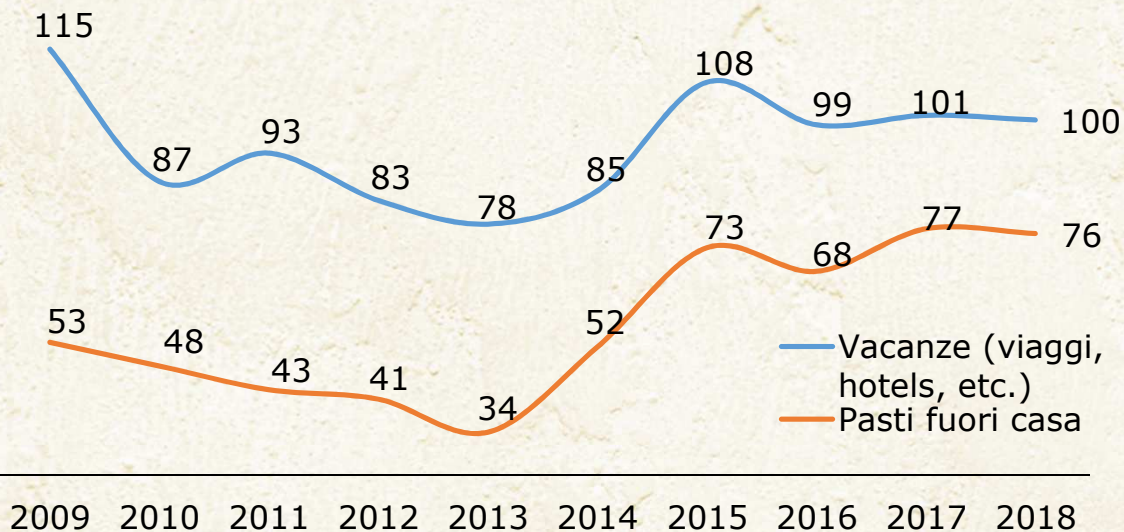
PRINCIPALI CAPITOLI DI SPESA-VALORI % SULLA CATEGORIA. ANNO 2018



# SPESE NON ALIMENTARI

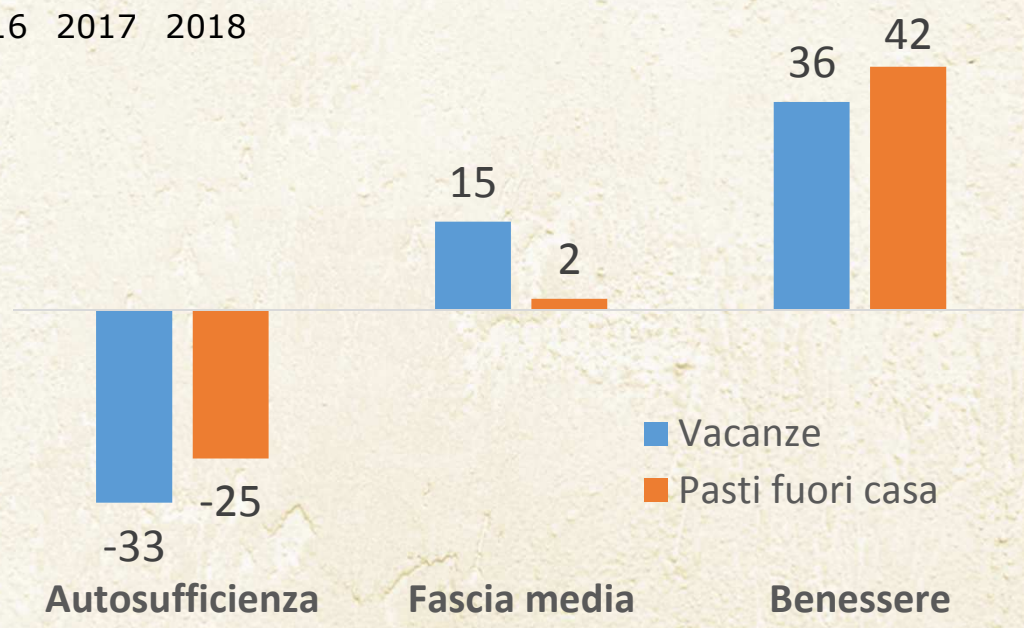


## Il tempo libero



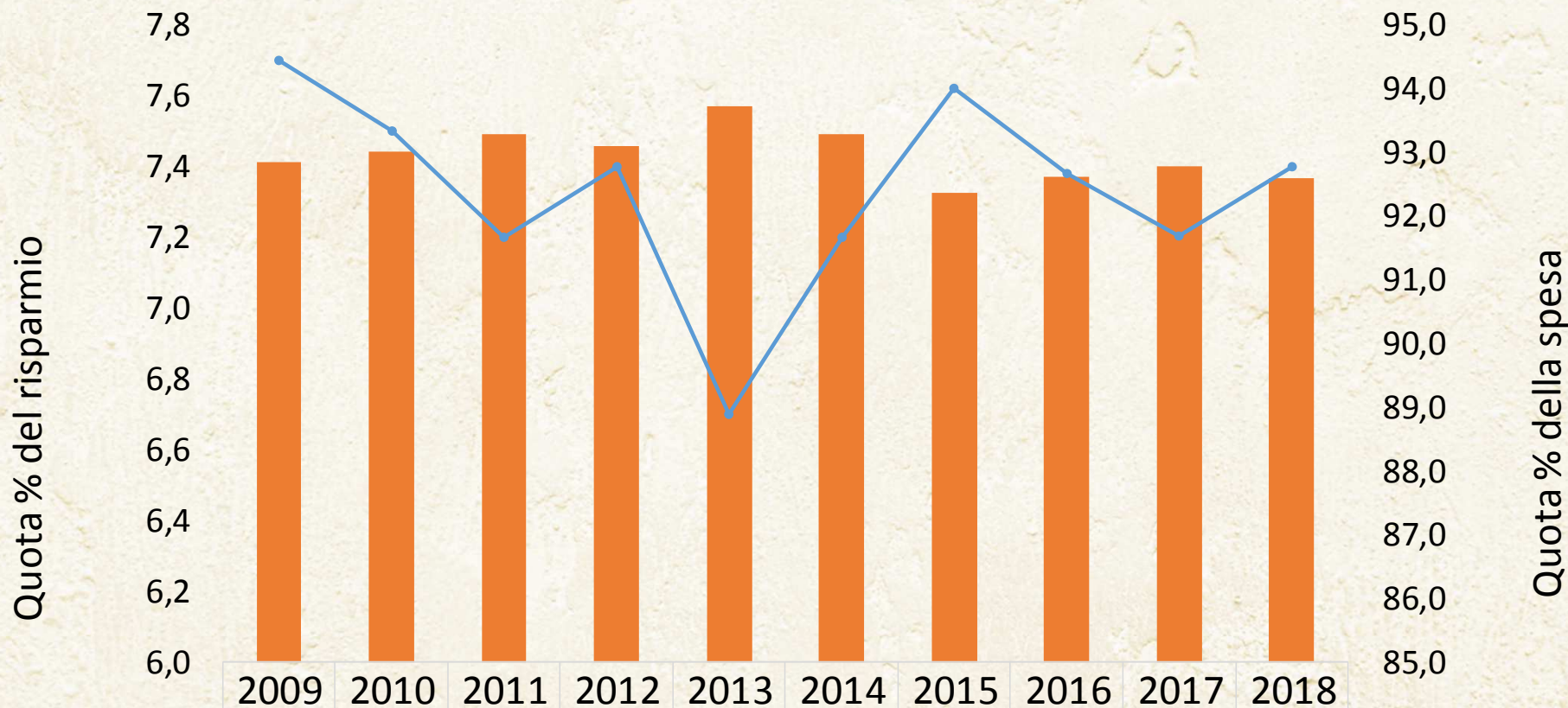
TREND IN EURO SPESE IN PASTI FUORI CASA E VACANZE



CONDIZIONE ECONOMICA E DIFFERENZA IN EURO PER SPESE IN PASTI FUORI CASA E VACANZE. ANNO 2018



# IL RISPARMIO NELLE FAMIGLIE TORINESI

Trend 2009-2018



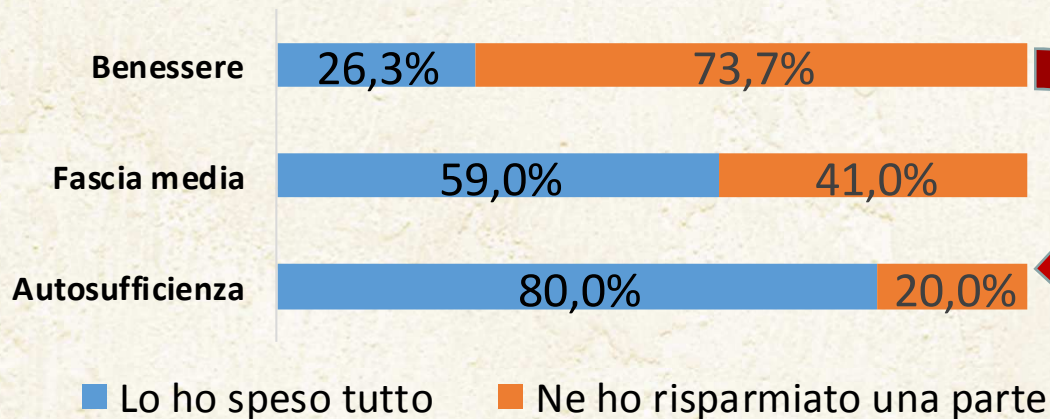
 % spesa	92,9	93,0	93,3	93,1	93,7	93,3	92,4	92,6	92,8	92,6
 % risparmio	7,7	7,5	7,2	7,4	6,7	7,2	7,6	7,4	7,2	7,4

# RISPARMIO E CONDIZIONE ECONOMICA DELLE FAMIGLIE

Anno 2018

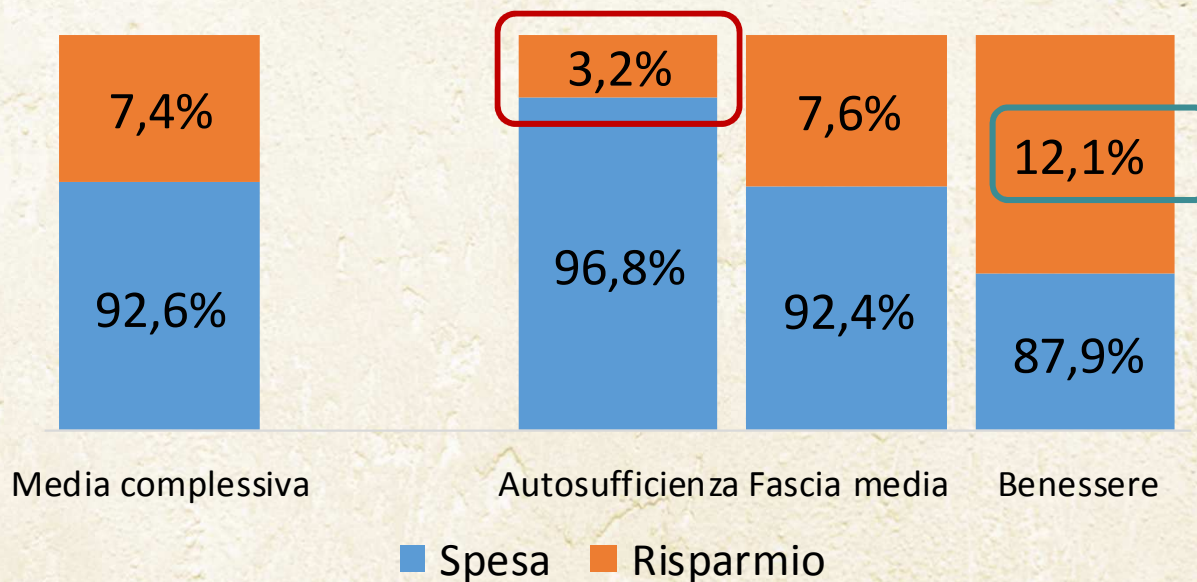


HA RISPARMIATO PARTE DEL REDDITO FAMILIARE NEL 2018?



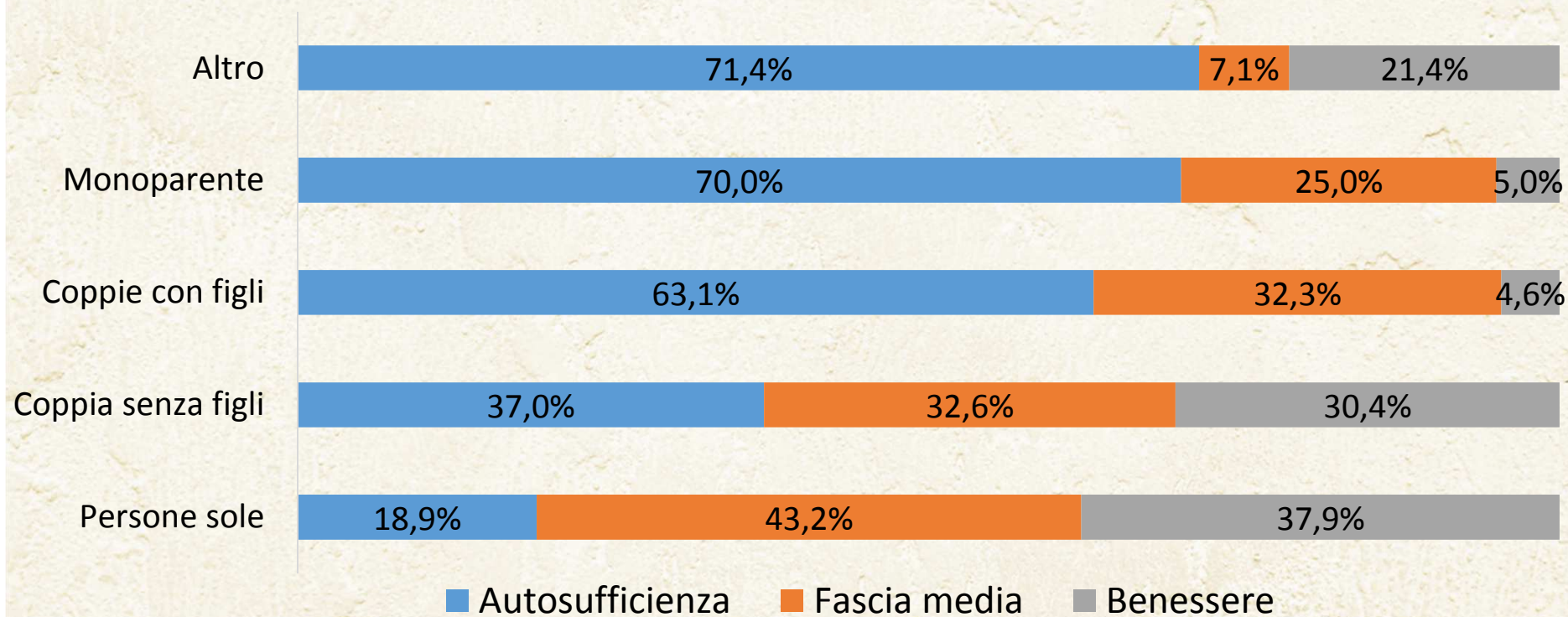
Gap famiglie con risparmio  
Benessere vs Autosufficienza  
+54%

QUOTA % SPESA E RISPARMIO



# TIPOLOGIA DI FAMIGLIA E CONDIZIONE ECONOMICA

Anno 2018



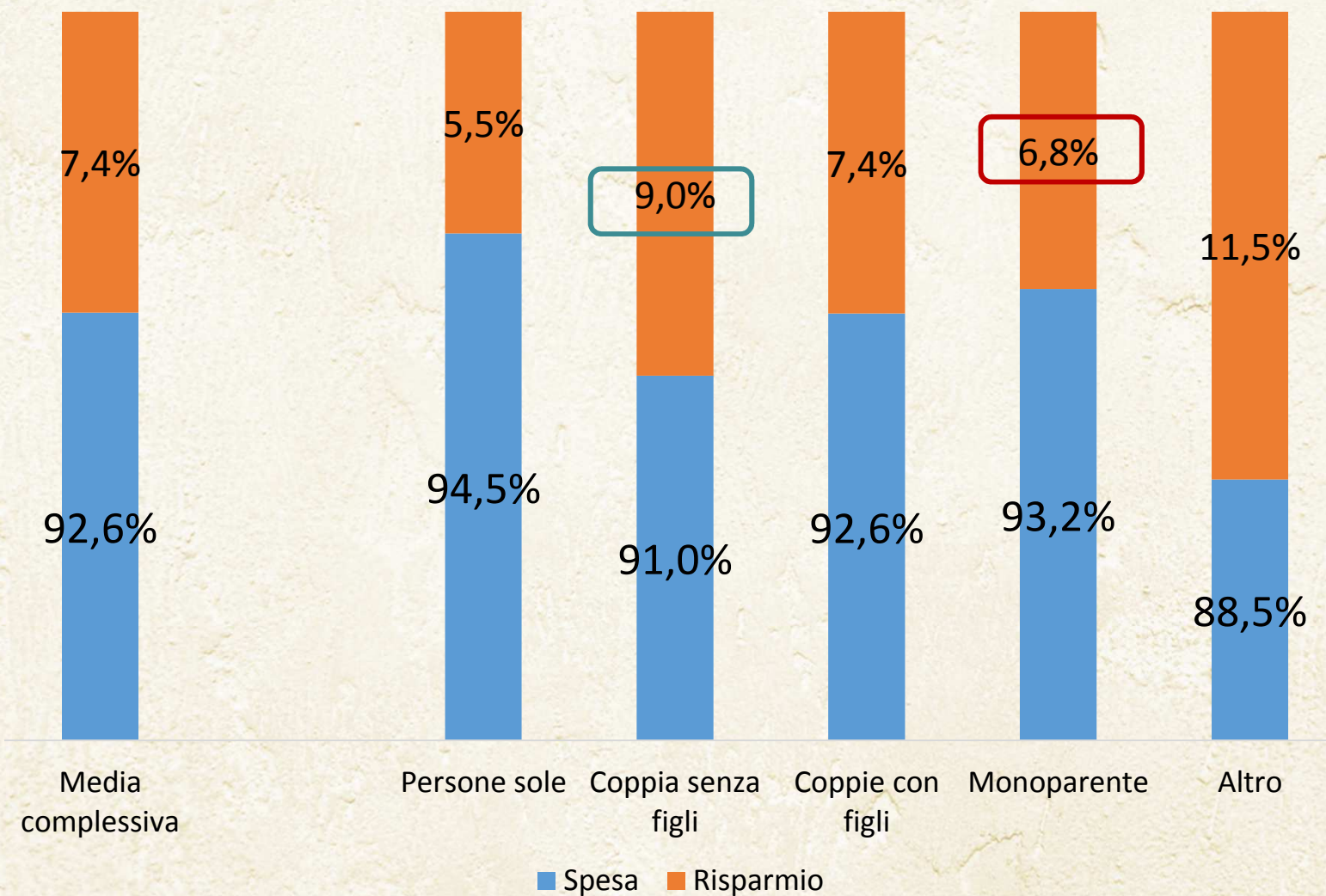
(\*) nelle altre tipologie famigliari rientrano 14 famiglie estremamente eterogenee per composizione, numerosità e caratteristiche occupazionali dei singoli membri famigliari

# RISPARMIO E TIPOLOGIA DI FAMIGLIA

Anno 2018



QUOTA % SPESA E RISPARMIO

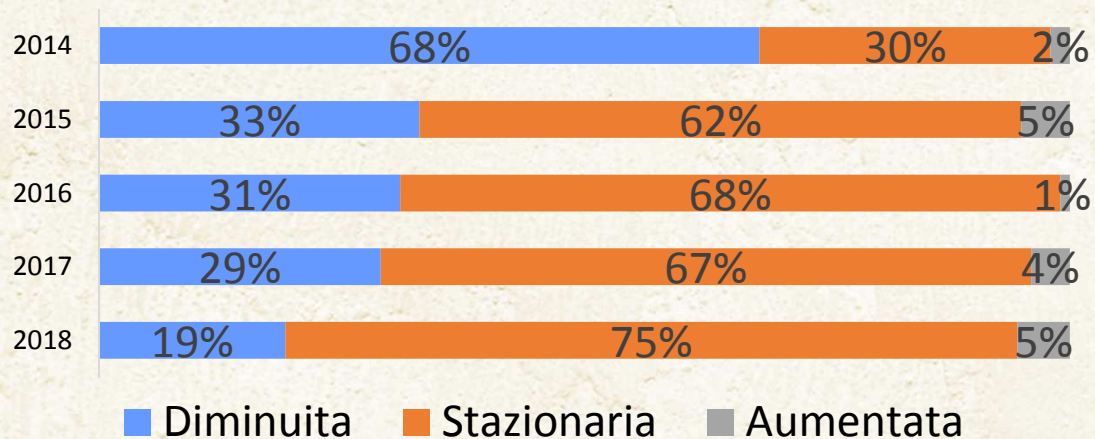


# FAMIGLIE E POSSIBILITÀ ECONOMICA

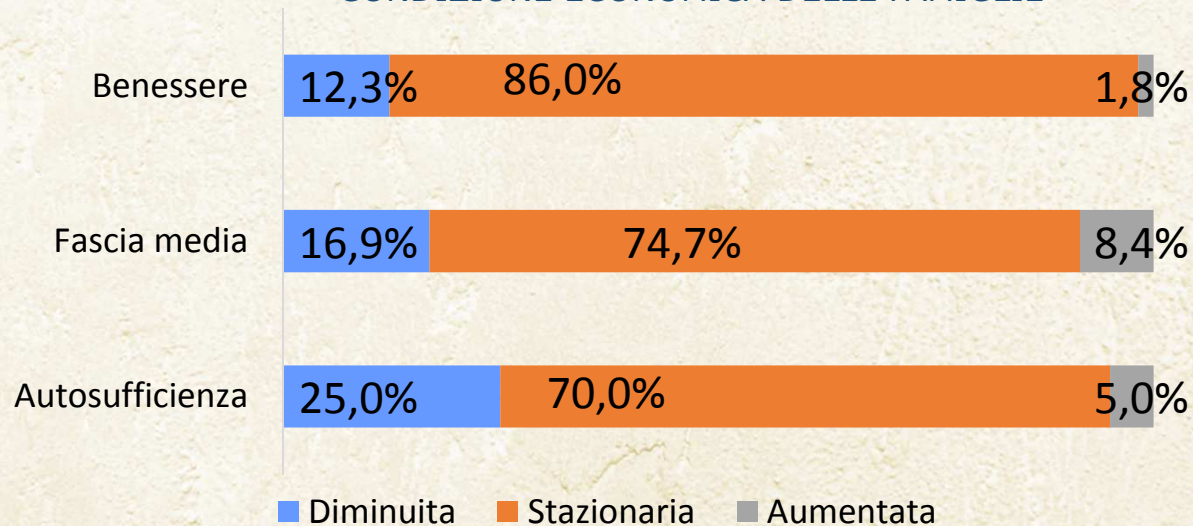


## LA POSSIBILITÀ ECONOMICA DELLE FAMIGLIE TORINESI.

ANNI 2018 - 2014

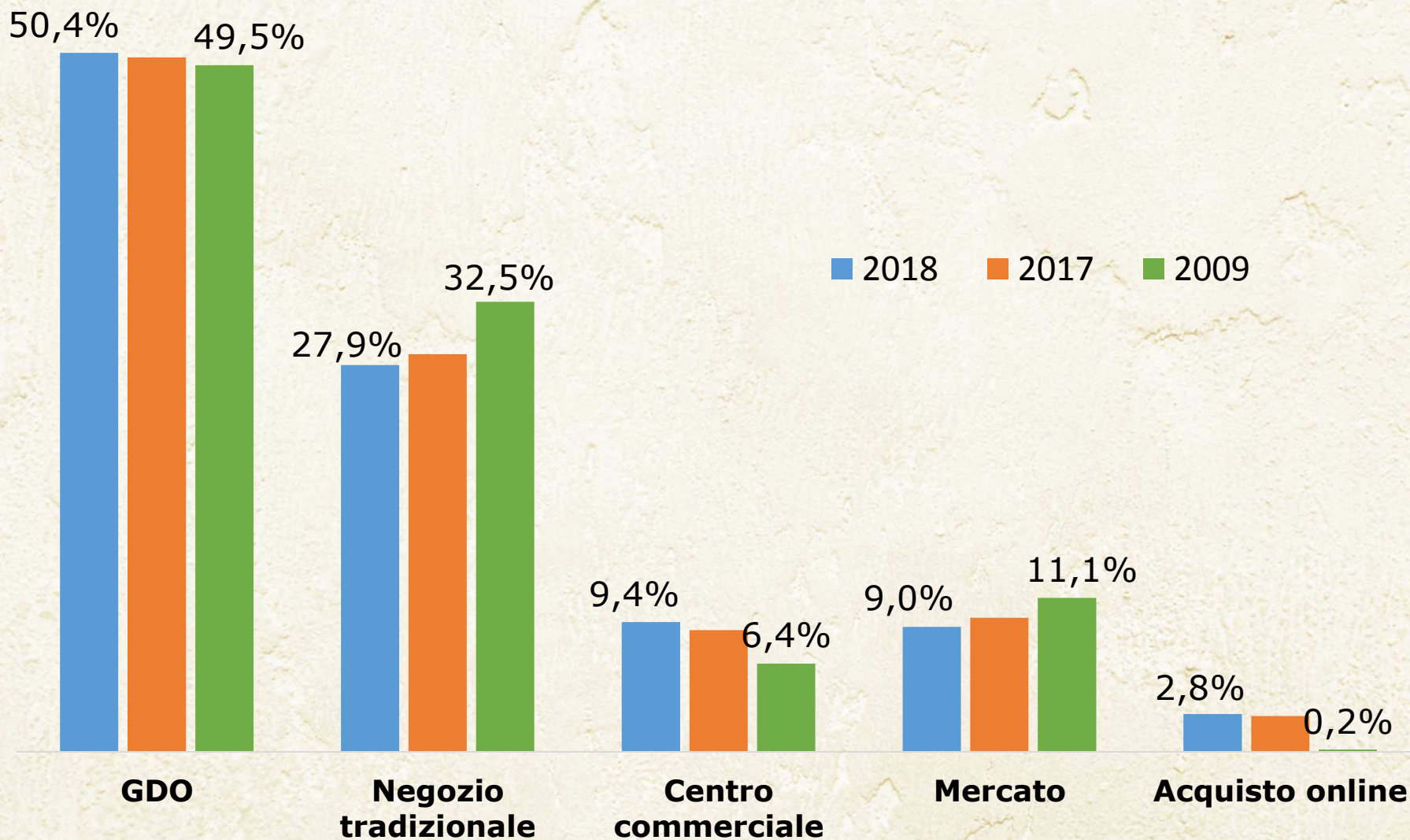


## POSSIBILITÀ ECONOMICA RISPETTO AL 2017 PER CONDIZIONE ECONOMICA DELLE FAMIGLIE



# PREFERENZE SUI LUOGHI DI ACQUISTO

Confronto 2018-2017-2009





## MERCI E PRINCIPALI LUOGHI DI ACQUISTO

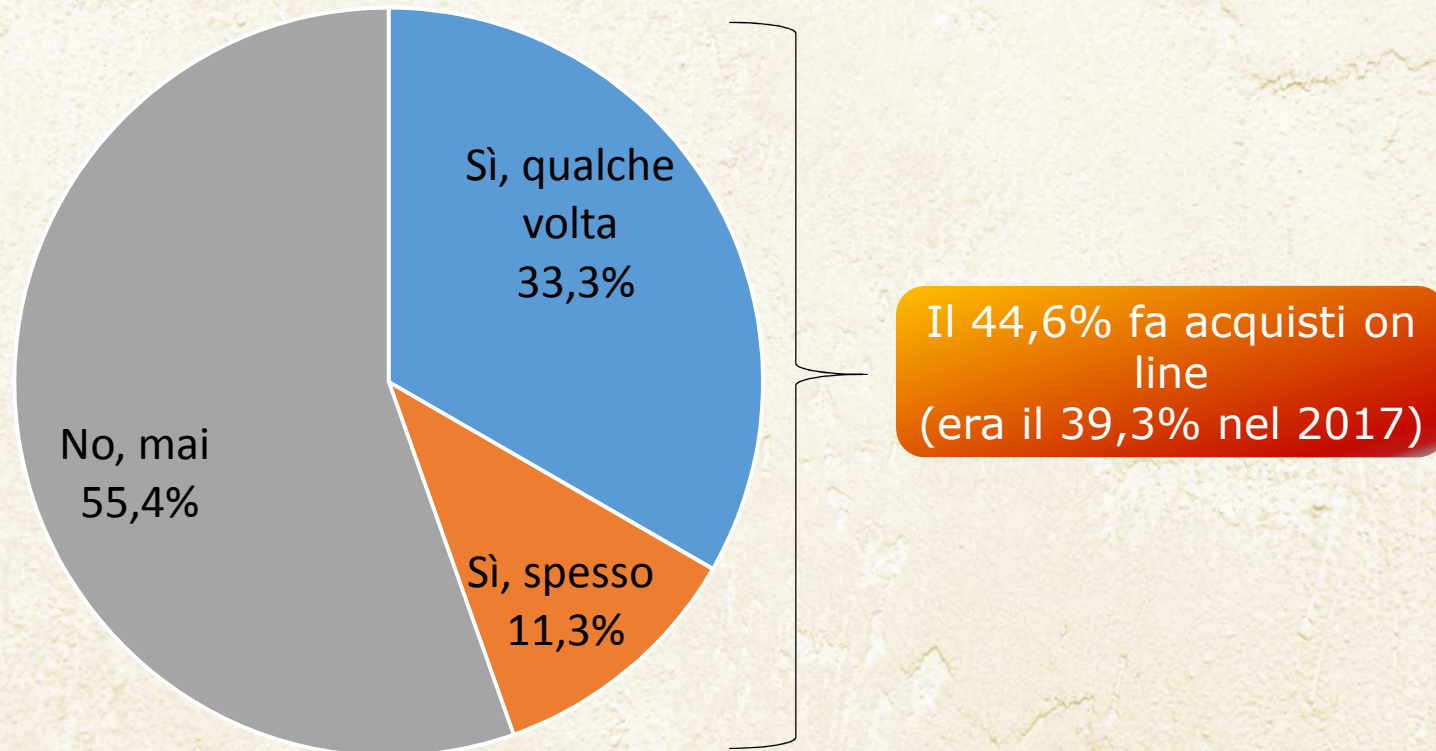


	2018	2009
<b>Pane e cereali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negozio tradizionale (37%)</li> <li>• Supermercati (48%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negozi tradizionali (73%)</li> <li>• Supermercati (15%)</li> </ul>
<b>Frutta e verdura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercato (39%)</li> <li>• Supermercati (45%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercato (56%)</li> <li>• Supermercati (27%)</li> </ul>
<b>Carni e salumi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negozio tradizionale (26%)</li> <li>• Supermercato (51%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negozio tradizionale (45%)</li> <li>• Supermercati (34%)</li> </ul>
<b>Pesce</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercato (19%)</li> <li>• Supermercati (62%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercato (29%)</li> <li>• Supermercati (46%)</li> </ul>
<b>Abbigliamento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negozio tradizionale (48%)</li> <li>• Mercato (22%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negozio tradizionale (62%)</li> <li>• Mercato (18%)</li> </ul>
<b>Elettrodomestici</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negozio tradizionale (46%)</li> <li>• Centro commerciale (40%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negozio tradizionale (48%)</li> <li>• Centro commerciale (29%)</li> </ul>

## E-COMMERCE



- PREVALENTEMENTE COPPIE CON FIGLI E PERSONE SOLE
- I PRODOTTI PIÙ ACQUISTATI:
  - 1) ABBIGLIAMENTO
  - 2) GIOCHI, GIOCATTOLI
- IL 30,4% DELLE FAMIGLIE UTILIZZA COUPON SUI SITI DI SOCIAL SHOPPING (era il 30% nel 2017, il 27% nel 2016)



## ALTRE ABITUDINI DI CONSUMO



IL 51% DELLE FAMIGLIE HA ACQUISTATO ARTICOLI DI SECONDA MANO



IL 5,4% DELLE FAMIGLIE HA ACQUISTATO PRESSO GRUPPI DI ACQUISTO COLLETTIVI O SOCIALI



IL 75,8% DELLE FAMIGLIE ACQUISTA PRODOTTI BIOLOGICI



IL 55,8% DELLE FAMIGLIE ACQUISTA A RATE

