



CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
DI TORINO

# OSSERVATORIO SULLE SPESE DELLE FAMIGLIE TORINESI: Anno 2021

Torino, maggio 2022

Editore: Camera di commercio di Torino

Camera di commercio industria artigianato agricoltura di Torino

Tutti i diritti riservati. Vietata la riproduzione a terzi.

Coordinamento progetto "Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi": Barbara Barazza – Settore Studi, statistica e orientamento al lavoro e alle professioni- Camera di commercio di Torino;

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;

Allegato statistico: Annunziata Scocozza- Settore Studi, statistica e orientamento al lavoro e alle professioni, Camera di commercio di Torino.

Attività di rilevazione: Sinergie di Castino Anna Maria - Torino

## **Introduzione**

Dopo un anno complesso come quello del 2020, in cui l'emergenza sanitaria Covid-19, ha avuto forti ripercussioni sul tessuto produttivo italiano e, di riflesso, ha influenzato i consumi e le abitudini di acquisto delle famiglie, il 2021 si appresta ad essere un anno di lieve ripresa economica e di ritorno lento alla "normalità".

Grazie all'Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi, rapporto ormai giunto alla 25ª edizione e che ricalca l'indagine annuale condotta dall'Istat sui consumi dei nuclei italiani, è stato possibile analizzare, in continuità con le edizioni passate, i consumi e le abitudini di acquisto di 240 nuclei famigliari residenti a Torino città.

I dati a consuntivo sull'intero 2021 analizzati in questo rapporto confermano una lieve ripresa della spesa delle famiglie torinesi: se nel 2020 l'emergenza sanitaria ha profondamente influenzato i consumi e gli acquisti delle famiglie indagate limitando, in molti casi, le spese ai soli beni di prima necessità, nel corso del 2021 si assiste ad una lieve ripresa dei consumi, in particolare non alimentari.

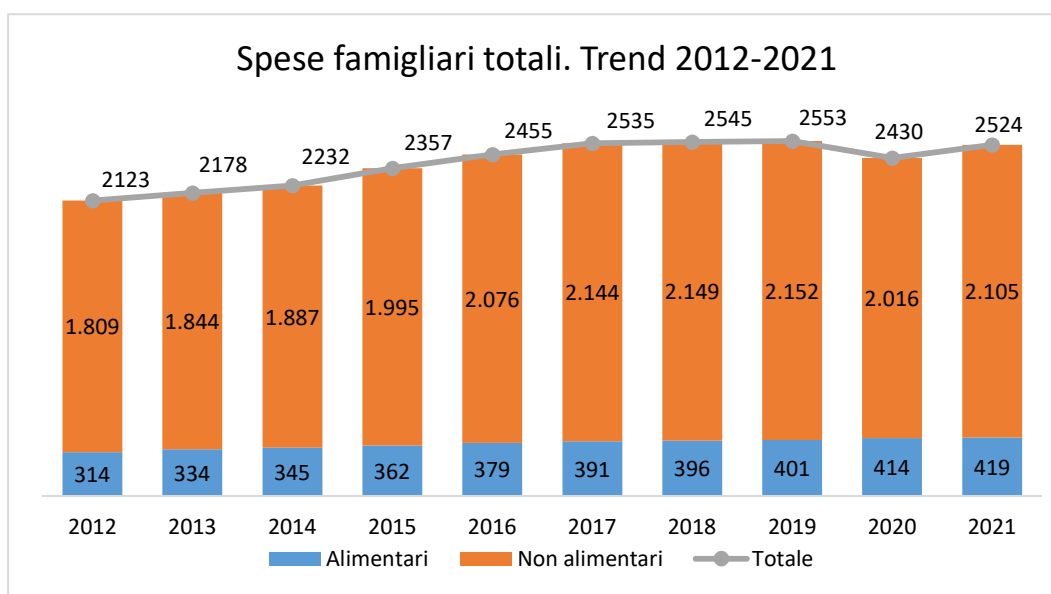
La spesa media mensile delle famiglie torinesi è stata "stimata" grazie alla compilazione da parte dei nuclei indagati di due questionari: il primo volto a monitorare le spese famigliari ad alta frequenza di consumo (in particolare spese in generi alimentari); il secondo con l'obiettivo di registrare i consumi in categorie di spesa a più bassa frequenza di acquisto (p.e. spese non alimentari). Nel 2021- così come nelle edizioni precedenti- sono state effettuate quattro rilevazioni ciascuna condotta alla fine di ogni trimestre; la metodologia adottata ha permesso di incrociare la spesa media mensile anche con le diverse tipologie di nuclei famigliari e con le caratteristiche sociodemografiche degli intervistati.

I questionari somministrati, hanno anche permesso da un lato di approfondire la frequenza dei luoghi di acquisto e l'utilizzo di alcuni canali distributivi- così come hanno consentito di valutare il livello di reddito, il potere di acquisto e la propensione al risparmio delle famiglie intervistate.

Al termine del questionario è stato sottoposto un breve set di domande volto ad indagare eventuali cambiamenti delle abitudini su alcuni aspetti di vita quotidiana rispetto agli anni pre-emergenza sanitaria.

## Le spese delle famiglie nel 2021

Nel 2021, la **spesa media mensile delle famiglie torinesi è stata di 2.524 euro<sup>1</sup>**, in **crescita del 3,9% rispetto al 2020**, ma ancora al di sotto dei valori registrati nel triennio precedente la crisi pandemica. Se si analizza nel dettaglio il contributo delle **componenti di spesa alimentare e non alimentare, rispettivamente pari a 419 euro e 2.105 euro**, si osserva che la **crescita**, pur imputabile a entrambe le componenti, è stata **più incisiva per l'insieme delle spese non alimentari (+4,4%)** e **più contenuta per quelle alimentari (+1,2%)**.

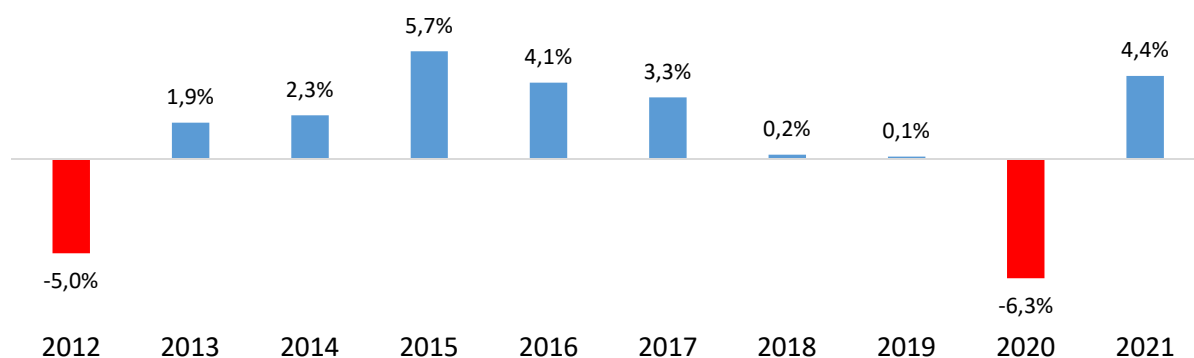


Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Anno 2021

Le **spese non alimentari**, dopo un anno di forte contrazione, hanno registrato un recupero importante **(+89 euro)**, risalendo da 2.016 euro del 2020 a 2.105 euro del 2021. In termini di variazione percentuale, questo aumento - pari al +4,4% - compensa solo in parte il calo del -6,3% evidenziato nel 2020: sarà pertanto il 2022 a indicare se nel breve termine sarà possibile un ritorno ai valori pre-pandemia.

<sup>1</sup> I valori della spesa media mensile sono stati arrotondati alle migliaia di euro, pertanto alcuni totali possono divergere dalla somma delle singole voci che la compongono. Parimenti, le percentuali di ripartizione delle spese sono state arrotondate alla prima cifra decimale, dunque la somma dei valori percentuali così calcolati può risultare non uguale a 100.

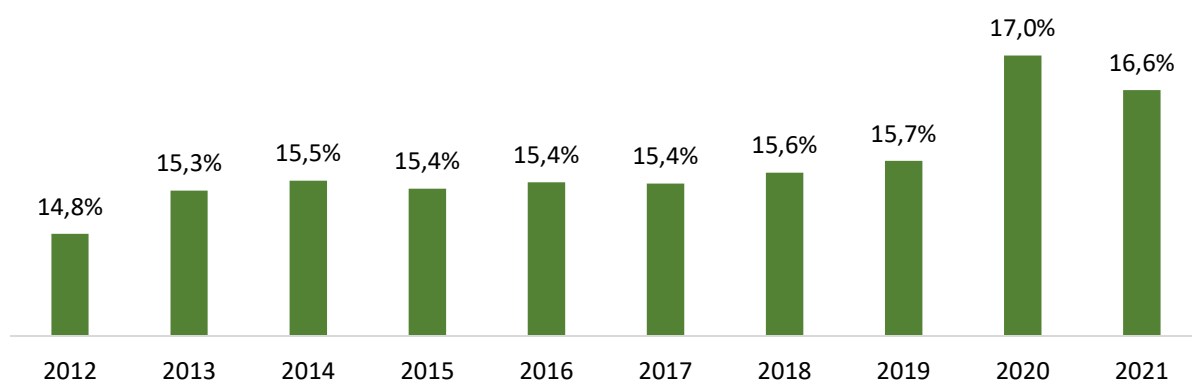
### Variazione % spese non alimentari



Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Anno 2021

L'insieme delle **spese alimentari, incrementate di 4 euro** nel corso dell'ultimo anno, è passato da 414 euro nel 2020 a 419 euro nel 2021. Nell'ultimo decennio, la crescita di questa componente di spesa è significativa sia in valore assoluto – pari a 105 euro complessivi in più – sia per incidenza percentuale dell'alimentare sul totale delle spese mensili.

### Peso % delle spese alimentari sul totale



Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Anno 2021

**Nel 2021, questa percentuale ha registrato un lieve ridimensionamento** (è il 16,6% delle spese totali), dopo il balzo in avanti registrato dall'incidenza dell'alimentare nel 2020 (dal 15,7% del 2019 al 17%), anno in cui i consumi famigliari non alimentari hanno subito un calo importante.

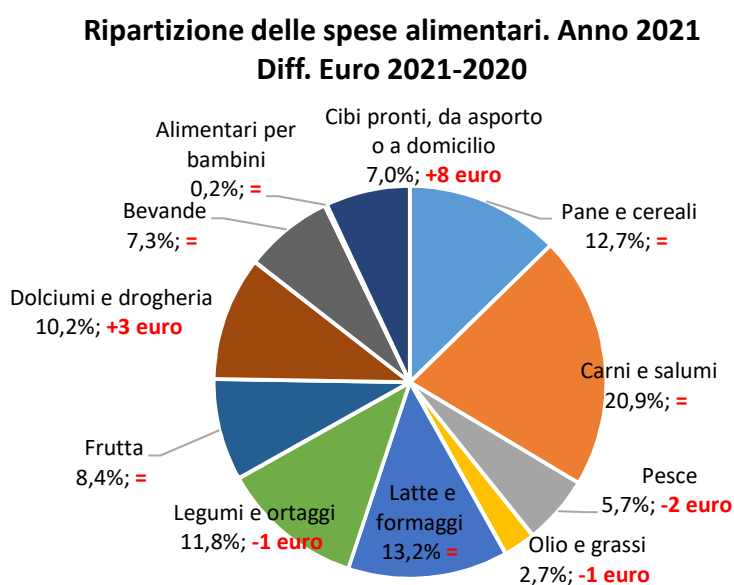
La **condizione economica** delle famiglie (autosufficienti, livello medio, benessere/agiatazza), **influisce sulla ripartizione tra consumi alimentari e non**. Nel 2021 è incrementato il divario della spesa tra famiglie più o meno abbienti: se la spesa media complessiva tra i nuclei in stato di "autosufficienza" è rimasta sostanzialmente stabile rispetto al 2020, quella delle famiglie agiate è incrementata, in particolare nei consumi non alimentari.

Nel 2021, **le famiglie** in condizione economica di "**benessere/agiatazza**", **hanno speso più del doppio in spese non alimentari rispetto ai nuclei "autosufficienti"**.

Il divario è più evidente nelle spese "non necessarie" come viaggi e vacanze, pasti fuori casa ma anche in voci di spesa come vestiario e calzature e visite mediche specialistiche.

## Le spese alimentari

Le **spese alimentari sono cresciute nell'ultimo anno del +1,2% (+4 euro)**. Tale incremento è da imputare prevalentemente al balzo dei **cibi da asporto o a domicilio (+8 euro** in un anno) e alla voce che comprende **dolciumi e prodotti di drogheria (+3 euro)**; entrambe le componenti hanno anche accresciuto il proprio peso percentuale all'interno del paniere, passato dal 5,2% al 7% per l'asporto e dal 9,7% al 10,2% per i dolciumi. **Le voci principali** - carne e salumi (il 20,9%), latte e formaggi (il 13,2%), pane e cereali (il 12,7%) - **sono rimaste stazionarie**, così come la spesa destinata a frutta (l'8,4%) e bevande (il 7,3%). In calo, legumi e ortaggi (l'11,8%, -1 euro), il pesce (il 5,8%, -2 euro) e quella destinata ad olio e grassi (il 2,7%, -1 euro).



Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Anno 2021

## Le spese non alimentari

**La spesa non alimentare risale a 2.105 euro, dopo il calo a 2.016 euro nel 2020, con un incremento del 4,4% (+89 euro).**

Nell'insieme del non alimentare, **si rileva un aumento di tutte le componenti di spesa ad eccezione del "welfare"**, diminuito di 6 euro, e delle spese per **combustibili ed energia elettrica**, che nel 2021 sono rimaste stabili.

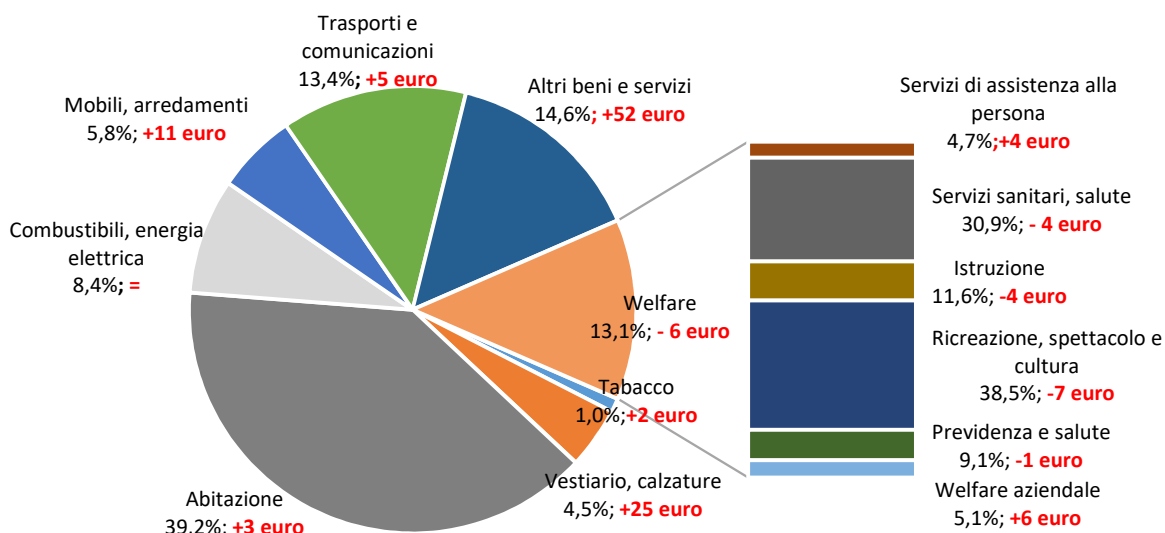
Fra le voci in crescita, la principale per peso percentuale è **l'abitazione<sup>2</sup>** che - escluse le citate **utenze domestiche** (l'8,4%, stazionarie) - nel 2021 **rappresenta poco più del 39% del totale** e nell'ultimo anno ha registrato un aumento di 3 euro, dopo l'incremento di 28 euro dell'anno precedente. Nell'ambito delle **spese connesse alla**

<sup>2</sup> L'abitazione include le spese connesse ad affitto e subaffitto, valore locativo, spese condominiali, assicurazioni e imposte connesse alla casa.

**casa**, quelle destinate al **mobilio e all'arredamento** sono aumentate di 11 euro, recuperando parte del calo (-33 euro) del 2020. Nel complesso, le **voci attinenti a utenze, arredamento e abitazione** rappresentano il **53,4% del totale**.

### Ripartizione delle spese non alimentari. Anno 2021

Diff. euro 2021-2020

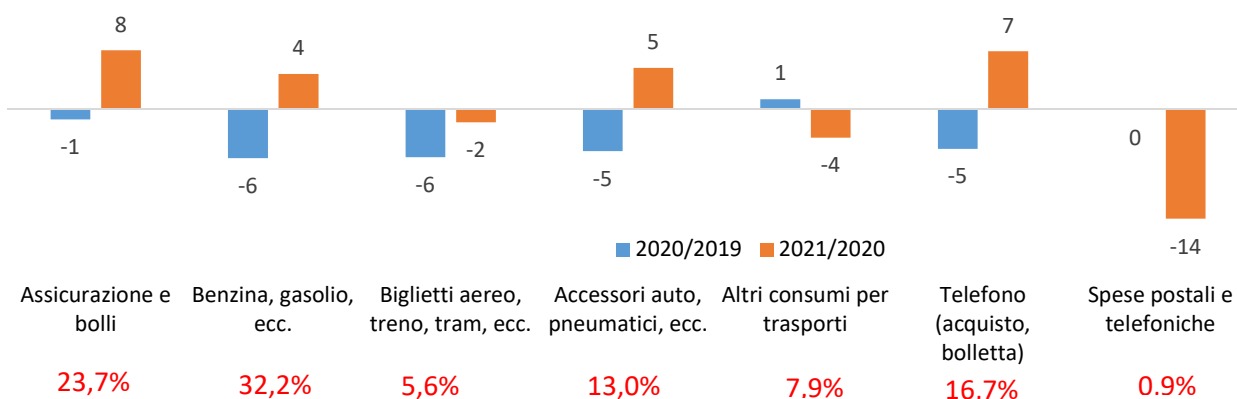


Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Anno 2021

Anche la voce relativa alle spese per **“Trasporti e comunicazione”**, che rappresenta il **13,4% del non alimentare**, nel corso dell'ultimo anno è **incrementata di 5 euro<sup>3</sup>**, recuperando però solo in parte il calo di 24 euro registrato nel 2020. Al suo interno, **lato trasporti**, gli aumenti più significativi hanno riguardato l'assicurazione e i bolli per i veicoli (+8 euro), gli acquisti di accessori auto (+5 euro) e la spesa per rifornimento di carburante (+4 euro); ancora in calo gli acquisti di biglietteria aerea, ferroviaria e per mezzi pubblici (-2 euro). Per quanto riguarda la **comunicazione**, ad aumentare sono state le spese per telefonia, bollette e Internet inclusi (+7 euro), mentre sono diminuite notevolmente le spese postali (-14 euro).

<sup>3</sup> Valore arrotondato (4,9 euro).

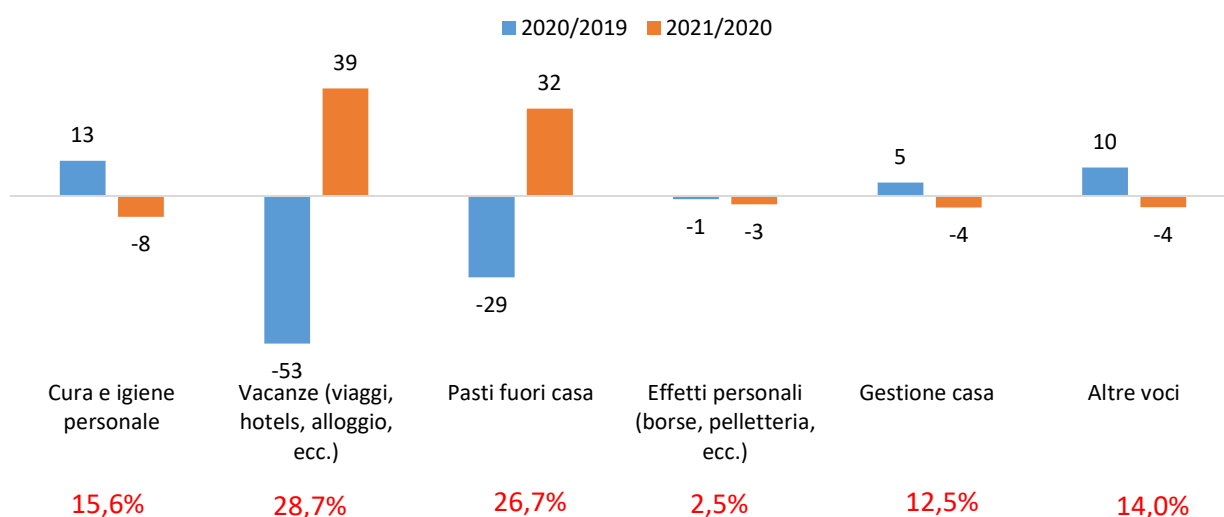
### Variazione delle spese per trasporti e comunicazione (in euro) e peso %



Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Anno 2021

Altra voce importante in ripresa è quella degli **"Altri beni e servizi"**, dove converge quasi **il 15% delle spese delle famiglie torinesi** e che, dopo una diminuzione di 58 euro nel 2020 rispetto al 2019, ha recuperato buona parte di quanto perso, con una crescita di quasi 52 euro<sup>4</sup> nel 2021. Le voci più importanti, riguardanti le **spese per vacanze e per pasti fuori casa sono anche le uniche ad aver registrato un incremento** (rispettivamente **+39 e +32 euro**), che tuttavia solo per la seconda categoria è stato sufficiente a recuperare il calo del 2020. **Le altre categorie di spese hanno subito tutte una diminuzione**: così le spese destinate alla cura e all'igiene personali (-8 euro, il 15,6%), le spese per la gestione della casa (-4 euro, il 12,5%) e quelle per gli effetti personali (-3 euro, il 2,5%).

### Variazione (in euro) delle spese per "altri beni e servizi" e peso %



Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Anno 2021

<sup>4</sup> Valore arrotondato (51,3 euro).



Altrettanto importante ma ancora in diminuzione la categoria di spese imputabili al **"Welfare"**, che compone **il 13,1% delle spese non alimentari** (275 euro) e che nel 2021 **sono calate di 6 euro**.

Al suo interno, convergono diverse componenti: la voce principale è quella relativa alle spese per **"ricreazione, spettacolo e cultura"**, che rappresentano il 38,5% della categoria (106 euro) e che nell'ultimo anno sono **calate di 7 euro** (-17 euro rispetto al 2019). Il calo è stato determinato dalla voce "giornali, libri non scolastici e cancelleria", (-6 euro) e dalla spesa destinata all'acquisto di apparecchiature elettroniche o dispositivi tecnologici (TV, PC, ecc...), anch'essa in calo di 6 euro mensili. In crescita, invece, l'insieme del tempo libero (+5 euro) grazie alla lieve ripresa delle spese per biglietti di ingresso per cinema, teatro, spettacoli e sport (+2 euro) e per gli abbonamenti per palestre e piscine (+3 euro).

Altra componente importante è data dalle **spese in "salute e servizi sanitari"**, il 30,9% delle spese in welfare (85 euro): è una voce in calo, sia rispetto al 2020 (-4 euro), sia rispetto a 2 anni prima (-14 euro). Se da un canto è cresciuta la spesa in onorari medici e analisi (+12 euro), dall'altro è calata sia quella in medicinali e ticket sanitari (-11 euro), sia quella occhiali e protesi (-7 euro).

Seguono le spese in **"istruzione"**, che incidono per l'11,6% sulla categoria (32 euro) e che nel 2021 sono calate di 4 euro. Al loro interno, diminuiscono la spesa in rette e tasse scolastiche (-3 euro) e in libri (-2 euro), mentre cresce di 1 euro la spesa destinata alla mensa scolastica.

Fra le voci di spesa connesse a **"previdenza e salute"**, che rappresentano il 9,1% del welfare (25 euro, -1 euro), è rimasta stazionaria la spesa in assicurazioni sulla salute e gli infortuni, mentre è calata lievemente quella per le assicurazioni sulla vita e previdenza (-1 euro).

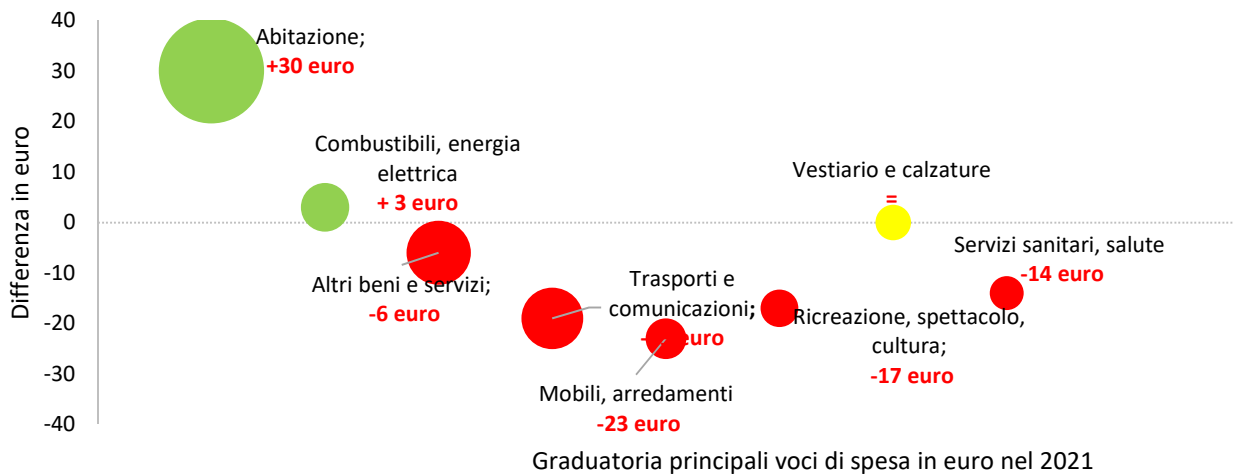
Le ultime due categorie di spese appartenenti al welfare sono il **"welfare aziendale"**, in crescita di 5 euro nell'ultimo anno (14 euro, il 5,1% del totale) grazie al leasing (+4 euro) e ai buoni pasto (+1 euro), e i **"servizi di assistenza alla persona"** (13 euro, il 4,7%), aumentati di 4 euro a fronte di un bilanciamento fra il calo di asili nido e baby sitter (-1 euro) e l'aumento della spesa per assistenza di anziani/disabili (+5 euro).

Infine, con **94 euro medi mensili, le spese per vestiti e calzature rappresentano il 4,5% dei consumi non alimentari**. Nel 2021, con un recupero di 25 euro nell'ultimo anno, sono tornate ai livelli del 2019, con un incremento che ha riguardato sia l'acquisto di capi di abbigliamento (+16 euro), sia quello di calzature (+9 euro).

## **I consumi delle famiglie torinesi non alimentari rispetto al pre-emergenza sanitaria (Anno 2019)**

Nel 2021 risulta interessante verificare se e quali tra le principali voci di spesa non alimentari sono ritornate ai livelli del 2019, ultimo anno in cui i consumi delle famiglie torinesi non sono stati influenzati dall'emergenza sanitaria Covid-19.

### Differenza in euro 2021/2019 delle principali voci non alimentari



Fonte: Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Anno 2021

**Le spese imputabili all'abitazione in senso stretto**, che rappresentano la prima voce di spesa non alimentare per le famiglie torinesi, non solo **sono tornate ai livelli pre-emergenza sanitaria**, ma sono **anche incrementate di 30 euro medi mensili**; lo **stesso trend** è riscontrabile anche nelle spese per **utenze domestiche**, voce anch'essa imputabile alle spese per la casa, in cui l'incremento sebbene più contenuto, è stato di 3 euro medi mensili.

**In sofferenza** rispetto al 2019 sono **ancora tutte le categorie che nel 2020 hanno visto la contrazione più sostenuta**: nell'ordine per importanza di spesa, si registra una flessione per altri beni, servizi- dove rientrano le spese in viaggi e pasti fuori casa (- 6 euro), trasporti e comunicazioni (-19 euro), mobili e arredamento (-23 euro), ricreazione, spettacolo e cultura (-17 euro) e servizi sanitari e salute (-14 euro).

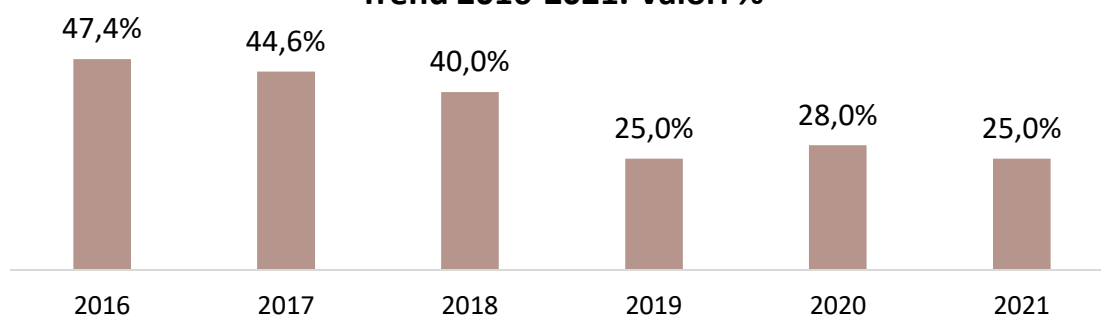
Al contrario, a conferma di una **ripresa** dei consumi, tornano ai livelli pre-crisi le spese in **vestiario e calzature** (che nel 2020 avevano segnato una flessione importante).

### Il risparmio nelle famiglie

La pandemia Covid-19 ha sicuramente influenzato la **capacità di risparmio** delle famiglie: se nel 2020, in piena emergenza sanitaria, il numero di famiglie risparmiatrici aveva segnato un leggero rialzo rispetto all'anno precedente (passando dal 25% del 2019 al 28%), forte anche delle minori opportunità di spesa imposte dalle chiusure e dalle restrizioni sanitarie, **nel 2021 si ritorna ai livelli pre-pandemia**.

**Solo il 25% dei nuclei famigliari** intervistati ha dichiarato di essere riuscito a mettere qualcosa da parte, valore nettamente inferiore a quello rilevato tra il 2016 ed il 2018, quando la percentuale superava il 40%.

### Numero di famiglie risparmiatrici. Trend 2016-2021. Valori %

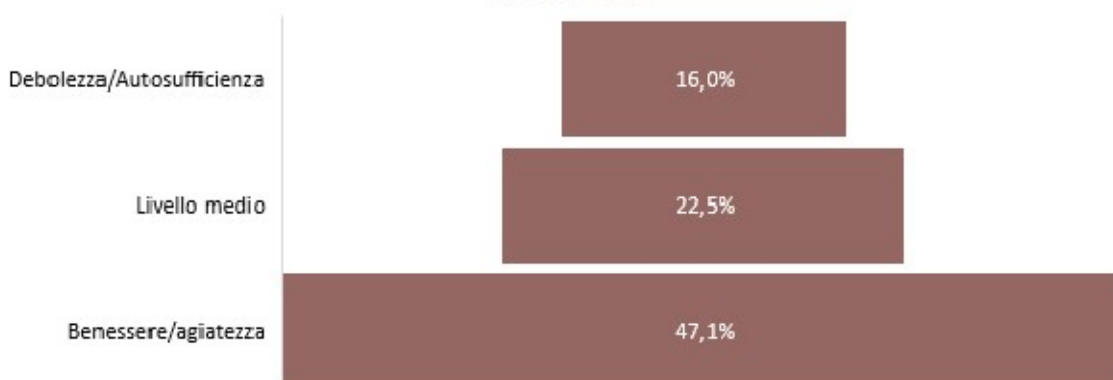


Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2021

Guardando le tipologie famigliari, il 41,2% delle coppie senza figli ha dichiarato di essere riuscita a risparmiare nel corso dell'anno, percentuale di quasi dieci punti superiore a quella rilevata tra le coppie con figli (il 32,8%) e le famiglie monoparentali (il 33%). La quota più contenuta si rileva, invece, tra le persone sole, dove appena il 10,5% dei nuclei famigliari ha dichiarato di risparmiare (contro il 21% del 2020). La minore propensione al risparmio dei nuclei monocomponenti trova risposta anche nella distribuzione per condizione economica: nel 2021 quasi una persona sola su due (il 47% della tipologia famigliare), si colloca nella fascia di "debolezza/autosufficienza", percentuale nettamente superiore a quella evidenziata dagli altri nuclei famigliari, fatta eccezione dai mono-parenti dove la quota raggiunge il 50%.

Infine, l'analisi dei dati ha messo in evidenza una forte correlazione tra **propensione al risparmio e condizione economica famigliare**. Con il miglioramento delle classi economiche incrementa il numero di famiglie che dichiarano di riuscire a risparmiare: se tra i nuclei "autosufficienti" solo il 16% ha dichiarato di aver accantonato parte del reddito, tra le famiglie in condizione di "benessere/agiatazza" la quota sale al 47%.

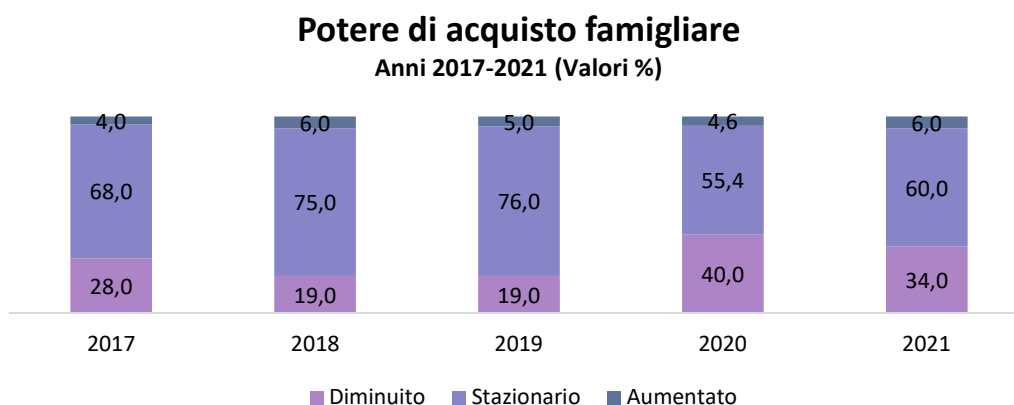
### Famiglie risparmiatrici per condizione economica. Anno 2021



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2021

## Potere d'acquisto e reddito medio familiare

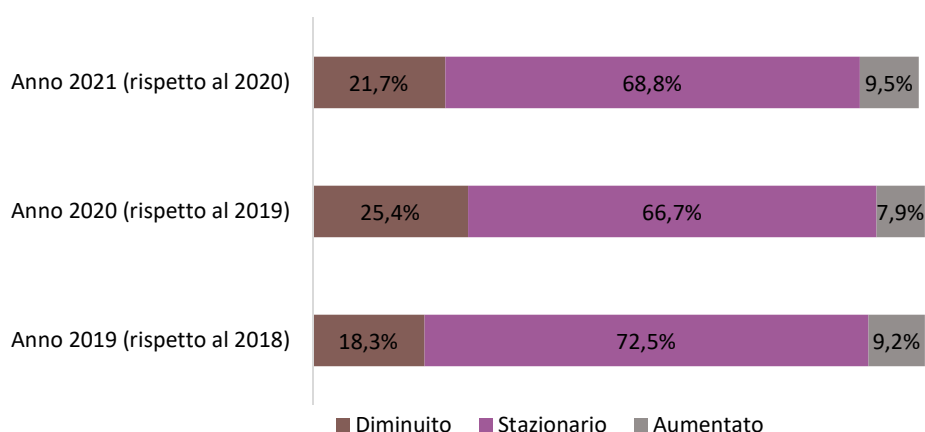
Se nel 2020 si è assistito ad un incremento delle famiglie torinesi che avevano percepito una erosione del loro potere di acquisto, **nel 2021** si registra una **diminuzione** del numero **di nuclei intervistati che dichiara una flessione delle possibilità di spesa** (il 34% del totale). Guardando al trend degli ultimi sei anni, si è comunque **ancora lontani** dai valori rilevati nel biennio **pre-emergenza sanitaria** (2018-2019), quando le quote delle famiglie che percepivano un calo del potere di acquisto erano nettamente più contenute.



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2021

La percezione della diminuzione è ampiamente diffusa tra i nuclei familiari che hanno visto erodere nel 2021 la loro capacità di risparmio: le famiglie monocomponenti sono quelle che hanno dichiarato maggiormente una flessione della possibilità di spesa (il 32% della tipologia familiare), seguite dalle coppie con figli (il 38%) e dai nuclei monoparentali (il 28%).

## Il reddito medio familiare. Valori %



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2021

Rispetto al 2020 **calano anche le famiglie che dichiarano di aver visto un'erosione del reddito medio familiare** (il 21,7% contro il 25,4% del 2020);

prevale, tuttavia, la percentuale di famiglie che ha visto una sostanziale stabilità (il 68,8%). Sono le coppie con figli ad aver visto maggiormente un calo del reddito medio (il 28% della tipologia familiare) seguite dalle persone sole (il 19%).

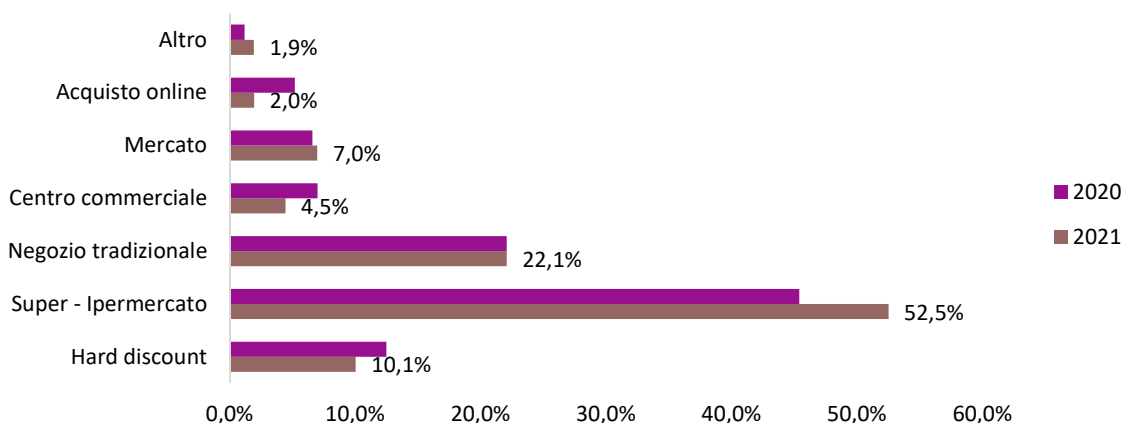
## I principali luoghi di acquisto

La crisi sanitaria ha avuto una forte ripercussione nelle abitudini di acquisto delle famiglie torinesi, non solo nei beni comprati, ma anche nella scelta dei luoghi in cui fare la spesa.

**Nel 2021 alcune abitudini** emerse nell'anno precedente hanno visto un'attenuazione, anche a fronte di un **parziale ritorno alla "normalità"**; ne è un esempio **l'e-commerce** che in piena emergenza Covid-19, aveva visto un incremento importante (il 5,2% delle preferenze sui luoghi di acquisto) e che **nel 2021 torna ai livelli pre-emergenza** (il 2% delle preferenze) rimanendo- tuttavia- un nuovo e importante canale di acquisto per le famiglie, in particolare per i beni di genere non alimentare (il 5,1%).

La GDO, non solo si conferma il primo luogo di acquisto nelle scelte delle famiglie torinesi (il 52,5%), ma vede anche un incremento rispetto al 2020 (45,4%) a discapito dell'hard discount che nel 2021 attira il 10,1% delle scelte dei consumatori, contro il 12,5% registrato l'anno prima. Stabili i negozi tradizionali, in lieve crescita il mercato rionale.

### I principali luoghi di acquisto. Peso % sul totale delle preferenze



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2021

Se l'analisi viene effettuata prendendo in considerazione gli acquisti alimentari e non, emergono delle differenze nelle scelte dei luoghi di acquisto.

## Genere alimentari e luoghi di acquisto (Peso % sulle preferenze alimentari)

| Prodotti                        | Luoghi di acquisto |                     |                           |                       |              |             |
|---------------------------------|--------------------|---------------------|---------------------------|-----------------------|--------------|-------------|
|                                 | Hard discount      | Super - Ipermercato | Az. Agricola - Produttore | Negoziio tradizionale | Mercato      | Altro       |
| Pane                            | 10,3%              | <b>49,2%</b>        | 0,3%                      | <b>37,9%</b>          | 1,8%         | 0,5%        |
| Pasta, biscotti                 | <b>20,3%</b>       | <b>76,9%</b>        | 0,0%                      | 2,4%                  | 0,3%         | 0,0%        |
| Carne e salumi                  | 9,3%               | <b>61,2%</b>        | 1,4%                      | <b>22,4%</b>          | 5,1%         | 0,6%        |
| Pesce                           | 11,6%              | <b>71,3%</b>        | 0,0%                      | 3,3%                  | <b>12,9%</b> | 1,0%        |
| Latte, latticini e uova         | 15,0%              | <b>63,6%</b>        | <b>2,0%</b>               | 8,1%                  | <b>11,3%</b> | 0,0%        |
| Frutta e verdura                | 11,4%              | <b>48,7%</b>        | <b>1,9%</b>               | 5,4%                  | <b>32,4%</b> | 0,2%        |
| Surgelati e scatolame           | <b>17,1%</b>       | <b>80,8%</b>        | 0,0%                      | 1,4%                  | 0,0%         | 0,7%        |
| Bevande alcoliche e analcoliche | 16,7%              | <b>72,4%</b>        | 2,9%                      | 6,4%                  | 0,0%         | 1,6%        |
| <b>Tot alimentare</b>           | <b>13,7%</b>       | <b>64,2%</b>        | <b>1,1%</b>               | <b>11,7%</b>          | <b>8,8%</b>  | <b>0,6%</b> |

\*in questa tabella, per i soli prodotti alimentari, la categoria "altro" include: outlet, minimercati, online e centro commerciale

Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2021

Per i beni alimentari la scelta dei consumatori converge prevalentemente verso i super e ipermercati, in crescita rispetto al 2020 (il 64,2% contro il 59,4%) e gli hard discount in lieve diminuzione (il 13,7% delle preferenze contro il 17,5%). Il negozio tradizionale si mantiene stabile rispetto all'anno precedente, con una forte preferenza dei consumatori per l'acquisto di pane o di carne e salumi; cresce, infine, la scelta del mercato rionale (l'8,8% contro il 5,2% del 2020), dove i torinesi si recano principalmente per l'acquisto di frutta e verdura, pesce e prodotti caseari.

## Generi non alimentari e luoghi di acquisto (Peso % sulle preferenze non alimentari)

| Prodotti                         | Luoghi di acquisto |                     |                       |                    |              |                 |             |
|----------------------------------|--------------------|---------------------|-----------------------|--------------------|--------------|-----------------|-------------|
|                                  | Hard discount      | Super - Ipermercato | Negoziio tradizionale | Centro commerciale | Mercato      | Acquisto online | Altro       |
| Pulizia della casa               | <b>15,7%</b>       | <b>75,9%</b>        | 1,0%                  | 0,0%               | 1,3%         | 0,3%            | 5,7%        |
| Abbigliamento e calzature        | 0,0%               | 7,3%                | <b>38,8%</b>          | <b>20,5%</b>       | <b>17,7%</b> | <b>10,4%</b>    | 5,2%        |
| Cura e igiene personale          | <b>5,8%</b>        | <b>58,1%</b>        | <b>26,9%</b>          | 0,9%               | 0,6%         | 4,3%            | 3,5%        |
| Medicinali                       | 0,0%               | 0,8%                | <b>96,4%</b>          | 2,0%               | 0,0%         | 0,8%            | 0,0%        |
| Giochi, giocattoli e videogiochi | 1,3%               | <b>32,2%</b>        | <b>41,4%</b>          | 12,5%              | 1,3%         | <b>11,2%</b>    | 0,0%        |
| Arredamento                      | 0,0%               | 15,2%               | <b>59,2%</b>          | 20,8%              | 0,0%         | 4,8%            | 0,0%        |
| Elettrodomestici                 | 0,0%               | 20,7%               | 28,7%                 | <b>43,3%</b>       | 0,0%         | 6,0%            | 1,3%        |
| <b>Tot non alimentare</b>        | <b>4,2%</b>        | <b>33,6%</b>        | <b>39,0%</b>          | <b>11,2%</b>       | <b>4,0%</b>  | <b>5,1%</b>     | <b>2,9%</b> |

\*in questa tabella, per i soli prodotti non alimentari, la categoria "altro" include: outlet, minimercati, az. agricola

Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2021

Per quanto riguarda gli acquisti di prodotti non alimentari, si evidenzia una lieve ripresa del negozio tradizionale (dal 35,6% del 2020 al 39% del 2021), a discapito degli acquisti on line che in piena emergenza sanitaria avevano visto una preferenza nella scelta dei consumatori elevata, anche a causa delle chiusure e restrizioni imposte dai lockdown (il

5,1% contro il 12,1% del 2020). Se internet rimane il luogo preferito per l'acquisto di abbigliamento e calzature e giochi, giocattoli, il negozio tradizionale rimane la prima scelta per prodotti medicinali e arredamento.

## Alcune abitudini di consumo delle famiglie torinesi

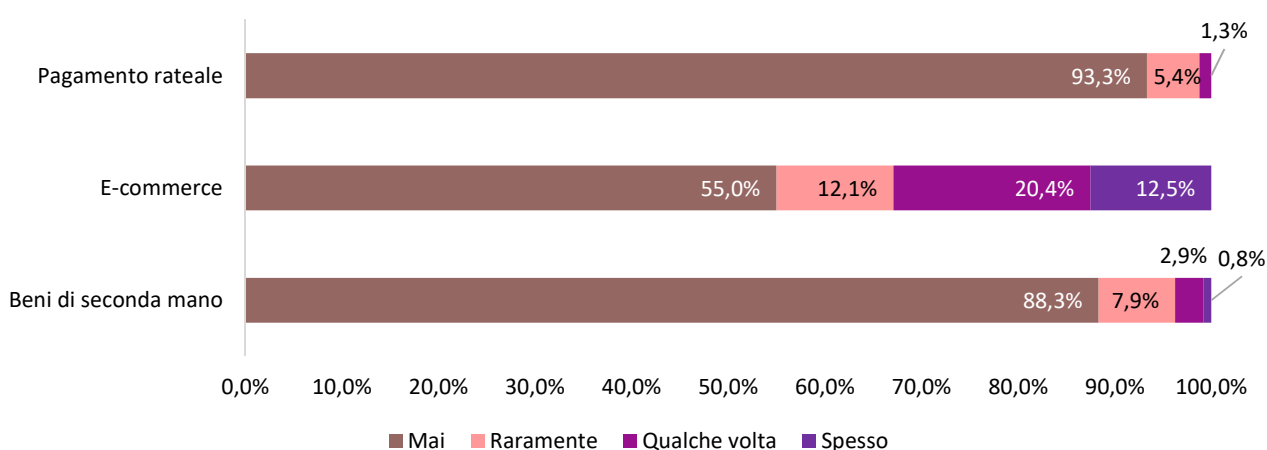
Quest'ultima sezione è come sempre dedicata ad analizzare la presenza e il radicamento di alcuni comportamenti e orientamenti nelle scelte di prodotti e di canali di acquisto o di consumo da parte delle famiglie torinesi.

**L'e-commerce nel 2021 è stato utilizzato nel 45% dei casi almeno una volta per acquistare prodotti:** le famiglie che hanno dichiarato di aver comprato "spesso" on line rappresentano il 12,5% del totale, mentre quelle che hanno utilizzato internet "qualche volta" il 20,4%. Sono principalmente le coppie con figli ad aver utilizzato frequentemente questo canale di vendita (il 53,3% "spesso"), mentre solo un single su due ha dichiarato di aver acquistato online almeno una volta nel corso dell'anno.

Altra scelta di spesa che da anni viene monitorata, è quella di quanti optano per acquisti di **seconda mano** e con quale frequenza. Negli anni, questa scelta ha sempre registrato un andamento ancora altalenante senza dare evidenza di particolari trend di calo o aumento. Nel 2021 la scelta dei consumatori torinesi di orientarsi su beni di seconda mano **è decresciuta** nettamente: l'88,3% delle famiglie ha infatti dichiarato di non aver effettuato nessun acquisto di questa tipologia di beni.

Infine, il **pagamento rateale ha interessato poco meno del 7% delle famiglie intervistate**, percentuale crollata rispetto al 2020 quando si attestava a quasi il 39%.

### Nel corso dell'ultimo anno la sua famiglia ha effettuato acquisti:



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2021

Infine, dopo un 2020 di tendenza in crescita, anche nel 2021 l'autoconsumo si conferma un nuovo comportamento di acquisto delle famiglie torinesi: ben il 73,2% degli intervistati ha infatti affermato di aver consumato beni auto prodotti (era il 38,5% nel 2020 ed il 34% nel 2019).

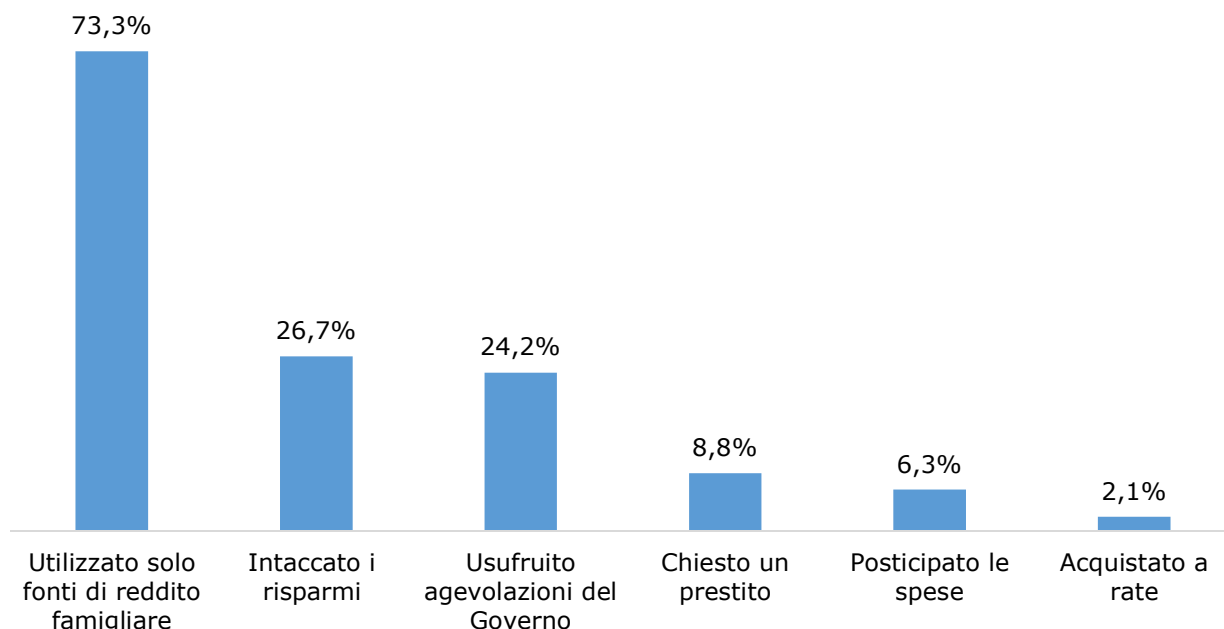
## I comportamenti d'acquisto delle famiglie torinesi durante l'emergenza Covid

Anche nel 2021 si è scelto di effettuare un approfondimento volto a evidenziare le possibili difficoltà economiche che le famiglie hanno dovuto affrontare a causa dell'emergenza sanitaria e intercettare eventuali cambiamenti delle abitudini di consumo rispetto al periodo pre-Covid.

Confronto a quanto rilevato nella precedente edizione, emerge che nel 2021 sono aumentate le famiglie torinesi il cui reddito è risultato sufficiente a fronteggiare le spese ma, contemporaneamente, si è registrato anche un più alto ricorso ai prestiti e una maggiore fruizione degli interventi economici previsti dal Governo. Spostando, invece, lo sguardo a fine emergenza sanitaria, i rispondenti risultano più "green" nelle scelte dei mezzi di trasporto, più orientate alla fruizione dei servizi sul web e meno alle attività "dal vivo" rispetto al 2019.

**In riferimento al 2021, il 73% delle famiglie torinesi dichiara di aver utilizzato solo fonti di reddito proprie** (era il 69% la corrispondente quota nell'indagine sui consumi del 2020), mentre il restante 27% afferma di aver, se non altro, intaccato i propri risparmi. Sul totale dei nuclei intervistati, il 9% ha richiesto un prestito o ricevuto sostegno finanziario da terzi (a fronte del 7% dell'anno prima) mentre quasi un quarto ha usufruito degli interventi economici erogati dal Governo (contro il 21%). Meno necessario, rispetto all'anno di inizio pandemia, è risultato il ricorso agli acquisti rateizzati (il 2% rispetto al 6%) e agli accordi, con soggetti terzi, per la dilazione o il posticipo di determinate spese quali l'affitto, le bollette, etc. (il 6% a fronte del 9%).

### Fonti/soluzioni utilizzate per far fronte alle spese durante l'emergenza sanitaria



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2021

Sono le persone sole e le coppie con figli a lamentare principalmente l'insufficienza dei propri redditi a copertura delle spese (rispettivamente il 42% e il 27% delle famiglie) e sono anche quelle che maggiormente dichiarano di aver ricorso all'indebitamento (quota pari al 33% per entrambe le tipologie).



Rispetto alle modifiche intervenute nei comportamenti di consumo a seguito dell'emergenza sanitaria, come nella precedente rilevazione le famiglie si mostrano attente alla spesa: **rimane prioritaria sia la scelta di ridurre gli sprechi alimentari**, indicata dal 63% dei nuclei intervistati, sia quella **di preferire l'acquisto di prodotti italiani**, nel 57% dei casi. Ma ciò che emerge in termini di abitudini è che, se da un lato aumenta, rispetto a quanto dichiarato nel 2020, chi afferma di aver diminuito la frequenza settimanale con cui si reca a fare la spesa, il 48% a fronte del 26%, in parallelo risulta anche più alta la quota di chi ha mantenuto o incrementato gli acquisti on line (il 22% contro il 15% dell'anno scorso).

### Modifica dei comportamenti di consumo a seguito dell'emergenza sanitaria rispetto al passato



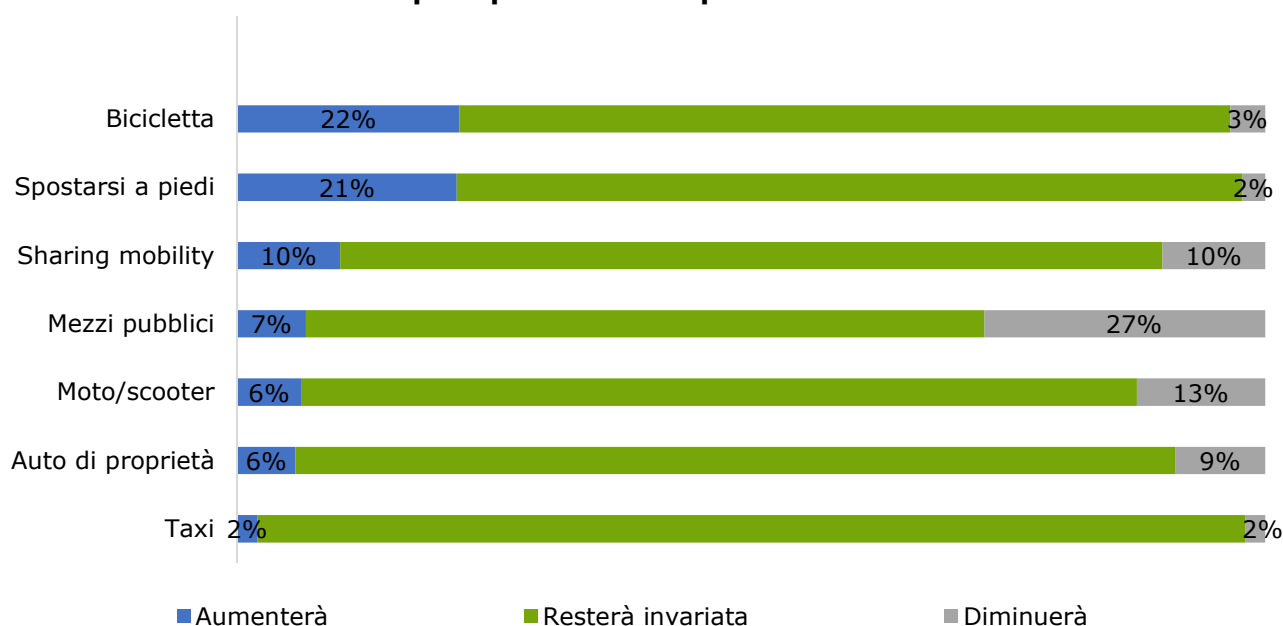
Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2021

Al fine di valutare gli effetti prodotti dal biennio pandemico sugli stili di vita e sulle abitudini, sono stati predisposti alcuni focus: è stato infatti chiesto alle famiglie di esprimere una valutazione su come cambierà, a chiusura dell'emergenza sanitaria, la frequenza sia nell'utilizzo di alcuni mezzi di trasporto/tecnologie, sia nello svolgimento di determinate attività rispetto all'anno pre-Covid<sup>5</sup>.

Per quanto riguarda le modalità di spostamento si rileva che **per il 21% dei nuclei familiari si prospetta un aumento dei trasferimenti a piedi e, per il 22%, dell'utilizzo della bicicletta quale mezzo di trasporto**. Variazioni **in diminuzione** interessano l'uso dei **mezzi di trasporto, dell'auto di proprietà** e delle "due ruote", i cui saldi fra dichiarazioni di aumento e diminuzione risultano, rispettivamente, del -20%, -3% e -6%, mentre rimarrà invariato il ricorso al taxi.

<sup>5</sup> Le percentuali sono state calcolate al netto delle dichiarazioni "non utilizzo e non utilizzerò" (mezzi di trasporto e tecnologie) e "non svolgo e non svolgerò" (attività del tempo libero).

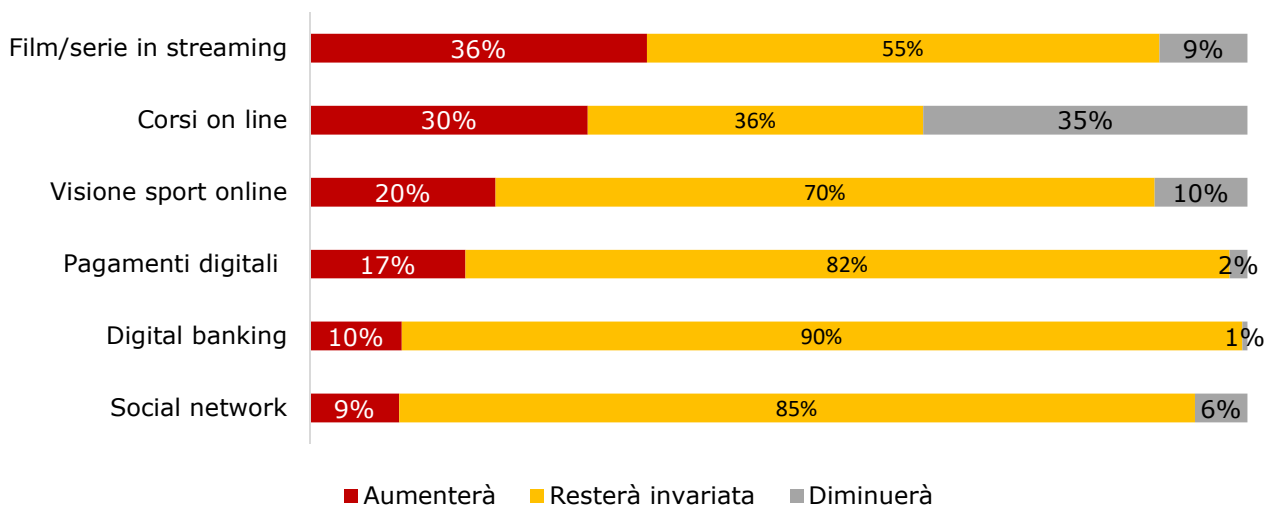
### Mezzi di trasporto. Variazione della frequenza di utilizzo nel periodo post-pandemico rispetto al 2019



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2021

Durante il periodo pandemico la tecnologia ha certamente fornito una soluzione all'impossibilità di recarsi in certi luoghi permettendo la fruizione di alcuni servizi on line e l'accesso, facile e veloce, a forme di intrattenimento digitale. La strada del web, percorsa inizialmente per necessità, sembra mostrarsi, nelle dichiarazioni delle famiglie torinesi, una scelta che non si ha intenzione di abbandonare a fine emergenza sanitaria. Infatti, il 36% dei nuclei intervistati esprime di voler **incrementare la frequenza** con la quale usufruiranno della **visione in streaming di film e/o di serie TV**, così come l'utilizzo **dei pagamenti digitali e dei servizi bancari on line**, per i quali si esprimono per un incremento, rispettivamente il 17% e il 10% delle famiglie. Le stesse si mostrano tendenzialmente intenzionate ad aumentare anche la visione dello sport on line (il 20% a fronte del 10% che dichiara di volerne diminuire il ricorso) e dei social network (il 9% contro il 6%). Meno propense, invece, si mostrano verso la fruizione di corsi on line (il saldo fra le dichiarazioni di aumento e diminuzione è del -5%).

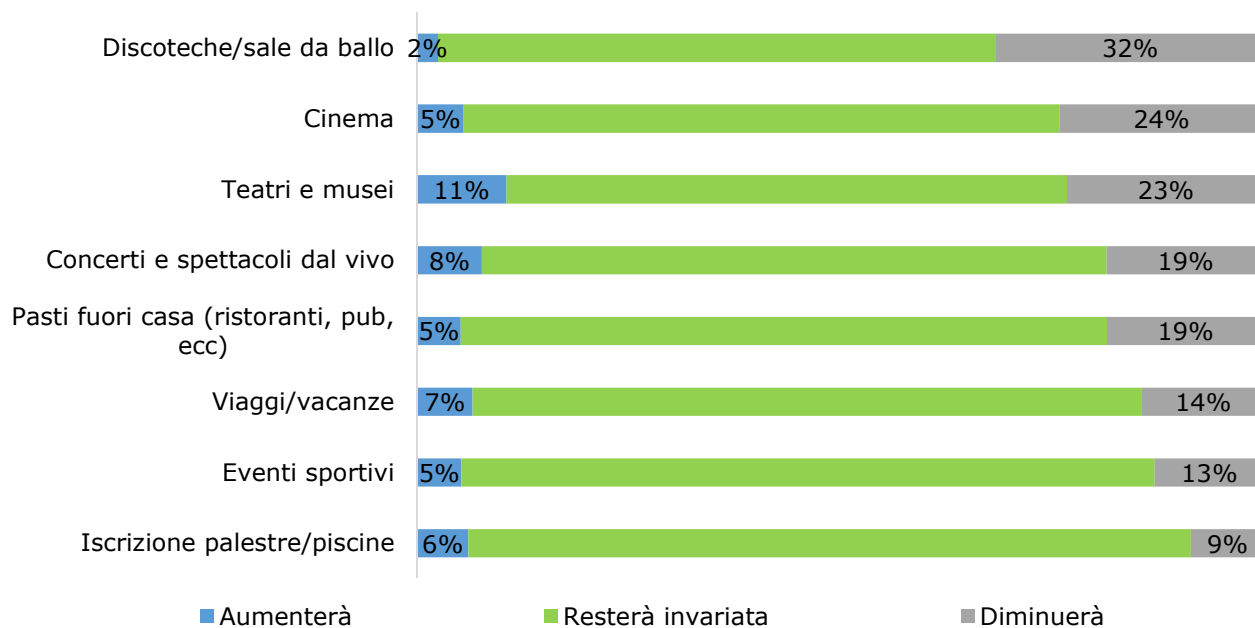
### Tecnologie. Variazione(\*) della frequenza di utilizzo nel periodo post-pandemico rispetto al 2019



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2021

Rispetto al **tempo libero**, infine, nelle dichiarazioni emerge una **tendenziale diminuzione** della frequentazione futura di alcuni luoghi e del ricorso ad alcune forme di svago. Infatti, il 19% delle famiglie afferma che, a fine emergenza, diminuiranno la frequenza dei pasti fuori casa rispetto a quanto fatto nell'anno pre-Covid (a fronte del 5% che l'aumenterà), il 24% si recherà meno al cinema (contro il 5%), il 23% effettuerà frequenterà meno teatri e musei (verso l'11%). Meno assiduità anche per concerti e spettacoli dal vivo e per gli eventi sportivi. Il saldo fra dichiarazioni di aumento e diminuzione in assoluto più negativo riguarda discoteche e sale da ballo che si attesta a -30%.

### Tempo libero. Variazione della frequenza di utilizzo nel periodo post-pandemico rispetto al 2019



Fonte: Indagine Osservatorio sulle spese delle famiglie torinesi. Ed. 2021