

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

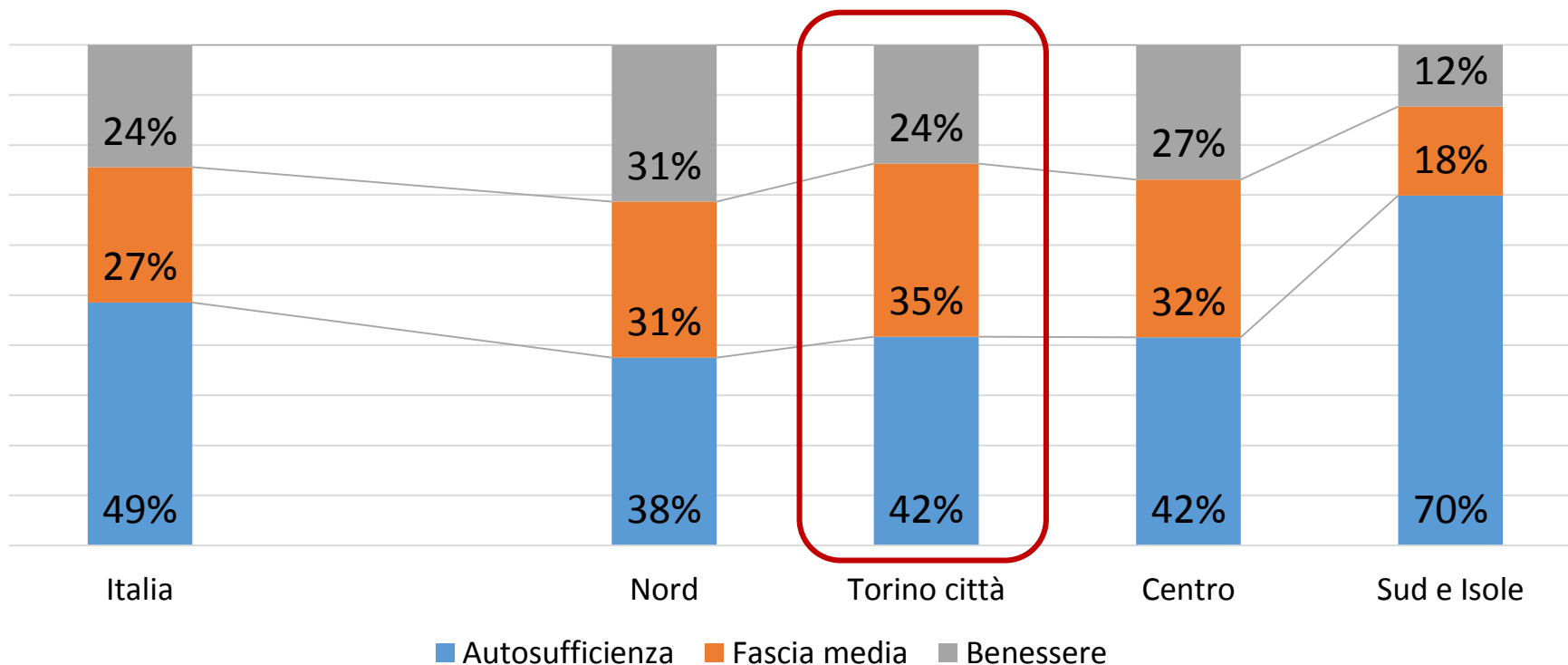
La condizione economica familiare

Una nuova classificazione

Per ogni nucleo familiare si sono analizzate:

- 1) l'età anagrafica di ogni singolo componente
- 2) la spesa media mensile complessiva ed il risparmio
- 3) il patrimonio immobiliare (possesso di prima, seconda casa e garage)

Confronto con le principali Macro Aree italiane

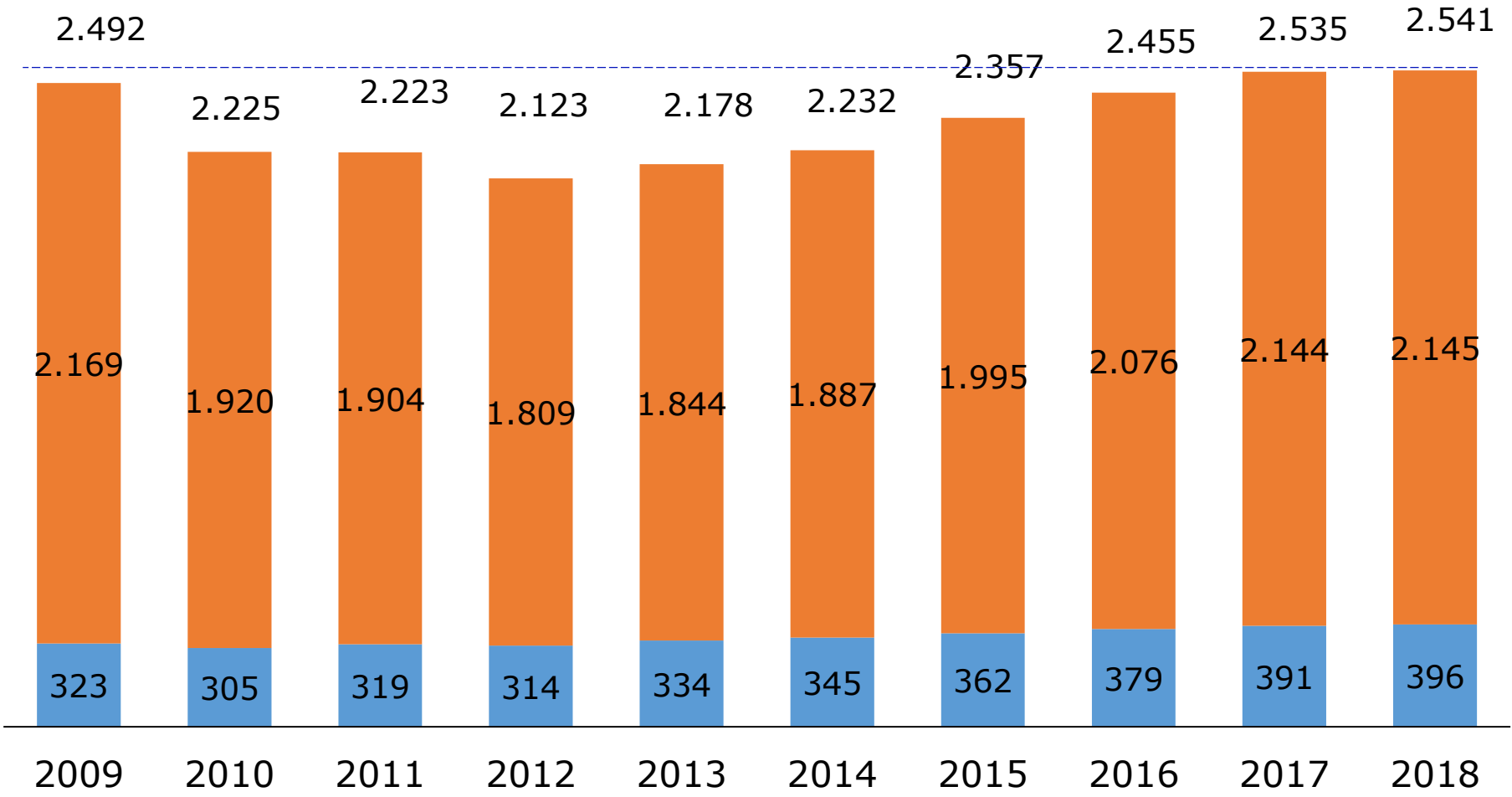


(*) I dati per le aree geografiche sono stati estratti dal rapporto sul bilancio di welfare delle famiglie italiane. Ed. 2019

Spese famigliari nel complesso

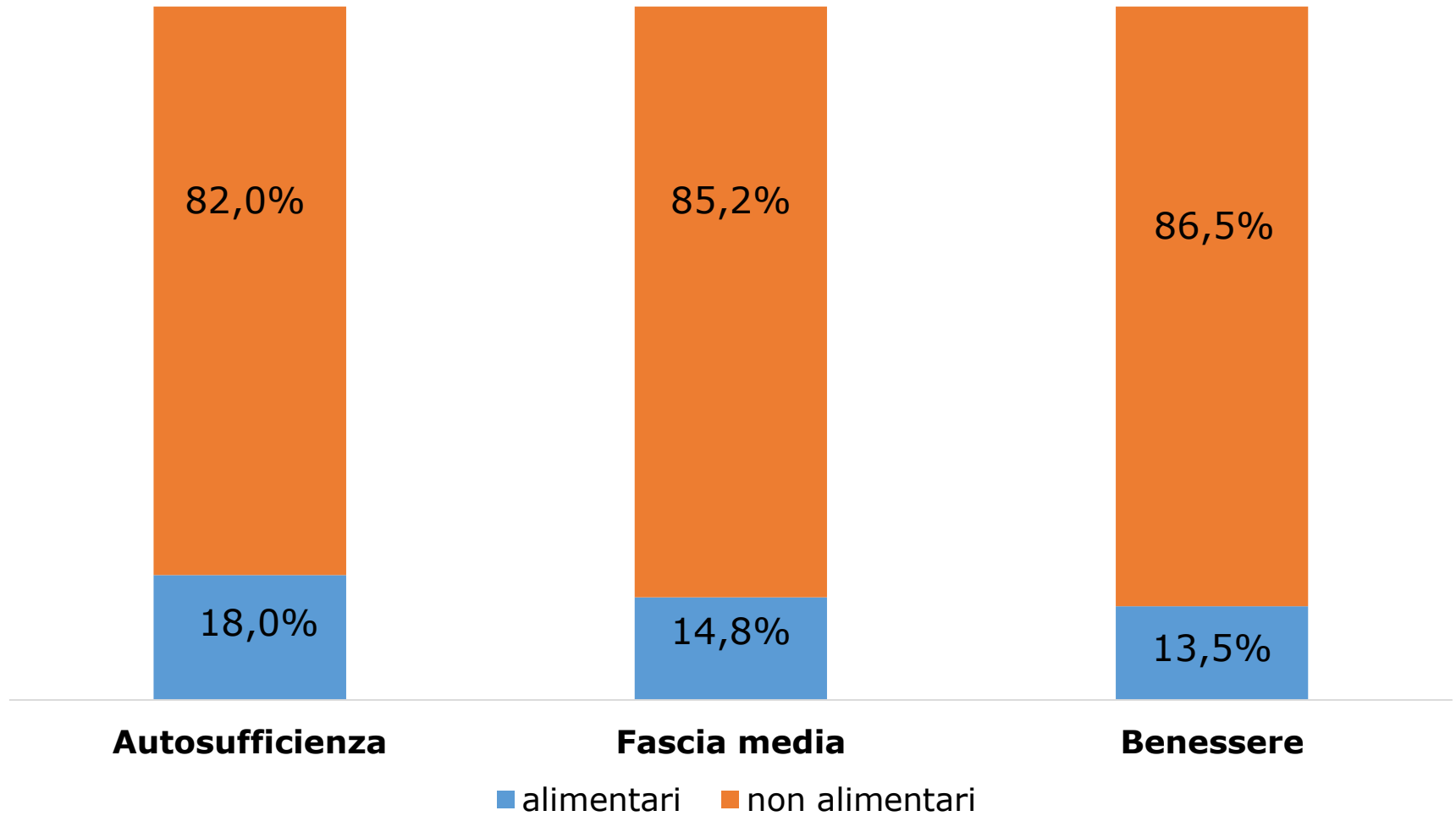
Trend 2009-2018

■ Alimentari ■ Non alimentari



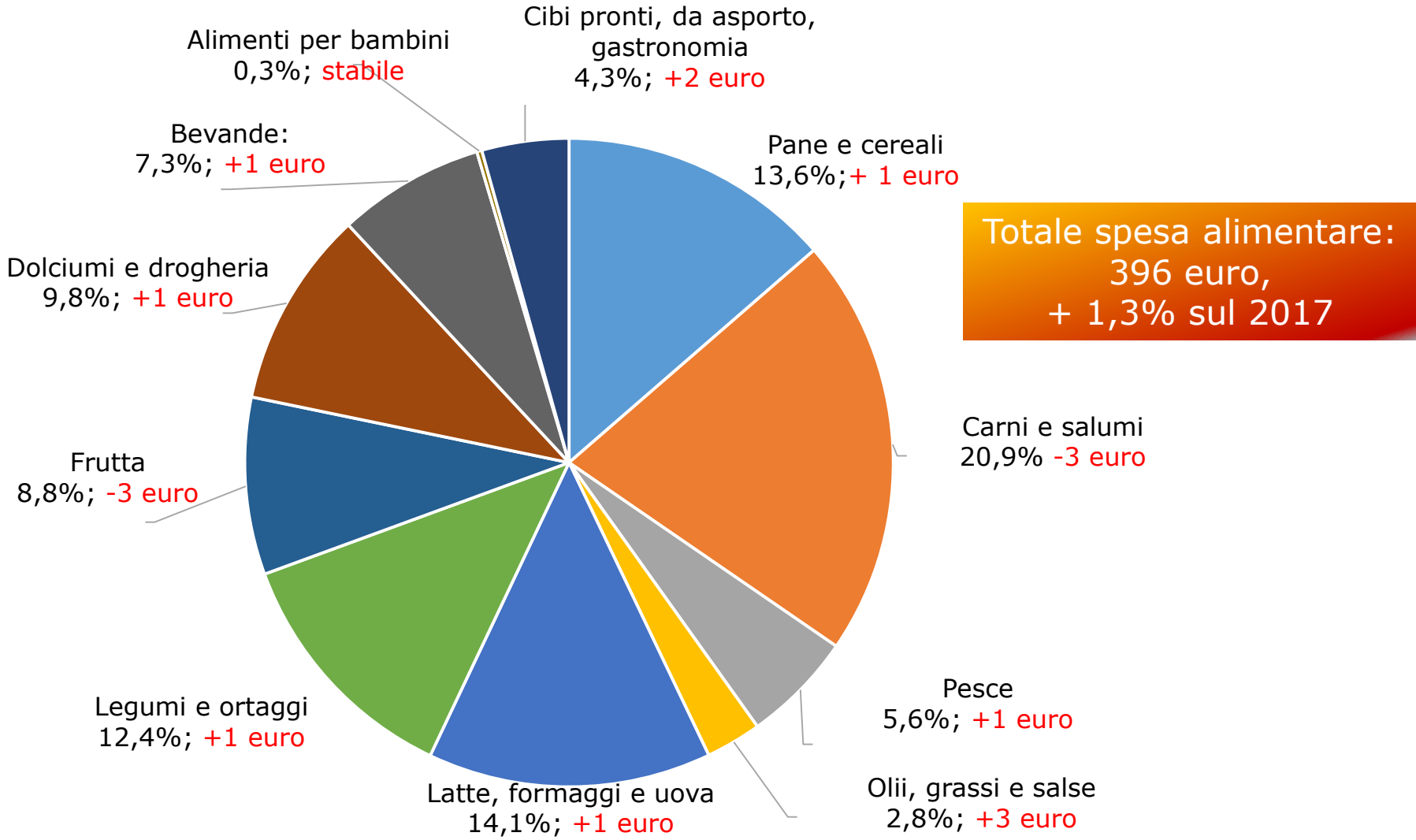
Spese alimentari e non alimentari

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



Le spese alimentari

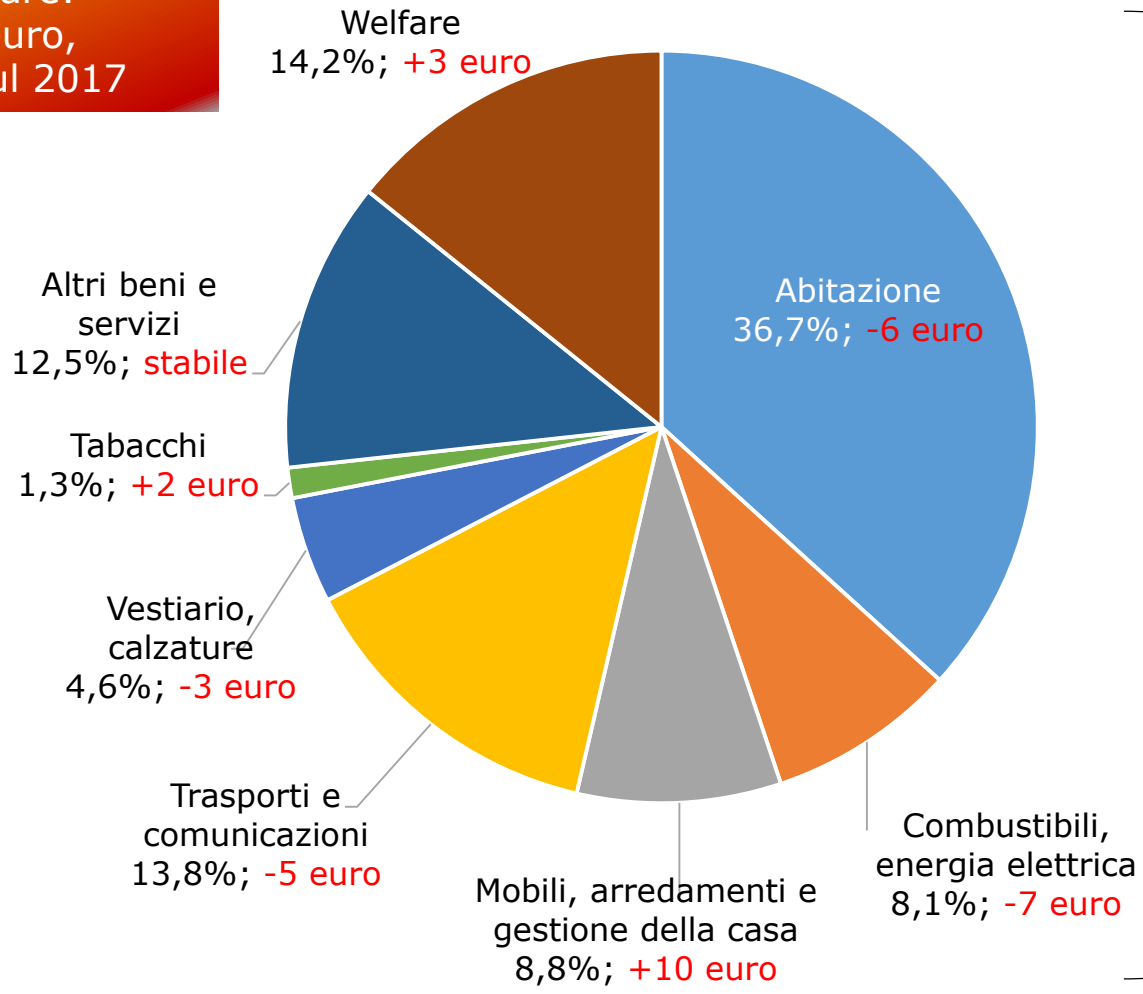
Principali capitoli di spesa- quote % e differenza euro 2018-2017



Le spese non alimentari

Principali capitoli di spesa- quote % e differenza euro 2018-2017

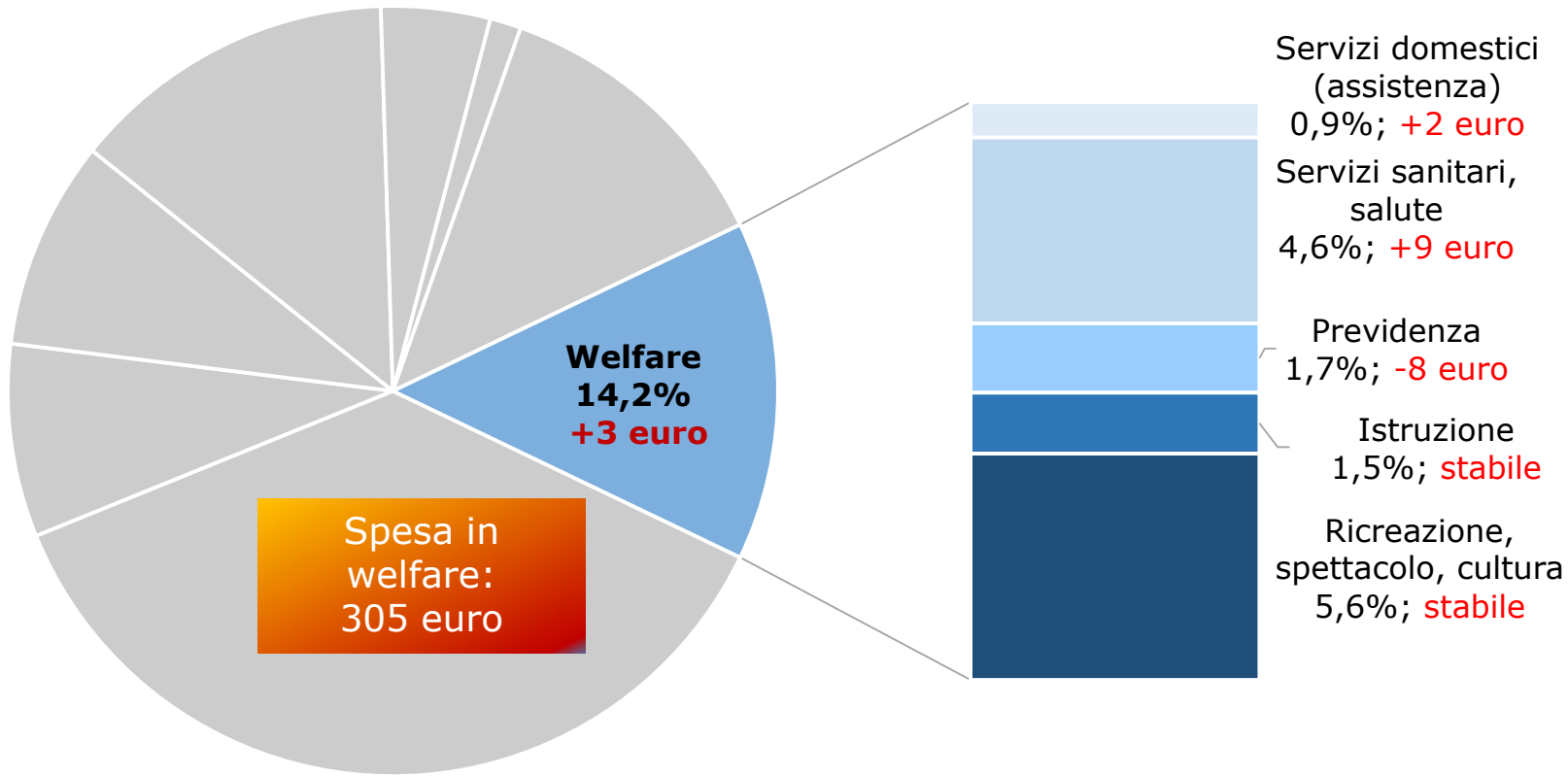
Totale spesa non alimentare:
2.145 euro,
+ 0,1% sul 2017



Le spese per la casa rappresentano il 53,6%

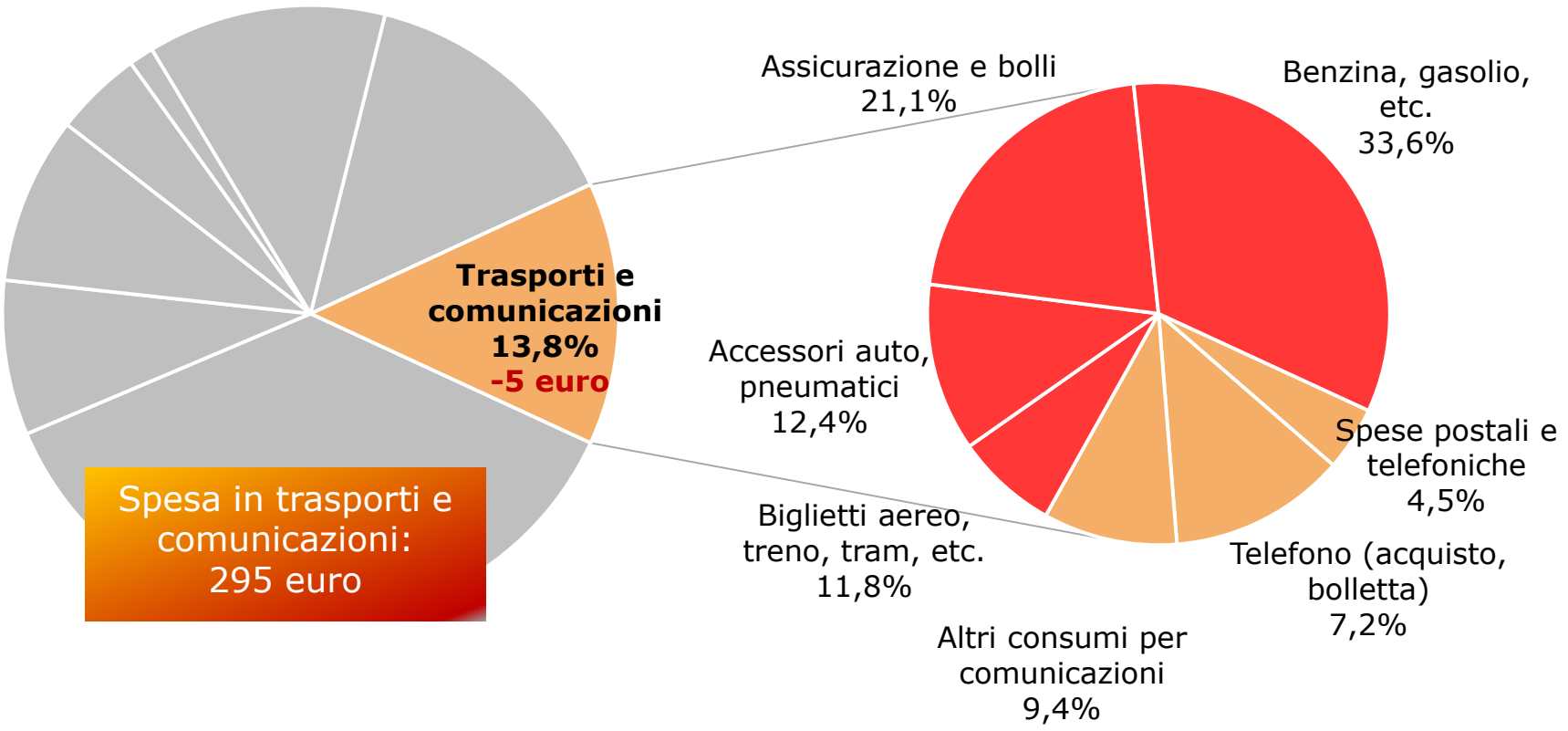
Le spese non alimentari: il welfare

Principali capitoli di spesa- quote % e differenza euro 2018-2017

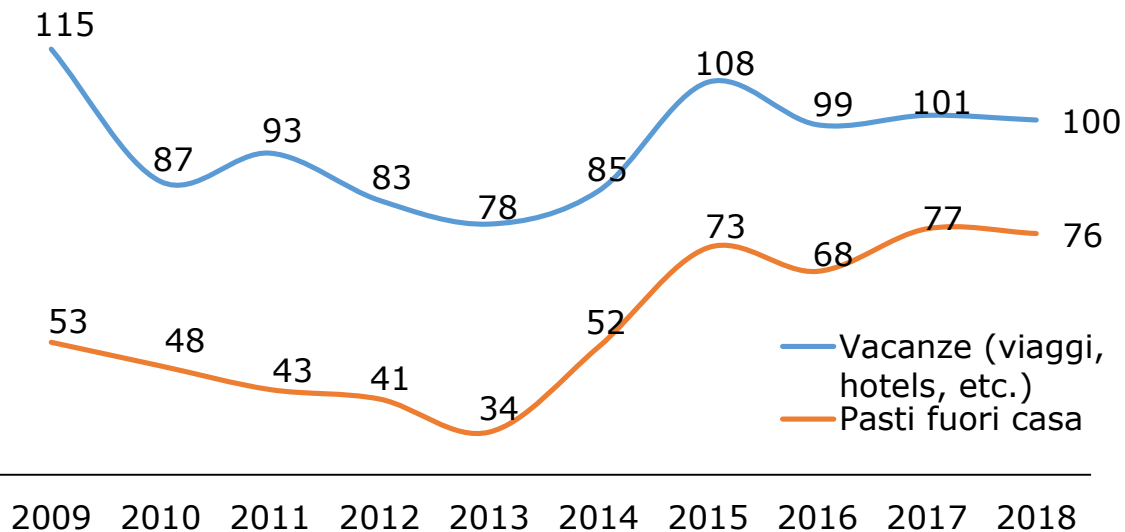


Le spese non alimentari: trasporti e comunicazioni

Principali capitoli di spesa- valori % sulla categoria. Anno 2018

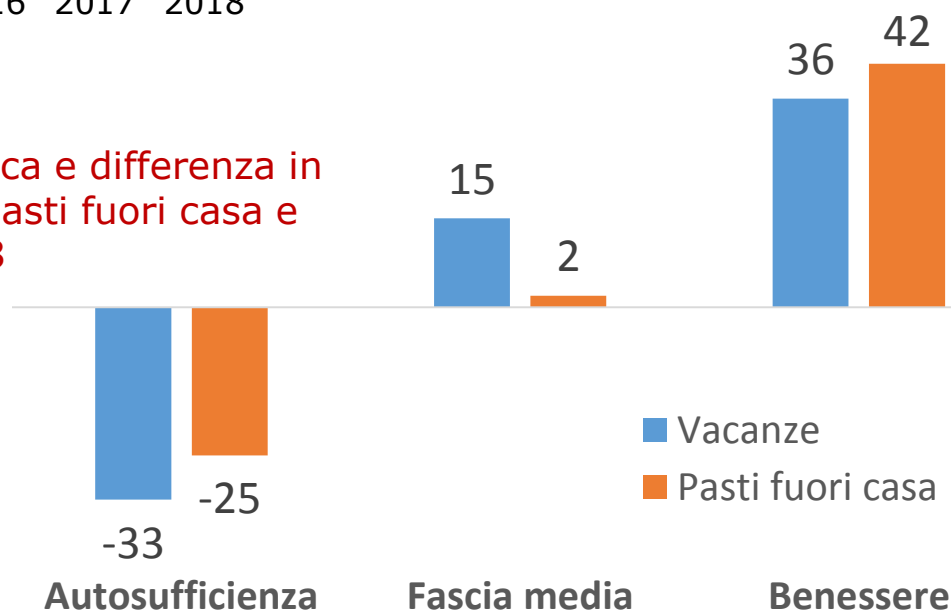


Le spese non alimentari: il tempo libero



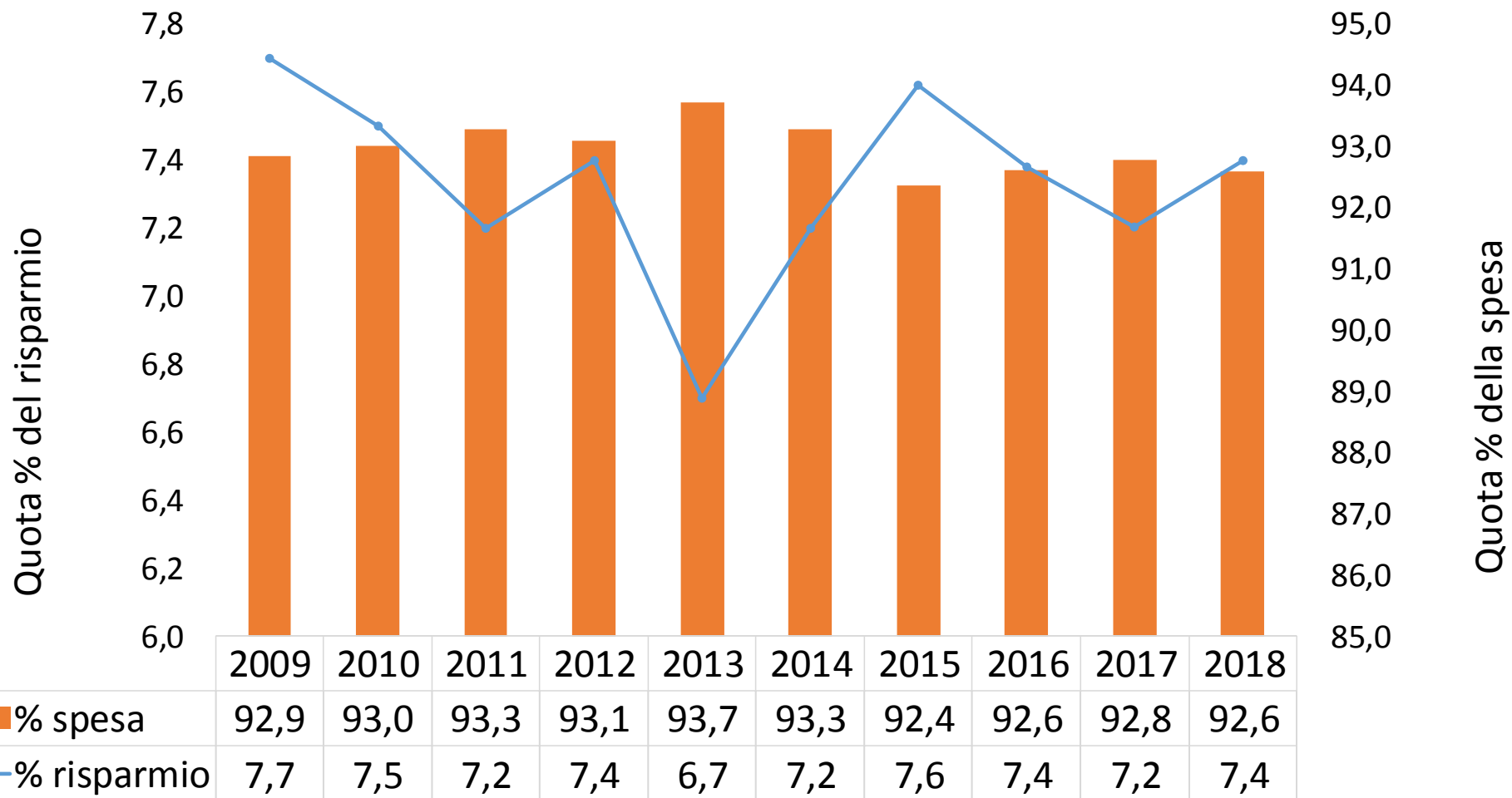
Trend spese
in pasti fuori casa e vacanze

Condizione economica e differenza in
Euro per spese in pasti fuori casa e
vacanze. Anno 2018



Il risparmio nelle famiglie torinesi

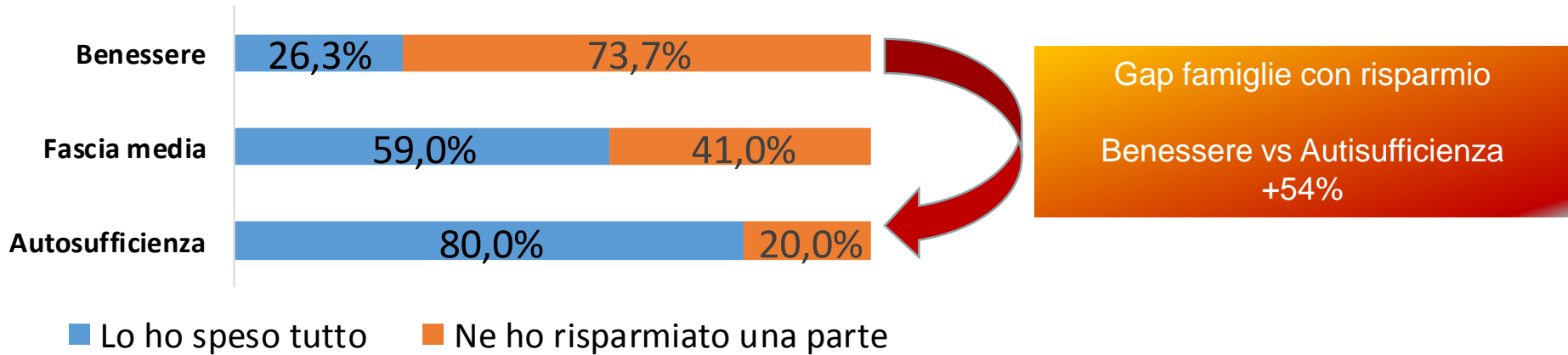
trend 2009-2018



Risparmio e condizione economica delle famiglie

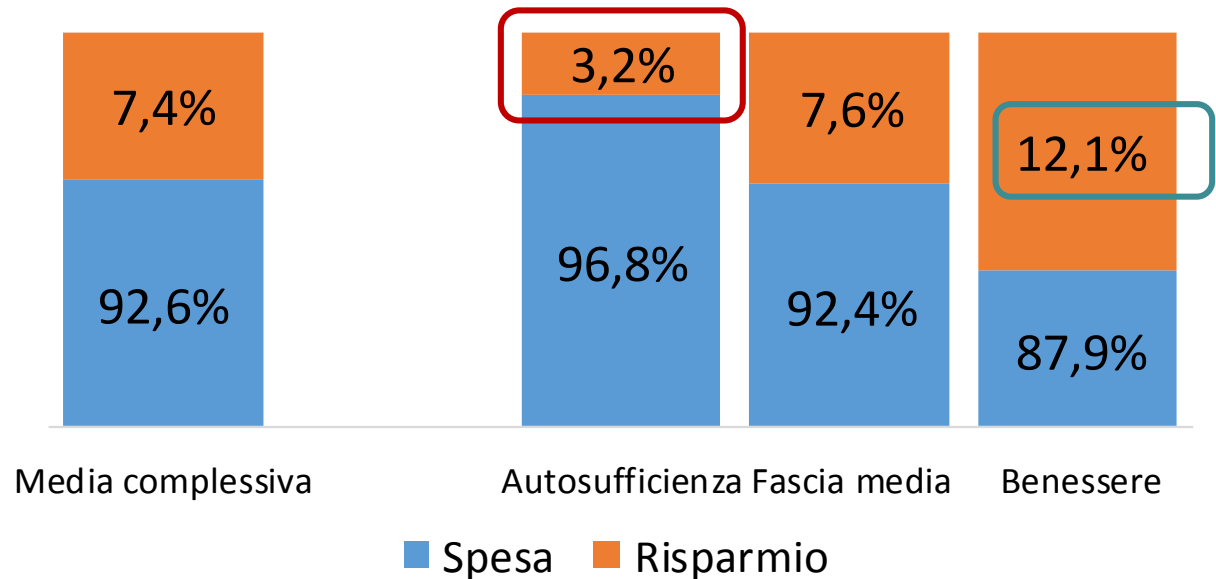
Anno 2018

Ha risparmiato parte del reddito familiare nel 2018?



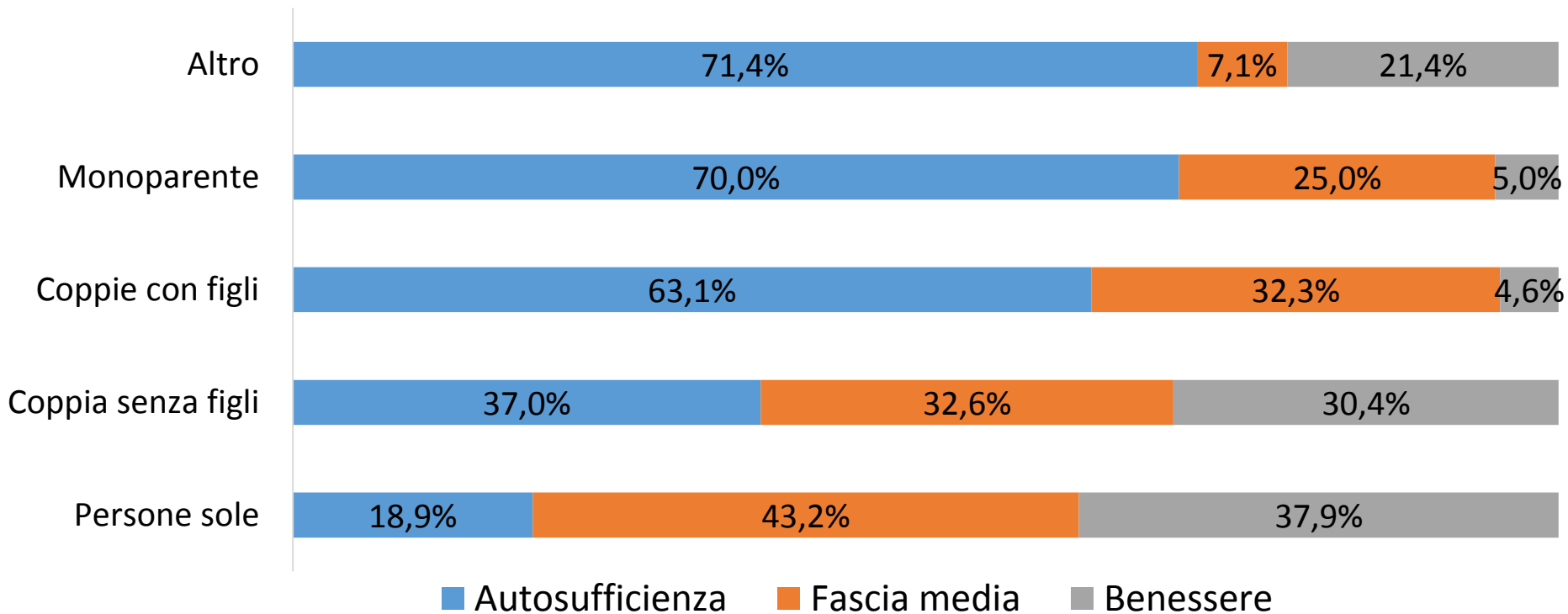
Gap famiglie con risparmio
Benessere vs Autosufficienza
+54%

Quota % spesa e risparmio



Tipologia di famiglia e condizione economica

Anno 2018

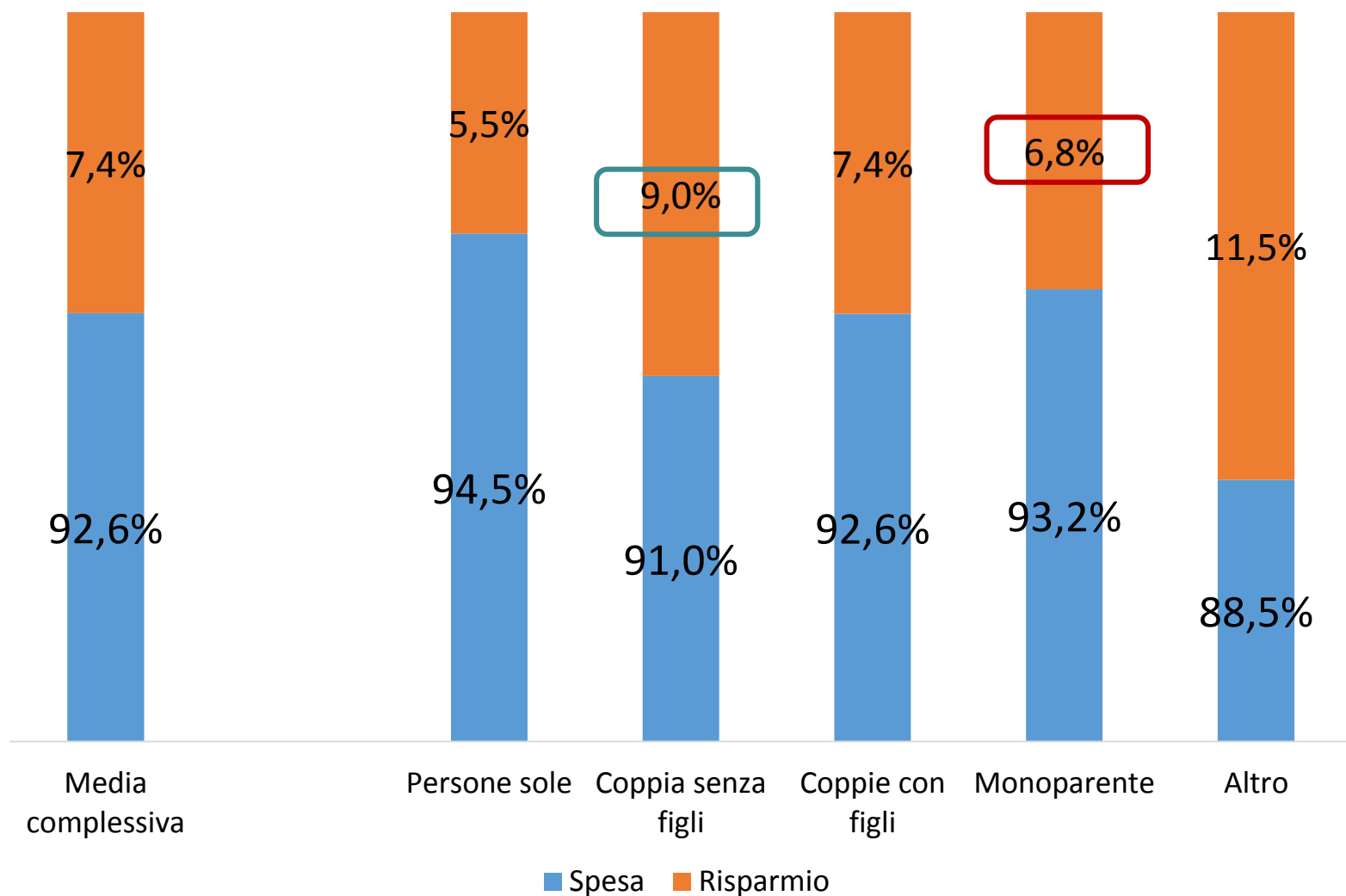


(*) nelle altre tipologie famigliari rientrano 14 famiglie estremamente eterogenee per composizione, numerosità e caratteristiche occupazionali dei singoli membri famigliari

Risparmio e tipologia di famiglia

Anno 2018

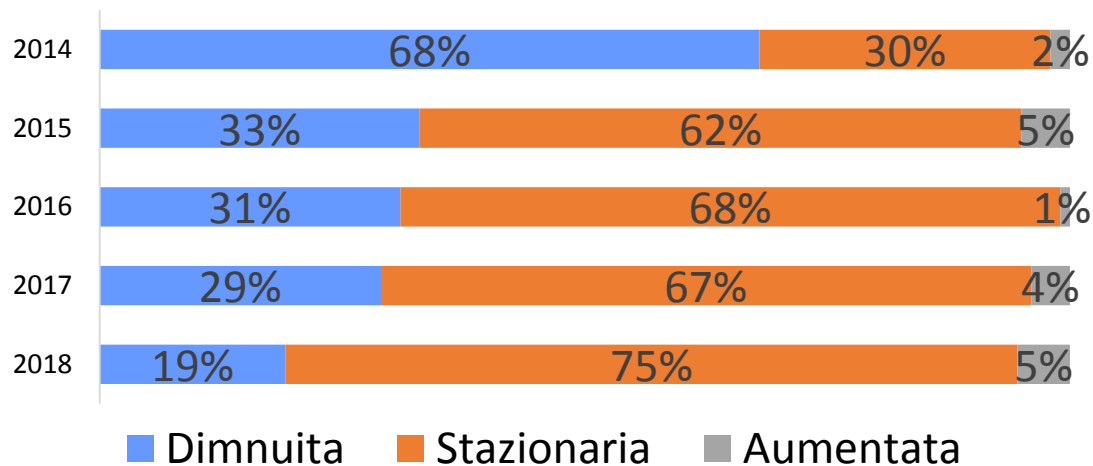
Quota % spesa e risparmio



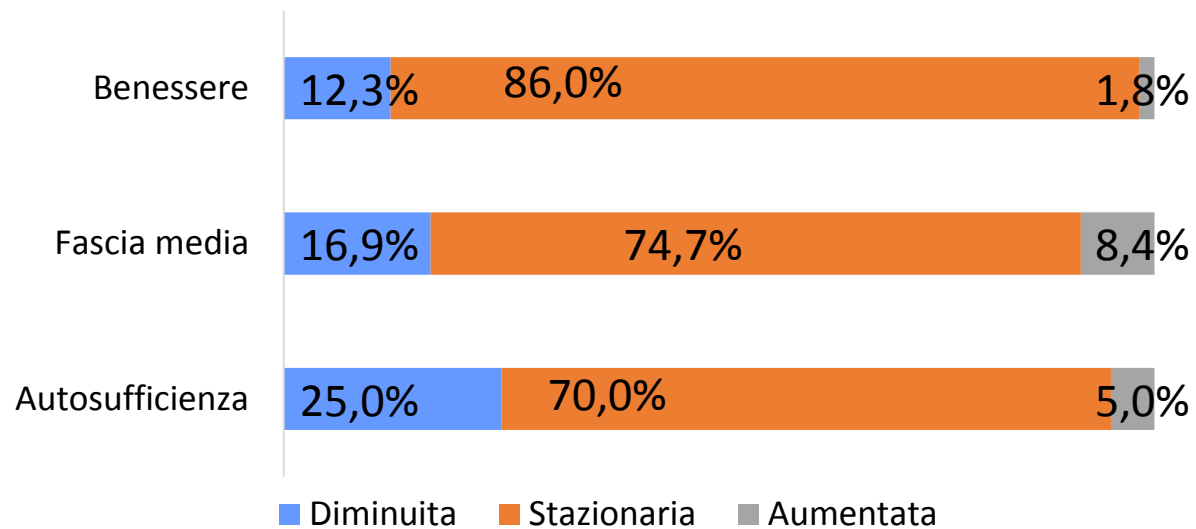
Famiglie e possibilità economica

La possibilità economica delle famiglie torinesi.

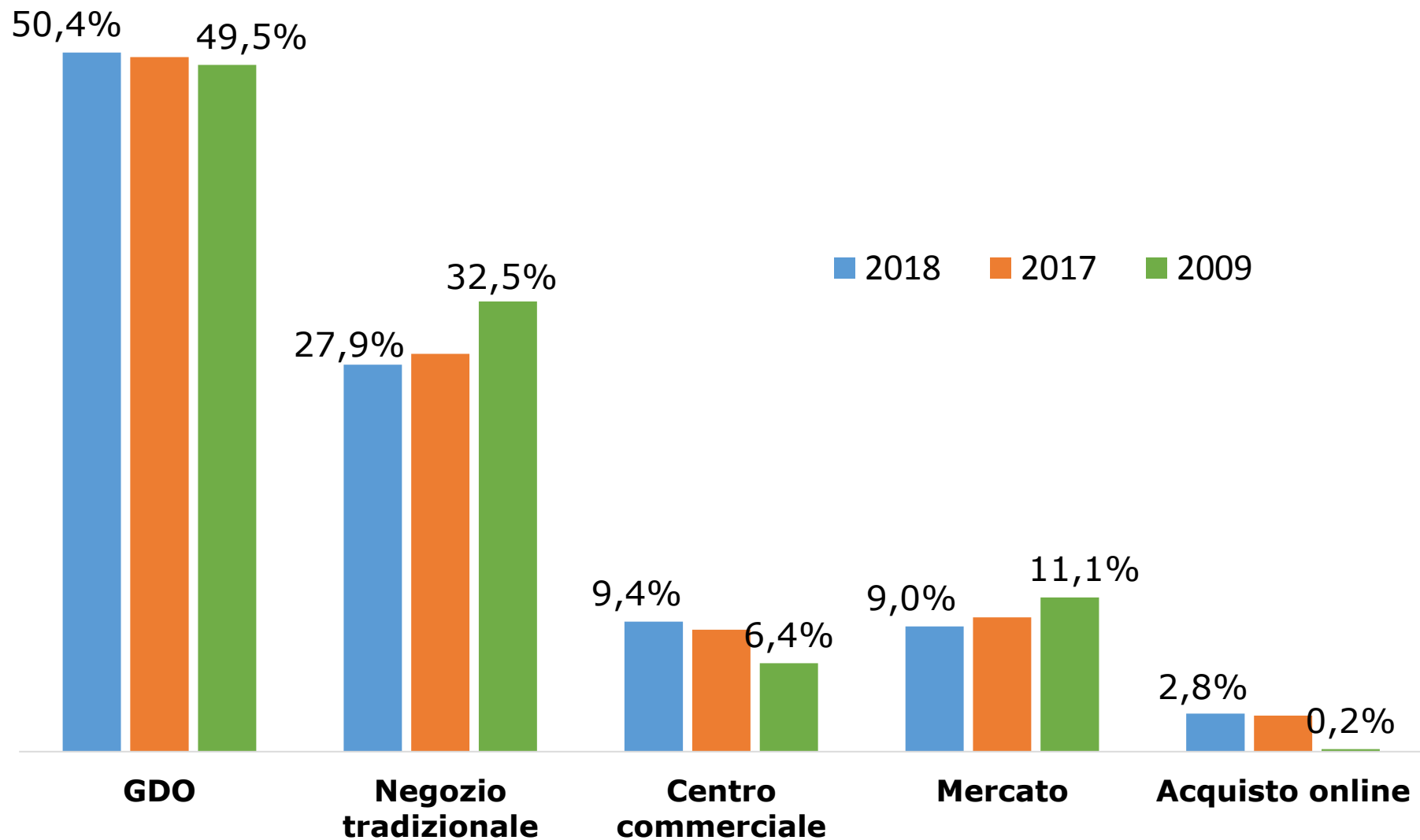
Anni 2018 - 2014



Possibilità economica rispetto al 2017 per condizione economica delle famiglie



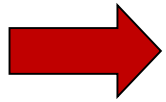
Le preferenze sui luoghi di acquisto (confronto 2018-2017-2009)



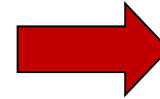
Merci e principali luoghi di acquisto

	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

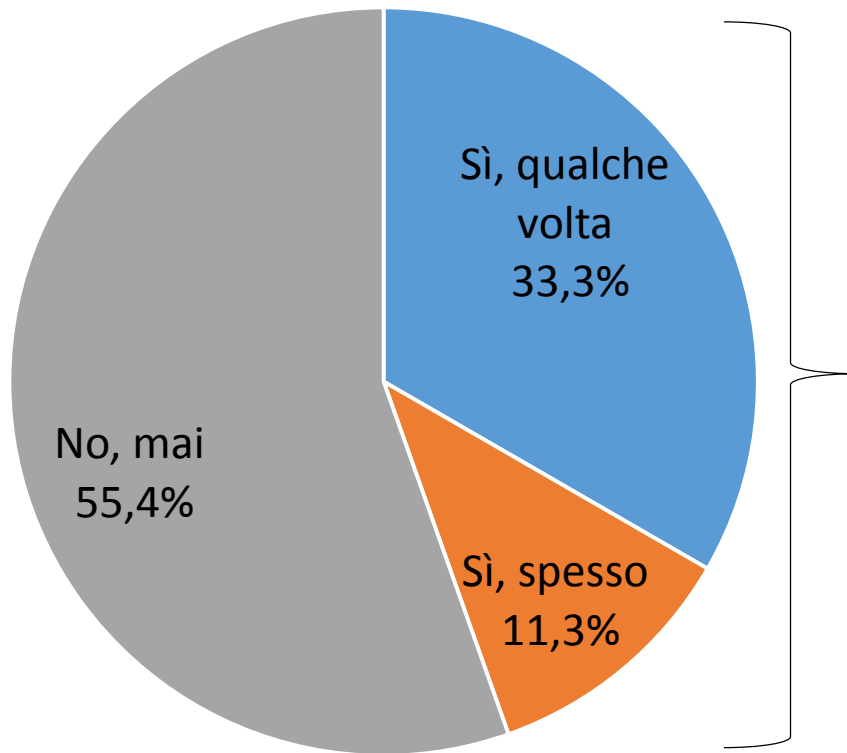


Prevalentemente coppie con figli e persone sole



I prodotti più acquistati:

- 1) abbigliamento
- 2) giochi, giocattoli



Il 44,6% fa acquisti on line
(era il 39,3% nel 2017)

Il 30,4% delle famiglie utilizza coupon sui siti di social shopping (era il 30% nel 2017, il 27% nel 2016)

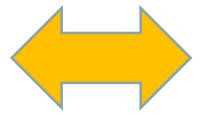
Altre abitudini di consumo



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

