



#spesefamiglie

Spesa dei torinesi: crescita senza sfizi

Si conferma nel 2016 la ripresa dei consumi con un +3,7%. In aumento il non alimentare, trainato però dalle spese per abitazione e comunicazioni, in particolare smartphone e relative bollette. Rispetto a vent'anni fa si spende di più in cibi salutari (pesce, verdura, frutta), ma anche per l'abitazione (+14%). Nel 96 solo il 15% delle famiglie aveva un cellulare, il 40% un pc.

Torino, 12 giugno 2017 **** Presentati oggi a Torino Incontra i dati dell'indagine sulle spese delle famiglie torinesi, realizzata dalla Camera di commercio di Torino con il supporto metodologico del prof. Luigi Bollani, docente di statistica sociale presso l'Università degli Studi di Torino. Monitorati quest'anno gli acquisti di 230 famiglie, residenti in città o nei comuni limitrofi, rappresentativi dell'intera popolazione torinese. Ad ogni famiglia è stato richiesto di compilare un libretto di acquisti, conservare gli scontrini fiscali e rispondere ad un questionario su abitudini e preferenze di acquisto.

*"Con un +3,7% continua a irrobustirsi il carrello della spesa dei torinesi, tornando ad avvicinarsi ai valori pre crisi, ma si tratta di un assestamento trainato soprattutto dalle spese legate all'abitazione e alle telecomunicazioni - ha spiegato **Vincenzo Ilotte**, Presidente della Camera di commercio di Torino. - L'analisi storica invece ci aiuta a evidenziare le modifiche del paniere torinese: ad esempio, spendiamo in smartphone quanto nel 1996 spendevamo in gettoni telefonici, francobolli e cancelleria".*

La spesa media delle famiglie torinesi nel 2016 ha raggiunto i **2.455** euro mensili, **+3,7%** rispetto 2015. In crescita sia l'alimentare (**+1,9%**), sia il non alimentare (**+4,1%**), che varca la soglia dei 2mila euro mensili.

Il carrello di 20 anni fa...

Avviato nel 1996, l'Osservatorio delle spese delle famiglie torinesi compie 20 anni e permette così qualche confronto storico. Rispetto al 1996, oggi nel carrello della spesa delle famiglie ci sono **cibi più sani**: in particolare pesce (+0,5%), verdura (+2,4%), frutta (+1,9%) e pane e cereali (+1,2%) mentre diminuiscono dolci (-1,6%) e bevande (-4,7%). Invariata la quota di oli e grassi, carne e formaggi. Ma le differenze maggiori si evincono nella ripartizione delle **spese non alimentari**: in vent'anni le spese per l'abitazione (casa + utenze domestiche + mobili e arredamento) sono passate da 40,3% del 96 a **54,6%** del 2016, con un incremento del **14%**.

Per contro, sono diminuite alcune tra le principali spese "voluttuarie": -3,9% le spese per ricreazione e spettacoli oppure -3,6% abbigliamento. Da considerare tuttavia come anche l'offerta in questi ambiti sia profondamente cambiata: oggi è più facile fruire di attività ricreative e culturali a basso costo (tessera musei, eventi gratuiti) e per alcune categorie di beni sono cambiati i canali di vendita: dalle grandi catene commerciali di abbigliamento a internet.

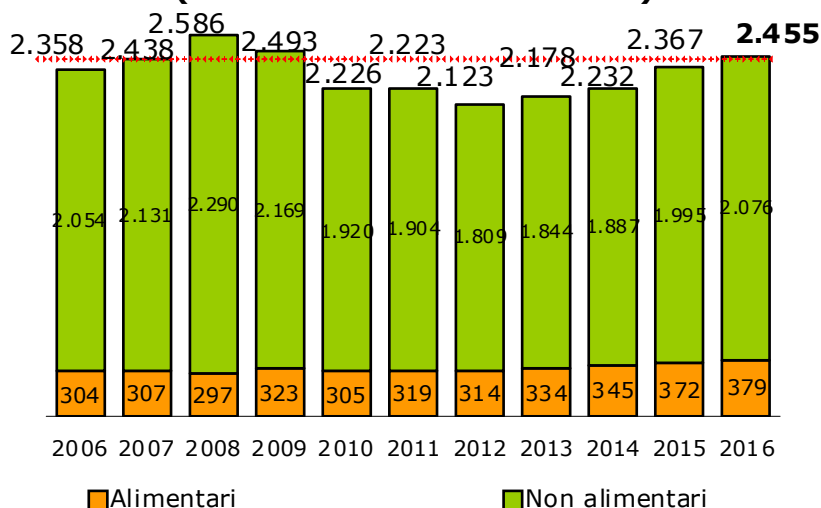
Qualche curiosità: nel 1996 appena il 15% delle famiglie dichiarava di avere un **telefono cellulare** (oggi più del 50% almeno uno smartphone) mentre il 40% aveva un **personal computer** (oggi 60%). Nel 1996 poco più di una famiglia su tre possedeva una **lavastoviglie**, oggi presente in una famiglia su due.

Nel 1996 sette famiglie su 10 (73,6%) riuscivano a risparmiare parte del reddito a fine mese; 20 anni dopo scendiamo al 47,4%.

I dati 2016: assestamento dopo la crescita

Rispetto allo scorso anno, in cui si è assistito ad un significativo incremento delle spese delle famiglie torinesi, nel 2016 continua il trend positivo, ma in lieve decelerazione: con una media di **2.455 euro mensili (+3,7%)**, il livello dei consumi sotto la Mole ritorna ai livelli del 2007, attestandosi come **terzo valore più elevato dell'ultimo decennio**.

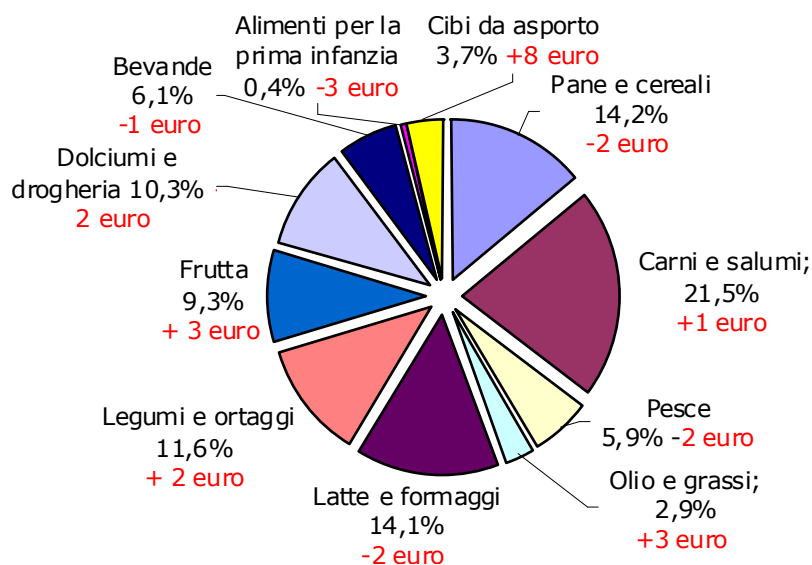
Consumi 2006-2016. Valori in Euro (alimentari e non alimentari)



Le quote delle spese per alimentari e non alimentari negli ultimi quattro anni si sono pressoché stabilizzate: le prime rappresentano ormai circa il 15% dell'intero paniere (erano il 12% negli anni pre crisi), mentre le seconde il restante 85%.

La spesa alimentare

Nel 2016 sono stati spesi mensilmente **379 euro** in generi alimentari e bevande, **+1,9%** rispetto all'anno precedente.



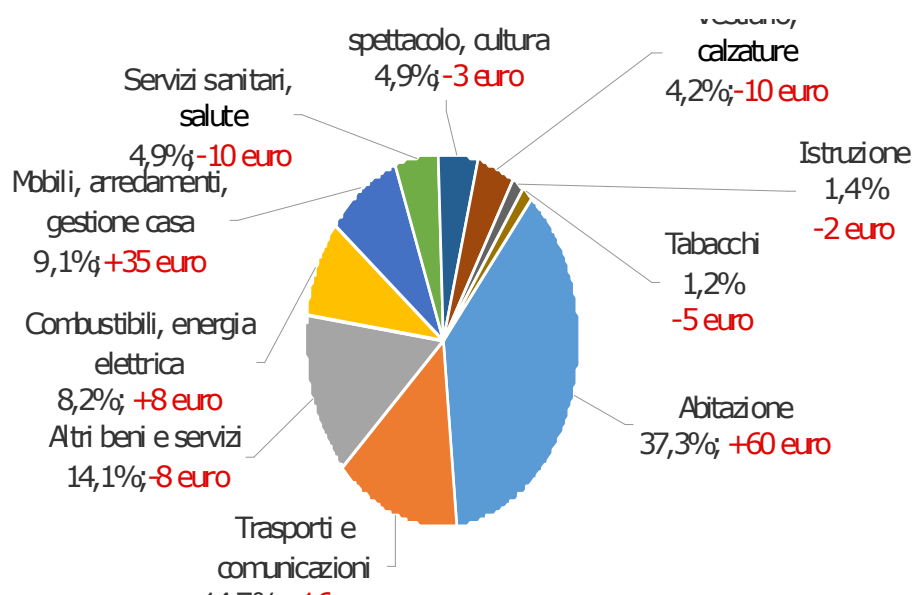
La quota più rilevante continua ad essere rappresentata dalla **carne** (21,5% del totale), seguono **pane e cereali** (14,2%), **latte, formaggi e uova** (14,1%) e **verdura** (11,6%). Completano la spesa alimentare, i **dolci e i prodotti di drogheria** (10,3%), la **frutta** (9,3%), mentre un'incidenza minore è rilevata per le **bevande** (6,1%), per il **pesce** (5,9%), per i **cibi pronti**, da asporto e gastronomia (3,7%) e per gli **oli e i grassi** (2,9%).

Nel 2016 gli **incrementi più significativi** hanno riguardato "in primis" i **cibi di asporto** che hanno visto un incremento di **8 euro** rispetto al 2015. Seguono la frutta (+3) e la verdura (+2), ma anche oli e grassi (+3).

La dimensione del nucleo familiare influisce sull'entità degli acquisti: la spesa media mensile, infatti, cresce all'aumentare del numero di componenti, ma non in misura proporzionale. **Vivere con un'altra persona fa dunque risparmiare:** per i nuclei composti da due persone, il risparmio procapite rispetto alla spesa sostenuta dai single è del 22% e sale rispettivamente al 52% e all'83% nelle famiglie con tre e quattro componenti. I nuclei degli ultra 65enni si confermano quelli più moderati e parsimoniosi (315 euro in spesa alimentare) e, tra l'altro, sono i meno propensi all'acquisto di bevande alcoliche.

La spesa non alimentare

Con **2.076 euro mensili** e un incremento del **+4,1%**, crescono per il quarto anno consecutivo i consumi non alimentari che nel 2016 hanno superato la soglia dei 2.000 euro, avvicinandosi ai valori registrati nel 2009.



Abitazione - Rappresenta il **54,6%** delle spese non alimentari (nel 2015 il 51,6%): le famiglie torinesi hanno, infatti, speso mediamente **1.134 euro** (+103 euro), 755 dei quali destinati alla casa in senso stretto, 171 euro alle utenze e 181 per la gestione della casa e l'acquisto di mobili. Continua a crescere anche il numero di famiglie che hanno destinato parte del proprio reddito a interventi di manutenzione, passando dal 28% al 30,4%.

Trasporti/comunicazioni - Con **304 euro** complessivi si tratta del secondo aggregato del comparto non alimentare ad incidere sul bilancio familiare. Nel 2016 ha registrato un incremento di **16 euro**, da imputare soprattutto alle spese connesse alle telecomunicazioni, poiché i consumi legati ai trasporti sono rimasti pressoché stazionari. In media ogni famiglia spende **13 euro al mese per smartphone, tablet e smartwatch**.

Ricreazione, spettacolo e cultura - Nel 2016 la quota di budget familiare riservata ad attività culturali, sportive e al tempo libero ha rappresentato il **4,9%** dei consumi non alimentari, per un spesa media di **103 euro**, 3 euro in meno rispetto al 2015. Alcuni esempi: 28 euro mensili per acquisti di libri, riviste e quotidiani, 30 per articoli sportivi e attività di tempo libero, compresi strumenti musicali e hobbistica, 10 per televisori e impianti audio-video, 7 per spettacoli, concerti e cinema, **25 per abbonamenti in strutture sportive**.

Servizi sanitari e salute - Con una media di **101 euro** (4,9% del comparto non alimentare) si riducono di 10 euro rispetto al 2015 le spese sanitarie, grazie ad una riduzione di medicinali e ticket. Resta stabile il costo degli onorari e analisi mediche (47 euro), mentre aumenta la spesa per occhiali e altre protesi mediche e apparecchi ortopedici (da 17 a 24 euro).

Abbigliamento e calzature - Anche la voce relativa al vestiario subisce una contrazione: **88 euro** mensili, 10 euro in meno rispetto al 2015.

Istruzione - Sono **28 gli euro** spesi in media mensilmente in questo ambito, l'1,4% dei consumi non alimentari (-2 euro rispetto al 2015). Tuttavia, le famiglie che hanno effettivamente questa voce nel budget familiare sono solo il 23% delle rispondenti e se si considera il carico economico solo per questo segmento la spesa sale a 124 euro al mese.

Altri beni e servizi - Si tratta di una categoria residuale che tuttavia rappresenta oltre il 14% delle spese non alimentari (**292 euro** totale, -8 euro rispetto al 2015). La componente più importante è relativa alle **vacanze**, per le quali si spendono circa **99 euro** al mese (-9 euro). Altra voce significativa è data dai **pasti fuori casa**, ai quali i consumatori destinano **68 euro** al mese, a fronte dei 73 euro del 2015, mentre la **cura della persona, con 46 euro**, rappresenta il **16%** dell'aggregato e resta stazionaria. Nei 25 euro di "altre voci" sono incluse anche le spese veterinarie (**5 euro**), sostenute però solo dal 19% delle famiglie intervistate.

Abitudini di consumo

La parte finale del questionario di indagine ha approfondito altri comportamenti d'acquisto: il **76%** delle famiglie ha comprato **prodotti biologici**, il 44% ha scelto prodotti del commercio **equo e solidale**. Dopo il picco del biennio 2008-2009, questi comportamenti di consumo hanno registrato una contrazione in corrispondenza con il periodo di crisi economica, per riprendersi e stabilizzarsi ampiamente negli ultimi anni.

Cresce l'acquisto di **beni di seconda mano**, da parte del **39%** delle famiglie (erano il 32% nel 2015). Crescita costante per l'**e-commerce**: nell'ultimo biennio il **39%** delle famiglie ha dichiarato di aver effettuato acquisti online, percentuale in netta crescita rispetto al 2014-2015 (il 35%) e più che triplicata rispetto al 2006-2007 (10,5%).

I luoghi di acquisto

Anche nel 2016 la Grande Distribuzione Organizzata (GDO), si conferma il principale luogo di acquisto per il 45,7% delle famiglie torinesi, a cui si aggiunge il 4,2% delle spese effettuate presso gli hard discount. Resta importante il negozio tradizionale, dove convergono il 28,4% degli acquisti. I negozi di vicinato vengono frequentati maggiormente dai consumatori tra i 41 ed i 65 anni di età (60,7%) mentre le zone mercatali vedono un maggiore afflusso di acquirenti "over 65 anni" (31,3%). I nuovi canali di acquisto, come il commercio online, sono prevalentemente utilizzati dai "giovani consumatori" (25-40 anni- 47,8%).

Per informazioni: Settore Comunicazione esterna e URP Camera di commercio di Torino
Tel. 011 571 6652/5
relazioni.esterne@to.camcom.it
www.to.camcom.it/comunicatistampa
@CamComTorino