

LE SPESE DELLE FAMIGLIE TORINESI

Edizione 2018



CARATTERISTICHE DELL'INDAGINE



- Indagate **240 famiglie** residenti a Torino città in comuni limitrofi
- Somministrati due questionari di indagine:
 - **Libretto degli acquisti:** *per annotare le spese correnti della famiglia intervistata nel corso di dieci giorni (periodo di rilevazione)*
 - **Questionario:** *per annotare le spese che vengono effettuate a intervalli più lunghi (p. es. per beni durevoli)*
- Effettuate **quattro rilevazioni** nel 2018

LA CONDIZIONE ECONOMICA FAMILIARE

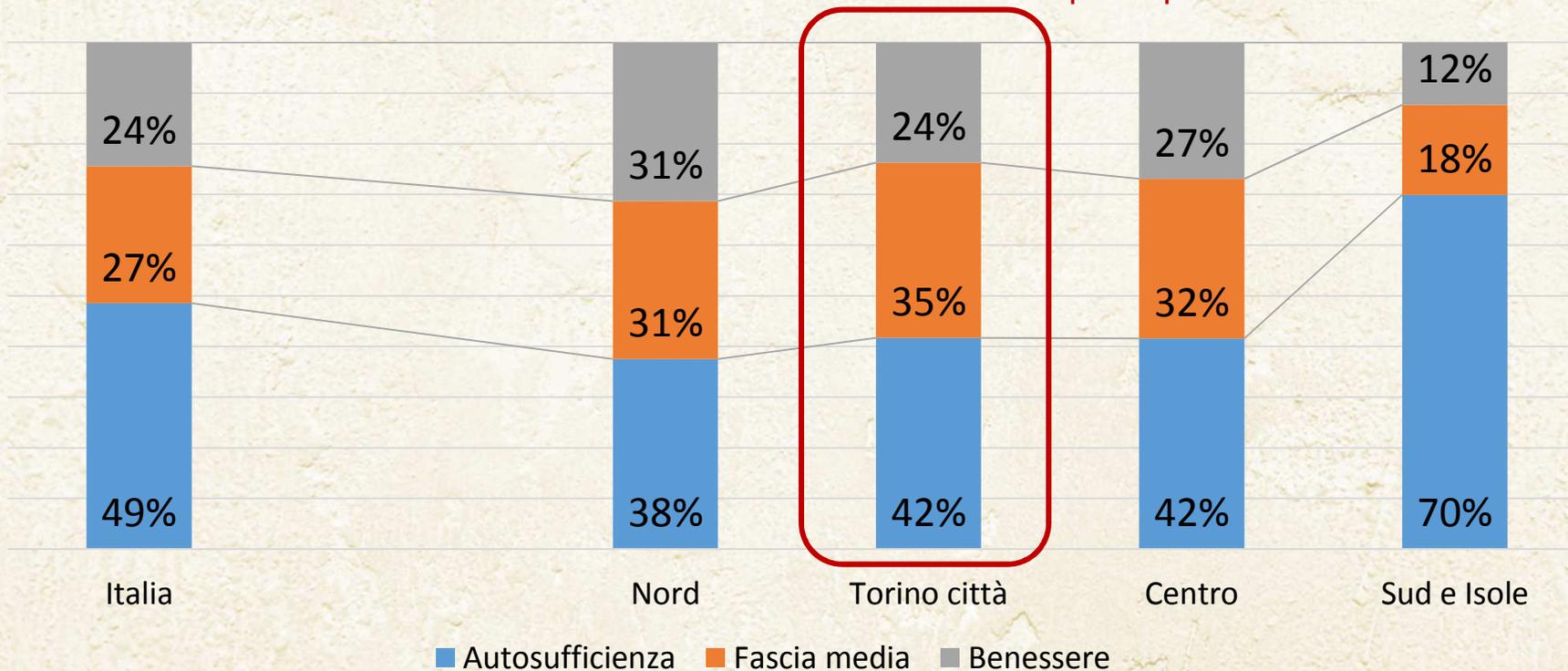
Una nuova classificazione



Per ogni nucleo familiare si sono analizzate:

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

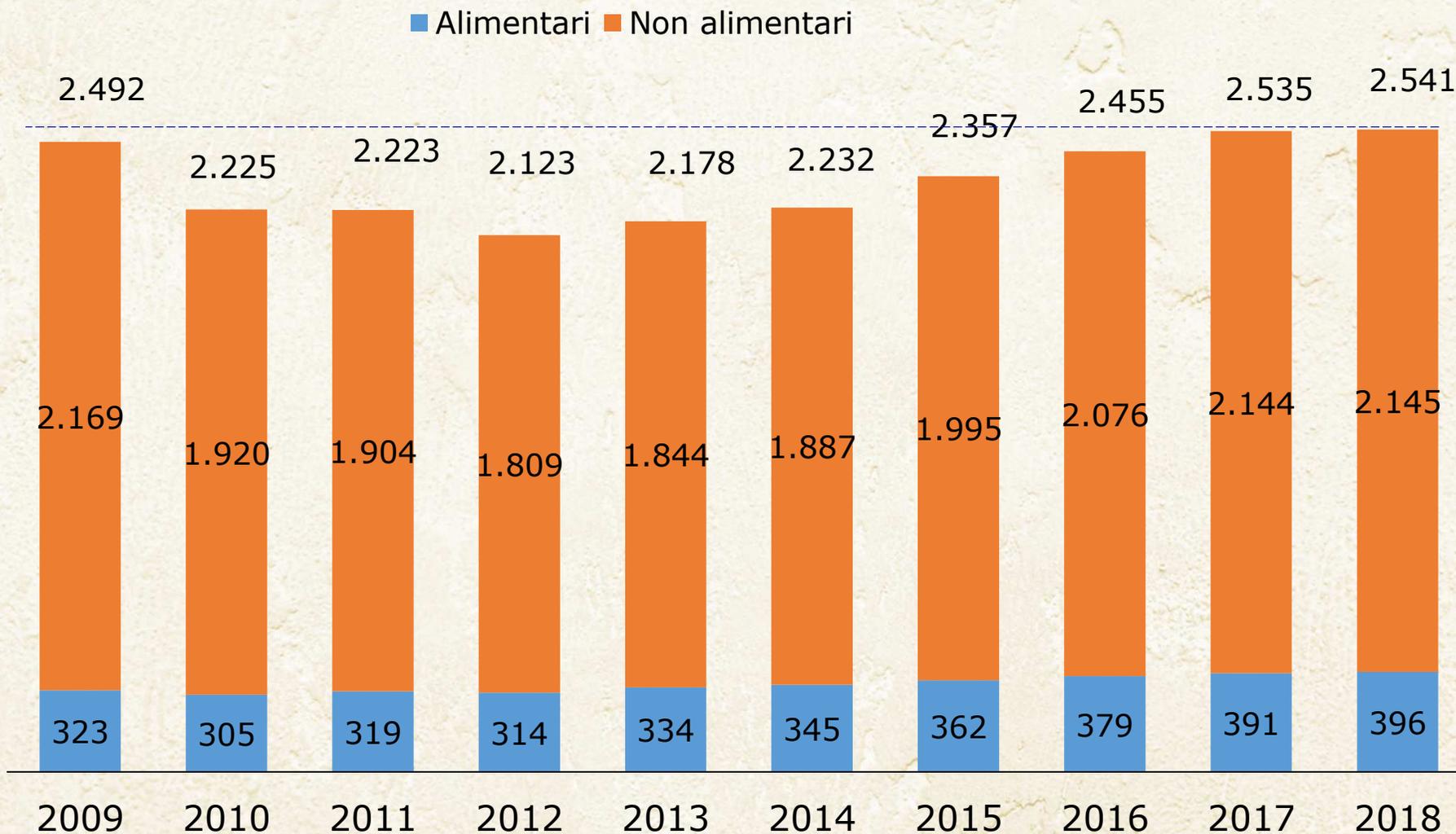
Confronto con le principali Macro Aree italiane



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

SPESE FAMILIARI NEL COMPLESSO

Trend 2009-2018

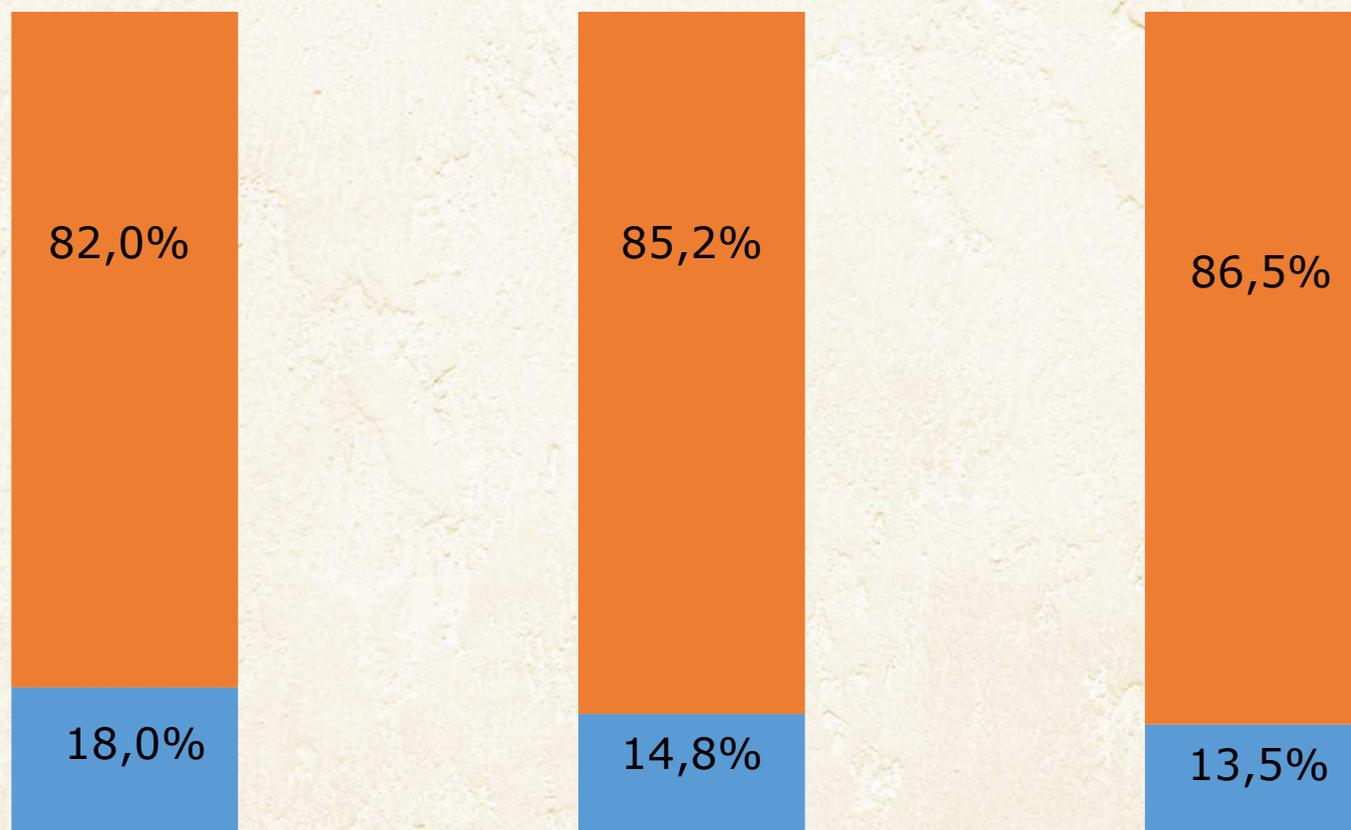


SPESE ALIMENTARI E NON ALIMENTARI

Anno 2018



RIPARTIZIONE % DELLA SPESA MEDIA MENSILE PER CONDIZIONE ECONOMICA



Autosufficienza

Fascia media

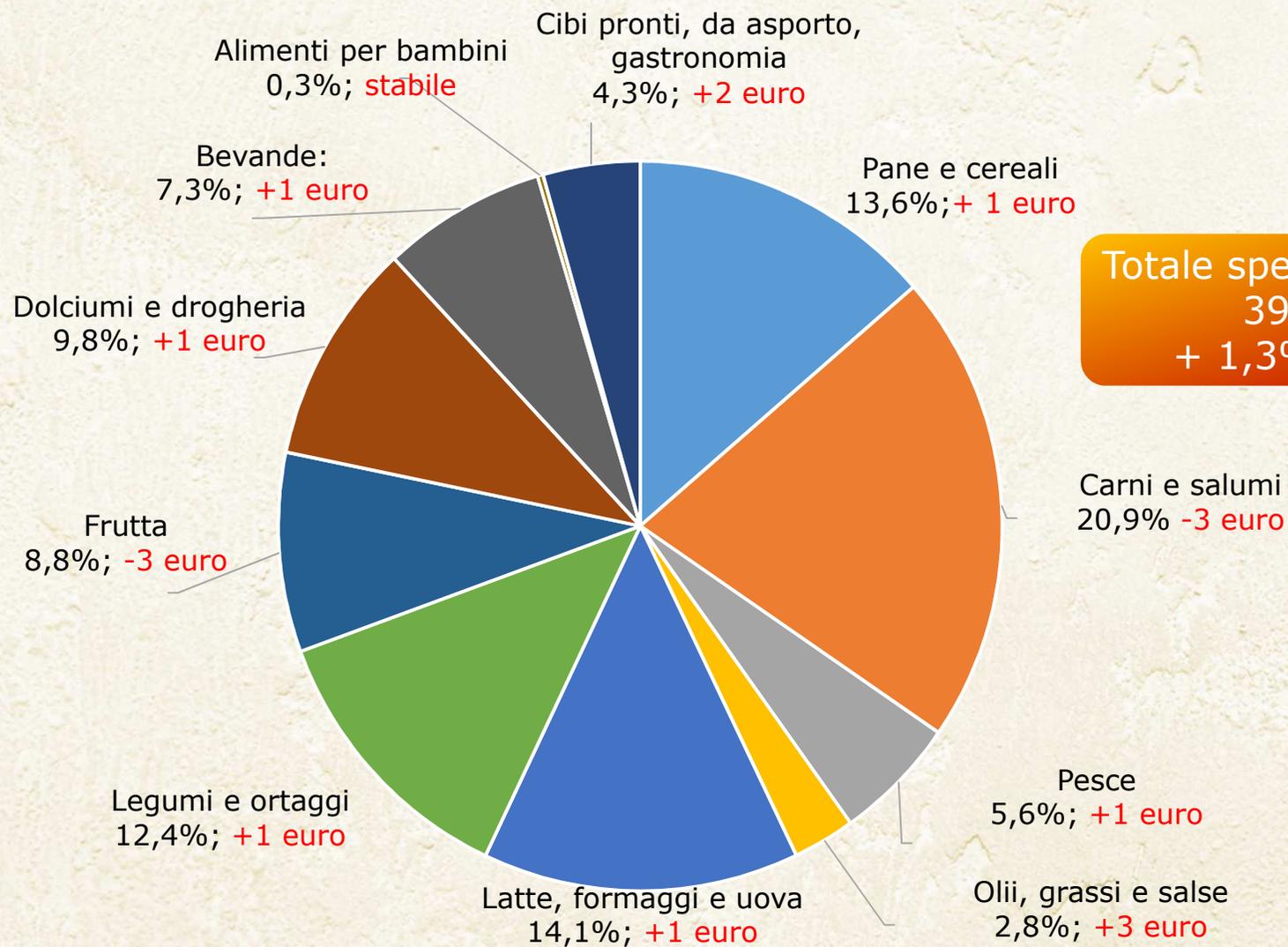
Benessere

■ alimentari ■ non alimentari

SPESE ALIMENTARI



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



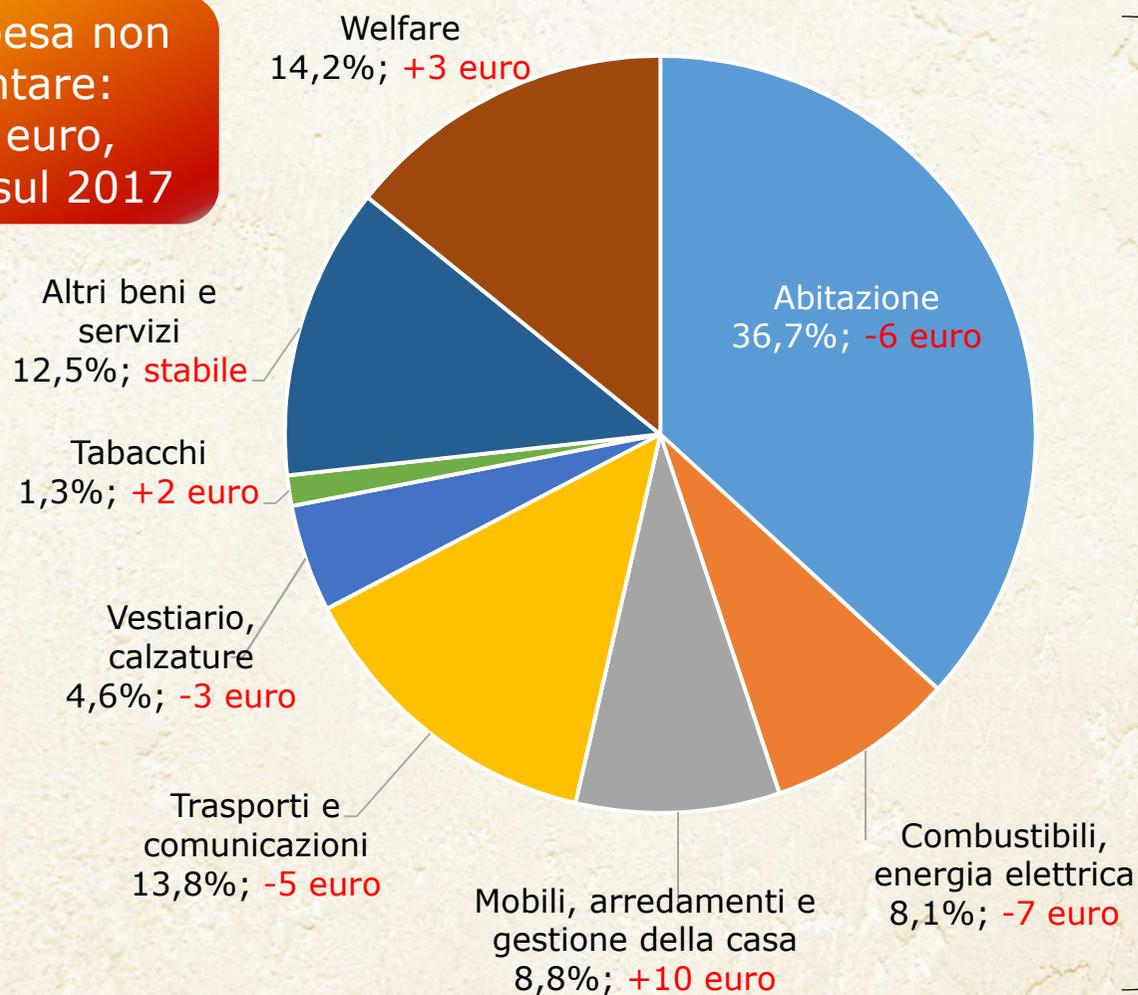
Totale spesa alimentare:
396 euro,
+ 1,3% sul 2017

SPESE NON ALIMENTARI



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

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



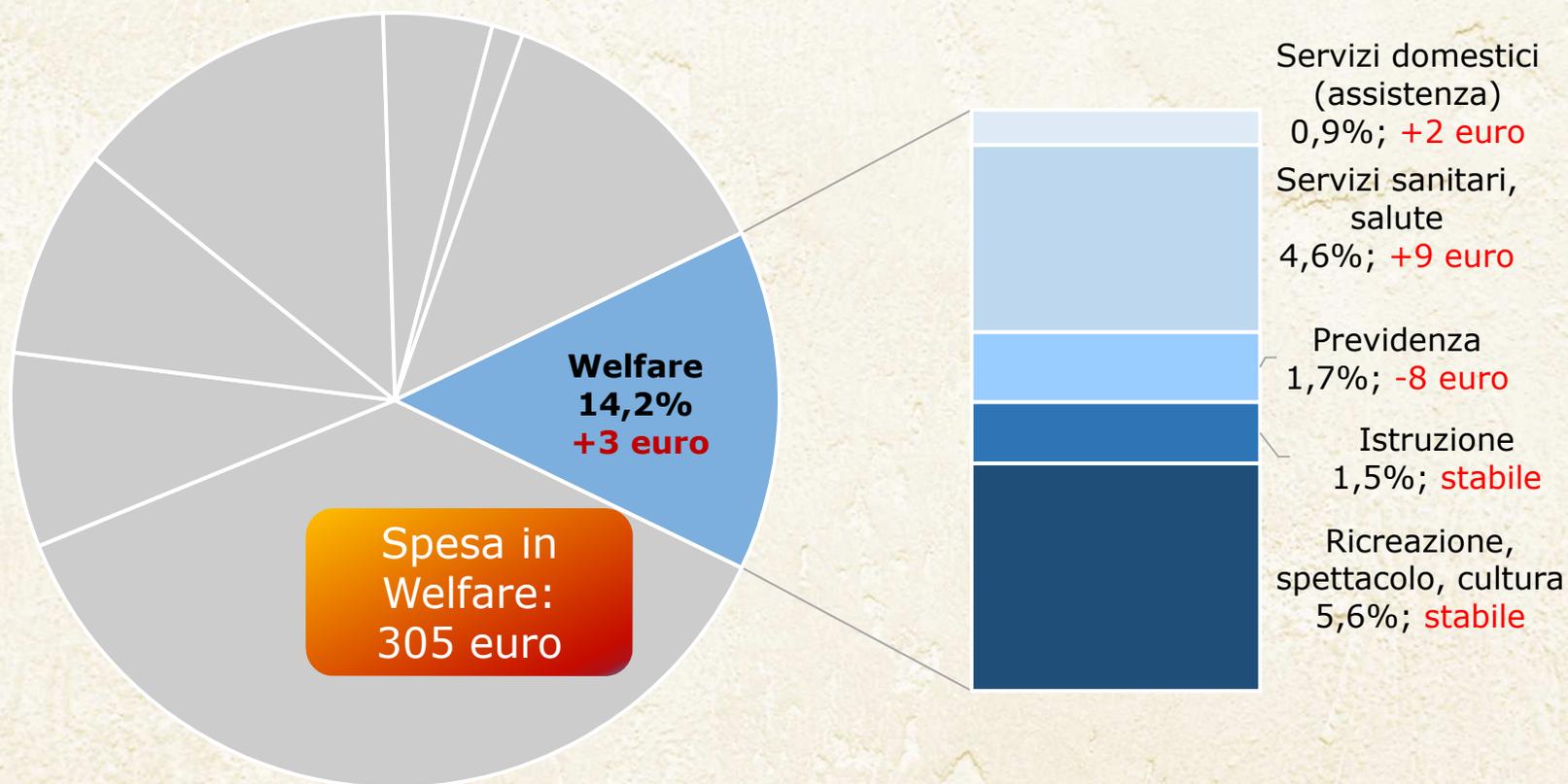
Le spese per la casa
rappresentano il
53,6%

SPESE NON ALIMENTARI

Welfare



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

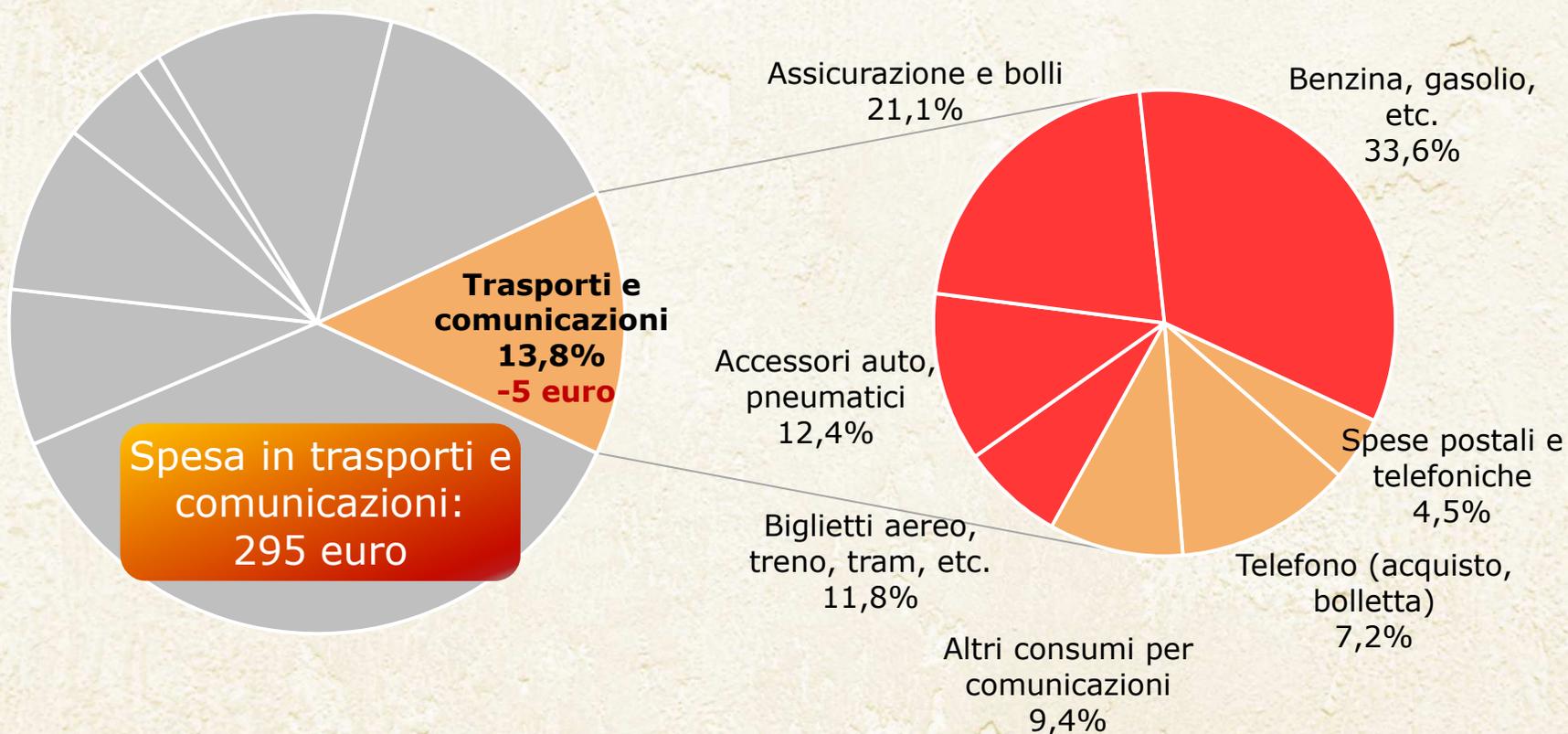


SPESE NON ALIMENTARI

Trasporti e Comunicazioni

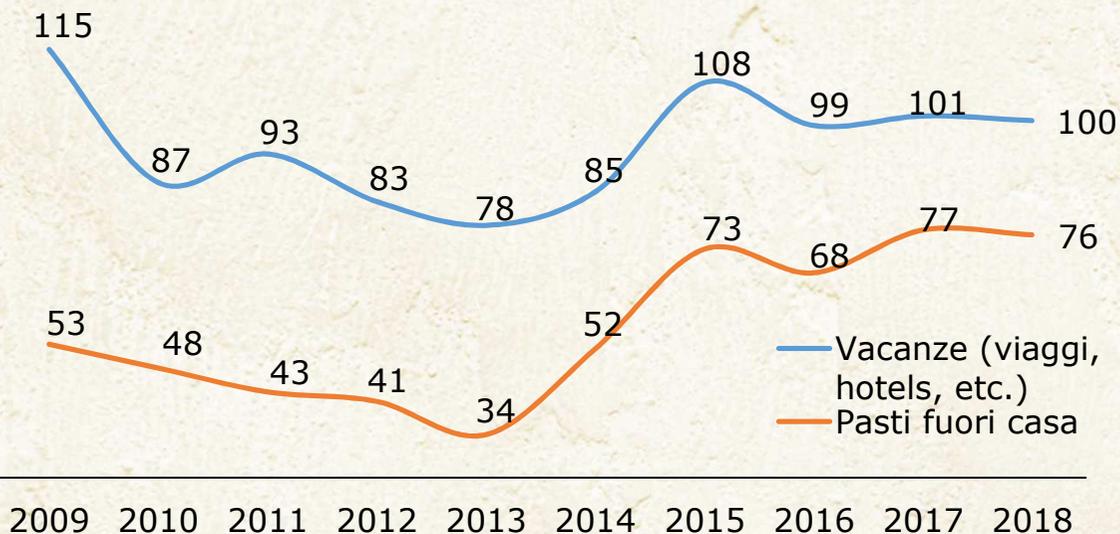


PRINCIPALI CAPITOLI DI SPESA-VALORI % SULLA CATEGORIA. ANNO 2018



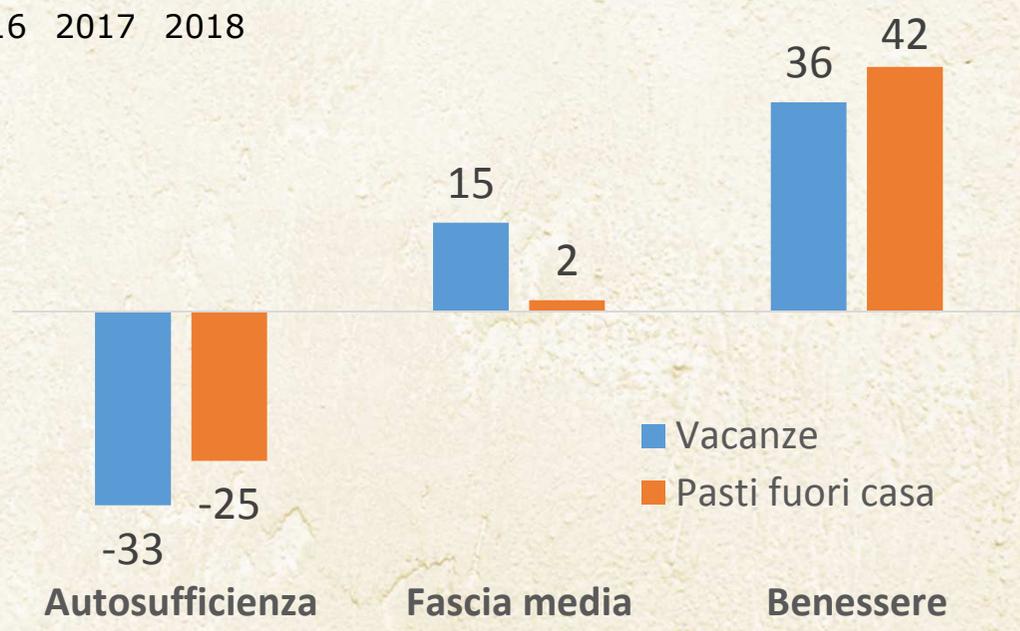
SPESE NON ALIMENTARI

Il tempo libero



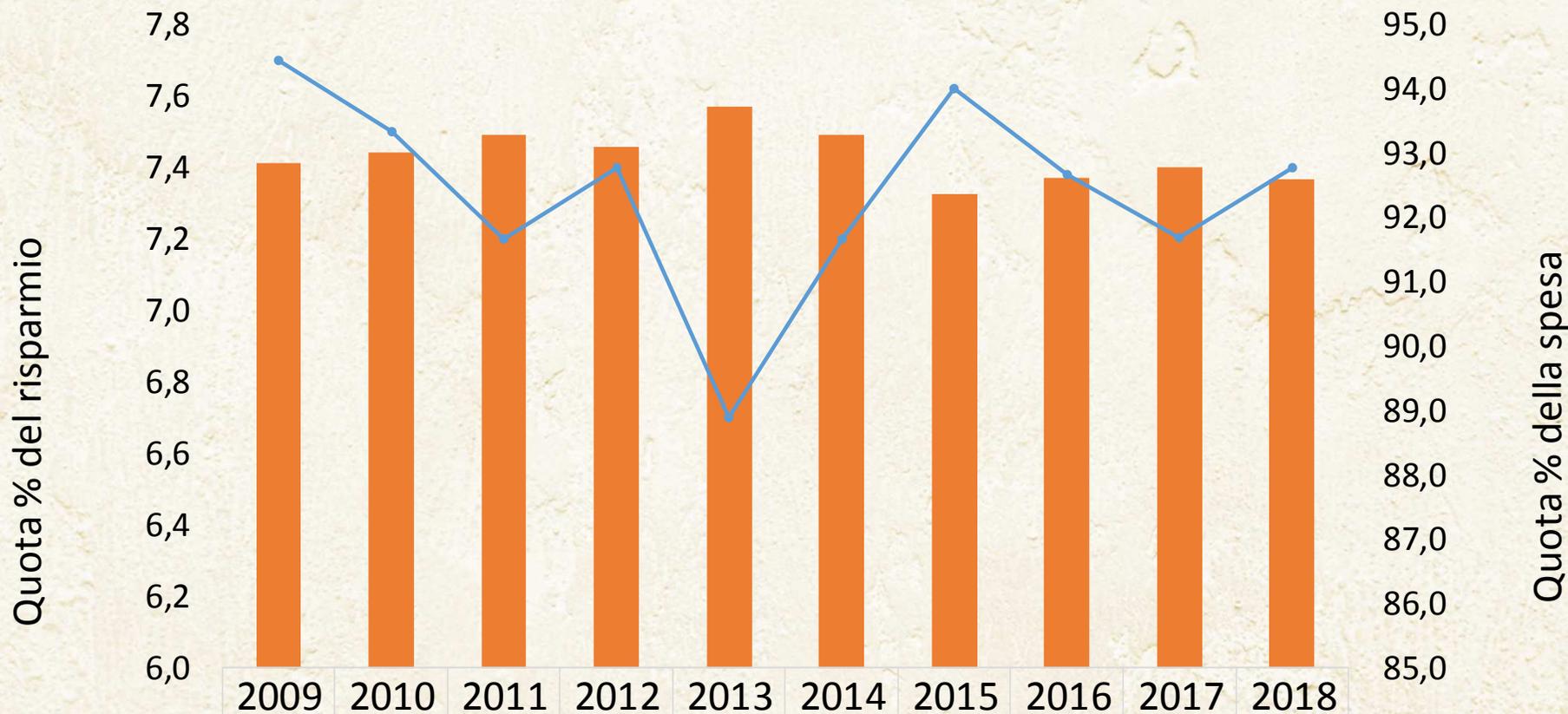
TREND IN EURO SPESE IN PASTI FUORI CASA E VACANZE

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



IL RISPARMIO NELLE FAMIGLIE TORINESI

Trend 2009-2018



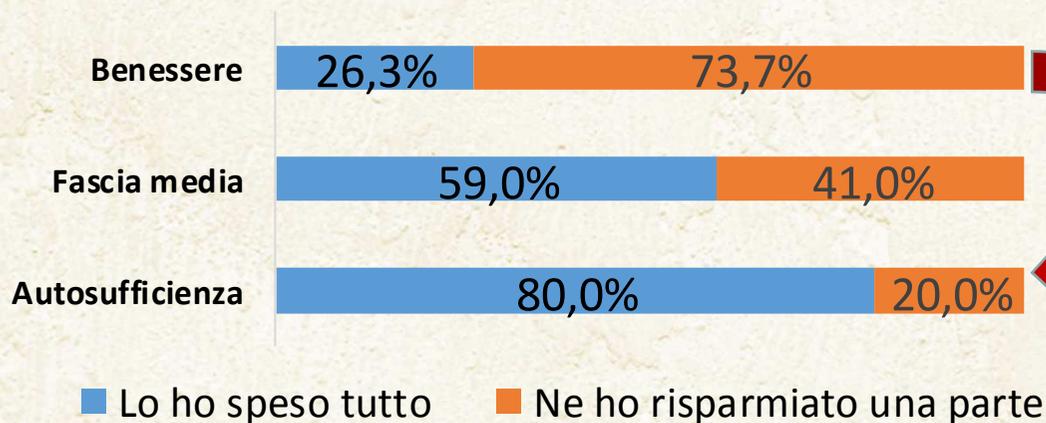
 % spesa	92,9	93,0	93,3	93,1	93,7	93,3	92,4	92,6	92,8	92,6
 % risparmio	7,7	7,5	7,2	7,4	6,7	7,2	7,6	7,4	7,2	7,4

RISPARMIO E CONDIZIONE ECONOMICA DELLE FAMIGLIE



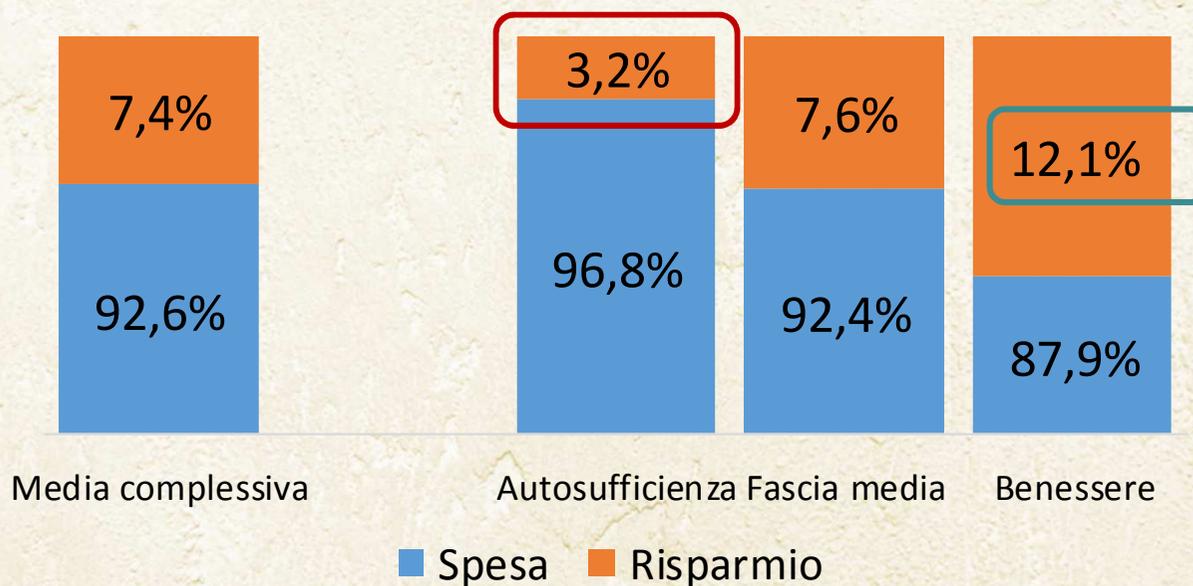
Anno 2018

HA RISPARMIATO PARTE DEL REDDITO FAMILIARE NEL 2018?



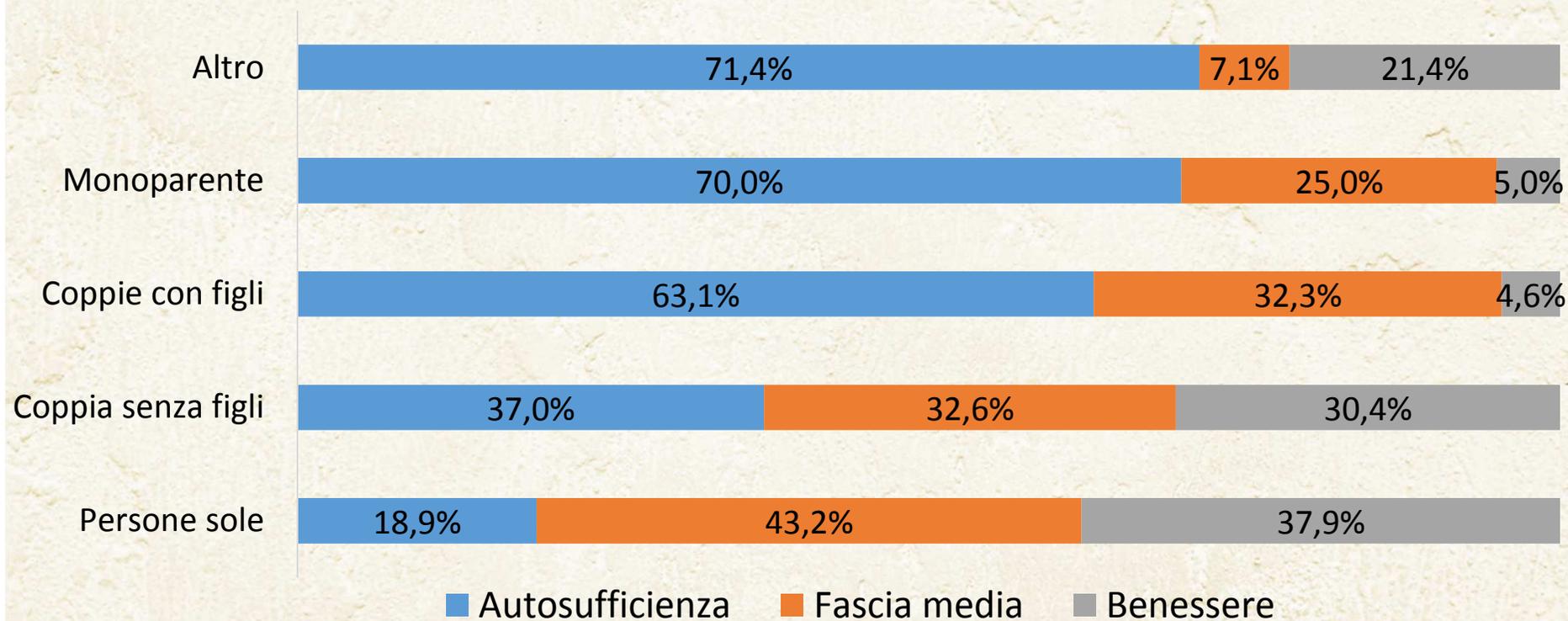
Gap famiglie con risparmio
Benessere vs Autosufficienza
+54%

QUOTA % SPESA E RISPARMIO



TIPOLOGIA DI FAMIGLIA E CONDIZIONE ECONOMICA

Anno 2018



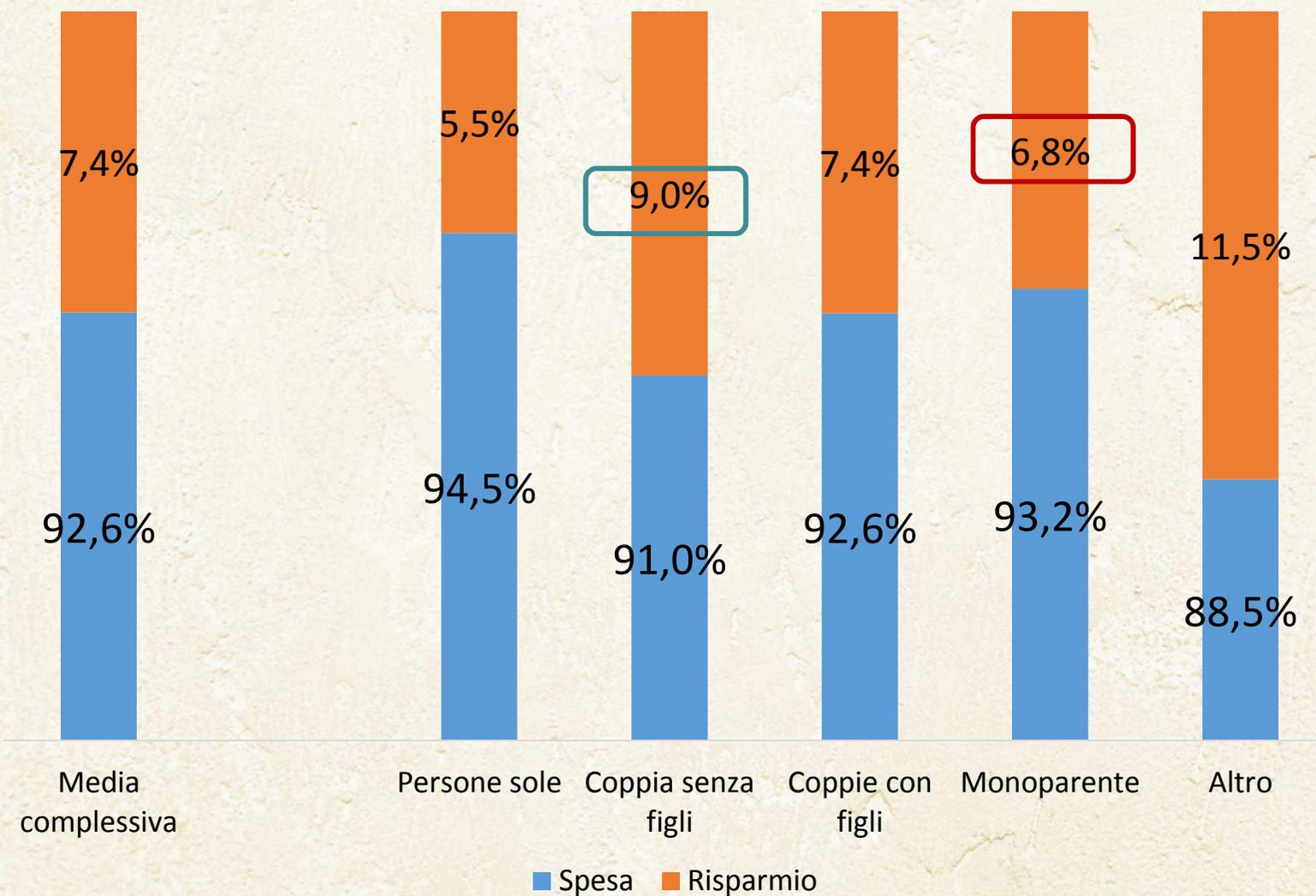
(*) nelle altre tipologie famigliari rientrano 14 famiglie estremamente eterogenee per composizione, numerosità e caratteristiche occupazionali dei singoli membri famigliari

RISPARMIO E TIPOLOGIA DI FAMIGLIA

Anno 2018



QUOTA % SPESA E RISPARMIO

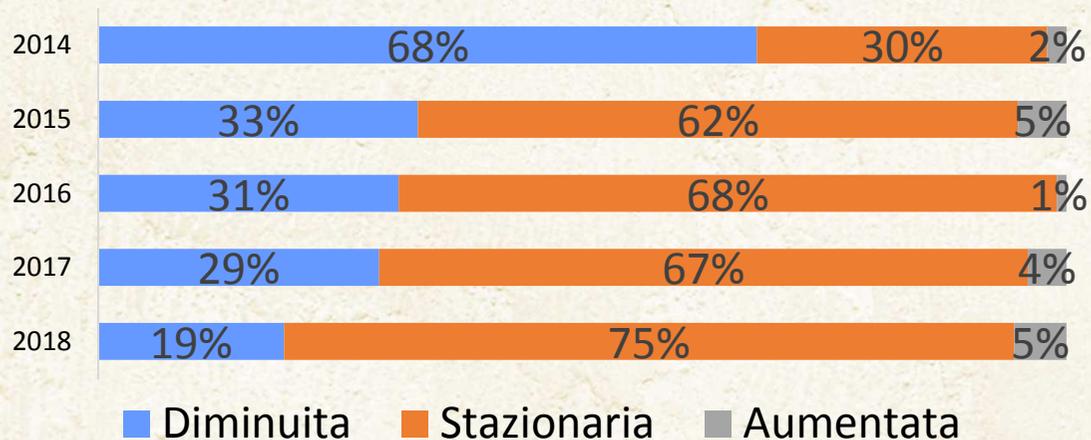


FAMIGLIE E POSSIBILITÀ ECONOMICA

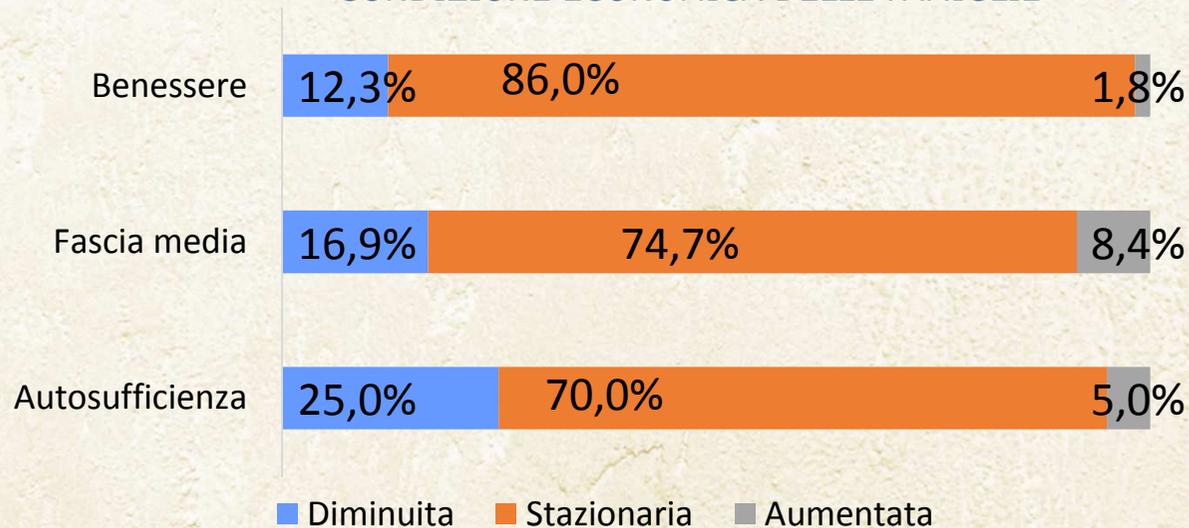


LA POSSIBILITÀ ECONOMICA DELLE FAMIGLIE TORINESI.

ANNI 2018 - 2014

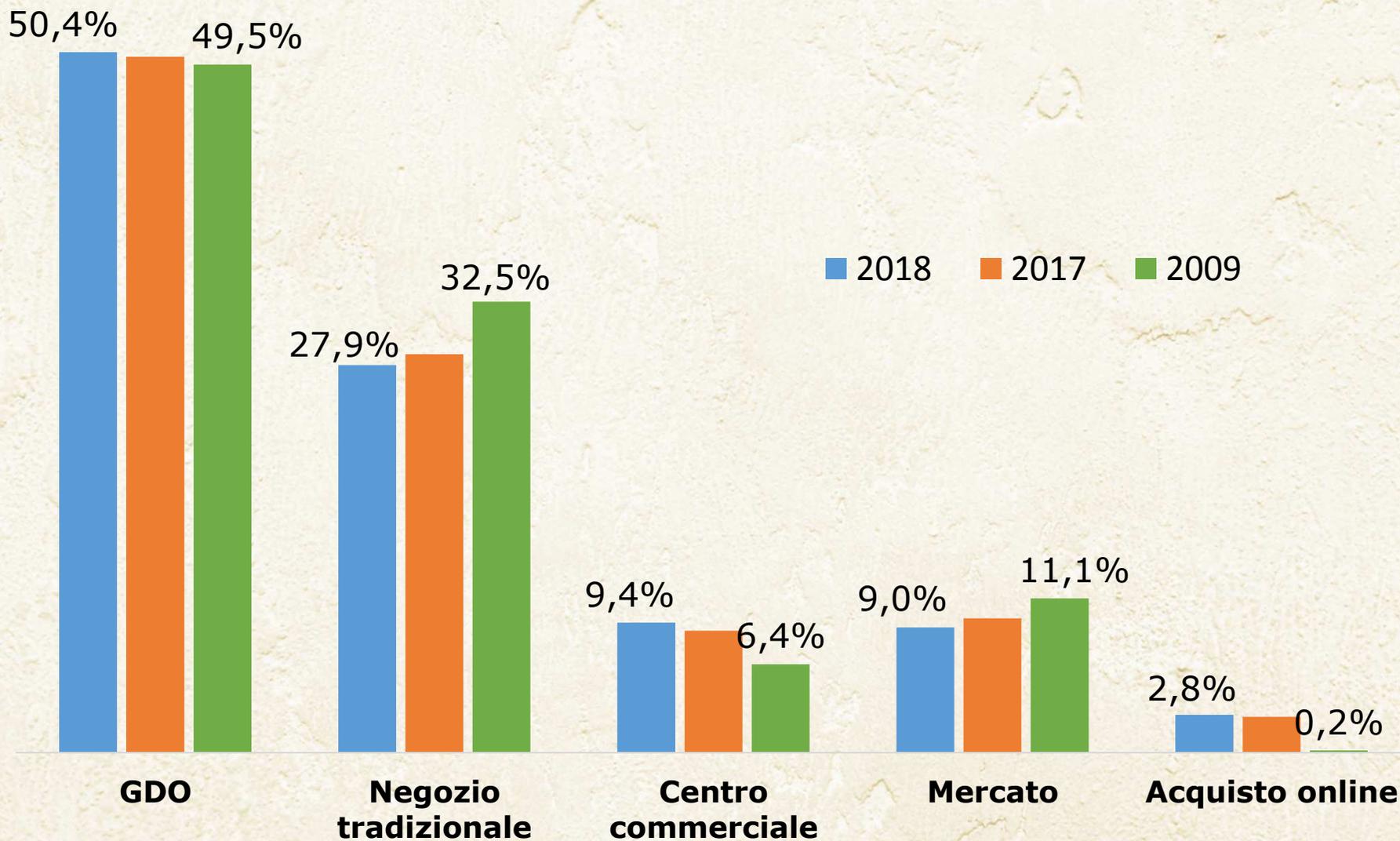


POSSIBILITÀ ECONOMICA RISPETTO AL 2017 PER CONDIZIONE ECONOMICA DELLE FAMIGLIE



PREFERENZE SUI LUOGHI DI ACQUISTO

Confronto 2018-2017-2009



MERCI E PRINCIPALI LUOGHI DI ACQUISTO

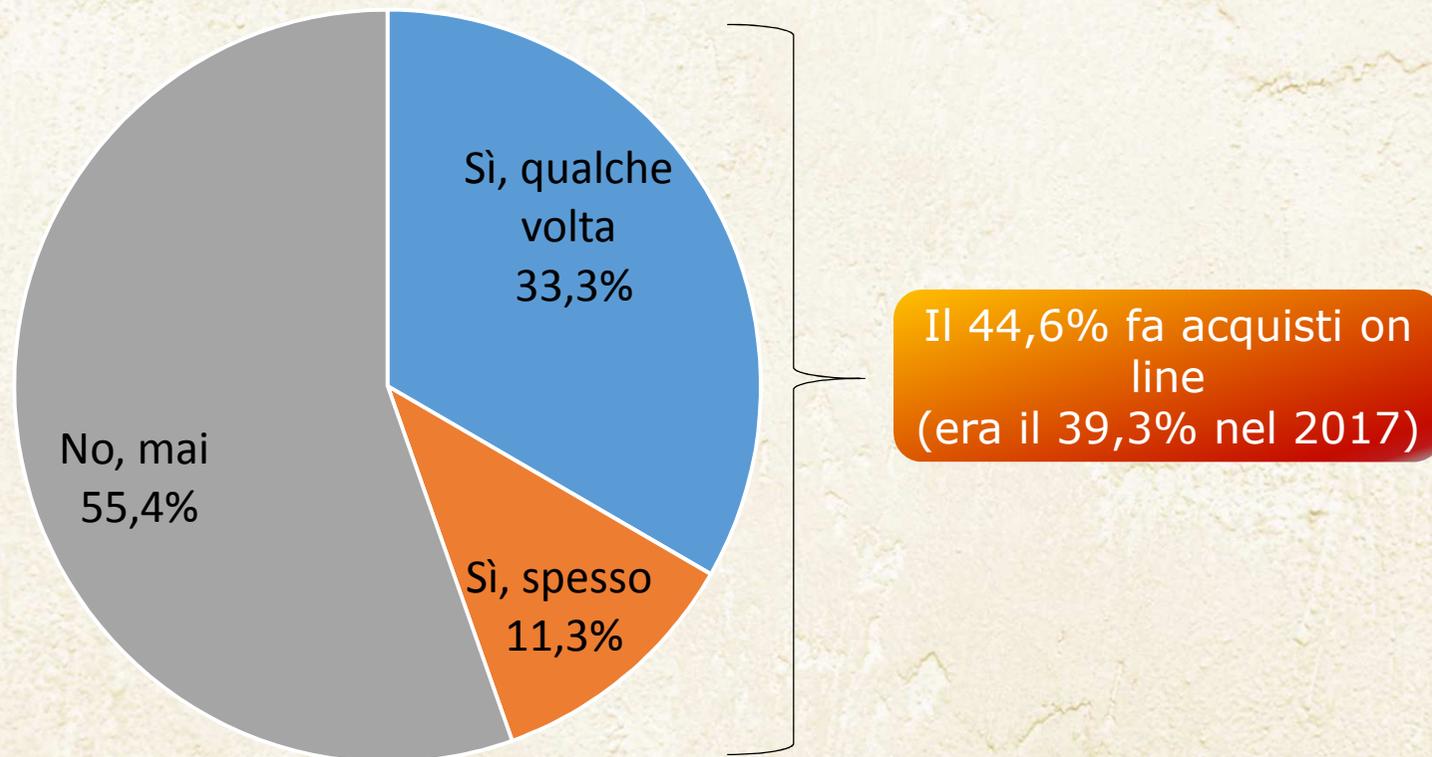


	2018	2009
Pane e cereali	<ul style="list-style-type: none"> • Negozio tradizionale (37%) • Supermercati (48%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Negozi tradizionali (73%) • Supermercati (15%)
Frutta e verdura	<ul style="list-style-type: none"> • Mercato (39%) • Supermercati (45%) 	<ul style="list-style-type: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

E-COMMERCE



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



ALTRE ABITUDINI DI CONSUMO



IL 51% DELLE FAMIGLIE HA ACQUISTATO ARTICOLI DI SECONDA MANO



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



IL 75,8% DELLE FAMIGLIE ACQUISTA PRODOTTI BIOLOGICI



IL 55,8% DELLE FAMIGLIE ACQUISTA A RATE

