



CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
DI TORINO

**ISSN 2283-917**

# OSSERVATORIO SULLE SPESE DELLE FAMIGLIE TORINESI ANNO 2018

Pubblicazione annuale

Torino, luglio 2019

Editore: Camera di commercio di Torino

Camera di commercio industria artigianato agricoltura di Torino

Tutti i diritti riservati. Vietata la riproduzione a terzi.

Coordinamento scientifico e metodologico: Pierfrancesca Giardina – Settore Studi, statistica e orientamento al lavoro e alle professioni – Camera di commercio di Torino

Redazione del rapporto: Alberta Coccimiglio, Pierfrancesca Giardina, Annunziata Scocozza  
Settore Studi, statistica e orientamento al lavoro e alle professioni, Camera di commercio di  
Torino; Sofia Perosin- tirocinante Settore Studi, statistica e orientamento al lavoro e alle  
professioni, Camera di commercio di Torino.

Allegato statistico: Sofia Perosin - tirocinante Settore Studi, statistica e orientamento al lavoro  
e alle professioni, Camera di commercio di Torino.

Attività di rilevazione: Emisphera s.a.s. - Torino

## L'indagine 2018

Giunto alla **22° edizione**, l'Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi ricalca l'analisi condotta dall'Istat sui livelli di consumo delle famiglie italiane e prende in considerazione i livelli di spesa mensili sostenuti da **240 nuclei famigliari** residenti a Torino città – o nella prima cintura torinese- rappresentativi dell'intera popolazione provinciale.

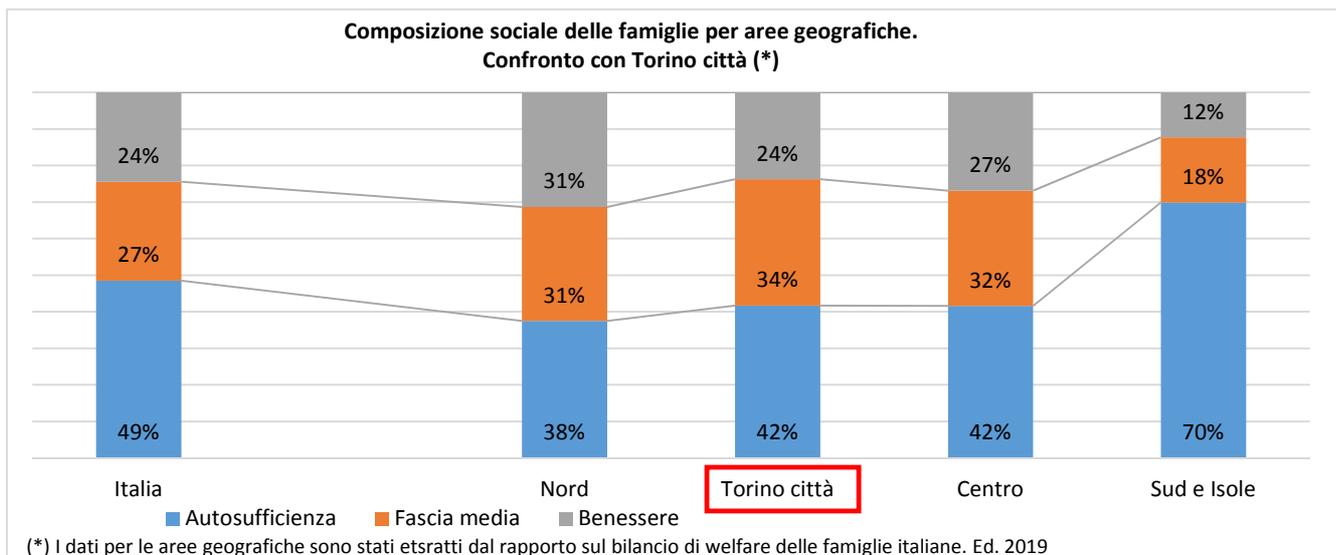
In continuità con le passate edizioni, alle famiglie intervistate sono stati somministrati due questionari: il primo volto a monitorare le spese famigliari ad alta frequenza di consumo (in particolare spese in generi alimentari); il secondo con l'obiettivo di registrare i consumi in categorie di spesa a più bassa frequenza di acquisto (p.e. spese non alimentari). Come per le annualità passate, in entrambi i questionari sono state approfondite anche alcune abitudini di acquisto e le preferenze manifestate nell'utilizzo di alcuni canali distributivi.

La metodologia adottata, ha consentito di calcolare la spesa media mensile della famiglia torinese ed ha permesso di incrociare questa informazione anche con le diverse tipologie di nuclei famigliari e con le caratteristiche socio demografiche degli intervistati.

Per analizzare ancora più dettagliatamente le spese sostenute dalle famiglie sotto la Mole quest'anno, per la prima volta, i 240 nuclei intervistati sono stati classificati in **tre livelli di condizione economica famigliare (autosufficienza, fascia media e benessere)**. La classificazione della condizione è stata realizzata prendendo in esame per ogni nucleo famigliare l'età anagrafica di ogni singolo componente, la spesa media annua complessiva, la quota di risparmio annuo sul reddito complessivo ed il patrimonio immobiliare (possessione di prima casa, seconda casa e garage)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> La classificazione della condizione economica famigliare in tre segmenti è stata realizzata incrociando la spesa annua complessiva per ogni nucleo famigliare, la quota di risparmio annuo sul reddito complessivo ed il patrimonio immobiliare. Il reddito medio annuo è stato stimato e da esso è stato ricavato il reddito medio equivalente utilizzando la stessa metodologia adottata dall' ISTAT: il reddito equivalente è dato dal rapporto tra reddito complessiva annuo (al netto dei valori locativi) e la somma dei componenti del nucleo famigliare, ognuno moltiplicato per un coefficiente pari a 1 per il primo componente adulto, 0,5 per ogni altro componente con età uguale o superiore a 14 anni, 0,3 per ogni altro componente di età inferiore a 14 anni. Si tratta quindi di una misura che tiene conto della dimensione e composizione delle famiglie e delle conseguenti economie di scala che si realizzano a seguito della coabitazione di più persone nella stessa famiglia. Per l'individuazione delle tre condizioni economiche, inoltre, si è preso spunto dalla metodologia adottata nell'Osservatorio sul bilancio di welfare delle famiglie italiane indagine realizzata da MBSCONSULTING Management for Business Sustainability- ed. 2019.



La classificazione finale, fornisce una fotografia delle famiglie torinesi in linea con la distribuzione evidenziata nell'area geografica del Nord Italia, dove il lieve disallineamento tra le due fasce "estreme", è dovuto all'inclusione nella macro area di regioni in cui i livelli di consumo tendenzialmente sono più elevati, quali p.e. la Lombardia ed il Veneto<sup>2</sup>.

La suddivisione delle famiglie per condizione economica, oltre a fornire un dettaglio della spesa mensile più accurato, ha permesso di analizzare ancora più nello specifico la **quota media mensile di risparmio sul reddito complessivo familiare**, importante indicatore dello stato di salute e di benessere della popolazione torinese.

Infine, nella consapevolezza che l'industria del welfare sta assumendo nel tempo un ruolo sempre più fondamentale, cambiamento che è anche il prodotto di una trasformazione dei modelli familiari e dell'emergere di nuovi bisogni, è proseguita anche nel 2018 l'analisi della **spesa sostenuta in welfare dalle famiglie torinesi** così classificata:

- **salute:** dove rientrano le spese sanitarie dirette sostenute dalle famiglie torinesi (onorari medici, ticket, medicinali, etc.);
- **istruzione:** dove vengono conteggiate le rette e le tasse scolastiche, le spese per l'istruzione a tutti i livelli (da quello scolastico al post universitario);
- **cultura e tempo libero:** tutte le spese per l'editoria, lo spettacolo, le attività culturali, lo sport;
- **assistenza:** i servizi e le spese per i familiari anziani e non autosufficienti, per la gestione dei figli minori (p.e. *baby sitter*) o anziani.
- **previdenza:** spese per assicurazioni salute, vita, infortuni

## La struttura del campione e della popolazione di riferimento

La 22° edizione dell'Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi è stata condotta su un campione composto da 240 nuclei familiari rappresentativi del comune capoluogo. Al fine di accertare l'aderenza del campione di indagine con l'universo di riferimento, la principale fonte statistica rimane quella dell'ultimo Censimento sulla popolazione del

<sup>2</sup> Rilevazione sulle spese per consumi delle famiglie italiane ISTAT (<https://www.istat.it/it/archivio/217356>).

2011<sup>3</sup>. Per avere un dato più aggiornato, è possibile prendere in considerazione (per poche variabili), le consistenze al 31 dicembre 2018 dei nuclei famigliari del comune di Torino (intesi come unità statistica) ricavate dall'archivio anagrafico della Città<sup>4</sup>.

### Le famiglie del campione

Per l'analisi della dimensione delle famiglie è stato possibile effettuare un confronto con le statistiche rese disponibili dal Comune di Torino. La tabella seguente pone a confronto la struttura campionaria rispetto a quella dell'universo di riferimento.

#### *Dimensione famigliare per il campione e la città di Torino<sup>5</sup>*

Dimensione famigliare	Campione 2018 (%)	Archivio Anagrafico della Città (%)
1 componente	40	46
2 componenti	29	27
3 componenti	18	15
4 o più componenti	13	12
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

Come si può notare dalla tabella sovrastante, il campione di indagine dell'Osservatorio è rappresentativo rispetto al corrispondente universo di riferimento: sebbene si evidenzia una leggera sotto-rappresentazione dei nuclei familiari campionari composti da un solo componente (il 40% contro il 46% dell'Archivio Anagrafico), il dato viene bilanciato dalle "altre dimensioni familiari" che, in tutte le tipologie, risultano essere leggermente superiori al dato comunale garantendo, pertanto, la rappresentatività campionaria.

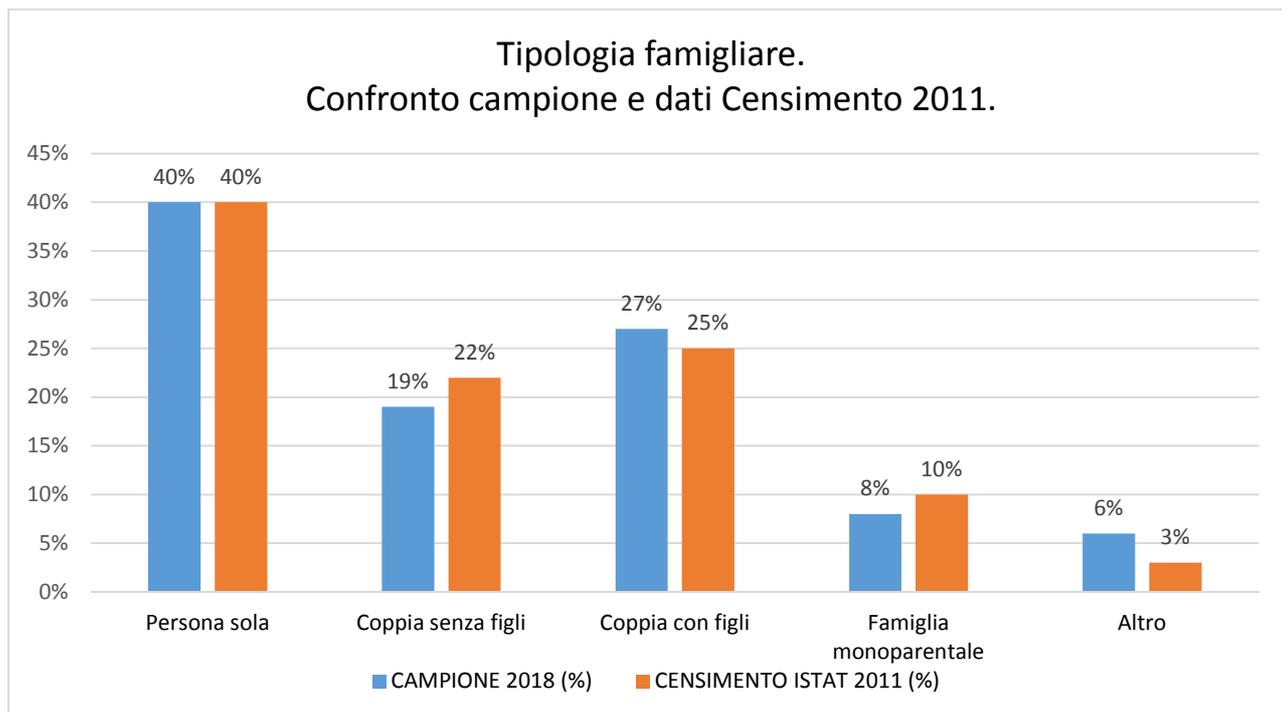
Se si effettua il paragone tra il campione di indagine e l'universo, prendendo in considerazione la tipologia famigliare (altra variabile resa disponibile dalla Città di Torino), non è possibile effettuare un confronto preciso per tutte le classificazioni indagate; se infatti nell'Osservatorio i nuclei familiari analizzati vengono raggruppati in cinque macro categorie (persone sole, coppie senza figli, coppie con figli, famiglie monoparentali e altra tipologia), le statistiche rilevate dal Comune di Torino analizzano i nuclei familiari molto più dettagliatamente, in particolare nella classificazione delle famiglie con più figli e nei nuclei composti da un genitore e uno/più figli.

Se lo stesso paragone viene però effettuato con gli ultimi dati censuari del 2011, che prendono in considerazione le stesse tipologie famigliari utilizzate nell'Osservatorio, il campione risulta rappresentativo.

<sup>3</sup> Indagine censuaria ISTAT sulla popolazione legale di riferimento. Anno 2011. <http://daticensimentopopolazione.istat.it/Index.aspx>

<sup>4</sup> I dati sul Comune di Torino sono a cura del Servizio Statistica e Toponomastica della Città di Torino e consultabili sul seguente sito [www.comune.torino.it/statistica/dati](http://www.comune.torino.it/statistica/dati)

<sup>5</sup> Elaborazioni sul campione.

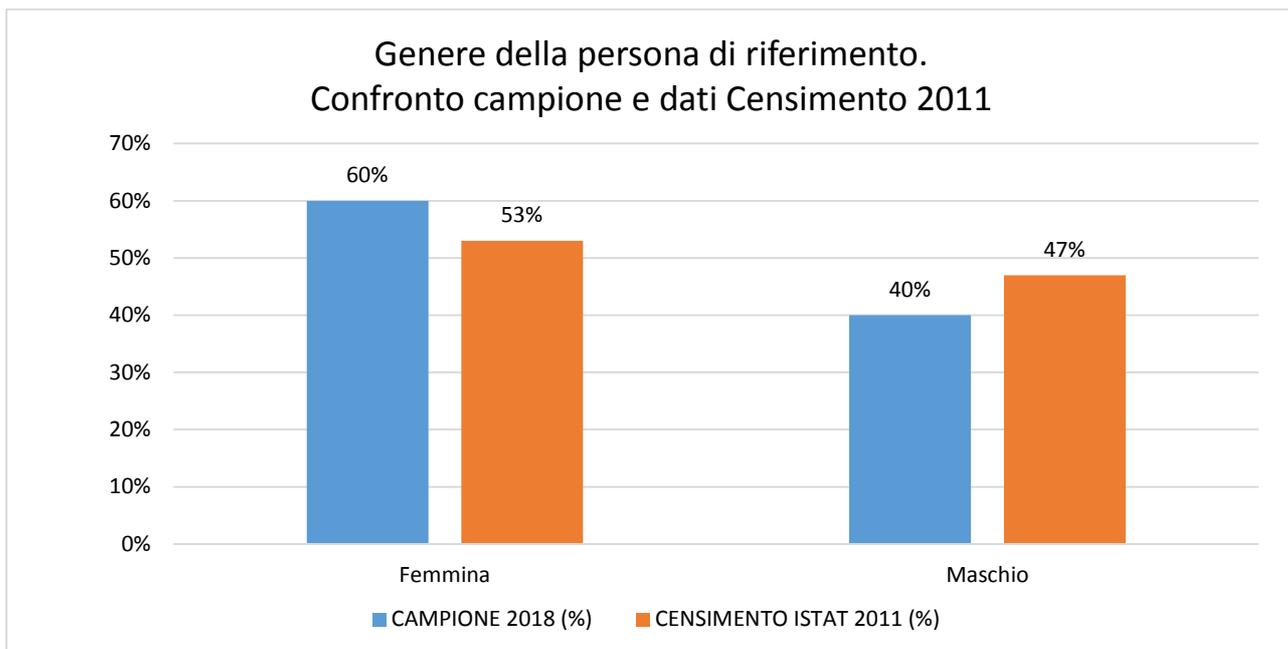


Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

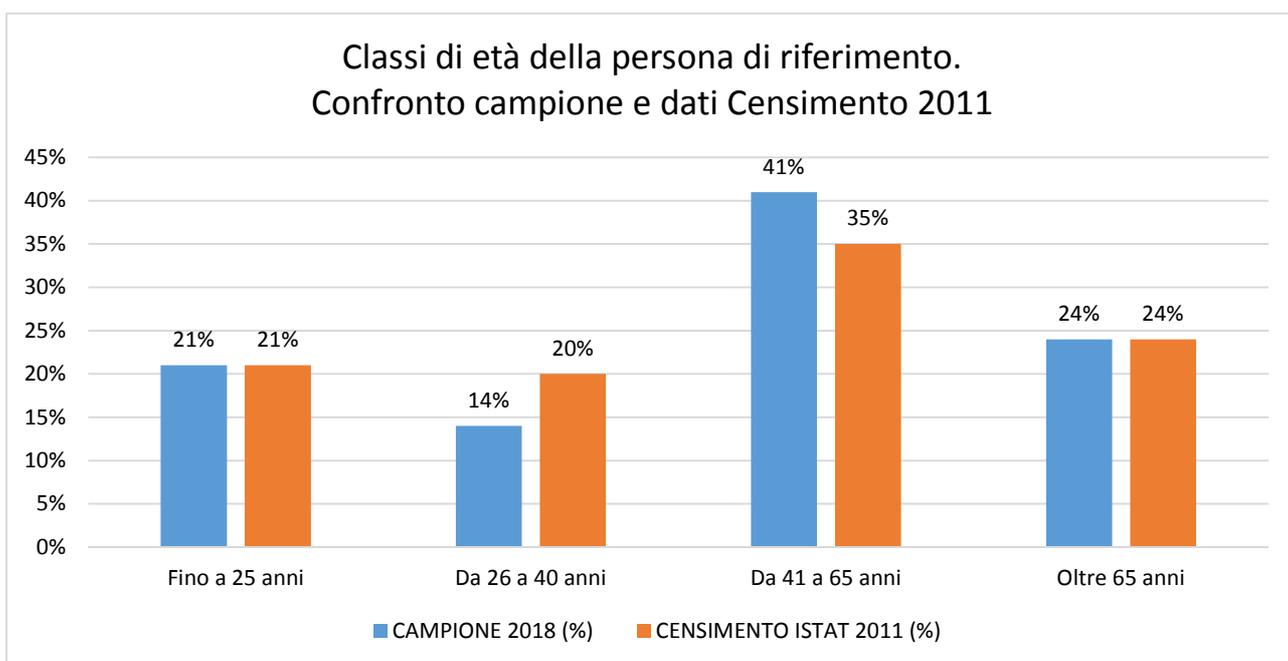
## **Caratteristiche della persona di riferimento del nucleo familiare**

### **Genere e classe di età**

Spostando l'attenzione sull'insieme delle 240 persone di riferimento dei nuclei familiari indagati si vede come l'Osservatorio ne esamini la distribuzione percentuale considerando sia il genere, sia la classe di età. Anche in questo caso, non è possibile confrontare le consistenze del campione con i dati ricavabili dall'archivio anagrafico della Città di Torino poiché il Comune rende disponibili i dati relativi a genere e classi di età di tutta la popolazione torinese, e non solo quindi delle persone di riferimento dei singoli nuclei familiare. Di conseguenza l'unità statistica non è la medesima e per validare la rappresentatività del campione si deve ricorrere ai dati ricavabili dal censimento Istat 2011.



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018



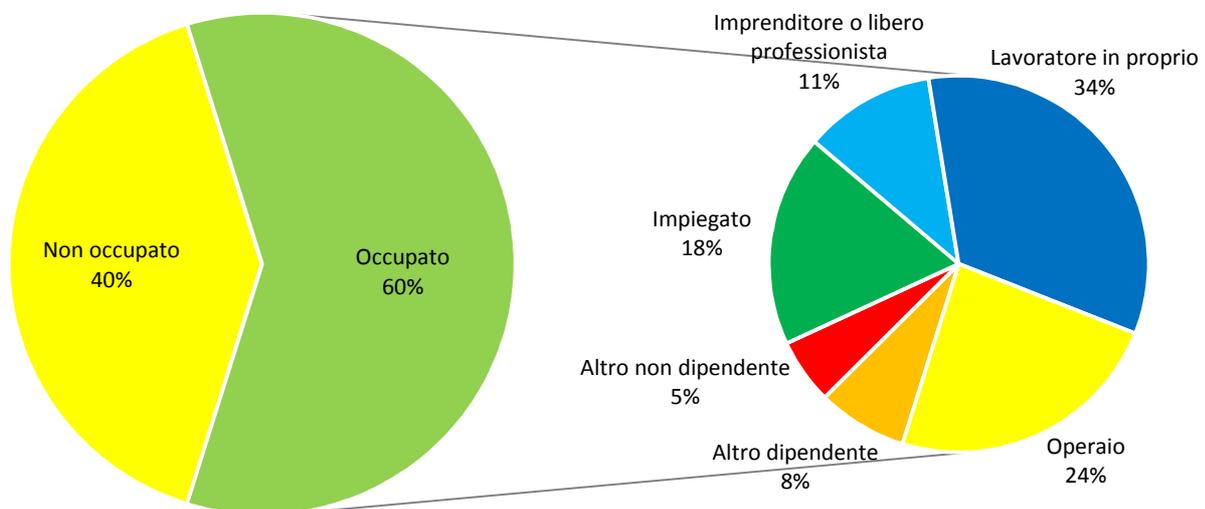
Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

Dall'analisi degli istogrammi presentati si evince come il campione sia da considerarsi sufficientemente rappresentativo, anche se non in modo ottimale vista la sovra rappresentazione del genere femminile di 7 punti percentuale e la conseguente sotto rappresentazione del genere maschile.

Infine può essere interessante evidenziare la situazione occupazionale dei capifamiglia dei nuclei familiari indagati.

Con il grafico di sinistra si esamina la situazione generale, distinguendo semplicemente se la persona di riferimento abbia un'occupazione o meno; con il secondo grafico a destra invece si evidenzia la composizione percentuale degli o

### Occupazione della persona di riferimento. Campione 2018

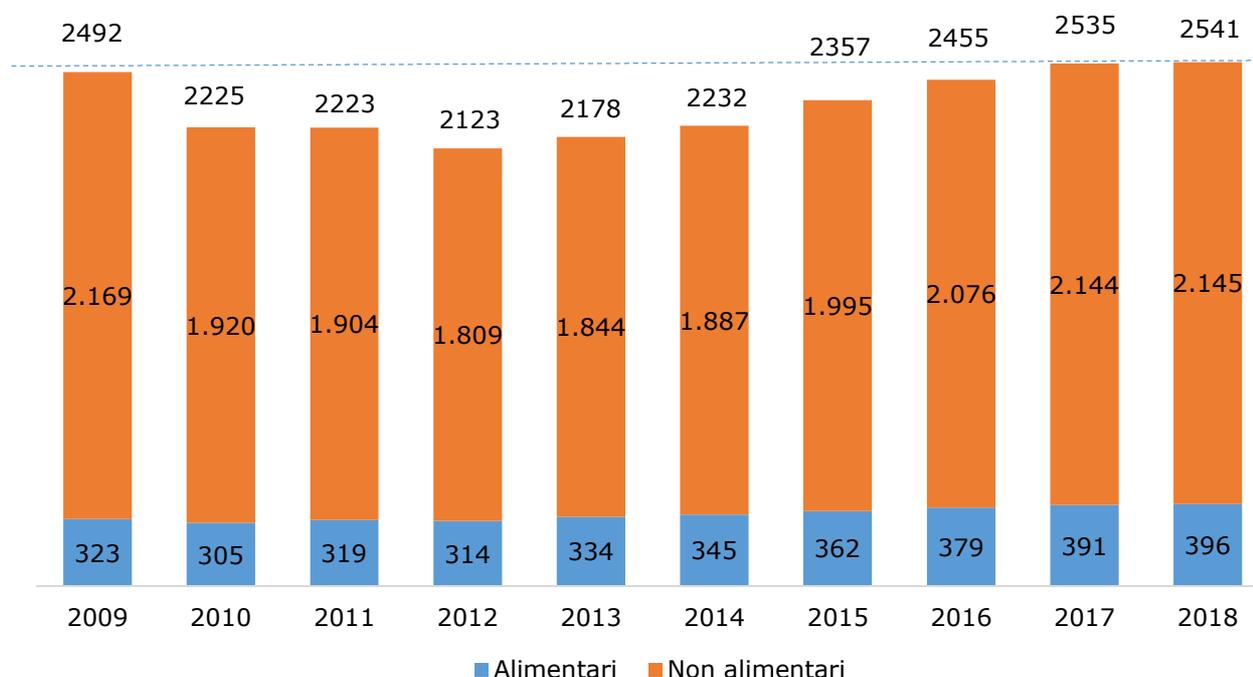


Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 201

## Le spese delle famiglie torinesi nel 2018

Sostanzialmente **stabili** le spese delle famiglie torinesi: con **2.541 euro medi mensili** il 2018 fa registrare un lieve aumento dei consumi (+0,2%) rispetto all'anno precedente, rappresentando il valore più alto degli ultimi dieci anni.

### Consumi 2009-2018. Valori in euro (alimentari e non alimentari)



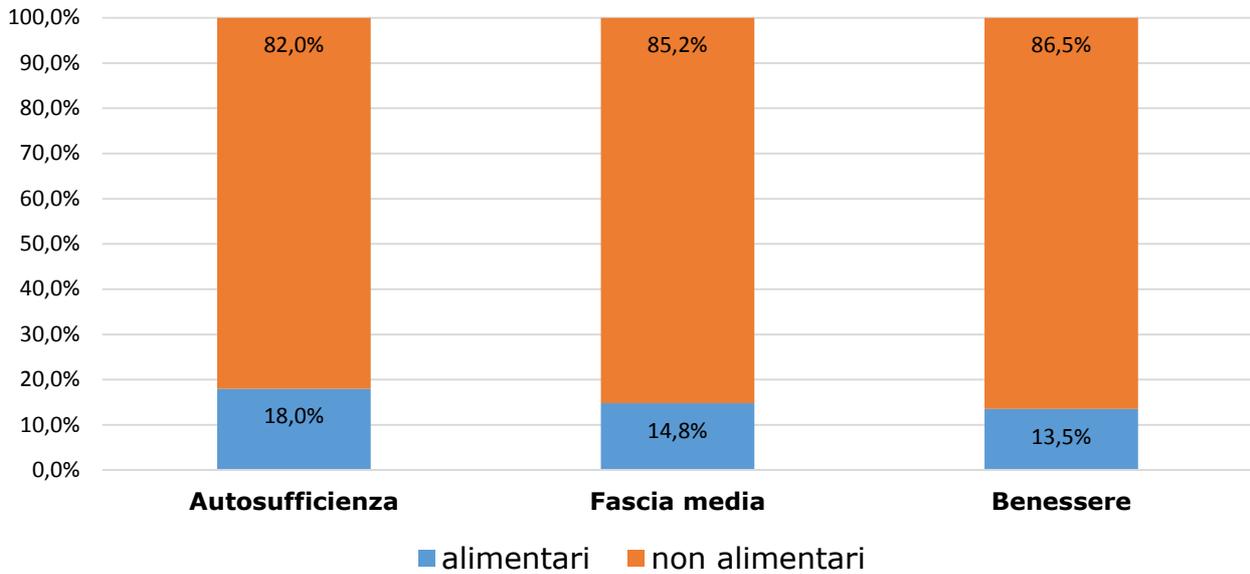
Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

Se nel quinquennio 2014-2018 sono essenzialmente rimaste invariate le quote di consumo destinate ai beni alimentari (mediamente il 15,5%) e non alimentari (sempre intorno 84,5%), l'analisi dell'ultimo decennio segnala un tendenziale aumento della parte dei consumi destinata ai generi alimentari.

Anche quest'anno la quota destinata all'aggregato "alimentari+casa", vale a dire quanto le famiglie torinesi spendono per i beni di prima necessità, rappresenta la voce più importante dei consumi totali, il 53,5%, seppure in leggera diminuzione rispetto all'anno scorso (53,9%).

Qualche interessante spunto di riflessione si ricava dall'analisi della ripartizione della spesa media mensile sulla base delle classi di condizione economica (autosufficienza, fascia media e benessere). L'introduzione di questa classificazione del campione intervistato permette di osservare come sia differente l'incidenza dei consumi alimentari sul totale delle spese nelle tre fasce e quale sia il 'gap' tra una famiglia in fascia di autosufficienza (18%) ed una in condizione economica di benessere (13,5%).

## Ripartizione % della spesa media mensile per classe di condizione economica. Anno 2018

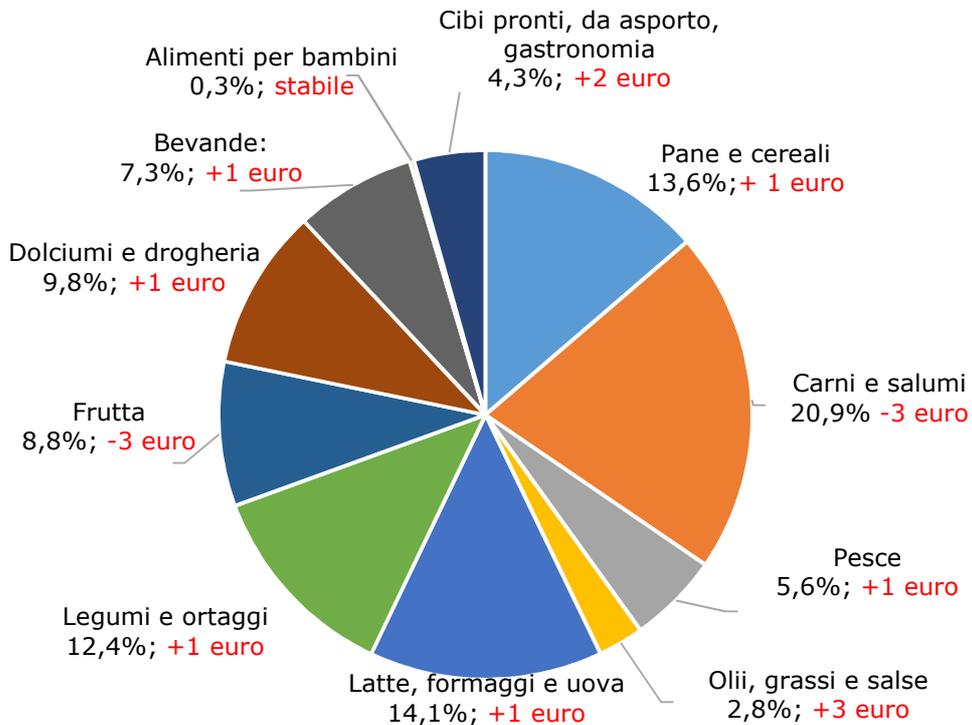


Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

## Le spese alimentari

Nel 2018 sono stati spesi mensilmente **396 euro in generi alimentari e bevande**, 5 euro in più **rispetto all'anno precedente (+1,3%)**.

### La spesa alimentare. Valori percentuali e variazioni in euro 2018/2017



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

E' ancora la **spesa per la carne** a rappresentare la voce più importante sul totale dei generi alimentari acquistati (il 20,9%); seguita da **latte, formaggi e uova** (il 14,1%), **pane e cereali** (il 13,6%), e **verdura** (il 12,4%). Si spende poi in **dolci e prodotti di drogheria** (il 9,8%) **frutta** (il 8,8%) e **bevande** (il 7,3%), mentre meno rilevanti i consumi per **pesce** (il 5,6%), **cibi pronti**, da asporto, gastronomia (il 4,3%) e **oli e i grassi** (il 2,8%).

A diminuire, rispetto all'anno scorso, sono i consumi di frutta e di carni e salumi (entrambi -3 euro); ad aumentare è, ancora una volta, la spesa per cibi pronti (+2 euro) e per oli e grassi (+3 euro) mentre più contenuto l'incremento degli altri generi alimentari (tutti +1 euro).

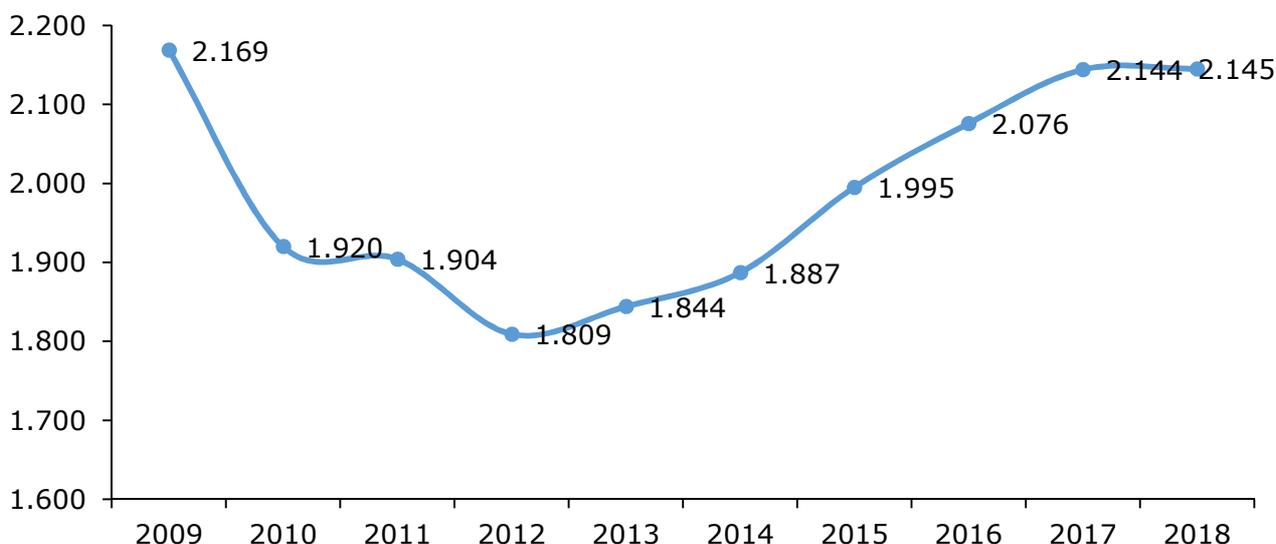
Le peculiarità delle famiglie intervistate, ossia il numero dei componenti, la presenza o meno di figli e l'età anagrafica producono evidentemente differenti abitudini di acquisto. La spesa media mensile in generi alimentari cresce con l'aumentare della dimensione familiare, un nucleo composto da un'unica persona spende 291 euro contro i 537 della famiglia con 4 o più componenti e, all'interno di quest'ultime, la discriminante è la presenza di figli (la spesa più alta in alimenti e bevande è sostenuta dalle coppie con due figli, 503 euro medi di cui il 22,5% in carne e salumi e circa il 15% in pane e cereali).

La suddivisione per età mostra come sia la fascia fra i 26-40 anni ad avere spese alimentari più alte: 429 euro a fronte dei 341 euro degli ultra 65enni. Inoltre, con l'aumentare dell'età, calano i consumi di carne e salumi, di latte, formaggi e uova e di oli, grassi e salse, a favore dei legumi e degli ortaggi, della frutta e del pesce.

## Le spese non alimentari

Dopo cinque anni di continua crescita, **i consumi non alimentari nel 2018 si stabilizzano**, assestandosi a **2.145 euro medi mensili** e facendo registrare un incremento di un euro rispetto all'anno precedente.

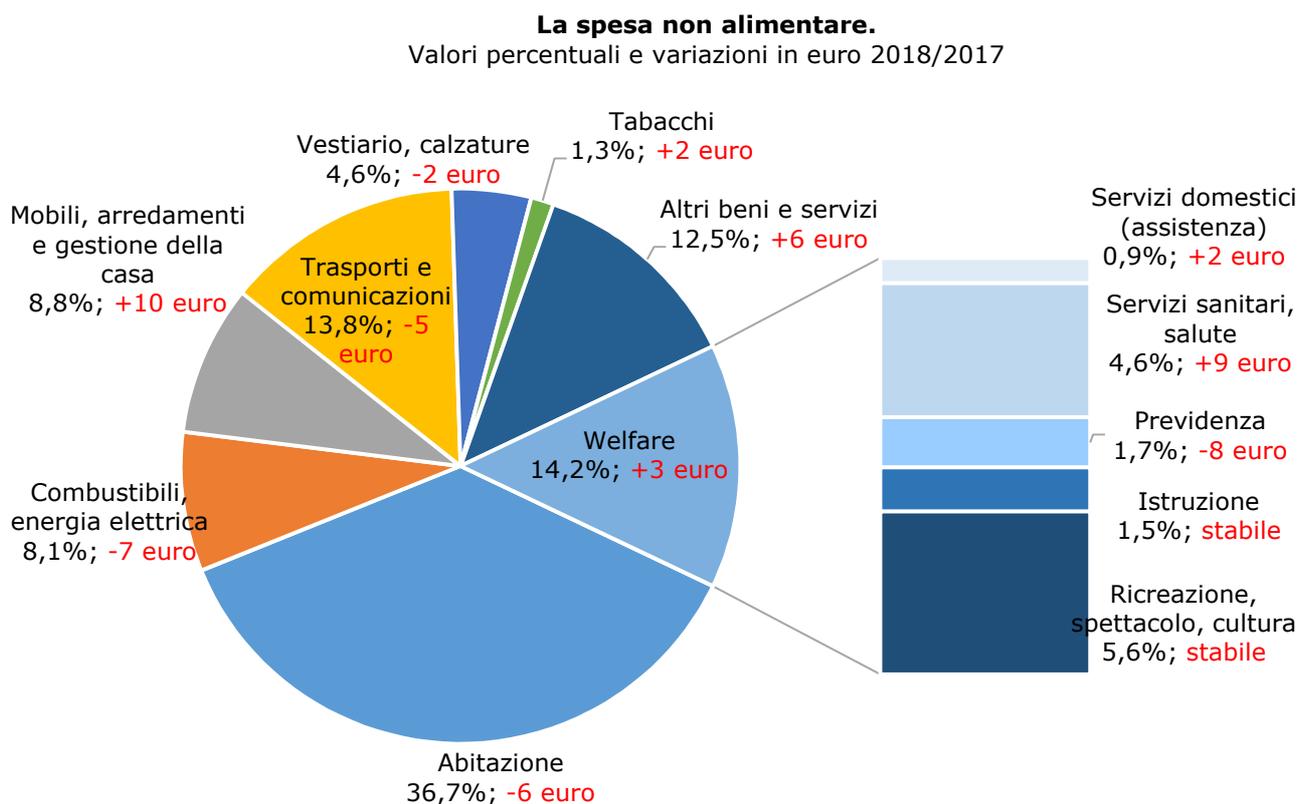
**I consumi non alimentari delle famiglie torinesi. Anni 2009 - 2018.**  
Valori in euro medi mensili



Le voci che compongono i consumi non alimentari sono comprensibilmente le più disparate ma, raggruppando in macro-sezioni le componenti, si possono riconoscere i tre capitoli di spesa più significativi: l'abitazione, i trasporti e le comunicazioni e il welfare (voce che accorpa le spese per la salute, l'istruzione, la previdenza e le attività culturali/tempo libero).

Anche l'aggregato "altri beni e servizi" (categoria eterogenea in cui confluiscono le spese per le vacanze, per i pasti fuori casa, per la cura ed igiene personale, etc.) si conferma una importante quota della spesa non alimentare che, con un peso del 14,2%, segna un aumento di 3 euro rispetto al 2017.

Nell'analisi della ripartizione della spesa media mensile per classe di condizione economica sono proprio i consumi non alimentari a rivelare i maggiori divari fra le fasce: non stupisce, infatti, che, una volta soddisfatti i bisogni reali come nutrirsi, coprirsi, curarsi, provvedere ai figli, pagare l'affitto o il mutuo, etc. sia la quota dei consumi destinata alle vacanze, ai pasti fuori casa, alle assicurazioni sulla salute e sugli infortuni piuttosto che alla colf a variare in relazione alla situazione economica familiare. Infatti, una famiglia in condizione di 'benessere' spende quasi otto volte di più per il personale domestico di una famiglia che si colloca in fascia di 'autosufficienza', tre volte di più per occhiali, altre protesi mediche e apparecchi ortopedici e più del doppio per i pasti fuori casa e per le vacanze.



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

## Le spese per l'abitazione

La voce in esame è la più composita e consistente fra i consumi non alimentari: rappresenta il 53,6% del totale e si compone non solo di tutto ciò che è strettamente connesso all'abitazione, per la quale si destinano 788 euro (6 euro in meno rispetto all'anno passato) ma anche di quanto speso per le utenze, 174 euro (-7 euro sul 2017) e per l'arredamento e la gestione della casa, 188 euro (+10 euro).

Nei costi per l'abitazione in senso stretto (il 36,8% dei consumi in generi non alimentari) sono compresi gli affitti, i valori locativi, le spese condominiali, le tasse rifiuti e le assicurazioni per la casa. Dopo i fitti, figurativi e non, la spesa più importante di questa categoria è rappresentata dalle spese condominiali, alle quali le famiglie torinesi destinano 76 euro medi mensili, il 10% del totale. Poco meno del 75% delle famiglie intervistate abita in una casa di proprietà, il 22,6% è in affitto - con canone mensile medio di 513 euro, mentre il restante 2,4% occupa un'abitazione a titolo gratuito.

Per ciò che attiene alle utenze, al mese vengono spesi 68 euro medi per il riscaldamento centralizzato, 47 euro per consumo di gas e altri combustibili, 38 euro per l'energia elettrica e 21 euro per l'acqua. Quest'anno tutte le voci, ad eccezione della componente acqua, hanno subito delle diminuzioni.

Infine, per 'arredamento e la gestione della casa' si intendono le spese sostenute per mobili e arredamenti, per complementi di arredo ma anche per oggetti e prodotti per la pulizia della casa, per piccoli elettrodomestici e per il lavoro domestico<sup>6</sup>. Per questa categoria vengono consumati 188 euro medi mensili, 10 euro in più dell'anno scorso, aumento attribuibile soprattutto alle spese per il personale domestico (39 euro contro i 34 del 2017).

## Le spese per trasporti e comunicazioni

Nel 2018, le spese per **trasporti e comunicazioni** rappresentano il 13,8% delle spese in generi non alimentari. La somma destinata a tale categoria è di **295 euro** in calo rispetto al 2017 di 5 euro. La componente di questa categoria che, seppure in flessione, influisce maggiormente sul bilancio delle famiglie torinesi è senza dubbio quella relativa ai costi di possesso e manutenzione dell'auto (ma anche di motociclette, scooter etc.). Queste spese, pari a 197 euro, comprendono differenti voci: l'assicurazione e il bollo, per i quali si spendono 63 euro (erano 64 nel 2017), le spese di manutenzione del mezzo, quali il tagliando, la revisione, il "cambio gomme" etc. (corrispondenti a 35 euro, contro i 36 dell'anno scorso) ma, soprattutto, il carburante (99 euro negli ultimi due anni). A completare il quadro dei trasporti, le famiglie intervistate dichiarano di destinare alla biglietteria (aerei, treni etc.) e agli abbonamenti per mezzi pubblici, parcheggi, etc., 21 euro (a fronte dei 22 del 2017).

Seguono poi le spese in telefonia fissa e mobile: in cellulari, smartphone e nelle relative bollette telefoniche si spendono 36 euro che, dopo una impennata registrata nel 2016, sono in tendenziale diminuzione (-3 euro nel 2017, -5 euro nel 2018). Salgono invece,

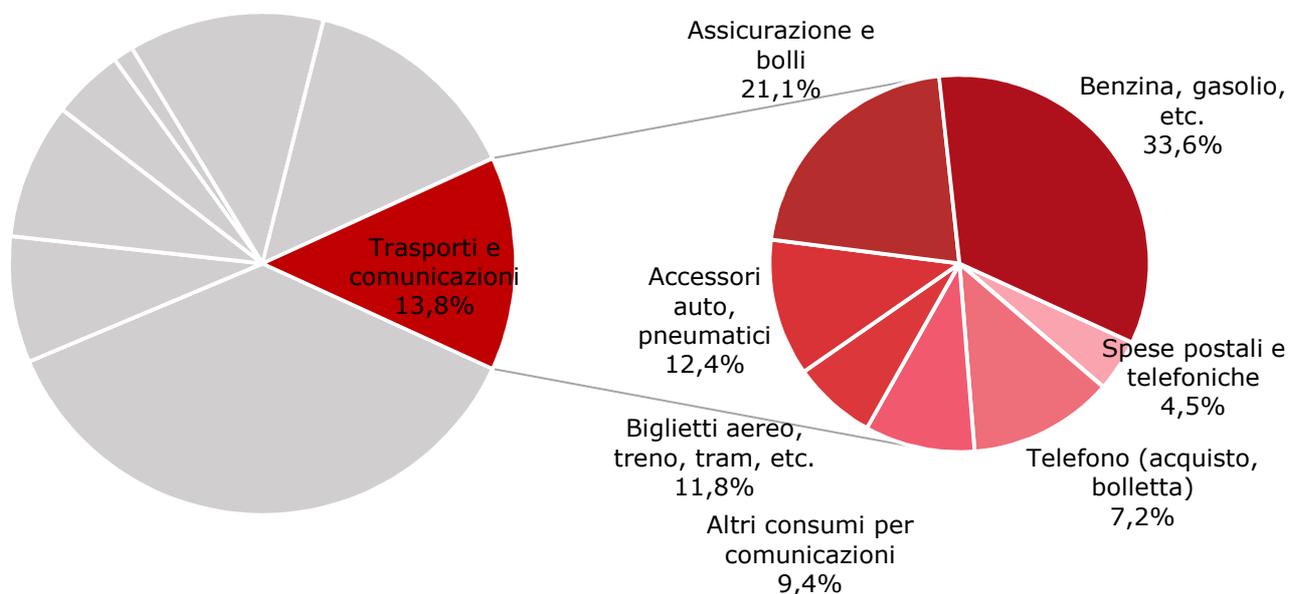
---

<sup>6</sup> A partire dal 2018, l'aggregato "servizi domestici" è stato scorporato: le uscite legate ai servizi di assistenza alle persone (baby-sitter, assistenza anziani/disabili) sono state mantenute nel capitolo "welfare" mentre, nelle spese per l'abitazione sono stati inseriti i costi sostenuti per i lavoratori domestici (colf) considerati nella voce "gestione casa".

seppure di soli 2 euro medi, i consumi per collegamenti a Internet (wi-fi, chiavette e abbonamenti telefono+internet).

### Ripartizione delle spese per trasporti e comunicazioni

Valori % sulla categoria. Anno 2018



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

### Le spese per il welfare

Anche quest'anno si è analizzata la spesa delle famiglie torinesi destinata al **welfare**, considerando, in questa voce, le componenti **salute, istruzione, cultura e tempo libero e assistenza**. La quota media spesa per questo aggregato, che rappresenta il 14,2% dei consumi non alimentari, è **di 305 euro mensili**, 3 euro in più del 2017.

#### **-Salute e servizi sanitari**

Con **98 euro medi mensili**, le **spese per servizi sanitari e salute** rappresentano il 32,2% del welfare e il 4,6% dei consumi non alimentari. Dopo due anni di tendenza in calo, **tornano a salire**, soprattutto per l'aumento delle spese destinate a occhiali, protesi mediche e apparecchi ortopedici, che passano da 13 a 21 euro mensili. Il sostenuto per onorari e analisi mediche (40 euro) e per medicinali e ticket (37 euro) rimane pressoché stabile, con un leggero aumento dei primi (+ 1 euro rispetto al 2017).

#### **-Previdenza**

Nel 2018 i torinesi hanno speso mediamente per **assicurazioni sulla salute ed infortuni**, per la **previdenza** e per le polizze vita **37 euro** al mese, circa 8 euro in meno rispetto all'anno passato.

Rappresentando l'1,7% della spesa non alimentare e il 12% del welfare, è interessante notare come più dell'80% delle famiglie considerate abbia dichiarato di aver stipulato polizze infortuni e malattie e più del 75% assicurazioni su vita e/o previdenza.

### ***-Ricreazione, spettacolo, cultura***

Per le **attività culturali, lo sport ed il tempo libero** le famiglie torinesi spendono mensilmente **119 euro** medi, **il 5,6% dei consumi non alimentari** e il **39,1% del welfare**.

Al loro interno, il 31% della spesa è rappresentato da acquisti per articoli sportivi e per il tempo libero (bricolage, hobbystica, articoli da campeggio e per attività all'aria aperta, etc.) per i quali si consumano 37 euro medi mensili, quota in aumento rispetto al 2017 di 1 euro.

In aumento anche la categoria "altre voci del tempo libero" che passa dai 34 euro del 2017 agli attuali 38 euro e che incorpora, per esempio, le quote associative e gli abbonamenti a palestre, piscine, etc. ma anche le spese per videocamere, videogiochi, console etc.

In diminuzione gli acquisti dedicati a giornali, riviste e libri non scolastici che scendono a 28 euro medi mensili contro i 32 dello scorso anno e gli acquisti in apparecchi televisivi, impianti audio e personal computer pari a 16 euro e in calo di 2 euro.

### ***-Istruzione***

Nel 2018 una famiglia torinese spende in media **32 euro mensili** per l'**istruzione** che corrisponde al 10,6% del welfare totale. La componente più significativa di questa categoria è composta dalle spese relative a rette e tasse scolastiche, ripetizioni e iscrizioni a corsi e trasporto scolastico (20 euro medi mensili), alle quali si aggiungono i costi per i libri scolastici (5 euro) e, da quest'anno, anche le spese per le mense scolastiche (pari a 7 euro).

Considerato che l'istruzione scolastica obbligatoria è pressoché gratuita non stupisce né il valore residuale di tale capitolo di spesa sul totale dei consumi non alimentari (l'1,5%) né la percentuale delle famiglie rispondenti che effettivamente sostengono tali spese (circa il 26% del campione intervistato, considerato esclusivamente il quale, la corrispondente quota media mensile di spesa sale a 124 euro per famiglia, contro i 144 del 2017).

### ***-Assistenza***

Per i servizi di assistenza alla persona le famiglie torinesi spendono in media **19 euro mensili**, meno dell'1% delle spese non alimentari e il 6,1% del welfare totale. In aumento rispetto all'anno scorso di 2 euro totali, questa categoria comprende<sup>7</sup> le spese per asili nido e baby sitter (per i quali si sono destinati 12 euro contro i 16 del 2017) e le spese per l'assistenza a anziani/disabili (pari a 7 euro). Considerata la bassa frequenza delle famiglie intervistate che effettivamente sostengono queste spese - sono 12 quelle che usufruiscono di servizi di assistenza e vigilanza dei bambini, erano 19 nel 2017, con una spesa media mensile che pesa 231 euro.

---

<sup>7</sup> Vedi nota 1

## Le spese in vestiario e calzature

In diminuzione la spesa in indumenti e calzature che si assesta a 98 euro mensili a fronte dei 101 euro del 2017. Si destinano 63 euro all'abbigliamento e alla sartoria (- 2 euro) e 35 euro in calzature (-1 euro).

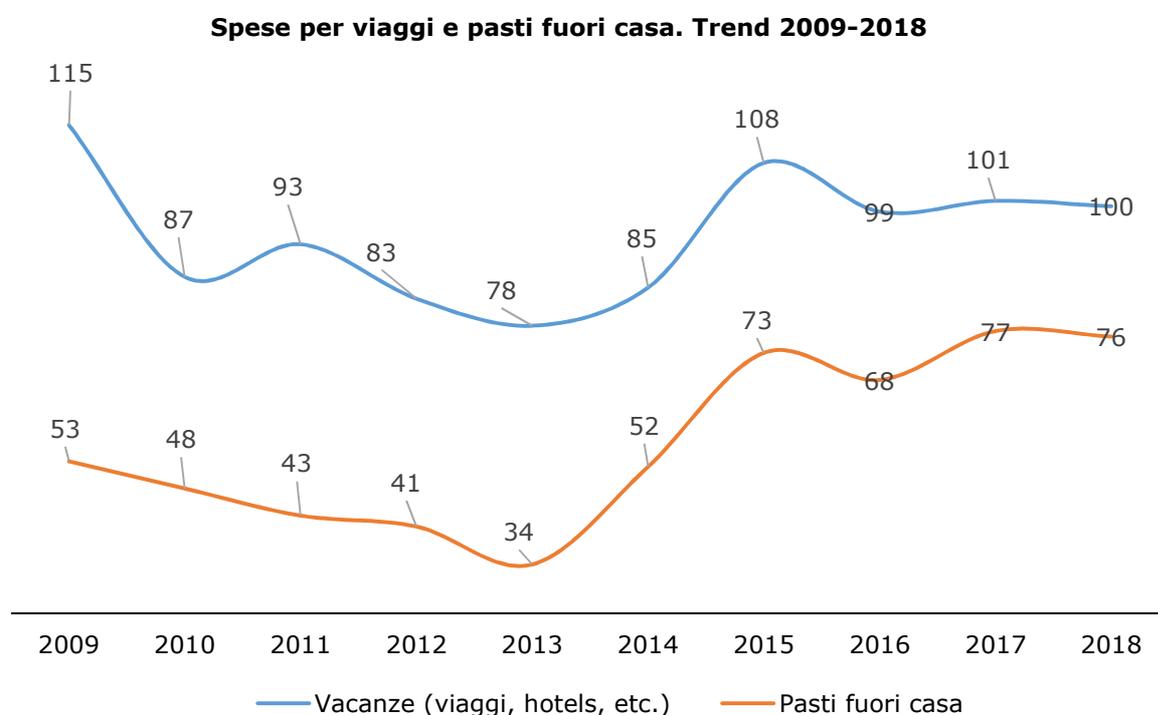
## Le spese in altri beni e servizi

Il 12,5% dei consumi non alimentari, pari a **268 euro medi mensili** (+ 6 euro sul 2017), è destinato, dalle famiglie torinesi, all'aggregato "spese in altri beni e servizi".

Si tratta di una voce non omogenea, nel quale confluiscono capitoli di spesa differenti: dagli acquisti per effetti personali, ai pasti fuori casa.

Le vacanze rappresentano la componente più significativa di questa categoria (il 37%), composta dalle spese per gite, viaggi, soggiorni in hotel, residence, villaggi turistici etc. e per la quale le famiglie torinesi spendono 100 euro medi mensili; seguono le spese per i pasti fuori casa, ai quali si destinano 76 euro e i consumi per la cura e l'igiene personale, pari a 46 euro. Rispetto al 2017 risultano tendenzialmente stazionarie: diminuiscono di 1 euro le prime due, mentre aumenta, sempre di 1 euro, l'ultima voce.

Nel restante 17%, convergono 11 euro spesi per l'acquisto di effetti personali quali borse, bigiotteria, articoli personali etc. e 35 euro annoverati in "altre voci".



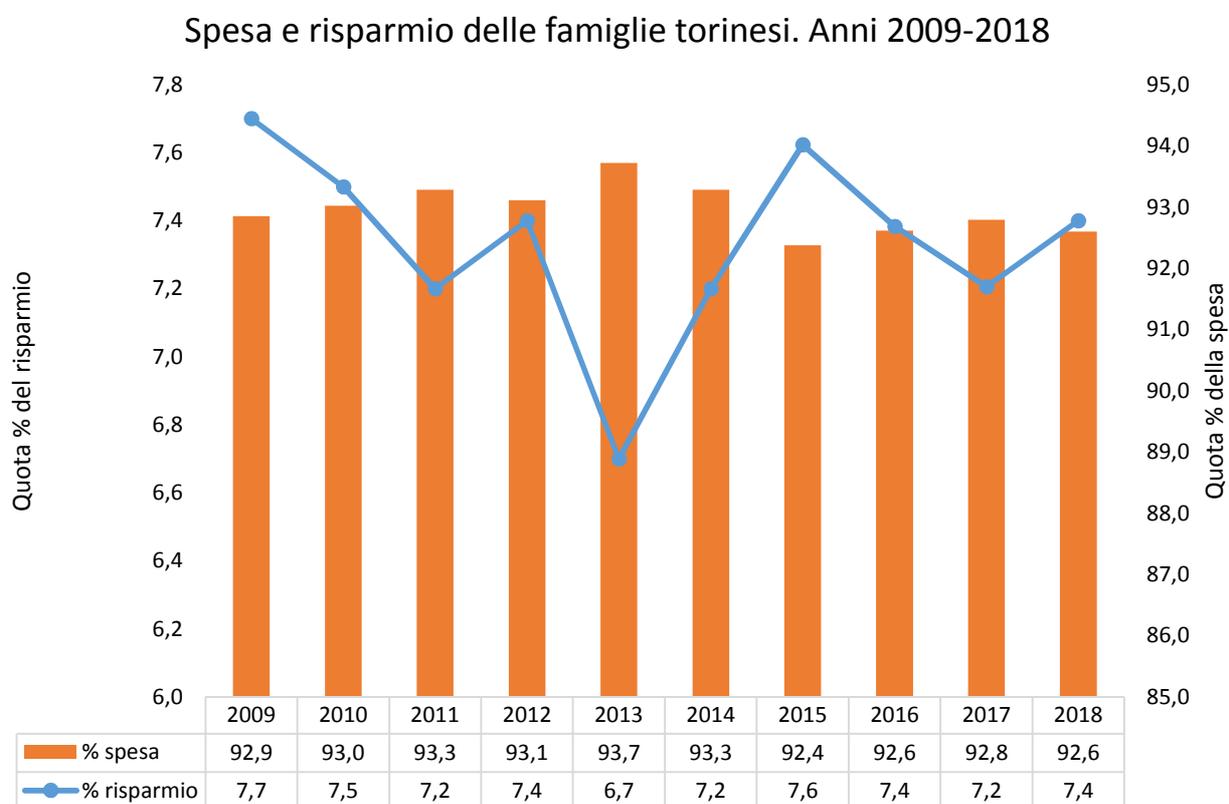
Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

## Il risparmio e la possibilità economica nelle famiglie torinesi

Nel valutare la condizione economica delle famiglie torinesi, accanto all'analisi della composizione e dell'evoluzione della spesa media mensile, è importante tener conto di due altri elementi: da un lato, la dinamica della capacità di risparmio del reddito familiare nel corso dell'anno; dall'altro le differenze nei comportamenti di consumo legati alla possibilità economica delle famiglie intervistate.

Nel 2018, infatti, **continua il progressivo calo** del numero delle famiglie che hanno dichiarato di aver risparmiato parte del reddito nel corso dell'anno: **il 40,0%** dei nuclei intervistati ha infatti **affermato di essere riuscito a mettere "qualcosa da parte"**, contro il 44,6% del 2017 ed il 47,4% del 2016.

Tra i risparmiatori è stato accantonato il 7,4% del reddito medio familiare, valore a cui è corrisposta una lieve diminuzione della quota destinata alle spese per consumi (il 92,6% nel 2018 contro il 92,8% del 2017).

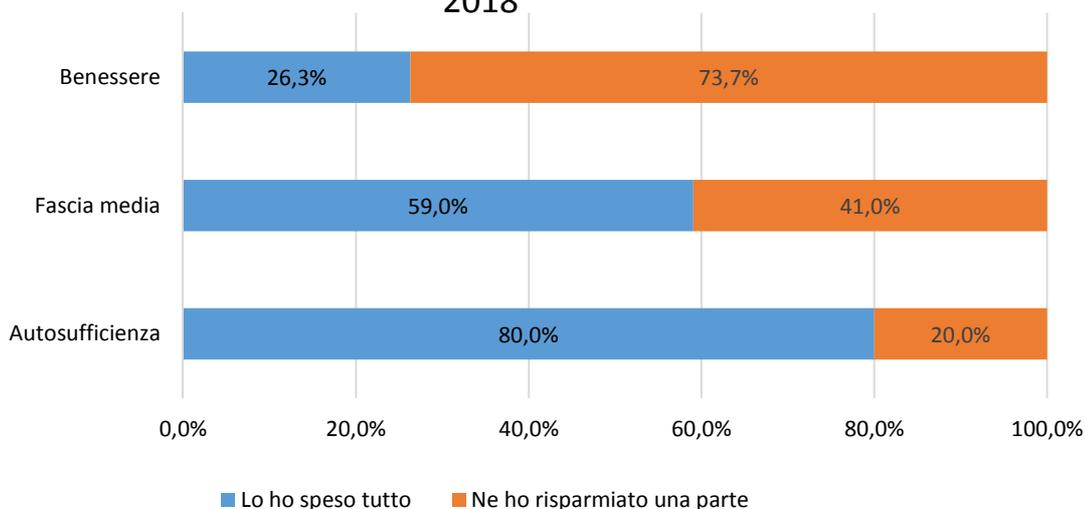


Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

Se si analizza il trend negli ultimi 10 anni, la quota di risparmio del 2018 risulta essere in linea con i valori medi decennali e nettamente superiore alla quota registrata nel 2013 anno in cui si è toccato il valore più basso.

L'analisi dei dati ha messo in evidenza una forte correlazione tra **propensione al risparmio e condizione economica familiare**. Con il miglioramento delle classi economiche incrementa il numero di famiglie che dichiarano di riuscire a risparmiare: se tra i nuclei "autosufficienti" solo il 20% ha dichiarato di aver accantonato parte del reddito, tra le famiglie in condizione di "benessere" la quota sale a poco meno del 74%.

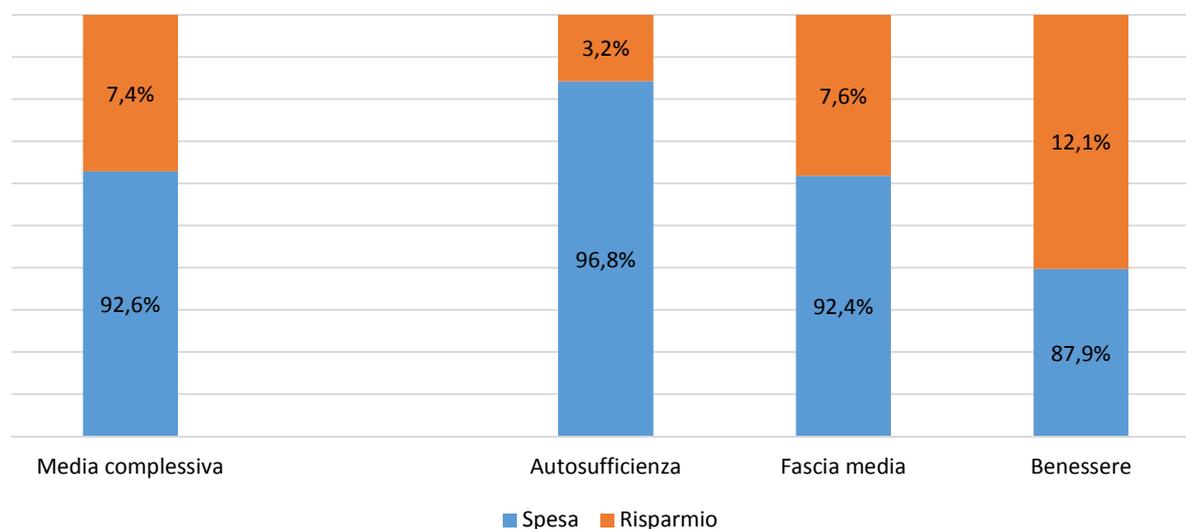
## Risparmio e classe di condizione economica familiare. Anno 2018



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

La stessa analisi -effettuata andando ad incrociare condizione economica familiare e quota media di risparmio annuale- evidenzia un *gap* di quasi nove punti percentuale tra risparmio medio delle famiglie in stato di benessere e quelle autosufficienti.

## Quota % risparmio e spesa per condizione economica familiare

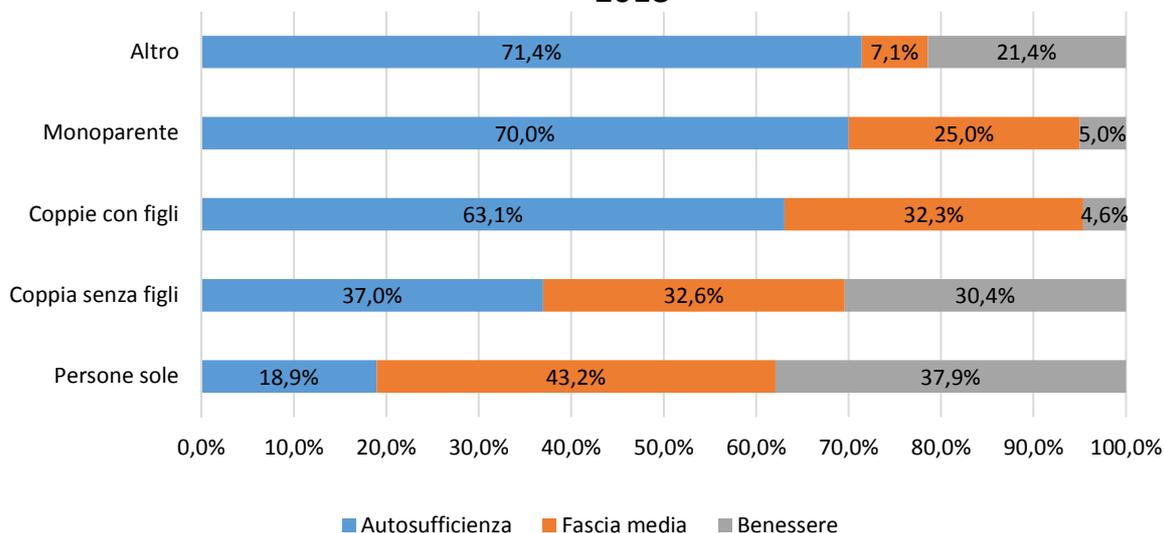


Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

Si evidenzia, inoltre, una **stretta connessione tra condizione economica e tipologia di famiglia**: al netto della categoria "altro", che comprende al suo interno un numero (contenuto) di famiglie estremamente eterogenee tra di loro, la percentuale più elevata di famiglie "autosufficienti" si registra tra i monoparenti (il 70%) e decresce, in maniera proporzionale, con il diminuire del numero di componenti presenti nel nucleo familiare, fino a toccare la quota del 19% nelle persone sole. Tuttavia, in quest'ultima

categoria familiare, la situazione professionale gioca un ruolo fondamentale nella condizione economica: i pensionati, infatti, rappresentano oltre il 60% delle famiglie monocomponenti considerate "autosufficienti", a cui si deve aggiungere circa un 10% di persone sole in status di "disoccupato".

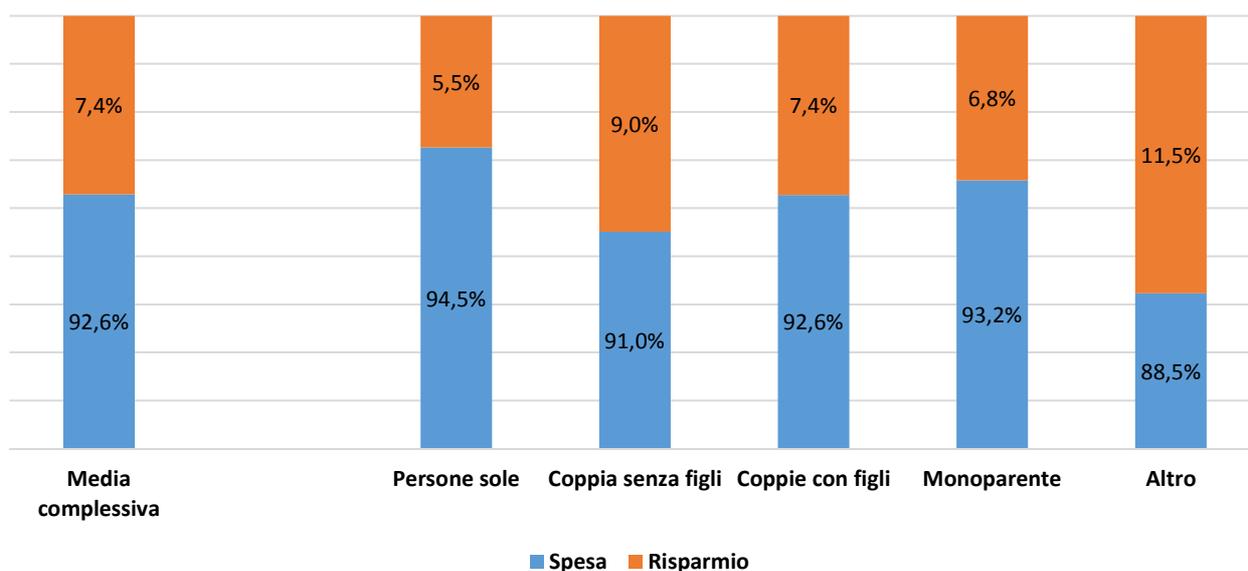
### Tipologia di famiglia e condizione economica familiare. Anno 2018



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

Il rapporto stringente tra queste due variabili, influenza inevitabilmente la capacità di risparmio per tipologia familiare: i nuclei composti da un solo genitore con figli sono quelli che riescono nell'anno a risparmiare mediamente la quota più bassa del reddito (il 6,8%) mentre le coppie senza figli raggiungono il valore più elevato (9%).

### Quota % di risparmio e spesa per tipologia familiare

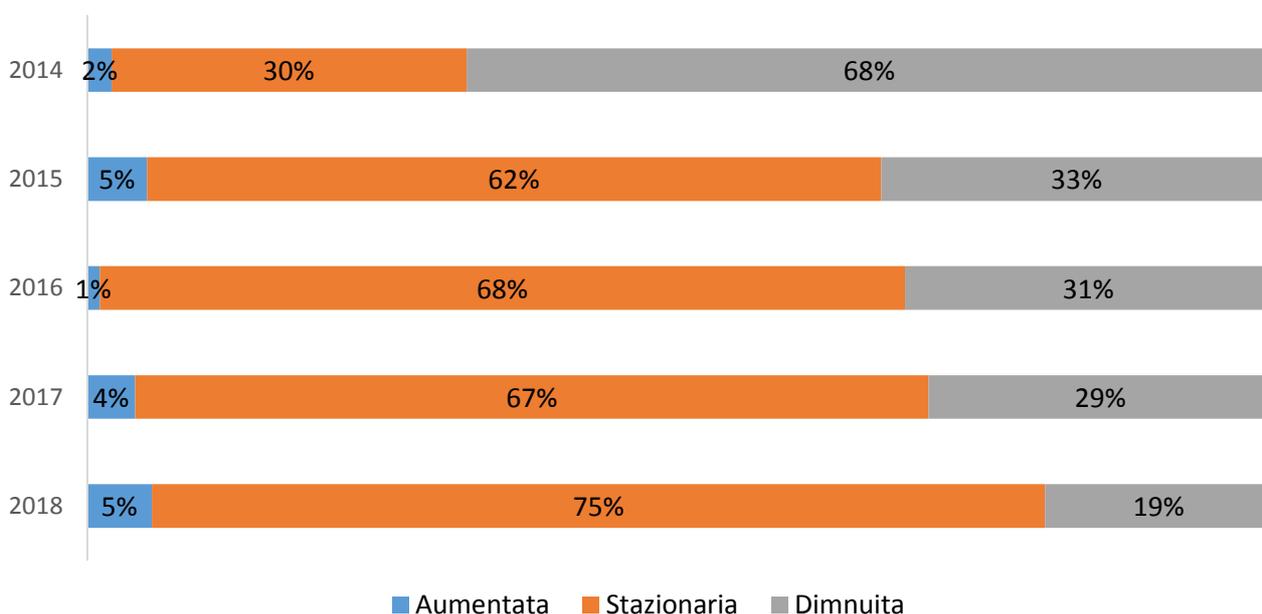


Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

Tra le persone sole, ad influenzare maggiormente la percentuale più contenuta di risparmio, sono proprio i pensionati che mediamente accantonano il 5% del loro reddito, contro il 6,5% dei single occupati.

Nonostante solo quattro famiglie su dieci abbiano dichiarato di aver risparmiato una quota del proprio reddito nel corso del 2018, non sembra che questo abbia determinato peggioramenti della **possibilità economica**. Infatti, nel 2018 tre famiglie su quattro hanno dichiarato che la propria possibilità economica è rimasta stazionaria rispetto all'anno precedente, mentre solo il 19% ne ha rilevato una diminuzione: è un quadro di miglioramento rispetto al triennio precedente, quando almeno tre famiglie su dieci ritenevano in calo le proprie possibilità di spesa.

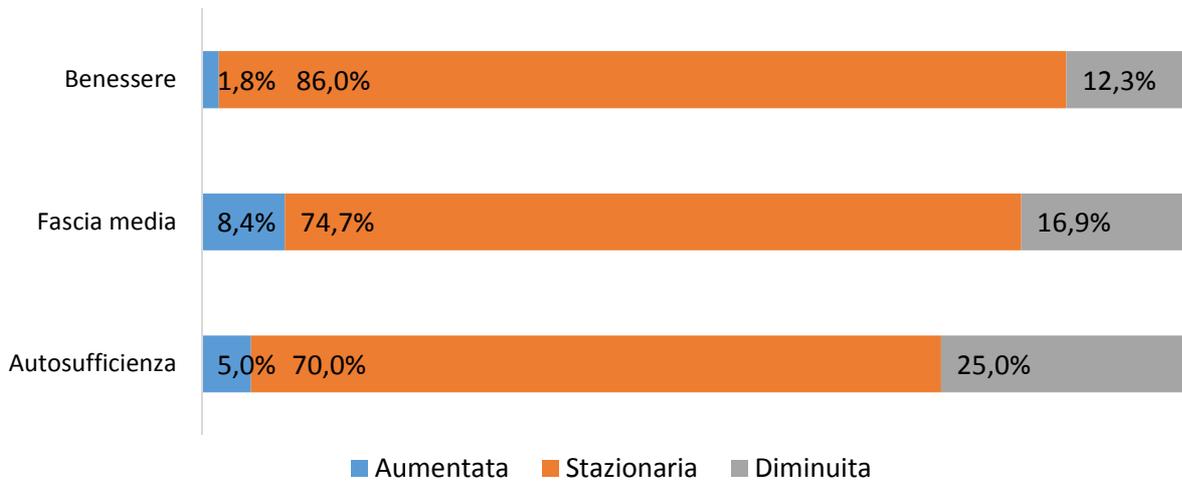
La possibilità economica delle famiglie torinesi. Anni 2018 - 2014



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

Al pari della capacità di risparmio, tuttavia, anche la **possibilità di spesa è determinata dalla condizione economica** del nucleo familiare. Per le famiglie che si collocano in una fascia di benessere, la possibilità economica resta in netta prevalenza stazionaria, mentre risulta in diminuzione solo per il 12,3% di esse. Fra le famiglie di fascia media o in condizioni di autosufficienza aumenta nettamente la percentuale di coloro per i quali nell'ultimo anno la possibilità economica è diminuita ma, d'altro canto, vi è anche una maggiore percentuale di famiglie che rilevano un aumento delle proprie possibilità di spesa.

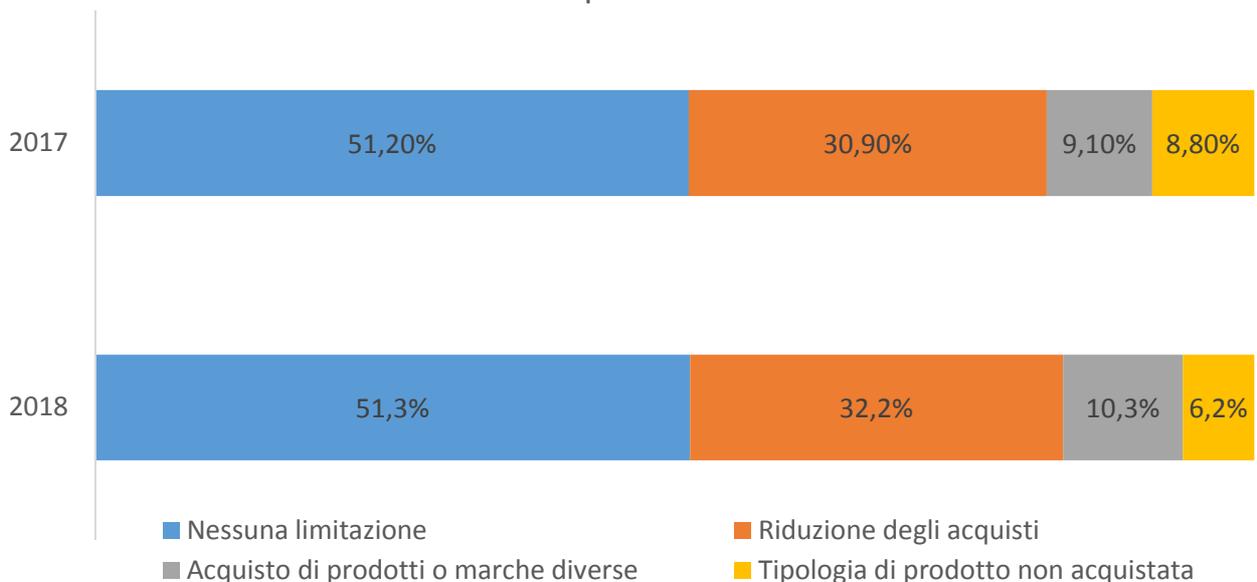
## La possibilità di spesa per condizione economica delle famiglie. Anno 2018



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

Di fatto, i **comportamenti di acquisto** nel 2018 non hanno registrato particolari mutamenti. Nel complesso, infatti, oltre nella metà dei casi le famiglie (51,3%) non hanno effettuato limitazioni degli acquisti, così come risulta in diminuzione nell'ultimo anno la percentuale di casi in cui si è scelto di non acquistare un prodotto (il 6,2% a fronte dell'8,8% del 2017), a favore di chi ha valutato opportuno modificare il proprio comportamento pur di acquistare: ad esempio, riducendo la quantità degli acquisti da effettuare o scegliendo marche differenti.

## Limitazione della spesa. Anni 2018 e 2017 a confronto



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

Come spesso avviene, le spese che hanno subito una riduzione sono quelle non necessarie, quindi relative all'abbigliamento, a viaggi e vacanze così come ai pasti fuori casa. Al contrario, le spese che sono state "preservate" sono quelle necessarie per sostenere i costi per visite mediche, per la cura personale, e ovviamente quelle relative al consumo di alimentari. La scelta di scegliere marche più accessibili avviene più spesso per gli alimentari e le bevande, mentre chi ha dovuto eliminare del tutto alcuni acquisti ha scelto di eliminare spese connesse al tempo libero e, talvolta, i costi per il carburante.

### **Luoghi e comportamenti di acquisto delle famiglie torinesi**

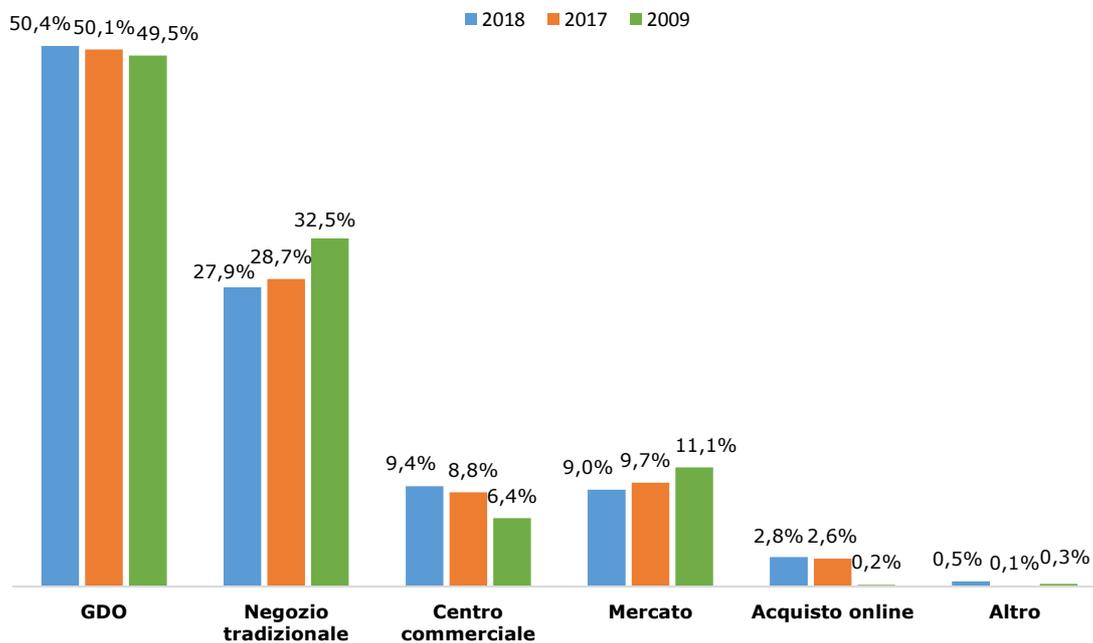
Accanto alla dinamica dei consumi delle famiglie e ai cambiamenti nelle scelte di acquisto legati al contesto socio economico e alle caratteristiche demografiche della popolazione residente nella città metropolitana torinese, anche in questa edizione si è scelto di monitorare le preferenze in tema di luoghi di acquisto nonché l'evolvere di abitudini di consumo emergenti o nuove.

#### **I luoghi di acquisto**

Nel corso del 2018, si è confermato un trend con cui, ormai da almeno un decennio, la minor propensione ad acquistare presso negozi di vicinato o mercati rionali è stata compensata dall'utilizzo del canale della Grande Distribuzione Organizzata, dai negozi localizzati nei centri commerciali e, in forma emergente, dall'E-commerce. In oltre la metà dei casi, prevale quindi l'abitudine ormai consolidata a frequentare esercizi di vendita che offrono la possibilità di acquistare contemporaneamente diverse categorie di prodotti, in maggioranza super e ipermercati (il 41,7%) ma anche hard-discount (l'8,7%). Nel contempo, si rileva un aumento delle preferenze per gli acquisti in centri commerciali (il 9,4%) – anch'essi favoriti dalla contiguità di negozi che possono offrire generi di diverso tipo - mentre cala con evidenza la propensione ad acquistare nei negozi tradizionali (il 27,9%). Sempre più importante da monitorare l'abitudine ad acquistare online, che dieci anni fa era pressoché assente e che oggi riguarda quasi il 3% degli acquisti complessivi.

## I principali luoghi di acquisto.

### Confronto 2018, 2017 e 2009 (risposte multiple, valori %)



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

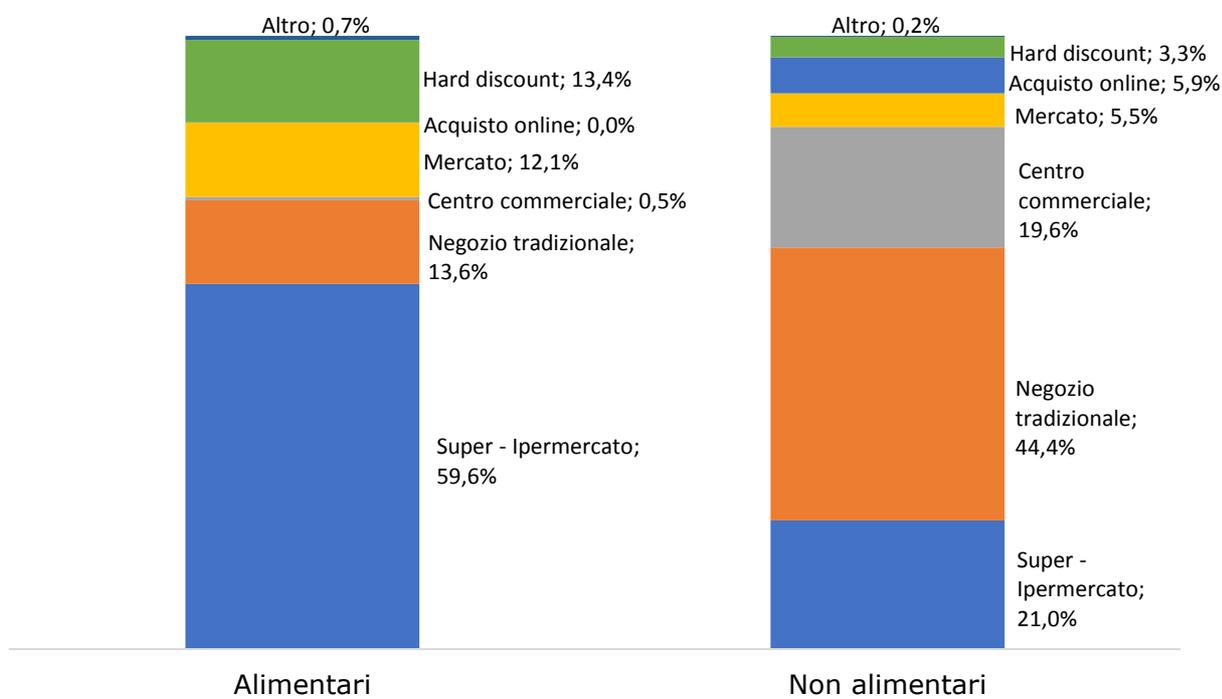
Al netto della diffusione dei canali di acquisto della GDO, la tipologia familiare condiziona la scelta del luogo di acquisto. I nuclei familiari composti da una sola persona più spesso degli altri fanno acquisti presso discount (il 13,1%), mentre le famiglie monoparentali ricorrono con maggior frequenza ai negozi tradizionali (il 31%) e ai centri commerciali (il 10,9%). Se, infine, fra le coppie senza figli è più diffusa la scelta di effettuare spese al mercato (l'11,8%), fra le coppie con figli è più frequente la decisione di acquistare su Internet (il 6,6%).

### Generi e luoghi di acquisto

Le differenze sono decisamente più evidenti se si considera la tipologia di acquisti effettuati. Per i generi alimentari, le famiglie torinesi scelgono prevalentemente in super e ipermercati (il 59,6% delle risposte), mentre le preferenze per hard discount (il 13,4%), negozi tradizionali (il 13,6%) e mercati (il 12,1%) si equiparano. Nel caso degli acquisti di prodotti non alimentari, resta decisamente significativo il peso dei negozi tradizionali (il 44,4% delle scelte), affiancato dalla GDO (il 21%), dai centri commerciali (il 19,6%) e dal ruolo emergente dell'e-commerce (il 5,9%).

## I principali luoghi di acquisto.

### Generi alimentari e non alimentari (risposte multiple, valori %)



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

### Merci e principali luoghi di acquisto

La preferenza per il luogo di acquisto non dipende solo dal genere, alimentare o non, ma dal tipo di prodotto che nello specifico si intende acquistare. Fra i generi alimentari, l'acquisto di pasta e biscotti avviene prevalentemente nella GDO (supermercati 70%; discount 17%); alta anche la frequenza degli acquisti in super e ipermercati di pesce (62%), per il quale tuttavia le famiglie scelgono anche il mercato (il 19%). Il banco al mercato è centrale anche per l'acquisto di frutta e verdura (il 39%), mentre per il pane e per carne e salumi il negozio di vicinato resta un riferimento importante (rispettivamente il 37% e il 26%).

Per i generi non alimentari, il ricorso alla GDO riguarda prevalentemente i prodotti per la casa (il 69%) e quelli deputati alla cura della persona (il 49%), per la quale si fa ricorso anche ai negozi specializzati (il 33%). Anche arredamento, elettrodomestici e abbigliamento vengono acquistati spesso presso i negozi tradizionali, siano essi di vicinato (il 53%, il 46% e il 48%), o localizzati in centri commerciali (rispettivamente il 36, il 40 e il 20%). Ma per queste tre categorie di prodotti sta acquisendo importanza anche il canale di Internet per l'acquisto con percentuali di poco inferiori al 10%.

Nel tempo, i mutamenti nella scelta di luoghi di acquisto ha riguardato tutte le categorie di prodotti, confermando in maniera abbastanza uniforme la preferenza per le grandi strutture di vendita o per spazi caratterizzati da più esercizi commerciali contigui.

**Merchi e principali luoghi di acquisto (valori % su risposte multiple). Anni 2018 e 2009 a confronto**

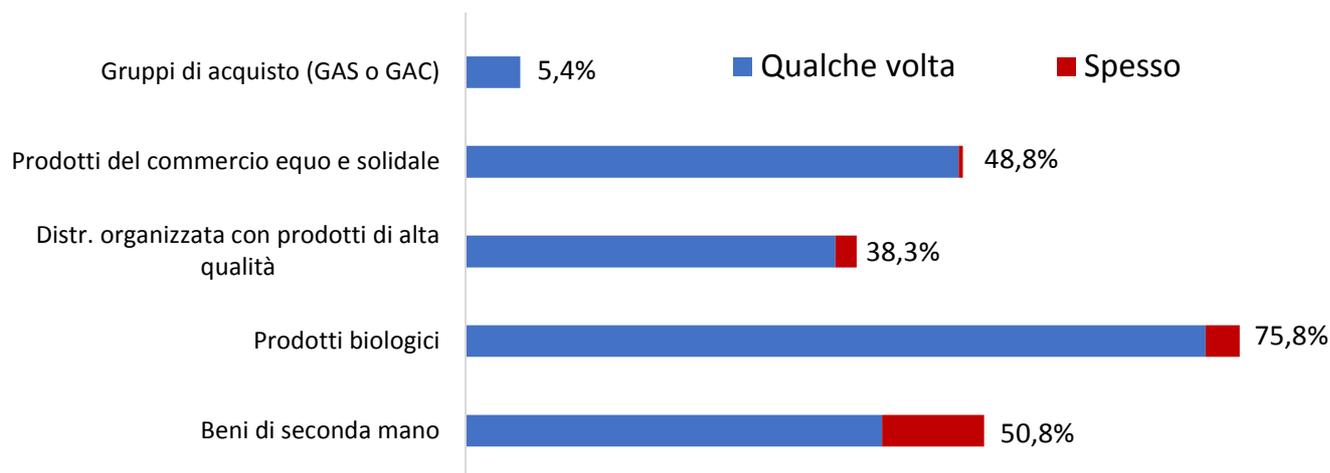
		<b>2018</b>	<b>2009</b>
<b>Pane</b>	<b>Super - Ipermercato</b>	48	15
	<b>Negoziο tradizionale</b>	37	73
<b>Carne e salumi</b>	<b>Super - Ipermercato</b>	51	34
	<b>Negoziο tradizionale</b>	26	45
<b>Pesce</b>	<b>Super - Ipermercato</b>	62	46
	<b>Mercato</b>	19	29
<b>Frutta e verdura</b>	<b>Super - Ipermercato</b>	45	27
	<b>Mercato</b>	39	56
<b>Abbigliamento e calzature</b>	<b>Negoziο tradizionale</b>	48	62
	<b>Centro commerciale</b>	20	18
	<b>Mercato</b>	22	18
	<b>Online</b>	7	0
<b>Arredamento</b>	<b>Negoziο tradizionale</b>	53	76
	<b>Centro commerciale</b>	36	16
	<b>Online</b>	8	0
<b>Elettrodomestici</b>	<b>Negoziο tradizionale</b>	46	48
	<b>Centro commerciale</b>	40	29
	<b>Online</b>	9	0

## Le abitudini di consumo e i canali di acquisto emergenti

A cambiare nel tempo non sono solo le scelte legate ai luoghi di acquisto, ma anche quelle dettate dalla diffusione di nuovi o emergenti comportamenti di consumo e dalla possibilità di adottare diversi canali di acquisto.

Fra le scelte di consumo che stanno ormai trovando ampia partecipazione, vi è quella legata alla preferenza (saltuaria o puntuale) per prodotti biologici – acquistati da quasi 8 famiglie su 10 - e prodotti del commercio equo e solidale – parte del paniere di 5 famiglie su 10. Così come è in via di diffusione la propensione ad acquistare beni di seconda mano, diffusa fra il 51% dei consumatori torinesi, e la scelta di fare acquisti in esercizi della Grande Distribuzione dedicati ai prodotti di alta qualità (il 38% delle famiglie). Risulta, invece, ancora limitata la partecipazione delle famiglie a gruppi di acquisto solidali o collettivi (il 5%), ma bisogna tener conto del fatto che cinque anni fa nessuno fra gli intervistati dichiarava di prendervi parte e che, con molta probabilità, sarà un fenomeno da monitorare nei prossimi anni in forza della maggior attenzione che il consumatore oggi volge alla tracciabilità dei prodotti che consuma.

### Scelte di consumo



### Altri canali di acquisto



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2018

Oltre all'acquisto diretto, si stanno diffondendo anche altre modalità che possono agevolare i consumatori nell'effettuare acquisti: fra questi vi è la possibilità di utilizzare canali di pagamento che forniscono promozioni (ad esempio coupon per siti di social shopping, utilizzati dal 30% dei consumatori), o che consentono rateizzazioni dei pagamenti (adottati dal 56% delle famiglie).

Altro strumento sempre più significativo anche nell'orientare i comportamenti di consumo è Internet, adottato nel 2018 dal 45% delle famiglie intervistate per effettuare acquisti online. In prevalenza è utilizzato da coppie con figli, con età dei capifamiglia compresa fra i 40 e i 65 anni e, come già emerso in precedenza, è d'aiuto prevalentemente nell'acquisto di generi non alimentari, quali ad esempio elettrodomestici, giochi e giocattoli, arredamento e abbigliamento.

ALLEGATO STATISTICO  
ED. 2018

**Tabella 1.1 Tipologia di famiglia e dimensione familiare**

<b>Tipologia famiglia</b>	<b>Nr. componenti</b>				<b>Totale</b>
	1 componente	2 componenti	3 componenti	4 o più componenti	
Persona sola	95				95
Coppie senza figli		46			46
Coppie con figli			34	31	65
Fam. Monoparentale		15	5		20
Altro		8	5	1	14
<b>Totale</b>	<b>95</b>	<b>69</b>	<b>44</b>	<b>32</b>	<b>240</b>

**Tabella 1.2 Età della persona di riferimento e dimensione familiare**

Classe di età	Nr. componenti				Totale
	1 componente	2 componenti	3 componenti	4 o più componenti	
fino a 25					
26-40	4	4	9	10	27
41-65	39	34	34	22	129
oltre 65	52	31	1		84
Totale	95	69	44	32	240

**Tabella 1.3a Età, posizione e condizione professionale della persona di riferimento**  
**a) Occupati**

Classe di età	Condizione professionale							Totale
	Non occupati	Impiegato	Operaio	Altro dipendente	Imprenditore o libero prof.	Lavoratore in proprio	Altro non dipendente	
fino a 25								
26-40	6	6	6		2	5	2	27
41-65	14	20	28	11	13	38	5	129
oltre 65	77				1	5	1	84
<b>Totale</b>	<b>97</b>	<b>26</b>	<b>34</b>	<b>11</b>	<b>16</b>	<b>48</b>	<b>8</b>	<b>240</b>

**Tabella 1.3b Età, posizione e condizione professionale della persona di riferimento**  
**b) Non occupati**

Classe di età	Condizione professionale					Totale
	Occupato	Casalinga	Pensionato	Studente	Disoccupato	
fino a 25						0
26-40	21	4		1	1	27
41-65	115	8	3		3	129
oltre 65	7		77			84
<b>Totale</b>	<b>143</b>	<b>12</b>	<b>80</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>240</b>

**Tabella 1.4 Età e titolo di studio della persona di riferimento**

Classe di età	Titolo di studio						Totale
	Nessun titolo	Licenza elementare	Licenza media inf.	Licenza media sup.	Laurea triennale	Laurea specialistica	
fino a 25							
26-40			9	11	4	3	27
41-65		1	23	86	5	14	129
oltre 65	1	9	25	39	2	8	84
<b>Totale</b>		10	57	136	11	25	240

**Tabella 1.5a Tipologia familiare e percettori di reddito**

Tipologia famiglia	Numero di percettori di reddito			Totale
	Nessun percettore	1 percettore	2 percettori	
Persona sola	54	41		95
Coppie senza figli	19	9	18	46
Coppie con figli		15	50	65
Fam. Monoparentale	2	15	3	20
Altro	3	6	5	14
<b>Totale</b>	<b>78</b>	<b>86</b>	<b>76</b>	<b>240</b>

**Tabella 1.5b Tipologia familiare e fascia di reddito**

Tipologia famiglia	Fascia di reddito familiare						Totale
	Fino a 775,00 Euro	da 776 a 2.066 Euro	Da 2.067 a 3.099 Euro	Da 3.100 a 4.132 Euro	Da 4.133 a 6.197 Euro	Oltre 6.197 Euro	
Persona sola	15	65	15				95
Coppie senza figli		15	24	5	2		46
Coppie con figli		12	32	13	7	1	65
Fam. Monoparentale		15	4		1		20
Altro		9	2	1	2		14
<b>Totale</b>	15	116	77	19	12	1	240

**Tabella 1.6a Dimensione familiare e percettori di reddito**

<b>Nr. componenti famigliari</b>	<b>Numero di percettori di reddito</b>			<b>Totale</b>
	Nessun percettore	1 percettore	2 o più percettori	
1 componente	54	41		95
2 componenti	24	23	22	69
3 componenti		13	31	44
4 o più componenti		9	23	32
<b>Totale</b>	<b>78</b>	<b>86</b>	<b>76</b>	<b>240</b>

**Tabella 1.6b Dimensione familiare e fascia di reddito**

<b>Nr. componenti famigliari</b>	<b>Fascia di reddito familiare</b>						<b>Totale</b>
	Fino a 775,00 Euro	da 776 a 2.066 Euro	Da 2.067 a 3.099 Euro	Da 3.100 a 4.132 Euro	Da 4.133 a 6.197 Euro	Oltre 6.197 Euro	
1 componente	15	65	15				95
2 componenti		31	29	6	3		69
3 componenti		15	17	7	5		44
4 o più componenti		5	16	6	4	1	32
<b>Totale</b>	15	116	77	19	12	1	240

**Tabella 1.7 Età della persona di riferimento e percettori di reddito**

<b>Classe di età</b>	<b>Numero di percettori di reddito</b>			<b>Totale</b>
	Nessun percettore	1 percettore	2 percettori	
fino a 25				
26-40	1	9	17	27
41-65	5	70	54	129
oltre 65	72	7	5	84
<b>Totale</b>	<b>78</b>	<b>86</b>	<b>76</b>	<b>240</b>

**Tabella 1.8 Tipologia familiare e classe demografica**

Tipologia famiglia	Classe demografica										Totale	
	Classe 1	Classe 2	Classe 3	Classe 4	Classe 5	Classe 6	Classe 7	Classe 8	Classe 9	Classe 10		
Persona sola	3	16	24	52								95
Coppie senza figli					7	39						46
Coppie con figli							34	31				65
Fam. Monoparentale									20			20
Altro										14		14
<b>Totale</b>	<b>3</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>52</b>	<b>7</b>	<b>39</b>	<b>34</b>	<b>31</b>	<b>20</b>	<b>14</b>		<b>240</b>

**Tabella 1.9 Dimensione familiare e classe demografica**

Nr. componenti	Classe demografica										Totale	
	Classe 1	Classe 2	Classe 3	Classe 4	Classe 5	Classe 6	Classe 7	Classe 8	Classe 9	Classe 10		
1 componente	3	16	24	52								95
2 componenti					7	39			15	8		69
3 componenti							34		5	5		44
4 o più componenti								31		1		32
<b>Totale</b>	<b>3</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>52</b>	<b>7</b>	<b>39</b>	<b>34</b>	<b>31</b>	<b>20</b>	<b>14</b>		<b>240</b>

**Tabella 1.10 Età della persona di riferimento e classe demografica**

Classe di età	Classe demografica										Totale	
	Classe 1	Classe 2	Classe 3	Classe 4	Classe 5	Classe 6	Classe 7	Classe 8	Classe 9	Classe 10		
fino a 25												
26-40	3	1			3		5	10	1	4		27
41-65		15	24		4	14	28	21	16	7		129
oltre 65				52		25	1		3	3		84
<b>Totale</b>	<b>3</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>52</b>	<b>7</b>	<b>39</b>	<b>34</b>	<b>31</b>	<b>20</b>	<b>14</b>		<b>240</b>

Tabella 2.1 Consumi medi mensili per dimensione della famiglia

Categorie	Nr. componenti					Totale
	1 componente	2 componenti	3 componenti	4 componenti	5 o più componenti	
<b>Totale spese alimentari</b>	<b>291</b>	<b>429</b>	<b>467</b>	<b>538</b>	<b>513</b>	<b>396</b>
Pane e cereali	38	56	65	82	61	54
Carni e salumi	58	86	102	123	102	83
Pesce	14	26	32	25	0	22
Olii, grassi e salse	9	10	13	16	24	11
Latte, formaggi e uova	38	64	69	76	101	56
Legumi e ortaggi	37	57	54	59	44	49
Frutta	28	42	36	42	61	35
Dolciumi e drogheria	30	42	40	55	85	39
<i>Bevande</i>	24	30	36	33	34	29
- bevande alcoliche	12	15	13	10	0	13
- bevande analcoliche	12	15	24	23	34	16
Alimenti per bambini	0	0	0	4	0	1
Cibi pronti, da asporto, gastronomia	15	17	18	23	0	17
<b>Totale spese non alimentari</b>	<b>1475</b>	<b>2254</b>	<b>2627</b>	<b>3245</b>	<b>3009</b>	<b>2145</b>
<b>Tabacchi</b>	<b>16</b>	<b>42</b>	<b>27</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>28</b>
<b>Totale vestiario, calzature</b>	<b>57</b>	<b>97</b>	<b>110</b>	<b>207</b>	<b>202</b>	<b>98</b>
- abbigliamento	37	65	71	128	135	64
- calzature	20	32	40	79	66	35
<b>Totale Abitazione</b>	<b>647</b>	<b>872</b>	<b>860</b>	<b>921</b>	<b>1125</b>	<b>788</b>
- affitto e subaffitto	111	131	194	67	0	126
- valore locativo	450	632	531	723	920	554
- spese condominio	64	75	94	87	116	76
- imposta rifiuti	17	27	31	29	56	24
- assicurazione casa	5	8	10	15	33	8
<b>Totale combustibili, energia elettrica</b>	<b>141</b>	<b>193</b>	<b>198</b>	<b>198</b>	<b>235</b>	<b>174</b>
- energia elettrica	29	43	45	46	31	38
- acqua	14	23	27	29	23	21
- gas, kerosene, ecc.	33	67	44	49	36	47
- riscald. centralizzato	64	60	81	74	145	68
<b>Totale mobili, arredamenti e gestione casa</b>	<b>116</b>	<b>179</b>	<b>280</b>	<b>291</b>	<b>422</b>	<b>188</b>
- mobili, arredamenti	18	21	96	98	56	44
- coperte, tessuti, tappeti, ecc.	3	12	5	2	10	6
- oggetti casa, detersivi, ecc.	33	49	57	55	10	45
- cucina, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	34	51	75	80	347	54
- gestione casa (COLF)	28	46	47	49	0	39
<b>Totale servizi domestici (assistenza)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>37</b>	<b>90</b>	<b>30</b>	<b>19</b>
- Asili nido	0	0	24	55	30	12
- Assistenza anziani/disabili	0	0	14	35	0	7
<b>Totale servizi sanitari, salute</b>	<b>71</b>	<b>132</b>	<b>117</b>	<b>81</b>	<b>130</b>	<b>98</b>
- onorari medici, analisi, ecc.	34	43	56	28	79	40
- medicinali, tickets, ecc.	28	53	39	30	13	37
- occhiali, protesi, ecc.	9	35	22	23	38	21
<b>Totale trasporti e comunicazioni</b>	<b>168</b>	<b>302</b>	<b>406</b>	<b>510</b>	<b>317</b>	<b>295</b>
- auto, moto (acquisto) -VOCE NON TOTALIZZATA	23	4	102	137	32	47
- assicurazione, bolli	33	62	92	112	69	63
- benzina, gasolio, biglietti bus, parcheggi, ecc.	49	108	146	168	70	99
- biglietti aereo, treno, ecc.	13	15	29	48	0	21
- telefono (acquisto), bolletta	25	31	54	59	45	36
- accessori auto, pneumatici, ecc.	19	43	38	60	0	35
- spese postali e telefoniche	10	13	13	21	84	13
- altri consumi per trasporti	19	31	34	40	49	28
<b>Totale istruzione</b>	<b>2</b>	<b>17</b>	<b>59</b>	<b>122</b>	<b>66</b>	<b>32</b>
- rette, tasse scolastiche (eccetto mense scolastiche)	1	12	38	73	30	21
- libri scolastici	1	2	9	18	16	5
- Mense scolastiche	0	2	11	31	19	7
<b>Totale ricreazione, spettacolo, cultura</b>	<b>74</b>	<b>128</b>	<b>123</b>	<b>232</b>	<b>205</b>	<b>119</b>
- giornali e libri non scolastici	23	28	26	44	5	28
- articoli sportivi e per il tempo libero	18	50	35	71	123	38
- apparecchi radio, tv, hifi, ecc.	11	24	9	22	26	16
- altre voci tempo libero	22	25	53	95	50	38
<b>Totale altri beni e servizi</b>	<b>175</b>	<b>262</b>	<b>335</b>	<b>474</b>	<b>247</b>	<b>268</b>
- cura e igiene personale	32	53	55	59	17	46
- vacanze	60	69	140	238	33	100
- pasti fuori casa	51	85	89	114	94	76
- effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	8	11	13	20	29	11
- altre voci	24	43	39	44	74	35
<b>Totale previdenza e salute</b>	<b>9</b>	<b>31</b>	<b>75</b>	<b>82</b>	<b>30</b>	<b>37</b>
- Assicurazione salute e infortuni	4	15	32	16	0	14
- Assicurazione vita e/o previdenza	5	16	43	67	30	23
<b>Totale consumi familiari</b>	<b>1766</b>	<b>2684</b>	<b>3093</b>	<b>3783</b>	<b>3522</b>	<b>2541</b>
<b>Numero di famiglie</b>	<b>95</b>	<b>69</b>	<b>44</b>	<b>31</b>	<b>1</b>	<b>240</b>

Tabella 2.2 Consumi medi mensili per tipologia della famiglia

Categorie	Tipologia famiglia					Totale
	Persona sola	Coppie senza figli	Coppie con figli	Fam. Monoparentale	Altro	
<b>Totale spese alimentari</b>	<b>291</b>	<b>436</b>	<b>503</b>	<b>457</b>	<b>393</b>	<b>396</b>
Pane e cereali	38	57	75	57	47	54
Carni e salumi	58	85	113	104	69	83
Pesce	14	26	28	35	20	22
Olii, grassi e salse	9	10	14	11	13	11
Latte, formaggi e uova	38	59	76	84	42	56
Legumi e ortaggi	37	61	54	48	62	49
Frutta	28	46	38	33	39	35
Dolciumi e drogheria	30	38	48	48	44	39
<i>Bevande:</i>	24	30	36	23	41	29
- bevande alcoliche	12	15	11	6	25	13
- bevande analcoliche	12	15	25	17	16	16
Alimenti per bambini	0	0	2	0	0	1
Cibi pronti, da asporto, gastronomia	15	23	18	15	17	17
<b>Totale spese non alimentari</b>	<b>1475</b>	<b>2426</b>	<b>2968</b>	<b>2144</b>	<b>1950</b>	<b>2145</b>
<b>Tabacchi</b>	<b>16</b>	<b>37</b>	<b>31</b>	<b>53</b>	<b>29</b>	<b>28</b>
<b>Totale vestiario, calzature</b>	<b>57</b>	<b>110</b>	<b>159</b>	<b>102</b>	<b>51</b>	<b>98</b>
- abbigliamento	37	75	100	66	32	64
- calzature	20	35	59	36	19	35
<b>Totale Abitazione</b>	<b>647</b>	<b>937</b>	<b>911</b>	<b>758</b>	<b>730</b>	<b>788</b>
- affitto e subaffitto	111	111	119	177	234	126
- valore locativo	450	711	655	485	382	554
- spese condominio	64	78	94	69	76	76
- imposta rifiuti	17	29	31	21	27	24
- assicurazione casa	5	8	12	6	11	8
<b>Totale combustibili, energia elettrica</b>	<b>141</b>	<b>213</b>	<b>199</b>	<b>161</b>	<b>173</b>	<b>174</b>
- energia elettrica	29	48	46	32	38	38
- acqua	14	24	28	20	28	21
- gas, kerosene, ecc.	33	71	45	54	61	47
- riscald. centralizzato	64	70	80	55	46	68
<b>Totale mobili, arredamenti</b>	<b>116</b>	<b>191</b>	<b>312</b>	<b>147</b>	<b>150</b>	<b>188</b>
- mobili, arredamenti	18	20	104	40	21	44
- coperte, tessuti, tappeti, ecc.	3	16	4	3	4	6
- oggetti casa, detersivi, ecc.	33	47	58	54	48	45
- cucina, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	34	62	91	24	29	54
- gestione casa (COLF)	28	47	53	25	45	39
<b>Totale servizi domestici (assistenza)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>43</b>	<b>0</b>	<b>121</b>	<b>19</b>
- Asili nido	0	0	43	0	0	12
- Assistenza anziani/disabili	0	0	0	0	121	7
<b>Totale servizi sanitari, salute</b>	<b>71</b>	<b>152</b>	<b>95</b>	<b>106</b>	<b>112</b>	<b>98</b>
- onorari medici, analisi, ecc.	34	48	47	32	35	40
- medicinali, tickets, ecc.	28	56	34	59	25	37
- occhiali, protesi, ecc.	9	48	14	15	52	21
<b>Totale trasporti e comunicazioni</b>	<b>168</b>	<b>344</b>	<b>472</b>	<b>275</b>	<b>205</b>	<b>295</b>
- auto, moto (acquisto) -VOCE NON TOTALIZZATA	23	1	134	11	3	47
- assicurazione, bolli	33	71	109	56	28	63
- benzina, gasolio, biglietti bus, parcheggi, ecc.	49	128	164	91	56	99
- biglietti aereo, treno, ecc.	13	12	40	24	12	21
- telefono (acquisto), bolletta	25	33	56	33	38	36
- accessori auto, pneumatici, ecc.	19	53	47	35	21	35
- spese postali e telefoniche	10	14	15	11	24	13
- altri consumi per trasporti	19	33	38	26	25	28
<b>Totale istruzione</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>92</b>	<b>80</b>	<b>0</b>	<b>32</b>
- rette, tasse scolastiche, ecc.	1	0	57	59	0	21
- libri scolastici	1	0	13	13	0	5
- Mense scolastiche	0	0	22	9	0	7
<b>Totale ricreazione, spettacolo, cultura</b>	<b>74</b>	<b>129</b>	<b>169</b>	<b>131</b>	<b>148</b>	<b>119</b>
- giornali e libri non scolastici	23	30	33	16	43	28
- articoli sportivi e per il tempo libero	18	44	46	74	59	38
- apparecchi radio, tv, hifi, ecc.	11	27	15	12	23	16
- altre voci tempo libero	22	28	74	29	23	38
<b>Totale altri beni e servizi</b>	<b>175</b>	<b>269</b>	<b>404</b>	<b>312</b>	<b>206</b>	<b>268</b>
- cura e igiene personale	32	56	56	64	30	46
- vacanze	60	63	186	101	94	100
- pasti fuori casa	51	94	105	90	36	76
- effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	8	10	16	14	13	11
- altre voci	24	46	42	42	33	35
<b>Totale previdenza e salute</b>	<b>9</b>	<b>43</b>	<b>82</b>	<b>18</b>	<b>25</b>	<b>37</b>
- Assicurazione salute e infortuni	4	19	23	12	20	14
- Assicurazione vita e/o previdenza	5	23	59	6	5	23
<b>Totale consumi familiari</b>	<b>1766</b>	<b>2862</b>	<b>3471</b>	<b>2600</b>	<b>2342</b>	<b>2541</b>
<b>Numero di famiglie</b>	<b>95</b>	<b>46</b>	<b>65</b>	<b>20</b>	<b>14</b>	<b>240</b>

Tabella 2.3 Consumi medi mensili per età della persona di riferimento

Categorie	Classi di età				Totale
	fino a 25	26-40	41-65	oltre 65	
<b>Totale spese alimentari</b>	<b>429</b>	<b>424</b>	<b>341</b>	<b>396</b>	
Pane e cereali	68	56	46	54	
Carni e salumi	93	92	66	83	
Pesce	18	24	21	22	
Olii, grassi e salse	15	12	8	11	
Latte, formaggi e uova	70	60	46	56	
Legumi e ortaggi	51	46	52	49	
Frutta	28	37	36	35	
Dolciumi e drogheria	36	44	32	39	
<i>Bevande</i>	31	35	19	29	
- bevande alcoliche	15	16	8	13	
- bevande analcoliche	17	20	11	16	
Alimenti per bambini	5	0	0	1	
Cibi pronti, da asporto, gastronomia	15	19	15	17	
<b>Totale spese non alimentari</b>	<b>2250</b>	<b>2386</b>	<b>1742</b>	<b>2145</b>	
<b>Tabacchi</b>	<b>41</b>	<b>36</b>	<b>12</b>	<b>28</b>	
<b>Totale vestiario, calzature</b>	<b>97</b>	<b>120</b>	<b>66</b>	<b>98</b>	
- abbigliamento	62	76	45	64	
- calzature	35	44	21	35	
<b>Totale Abitazione</b>	<b>732</b>	<b>812</b>	<b>770</b>	<b>788</b>	
- affitto e subaffitto	319	109	89	126	
- valore locativo	314	590	576	554	
- spese condominio	71	78	75	76	
- imposta rifiuti	21	26	22	24	
- assicurazione casa	7	9	7	8	
<b>Totale combustibili, energia elettrica</b>	<b>147</b>	<b>179</b>	<b>174</b>	<b>174</b>	
- energia elettrica	31	41	36	38	
- acqua	23	23	18	21	
- gas, kerosene, ecc.	26	51	47	47	
- riscald. centralizzato	68	64	74	68	
<b>Totale mobili, arredamenti</b>	<b>308</b>	<b>185</b>	<b>155</b>	<b>188</b>	
- mobili, arredamenti	121	42	22	44	
- coperte, tessuti, tappeti, ecc.	4	4	9	6	
- oggetti casa, detersivi, ecc.	54	48	37	45	
- cucina, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	87	53	44	54	
- gestione casa (COLF)	42	36	43	39	
<b>Totale servizi domestici (assistenza)</b>	<b>70</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>19</b>	
- Asili nido	70	7	0	12	
- Assistenza anziani/disabili	0	13	0	7	
<b>Totale servizi sanitari, salute</b>	<b>39</b>	<b>104</b>	<b>108</b>	<b>98</b>	
- onorari medici, analisi, ecc.	15	45	40	40	
- medicinali, tickets, ecc.	15	38	44	37	
- occhiali, protesi, ecc.	9	22	23	21	
<b>Totale trasporti e comunicazioni</b>	<b>281</b>	<b>367</b>	<b>190</b>	<b>295</b>	
- auto, moto (acquisto) -VOCE NON TOTALIZZATA	181	49	0	47	
- assicurazione, bolli	60	77	42	63	
- benzina, gasolio, biglietti bus, parcheggi, ecc.	95	129	55	99	
- biglietti aereo, treno, ecc.	28	29	8	21	
- telefono (acquisto), bolletta	38	41	28	36	
- accessori auto, pneumatici, ecc.	9	45	27	35	
- spese postali e telefoniche	25	14	8	13	
- altri consumi per trasporti	26	32	22	28	
<b>Totale istruzione</b>	<b>51</b>	<b>49</b>	<b>0</b>	<b>32</b>	
- rette, tasse scolastiche, ecc.	21	34	0	21	
- libri scolastici	4	8	0	5	
- Mense scolastiche	26	7	0	7	
<b>Totale ricreazione, spettacolo, cultura</b>	<b>156</b>	<b>136</b>	<b>82</b>	<b>119</b>	
- giornali e libri non scolastici	36	24	31	28	
- articoli sportivi e per il tempo libero	44	46	22	38	
- apparecchi radio, tv, hifi, ecc.	9	23	8	16	
- altre voci tempo libero	68	42	21	38	
<b>Totale altri beni e servizi</b>	<b>290</b>	<b>325</b>	<b>174</b>	<b>268</b>	
- cura e igiene personale	47	53	34	46	
- vacanze	108	126	58	100	
- pasti fuori casa	96	89	50	76	
- effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	9	15	7	11	
- altre voci	30	42	26	35	
<b>Totale previdenza e salute</b>	<b>38</b>	<b>53</b>	<b>11</b>	<b>37</b>	
- Assicurazione salute e infortuni	7	19	7	14	
- Assicurazione vita e/o previdenza	30	34	4	23	
<b>Totale consumi familiari</b>	<b>2679</b>	<b>2810</b>	<b>2083</b>	<b>2541</b>	
<b>Numero di famiglie</b>	<b>27</b>	<b>129</b>	<b>84</b>	<b>240</b>	

Tabella 2.4a Consumi medi mensili per posizione e condizione professionale della persona di riferimento

a) Occupati

Categorie	Condizione professionale							Totale
	Non occupati	Impiegato	Operaio	Altro dipendente	Imprenditore o libero prof.	Lavoratore in proprio	Altro non dipendente	
<b>Totale spese alimentari</b>	<b>369</b>	<b>439</b>	<b>379</b>	<b>452</b>	<b>444</b>	<b>408</b>	<b>399</b>	<b>396</b>
Pane e cereali	50	60	47	53	63	60	55	54
Carni e salumi	72	102	80	100	96	88	77	83
Pesce	22	23	20	35	30	17	21	22
Olii, grassi e salse	10	12	12	16	6	14	8	11
Latte, formaggi e uova	50	65	52	74	65	59	65	56
Legumi e ortaggi	52	48	48	55	46	42	41	49
Frutta	38	34	29	43	34	35	35	35
Dolciumi e drogheria	36	39	35	46	50	40	41	39
<i>Bevande</i>	22	39	36	20	31	31	49	29
- bevande alcoliche	8	14	20	5	13	17	19	13
- bevande analcoliche	14	25	16	14	18	14	31	16
Alimenti per bambini	0	0	0	0	1	2	0	1
Cibi pronti, da asporto, gastronomia	16	17	20	11	21	19	7	17
<b>Totale spese non alimentari</b>	<b>1921</b>	<b>1857</b>	<b>1658</b>	<b>3304</b>	<b>3219</b>	<b>2564</b>	<b>1622</b>	<b>2145</b>
<b>Tabacchi</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>51</b>	<b>32</b>	<b>42</b>	<b>48</b>	<b>32</b>	<b>28</b>
<b>Totale vestiario, calzature</b>	<b>91</b>	<b>87</b>	<b>76</b>	<b>197</b>	<b>127</b>	<b>114</b>	<b>31</b>	<b>98</b>
- abbigliamento	61	54	49	120	85	70	22	64
- calzature	30	33	27	78	42	44	9	35
<b>Totale Abitazione</b>	<b>788</b>	<b>677</b>	<b>637</b>	<b>953</b>	<b>992</b>	<b>874</b>	<b>654</b>	<b>788</b>
- affitto e subaffitto	82	177	264	72	63	102	247	126
- valore locativo	591	419	294	709	806	658	315	554
- spese condominio	84	53	56	116	84	77	65	76
- imposta rifiuti	23	22	17	44	28	27	22	24
- assicurazione casa	8	7	7	13	10	10	5	8
<b>Totale combustibili, energia elettrica</b>	<b>177</b>	<b>152</b>	<b>145</b>	<b>186</b>	<b>203</b>	<b>193</b>	<b>148</b>	<b>174</b>
- energia elettrica	36	31	28	50	49	49	33	38
- acqua	18	23	19	22	23	26	25	21
- gas, kerosene, ecc.	41	37	38	43	70	66	37	47
- riscald. centralizzato	81	61	61	71	61	53	53	68
<b>Totale mobili, arredamenti</b>	<b>160</b>	<b>129</b>	<b>118</b>	<b>273</b>	<b>330</b>	<b>266</b>	<b>154</b>	<b>188</b>
- mobili, arredamenti	26	40	3	62	41	112	11	44
- coperte, tessuti, tappeti, ecc.	8	4	4	4	7	4	3	6
- oggetti casa, detersivi, ecc.	40	48	57	35	50	42	69	45
- cucina, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	46	29	45	52	139	59	54	54
- gestione casa (COLF)	40	8	8	105	94	48	13	39
<b>Totale servizi domestici (assistenza)</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>135</b>	<b>59</b>	<b>29</b>	<b>0</b>	<b>19</b>
- Asili nido	0	0	1	35	59	29	0	12
- Assistenza anziani/disabili	6	0	0	100	0	0	0	7
<b>Totale servizi sanitari, salute</b>	<b>101</b>	<b>71</b>	<b>46</b>	<b>89</b>	<b>200</b>	<b>119</b>	<b>61</b>	<b>98</b>
- onorari medici, analisi, ecc.	34	20	15	38	101	63	25	40
- medicinali, tickets, ecc.	41	35	26	23	80	31	19	37
- occhiali, protesi, ecc.	26	16	4	28	18	25	17	21
<b>Totale trasporti e comunicazioni</b>	<b>231</b>	<b>271</b>	<b>242</b>	<b>461</b>	<b>498</b>	<b>387</b>	<b>198</b>	<b>295</b>
- auto, moto (acquisto) -VOCE NON TOTALIZZATA	28	18	22	57	250	25	191	47
- assicurazione, bolli	49	52	54	92	130	77	35	63
- benzina, gasolio, biglietti bus, parcheggi, ecc.	67	93	82	172	187	138	69	99
- biglietti aereo, treno, ecc.	16	18	12	58	21	35	0	21
- telefono (acquisto), bolletta	34	41	38	36	54	32	41	36
- accessori auto, pneumatici, ecc.	32	29	25	38	45	49	10	35
- spese postali e telefoniche	10	16	13	24	19	14	9	13
- altri consumi per trasporti	22	22	18	40	40	41	34	28
<b>Totale istruzione</b>	<b>14</b>	<b>45</b>	<b>30</b>	<b>68</b>	<b>74</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>32</b>
- rette, tasse scolastiche, ecc.	8	8	24	52	63	27	30	21
- libri scolastici	2	5	5	9	10	6	7	5
- Mense scolastiche	4	32	1	7	0	7	0	7
<b>Totale ricreazione, spettacolo, cultura</b>	<b>107</b>	<b>94</b>	<b>89</b>	<b>242</b>	<b>169</b>	<b>139</b>	<b>90</b>	<b>119</b>
- giornali e libri non scolastici	29	24	15	56	33	29	31	28
- articoli sportivi e per il tempo libero	30	17	33	67	91	47	10	38
- apparecchi radio, tv, hifi, ecc.	19	4	14	46	6	17	7	16
- altre voci tempo libero	30	49	27	73	39	46	41	38
<b>Totale altri beni e servizi</b>	<b>211</b>	<b>295</b>	<b>214</b>	<b>603</b>	<b>387</b>	<b>305</b>	<b>186</b>	<b>268</b>
- cura e igiene personale	35	40	38	72	72	60	49	46
- vacanze	91	136	73	264	95	96	24	100
- pasti fuori casa	51	85	64	168	129	94	56	76
- effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	9	12	9	44	13	10	6	11
- altre voci	25	22	29	56	78	45	51	35
<b>Totale previdenza e salute</b>	<b>23</b>	<b>26</b>	<b>9</b>	<b>63</b>	<b>140</b>	<b>50</b>	<b>32</b>	<b>37</b>
- Assicurazione salute e infortuni	10	12	8	18	38	18	3	14
- Assicurazione vita e/o previdenza	13	15	1	45	102	31	28	23
<b>Totale consumi familiari</b>	<b>2290</b>	<b>2296</b>	<b>2037</b>	<b>3756</b>	<b>3663</b>	<b>2972</b>	<b>2020</b>	<b>2541</b>
<b>Numero di famiglie</b>	<b>97</b>	<b>26</b>	<b>34</b>	<b>11</b>	<b>16</b>	<b>48</b>	<b>8</b>	<b>240</b>

**Tabella 2.4b Consumi medi mensili per posizione e condizione professionale della persona di riferimento**  
**b) Non Occupati**

Categorie	Condizione professionale					Totale
	Occupato	Casalinga	Pensionato	Studente	Disoccupato	
<b>Totale spese alimentari</b>	<b>414</b>	<b>574</b>	<b>350</b>	<b>269</b>	<b>166</b>	<b>396</b>
Pane e cereali	56	94	45	15	27	54
Carni e salumi	90	116	67	117	32	83
Pesce	22	38	21	0	0	22
Olii, grassi e salse	12	15	9	12	6	11
Latte, formaggi e uova	61	71	49	25	20	56
Legumi e ortaggi	46	60	53	21	33	49
Frutta	34	50	37	20	19	35
Dolciumi e drogheria	40	70	32	21	13	39
<i>Bevande</i>	34	39	20	38	17	29
- bevande alcoliche	16	9	8	17	4	13
- bevande analcoliche	18	30	12	21	13	16
Alimenti per bambini	1	2	0	0	0	1
Cibi pronti, da asporto, gastronomia	18	20	17	0	0	17
<b>Totale spese non alimentari</b>	<b>2298</b>	<b>3479</b>	<b>1737</b>	<b>1208</b>	<b>1087</b>	<b>2145</b>
<b>Tabacchi</b>	<b>39</b>	<b>36</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>28</b>
<b>Totale vestiario, calzature</b>	<b>103</b>	<b>271</b>	<b>67</b>	<b>35</b>	<b>33</b>	<b>98</b>
- abbigliamento	65	186	46	14	13	64
- calzature	38	84	22	21	20	35
<b>Totale Abitazione</b>	<b>789</b>	<b>1020</b>	<b>770</b>	<b>440</b>	<b>538</b>	<b>788</b>
- affitto e subaffitto	156	59	78	370	142	126
- valore locativo	529	794	584	0	285	554
- spese condominio	71	121	78	58	94	76
- imposta rifiuti	25	29	22	12	17	24
- assicurazione casa	9	18	7	0	0	8
<b>Totale combustibili, energia elettrica</b>	<b>172</b>	<b>212</b>	<b>175</b>	<b>105</b>	<b>123</b>	<b>174</b>
- energia elettrica	40	50	35	17	29	38
- acqua	23	26	17	21	17	21
- gas, kerosene, ecc.	51	44	43	15	14	47
- riscald. centralizzato	59	93	80	52	63	68
<b>Totale mobili, arredamenti</b>	<b>207</b>	<b>245</b>	<b>155</b>	<b>73</b>	<b>22</b>	<b>188</b>
- mobili, arredamenti	56	57	23	21	0	44
- coperte, tessuti, tappeti, ecc.	4	6	9	0	3	6
- oggetti casa, detersivi, ecc.	48	65	37	21	16	45
- cucina, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	58	70	46	0	0	54
- gestione casa (COLF)	39	48	40	31	4	39
<b>Totale servizi domestici (assistenza)</b>	<b>27</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>19</b>
- Asili nido	19	0	0	0	0	12
- Assistenza anziani/disabili	8	0	8	0	0	7
<b>Totale servizi sanitari, salute</b>	<b>96</b>	<b>87</b>	<b>108</b>	<b>28</b>	<b>34</b>	<b>98</b>
- onorari medici, analisi, ecc.	44	19	38	0	9	40
- medicinali, tickets, ecc.	35	57	40	28	25	37
- occhiali, protesi, ecc.	17	10	30	0	0	21
<b>Totale trasporti e comunicazioni</b>	<b>339</b>	<b>574</b>	<b>182</b>	<b>103</b>	<b>205</b>	<b>295</b>
- auto, moto (acquisto) -VOCE NON TOTALIZZATA	60	219	0	0	7	47
- assicurazione, bolli	72	113	41	0	29	63
- benzina, gasolio, biglietti bus, parcheggi, ecc.	121	196	48	0	77	99
- biglietti aereo, treno, ecc.	25	69	8	0	13	21
- telefono (acquisto), bolletta	38	65	29	20	36	36
- accessori auto, pneumatici, ecc.	36	66	28	0	10	35
- spese postali e telefoniche	15	18	8	83	19	13
- altri consumi per trasporti	31	44	19	0	20	28
<b>Totale istruzione</b>	<b>44</b>	<b>103</b>	<b>0</b>	<b>145</b>	<b>3</b>	<b>32</b>
- rette, tasse scolastiche, ecc.	29	57	0	96	3	21
- libri scolastici	6	15	0	49	0	5
- Mense scolastiche	9	30	0	0	0	7
<b>Totale ricreazione, spettacolo, cultura</b>	<b>128</b>	<b>265</b>	<b>86</b>	<b>140</b>	<b>44</b>	<b>119</b>
- giornali e libri non scolastici	27	15	32	40	4	28
- articoli sportivi e per il tempo libero	43	79	23	29	11	38
- apparecchi radio, tv, hifi, ecc.	14	75	11	4	9	16
- altre voci tempo libero	43	97	21	67	20	38
<b>Totale altri beni e servizi</b>	<b>307</b>	<b>549</b>	<b>168</b>	<b>141</b>	<b>86</b>	<b>268</b>
- cura e igiene personale	53	42	35	21	18	46
- vacanze	107	286	65	53	19	100
- pasti fuori casa	93	165	36	35	28	76
- effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	13	22	8	0	2	11
- altre voci	42	34	24	32	19	35
<b>Totale previdenza e salute</b>	<b>46</b>	<b>117</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>37</b>
- Assicurazione salute e infortuni	16	36	7	0	0	14
- Assicurazione vita e/o previdenza	30	81	3	0	0	23
<b>Totale consumi familiari</b>	<b>2711</b>	<b>4053</b>	<b>2088</b>	<b>1477</b>	<b>1254</b>	<b>2541</b>
<b>Numero di famiglie</b>	<b>143</b>	<b>12</b>	<b>80</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>240</b>

Tabella 2.5 Consumi medi mensili per titolo di studio della persona di riferimento

Categorie	Titolo di studio						Totale
	Nessun titolo	Licenza elementare	Licenza media inf.	Licenza media sup.	Laurea triennale	Laurea specialistica	
<b>Totale spese alimentari</b>	<b>633</b>	<b>348</b>	<b>405</b>	<b>369</b>	<b>438</b>	<b>513</b>	<b>396</b>
Pane e cereali	117	49	54	52	65	59	54
Carni e salumi	144	80	84	79	101	90	83
Pesce	51	22	23	20	17	31	22
Olii, grassi e salse	12	15	10	10	12	15	11
Latte, formaggi e uova	127	48	47	55	71	78	56
Legumi e ortaggi	94	45	59	41	55	60	49
Frutta	20	34	39	32	26	53	35
Dolciumi e drogheria	50	22	39	35	50	58	39
<i>Bevande</i>	18	14	30	28	38	34	29
- bevande alcoliche	0	2	14	13	16	15	13
- bevande analcoliche	18	12	16	16	22	19	16
Alimenti per bambini	0	1	0	0	0	5	1
Cibi pronti, da asporto, gastronomia	0	18	18	16	3	30	17
<b>Totale spese non alimentari</b>	<b>1896</b>	<b>1213</b>	<b>1811</b>	<b>2101</b>	<b>2405</b>	<b>3418</b>	<b>2145</b>
<b>Tabacchi</b>	<b>215</b>	<b>10</b>	<b>26</b>	<b>28</b>	<b>41</b>	<b>27</b>	<b>28</b>
<b>Totale vestiario, calzature</b>	<b>51</b>	<b>59</b>	<b>99</b>	<b>86</b>	<b>91</b>	<b>186</b>	<b>98</b>
- abbigliamento	31	40	66	54	55	123	64
- calzature	20	19	33	31	36	63	35
<b>Totale Abitazione</b>	<b>580</b>	<b>623</b>	<b>697</b>	<b>790</b>	<b>830</b>	<b>1044</b>	<b>788</b>
- affitto e subaffitto	0	196	114	134	217	44	126
- valore locativo	500	370	492	545	497	847	554
- spese condominio	65	44	66	78	74	104	76
- imposta rifiuti	15	14	19	24	30	35	24
- assicurazione casa	0	0	6	8	11	15	8
<b>Totale combustibili, energia elettrica</b>	<b>123</b>	<b>143</b>	<b>161</b>	<b>168</b>	<b>180</b>	<b>248</b>	<b>174</b>
- energia elettrica	30	31	30	39	40	55	38
- acqua	13	13	16	22	35	28	21
- gas, kerosene, ecc.	80	59	42	39	61	88	47
- riscald. centralizzato	0	40	73	68	44	77	68
<b>Totale mobili, arredamenti</b>	<b>343</b>	<b>94</b>	<b>118</b>	<b>176</b>	<b>226</b>	<b>426</b>	<b>188</b>
- mobili, arredamenti	106	0	13	46	64	106	44
- coperte, tessuti, tappeti, ecc.	26	1	5	3	8	20	6
- oggetti casa, detersivi, ecc.	53	33	42	45	41	60	45
- cucina, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	158	52	40	45	62	123	54
- gestione casa (COLF)	0	8	17	36	51	116	39
<b>Totale servizi domestici (assistenza)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>95</b>	<b>19</b>
- Asili nido	0	0	1	15	0	27	12
- Assistenza anziani/disabili	0	0	0	0	0	68	7
<b>Totale servizi sanitari, salute</b>	<b>234</b>	<b>61</b>	<b>91</b>	<b>83</b>	<b>89</b>	<b>208</b>	<b>98</b>
- onorari medici, analisi, ecc.	46	7	39	37	46	70	40
- medicinali, tickets, ecc.	187	36	40	32	30	57	37
- occhiali, protesi, ecc.	0	18	12	15	13	81	21
<b>Totale trasporti e comunicazioni</b>	<b>97</b>	<b>118</b>	<b>244</b>	<b>305</b>	<b>304</b>	<b>434</b>	<b>295</b>
- auto, moto (acquisto) -VOCE NON TOTALIZZATA	0	0	54	27	159	108	47
- assicurazione, bolli	0	16	50	66	54	95	63
- benzina, gasolio, biglietti bus, parcheggi, ecc.	49	32	78	104	97	153	99
- biglietti aereo, treno, ecc.	18	13	18	23	21	23	21
- telefono (acquisto), bolletta	30	30	40	33	49	44	36
- accessori auto, pneumatici, ecc.	0	6	34	34	30	56	35
- spese postali e telefoniche	0	11	10	13	22	18	13
- altri consumi per trasporti	0	10	14	32	31	44	28
<b>Totale istruzione</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>22</b>	<b>38</b>	<b>75</b>	<b>19</b>	<b>32</b>
- rette, tasse scolastiche, ecc.	0	0	16	25	40	8	21
- libri scolastici	0	0	5	5	8	3	5
- Mense scolastiche	0	0	2	8	27	8	7
<b>Totale ricreazione, spettacolo, cultura</b>	<b>102</b>	<b>21</b>	<b>108</b>	<b>114</b>	<b>155</b>	<b>198</b>	<b>119</b>
- giornali e libri non scolastici	31	6	18	28	36	54	28
- articoli sportivi e per il tempo libero	7	9	32	36	33	72	38
- apparecchi radio, tv, hifi, ecc.	64	0	24	13	32	16	16
- altre voci tempo libero	0	5	34	38	53	56	38
<b>Totale altri beni e servizi</b>	<b>150</b>	<b>85</b>	<b>223</b>	<b>260</b>	<b>363</b>	<b>454</b>	<b>268</b>
- cura e igiene personale	87	26	41	41	67	77	46
- vacanze	31	23	80	93	164	188	100
- pasti fuori casa	9	13	67	79	82	107	76
- effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	10	2	11	11	9	18	11
- altre voci	12	21	23	35	41	65	35
<b>Totale previdenza e salute</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>38</b>	<b>50</b>	<b>79</b>	<b>37</b>
- Assicurazione salute e infortuni	0	0	4	14	19	37	14
- Assicurazione vita e/o previdenza	0	0	15	24	31	42	23
<b>Totale consumi familiari</b>	<b>2529</b>	<b>1561</b>	<b>2216</b>	<b>2470</b>	<b>2843</b>	<b>3931</b>	<b>2541</b>
<b>Numero di famiglie</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>57</b>	<b>136</b>	<b>11</b>	<b>25</b>	<b>240</b>

Tabella 2.6 Consumi medi mensili per numero di percettori di reddito familiare

Categorie	Numero di percettori di reddito			Totale
	Nessun percettore	1 percettore	2 o più percettori	
<b>Totale spese alimentari</b>	<b>329</b>	<b>397</b>	<b>463</b>	<b>396</b>
Pane e cereali	44	57	61	54
Carni e salumi	63	80	106	83
Pesce	20	25	21	22
Olii, grassi e salse	8	11	14	11
Latte, formaggi e uova	45	54	71	56
Legumi e ortaggi	51	42	54	49
Frutta	35	32	40	35
Dolciumi e drogheria	31	43	41	39
<i>Bevande</i>	20	33	33	29
- bevande alcoliche	8	15	14	13
- bevande analcoliche	12	18	19	16
Alimenti per bambini	0	0	2	1
Cibi pronti, da asporto, gastronomia	13	20	18	17
<b>Totale spese non alimentari</b>	<b>1615</b>	<b>1986</b>	<b>2870</b>	<b>2145</b>
<b>Tabacchi</b>	<b>9</b>	<b>32</b>	<b>43</b>	<b>28</b>
<b>Totale vestiario, calzature</b>	<b>57</b>	<b>107</b>	<b>131</b>	<b>98</b>
- abbigliamento	39	69	83	64
- calzature	18	38	48	35
<b>Totale Abitazione</b>	<b>738</b>	<b>740</b>	<b>895</b>	<b>788</b>
- affitto e subaffitto	85	143	147	126
- valore locativo	551	501	617	554
- spese condominio	75	67	87	76
- imposta rifiuti	21	20	31	24
- assicurazione casa	5	7	12	8
<b>Totale combustibili, energia elettrica</b>	<b>165</b>	<b>154</b>	<b>206</b>	<b>174</b>
- energia elettrica	32	35	49	38
- acqua	17	19	28	21
- gas, kerosene, ecc.	39	45	58	47
- riscald. centralizzato	77	56	71	68
<b>Totale mobili, arredamenti</b>	<b>143</b>	<b>125</b>	<b>306</b>	<b>188</b>
- mobili, arredamenti	24	26	84	44
- coperte, tessuti, tappeti, ecc.	9	4	4	6
- oggetti casa, detersivi, ecc.	36	42	57	45
- cucina, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	39	38	86	54
- gestione casa (COLF)	36	14	71	39
<b>Totale servizi domestici (assistenza)</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>36</b>	<b>19</b>
- Asili nido	0	0	36	12
- Assistenza anziani/disabili	0	20	0	7
<b>Totale servizi sanitari, salute</b>	<b>98</b>	<b>79</b>	<b>121</b>	<b>98</b>
- onorari medici, analisi, ecc.	37	32	52	40
- medicinali, tickets, ecc.	39	32	42	37
- occhiali, protesi, ecc.	21	15	27	21
<b>Totale trasporti e comunicazioni</b>	<b>163</b>	<b>282</b>	<b>446</b>	<b>295</b>
- auto, moto (acquisto) -VOCE NON TOTALIZZATA	0	59	81	47
- assicurazione, bolli	38	52	99	63
- benzina, gasolio, biglietti bus, parcheggi, ecc.	40	102	157	99
- biglietti aereo, treno, ecc.	6	24	33	21
- telefono (acquisto), bolletta	28	33	48	36
- accessori auto, pneumatici, ecc.	23	30	52	35
- spese postali e telefoniche	11	11	19	13
- altri consumi per trasporti	17	30	36	28
<b>Totale istruzione</b>	<b>2</b>	<b>38</b>	<b>57</b>	<b>32</b>
- rette, tasse scolastiche, ecc.	1	24	36	21
- libri scolastici	1	6	8	5
- Mense scolastiche	0	8	13	7
<b>Totale ricreazione, spettacolo, cultura</b>	<b>78</b>	<b>123</b>	<b>158</b>	<b>119</b>
- giornali e libri non scolastici	30	22	33	28
- articoli sportivi e per il tempo libero	17	46	48	38
- apparecchi radio, tv, hifi, ecc.	11	21	15	16
- altre voci tempo libero	20	34	61	38
<b>Totale altri beni e servizi</b>	<b>156</b>	<b>253</b>	<b>401</b>	<b>268</b>
- cura e igiene personale	34	39	66	46
- vacanze	58	90	156	100
- pasti fuori casa	35	76	118	76
- effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	8	12	14	11
- altre voci	22	36	47	35
<b>Totale previdenza e salute</b>	<b>6</b>	<b>35</b>	<b>71</b>	<b>37</b>
- Assicurazione salute e infortuni	2	17	21	14
- Assicurazione vita e/o previdenza	3	17	50	23
<b>Totale consumi familiari</b>	<b>1944</b>	<b>2383</b>	<b>3333</b>	<b>2541</b>
<b>Numero di famiglie</b>	<b>78</b>	<b>86</b>	<b>76</b>	<b>240</b>

Tabella 2.6 Consumi medi mensili per numero di percettori di reddito familiare

Categorie	Numero di percettori di reddito			Totale
	Nessun percettore	1 percettore	2 o più percettori	
<b>Totale spese alimentari</b>	<b>329</b>	<b>397</b>	<b>463</b>	<b>396</b>
Pane e cereali	44	57	61	54
Carni e salumi	63	80	106	83
Pesce	20	25	21	22
Olii, grassi e salse	8	11	14	11
Latte, formaggi e uova	45	54	71	56
Legumi e ortaggi	51	42	54	49
Frutta	35	32	40	35
Dolciumi e drogheria	31	43	41	39
<i>Bevande</i>	20	33	33	29
- bevande alcoliche	8	15	14	13
- bevande analcoliche	12	18	19	16
Alimenti per bambini	0	0	2	1
Cibi pronti, da asporto, gastronomia	13	20	18	17
<b>Totale spese non alimentari</b>	<b>1615</b>	<b>1986</b>	<b>2870</b>	<b>2145</b>
<b>Tabacchi</b>	<b>9</b>	<b>32</b>	<b>43</b>	<b>28</b>
<b>Totale vestiario, calzature</b>	<b>57</b>	<b>107</b>	<b>131</b>	<b>98</b>
- abbigliamento	39	69	83	64
- calzature	18	38	48	35
<b>Totale Abitazione</b>	<b>738</b>	<b>740</b>	<b>895</b>	<b>788</b>
- affitto e subaffitto	85	143	147	126
- valore locativo	551	501	617	554
- spese condominio	75	67	87	76
- imposta rifiuti	21	20	31	24
- assicurazione casa	5	7	12	8
<b>Totale combustibili, energia elettrica</b>	<b>165</b>	<b>154</b>	<b>206</b>	<b>174</b>
- energia elettrica	32	35	49	38
- acqua	17	19	28	21
- gas, kerosene, ecc.	39	45	58	47
- riscald. centralizzato	77	56	71	68
<b>Totale mobili, arredamenti</b>	<b>143</b>	<b>125</b>	<b>306</b>	<b>188</b>
- mobili, arredamenti	24	26	84	44
- coperte, tessuti, tappeti, ecc.	9	4	4	6
- oggetti casa, detersivi, ecc.	36	42	57	45
- cucina, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	39	38	86	54
- gestione casa (COLF)	36	14	71	39
<b>Totale servizi domestici (assistenza)</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>36</b>	<b>19</b>
- Asili nido	0	0	36	12
- Assistenza anziani/disabili	0	20	0	7
<b>Totale servizi sanitari, salute</b>	<b>98</b>	<b>79</b>	<b>121</b>	<b>98</b>
- onorari medici, analisi, ecc.	37	32	52	40
- medicinali, tickets, ecc.	39	32	42	37
- occhiali, protesi, ecc.	21	15	27	21
<b>Totale trasporti e comunicazioni</b>	<b>163</b>	<b>282</b>	<b>446</b>	<b>295</b>
- auto, moto (acquisto) -VOCE NON TOTALIZZATA	0	59	81	47
- assicurazione, bolli	38	52	99	63
- benzina, gasolio, biglietti bus, parcheggi, ecc.	40	102	157	99
- biglietti aereo, treno, ecc.	6	24	33	21
- telefono (acquisto), bolletta	28	33	48	36
- accessori auto, pneumatici, ecc.	23	30	52	35
- spese postali e telefoniche	11	11	19	13
- altri consumi per trasporti	17	30	36	28
<b>Totale istruzione</b>	<b>2</b>	<b>38</b>	<b>57</b>	<b>32</b>
- rette, tasse scolastiche, ecc.	1	24	36	21
- libri scolastici	1	6	8	5
- Mense scolastiche	0	8	13	7
<b>Totale ricreazione, spettacolo, cultura</b>	<b>78</b>	<b>123</b>	<b>158</b>	<b>119</b>
- giornali e libri non scolastici	30	22	33	28
- articoli sportivi e per il tempo libero	17	46	48	38
- apparecchi radio, tv, hifi, ecc.	11	21	15	16
- altre voci tempo libero	20	34	61	38
<b>Totale altri beni e servizi</b>	<b>156</b>	<b>253</b>	<b>401</b>	<b>268</b>
- cura e igiene personale	34	39	66	46
- vacanze	58	90	156	100
- pasti fuori casa	35	76	118	76
- effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	8	12	14	11
- altre voci	22	36	47	35
<b>Totale previdenza e salute</b>	<b>6</b>	<b>35</b>	<b>71</b>	<b>37</b>
- Assicurazione salute e infortuni	2	17	21	14
- Assicurazione vita e/o previdenza	3	17	50	23
<b>Totale consumi familiari</b>	<b>1944</b>	<b>2383</b>	<b>3333</b>	<b>2541</b>
<b>Numero di famiglie</b>	<b>78</b>	<b>86</b>	<b>76</b>	<b>240</b>

**Tabella 2.7 Consumi medi mensili per classi demografiche (basate su raggruppamenti di età, tipologia e dimensione familiare)**

Categorie	Classi demografiche										Totale
	Classe 1	Classe 2	Classe 3	Classe 4	Classe 5	Classe 6	Classe 7	Classe 8	Classe 9	Classe 10	
<b>Totale spese alimentari</b>	<b>388</b>	<b>294</b>	<b>285</b>	<b>287</b>	<b>402</b>	<b>442</b>	<b>481</b>	<b>526</b>	<b>457</b>	<b>393</b>	<b>396</b>
Pane e cereali	50	41	38	37	45	59	69	82	57	47	54
Carni e salumi	84	63	50	59	99	83	107	120	104	69	83
Pesce	14	6	18	14	20	27	35	20	35	20	22
Olii, grassi e salse	15	9	8	9	15	9	12	17	11	13	11
Latte, formaggi e uova	42	37	35	40	60	59	74	77	84	42	56
Legumi e ortaggi	58	27	30	42	39	65	53	56	48	62	49
Frutta	36	24	28	30	33	49	37	39	33	39	35
Dolciumi e drogheria	15	33	37	27	33	39	40	56	48	44	39
<i>Bevande</i>	61	32	24	19	35	29	39	33	23	41	29
- bevande alcoliche	38	15	17	8	17	15	13	10	6	25	13
- bevande analcoliche	23	17	7	11	18	14	26	23	17	16	16
Alimenti per bambini	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	1
Cibi pronti, da asporto, gastronomia	13	24	18	11	22	23	16	20	15	17	17
<b>Totale spese non alimentari</b>	<b>1405</b>	<b>1548</b>	<b>1611</b>	<b>1394</b>	<b>1744</b>	<b>2548</b>	<b>2758</b>	<b>3200</b>	<b>2144</b>	<b>1950</b>	<b>2145</b>
<i>Tabacchi</i>	<b>27</b>	<b>25</b>	<b>40</b>	<b>2</b>	<b>73</b>	<b>31</b>	<b>25</b>	<b>36</b>	<b>53</b>	<b>29</b>	<b>28</b>
<b>Totale vestiario, calzature</b>	<b>67</b>	<b>64</b>	<b>87</b>	<b>40</b>	<b>70</b>	<b>117</b>	<b>116</b>	<b>207</b>	<b>102</b>	<b>51</b>	<b>98</b>
- abbigliamento	39	38	57	28	46	80	74	128	66	32	64
- calzature	28	27	29	13	24	37	41	79	36	19	35
<b>Totale Abitazione</b>	<b>545</b>	<b>647</b>	<b>675</b>	<b>641</b>	<b>662</b>	<b>987</b>	<b>896</b>	<b>927</b>	<b>758</b>	<b>730</b>	<b>788</b>
- affitto e subaffitto	485	155	96	83	221	91	167	67	177	234	126
- valore locativo	0	414	493	467	351	776	588	728	485	382	554
- spese condominio	45	58	64	68	67	80	100	88	69	76	76
- imposta rifiuti	15	15	17	17	16	32	32	29	21	27	24
- assicurazione casa	0	5	5	6	7	9	9	16	6	11	8
<b>Totale combustibili, energia elettrica</b>	<b>112</b>	<b>130</b>	<b>135</b>	<b>149</b>	<b>143</b>	<b>226</b>	<b>201</b>	<b>196</b>	<b>161</b>	<b>173</b>	<b>174</b>
- energia elettrica	24	27	30	30	28	52	49	43	32	38	38
- acqua	18	13	15	14	17	26	27	28	20	28	21
- gas, kerosene, ecc.	17	25	42	33	38	77	44	46	54	61	47
- riscald. centralizzato	52	64	48	72	59	72	81	79	55	46	68
<b>Totale mobili, arredamenti</b>	<b>115</b>	<b>90</b>	<b>82</b>	<b>139</b>	<b>182</b>	<b>192</b>	<b>322</b>	<b>302</b>	<b>147</b>	<b>150</b>	<b>188</b>
- mobili, arredamenti	16	18	6	23	17	20	108	100	40	21	44
- coperte, tessuti, tappeti, ecc.	13	4	1	2	6	18	6	3	3	4	6
- oggetti casa, detersivi, ecc.	24	30	36	33	50	46	61	54	54	48	45
- cucina, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	43	30	19	42	80	58	90	91	24	29	54
- gestione casa (COLF)	18	9	16	39	29	50	57	47	25	45	39
<b>Totale servizi domestici (assistenza)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>31</b>	<b>56</b>	<b>0</b>	<b>121</b>	<b>19</b>
- Asili nido	0	0	0	0	0	0	31	56	0	0	12
- Assistenza anziani/disabili	0	0	0	0	0	0	0	0	0	121	7
<b>Totale servizi sanitari, salute</b>	<b>25</b>	<b>24</b>	<b>97</b>	<b>76</b>	<b>13</b>	<b>177</b>	<b>109</b>	<b>80</b>	<b>106</b>	<b>112</b>	<b>98</b>
- onorari medici, analisi, ecc.	0	7	59	32	9	55	64	29	32	35	40
- medicinali, tickets, ecc.	25	12	35	30	4	66	37	30	59	25	37
- occhiali, protesi, ecc.	0	6	3	13	0	56	8	21	15	52	21
<b>Totale trasporti e comunicazioni</b>	<b>126</b>	<b>233</b>	<b>193</b>	<b>139</b>	<b>305</b>	<b>351</b>	<b>447</b>	<b>498</b>	<b>275</b>	<b>205</b>	<b>295</b>
- auto, moto (acquisto) -VOCE NON TOTALIZZATA	5	106	19	0	6	1	131	138	11	3	47
- assicurazione, bolli	23	33	43	30	59	73	106	113	56	28	63
- benzina, gasolio, biglietti bus, parcheggi, ecc.	34	89	67	29	135	127	165	164	91	56	99
- biglietti aereo, treno, ecc.	0	32	15	8	23	10	36	44	24	12	21
- telefono (acquisto), bolletta	17	24	21	28	29	33	54	59	33	38	36
- accessori auto, pneumatici, ecc.	12	26	21	16	10	61	37	58	35	21	35
- spese postali e telefoniche	28	10	6	12	22	13	12	19	11	24	13
- altri consumi per trasporti	11	19	21	18	26	35	36	39	26	25	28
<b>Totale istruzione</b>	<b>48</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>63</b>	<b>125</b>	<b>80</b>	<b>0</b>	<b>32</b>
- rette, tasse scolastiche, ecc.	32	0	0	0	0	0	40	74	59	0	21
- libri scolastici	16	0	0	0	0	0	9	18	13	0	5
- Mense scolastiche	0	0	0	0	0	0	14	32	9	0	7
<b>Totale ricreazione, spettacolo, cultura</b>	<b>107</b>	<b>105</b>	<b>62</b>	<b>68</b>	<b>123</b>	<b>130</b>	<b>120</b>	<b>222</b>	<b>131</b>	<b>148</b>	<b>119</b>
- giornali e libri non scolastici	27	22	18	26	24	31	27	40	16	43	28
- articoli sportivi e per il tempo libero	10	32	17	15	55	42	30	64	74	59	38
- apparecchi radio, tv, hifi, ecc.	6	6	15	11	2	32	8	22	12	23	16
- altre voci tempo libero	64	46	12	16	42	25	55	96	29	23	38
<b>Totale altri beni e servizi</b>	<b>234</b>	<b>219</b>	<b>222</b>	<b>136</b>	<b>170</b>	<b>287</b>	<b>346</b>	<b>468</b>	<b>312</b>	<b>206</b>	<b>268</b>
- cura e igiene personale	39	32	40	28	36	60	55	56	64	30	46
- vacanze	100	79	61	51	28	70	141	236	101	94	100
- pasti fuori casa	44	72	80	32	58	100	97	114	90	36	76
- effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	9	9	15	4	8	10	13	19	14	13	11
- altre voci	41	28	26	21	40	47	41	42	42	33	35
<b>Totale previdenza e salute</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>50</b>	<b>80</b>	<b>83</b>	<b>18</b>	<b>25</b>	<b>37</b>
- Assicurazione salute e infortuni	0	9	7	1	0	23	29	16	12	20	14
- Assicurazione vita e/o previdenza	0	1	12	3	2	27	51	68	6	5	23
<b>Totale consumi familiari</b>	<b>1794</b>	<b>1842</b>	<b>1896</b>	<b>1681</b>	<b>2146</b>	<b>2991</b>	<b>3238</b>	<b>3726</b>	<b>2600</b>	<b>2342</b>	<b>2541</b>
<b>Numero di famiglie</b>	<b>3</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>52</b>	<b>7</b>	<b>39</b>	<b>34</b>	<b>31</b>	<b>20</b>	<b>14</b>	<b>240</b>

**Tabella 3.1a Principali luoghi di acquisto dei generi alimentari per tipologia di famiglia- risposte multiple**

Generi alimentari	Tipologia di famiglia					Totale
	Persona sola	Coppie		Fam. Monoparentale	Altro	
		senza figli	Coppie con figli			
Pane - Hard discount	27	3	7	2	6	45
Pane - Super/Ipermercato	70	30	57	19	6	182
Pane - Az. agricola/Produttore						
Pane - Negozio tradizionale	56	30	36	9	8	139
Pane - Centro commerciale		1				1
Pane - Mercato	6	5	2			13
Pane - Acquisto online						
Pane - Outlet						
Pane - Minimercato						
Pasta, biscotti, ecc. - Hard discount	33	8	7	2	5	55
Pasta, biscotti, ecc. - Super/Ipermercato	83	45	65	20	11	224
Pasta, biscotti, ecc. - Az. agricola/Produttore						
Pasta, biscotti, ecc. - Negozio tradizionale	14	5	5	2	4	30
Pasta, biscotti, ecc. - Centro commerciale		1				1
Pasta, biscotti, ecc. - Mercato	1	4	3			8
Pasta, biscotti, ecc. - Acquisto online						
Pasta, biscotti, ecc. - Outlet						
Pasta, biscotti, ecc. - Minimercato						
Carne e salumi - Hard discount	23	3	5	1	5	37
Carne e salumi - Super/Ipermercato	70	36	59	17	12	194
Carne e salumi - Az. agricola/Produttore		1				2
Carne e salumi - Negozio tradizionale	35	22	29	10	4	100
Carne e salumi - Centro commerciale	2		2			4
Carne e salumi - Mercato	18	11	10	1	3	43
Carne e salumi - Acquisto online						
Carne e salumi - Outlet						
Carne e salumi - Minimercato						
Pesce - Hard discount	21	2	4		5	32
Pesce - Super/Ipermercato	71	41	61	20	12	205
Pesce - Az. agricola/Produttore						
Pesce - Negozio tradizionale	7	3	9	5	1	25
Pesce - Centro commerciale	1	1	1			3
Pesce - Mercato	23	20	17	2	2	64
Pesce - Acquisto online						
Pesce - Outlet						
Pesce - Minimercato	1					1
Latte, latticini e uova - Hard discount	29	6	7	3	5	50
Latte, latticini e uova - Super/Ipermercato	79	43	65	20	13	220
Latte, latticini e uova - Az. agricola/Produttore		2	1		1	4
Latte, latticini e uova - Negozio tradizionale	14	7	8	7		36
Latte, latticini e uova - Centro commerciale						
Latte, latticini e uova - Mercato	15	12	11	2	6	46
Latte, latticini e uova - Acquisto online						
Latte, latticini e uova - Outlet						
Latte, latticini e uova - Minimercato	1	1				2
Frutta e verdura - Hard discount	18	2	4	2	5	31
Frutta e verdura - Super/Ipermercato	67	31	62	17	11	188
Frutta e verdura - Az. agricola/Produttore	2	1	1	1		5
Frutta e verdura - Negozio tradizionale	13	8	6	4	2	33
Frutta e verdura - Centro commerciale						
Frutta e verdura - Mercato	59	40	46	12	8	165
Frutta e verdura - Acquisto online						
Frutta e verdura - Outlet						
Frutta e verdura - Minimercato	4					4
Surgelati e scatolame - Hard discount	33	9	10	2	7	61
Surgelati e scatolame - Super/Ipermercato	84	46	65	20	10	225
Surgelati e scatolame - Az. agricola/Produttore						
Surgelati e scatolame - Negozio tradizionale	4					4
Surgelati e scatolame - Centro commerciale		1				1
Surgelati e scatolame - Mercato						
Surgelati e scatolame - Acquisto online	1					1
Surgelati e scatolame - Outlet						
Surgelati e scatolame - Minimercato						
Bevande alcoliche e analcoliche - Hard discount	37	9	10	3	7	66
Bevande alcoliche e analcoliche - Az. agricola/Produttore	84	45	64	20	13	226
Bevande alcoliche e analcoliche - Negozio tradizionale	1	2	4		2	9
Bevande alcoliche e analcoliche - Centro commerciale	2	6	7	1		16
Bevande alcoliche e analcoliche - Mercato	1		3			4
Bevande alcoliche e analcoliche - Acquisto online						1
Bevande alcoliche e analcoliche - Outlet						
Bevande alcoliche e analcoliche - Minimercato		1				1

**Tabella 3.1b Principali luoghi di acquisto dei generi non alimentari per tipologia di famiglia- risposte multiple**

	Tipologia di famiglia					Totale
	Persona sola	Coppie senza figli	Coppie con figli	Fam. Monoparentale	Altro	
<b>Generi non alimentari</b>						
Pulizia della casa - Hard discount	32	9	7	2	6	56
Pulizia della casa - Super/Ipermercato	83	45	63	20	12	223
Pulizia della casa - Az. agricola/Produttore						
Pulizia della casa - Negozio tradizionale	9	5	12	2	2	30
Pulizia della casa - Centro commerciale	5	1	2	2		10
Pulizia della casa - Mercato	2	3			1	6
Pulizia della casa - Acquisto online	1		1			2
Pulizia della casa - Outlet						
Pulizia della casa - Minimercato	3	1				4
Abbigliamento e calzature - Hard discount						
Abbigliamento e calzature - Super/Ipermercato	5		1	4	1	11
Abbigliamento e calzature - Az. agricola/Produttore						
Abbigliamento e calzature - Negozio tradizionale	64	41	55	13	9	182
Abbigliamento e calzature - Centro commerciale	26	19	21	7	1	74
Abbigliamento e calzature - Mercato	42	13	12	9	6	82
Abbigliamento e calzature - Acquisto online	5	2	16	1	1	25
Abbigliamento e calzature - Outlet		2	1			3
Abbigliamento e calzature - Minimercato						
Cura e igiene personale - Hard discount	16		4		4	24
Cura e igiene personale - Super/Ipermercato	72	38	55	17	10	192
Cura e igiene personale - Az. agricola/Produttore						
Cura e igiene personale - Negozio tradizionale	47	27	38	17	5	134
Cura e igiene personale - Centro commerciale	11	6	10	1	2	30
Cura e igiene personale - Mercato	5		2			7
Cura e igiene personale - Acquisto online	4	1	5		1	11
Cura e igiene personale - Outlet						
Cura e igiene personale - Minimercato	4	1	1	1		7
Medicinali - Hard discount						
Medicinali - Super/Ipermercato		2				2
Medicinali - Az. agricola/Produttore						
Medicinali - Negozio tradizionale	95	46	65	20	14	240
Medicinali - Centro commerciale	8		5	1	1	15
Medicinali - Mercato						
Medicinali - Acquisto online	4	1	6	1		12
Medicinali - Outlet						
Medicinali - Minimercato						
Giochi, giocattoli e videogiochi - Hard discount						
Giochi, giocattoli e videogiochi - Super/Ipermercato	15	19	9	4	1	48
Giochi, giocattoli e videogiochi - Az. agricola/Produttore						
Giochi, giocattoli e videogiochi - Negozio tradizionale	59	26	44	12	7	148
Giochi, giocattoli e videogiochi - Centro commerciale	32	14	21	12	5	84
Giochi, giocattoli e videogiochi - Mercato	21	8		1	4	34
Giochi, giocattoli e videogiochi - Acquisto online	5	2	24	1	2	34
Giochi, giocattoli e videogiochi - Outlet						
Giochi, giocattoli e videogiochi - Minimercato						
Arredamento - Hard discount						
Arredamento - Super/Ipermercato	4		1	1	1	7
Arredamento - Az. agricola/Produttore						
Arredamento - Negozio tradizionale	66	37	52	17	10	182
Arredamento - Centro commerciale	53	24	29	10	7	123
Arredamento - Mercato	1	3				4
Arredamento - Acquisto online	4	1	22	1	1	29
Arredamento - Outlet			1			1
Arredamento - Minimercato						
Elettrodomestici - Hard discount						
Elettrodomestici - Super/Ipermercato	7	5	2	2	1	17
Elettrodomestici - Az. agricola/Produttore						
Elettrodomestici - Negozio tradizionale	64	32	42	15	10	163
Elettrodomestici - Centro commerciale	56	26	38	14	7	141
Elettrodomestici - Mercato						
Elettrodomestici - Acquisto online	5	3	21		1	30
Elettrodomestici - Outlet			1			1
Elettrodomestici - Minimercato						

**Tabella 3.2a Principali luoghi di acquisto dei generi alimentari per genere della persona di riferimento-risposte multiple**

Generi alimentari	Genere		
	Maschio	Femmina	Totale
Pane - Hard discount	16	29	45
Pane - Super/Ipermercato	72	110	182
Pane - Az. agricola/Produttore			
Pane - Negozio tradizionale	61	78	139
Pane - Centro commerciale		1	1
Pane - Mercato	6	7	13
Pane - Acquisto online			
Pane - Outlet			
Pane - Minimercato			
Pasta, biscotti, ecc. - Hard discount	19	36	55
Pasta, biscotti, ecc. - Super/Ipermercato	97	127	224
Pasta, biscotti, ecc. - Az. agricola/Produttore			
Pasta, biscotti, ecc. - Negozio tradizionale	7	23	30
Pasta, biscotti, ecc. - Centro commerciale		1	1
Pasta, biscotti, ecc. - Mercato	5	3	8
Pasta, biscotti, ecc. - Acquisto online			
Pasta, biscotti, ecc. - Outlet			
Pasta, biscotti, ecc. - Minimercato			
Carne e salumi - Hard discount	12	25	37
Carne e salumi - Super/Ipermercato	80	114	194
Carne e salumi - Az. agricola/Produttore	1	1	2
Carne e salumi - Negozio tradizionale	48	52	100
Carne e salumi - Centro commerciale	2	2	4
Carne e salumi - Mercato	15	28	43
Carne e salumi - Acquisto online			
Carne e salumi - Outlet			
Carne e salumi - Minimercato			
Pesce - Hard discount	10	22	32
Pesce - Super/Ipermercato	87	118	205
Pesce - Az. agricola/Produttore			
Pesce - Negozio tradizionale	11	14	25
Pesce - Centro commerciale	3		3
Pesce - Mercato	30	34	64
Pesce - Acquisto online			
Pesce - Outlet			
Pesce - Minimercato		1	1
Latte, latticini e uova - Hard discount	16	34	50
Latte, latticini e uova - Super/Ipermercato	93	127	220
Latte, latticini e uova - Az. agricola/Produttore	4		4
Latte, latticini e uova - Negozio tradizionale	13	23	36
Latte, latticini e uova - Centro commerciale			
Latte, latticini e uova - Mercato	21	25	46
Latte, latticini e uova - Acquisto online			
Latte, latticini e uova - Outlet			
Latte, latticini e uova - Minimercato	1	1	2
Frutta e verdura - Hard discount	9	22	31
Frutta e verdura - Super/Ipermercato	76	112	188
Frutta e verdura - Az. agricola/Produttore	4	1	5
Frutta e verdura - Negozio tradizionale	16	17	33
Frutta e verdura - Centro commerciale			
Frutta e verdura - Mercato	74	91	165
Frutta e verdura - Acquisto online			
Frutta e verdura - Outlet			
Frutta e verdura - Minimercato		4	4
Surgelati e scatolame - Hard discount	20	41	61
Surgelati e scatolame - Super/Ipermercato	96	129	225
Surgelati e scatolame - Az. agricola/Produttore			
Surgelati e scatolame - Negozio tradizionale	1	3	4
Surgelati e scatolame - Centro commerciale		1	1
Surgelati e scatolame - Mercato			
Surgelati e scatolame - Acquisto online		1	1
Surgelati e scatolame - Outlet			
Surgelati e scatolame - Minimercato			
Bevande alcoliche e analcoliche - Hard discount	22	44	66
Bevande alcoliche e analcoliche - Az. agricola/Produttore	5	4	9
Bevande alcoliche e analcoliche - Negozio tradizionale	13	3	16
Bevande alcoliche e analcoliche - Centro commerciale	2	2	4
Bevande alcoliche e analcoliche - Mercato		1	1
Bevande alcoliche e analcoliche - Acquisto online			
Bevande alcoliche e analcoliche - Outlet			
Bevande alcoliche e analcoliche - Minimercato	1		1

**Tabella 3.2b Principali luoghi di acquisto dei generi non alimentari per genere della persona di riferimento- risposte multiple**

Generi non alimentari	Genere		
	Maschio	Femmina	Totale
Pulizia della casa - Hard discount	19	37	56
Pulizia della casa - Super/Ipermercato	95	128	223
Pulizia della casa - Az. agricola/Produttore			
Pulizia della casa - Negozio tradizionale	5	25	30
Pulizia della casa - Centro commerciale	2	8	10
Pulizia della casa - Mercato	4	2	6
Pulizia della casa - Acquisto online	1	1	2
Pulizia della casa - Outlet			
Pulizia della casa - Minimercato	2	2	4
Abbigliamento e calzature - Hard discount			
Abbigliamento e calzature - Super/Ipermercato	3	8	11
Abbigliamento e calzature - Az. agricola/Produttore			
Abbigliamento e calzature - Negozio tradizionale	80	102	182
Abbigliamento e calzature - Centro commerciale	36	38	74
Abbigliamento e calzature - Mercato	29	53	82
Abbigliamento e calzature - Acquisto online	12	13	25
Abbigliamento e calzature - Outlet	3		3
Abbigliamento e calzature - Minimercato			
Cura e igiene personale - Hard discount	8	16	24
Cura e igiene personale - Super/Ipermercato	79	113	192
Cura e igiene personale - Az. agricola/Produttore			
Cura e igiene personale - Negozio tradizionale	53	81	134
Cura e igiene personale - Centro commerciale	12	18	30
Cura e igiene personale - Mercato	2	5	7
Cura e igiene personale - Acquisto online	7	4	11
Cura e igiene personale - Outlet			
Cura e igiene personale - Minimercato	1	6	7
Medicinali - Hard discount			
Medicinali - Super/Ipermercato	1	1	2
Medicinali - Az. agricola/Produttore			
Medicinali - Negozio tradizionale	101	139	240
Medicinali - Centro commerciale	3	12	15
Medicinali - Mercato			
Medicinali - Acquisto online	7	5	12
Medicinali - Outlet			
Medicinali - Minimercato			
Giochi, giocattoli e videogiochi - Hard discount			
Giochi, giocattoli e videogiochi - Super/Ipermercato	26	22	48
Giochi, giocattoli e videogiochi - Az. agricola/Produttore			
Giochi, giocattoli e videogiochi - Negozio tradizionale	64	84	148
Giochi, giocattoli e videogiochi - Centro commerciale	31	53	84
Giochi, giocattoli e videogiochi - Mercato	10	24	34
Giochi, giocattoli e videogiochi - Acquisto online	17	17	34
Giochi, giocattoli e videogiochi - Outlet			
Giochi, giocattoli e videogiochi - Minimercato			
Arredamento - Hard discount			
Arredamento - Super/Ipermercato	1	6	7
Arredamento - Az. agricola/Produttore			
Arredamento - Negozio tradizionale	76	106	182
Arredamento - Centro commerciale	47	76	123
Arredamento - Mercato	3	1	4
Arredamento - Acquisto online	18	11	29
Arredamento - Outlet		1	1
Arredamento - Minimercato			
Elettrodomestici - Hard discount			
Elettrodomestici - Super/Ipermercato	8	9	17
Elettrodomestici - Az. agricola/Produttore			
Elettrodomestici - Negozio tradizionale	61	102	163
Elettrodomestici - Centro commerciale	61	80	141
Elettrodomestici - Mercato			
Elettrodomestici - Acquisto online	19	11	30
Elettrodomestici - Outlet	1		1
Elettrodomestici - Minimercato			

**Tabella 3.3a Principali luoghi di acquisto dei generi alimentari per classe di età della persona di riferimento- risposte multiple**

Generi alimentari	Classe di età				Totale
	fino a 25	26-40	41-65	oltre 65	
Pane - Hard discount		4	27	14	45
Pane - Super/Ipermercato		25	102	55	182
Pane - Az. agricola/Produttore					
Pane - Negozio tradizionale		13	71	55	139
Pane - Centro commerciale			1		1
Pane - Mercato		1	2	10	13
Pane - Acquisto online					
Pane - Outlet					
Pane - Minimercato					
Pasta, biscotti, ecc. - Hard discount		5	28	22	55
Pasta, biscotti, ecc. - Super/Ipermercato		26	119	79	224
Pasta, biscotti, ecc. - Az. agricola/Produttore					
Pasta, biscotti, ecc. - Negozio tradizionale		5	9	16	30
Pasta, biscotti, ecc. - Centro commerciale			1		1
Pasta, biscotti, ecc. - Mercato		1	2	5	8
Pasta, biscotti, ecc. - Acquisto online					
Pasta, biscotti, ecc. - Outlet					
Pasta, biscotti, ecc. - Minimercato					
Carne e salumi - Hard discount		4	22	11	37
Carne e salumi - Super/Ipermercato		25	104	65	194
Carne e salumi - Az. agricola/Produttore		1		1	2
Carne e salumi - Negozio tradizionale		9	53	38	100
Carne e salumi - Centro commerciale		1	2	1	4
Carne e salumi - Mercato		4	18	21	43
Carne e salumi - Acquisto online					
Carne e salumi - Outlet					
Carne e salumi - Minimercato					
Pesce - Hard discount		3	18	11	32
Pesce - Super/Ipermercato		27	111	67	205
Pesce - Az. agricola/Produttore					
Pesce - Negozio tradizionale		3	16	6	25
Pesce - Centro commerciale		1	1	1	3
Pesce - Mercato		5	26	33	64
Pesce - Acquisto online					
Pesce - Outlet					
Pesce - Minimercato			1		1
Latte, latticini e uova - Hard discount		4	27	19	50
Latte, latticini e uova - Super/Ipermercato		27	117	76	220
Latte, latticini e uova - Az. agricola/Produttore		1	3		4
Latte, latticini e uova - Negozio tradizionale		2	21	13	36
Latte, latticini e uova - Centro commerciale					
Latte, latticini e uova - Mercato		5	20	21	46
Latte, latticini e uova - Acquisto online					
Latte, latticini e uova - Outlet					
Latte, latticini e uova - Minimercato			1	1	2
Frutta e verdura - Hard discount		2	18	11	31
Frutta e verdura - Super/Ipermercato		23	110	55	188
Frutta e verdura - Az. agricola/Produttore		2	2	1	5
Frutta e verdura - Negozio tradizionale		2	23	8	33
Frutta e verdura - Centro commerciale					
Frutta e verdura - Mercato		20	78	67	165
Frutta e verdura - Acquisto online					
Frutta e verdura - Outlet					
Frutta e verdura - Minimercato		1	1	2	4
Surgelati e scatolame - Hard discount		7	33	21	61
Surgelati e scatolame - Super/Ipermercato		26	119	80	225
Surgelati e scatolame - Az. agricola/Produttore					
Surgelati e scatolame - Negozio tradizionale			1	3	4
Surgelati e scatolame - Centro commerciale				1	1
Surgelati e scatolame - Mercato					
Surgelati e scatolame - Acquisto online				1	1
Surgelati e scatolame - Outlet					
Surgelati e scatolame - Minimercato					
Bevande alcoliche e analcoliche - Hard discount		8	33	25	66
Bevande alcoliche e analcoliche - Az. agricola/Produttore		26	120	80	226
Bevande alcoliche e analcoliche - Negozio tradizionale		1	7	1	9
Bevande alcoliche e analcoliche - Centro commerciale		2	9	5	16
Bevande alcoliche e analcoliche - Mercato			4		4
Bevande alcoliche e analcoliche - Acquisto online				1	1
Bevande alcoliche e analcoliche - Outlet					
Bevande alcoliche e analcoliche - Minimercato			1		1

**Tabella 3.3b Principali luoghi di acquisto dei generi non alimentari per classe di età della persona di riferimento- risposte multiple**

Generi non alimentari	Classe di età				
	fino a 25	26-40	41-65	oltre 65	Totale
Pulizia della casa - Hard discount		7	28	21	56
Pulizia della casa - Super/Ipermercato		25	119	79	223
Pulizia della casa - Az. agricola/Produttore					
Pulizia della casa - Negozio tradizionale		5	15	10	30
Pulizia della casa - Centro commerciale		2	4	4	10
Pulizia della casa - Mercato				6	6
Pulizia della casa - Acquisto online			2		2
Pulizia della casa - Outlet					
Pulizia della casa - Minimercato			1	3	4
Abbigliamento e calzature - Hard discount					
Abbigliamento e calzature - Super/Ipermercato			8	3	11
Abbigliamento e calzature - Az. agricola/Produttore					
Abbigliamento e calzature - Negozio tradizionale		23	90	69	182
Abbigliamento e calzature - Centro commerciale		7	49	18	74
Abbigliamento e calzature - Mercato		5	37	40	82
Abbigliamento e calzature - Acquisto online		5	20		25
Abbigliamento e calzature - Outlet			3		3
Abbigliamento e calzature - Minimercato					
Cura e igiene personale - Hard discount		1	15	8	24
Cura e igiene personale - Super/Ipermercato		21	102	69	192
Cura e igiene personale - Az. agricola/Produttore					
Cura e igiene personale - Negozio tradizionale		17	67	50	134
Cura e igiene personale - Centro commerciale		6	19	5	30
Cura e igiene personale - Mercato		1	4	2	7
Cura e igiene personale - Acquisto online		3	8		11
Cura e igiene personale - Outlet					
Cura e igiene personale - Minimercato			4	3	7
Medicinali - Hard discount					
Medicinali - Super/Ipermercato			1	1	2
Medicinali - Az. agricola/Produttore					
Medicinali - Negozio tradizionale		27	129	84	240
Medicinali - Centro commerciale		3	6	6	15
Medicinali - Mercato					
Medicinali - Acquisto online		3	7	2	12
Medicinali - Outlet					
Medicinali - Minimercato					
Giocchi, giocattoli e videogiochi - Hard discount					
Giocchi, giocattoli e videogiochi - Super/Ipermercato		3	23	22	48
Giocchi, giocattoli e videogiochi - Az. agricola/Produttore					
Giocchi, giocattoli e videogiochi - Negozio tradizionale		20	75	53	148
Giocchi, giocattoli e videogiochi - Centro commerciale		7	57	20	84
Giocchi, giocattoli e videogiochi - Mercato		3	15	16	34
Giocchi, giocattoli e videogiochi - Acquisto online		10	23	1	34
Giocchi, giocattoli e videogiochi - Outlet					
Giocchi, giocattoli e videogiochi - Minimercato					
Arredamento - Hard discount					
Arredamento - Super/Ipermercato			3	4	7
Arredamento - Az. agricola/Produttore					
Arredamento - Negozio tradizionale		24	90	68	182
Arredamento - Centro commerciale		14	75	34	123
Arredamento - Mercato			1	3	4
Arredamento - Acquisto online		7	22		29
Arredamento - Outlet			1		1
Arredamento - Minimercato					
Elettrodomestici - Hard discount					
Elettrodomestici - Super/Ipermercato			10	7	17
Elettrodomestici - Az. agricola/Produttore					
Elettrodomestici - Negozio tradizionale		19	82	62	163
Elettrodomestici - Centro commerciale		17	83	41	141
Elettrodomestici - Mercato					
Elettrodomestici - Acquisto online		6	23	1	30
Elettrodomestici - Outlet		1			1
Elettrodomestici - Minimercato					

**Tabella 3.4a Principali luoghi di acquisto dei generi alimentari per titolo di studio della persona di riferimento- risposte multiple per titolo di studio della persona di riferimento- risposte multiple**

Generi alimentari	Titolo di studio						Totale
	Nessun titolo	Licenza elementare	Licenza media inf.	Licenza media sup.	Laurea triennale	Laurea specialistica	
Pane - Hard discount	1	3	11	24	6		45
Pane - Super/Ipermercato	1	5	37	112	7	20	182
Pane - Az. agricola/Produttore							
Pane - Negozio tradizionale		7	29	77	6	20	139
Pane - Centro commerciale				1			1
Pane - Mercato		1	5	3		4	13
Pane - Acquisto online							
Pane - Outlet							
Pane - Minimercato							
Pasta, biscotti, ecc. - Hard discount	1	5	18	26	5		55
Pasta, biscotti, ecc. - Super/Ipermercato	1	7	53	127	11	25	224
Pasta, biscotti, ecc. - Az. agricola/Produttore							
Pasta, biscotti, ecc. - Negozio tradizionale		2	6	15	2	5	30
Pasta, biscotti, ecc. - Centro commerciale				1			1
Pasta, biscotti, ecc. - Mercato			3	2		3	8
Pasta, biscotti, ecc. - Acquisto online							
Pasta, biscotti, ecc. - Outlet							
Pasta, biscotti, ecc. - Minimercato							
Carne e salumi - Hard discount		4	9	21	3		37
Carne e salumi - Super/Ipermercato	1	6	45	110	11	21	194
Carne e salumi - Az. agricola/Produttore			1	1			2
Carne e salumi - Negozio tradizionale		2	17	62	2	17	100
Carne e salumi - Centro commerciale				4			4
Carne e salumi - Mercato		3	17	17	2	4	43
Carne e salumi - Acquisto online							
Carne e salumi - Outlet							
Carne e salumi - Minimercato							
Pesce - Hard discount		3	8	18	3		32
Pesce - Super/Ipermercato	1	5	44	121	11	23	205
Pesce - Az. agricola/Produttore							
Pesce - Negozio tradizionale		2	4	11	2	6	25
Pesce - Centro commerciale				2		1	3
Pesce - Mercato		3	23	31	2	5	64
Pesce - Acquisto online							
Pesce - Outlet							
Pesce - Minimercato				1			1
Latte, latticini e uova - Hard discount	1	5	13	28	3		50
Latte, latticini e uova - Super/Ipermercato	1	7	50	129	11	22	220
Latte, latticini e uova - Az. agricola/Produttore			1	1	1	2	4
Latte, latticini e uova - Negozio tradizionale		2	3	24	2	5	36
Latte, latticini e uova - Centro commerciale							
Latte, latticini e uova - Mercato		2	22	14	3	5	46
Latte, latticini e uova - Acquisto online							
Latte, latticini e uova - Outlet							
Latte, latticini e uova - Minimercato				2			2
Frutta e verdura - Hard discount	1	2	9	17	2		31
Frutta e verdura - Super/Ipermercato	1	5	49	106	10	17	188
Frutta e verdura - Az. agricola/Produttore				2	1	2	5
Frutta e verdura - Negozio tradizionale		1	1	18	1	12	33
Frutta e verdura - Centro commerciale							
Frutta e verdura - Mercato		7	44	90	7	17	165
Frutta e verdura - Acquisto online							
Frutta e verdura - Outlet							
Frutta e verdura - Minimercato		2		2			4
Surgelati e scatolame - Hard discount		4	20	31	6		61
Surgelati e scatolame - Super/Ipermercato	1	8	54	127	10	25	225
Surgelati e scatolame - Az. agricola/Produttore							
Surgelati e scatolame - Negozio tradizionale		1	1	2			4
Surgelati e scatolame - Centro commerciale				1			1
Surgelati e scatolame - Mercato							
Surgelati e scatolame - Acquisto online				1			1
Surgelati e scatolame - Outlet							
Surgelati e scatolame - Minimercato							
Bevande alcoliche e analcoliche - Hard discount	1	5	19	36	5		66
Bevande alcoliche e analcoliche - Super/Ipermercato	1	8	53	129	11	24	226
Bevande alcoliche e analcoliche - Az. agricola/Produttore				4		5	9
Bevande alcoliche e analcoliche - Negozio tradizionale		1		7		8	16
Bevande alcoliche e analcoliche - Centro commerciale				2		2	4
Bevande alcoliche e analcoliche - Mercato				1			1
Bevande alcoliche e analcoliche - Acquisto online							
Bevande alcoliche e analcoliche - Outlet							
Bevande alcoliche e analcoliche - Minimercato						1	1

**Tabella 3.5a Principali luoghi di acquisto dei generi alimentari per posizione e condizione professionale della persona di riferimento (occupati)- risposte multiple**

Generi alimentari	Condizione professionale							Totale
	Non occupati	Impiegato	Operaio	Altro dipendente	Imprenditore o libero prof.	Lavoratore in proprio	Altro non dipendente	
Pane - Hard discount	15	6	7	2		11	4	45
Pane - Super/Ipermercato	63	22	27	11	14	37	8	182
Pane - Az. agricola/Produttore								
Pane - Negozio tradizionale	65	17	12	9	12	24		139
Pane - Centro commerciale	1							1
Pane - Mercato	10		1				2	13
Pane - Acquisto online								
Pane - Outlet								
Pane - Minimercato								
Pasta, biscotti, ecc. - Hard discount	24	6	9	1		11	4	55
Pasta, biscotti, ecc. - Super/Ipermercato	89	25	32	11	16	43	8	224
Pasta, biscotti, ecc. - Az. agricola/Produttore								
Pasta, biscotti, ecc. - Negozio tradizionale	17	3	4	2	4			30
Pasta, biscotti, ecc. - Centro commerciale	1							1
Pasta, biscotti, ecc. - Mercato	5		2				1	8
Pasta, biscotti, ecc. - Acquisto online								
Pasta, biscotti, ecc. - Outlet								
Pasta, biscotti, ecc. - Minimercato								
Carne e salumi - Hard discount	13	5	7			9	3	37
Carne e salumi - Super/Ipermercato	74	19	30	10	11	42	8	194
Carne e salumi - Az. agricola/Produttore	2							2
Carne e salumi - Negozio tradizionale	43	9	10	7	12	19		100
Carne e salumi - Centro commerciale	2	1			1			4
Carne e salumi - Mercato	23	3	8	1	1	5	2	43
Carne e salumi - Acquisto online								
Carne e salumi - Outlet								
Carne e salumi - Minimercato								
Pesce - Hard discount	11	4	5			8	4	32
Pesce - Super/Ipermercato	77	23	29	11	14	43	8	205
Pesce - Az. agricola/Produttore								
Pesce - Negozio tradizionale	7	3	4	3	4	4		25
Pesce - Centro commerciale	1				2			3
Pesce - Mercato	35	5	10	1		12	1	64
Pesce - Acquisto online								
Pesce - Outlet								
Pesce - Minimercato						1		1
Latte, latticini e uova - Hard discount	21	5	9	1		10	4	50
Latte, latticini e uova - Super/Ipermercato	88	26	31	10	14	43	8	220
Latte, latticini e uova - Az. agricola/Produttore	1		1			2		4
Latte, latticini e uova - Negozio tradizionale	13	7	2	4	7	3		36
Latte, latticini e uova - Centro commerciale								
Latte, latticini e uova - Mercato	22	3	11			7	3	46
Latte, latticini e uova - Acquisto online								
Latte, latticini e uova - Outlet								
Latte, latticini e uova - Minimercato	1					1		2
Frutta e verdura - Hard discount	12	3	6	1		8	1	31
Frutta e verdura - Super/Ipermercato	69	19	31	9	13	39	8	188
Frutta e verdura - Az. agricola/Produttore		1	1		1	1	1	5
Frutta e verdura - Negozio tradizionale	10	4	1	4	5	9		33
Frutta e verdura - Centro commerciale								
Frutta e verdura - Mercato	72	16	26	8	9	28	6	165
Frutta e verdura - Acquisto online								
Frutta e verdura - Outlet								
Frutta e verdura - Minimercato	2	1				1		4
Surgelati e scatolame - Hard discount	25	6	12	2		12	4	61
Surgelati e scatolame - Super/Ipermercato	92	25	32	11	16	41	8	225
Surgelati e scatolame - Az. agricola/Produttore								
Surgelati e scatolame - Negozio tradizionale	3			1				4
Surgelati e scatolame - Centro commerciale	1							1
Surgelati e scatolame - Mercato								
Surgelati e scatolame - Acquisto online	1							1
Surgelati e scatolame - Outlet								
Surgelati e scatolame - Minimercato								
Bevande alcoliche e analcoliche - Hard discount	28	8	12	1		12	5	66
Bevande alcoliche e analcoliche - Super/Ipermercato	89	26	32	11	16	44	8	226
Bevande alcoliche e analcoliche - Az. agricola/Produttore	3			3	1	2		9
Bevande alcoliche e analcoliche - Negozio tradizionale	6			2	3	5		16
Bevande alcoliche e analcoliche - Centro commerciale				2		1	1	4
Bevande alcoliche e analcoliche - Mercato	1							1
Bevande alcoliche e analcoliche - Acquisto online								
Bevande alcoliche e analcoliche - Outlet								
Bevande alcoliche e analcoliche - Minimercato					1			1

**Tabella 3.4b Principali luoghi di acquisto dei generi non alimentari per titolo di studio della persona di riferimento- risposte multiple**

Generi non alimentari	Titolo di studio						Totale
	Nessun titolo	Licenza elementare	Licenza media inf.	Licenza media sup.	Laurea triennale	Laurea specialistica	
Pulizia della casa - Hard discount		5	19	28	4		56
Pulizia della casa - Super/Ipermercato	1	9	54	124	10	25	223
Pulizia della casa - Az. agricola/Produttore							
Pulizia della casa - Negozio tradizionale		1	3	20	2	4	30
Pulizia della casa - Centro commerciale			1	9			10
Pulizia della casa - Mercato		1		1		4	6
Pulizia della casa - Acquisto online				1	1		2
Pulizia della casa - Outlet							
Pulizia della casa - Minimercato			1	3			4
Abbigliamento e calzature - Hard discount							
Abbigliamento e calzature - Super/Ipermercato			3	8			11
Abbigliamento e calzature - Az. agricola/Produttore							
Abbigliamento e calzature - Negozio tradizionale	1	8	41	98	10	24	182
Abbigliamento e calzature - Centro commerciale	1	4	21	45	1	2	74
Abbigliamento e calzature - Mercato		6	18	47	2	9	82
Abbigliamento e calzature - Acquisto online			3	17	2	3	25
Abbigliamento e calzature - Outlet				1		2	3
Abbigliamento e calzature - Minimercato							
Cura e igiene personale - Hard discount		1	4	17	2		24
Cura e igiene personale - Super/Ipermercato	1	8	51	102	10	20	192
Cura e igiene personale - Az. agricola/Produttore							
Cura e igiene personale - Negozio tradizionale	1	6	23	80	8	16	134
Cura e igiene personale - Centro commerciale		2	12	15		1	30
Cura e igiene personale - Mercato		1	2	3		1	7
Cura e igiene personale - Acquisto online				9		2	11
Cura e igiene personale - Outlet							
Cura e igiene personale - Minimercato		1		6			7
Medicinali - Hard discount							
Medicinali - Super/Ipermercato				2			2
Medicinali - Az. agricola/Produttore							
Medicinali - Negozio tradizionale	1	10	57	136	11	25	240
Medicinali - Centro commerciale		1	3	10		1	15
Medicinali - Mercato							
Medicinali - Acquisto online				11		1	12
Medicinali - Outlet							
Medicinali - Minimercato							
Giochi, giocattoli e videogiochi - Hard discount							
Giochi, giocattoli e videogiochi - Super/Ipermercato		3	11	27	1	6	48
Giochi, giocattoli e videogiochi - Az. agricola/Produttore							
Giochi, giocattoli e videogiochi - Negozio tradizionale		3	29	89	7	20	148
Giochi, giocattoli e videogiochi - Centro commerciale	1	6	20	51	5	1	84
Giochi, giocattoli e videogiochi - Mercato	1	3	8	14	4	4	34
Giochi, giocattoli e videogiochi - Acquisto online			3	22	2	7	34
Giochi, giocattoli e videogiochi - Outlet							
Giochi, giocattoli e videogiochi - Minimercato							
Arredamento - Hard discount							
Arredamento - Super/Ipermercato			3	4			7
Arredamento - Az. agricola/Produttore							
Arredamento - Negozio tradizionale		6	33	111	10	22	182
Arredamento - Centro commerciale	1	6	32	74	5	5	123
Arredamento - Mercato				2		2	4
Arredamento - Acquisto online			2	17	3	7	29
Arredamento - Outlet				1			1
Arredamento - Minimercato							
Elettrodomestici - Hard discount							
Elettrodomestici - Super/Ipermercato		1	3	9		4	17
Elettrodomestici - Az. agricola/Produttore							
Elettrodomestici - Negozio tradizionale		6	30	102	7	18	163
Elettrodomestici - Centro commerciale	1	7	40	83	6	4	141
Elettrodomestici - Mercato							
Elettrodomestici - Acquisto online			3	17	3	7	30
Elettrodomestici - Outlet						1	1
Elettrodomestici - Minimercato							



Tabella 3.6 Principali luoghi di acquisto per prodotti - risposte multiple

Prodotti		Luoghi di acquisto								
		Hard discount	Super - Ipermercato	Az. Agricola - Produttore	Negoziο tradizionale	Centro commerciale	Mercato	Acquisto online	Outlet	Minimercato
alimentari	Pane	45	182	0	139	1	13	0	0	0
	Pasta, biscotti	55	224	0	30	1	8	0	0	0
	Carne e salumi	37	194	2	100	4	43	0	0	0
	Pesce	32	205	0	25	3	64	0	0	1
	Latte, latticini e uova	50	220	4	36	0	46	0	0	2
	Frutta e verdura	31	188	5	33	0	165	0	0	4
	Surgelati e scatolame	61	225	0	4	1	0	1	0	0
	Bevande alcoliche e analcoliche	66	226	9	16	4	1	0	0	1
<b>Tot alimentare</b>		<b>377</b>	<b>1664</b>	<b>20</b>	<b>383</b>	<b>14</b>	<b>340</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>
non alimentari	Pulizia della casa	56	223	0	30	10	6	2	0	4
	Abbigliamento e calzature	0	11	0	182	74	82	25	3	0
	Cura e igiene personale	24	192	0	134	30	7	11	0	7
	Medicinali	0	2	0	240	15	0	12	0	0
	Giochi, giocattoli e videogiochi	0	48	0	148	84	34	34	0	0
	Arredamento	0	7	0	182	123	4	29	1	0
	Elettrodomestici	0	17	0	163	141	0	30	1	0
<b>Tot non alimentare</b>		<b>80</b>	<b>500</b>	<b>0</b>	<b>1079</b>	<b>477</b>	<b>133</b>	<b>143</b>	<b>5</b>	<b>11</b>
<b>Totale</b>		<b>457</b>	<b>2164</b>	<b>20</b>	<b>1462</b>	<b>491</b>	<b>473</b>	<b>144</b>	<b>5</b>	<b>19</b>

**Tabella 3.7 Principali luoghi di acquisto per tipologia familiare (risposte multiple)**

Luoghi di acquisto	Tipologia famiglia					Totale complessivo
	Persona sola	Coppie senza figli	Coppie con figli	Fam. Monoparentale	Altro	
Hard discount	269	51	65	17	55	457
Super/Ipermercato	794	426	629	201	114	2164
Az. agricola/Produttore	3	6	7	1	3	20
Negozi tradizionali	549	295	408	134	76	1462
Centro commerciale	195	94	132	47	23	491
Mercato	194	119	103	27	30	473
Acquisto online	29	10	95	4	6	144
Outlet	0	2	3	0	0	5
Minimercato	13	4	1	1	0	19
<b>Totale</b>	<b>2.046</b>	<b>1.007</b>	<b>1.443</b>	<b>432</b>	<b>307</b>	<b>5.235</b>

**Tabella 4.1 Limitazioni della spesa per beni di prodotti alimentari e non alimentari per tipologia di famiglia**

	Tipologia di famiglia					Totale
	Persona sola	Coppie senza figli	Coppie con figli	Fam. Monoparentale	Altro	
<b>Alimentari</b>						
Nessuna limitazione	45	30	44	11	4	134
Riduzione degli acquisti	18	6	3	2	4	33
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse	32	10	18	7	6	73
Tipologia di prodotto non acquistata						
Mancata risposta						
<b>Bevande</b>						
Nessuna limitazione	41	29	42	8	4	124
Riduzione degli acquisti	27	7	6	5	4	49
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse	27	10	17	7	6	67
Tipologia di prodotto non acquistata						
Mancata risposta						
<b>Abbigliamento e calzature</b>						
Nessuna limitazione	14	23	33	5	4	79
Riduzione degli acquisti	75	17	29	14	9	144
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse	5	6	3	1	1	16
Tipologia di prodotto non acquistata						
Mancata risposta	1					1
<b>Cura e igiene personale</b>						
Nessuna limitazione	51	32	55	13	6	157
Riduzione degli acquisti	31	11	10	4	7	63
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse	13	3		3	1	20
Tipologia di prodotto non acquistata						
Mancata risposta						
<b>Visite mediche e accertam. periodici</b>						
Nessuna limitazione	83	42	65	20	14	224
Riduzione degli acquisti	11	4				15
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse	1					1
Tipologia di prodotto non acquistata						
Mancata risposta						
<b>Carburanti per mezzi privati</b>						
Nessuna limitazione	29	31	56	13	5	134
Riduzione degli acquisti	24	15	8	3	1	51
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse	1					1
Tipologia di prodotto non acquistata	41			4	8	53
Mancata risposta			1			1
<b>Viaggi e vacanze</b>						
Nessuna limitazione	17	18	30	3	4	72
Riduzione degli acquisti	49	20	34	16	4	123
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse	4	4				8
Tipologia di prodotto non acquistata	25	4		1	6	36
Mancata risposta			1			1
<b>Pasti fuori casa</b>						
Nessuna limitazione	7	16	29	3	4	59
Riduzione degli acquisti	62	20	34	14	9	139
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse	8	3	1			12
Tipologia di prodotto non acquistata	18	7		3	1	29
Mancata risposta			1			1

**Tabella 4.2 Limitazioni della spesa per beni di prodotti alimentari e non alimentari per genere della persona di riferimento**

	Genere		
	Maschio	Femmina	Totale
<b>Alimentari</b>			
Nessuna limitazione	70	64	134
Riduzione degli acquisti	10	23	33
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse	21	52	73
Tipologia di prodotto non acquistata			
Mancata risposta			
<b>Bevande</b>			
Nessuna limitazione	66	58	124
Riduzione degli acquisti	16	33	49
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse	19	48	67
Tipologia di prodotto non acquistata			
Mancata risposta			
<b>Abbigliamento e calzature</b>			
Nessuna limitazione	50	29	79
Riduzione degli acquisti	44	100	144
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse	6	10	16
Tipologia di prodotto non acquistata			
Mancata risposta	1		1
<b>Cura e igiene personale</b>			
Nessuna limitazione	78	79	157
Riduzione degli acquisti	17	46	63
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse	6	14	20
Tipologia di prodotto non acquistata			
Mancata risposta			
<b>Visite mediche e accertam. periodici</b>			
Nessuna limitazione	93	131	224
Riduzione degli acquisti	7	8	15
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse	1		1
Tipologia di prodotto non acquistata			
Mancata risposta			
<b>Carburanti per mezzi privati</b>			
Nessuna limitazione	76	58	134
Riduzione degli acquisti	21	30	51
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse		1	1
Tipologia di prodotto non acquistata	3	50	53
Mancata risposta	1		1
<b>Viaggi e vacanze</b>			
Nessuna limitazione	45	27	72
Riduzione degli acquisti	40	83	123
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse	6	2	8
Tipologia di prodotto non acquistata	9	27	36
Mancata risposta	1		1
<b>Pasti fuori casa</b>			
Nessuna limitazione	40	19	59
Riduzione degli acquisti	43	96	139
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse	4	8	12
Tipologia di prodotto non acquistata	13	16	29
Mancata risposta	1		1

**Tabella 4.3 Limitazioni della spesa per beni di prodotti alimentari e non alimentari per classe di età della persona di riferimento**

	Classe di età				Totale
	fino a 25	26-40	41-65	oltre 65	
<b>Alimentari</b>					
Nessuna limitazione		13	76	45	134
Riduzione degli acquisti		2	18	13	33
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse		12	35	26	73
Tipologia di prodotto non acquistata					
Mancata risposta					
<b>Bevande</b>					
Nessuna limitazione		12	71	41	124
Riduzione degli acquisti		3	26	20	49
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse		12	32	23	67
Tipologia di prodotto non acquistata					
Mancata risposta					
<b>Abbigliamento e calzature</b>					
Nessuna limitazione		7	41	31	79
Riduzione degli acquisti		20	75	49	144
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse			12	4	16
Tipologia di prodotto non acquistata					
Mancata risposta			1		1
<b>Cura e igiene personale</b>					
Nessuna limitazione		20	84	53	157
Riduzione degli acquisti		7	34	22	63
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse			11	9	20
Tipologia di prodotto non acquistata					
Mancata risposta					
<b>Visite mediche e accertam. periodici</b>					
Nessuna limitazione		27	121	76	224
Riduzione degli acquisti			7	8	15
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse			1		1
Tipologia di prodotto non acquistata					
Mancata risposta					
<b>Carburanti per mezzi privati</b>					
Nessuna limitazione		16	83	35	134
Riduzione degli acquisti		4	29	18	51
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse			1		1
Tipologia di prodotto non acquistata		7	15	31	53
Mancata risposta			1		1
<b>Viaggi e vacanze</b>					
Nessuna limitazione		7	38	27	72
Riduzione degli acquisti		20	71	32	123
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse			5	3	8
Tipologia di prodotto non acquistata			14	22	36
Mancata risposta			1		1
<b>Pasti fuori casa</b>					
Nessuna limitazione		8	35	16	59
Riduzione degli acquisti		18	83	38	139
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse		1	5	6	12
Tipologia di prodotto non acquistata			5	24	29
Mancata risposta			1		1

**Tabella 4.4 Limitazioni della spesa per beni di prodotti alimentari e non alimentari per titolo di studio della persona di riferimento**

	Titolo di studio						Totale
	Nessun titolo	Licenza elementare	Licenza media inf.	Licenza media sup.	Laurea triennale	Laurea specialistica	
<b>Alimentari</b>							
Nessuna limitazione	1	7	27	73	7	19	134
Riduzione degli acquisti			11	19		3	33
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse		3	19	44	4	3	73
Tipologia di prodotto non acquistata							
Mancata risposta							
<b>Bevande</b>							
Nessuna limitazione	1	6	26	67	5	19	124
Riduzione degli acquisti			14	29	2	2	49
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse		2	17	40	4	4	67
Tipologia di prodotto non acquistata							
Mancata risposta							
<b>Abbigliamento e calzature</b>							
Nessuna limitazione	1	4	16	37	3	18	79
Riduzione degli acquisti		6	38	89	6	5	144
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse			2	10	2	2	16
Tipologia di prodotto non acquistata							
Mancata risposta			1				1
<b>Cura e igiene personale</b>							
Nessuna limitazione	1	8	35	85	7	21	157
Riduzione degli acquisti			19	39	3	2	63
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse		2	3	12	1	2	20
Tipologia di prodotto non acquistata							
Mancata risposta							
<b>Visite mediche e accertam. periodici</b>							
Nessuna limitazione	1	10	53	127	11	22	224
Riduzione degli acquisti			4	8		3	15
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse				1			1
Tipologia di prodotto non acquistata							
Mancata risposta							
<b>Carburanti per mezzi privati</b>							
Nessuna limitazione		2	29	78	7	18	134
Riduzione degli acquisti		1	9	35		6	51
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse		1					1
Tipologia di prodotto non acquistata	1	6	19	22	4	1	53
Mancata risposta				1			1
<b>Viaggi e vacanze</b>							
Nessuna limitazione			18	34	3	17	72
Riduzione degli acquisti	1	3	28	79	7	5	123
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse		2		3		3	8
Tipologia di prodotto non acquistata		5	11	19	1		36
Mancata risposta				1			1
<b>Pasti fuori casa</b>							
Nessuna limitazione			11	31	1	16	59
Riduzione degli acquisti		2	32	89	10	6	139
Acquisto di prodotti diversi o marche diverse		2	3	4		3	12
Tipologia di prodotto non acquistata	1	6	11	11			29
Mancata risposta				1			1

**Tabella 4.5 Limitazioni della spesa per beni di prodotti alimentari e non alimentari per posizione e condizione professionale della persona di riferimento (occupati)**

	Condizione professionale							Totale
	Non occupati	Impiegato	Operaio	Altro dipendente	Imprenditore o libero prof.	Lavoratore in proprio	Altro non dipendente	
<b>Alimentari</b>								
Nessuna limitazione	56	19	14	9	8	26	2	134
Riduzione degli acquisti	15	2	6		3	4	3	33
Acquisto di prodotti diversi o marchi	26	5	14	2	5	18	3	73
Tipologia di prodotto non acquistata								
Mancata risposta								
<b>Bevande</b>								
Nessuna limitazione	53	15	14	9	8	23	2	124
Riduzione degli acquisti	21	6	8		1	10	3	49
Acquisto di prodotti diversi o marchi	23	5	12	2	7	15	3	67
Tipologia di prodotto non acquistata								
Mancata risposta								
<b>Abbigliamento e calzature</b>								
Nessuna limitazione	42	5	5	8	7	11	1	79
Riduzione degli acquisti	50	19	27	2	8	31	7	144
Acquisto di prodotti diversi o marchi	5	2	1	1	1	6		16
Tipologia di prodotto non acquistata								
Mancata risposta			1					1
<b>Cura e igiene personale</b>								
Nessuna limitazione	68	17	20	10	11	26	5	157
Riduzione degli acquisti	22	7	11	1	2	17	3	63
Acquisto di prodotti diversi o marchi	7	2	3		3	5		20
Tipologia di prodotto non acquistata								
Mancata risposta								
<b>Visite mediche e accertam. periodici</b>								
Nessuna limitazione	91	26	32	11	13	43	8	224
Riduzione degli acquisti	6		2		3	4		15
Acquisto di prodotti diversi o marchi diverse						1		1
Tipologia di prodotto non acquistata								
Mancata risposta								
<b>Carburanti per mezzi privati</b>								
Nessuna limitazione	46	14	19	9	12	30	4	134
Riduzione degli acquisti	20	5	10	1	4	10	1	51
Acquisto di prodotti diversi o marchi	1							1
Tipologia di prodotto non acquistata	30	7	5	1		7	3	53
Mancata risposta						1		1
<b>Viaggi e vacanze</b>								
Nessuna limitazione	36	6	2	10	8	10		72
Riduzione degli acquisti	34	20	28	1	4	30	6	123
Acquisto di prodotti diversi o marchi	3				3	2		8
Tipologia di prodotto non acquistata	24		4		1	5	2	36
Mancata risposta						1		1
<b>Pasti fuori casa</b>								
Nessuna limitazione	25	4	5	8	8	9		59
Riduzione degli acquisti	41	22	27	3	5	33	8	139
Acquisto di prodotti diversi o marchi	7				3	2		12
Tipologia di prodotto non acquistata	24		2			3		29
Mancata risposta						1		1

**Tabella 4.6 Limitazione della spesa per tipologia di prodotto**

	Nessuna limitazione	Riduzione degli acquisti	Acquisto di prodotti o marche diverse	Tipologia di prodotto non acquistata	Mancata risposta
Alimentari	134	33	73	0	0
Bevande	124	49	67	0	0
Abbigliamento e calzature	79	144	16	0	1
Cura e igiene personale	157	63	20	0	0
Visite mediche e accertam. periodici	224	15	1	0	0
Carburanti per mezzi privati	134	51	1	53	1
Viaggi e vacanze	72	123	8	36	1
Pasti fuori casa	59	139	12	29	1
<b>Totale</b>	<b>983</b>	<b>617</b>	<b>198</b>	<b>118</b>	<b>4</b>

**Tabella 5.1 Abitudini di acquisto per prodotti/beni e canali/modalità di acquisto per tipologie di famiglia - risposte multiple**

	Tipologia di famiglia					Totale
	Persona sola	Coppie senza figli	Coppie con figli	Fam. Monoparentale	Altro	
<b>Prodotti del commercio equo e solidale</b>						
No, mai	54	20	29	11	9	123
Sì, qualche volta	41	26	35	9	5	116
Spesso			1			1
Mancata risposta						
<b>Prodotti biologici</b>						
No, mai	29	11	13	1	4	58
Sì, qualche volta	66	32	48	19	9	174
Spesso		3	4		1	8
Mancata risposta						
<b>Beni di seconda mano</b>						
No, mai	48	27	28	10	5	118
Sì, qualche volta	35	14	34	10	5	98
Spesso	12	5	3		4	24
Mancata risposta						
<b>Gruppi di acquisto (GAS o GAC)</b>						
No, mai	94	42	57	20	14	227
Sì, qualche volta	1	4	8			13
Spesso						
Mancata risposta						
<b>Distr. organizzata con prodotti di alta qualità</b>						
No, mai	80	17	27	14	10	148
Sì, qualche volta	14	28	35	6	4	87
Spesso	1	1	3			5
Mancata risposta						
<b>E-commerce</b>						
No, mai	69	26	12	15	11	133
Sì, qualche volta	20	20	33	4	3	80
Spesso	6		20	1		27
Mancata risposta						
<b>Pagamento rateale</b>						
No, mai	44	28	22	7	5	106
Sì, qualche volta	39	16	35	10	5	105
Spesso	12	2	8	3	4	29
Mancata risposta						
<b>Coupon su siti di social shopping</b>						
No, mai	78	39	29	11	10	167
Sì, qualche volta	16	7	29	8	4	64
Spesso	1		7	1		9
Mancata risposta						

**Tabella 5.2 Abitudini di acquisto per prodotti/beni e canali/modalità di acquisto per genere della persona di riferimento**

	Genere		
	Maschio	Femmina	Totale
<b>Prodotti del commercio equo e solidale</b>			
No, mai	47	76	123
Sì, qualche volta	54	62	116
Spesso		1	1
Mancata risposta			
<b>Prodotti biologici</b>			
No, mai	27	31	58
Sì, qualche volta	69	105	174
Spesso	5	3	8
Mancata risposta			
<b>Beni di seconda mano</b>			
No, mai	56	62	118
Sì, qualche volta	36	62	98
Spesso	9	15	24
Mancata risposta			
<b>Gruppi di acquisto (GAS o GAC)</b>			
No, mai	90	137	227
Sì, qualche volta	11	2	13
Spesso			
Mancata risposta			
<b>Distr. organizzata con prodotti di alta qualità</b>			
No, mai	42	106	148
Sì, qualche volta	58	29	87
Spesso	1	4	5
Mancata risposta			
<b>E-commerce</b>			
No, mai	42	91	133
Sì, qualche volta	42	38	80
Spesso	17	10	27
Mancata risposta			
<b>Pagamento rateale</b>			
No, mai	52	54	106
Sì, qualche volta	40	65	105
Spesso	9	20	29
Mancata risposta			
<b>Coupon su siti di social shopping</b>			
No, mai	66	101	167
Sì, qualche volta	31	33	64
Spesso	4	5	9
Mancata risposta			

**Tabella 5.3 Abitudini di acquisto per prodotti/beni e canali/modalità di acquisto per classe di età della persona di riferimento**

	Classe di età				Totale
	fino a 25	26-40	41-65	oltre 65	
<b>Prodotti del commercio equo e solidale</b>					
No, mai		13	63	47	123
Sì, qualche volta		14	65	37	116
Spesso			1		1
Mancata risposta					
<b>Prodotti biologici</b>					
No, mai		2	28	28	58
Sì, qualche volta		25	95	54	174
Spesso			6	2	8
Mancata risposta					
<b>Beni di seconda mano</b>					
No, mai		10	58	50	118
Sì, qualche volta		16	58	24	98
Spesso		1	13	10	24
Mancata risposta					
<b>Gruppi di acquisto (GAS o GAC)</b>					
No, mai		23	121	83	227
Sì, qualche volta		4	8	1	13
Spesso					
Mancata risposta					
<b>Distr. organizzata con prodotti di alta qualità</b>					
No, mai		17	71	60	148
Sì, qualche volta		10	54	23	87
Spesso			4	1	5
Mancata risposta					
<b>E-commerce</b>					
No, mai		12	56	65	133
Sì, qualche volta		8	54	18	80
Spesso		7	19	1	27
Mancata risposta					
<b>Pagamento rateale</b>					
No, mai		6	46	54	106
Sì, qualche volta		16	64	25	105
Spesso		5	19	5	29
Mancata risposta					
<b>Coupon su siti di social shopping</b>					
No, mai		14	73	80	167
Sì, qualche volta		11	49	4	64
Spesso		2	7		9
Mancata risposta					

**Tabella 5.4 Abitudini di acquisto per prodotti/beni e canali/modalità di acquisto per titolo di studio della persona di riferimento**

	Titolo di studio						Totale
	Nessun titolo	Licenza elementare	Licenza media inf.	Licenza media sup.	Laurea triennale	Laurea specialistica	
<b>Prodotti del commercio equo e solidale</b>							
No, mai	1	8	39	63	4	8	123
Si, qualche volta		2	18	73	7	16	116
Spesso						1	1
Mancata risposta							
<b>Prodotti biologici</b>							
No, mai	1	7	22	22		6	58
Si, qualche volta		3	35	107	11	18	174
Spesso				7		1	8
Mancata risposta							
<b>Beni di seconda mano</b>							
No, mai	1	9	38	53	3	14	118
Si, qualche volta		1	16	65	7	9	98
Spesso			3	18	1	2	24
Mancata risposta							
<b>Gruppi di acquisto (GAS o GAC)</b>							
No, mai	1	10	57	128	9	22	227
Si, qualche volta				8	2	3	13
Spesso							
Mancata risposta							
<b>Distr. organizzata con prodotti di alta qualità</b>							
No, mai	1	10	47	84	3	3	148
Si, qualche volta			9	51	8	19	87
Spesso			1	1		3	5
Mancata risposta							
<b>E-commerce</b>							
No, mai	1	9	41	69	5	8	133
Si, qualche volta		1	12	51	5	11	80
Spesso			4	16	1	6	27
Mancata risposta							
<b>Pagamento rateale</b>							
No, mai		3	22	62	5	14	106
Si, qualche volta	1	5	24	60	5	10	105
Spesso		2	11	14	1	1	29
Mancata risposta							
<b>Coupon su siti di social shopping</b>							
No, mai	1	10	42	90	8	16	167
Si, qualche volta			13	41	3	7	64
Spesso			2	5		2	9
Mancata risposta							0



**Tabella 5.6. Canali di acquisto e frequenza di utilizzo**

<b>CANALI/MODALITA' DI ACQUISTO</b>	Mai	Qualche volta	Spesso	Mancata risposta
Gruppi di acquisto (GAS o GAC)	227	13		
Distr. organizzata con prodotti di alta qualità	148	87	5	
E-commerce	133	80	27	
Pagamento rateale	106	105	29	
Coupon su siti di social shopping	167	64	9	
Prodotti del commercio equo e solidale	123	116	1	
Prodotti biologici	58	174	8	
Beni di seconda mano	118	98	24	

**Tabella 6.1 Possesso di beni durevoli e di beni a tecnologia avanzata per tipologie di famiglia-risposte multiple**

	Tipologia di famiglia					Totale
	Persona sola	Coppie senza figli	Coppie con figli	Fam. Monoparentale	Altro	
Forno Microonde	69	37	61	20	11	198
Lavastoviglie	35	31	59	12	6	143
Condizionatore	16	15	26	2	1	60
Motocicletta o scooter	2	1	11	3	0	17
Bicicletta	19	28	58	12	7	124
Drone	0	0	0	0	0	0
Linea internet ADSL, Fibra Ottica, chiavetta internet	55	33	59	14	10	171
E-Book	16	5	24	4	2	51
Televisore Led e 3D	57	43	58	18	11	187
Asciugatrice	0	0	14	2	0	16
Console di gioco	3	2	30	6	0	41
Decoder digitale satellitare	10	17	21	5	1	54
Smartphone	64	45	62	20	11	202
Netbook, pc portatile	43	18	50	9	8	128
Macchina fotografica digitale	17	24	46	9	3	99
Home theatre	2	4	15	0	0	21
Navigatore satellitare	9	13	26	3	0	51
Tablet	27	27	48	8	7	117
Macchinetta del caffè o cialde	18	25	40	10	4	97
Smart watch	0	6	18	4	0	28
Hoverboard	0	0	1	0	0	1

**Tabella 6.2 Possesso di beni durevoli e di beni a tecnologia avanzata per genere della persona di riferimento-risposte multiple**

	Genere		
	Maschio	Femmina	Totale
Forno Microonde	80	118	198
Lavastoviglie	66	77	143
Condizionatore	33	27	60
Motocicletta o scooter	10	7	17
Bicicletta	69	55	124
Drone	0	0	0
Linea internet ADSL, Fibra Ottica, chiavetta internet	78	93	171
E-Book	25	26	51
Televisore Led e 3D	84	103	187
Asciugatrice	9	7	16
Console di gioco	23	18	41
Decoder digitale satellitare	32	22	54
Smartphone	91	111	202
Netbook, pc portatile	60	68	128
Macchina fotografica digitale	56	43	99
Home theatre	14	7	21
Navigatore satellitare	31	20	51
Tablet	65	52	117
Macchinetta del caffè o cialde	57	40	97
Smart watch	18	10	28
Hoverboard	0	1	1

**Tabella 6.3 Possesso di beni durevoli e di beni a tecnologia avanzata per classe di età della persona di riferimento-risposte multiple**

	Classe di età				Totale
	fino a 25	26-40	41-65	oltre 65	
Forno Microonde		27	115	56	198
Lavastoviglie		20	88	35	143
Condizionatore		9	35	16	60
Motocicletta o scooter		4	11	2	17
Bicicletta		18	85	21	124
Drone		0	0	0	0
Linea internet ADSL, Fibra Ottica, chiavetta internet		22	105	44	171
E-Book		11	27	13	51
Televisore Led e 3D		26	103	58	187
Asciugatrice		2	14	0	16
Console di gioco		8	32	1	41
Decoder digitale satellitare		6	33	15	54
Smartphone		27	116	59	202
Netbook, pc portatile		22	79	27	128
Macchina fotografica digitale		17	61	21	99
Home theatre		6	11	4	21
Navigatore satellitare		7	29	15	51
Tablet		17	72	28	117
Macchinetta del caffè o cialde		15	61	21	97
Smart watch		5	21	2	28
Hoverboard		0	1	0	1

**Tabella 6.4 Possesso di beni durevoli e di beni a tecnologia avanzata per titolo di studio della persona di riferimento-risposte multiple**

	Titolo di studio						Totale
	Nessun titolo	Licenza elementare	Licenza media inf.	Licenza media sup.	Laurea triennale	Laurea specialistica	
Forno Microonde	1	10	45	109	10	23	198
Lavastoviglie	0	2	26	85	7	23	143
Condizionatore	0	0	16	33	1	10	60
Motocicletta o scooter	0	0	0	9	2	6	17
Bicicletta	0	2	20	77	7	18	124
Drone	0	0	0	0	0	0	0
Linea internet ADSL, Fibra Ottica, chiavetta internet	0	2	25	112	8	24	171
E-Book	0	0	3	34	2	12	51
Televisore Led e 3D	1	5	43	107	8	23	187
Asciugatrice	0	0	5	7	1	3	16
Console di gioco	0	0	9	26	2	4	41
Decoder digitale satellitare	0	0	6	35	1	12	54
Smartphone	1	6	42	120	10	23	202
Netbook, pc portatile	0	1	19	86	6	16	128
Macchina fotografica digitale	0	0	14	63	3	19	99
Home theatre	0	0	3	10	0	8	21
Navigatore satellitare	0	0	11	30	1	9	51
Tablet	0	0	24	66	6	21	117
Macchinetta del caffè o cialde	1	2	21	54	4	15	97
Smart watch	0	0	6	15	0	7	28
Hoverboard	0	0	1	0	0	0	1

**Tabella 6.5 Possesso di beni durevoli e di beni a tecnologia avanzata per posizione e condizione professionale della persona di riferimento (occupati)-risposte multiple**

	Condizione professionale							Totale
	Non occupati	Impiegato	Operaio	Altro dipendente	Imprenditore o libero prof.	Lavoratore in proprio	Altro non dipendente	
Forno Microonde	71	22	33	11	15	40	6	198
Lavastoviglie	46	17	23	9	14	31	3	143
Condizionatore	21	6	8	2	3	18	2	60
Motocicletta o scooter	3	1	2	2	4	5	0	17
Bicicletta	32	17	18	9	16	28	4	124
Drone	0	0	0	0	0	0	0	0
Linea internet ADSL, Fibra Ottica, chiavetta internet	54	18	23	11	16	41	8	171
E-Book	17	5	6	1	8	13	1	51
Televisore Led e 3D	72	21	28	10	16	33	7	187
Asciugatrice	3	2	3	1	6	1	0	16
Console di gioco	9	7	7	2	6	10	0	41
Decoder digitale satellitare	18	5	4	1	8	18	0	54
Smartphone	74	22	31	10	16	42	7	202
Netbook, pc portatile	39	19	17	8	9	30	6	128
Macchina fotografica digitale	30	12	12	8	11	25	1	99
Home theatre	5	2		4	6	4	0	21
Navigatore satellitare	21	4	4	3	9	10	0	51
Tablet	40	13	15	10	9	28	2	117
Macchinetta del caffè o cialde	31	16	12	6	8	23	1	97
Smart watch	6	2	3	3	7	7	0	28
Hoverboard	1	0	0	0	0	0	0	1

**Tabella 6.6 Possesso di beni durevoli e di beni a tecnologia avanzata**

	Totale	%
Forno Microonde	198	83%
Lavastoviglie	143	60%
Condizionatore	60	25%
Motocicletta o scooter	17	7%
Bicicletta	124	52%
Drone	0	0%
Linea internet ADSL, Fibra Ottica, chiavetta internet	171	71%
E-Book	51	21%
Televisore Led e 3D	187	78%
Asciugatrice	16	7%
Console di gioco	41	17%
Decoder digitale satellitare	54	23%
Smartphone	202	84%
Netbook, pc portatile	128	53%
Macchina fotografica digitale	99	41%
Home theatre	21	9%
Navigatore satellitare	51	21%
Tablet	117	49%
Macchinetta del caffè o cialde	97	40%
Smart watch	28	12%
Hoverboard	1	0%