



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO

OSSERVATORIO SULLE SPESE DELLE FAMIGLIE TORINESI: Anno 2023

Torino, aprile 2024

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: Barbara Barazza, Pierfrancesca Giardina – Settore Studi e Statistica – Camera di commercio di Torino

Redazione del rapporto: Barbara Barazza, Alberta Coccimiglio, Pierfrancesca Giardina, Annunziata Scocozza - Settore Studi e Statistica - Camera di commercio di Torino;

Allegato statistico: Annunziata Scocozza- Settore Studi e Statistica Camera di commercio di Torino

Attività di rilevazione: Sinergie di Castino Anna Maria - Torino

Principali caratteristiche dei nuclei indagati

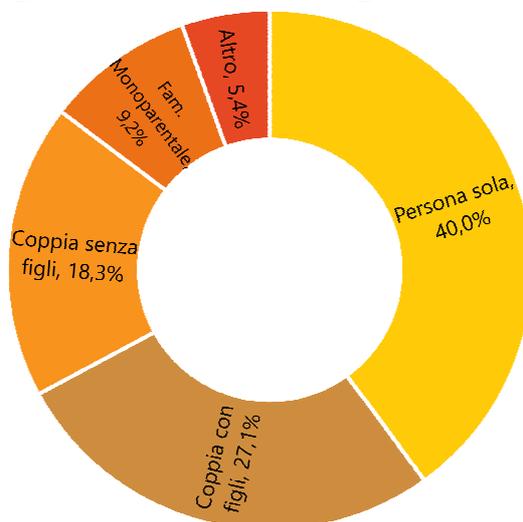
In linea con le edizioni passate, sono state indagate complessivamente **240 famiglie** residenti a Torino città o nella prima cintura dell'Area Metropolitana di Torino.

Il campione di indagine è costruito con riferimento alla popolazione dei nuclei residenti e presenta un buon bilanciamento secondo alcuni caratteri che si possono ritenere importanti per la sua rappresentatività.

Nello specifico, le famiglie torinesi sono state selezionate sulla base delle seguenti caratteristiche principali:

- Dimensione e tipologia famigliare
- Componente reddituale e capacità di lavoro dei membri famigliari (posizione e condizione professionale dei componenti)
- Età e genere dei componenti

Tipologia del nucleo famigliare. Valori %



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

Le analisi in questo rapporto tengono principalmente in considerazione il nucleo famigliare (inteso come unità statistica) e, in alcuni casi, mettono in relazione le spese medie mensili con alcune caratteristiche del nucleo (la tipologia) o del capogruppo famigliare.

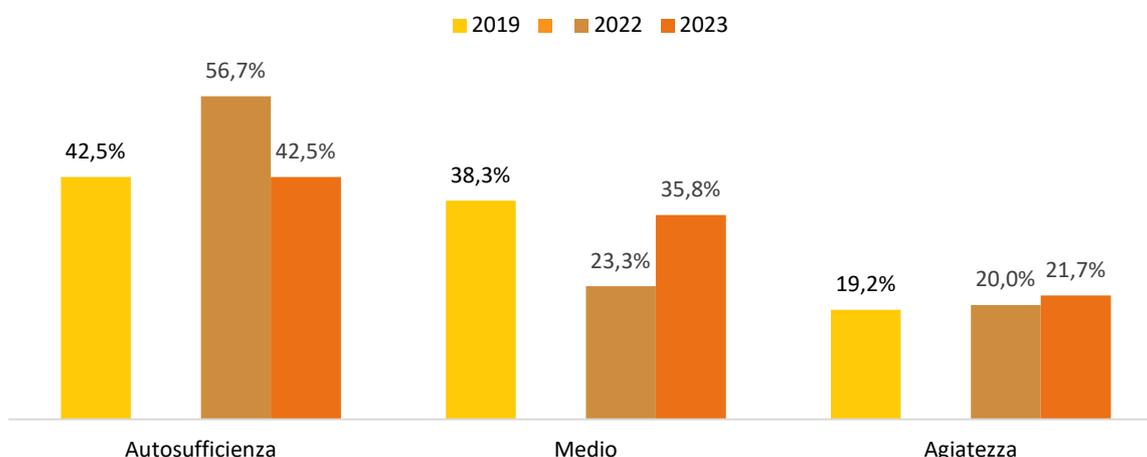
Come per le passate edizioni è stato possibile classificare *ex post* i nuclei famigliari in tre gruppi in base alla **condizione economica famigliare**¹ (autosufficienza, livello medio, benessere).

¹ La classificazione della condizione economica famigliare in tre segmenti è stata realizzata incrociando la spesa media mensile complessiva per ogni nucleo famigliare, la spesa media equivalente ed il patrimonio immobiliare. La spesa media equivalente è stata calcolata utilizzando la stessa metodologia adottata dall'ISTAT sul reddito equivalente, ed è data dal rapporto tra spesa complessiva mensile (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. 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. 2023.

La divisione in queste tre categorie ha permesso di analizzare le differenze nelle spese di beni di consumo di prima necessità e secondarie, ma anche lo stato di salute della popolazione torinese.

Nel 2023 il 42,5% delle famiglie intervistate presenta una condizione di "autosufficienza" fascia che, dopo la netta crescita del 2022, ritorna ai livelli dell'anno pre-covid (2019). Al ridimensionamento della classe "autosufficienza" è corrisposto un incremento delle famiglie in condizione economica "media": nel 2023 il 35,8% dei nuclei famigliari si colloca in questa fascia che, tuttavia, risulta ancora sotto la quota registrata nel 2019 (il 38,3%). Le famiglie agiate corrispondono a poco meno del 22% del totale, e nel corso degli ultimi cinque anni risultano pressoché stabili.

Condizione economica delle famiglie. Anni 2023 -2022 e 2019



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

Nell'anno appena concluso le tipologie famigliari che si trovano maggiormente in difficoltà si confermano le coppie con figli e le famiglie monoparentali, seguite dalle le coppie senza figli e le persone sole.

Distribuzione dei nuclei famigliari per condizione economica. Anno 2023

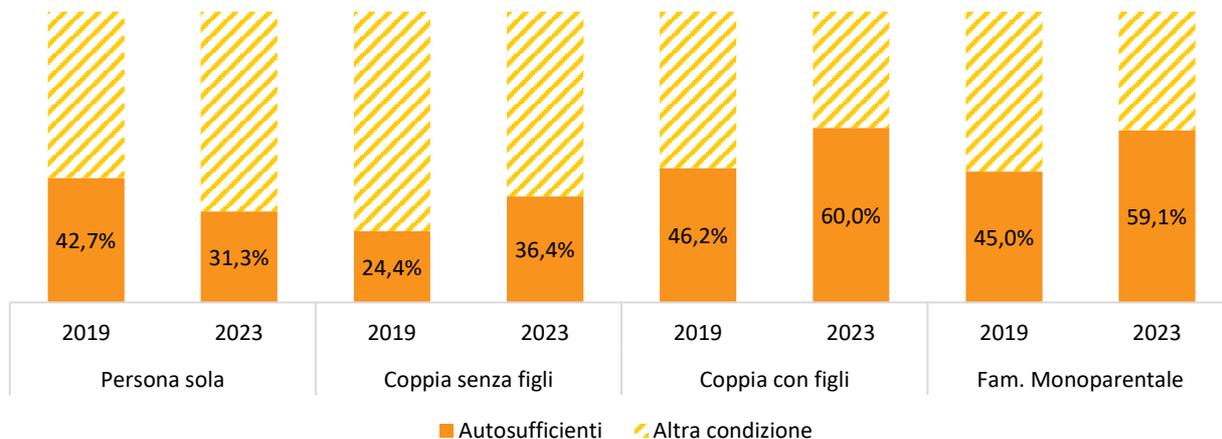
| | Autosufficienza | Medio | Agiatezza |
|--------------------|-----------------|--------------|--------------|
| Persona sola | 31,3% | 40,6% | 28,1% |
| Coppia senza figli | 36,4% | 40,9% | 22,7% |
| Coppia con figli | 60,0% | 24,6% | 15,4% |
| Fam. Monoparentale | 59,1% | 27,3% | 13,6% |
| Altro | 30,8% | 53,8% | 15,4% |
| Totale | 42,5% | 35,8% | 21,7% |

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

Se si confronta la distribuzione della situazione economica delle famiglie torinesi rispetto a quella del 2019, anno pre-pandemico, le famiglie monoparentali e le coppie con figli sono le tipologie famigliari che negli ultimi cinque anni hanno visto un incremento maggiore della quota nella fascia di autosufficienza; rispettivamente i nuclei monoparentali sono passati dal 45,0% del 2019 al 59,1% del 2023, mentre le coppie

con figli dal 46,2% al 60%. Solo le persone sole registrano una diminuzione della quota della fascia di autosufficienza rispetto al 2019, a favore di una maggiore concentrazione nel livello medio (il 40,6% contro il 32,2% del 2019).

Famiglie autosufficienti. Anno 2019 e 2023 a confronto

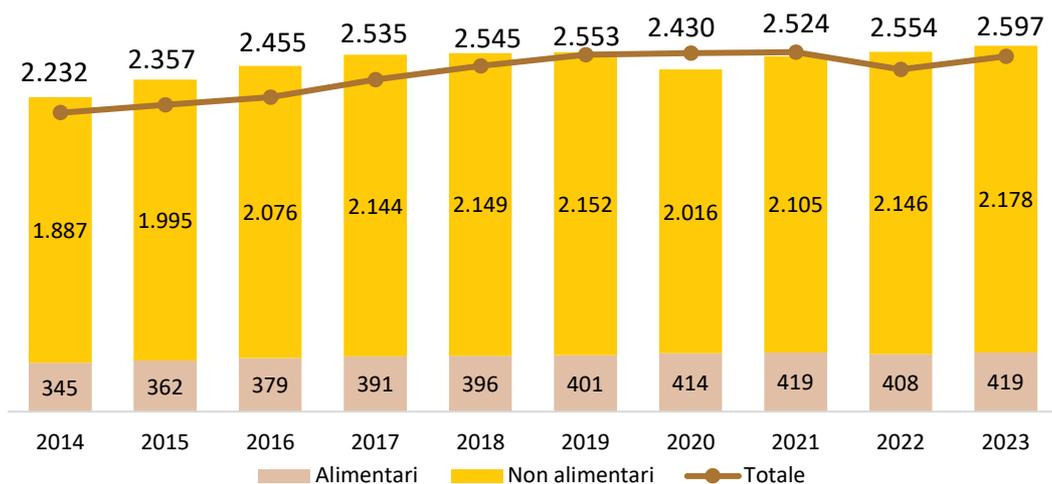


Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi, ed. 2023

Le spese delle famiglie nel 2023

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

Spese famigliari totali. Trend 2014-2023



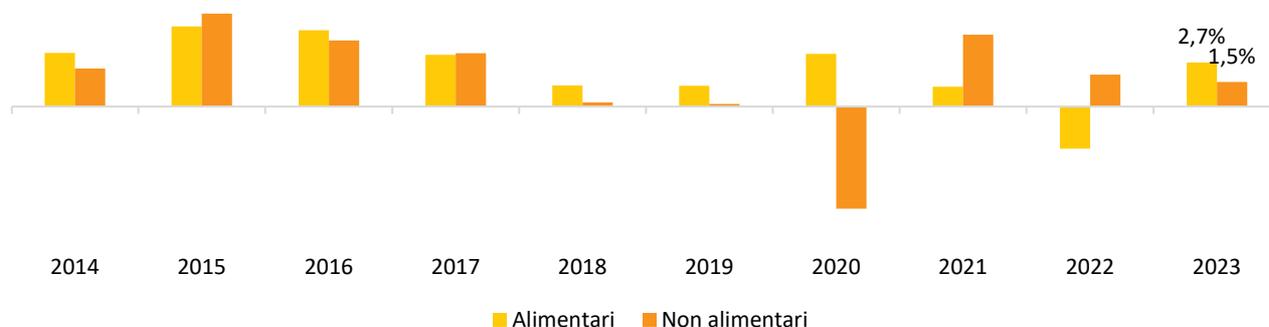
Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi, ed. 2023

Dopo l'arretramento delle **spese alimentari** registrato per la prima volta lo scorso anno, **nel 2023 si assiste ad una netta ripresa: con 419 euro** le spese alimentari evidenziano un **incremento del +2,7%** rispetto al 2022 (+11 euro) valore che le

riporta esattamente allo stesso livello del 2021. La quota della spesa alimentare torna a risalire e supera nuovamente il 16% del totale.

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

Var. % rispetto all'anno precedente delle spese alimentari e non alimentari.

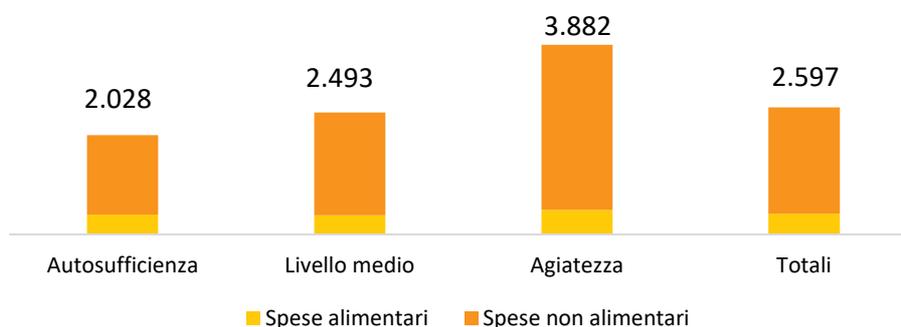


Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi, ed. 2023

Nel 2023 tutte le famiglie indagate, a prescindere dalla loro tipologia e condizione economica, **hanno visto un incremento della spesa complessiva in confronto al 2022**. Guardando la condizione economica familiare, si passa da una spesa media complessiva pari a 2.028 euro dei nuclei autosufficienti a quella di 3.882 euro delle famiglie più abbienti.

Se il divario nella spesa alimentare è pressoché nullo in termini di spesa per condizione economica, tra i nuclei in fascia di "agiatezza" continua a essere evidente una maggior propensione alla spesa non alimentare, in particolare per alcune categorie di consumo voluttuarie come viaggi e vacanze, pasti fuori casa, ricreazione e tempo libero e abbigliamento.

Spese totali 2023 per condizione economica familiare



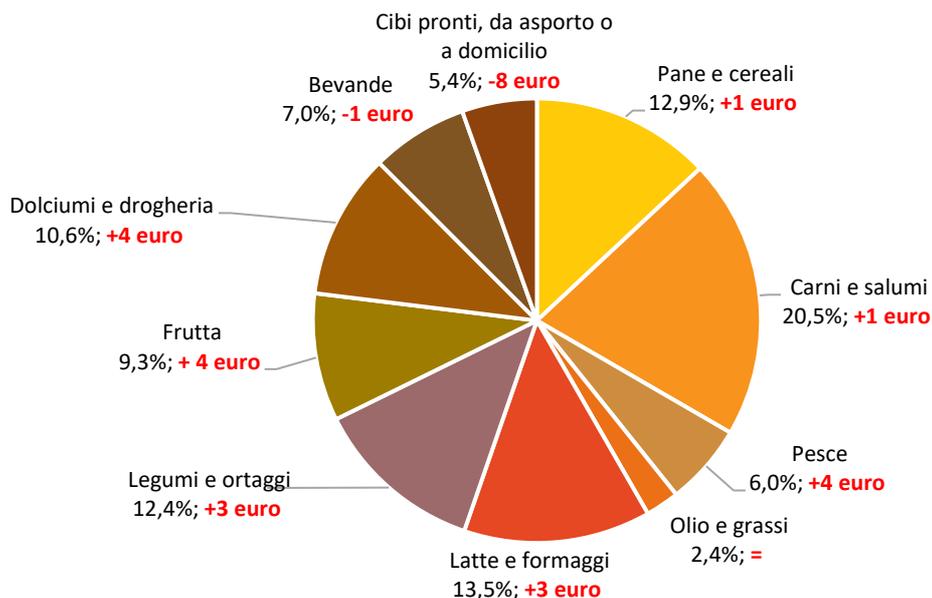
Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi, ed. 2023

Le spese alimentari

La **spesa alimentare** nel 2023 è pari a **419 euro** (+2,7% rispetto al 2022; +11 euro). L'incremento è stato trasversale a quasi tutte le categorie di spesa che rappresentano il paniere, con alcuni generi alimentari che hanno visto un aumento più consistente rispetto ad altri.

Ripartizione delle spese alimentari. Anno 2023.

Diff. euro 23-22

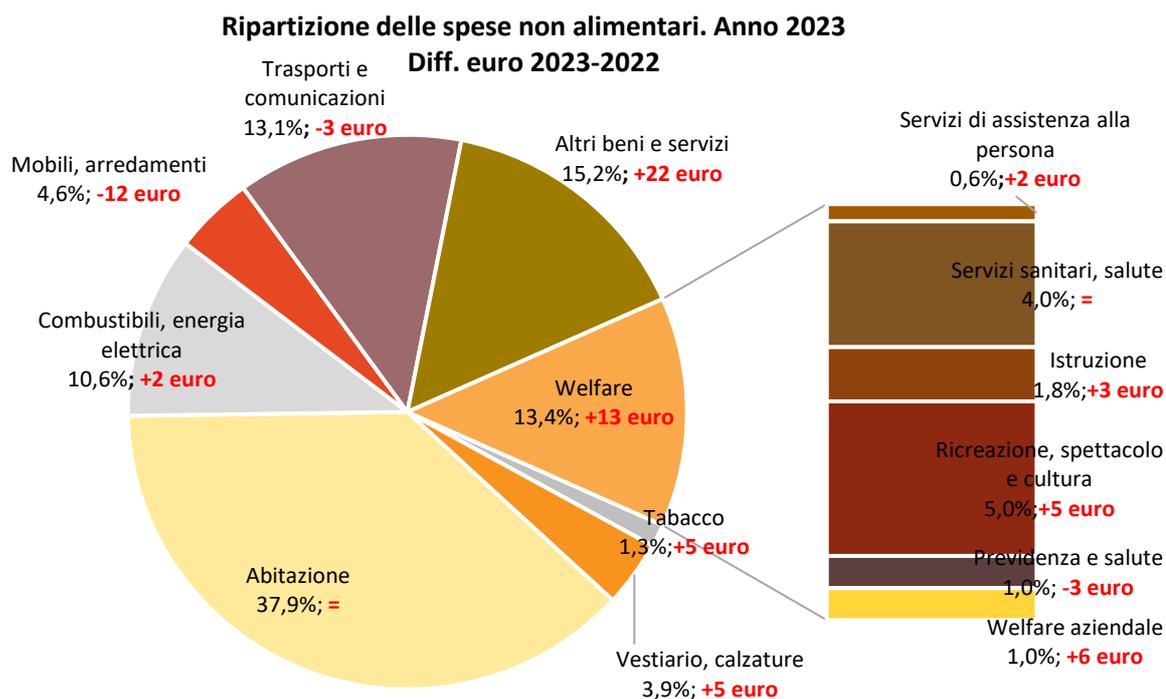


Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi, ed. 2023

I rialzi più significativi hanno riguardato i prodotti **dolciari** (il 10,6%), della **frutta** (il 9,3%) e del **pesce** (il 5,9%) +4 euro rispetto a fine 2022. Seguono i legumi e ortaggi (il 12,4%; + 3 euro), latte e formaggi (il 13,5%; + 3 euro), pane e cereali (il 12,9%, + 1 euro) e carni e salumi (il 20,5 % + 1 euro). Stabile la spesa in olio e grassi mentre **cala** quella delle bevande – in particolare alcoliche- e dei **cibi pronti da asporto o a domicilio** (il 5,4%) dove la **flessione è stata pari a -8 euro**; dopo il boom registrato negli anni pandemici, nella categoria rallenta la spesa in cibi "take away" (-4 euro) e si conferma la flessione dei cibi da banco/gastronomia (-4 euro).

Le spese non alimentari

La **spesa non alimentare** nel 2023 è pari a **2.178 euro**, in crescita del +1,5% (+32 euro) rispetto a fine 2022.



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

Tra le varie voci, quella dell'**abitazione (a cui si sommano anche le utenze domestiche)** continua ad essere la componente principale: nel 2023 rappresenta il 48,5% delle spese non alimentari, stabile rispetto allo stesso periodo del 2022 (+2 euro). In questa voce resta importante la **spesa in utenze domestiche** (bollette del gas, luce, riscaldamento, acqua, ecc.), pari a **232 euro medi mensili (+2 euro)** componente che - dopo il boom del 2022 - quest'anno sembra essersi stabilizzata. Se alle spese per l'abitazione si aggiungono anche quelle **in mobili e arredamento**, la quota imputabile alla casa raggiunge il 53,1% delle spese non alimentari. Prosegue il calo degli acquisti per **mobili e arredamento (-10,1%; -12 euro)** dove- tra le varie voci che compongono la categoria- la flessione è imputabile alle spese per mobili (-15 euro) mentre crescono gli acquisti di oggettistica per la casa (+7 euro).

Segue per importanza, la voce "**altri beni e servizi**" (il **15,2%; +22 euro**), mentre al terzo posto si colloca la macrocategoria "**welfare**" (il **13,4%; +13 euro**) che **si compone di diverse voci di spesa** (la ricreazione, l'istruzione, la salute e i servizi di assistenza alla persona) e al quarto la categoria "**trasporti e comunicazioni**" (il **13,1%; -3 euro**).

Le spese in altri beni e servizi (332 euro; +22 euro)

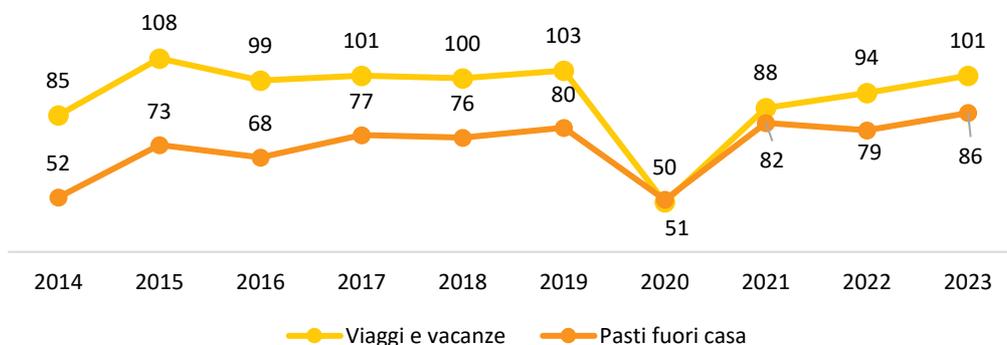
La macro-voce degli "**altri beni e servizi**" nel 2023 segna un buon incremento: con 332 euro, il 15,2% delle spese non alimentari, sale di **+22 euro**.

A far crescere la categoria sono le voci imputabili al tempo libero: le spese per viaggi e vacanze e i pasti fuori casa nel 2023 hanno segnato entrambi incrementi positivi importanti.

La spesa per viaggi e vacanze torna a superare i 100 euro medi mensili (101 euro) e incrementa di +7 euro rispetto al 2022. **I pasti fuori casa** raggiungono gli 86 euro e

registrano l'importo in assoluto più elevato degli ultimi dieci anni, con una crescita di +7 euro rispetto al 2022.

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



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

Tra le varie spese della categoria, **crescono** anche quelle per **cura e igiene personale (55 euro; +5 euro)**, mentre rimangono stabili quelle sostenute per colf/gestione casa (32 euro).

Le spese in welfare (291 euro; +13 euro)

La voce del welfare, che si compone di varie tipologie di spesa, vede un incremento diffuso di quasi tutte le componenti: dalle spese necessarie, quali quelle relative a salute e istruzione, a quelle voluttuarie come la ricreazione e il tempo libero.

Nel dettaglio le dinamiche:

1) Ricreazione, spettacolo e cultura (108 euro; +5 euro)

Nel 2023 aumenta di 5 euro la spesa in ricreazione, spettacolo e cultura delle famiglie torinesi (108 euro). La voce che vede l'incremento più importante è quella per **articoli sportivi e tempo libero (+7 euro)** che, per il secondo anno consecutivo, segna una crescita. **Torna ad aumentare**, dopo un 2022 di diminuzione, anche **la spesa per "giornali e libri non scolastici" (+5 euro)**, mentre calano le spese per la cancelleria (-2 euro). Diminuisce lievemente anche la spesa per **"acquisto apparecchi radio, TV, PC" (-2 euro)**, che continua il trend negativo iniziato nel corso del 2022.

La categoria delle **"altre spese per il tempo libero"**, che al suo interno si compone di un insieme di spese eterogenee, si conferma in diminuzione (**-3 euro**); tra le varie voci che compongono la categoria, si registra la flessione della spesa per **abbonamenti palestre e piscine (-1 euro)** mentre, dopo anni di calo, le spese per **biglietti di ingresso per cinema, teatro, spettacoli e sport crescono lievemente (+3 euro)**.

2) Servizi sanitari, salute (88 euro; stabili)

Le famiglie torinesi nel 2023 hanno speso 88 euro mensili per la salute, stabili rispetto al 2022. Nella categoria a **salire** sono soprattutto le **spese destinate in visite mediche specialistiche ed analisi mediche private (+6 euro)**, bilanciate da una stabilità in ticket sanitari e medicinali - dove sia le spese in farmaci sia in mascherine e

gel disinfettanti rimangono invariate. A diminuire sono le spese destinate a dispositivi medici, occhiali e lenti (-6 euro).

3) Istruzione (38 euro; +3 euro)

I costi mensili connessi all'istruzione ammontano a **38 euro (+3 euro)** e comprendono le rette scolastiche (+2 euro), distinte dalle mense scolastiche (+2 euro), oltre alla spesa in libri scolastici (-1 euro).

4) Previdenza e salute (23 euro; -3 euro)

Si tratta di una voce (23 euro) che ha visto una diminuzione di 3 euro nell'ultimo anno, da imputare sia ai costi sostenuti per le assicurazioni vita e/o previdenza (-2 euro), sia in salute e infortuni (-1 euro).

5) Servizi di assistenza alla persona (12 euro; +2 euro)

Crescono le spese per i servizi di assistenza alla persona (+2 euro). Si includono due voci: le spese sostenute per asili nido, baby-sitter (+1 euro) e quelle per assistenza ad anziani e disabili (+1 euro).

6) Welfare aziendale (22 euro; +6 euro)

L'ultima voce considerata prevede al suo interno le spese figurative che le famiglie sosterebbero in assenza di leasing aziendale (che vale 12 euro al mese; + 4 euro), di buoni pasto (con 10 euro mensili; + 3 euro) e mensa aziendale (-1 euro).

Le spese in trasporti e comunicazione (285 euro; -3 euro)

Nella voce **trasporti e comunicazione** (-3 euro; il 13,1%) la flessione è dovuta principalmente alla macrocategoria **comunicazione (36 euro; -6 euro)**, dove il calo si è registrato sia nelle spese connesse alla telefonia -acquisto, bollette, internet (-5 euro) - sia nelle spese postali (-1 euro).

Crescono, invece, i trasporti (249 euro; +3 euro) dove, tra le varie voci che compongono la categoria, si registra una crescita sostenuta nella spesa per biglietti aerei e treni (+6 euro), un lieve aumento della spesa per biglietti di trasporto pubblico (+1 euro), mentre risultano stabili le spese in benzina e gasolio.

Le spese in vestiario e calzature (84 euro; +5 euro)

Dopo due anni di contrazione, con **84 euro medi mensili** le spese in vestiario e calzature aumentano di +5 euro rispetto al 2022 ed incidono per il 3,9% delle spese non alimentari. Nell'insieme, **vengono spesi 55 euro in vestiario e 29 euro in calzature, entrambi in aumento rispetto al 2022**, quando la spesa ammontava rispettivamente a 52 (+3 euro) e 27 euro (+2 euro).

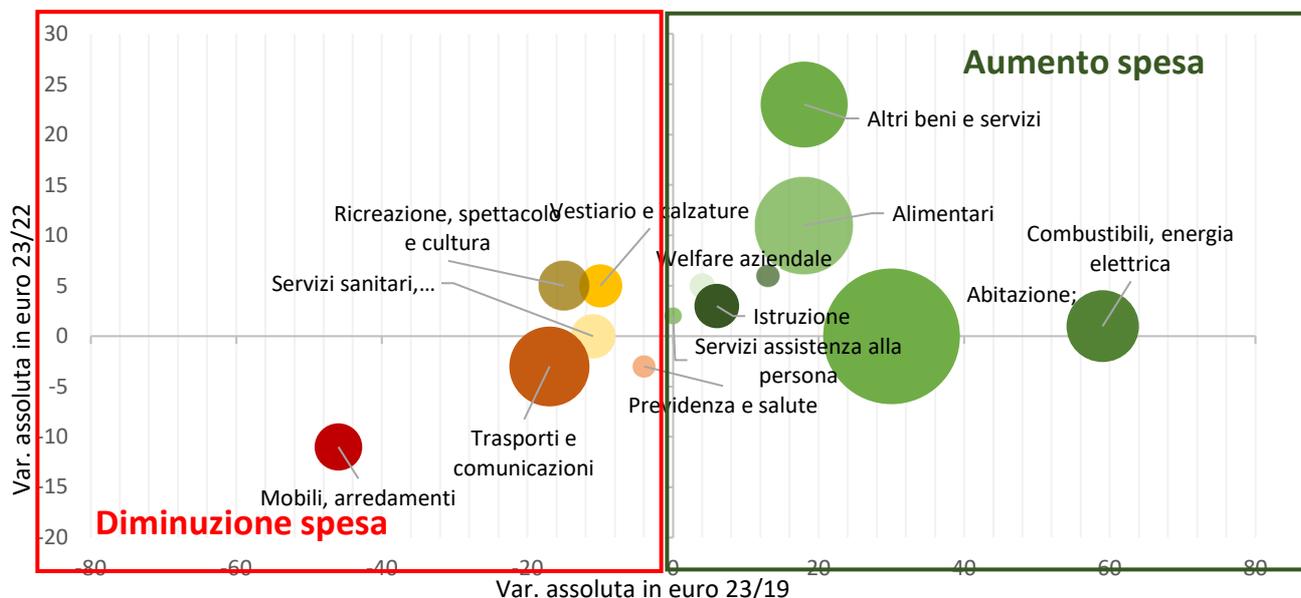
Le spese in tabacco, lotto e lotterie istantanee (29 euro; + 5 euro)

Con 29 euro crescono le spese in tabacco, lotto e lotteria **(+5 euro)**, incremento imputabile agli acquisti in sigarette, tabacco e sigarette elettroniche (28 euro; + 5 euro), mentre rimane stabile la spesa in lotterie istantanee e nel lotto (1 euro).

I cambiamenti nella spesa delle famiglie torinesi rispetto al periodo pre pandemico (2019)

Nel 2023, lasciata definitivamente alle spalle la crisi sanitaria, risulta interessante verificare come e se sono cambiati i consumi delle famiglie torinesi rispetto al 2019, ultimo anno pre-covid.

Le voci di spesa che diminuiscono e che aumentano rispetto al 2019 (anno pre-covid)



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

Negli ultimi cinque anni il carrello della spesa delle famiglie è mutato: alcune delle spese strettamente necessarie hanno registrato un incremento, da quelle per l'abitazione e utenze domestiche a quelle alimentari. Ma crescono anche alcune delle spese di welfare: dall'istruzione ai servizi di assistenza alla persona, al welfare aziendale.

In sofferenza, rispetto al 2019, **la maggioranza delle categorie voluttuarie:** i torinesi spendono meno in abbigliamento e calzature, ricreazione spettacolo e cultura, trasporti e comunicazioni ma anche alcuni servizi essenziali- come quelli imputabili alla salute- segnano una contrazione.

I cambiamenti più significativi in crescita

Alimentare (+18 euro): cresce la spesa alimentare, ma la ripartizione del carrello rimane immutata. Carne e salumi, latte e formaggi e pane e cereali rimangono le tre voci di spesa principali. Rispetto a cinque anni fa è incrementata la spesa dei cibi da asporto (da banco e take away), che aumentano di +6 euro, così come quella per la frutta (+ 5 euro) e la verdura (+3 euro).

Abitazione (+ 30 euro) e utenze domestiche (+ 59 euro): l'aumento è trasversale a tutte le voci che compongono la macrocategoria; nell'abitazione spicca l'incremento delle spese per l'affitto (+14 euro) e per le spese condominiali (+ 8 euro); tra le utenze domestiche emerge l'incremento dell'energia elettrica (+24 euro) e del gas/riscaldamento centralizzato (+37 euro).

Altri beni e servizi (+ 18 euro): a contribuire all'incremento è la spesa per la cura e igiene personale (+12 euro) e quella per i pasti fuori casa (+ 6 euro). Cala leggermente, invece, la spesa per viaggi e vacanze (-2 euro). Tra le spese in "altre voci", incrementano quelle per gli abbonamenti televisivi, che passano da 13 euro del 2019 a 17 del 2023 (+ 4 euro).

Istruzione (+ 9 euro): sono le rette e le tasse scolastiche ad incidere sull'incremento (+ 6 euro).

Welfare aziendale (+ 13 euro): crescono sia il leasing aziendale (+ 8 euro), sia i buoni pasto (+ 5 euro).

I cambiamenti più significativi in diminuzione

Vestitario e calzature (-10 euro): i torinesi spendono meno sia in abbigliamento (-6 euro), sia in scarpe (-3 euro).

Mobili e arredamento (-46 euro): la diminuzione è trasversale, ma crollano in particolare le spese in elettrodomestici (-23 euro) e in mobili e arredamenti (-10 euro).

Servizi sanitari e salute (- 11 euro): calano le spese di medicinali e ticket sanitari (-11 euro) e di occhiali e protesi (-10 euro) a favore di visite mediche specialistiche private e onorari medici (+9 euro).

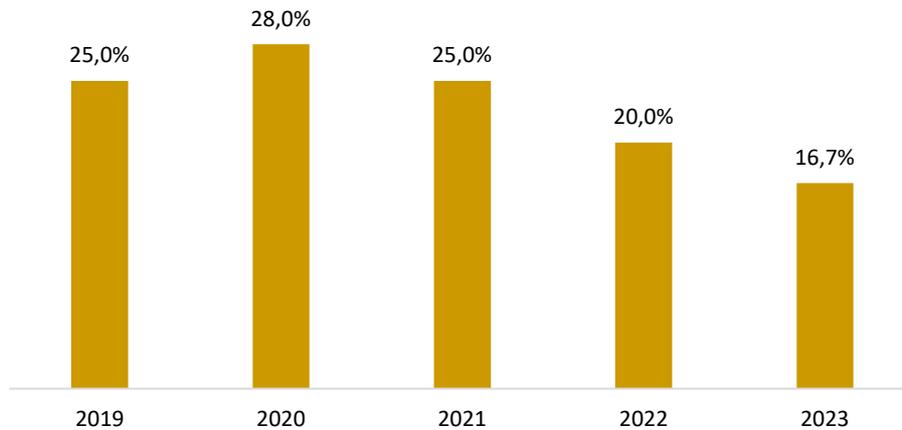
Trasporti e comunicazioni (-17 euro): voce che cala esclusivamente per la diminuzione della componente comunicazione, dove le spese postali e telefoniche scendono di -15 euro e quelle per acquisto di telefoni di -11 euro. In crescita i trasporti, in particolare la spesa per benzina e gasolio (+ 7 euro), per biglietti del treno e aerei (+ 6 euro) e assicurazioni e bolli auto (+ 4 euro).

Ricreazione, spettacolo e cultura (-15 euro): crollano le spese per giornali e libri non scolastici, passati da 26 euro del 2019 a 15 euro nel 2023 (-11 euro); se da un lato crescono le spese per gli acquisti di articoli sportivi (+ 7 euro), dall'altro calano quelle per ingressi in palestre/piscine (passate da 23 euro del 2019 a 11 euro nel 2023).

Il risparmio nelle famiglie

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

Numero di famiglie risparmiatrici. Trend 2019-2023. Valori %

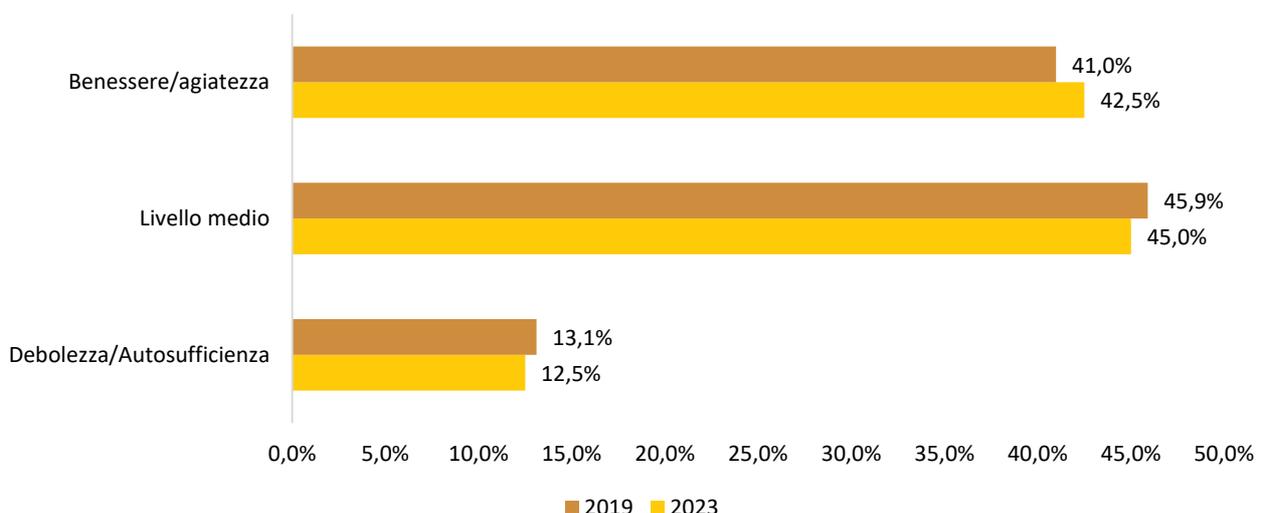


Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi, ed. 2023

Guardando le tipologie famigliari, sono le coppie con e senza figli ad esser riusciti a risparmiare nel corso dell'anno, rispettivamente il 39% ed il 37%, a discapito delle famiglie monoparentali e delle persone sole, dove solo il 18,8% ed il 18% ha accantonato qualcosa.

Si conferma anche nel 2023 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 12,5% ha dichiarato di aver accantonato parte del reddito, tra le famiglie in condizione di "benessere" la quota sale al 42,5%. Rispetto al 2019, anno pre-emergenza, non si evidenziano grossi scostamenti tra condizione economica e famiglie risparmiatrici.

Famiglie risparmiatrici per condizione economica. Anni 2023 e 2019 a confronto

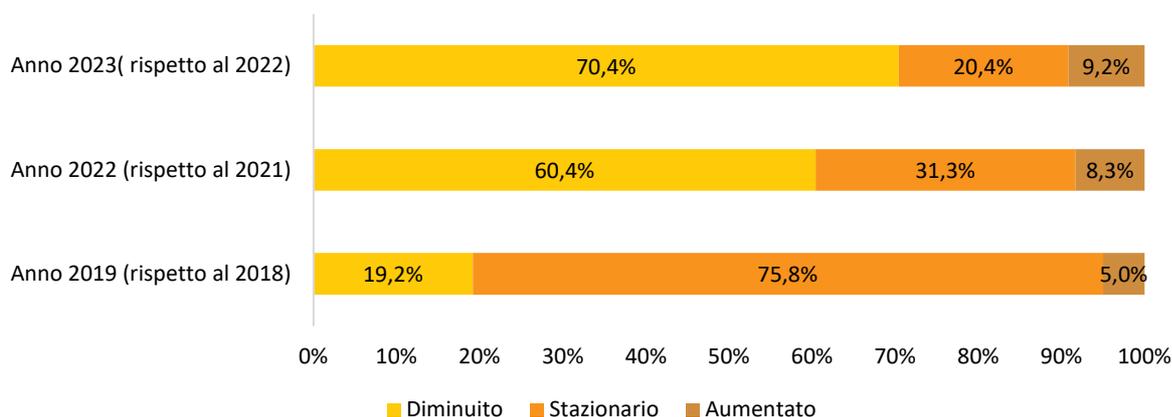


Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi, ed. 2023

Potere d'acquisto e reddito medio familiare

Nel 2023 continua ad aumentare il numero delle famiglie che dichiara un calo del potere di acquisto: sette nuclei su dieci (il 70,4%) hanno visto un'erosione della capacità di spesa (il 60,4% nel 2022). Rispetto al 2019 è nettamente diminuita la fascia di famiglie con un potere di acquisto stazionario: cinque anni fa il 76% dei nuclei intervistati non percepiva un calo della capacità di acquisto, oggi la percentuale è crollata al 20,4%.

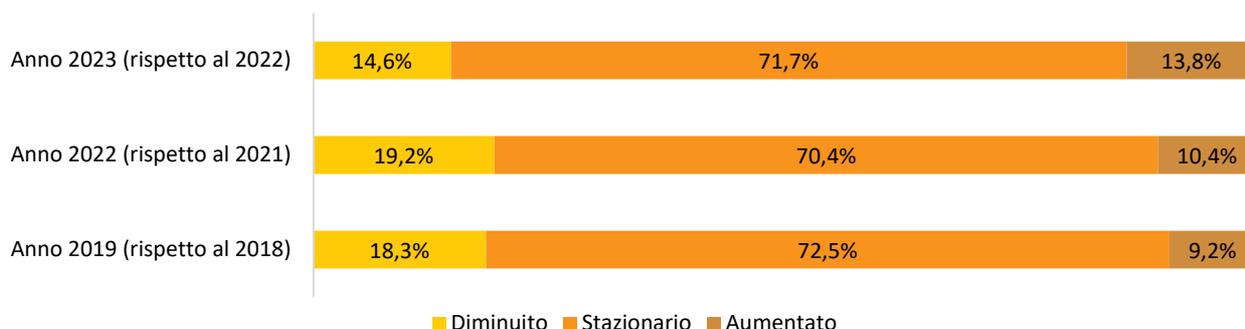
Potere di acquisto delle famiglie. Anni 2023 -2022 e 2019



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

Nel complesso, per quasi il 72% delle famiglie **il reddito medio si è mantenuto stabile rispetto all'anno precedente** (nel 2022 erano il 70,4%), mentre è addirittura aumentato per il 13,8% di esse (era il 10,4% un anno fa). Cala di oltre cinque punti percentuali la quota di quante hanno visto diminuire il reddito medio familiare. Rispetto all'anno pre-covid, la fotografia sul reddito medio familiare è rimasta sostanzialmente invariata.

Il reddito medio familiare. Anni 2023- 2022 e 2019

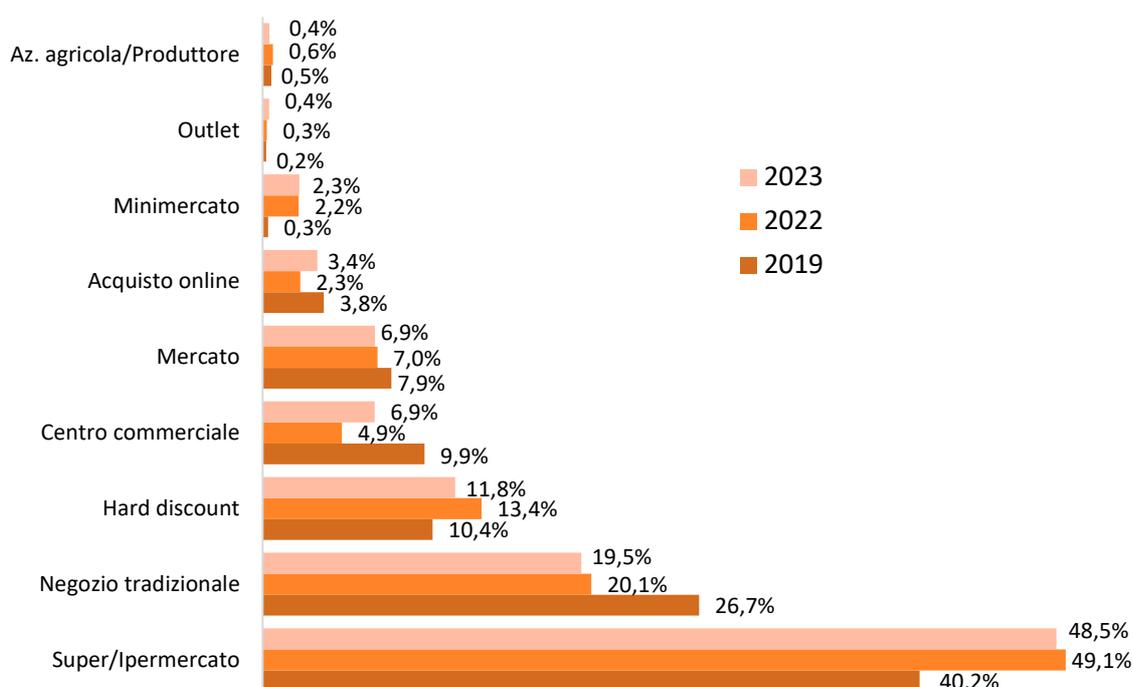


Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi, ed. 2023

I principali luoghi di acquisto

Come ogni anno, l'osservatorio ha approfondito anche alcune abitudini di acquisto, fra le quali i luoghi dove le famiglie torinesi scelgono di effettuare le proprie spese alimentari e non. Nel complesso, anche nel 2023 le scelte sono simili a quelle degli anni precedenti, confermando la predominanza di tre tipologie di luoghi di acquisto: il super o ipermercato resta infatti il luogo principale dove effettuare i propri acquisti (il 48,5% delle preferenze), seguito dal negozio tradizionale (il 19,5%) e dagli hard discount (l'11,8%). Tuttavia, qualche lieve cambiamento emerge sia a confronto con l'anno precedente, sia ritornando a cinque anni prima. Rispetto al 2022, nel corso dell'ultimo anno si è assistito ad una lieve riduzione per supermercati e negozi tradizionali, mentre è stata più consistente per i discount. Il calo è andato a favore dei centri commerciali, che equiparano i mercati salendo di due punti percentuali, e degli acquisti online, che risalgono dal 2,3% al 3,4%; resta stabile la scelta del minimercato (il 2,3%) così come quella di aziende agricole e outlet, con percentuali però prossime allo zero.

I principali luoghi di acquisto. Anni 2019, 2022 e 2023 a confronto



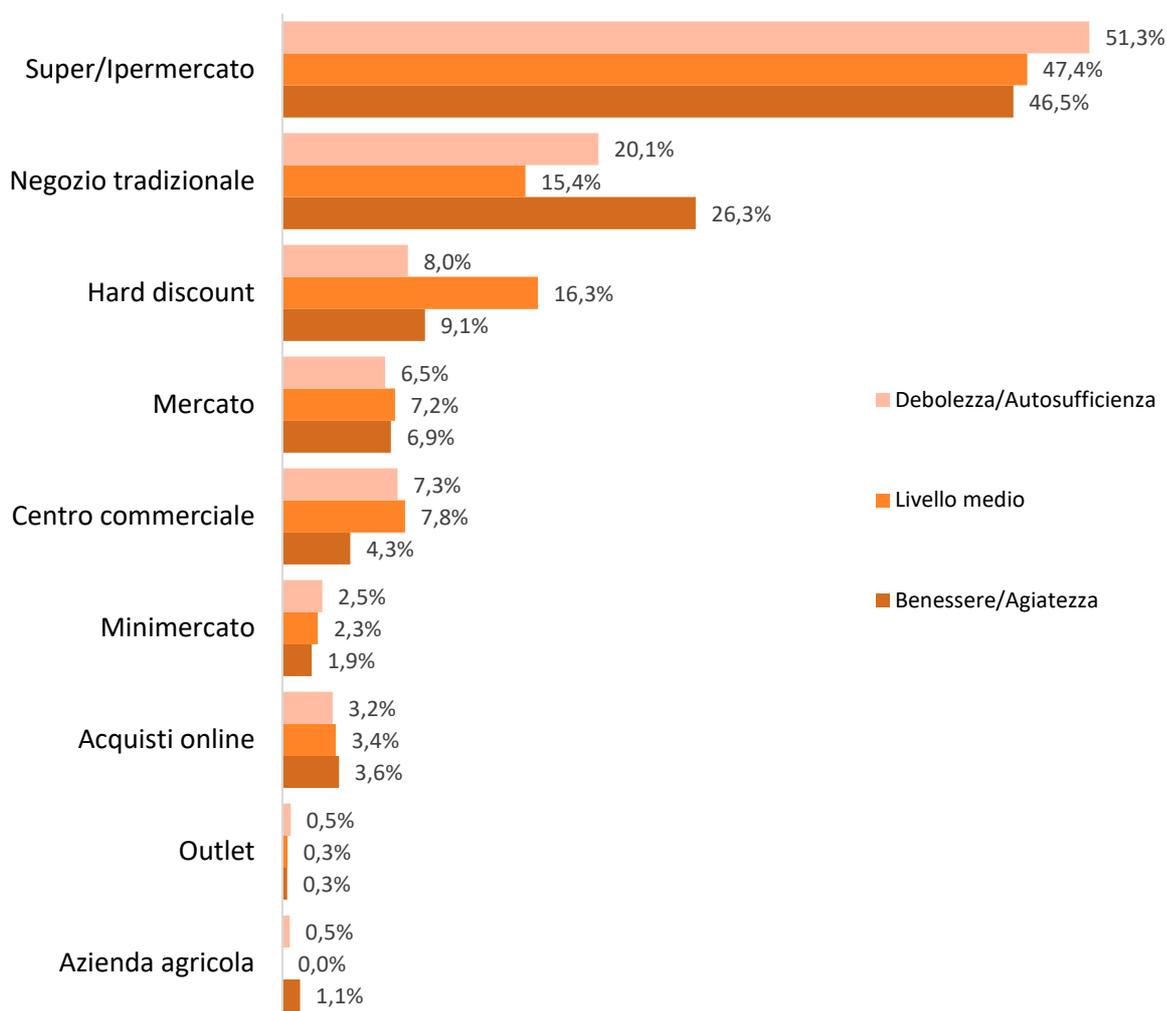
Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2023

Se il confronto risale sino al 2019, il cambiamento di abitudine più significativo è determinato dal calo di oltre sette punti percentuali nel ricorso al negozio tradizionale, a favore di super e ipermercati e di minimercati, pur con ordini di grandezza più contenuti. Più altalenante la dinamica registrata da hard discount e centri commerciali.

Le scelte dei luoghi d'acquisto mutano anche in base alla tipologia familiare. Fra le coppie senza figli è più alta la frequentazione dei negozi di prossimità (il 22,7%) e dei mercati rionali (l'8,3%), mentre fra quelle con figli sono più diffusi gli acquisti presso discount (il 12,8%) e ipermercati (il 49,3%), ma anche in centri commerciali (l'8%) e online (il 4%). Anche fra le famiglie monoparentali si ricorre più assiduamente agli acquisti online (il 4,9%) e agli hard discount (il 13,9%), ma è anche più frequente

l'abitudine di acquistare presso i minimercati (il 3,9%). Fra le persone sole prevale nettamente il ricorso ai super e ipermercati (il 50,1%).

Luoghi di acquisto e condizione economica. Anno 2023



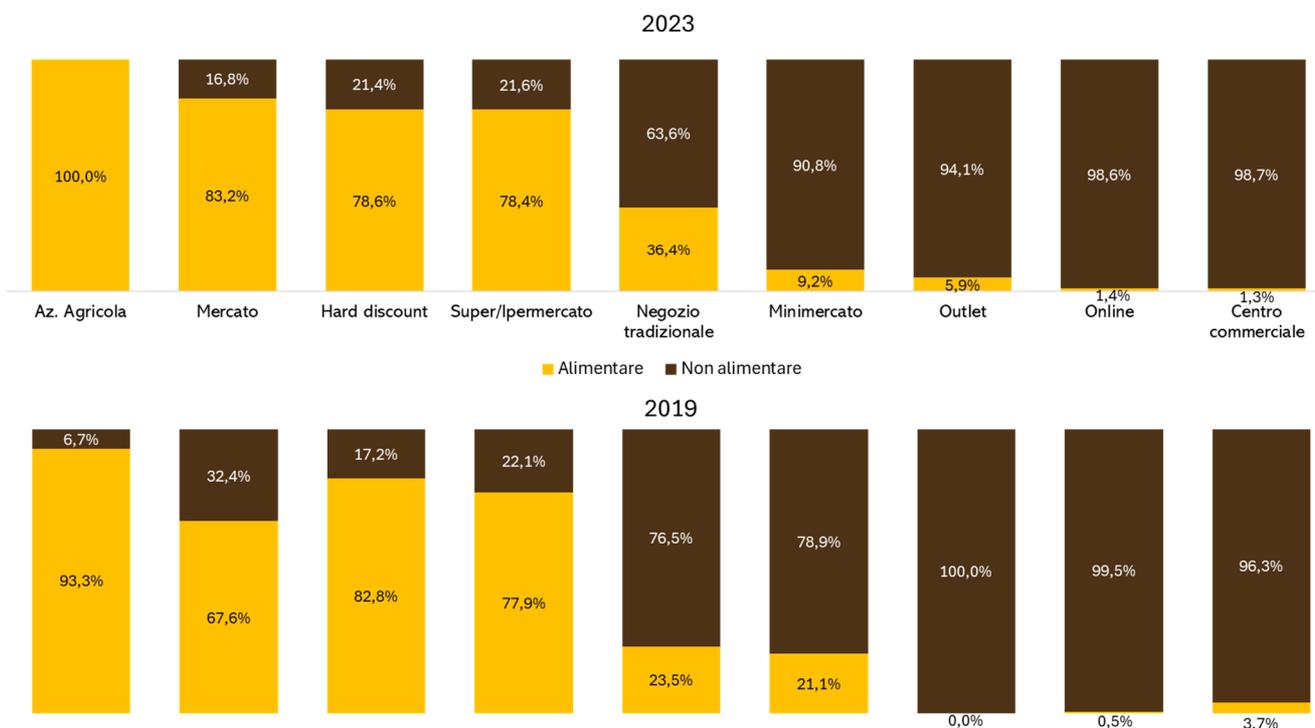
Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2023

Anche la condizione economica diversifica il ricorso ai luoghi d'acquisto. Fra le famiglie in condizione di benessere/agiatezza spicca la scelta del negozio tradizionale (il 26,3%) e sale anche la preferenza per le aziende agricole (l'1,1%), mentre cala la frequentazione dei centri commerciali (il 4,3%) e di super/ipermercati (il 46,5%). Al contrario, i nuclei "autosufficienti" riducono notevolmente il ricorso al negozio di vicinato (il 20,1%) e aumentano gli acquisti negli hard discount (il 16,3%).

Infine, la scelta del luogo di acquisto varia anche sulla base del genere di prodotto da reperire. Per acquistare generi alimentari, le famiglie torinesi preferiscono recarsi al super/ipermercato, al discount e al mercato, oltre che acquistare direttamente presso le aziende agricole produttrici. Se invece si tratta di prodotti non alimentari, si opta preferibilmente per il negozio di vicinato, il minimercato, l'outlet, il centro commerciale e per gli acquisti online. Anche in questo caso, negli ultimi cinque anni, si sono manifestate variazioni di comportamento, connesse principalmente all'aumento degli

acquisti di generi alimentari nei mercati e nei negozi tradizionali e, al contrario, alla diminuzione nei minimercati.

Luoghi di acquisto e generi. Anno 2023



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2023

Per quanto riguarda il solo e-commerce, alle famiglie torinesi è stato chiesto anche di definire la frequenza di utilizzo del canale. Il 34,6% dei nuclei vi ricorre spesso (almeno una volta al mese) e oltre il 24% a volte (meno di una volta al mese), mentre un ulteriore 10,4% ne fa uso raramente e il restante 30% non lo utilizza. Rispetto a cinque anni prima, è quasi triplicata la quota di persone che ricorre all'e-commerce con assiduità.

E-commerce e frequenza di utilizzo. Anni 2019 e 2023 a confronto



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2023

L'uso frequente o periodico di Internet per effettuare acquisti riguarda oltre il 61% delle coppie con figli e il 41% delle famiglie monoparentali, mentre scende al 21% fra le persone sole e al 27% tra le coppie senza figli.

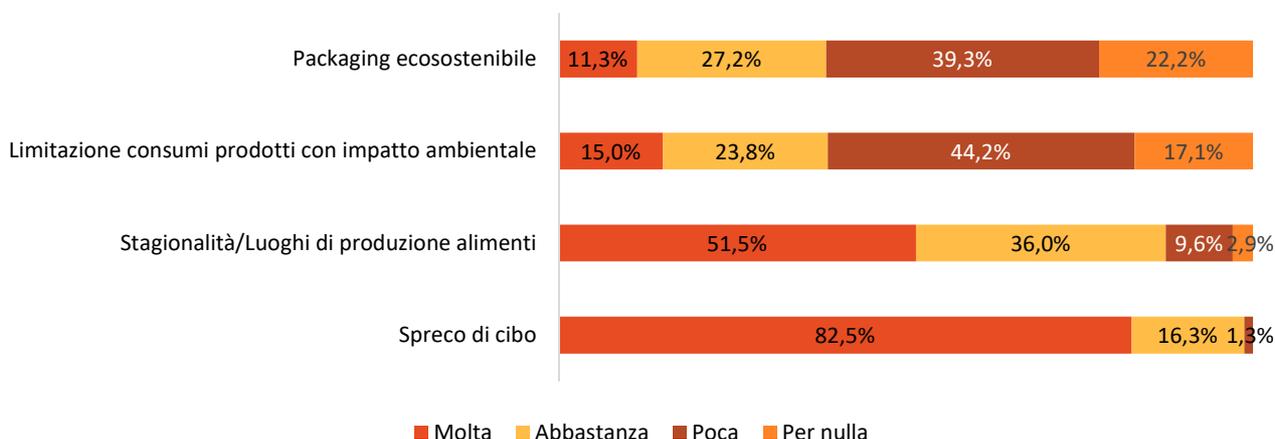
SOSTENIBILITA' AMBIENTALE

Alle famiglie indagate sono state sottoposte alcune domande sull'argomento della **sostenibilità ambientale**, a partire dall'attenzione rivolta a questo tema.

La sensibilità risulta elevata per oltre una famiglia su tre (il 34,6%), specie tra le coppie con figli (il 46,2% di questa tipologia di nuclei) **e tra le famiglie monoparentali** (il 40,9%), a cui si aggiunge il 50,8% che dichiara una buona attenzione al tema. Sul fronte opposto, il 10,8% e il 3,8% si manifesta rispettivamente poco o per nulla attento alla sostenibilità ambientale.

Guardando le azioni messe in atto, per quanto riguarda la **categoria "cibo e bevande"**, prevale nettamente l'atteggiamento di **riduzione degli sprechi alimentari** (per l'82,5% delle famiglie c'è un'attenzione elevata) e di preferenza, nelle scelte dei prodotti, degli acquisti in base alla stagionalità e ai luoghi di provenienza (molto attente il 51,5% delle famiglie); minore attenzione viene invece dimostrata verso l'opportunità di limitare il consumo di alimenti la cui produzione ha un impatto in termini di sostenibilità ambientale (interesse limitato per il 44,2% dei nuclei) e per prodotti con packaging ecosostenibili (poca attenzione per il 39,3% delle famiglie).

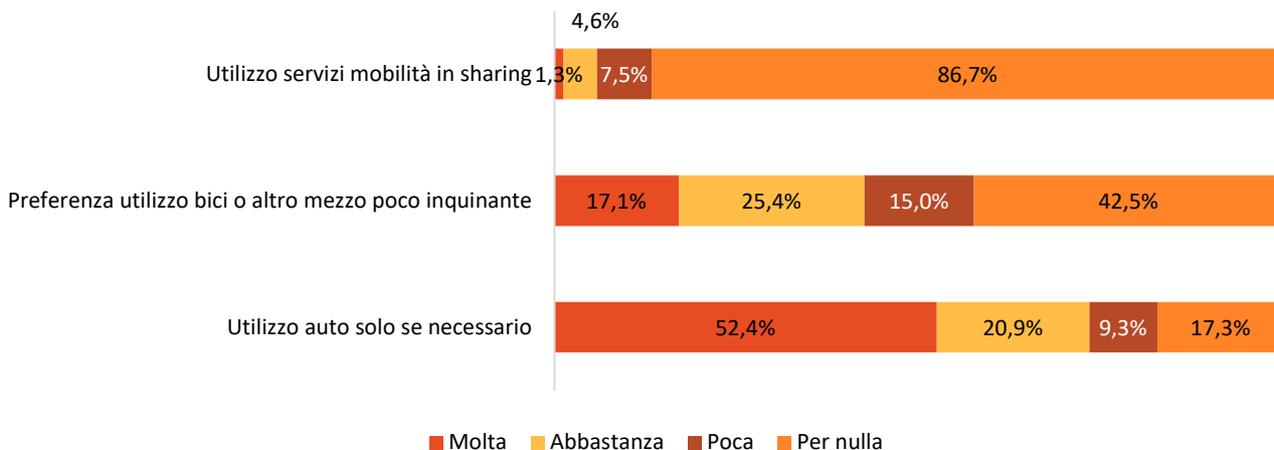
Attenzione rivolta a comportamenti in chiave di sostenibilità ambientale - Alimenti e bevande



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2023

Nei comportamenti adottati in relazione ai **mezzi di trasporto**, oltre una famiglia su due dichiara di limitare in misura significativa l'utilizzo dell'auto (il 52,4%) come scelta verso la sostenibilità, così come la preferenza per l'utilizzo di bici o di altri mezzi poco inquinanti riguarda in ampia misura il 17,1% delle famiglie, a cui si aggiunge un quarto dei nuclei che si esprime con "abbastanza attenzione". Residuale l'utilizzo di servizi di mobilità in sharing che coinvolge in misura discreta e significativa il 5,9% delle famiglie.

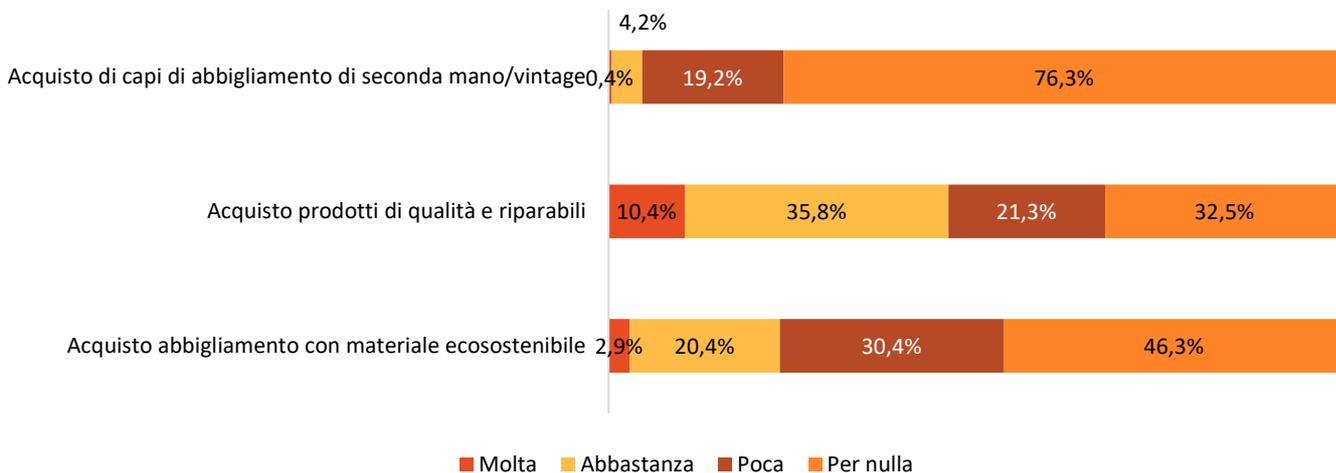
Attenzione rivolta a comportamenti in chiave di sostenibilità ambientale - Mezzi di trasporto



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2023

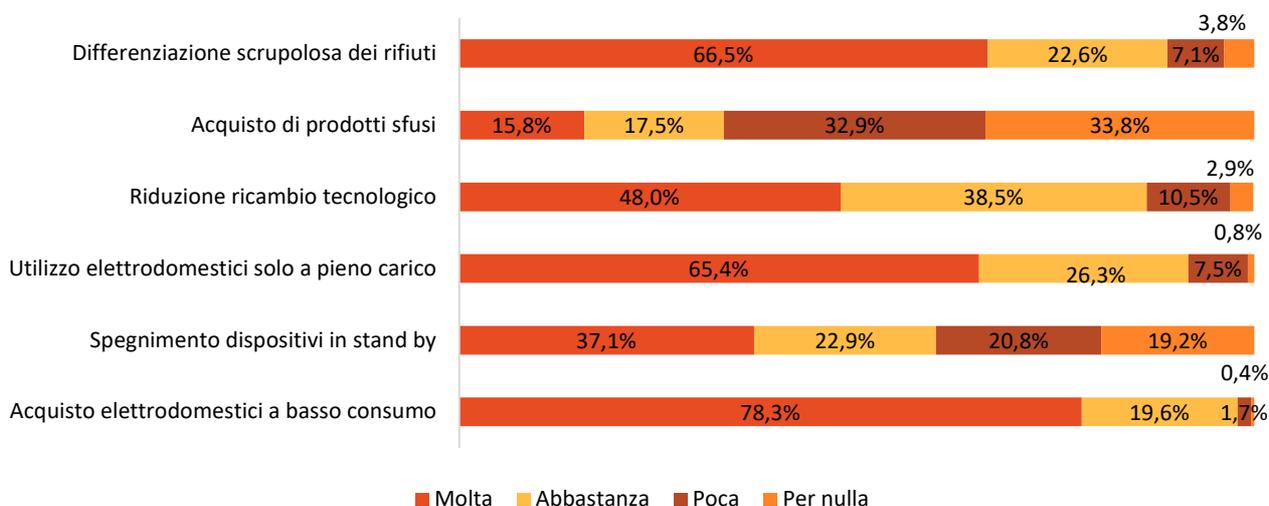
Nell'acquisto di abbigliamento e calzature, viene dimostrata una certa attenzione alla scelta di prodotti di qualità e riparabili (complessivamente il 46,2 % vi dimostra molta e abbastanza attenzione), così come è degno di nota l'orientamento a scelte di materiale ecosostenibile, che riguarda in misura almeno buona il 23,3% delle famiglie, mentre di secondo piano è il ricorso a capi di abbigliamento di seconda mano/vintage.

Attenzione rivolta a comportamenti in chiave di sostenibilità ambientale - Abbigliamento e calzature



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2023

Attenzione rivolta a comportamenti in chiave di sostenibilità ambientale - Abitazione e prodotti per la casa

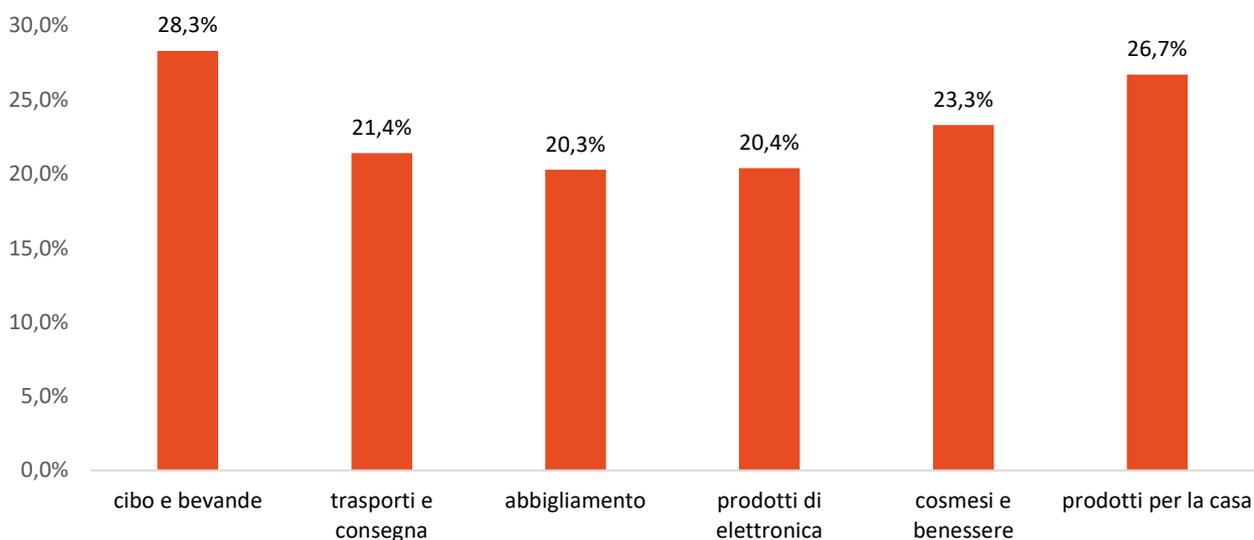


Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2023

Per quel che concerne **l'abitazione e i prodotti per la casa**, l'impegno risulta diffuso soprattutto riguardo all'acquisto di elettrodomestici a basso consumo (attenzione elevata per il 78,3% delle famiglie), per la differenziazione scrupolosa dei rifiuti nonché per l'utilizzo degli elettrodomestici solo a pieno carico (rispettivamente il 66,5% e il 65,4% vi rivolge molta attenzione).

Viene preso in minore considerazione lo spegnimento di dispositivi in stand by (importante per il 37,1% delle famiglie, ma soprattutto l'acquisto di prodotti sfusi (il 15,8% vi rivolge molta attenzione). Quasi una famiglia su due (il 48%) in misura significativa rinuncia al ricambio tecnologico a favore dell'ambiente.

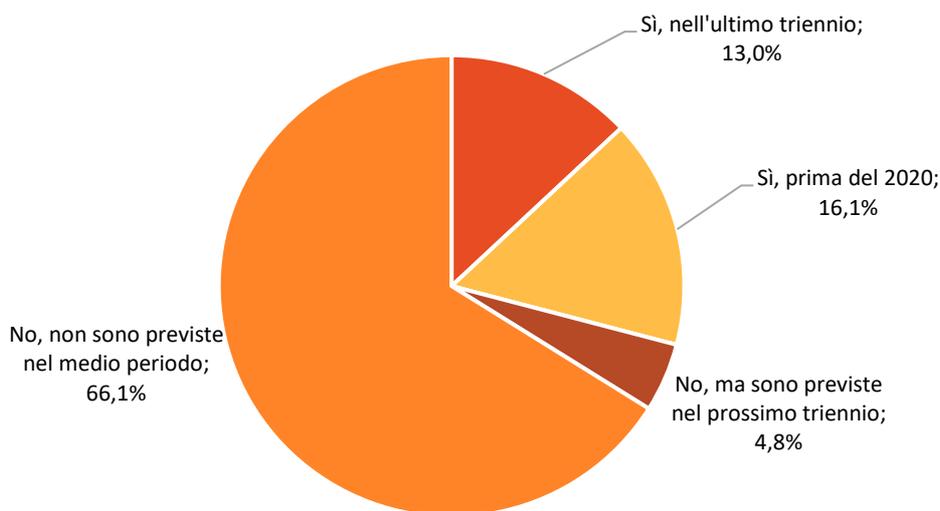
Quota di famiglie disposte a pagare un prezzo maggiorato per prodotti sostenibili e green per tipologia di prodotti



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2023

Le famiglie sono disposte a pagare un prezzo maggiore per prodotti sostenibili e green in particolar modo per alimenti e bevande (il 28,3% dei nuclei) e per i prodotti per la casa (il 26,7%); vi è invece minore propensione a sostenere una spesa più elevata, come scelta orientata alla sostenibilità, per l'abbigliamento (il 20,3%) e per i prodotti di elettronica (il 20,4%).

Adozione di azioni per migliorare la classe energetica dell'abitazione



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2023

Le famiglie sono state infine interrogate sulle azioni adottate per migliorare la classe energetica dell'abitazione: le hanno adottate il 29,1% dei nuclei indagati (il 16,1% prima del 2020, il 13,0% successivamente). È residuale la quota di chi le prevede nel prossimo triennio (il 4,8%), mentre due famiglie su tre non prevedono interventi nel medio periodo.