



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
DI TORINO



X° OSSERVATORIO SULLE SPESE DELLE FAMIGLIE TORINESI

(ANNO 2006)

- luglio 2007 -

La spesa per i consumi delle famiglie torinesi tra tradizione e bisogni emergenti. Risultati statistici di un'indagine campionaria per l'anno 2006.

Luigi Bollani*

Indice

1.	L'osservatorio sui consumi delle famiglie torinesi	pag.	3
2.	L'indagine campionaria sui consumi delle famiglie per l'anno 2006	pag.	3
3.	La struttura del campione e della popolazione di riferimento. Alcune indicazioni sui caratteri socio-demografici rilevati e sulle loro opportunità d'uso.	pag.	3
3.1	Le famiglie	pag.	4
3.2	I componenti	pag.	6
4.	I consumi delle famiglie	pag.	9
4.1	I consumi alimentari	pag.	9
4.2	La struttura dei consumi alimentari	pag.	15
4.3	I consumi non alimentari	pag.	19
4.4	La struttura dei consumi non alimentari	pag.	26
5.	Atteggiamento delle famiglie nei confronti degli acquisti	pag.	31
5.1	I luoghi di acquisto	pag.	31
5.2	Le ragioni di acquisto	pag.	34
5.3	La variazione delle abitudini di acquisto secondo l'inflazione	pag.	36
5.4	Rilevazione di particolari comportamenti di consumo	pag.	36

Bibliografia

Tabelle statistiche

* Dipartimento di Statistica e Matematica Applicata "Diego de Castro".
Facoltà di Economia. Università di Torino.

1. L'osservatorio sui consumi delle famiglie torinesi

Il presente studio segna l'appuntamento annuale con l'osservazione sui consumi delle famiglie torinesi e sulle spese ad essi inerenti, come descritto nel paragrafo successivo dedicato all'introduzione dell'indagine campionaria per l'anno 2006, che è condotta su iniziativa Ascom Torino, Confesercenti Provinciale di Torino, Camera di Commercio di Torino e Unioncamere.

Caratteristica tipica di questa ricerca longitudinale è lo studio dell'azione diretta al consumare nell'ambito della famiglia, intesa come unità organizzativa di base in cui la maggioranza delle forme di consumo prendono corpo e vengono soddisfatte, pur orientate più o meno intensamente dal contributo degli individui singoli.

Il bisogno, l'attitudine imitativa, il desiderio di status o l'attitudine all'adattamento a modelli di consumo¹ del singolo individuo vengono così rivisitati con un occhio prevalente ad un livello di aggregazione piccolo, la famiglia. Essa recepisce ed integra, attraverso i bisogni e le aspettative proprie dei suoi componenti, il riflesso della società in cui è inserita e contemporaneamente, con il suo atteggiamento di piccola struttura in cui si consuma l'esperienza empirica dell'esistenza, dà una risposta che influenza a sua volta il tessuto sociale e lo modifica nel tempo.

2. L'indagine campionaria sui consumi delle famiglie per l'anno 2006

La presente indagine, basata su una rilevazione campionaria del 2006, si inserisce in un quadro pluriennale di osservazione dei consumi delle famiglie torinesi iniziata nel 1996 dall'Ascom e proseguita con cadenza annuale² fino alla presente edizione, che è gestita insieme alla Confesercenti Provinciale.

La natura e l'evoluzione temporale di detto osservatorio è condotta in sincronia con l'omologa indagine a livello nazionale dell'Istat³, di cui mutua nelle linee generali la metodologia⁴ e della quale tende anche ad accogliere le modificazioni dinamiche⁵. Negli ultimi anni essa si svolge anche concordemente con una analoga indagine Unioncamere⁶ che si riferisce ai consumi degli altri capoluoghi piemontesi.

Il presente studio accoglie la rilevazione campionaria Ascom / Confesercenti 2006 e, dopo un esame di alcuni tratti caratteristici del campione, espone il quadro statistico che da esso emerge, indirizzandosi talvolta anche ad un confronto con altre aree piemontesi⁷.

3. La struttura del campione e della popolazione di riferimento. Alcune indicazioni sui caratteri socio-demografici rilevati e sulle loro opportunità d'uso.

Il campione, composto di 240 famiglie, presenta – rispetto alla realtà complessiva delle famiglie torinesi – un buon bilanciamento secondo alcuni caratteri che si possono ritenere importanti per la sua rappresentatività (alcuni di essi sono stati utilizzati in fase progettuale⁸ come caratteri di controllo).

E' tuttavia difficile un parallelo preciso con le consistenze di universo poiché di esse si ha un quadro variegato. La fonte più attendibile (sebbene con un riferimento temporale datato) pare essere il censimento Istat 2001, disponibile da poco più di due anni, le cui risultanze si affiancano a quelle del data base dell' Anagrafe del comune di Torino, di cui è stato possibile consultare incroci mirati⁹ riferiti

¹ Proposti dalla società o da alcune sue componenti.

² Fatta eccezione per l'anno 1999.

³ L'ultimo rapporto completo disponibile, riferito all'anno 2004, è contenuto in Istat (2006). E' inoltre disponibile un rapporto in forma breve per il 2005 (pubblicato nel 2006) e uno per il 2006 (pubblicato nel 2007).

⁴ Utilizzo di un libretto di acquisti - nel quale si riassumono gli acquisti correnti della famiglia intervistata nel corso della settimana - e di un questionario, nel quale sono annotate le spese che vengono effettuate a intervalli più lunghi (p. es. beni durevoli).

⁵ Particolare rilevanza assume la riclassificazione della spesa delle famiglie introdotta, recependo la richiesta comunitaria, nell'anno 2000. Si può vedere a questo proposito: ISTAT (2000).

⁶ L'ultimo rapporto disponibile, riferito all'anno 2006, è contenuto in Regione Piemonte, Osservatorio regionale del commercio, Unioncamere Piemonte (2006).

⁷ In base ai risultati della citata indagine UnionCamere.

⁸ Il progetto di campionamento per quote proporzionali (in base ai dati forniti dal Comune di Torino – Ufficio Statistica) si riflette approssimativamente nelle risultanze empiriche.

⁹ Si ringrazia la Signora Patrizia Pasetti della Biblioteca dell'Ufficio di Statistica del Comune di Torino per la gentilezza, la precisione e la sollecitudine nel fornire le informazioni derivanti dal data base anagrafico.

(nominalmente¹⁰) all'anno 2005. Purtroppo, allo stato attuale, tra le due fonti vi è una discreta discrepanza: come dato complessivo il censimento 2001 indica per il comune di Torino 394.378 famiglie e 865.263 residenti, mentre i dati del data base Anagrafe (anno 2004¹¹) riportano 433.494 famiglie e 900.748 residenti.

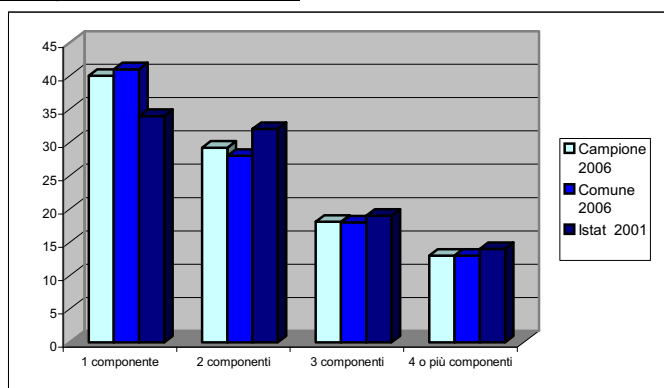
Nel verificare le caratteristiche e l'attendibilità del campione si pone attenzione innanzitutto alla struttura delle famiglie (le unità di indagine) rispetto alla dimensione e ad alcuni tratti della tipologia familiare e della persona di riferimento (capofamiglia). In seguito si esaminano anche le caratteristiche dell'insieme degli individui componenti le famiglie medesime. L'analisi di tale aggregato infatti, se confrontato con l'intera popolazione torinese, può dare ulteriori elementi di verifica dell'attendibilità campionaria.

3.1 Le famiglie

Con riferimento alla dimensione della famiglia la tabella che segue pone a confronto la struttura¹² campionaria rispetto a quella di universo.

Struttura dimensionale delle famiglie per il campione e per la città di Torino¹³

Dimensione familiare	Campione (%)	Universo Comune 2006 (%) ¹⁴	Universo Censim. 2001 (%)
1 componente	40	41	34
2 componenti	29	28	32
3 componenti	18	18	19
4 componenti.	13	13	14
	100	100	100



Si nota che, pur nel sostanziale accordo tra le tre serie, si corre il rischio di una sovrastima delle famiglie monocomponenti (che, *ceteris paribus*, consumano di meno), se si assume come dato più attendibile quello censuario.

Un riscontro della medesima situazione, esplorata secondo un punto di vista differente, si può rintracciare nel confronto che segue:

¹⁰ Non è nota con esattezza la tempestività di aggiornamento di detto data base, dovuta anche al presentarsi del cittadino agli uffici anagrafici.

¹¹ Nel 2001 si segnalavano circa 425000 famiglie e 900000 abitanti.

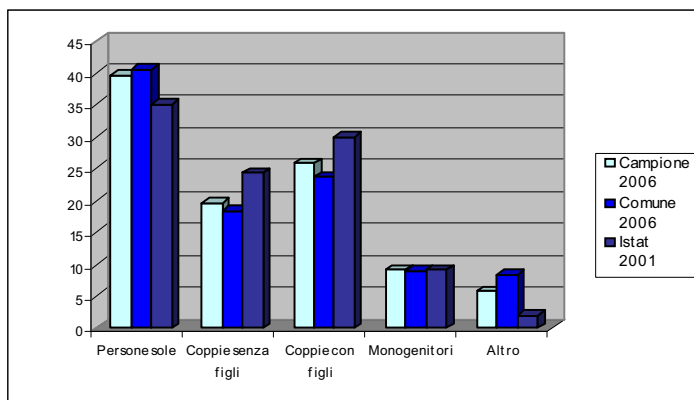
¹² Cioè la composizione percentuale.

¹³ Per i dati campionari vedasi Tab. 1.1 (elaborazioni da campione Ascom / Confesercenti).

¹⁴ Escluse le comunità, come anche nel seguito.

Tipologia delle famiglie per il campione e per la città di Torino¹⁵

Tipologia	Cam pion (%)	Univers Comun e 2006 (%)	Unive Censi. 2001 (%)
Persone sole	40	41	35
Coppie senza figli	20	18	24
Coppie con figli	26	24	30
Monogenitori	9	9	9
Altro	6	8	2
	100	100	100



La maggiore presenza nel campione di "persone sole" (rispetto all'universo Istat) è dunque soprattutto compensata da una minore proporzione di "coppie".

La struttura campionaria con riguardo alle caratteristiche della persona di riferimento (capofamiglia) è rintracciabile in molte delle tabelle da 1.1 a 1.13. Sono solo quattro le famiglie con una persona di riferimento di età inferiore o uguale a 25 anni (si tratta ovviamente di famiglie formatesi recentemente, con un componente unico o una coppia formata da poco); le proporzioni più rilevanti si hanno per classi di età di 41-65 anni (63%) e oltre i 65 anni (19%). Sono, invece, più contenute le famiglie con persona di riferimento di età di 26-40 anni (17%).

Le famiglie con persona di riferimento non occupata sono il 40% (si tratta in gran parte di capifamiglia pensionati 84% dei casi).

Le restanti famiglie hanno la persona di riferimento occupata come lavoratore dipendente nel 50% dei casi (di cui: 6% dirigente o quadro; 17% impiegato; 24% operaio; 2% altra qualifica) e come lavoratore indipendente nel 42% dei casi (di cui: 11% imprenditore o libero professionista; 32% lavoratore in proprio).

Il titolo di studio delle persone di riferimento è più frequentemente il diploma superiore (50%) o la licenza media inferiore (31%); più rari i casi in cui si rimane alla licenza elementare (11%) o si arriva al diploma universitario o alla laurea (8% dei casi).

Per riassumere alcuni caratteri demografici propri della persona di riferimento e talora anche il carattere dimensione familiare, si è costruita¹⁶ una classificazione, funzionale a successive elaborazioni, che si inserisce qui perché può fornire ulteriori indicazioni di struttura campionaria. Essa risulta così composta (da Tab. 2.8):

Classe demografica	N. famiglie
Classe 1 - single fino a 34 anni	8
Classe 2 - single tra 35 e 54 anni	24
Classe 3 - single tra 55 e 64 anni	27
Classe 4 - single con più di 64 anni	36
Classe 5 - coppia senza figli con persona di riferimento fino a 54 anni	21
Classe 6 - coppia senza figli con persona di riferimento con più di 54 anni	26
Classe 7 - coppia con figli e dimensione familiare fino a 3 componenti	30
Classe 8 - coppia con figli e dimensione familiare 4 (o più) componenti	32
Classe 9 - famiglia monoparentale	22
Classe 10 - altro tipo di famiglia	14
Tutto il campione	240

¹⁵ Per i dati campionari vedasi Tab. 1.1 (elaborazioni da campione Ascom / Confesercenti) .

Si forniscono quindi indicazioni sulla struttura campionaria per numero di percettori di reddito dichiarati dalla famiglia¹⁷ (dettagli maggiori si trovano nelle Tab. da 1.10 a 1.13). Le situazioni più comuni riguardano il caso di un percettore (64% delle famiglie campione) o due percettori (34%). Tre o più percettori si riscontrano nel 2% dei casi.

Una considerazione a parte riguarda l'informazione acquisita con domanda su questionario circa la fascia di reddito familiare, con la richiesta di indicare una classe di reddito medio mensile approssimativamente percepito dalla famiglia.

La classe "766€-2.066€" è assai capiente (121 famiglie – poco più del 50% del campione), mentre l'ultima "oltre 4.132€" è quasi vuota (8 famiglie).

E' comunque noto il rischio di domande da un lato personali e dall'altro coinvolgenti valutazioni medie riferite ad un periodo lungo (in questo caso particolarmente pesanti per i percettori di reddito non strettamente legati ad una omogenea cadenza mensile).

L'assai presumibile legame tra reddito familiare e tipologia di consumo ha tuttavia portato ad acquisire informazioni in questo ambito¹⁸, mentre la forma della domanda è stata mutuata dall'indagine Istat sui consumi delle famiglie, di cui - come detto - si desidera mantenere la confrontabilità anche metodologica¹⁹. In particolare, per i dati 2003 raccolti dall'osservatorio, si è fatto a suo tempo uno studio sull'attendibilità di questa variabile, giungendo alla conclusione che essa non sia attendibile in termini monetari assoluti, ma conservi un significato ordinale.

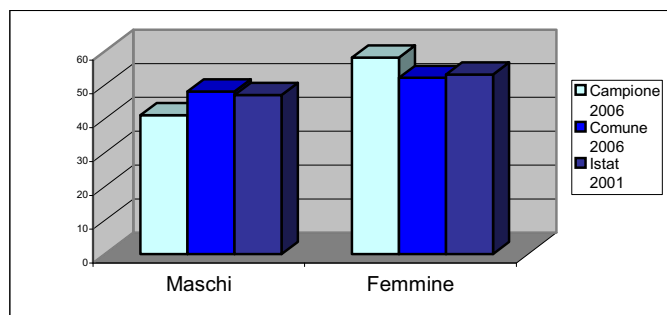
Si conviene allora di mantenere l'informazione acquisita (con l'accorpamento delle ultime due classi) e di considerare gli scaglioni dichiarati (fino a 775€ ; 776€ - 2.066€ ; 2.067€ - 3.099€ ; 3.100€ - 4.132€; oltre 4.132€ €) considerandoli nel senso di cinque categorie crescenti di reddito, di cui non si conosca l'ammontare. Per comunicare meglio questa intenzione si indicano nel seguito dette classi di reddito con le lettere da A (reddito più basso) a E (reddito più alto).

3.2 I componenti

Facendo riferimento ai 493 individui componenti le famiglie campionarie si nota una composizione per sesso illustrata dalla tabella che segue:

Sesso dei componenti (famiglie campione) e della popolazione torinese²⁰

Sesso	Campione (%)	Universo Comune 2006 (%)	Universo Censim. 2001 (%)
Maschi	41	48	47
Femmine	58	52	53
	100	100	100



Le proporzioni appaiono soddisfacenti, nonostante la lieve sottostima dei maschi nel campione.

Segue un confronto secondo l'età:

¹⁷ Si notano possibili perplessità nella risposta in situazioni di lavoro saltuario e/o precario, eventualmente abbinato ad una attività prevalente non redditizia (p. es. studente o casalinga).

¹⁸ Si veda a questo proposito lo studio derivante dall'osservatorio del 2003.

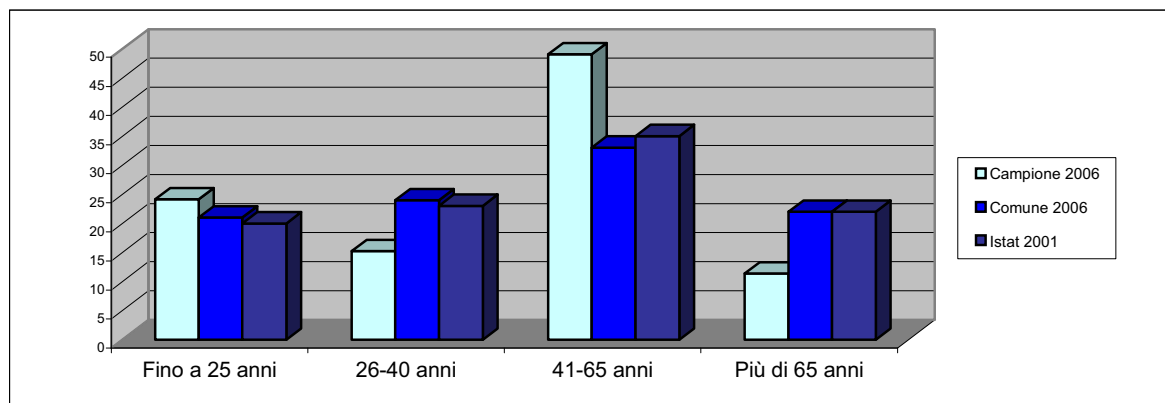
¹⁹ Si precisa che nel resoconto Istat sui consumi delle famiglie 2003 non compare però alcuna indicazione sulle risposte ottenute a seguito di questa domanda.

²⁰ Per i dati campionari vedasi Tab. 1.14 (elaborazioni da campione Ascom / Confesercenti); per quelli di universo Tab. 1.17 (Fonte: Comune di Torino – Ufficio Statistica e Istat – Censimento 2001).

Età dei componenti (famiglie campione) e della popolazione torinese²¹

Sesso	Campio ne (%)	Univer so Comune 2006 (%)	Universo Censim. 2001 (%)
Fino a 25 anni	24	21	20
26-40 anni	15	24	23
41-65 anni	49	33	35
Più di 65 anni	11	22	22
	100	100	100

Età dei componenti (famiglie campione) e della popolazione torinese



Come si nota anche la distribuzione per età è abbastanza soddisfacente, pur con un certo sottodimensionamento campionario della classe di età maggiore di 65 anni, compensato da un analogo sovradimensionamento della classe 41-65 anni .

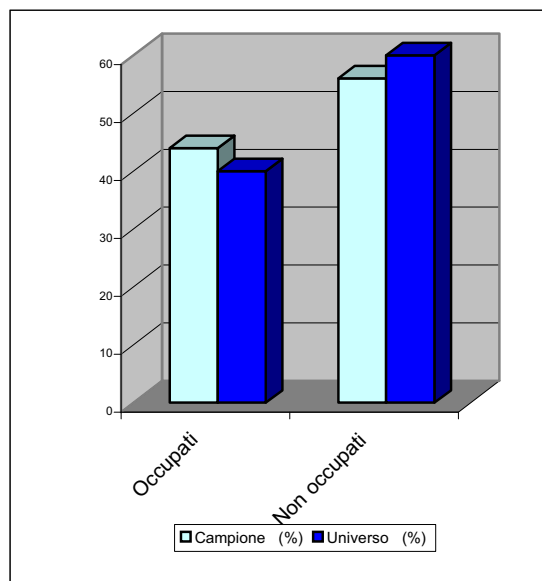
²¹ Per i dati campionari vedasi Tab. 1.14 (elaborazioni da campione Ascom / Confesercenti) ; per quelli di universo.

Dal punto di vista della condizione professionale il campione sovrapproporziona gli occupati (44% invece di 40%), tra cui soprattutto i lavoratori autonomi. Tale sovrastima potrebbe portare, a parità di altre condizioni, a sopravvalutare i consumi.

Tra i non occupati risultano sovradimensionati i pensionati e sottodimensionati gli studenti e le casalinghe.

Condizione e posizione professionale dei componenti (famiglie campione) e della popolazione torinese

Condizione , posizione professionale	Cam pione (%)	Universo Comune 2005 (%)
Occupati (di cui:)	44	40
- Imprenditori e liberi professionisti	4	4
- Lavoratori in proprio	10	7
- Dirigenti e impiegati	15	18
- Operai	10	10
- Altro	4	0
Non occupati (di cui:)	56	60
- Pensionati	22	15
- Casalinghe	8	14
- Studenti	18	30
	100	100



I consumi delle famiglie

Nel seguito si esaminano i consumi medi campionari suddivisi nelle due grandi categorie dei consumi alimentari e consumi non alimentari.

4.1 I consumi alimentari

La spesa media mensile per generi alimentari e bevande nelle famiglie campione è risultata di 304 euro, con un aumento di circa 38 euro rispetto all'anno precedente.

Sul totale dei consumi la spesa alimentare rappresenta circa il 13% della spesa totale²², in linea, anche se al bordo superiore, con le risultanze Unioncamere per le famiglie degli altri capoluoghi piemontesi (che variano dal 9% di Asti al 13% di Verbania e Alessandria).

Tale spesa risulta notevolmente diversificata secondo alcune tipologie socio-demografiche delle famiglie campione che risultano evidenti in base ai risultati riportati nelle Tab. 2.1 – 2.8.

Tra i fattori che influenzano tale spesa, è da notare il ruolo assai rilevante della dimensione familiare, evidenziato nello schema che segue (i dati sono derivati da Tab. 2.1).

Consumi alimentari della famiglia e *pro capite* secondo la dimensione familiare

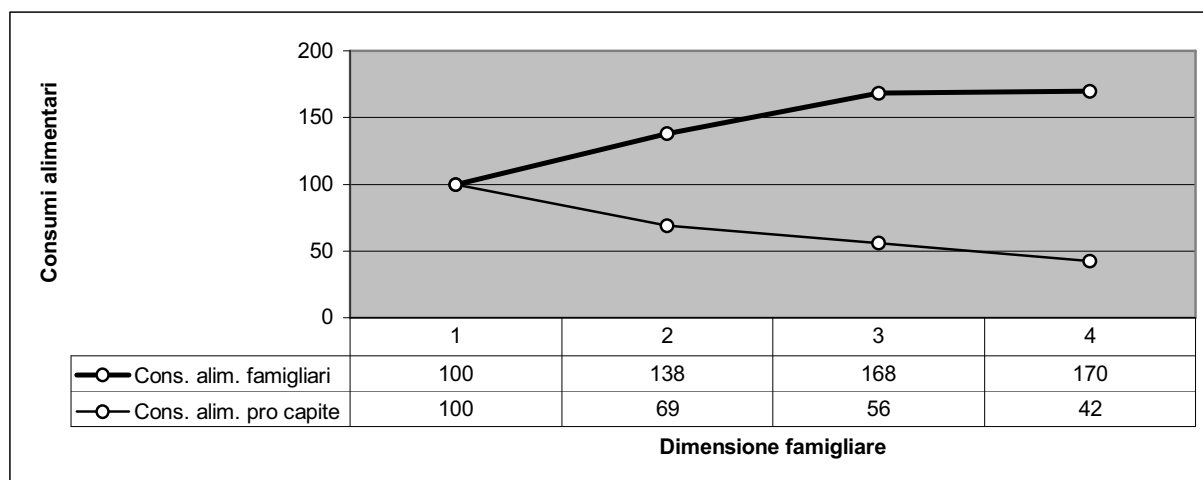
Dimensione familiare	Consumi alimentari familiari	Consumi alimentari <i>pro capite</i>	Indice di aumento spesa familiare	Indice di risparmio <i>pro capite</i>	Numero famiglie
1	229	229	100	100	95
2	316	158	138	69	69
3	385	128	168	56	44
4	388	97	170	42	32
Media	304	148			240

Al crescere della dimensione, risulta evidente la progressione del consumo familiare e la contemporanea diminuzione di quello *pro capite*. Per misurare tali effetti si presentano i due indici di aumento della spesa familiare e di risparmio *pro capite*. Il primo mostra le percentuali di aumento della spesa alimentare familiare al crescere della famiglia: le famiglie con due persone spendono in media il 38% in più di quelle monocomponenti, le famiglie con tre persone il 68% in più e quelle con quattro o più componenti il 70% in più. Il secondo indice mostra il risparmio *pro capite* che accompagna la convivenza di più membri: chi vive insieme ad un'altra persona risparmia mediamente il 31% rispetto al single, chi ha una famiglia con altri due componenti il 44% e chi convive con altre tre o più persone il 48%.

Il grafico che segue mostra gli andamenti dei consumi alimentari familiari e *pro capite*.

²² Dalla spesa totale si escludono le manutenzioni alla casa e l'acquisto di auto e moto, in analogia con l'indagine Unioncamere da cui si traggono i dati di raffronto sui capoluoghi piemontesi, escluso Torino.

Consumi alimentari per famiglia e *pro capite* secondo la dimensione familiare



Il volume di spesa alimentare e la sua disaggregazione per categorie merceologiche deve essere quindi considerata con cautela²³, se si tiene presente la difficile²⁴ descrizione dell'universo delle famiglie secondo la dimensione e i già citati elementi di disallineamento della struttura campionaria soprattutto rispetto ai dati Istat.

Secondo la tipologia della famiglia (Tab. 2.2), che – come si è già fatto notare - è connessa alla dimensione (vedasi Tab. 1.1), si nota la progressione della spesa alimentare tra single (229 euro), famiglia monoparentale (332 euro), coppia senza figli (315 euro) e coppia con figli (392 euro).

Si presenta anche un confronto in numeri indice. Nel seguente schema l'indice di spesa alimentare familiare è posto uguale a 100 in corrispondenza della spesa media (relativa cioè a tutte le famiglie campione). L'indice mostra l'andamento già descritto, in termini relativi, evidenziando una escursione che inizia dai single - che consumano il 25% in meno della media – per arrivare alle coppie con figli – che consumano il 30% in più della media.

Tipologia di famiglia	Consumi alimentari famigliari	Indice di spesa alimentare familiare	Numero famiglie
Persona sola	229	75	95
Coppia senza figli	315	104	47
Coppia con figli	395	130	62
Famiglia monoparentale	332	109	22
Altro	333	110	14
Tutte le famiglie	304	100	240

Differenze rilevanti si notano anche rispetto all'età della persona di riferimento. Tra le famiglie campione con capofamiglia di età fino a 65 anni, si nota la progressione della spesa al crescere dell'età del capofamiglia: le famiglie con capofamiglia più giovane, fino a 25 anni, spendono 200 euro²⁵; le famiglie

²³ Ulteriori elementi di cautela possono derivare dalla mancanza di una stratificazione campionaria proporzionale per sub-aree cittadine con caratteristiche reddituali, di benessere e di struttura dei servizi diverse, e in generale dalla difficoltà di inserimento casuale delle famiglie nel campione, dato anche l'impegno richiesto alla famiglia oggetto di indagine. A tale impegno si coniuga anche – per le spese alimentari – la richiesta di avere cure giornaliere, mantenere gli scontrini fiscali, ecc. che potrebbero lasciar supporre eventuali dimenticanze.

²⁴ E in parte controversa, secondo le due fonti citate.

²⁵ Si tratta di un dato indicativo, riferito soltanto a otto famiglie.

con capofamiglia tra 26 e 40 anni spendono 266 euro e quelle con capofamiglia tra 41 e 65 anni spendono 336 euro. Le famiglie con capofamiglia di età superiore a 65 anni spendono invece 242 euro, con una regressione a valori inferiori alla media campionaria (304 euro). L'andamento pare armonizzarsi con una plausibile capacità economica prima crescente e poi decrescente del capofamiglia, ma soprattutto con la naturale tendenza delle famiglie più giovani a crescere dimensionalmente e al successivo ridimensionamento delle famiglie con capofamiglia che diventa anziano (si noti la manifesta connessione tra età del capofamiglia e dimensione familiare in Tab. 1.2).

In numeri indice si può confrontare meglio tale andamento, che sembra presentare un'escursione meno rilevante rispetto al caso precedente.

Età della persona di riferimento	Consumi alimentari familiari	Indice di spesa alimentare familiare	Numero famiglie
Fino a 25 anni	200	66	4
26-40 anni	266	88	40
41- 65 anni	336	110	150
Più di 65 anni	242	80	46
Tutte le famiglie	304	100	240

Considerazioni di sintesi riferite a dimensione familiare, tipo di famiglia e età della persona di riferimento si possono desumere dalla classe demografica introdotta nel paragrafo 3.1

Classe demografica	Consumi alimentari familiari	Indice di spesa alimentare familiare	Numero famiglie
Classe 1	212	70	8
Classe 2	244	80	24
Classe 3	235	77	27
Classe 4	217	72	36
Classe 5	289	95	21
Classe 6	333	110	26
Classe 7	401	132	30
Classe 8	388	128	32
Classe 9	332	109	22
Classe 10	333	110	14
Tutte le famiglie	304	100	240

Rilevante nel consumo sembra anche lo stato occupazionale del capofamiglia: si passa infatti da situazioni inferiori del 16% rispetto alla media nel caso del non occupato, a situazioni di spesa medio-alta per il dirigente o quadro (+ 2% rispetto alla media), per arrivare alle spese più elevata del libero professionista (+ 20% rispetto alla media) e dell'imprenditore (+ 28% rispetto alla media).

Occupazione del capofamiglia (Alcune categorie)	Consumi alimentari familiari	Indice di spesa alimentare familiare	Numero famiglie
Non occupato	257	84	97
Dirigente o quadro	311	102	8
Impiegato	328	108	25
Operaio	310	102	35
Imprenditore o Lib. prof.	387	128	16
Lavoratore in proprio	364	120	44
Tutte le famiglie	304	100	240

Una importante progressione si nota anche secondo la numerosità dei percettori di reddito.

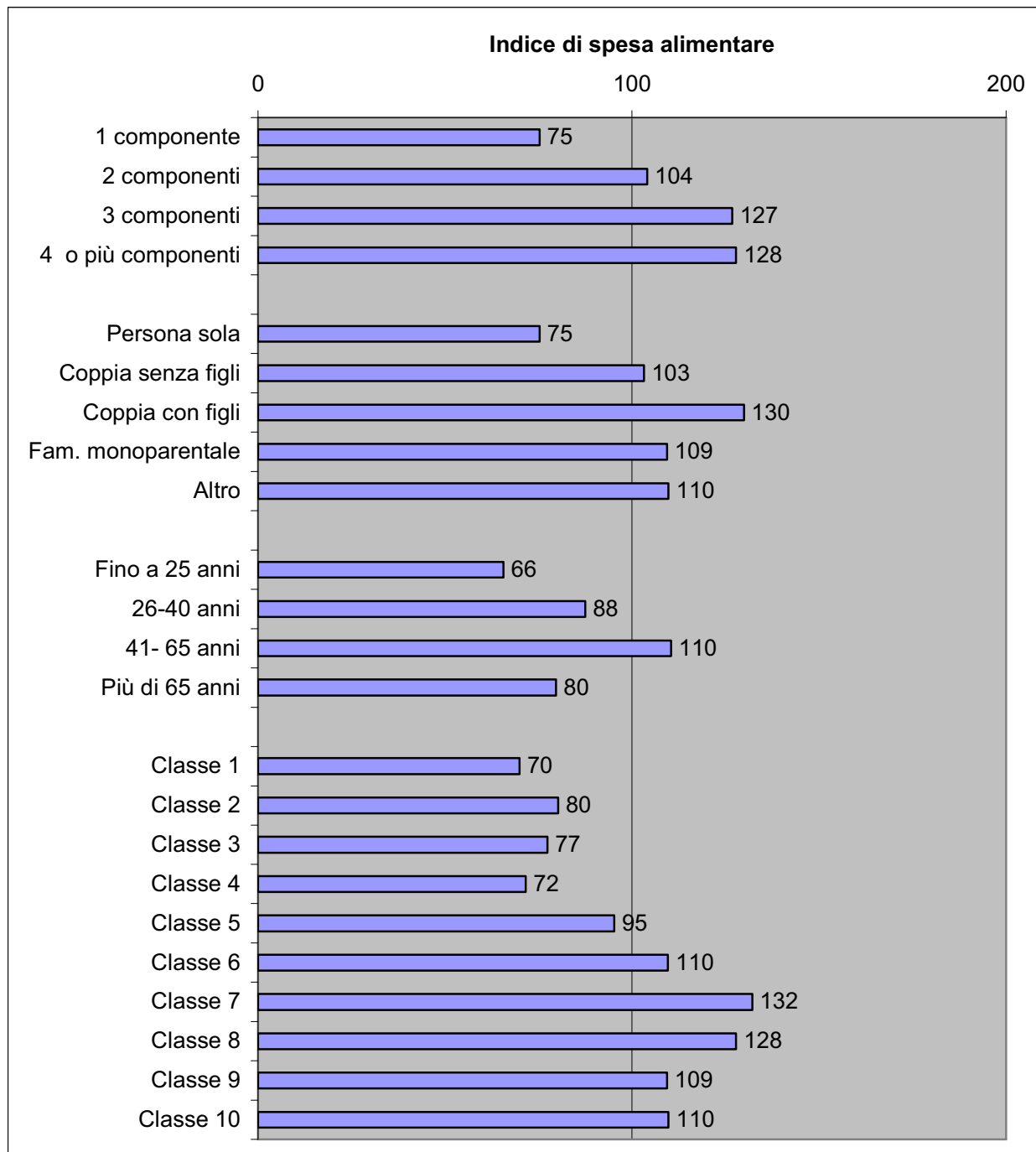
Percettori di reddito	Consumi alimentari famigliari	Indice di spesa alimentare famigliare	Numero famiglie
1 percettore	270	89	154
2 percettori	361	119	81
3 o più percettori	419	138	5
Tutte le famiglie	304	100	240

Infine si esamina, con le cautele dovute e a fini informativi, il comportamento della fascia di reddito, che mostra una decisa tendenza a crescere insieme all'aumento dei consumi alimentari.

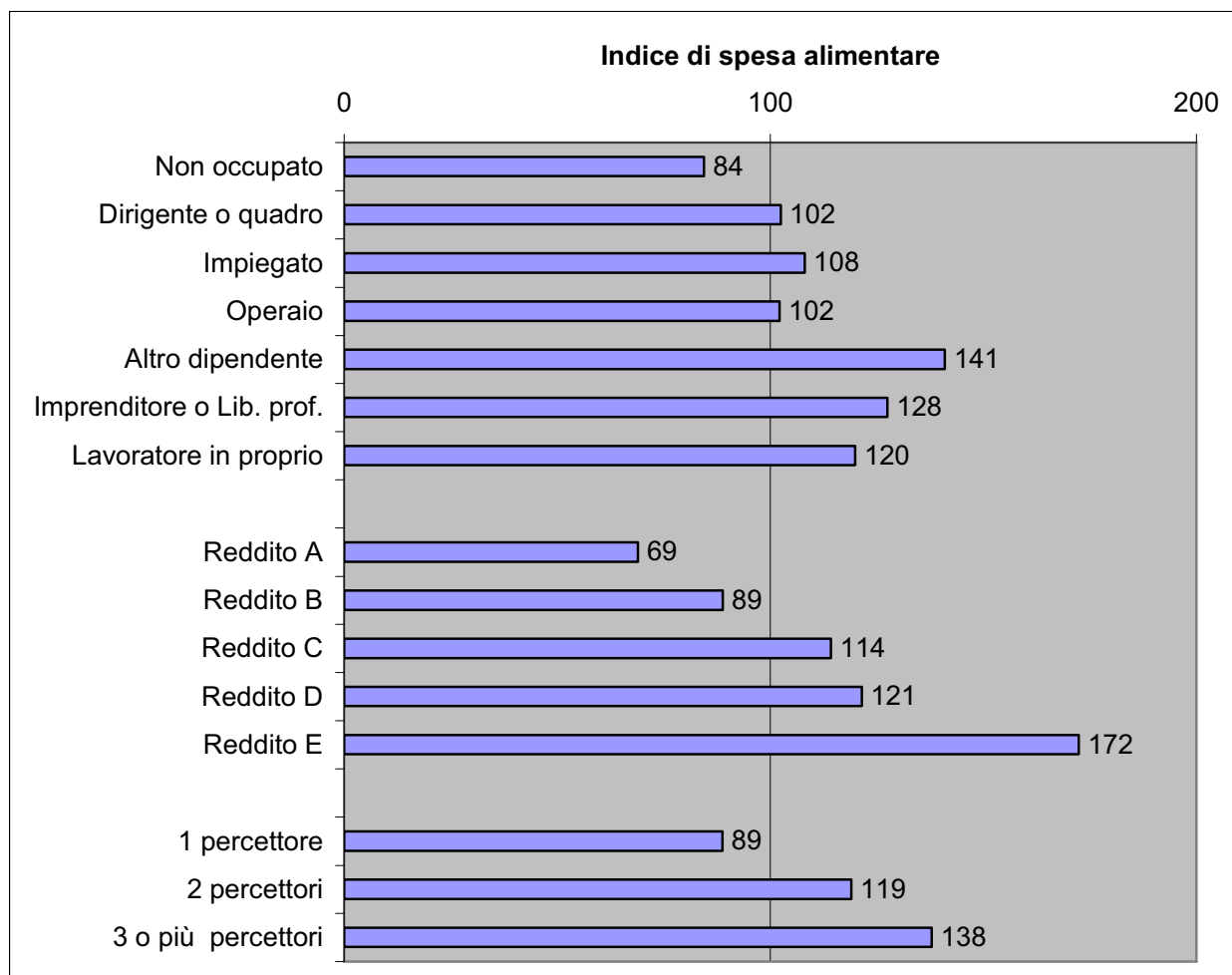
Reddito famigliare	Consumi alimentari famigliari	Indice di spesa alimentare famigliare	Numero famiglie
Reddito A	209	69	22
Reddito B	270	89	121
Reddito C	347	114	64
Reddito D	369	121	25
Reddito E	524	172	8
Tutte le famiglie	304	100	240

L'incidenza dei caratteri considerati in questa analisi è riepilogata nel seguente grafico in cui si nota anche l'importanza relativa degli scostamenti.

Indice di spesa alimentare familiare per alcuni caratteri influenti.



Indice di spesa alimentare familiare per alcuni caratteri influenti.



Come si può notare le escursioni più evidenti dell'indice si hanno per fattori legati alla dimensione della famiglia e alla relativa classe demografica (dimensione - da 75 a 128; classe demografica - da 70 a 110) o a fattori inerenti al reddito (numero di percettori - da 89 a 138; fascia di reddito - da 69 a 172).

Se - come si è detto - occorre cautela nel proiettare i dati campionari sulla intera realtà torinese, ancora maggiore attenzione è da utilizzare nel confronto tra la stima torinese e quella derivabile dal campione Unioncamere relativa agli altri capoluoghi piemontesi, senza poter tenere sotto controllo la struttura dimensionale e di composizione delle famiglie dei vari capoluoghi.

L'interesse del confronto è tuttavia tale da poter essere proposto, anche se a titolo indicativo, nella tabella che segue

Consumi alimentari medi mensili nei capoluoghi di provincia piemontesi²⁶

	PANE E CERE ALI	DOLCI E DRO GHE RIA	CARNI E SALU MI	PE SCE	OLI E GRAS SI	LATTICI NI E UOVA	LEGU MI E OR TAG GI	FRUT TA	BE VAN DE	TOTALE
Alessandria	52,30	43,18	73,42	17,55	9,57	37,39	29,06	28,03	22,51	312,99
Asti	37,72	36,05	61,38	13,52	4,68	27,18	16,04	14,49	23,38	234,45
Biella	51,42	41,29	78,06	21,32	8,40	47,05	31,36	25,51	36,01	340,43
Cuneo	58,11	47,22	63,05	13,39	10,12	58,15	26,27	19,50	39,01	334,81
Novara	51,06	30,63	70,68	16,55	5,96	37,81	27,33	27,33	27,55	294,90
Torino	47,65	39,10	76,07	14,67	8,37	44,06	31,95	20,04	21,81	303,71
Verbania	55,72	33,41	80,84	24,11	6,97	43,15	28,68	32,23	34,69	339,82
Vercelli	43,25	25,40	73,85	15,49	7,34	36,69	30,67	27,09	29,05	288,83

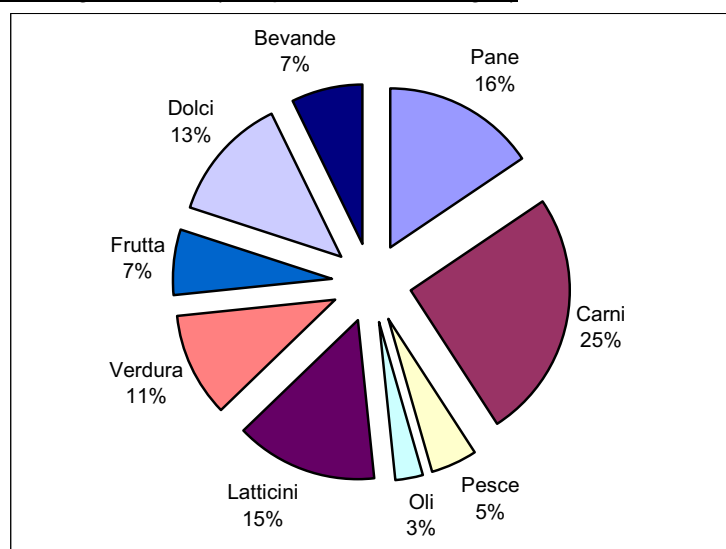
4.2 La struttura dei consumi alimentari

La ripartizione in categorie merceologiche delle spese alimentari mostra che circa un quarto della spesa è destinata a “carni e salumi” (25%), cui seguono “pane e cereali” (16%), “latte e formaggi” (15%) e “dolciumi” (13%).

Meno rilevanti le spese per “legumi e ortaggi” (11%), “frutta” (7%), “bevande” (7%), “pesce” (5%) e “oli e grassi” (3%).

Struttura dei consumi alimentari nelle famiglie torinesi (campione di 260 famiglie)

Pane e cereali	16
Carni e salumi	25
Pesce	5
Olio e grassi	3
Latte e formaggi	15
Legumi e ortaggi	11
Frutta	7
Dolciumi	13
Bevande	7
	100



Si considera quindi la struttura dei consumi alimentari torinesi, in base ai principali incroci socio-demografici esaminati in sede di indagine campionaria²⁷.

²⁶ La tabella, in tutto simile alla analoga pubblicata nel resoconto di indagine Unioncamere, aggiorna il dato di Torino, con l'aggiunta di 100 famiglie campione.

²⁷ I dati sono desunti dalle tabelle da 2.1 a 2.8.

	Pane	Carne		Olio	Latte	Ver				Totale	Num.
Dimensione della famiglia	Cereali	Salumi	Pesce	Grassi	Formag	dura	Frutta	Dolci	Bevande	Aliment	Fam.
1 componente	15	27	4	3	13	11	7	14	5	100	95
2 componenti	15	24	4	2	16	10	8	14	8	100	69
3 componenti	16	26	8	3	14	10	5	11	7	100	44
4 o più componenti	17	23	4	2	15	11	5	12	9	100	32
Tipologia familiare											
Persona sola	15	27	4	3	13	11	7	14	5	100	95
Coppia senza figli	14	22	4	3	15	10	9	14	10	100	47
Coppia con figli	17	25	6	3	15	11	5	11	8	100	62
Famiglia monoparentale	18	27	5	2	16	8	5	12	7	100	22
Altro	14	24	6	3	15	12	6	16	6	100	14
Età del capofamiglia											
Fino a 25 anni	12	33	2	1	11	12	5	14	9	100	4
26-40 anni	18	18	5	3	16	11	5	15	8	100	40
41- 65 anni	16	26	5	3	15	10	6	12	7	100	150
Più di 65 anni	13	28	5	4	13	11	9	12	5	100	46
Occup. del capofamiglia											
Non occupato	14	25	4	3	15	11	8	13	7	100	97
Dirigente o quadro	18	22	11	1	14	10	8	9	6	100	8
Impiegato	17	26	5	2	15	12	6	13	5	100	25
Operaio	17	24	4	3	16	11	4	12	9	100	35
Altro dipendente	18	28	9	3	11	6	5	13	6	100	3
Imprenditore o Lib. prof.	15	21	6	2	13	10	5	20	8	100	16
Lavoratore in proprio	16	27	5	3	13	10	7	10	8	100	44
Titolo di studio del capofamiglia											
Licenza elementare	13	29	3	5	14	12	8	12	5	100	26
Licenza media inferiore	15	24	5	3	17	10	6	13	8	100	74
Diploma media superiore	17	25	5	3	14	10	6	12	7	100	121
Laurea	13	26	3	2	12	10	8	18	9	100	18
Reddito familiare											
Reddito A	15	29	3	1	14	12	7	15	4	100	22
Reddito B	15	26	5	3	15	10	6	13	7	100	121
Reddito C	16	26	6	3	15	10	8	10	7	100	64
Reddito D	17	20	5	2	16	11	4	14	11	100	25
Reddito E	15	19	6	3	8	12	6	23	7	100	8
Percettori di reddito											
1 percettore	16	25	4	3	14	11	7	14	7	100	154
2 percettori	15	26	6	3	14	10	6	12	8	100	81
3 o più percettori	16	22	4	3	18	10	8	13	7	100	5
Classe socio demografica											
Classe 1	18	26	5	2	16	13	3	15	3	100	8
Classe 2	15	31	4	2	12	11	7	11	6	100	24
Classe 3	18	23	3	2	14	11	6	19	5	100	27
Classe 4	13	27	5	4	13	10	10	12	5	100	36
Classe 5	16	20	2	2	15	10	11	14	10	100	21
Classe 6	12	23	5	3	15	11	8	14	9	100	26
Classe 7	16	26	8	4	14	10	5	10	7	100	30
Classe 8	17	23	4	2	15	11	5	12	9	100	32
Classe 9	18	27	5	2	16	8	5	12	7	100	22
Classe 10	14	24	6	3	15	12	6	16	6	100	14
Tutto il campione	16	25	5	3	15	11	7	13	7	100	240

Tale struttura di consumo viene analizzata facendo ricorso a numeri indice, in cui si pone la media (cioè il valore collegato a "tutte le famiglie") pari a 100.

Dimensione della famiglia	Etichetta	Pane	Carne	Olio	Latte	Ver					Num.
		Cereali	Salumi	Pesce	Grassi	Form.	dura	Frutta	Dolci	Bevande	Fam.

1 componente		98	108	88	104	92	103	111	107	70	95
2 componenti		93	94	83	90	107	96	119	106	114	69
3 componenti		104	102	157	115	96	96	80	85	99	44
4 o più componenti		110	93	74	90	107	107	76	97	128	32
Tipologia familiare											
Persona sola		98	108	88	104	92	103	111	107	70	95
Coppia senza figli		86	88	79	100	104	99	136	106	135	47
Coppia con figli		107	99	121	110	101	101	77	86	111	62
Famiglia monoparentale		117	107	97	57	111	80	80	95	93	22
Altro		87	94	116	91	100	117	88	124	84	14
Età del capofamiglia											
Fino a 25 anni		79	132	49	38	74	119	76	107	126	4
26-40 anni		116	74	108	96	111	107	72	117	117	40
41- 65 anni		100	102	100	95	100	97	98	97	104	150
Più di 65 anni		85	111	96	130	90	106	139	96	65	46
Occup. del capofamiglia											
Non occupato	No_occup	91	101	88	116	102	100	117	104	92	97
Dirigente o quadro	Dirig_Quadro	116	88	226	51	98	94	117	71	90	8
Impiegato	Impiegato	106	105	100	70	103	110	90	98	75	25
Operaio	Operaio	107	95	91	108	109	103	61	94	126	35
Altro dipendente	Altro_Dip	114	112	178	125	78	58	82	104	81	3
Imprenditore o Lib. prof.	Lib_prof	94	82	129	89	90	92	80	158	107	16
Lavoratore in proprio	In_proprio	104	109	94	103	92	95	109	80	113	44
Titolo di studio del capofamiglia											
Licenza elementare	Elementari	80	116	66	184	94	112	122	89	69	26
Licenza media inferiore	M_inf	95	94	104	92	116	99	93	98	110	74
Diploma media superiore	M_sup	108	99	111	94	96	99	96	97	98	121
Laurea	Laurea	82	105	55	70	81	93	119	141	120	18
Reddito familiare											
Reddito A	R--	98	115	64	51	95	113	108	115	54	22
Reddito B	R-	98	104	93	105	101	99	97	100	95	121
Reddito C	R=	101	104	115	104	104	96	118	78	93	64
Reddito D	R+	107	80	94	87	109	100	66	110	159	25
Reddito E	R++	97	77	125	123	57	114	94	177	96	8
Percettori di reddito											
1 percettore	Perc1	102	99	87	103	99	101	102	105	95	154
2 percettori	Perc2	97	102	120	96	100	99	96	92	107	81
3 o più percettori	Perc>3	102	87	78	92	123	94	123	99	102	5
Classe socio demografica											
Classe 1	CI1	115	103	100	56	113	119	47	118	37	8
Classe 2	CI2	97	126	90	82	82	106	100	86	83	24
Classe 3	CI3	112	92	56	75	98	100	92	144	72	27
Classe 4	CI4	85	109	110	156	90	99	148	90	67	36
Classe 5	CI5	101	80	43	65	104	97	168	105	144	21
Classe 6	CI6	76	93	105	125	105	101	114	107	128	26
Classe 7	CI7	105	105	169	132	96	95	77	76	93	30
Classe 8	CI8	110	93	74	90	107	107	76	97	128	32
Classe 9	CI9	117	107	97	57	111	80	80	95	93	22
Classe 10	CI10	87	94	116	91	100	117	88	124	84	14
Tutto il campione											
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	240
Minimo		76	74	43	38	57	58	47	71	37	
Massimo		117	132	226	184	123	119	168	177	159	

Si può notare che alcune colonne di indici presentano maggiore variabilità di altre. L'escursione è particolarmente ampia per pesce, oli (e grassi) e bevande, categorie che più delle altre presentano comportamenti differenziati di acquisto secondo gli aspetti socio-demografici considerati.

Infine si propone il confronto tra la struttura torinese e quella degli altri capoluoghi piemontesi:

Struttura dei consumi alimentari nelle famiglie dei capoluoghi torinesi

	Pane e cereali	Dolciumi	Carni e salumi	Pesce	Olio e grassi	Latte e formaggi	Legumi Ortaggi	Frutta	Bevande	
Alessandria	17	14	23	6	3	12	9	9	7	100
Asti	16	15	26	6	2	12	7	6	10	100
Biella	15	12	23	6	2	14	9	7	11	100
Cuneo	17	14	19	4	3	17	8	6	12	100
Novara	17	10	24	6	2	13	9	9	9	100
Torino	16	13	25	5	3	15	11	7	7	100
Verbania	16	10	24	7	2	13	8	9	10	100
Vercelli	15	9	26	5	3	13	11	9	10	100

Le quote più rilevanti si hanno per “carni e salumi” (dal 26% di Asti e Vercelli al 19% di Cuneo), “pane e cereali” (da 15% a 17%, con la maggior parte dei capoluoghi vicino al massimo), “latte e formaggi” (dal 12% a 17%, con la maggior parte dei capoluoghi vicino al minimo) e “dolciumi” (dal 9 a 15%).

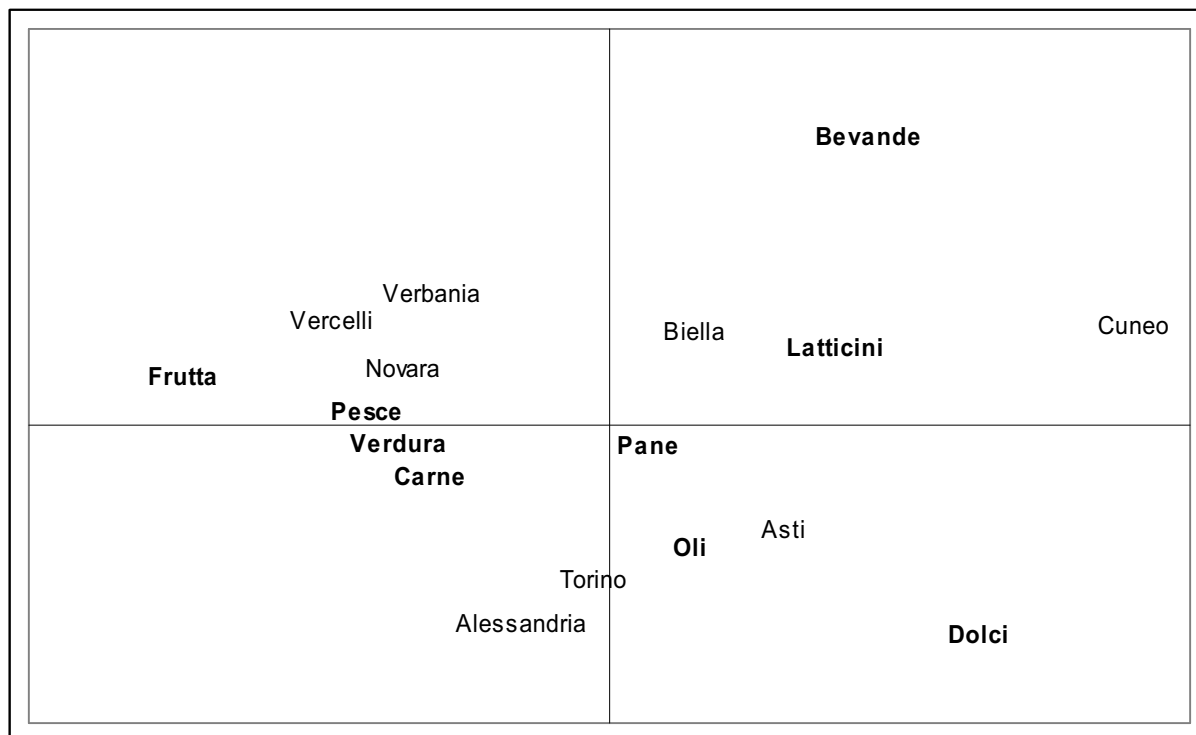
Importante è poi il confronto in termini relativi proposto attraverso la seguente mappa²⁸:

²⁸ La mappa deriva dall'output di un'analisi delle corrispondenze e si riferisce al primo piano fattoriale che spiega il 64% di inerzia, come si nota dal seguente schema:

FATTORE	AUTOVAL.	%INER.	%CUM.
F1	0,007	42	42
F2	0,004	23	64
F3	0,004	21	86
F4	0,002	9	95
F5	0,001	3	98
F6	0,000	1	100
F7	0,000	0	100
TOT	0,017		

L'esame dei coseni quadrati permette di evidenziare una buona rappresentazione delle categorie merceologiche e dei capoluoghi.

Proiezioni di categorie merceologiche e capoluoghi piemontesi sul piano principale di inerzia



Dal grafico si nota una opposizione evidente tra il consumo di frutta e verdura, carne e pesce - più tipici di Vercelli, Novara e Verbania – e il consumo di bevande, dolci e latticini, generi questi ultimi utilizzati in maggior proporzione a Cuneo.

4.3 I consumi non alimentari

La spesa media mensile per generi non alimentari nelle famiglie campione raggiunge i 2.054 € (escluse le spese di acquisto di auto, moto, ecc. e le manutenzioni alla casa), con un modesto aumento (di 30 euro) rispetto all'anno precedente.

Anche tra i consumi non alimentari gioca – come ci si aspetta – un ruolo assai rilevante la dimensione familiare. Nello schema che segue si evidenzia tale ruolo²⁹.

Consumi non alimentari, della famiglia e *pro capite*, secondo la dimensione familiare

Dimensione familiare	Consumi non alimentari familiari	Consumi non alimentari <i>pro capite</i>	Indice di aumento spesa familiare	Indice di risparmio <i>pro capite</i>	Numero famiglie
1	1.534	1.534	100	100	95
2	2.245	1.122	146	73	69
3	2.534	845	165	55	44
4 o più	2.527	632	165	41	32
Media	2.054	1.000			240

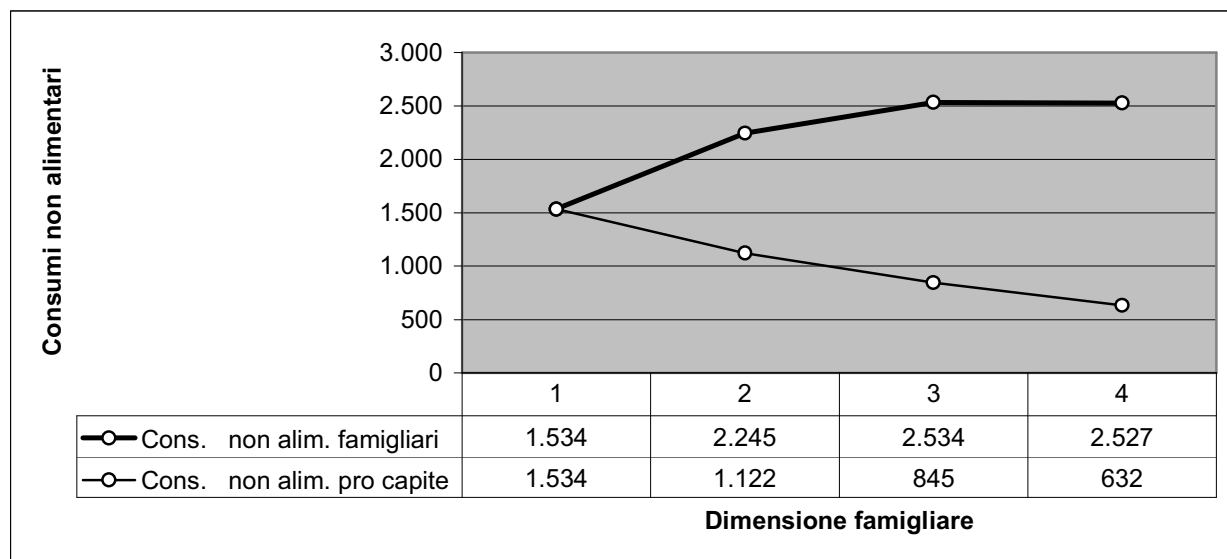
Anche per la spesa non alimentare si presentano l'indice di aumento della spesa familiare e quello di risparmio *pro capite*. Come già discusso nel caso delle spese alimentari, il primo indice mostra le percentuali di aumento della spesa non alimentare familiare al crescere della famiglia: le famiglie con due

²⁹ I dati sono derivati da Tab. 2.1.

persone spendono in media il 46% in più di quelle monocomponenti e le famiglie con tre o più persone spendono il 95% in più dei singles. Il secondo indice mostra il risparmio *pro capite* che accompagna la convivenza di più membri: chi vive insieme ad un'altra persona risparmia mediamente il 27% rispetto al single, chi ha una famiglia con altri due componenti risparmia il 45% e chi convive con altre tre o più persone il 59%.

Il grafico che segue mostra gli andamenti dei consumi non alimentari famigliari e *pro capite*.

Consumi non alimentari, per famiglia e *pro capite*, secondo la dimensione famigliare



Data la consistente dipendenza della spesa non alimentare dalla dimensione della famiglia, il volume di tale spesa e le sue disaggregazioni per varie tipologie debbono quindi essere considerate con cautela, come già suggerito per le spese alimentari³⁰.

Secondo la tipologia della famiglia (Tab. 2.2), si nota una progressione della spesa non alimentare che ricorda quella alimentare: si inizia dai single (1.534€), poi la coppia senza figli (2.436€) e infine la coppia con figli (2.699€), mentre la famiglia monoparentale (1.937€) si situa tra la persona sola e la coppia senza figli.

Anche in questo caso può essere utile un confronto in numeri indice, ponendo la media uguale a 100. L'indice mostra una escursione un po' meno marcata di quella ritrovata per la spesa alimentare, a partire dai single - che consumano il 25% in meno della media - per arrivare alle coppie con figli - che consumano il 31% in più della media.

³⁰ Anche in questo caso altri elementi di non perfetta aderenza al collettivo possono influire sulle risultanze campionarie, sebbene siano di solito connessi alla dimensione.

Tipologia di famiglia	Consumi non alimentari famigliari	Indice di spesa non alimentare famigliare	Numero famiglie
Persona sola	1534	75	95
Coppia senza figli	2436	119	47
Coppia con figli	2699	131	62
Famiglia monoparentale	1937	94	22
Altro	1632	79	14
Tutte le famiglie	2054	100	240

Differenze rilevanti - e simili nella tendenza qualitativa a quelle riscontrate per la spesa alimentare - si notano anche rispetto all'età della persona di riferimento. Tra le famiglie campione con capofamiglia di età fino a 65 anni, si nota la progressione della spesa al crescere dell'età del capofamiglia: le famiglie più giovani (con capofamiglia fino a 25 anni) spendono 995€³¹; le famiglie con capofamiglia tra 26 e 40 anni spendono 2.034€ e quelle con capofamiglia tra 41 e 65 anni spendono 2.346€. Le famiglie con capofamiglia di età superiore a 65 anni spendono invece 1.214€, con una regressione a valori assai inferiori alla media campionaria (2.054€). Anche in questo caso l'andamento pare armonizzarsi con una plausibile capacità economica prima crescente e poi decrescente del capofamiglia, oltre che con la naturale tendenza delle famiglie più giovani a crescere dimensionalmente e al successivo ridimensionamento delle famiglie con capofamiglia che diventa anziano.

Per un migliore confronto fra andamenti la situazione è riportata anche in numeri indice.

Età della persona di riferimento	Consumi non alimentari famigliari	Indice di spesa non alimentare famigliare	Numero famiglie
Fino a 25 anni	995	48	4
26-40 anni	2034	99	40
41- 65 anni	2346	114	150
Più di 65 anni	1214	59	46
Tutte le famiglie	2054	100	240

Si presenta quindi la classe demografica a sintesi dei primi tre caratteri

Classe socio demografica	Consumi non alimentari famigliari	Indice di spesa non alimentare famigliare	Numero famiglie
Classe 1	1449	71	8
Classe 2	1821	89	24
Classe 3	1706	83	27
Classe 4	1234	60	36
Classe 5	2987	145	21
Classe 6	1990	97	26
Classe 7	2881	140	30
Classe 8	2527	123	32
Classe 9	1937	94	22
Classe 10	1632	79	14
Tutte le famiglie	2054	100	240

Scostamenti rilevanti si evidenziano anche in riferimento alla posizione e condizione professionale della persona di riferimento.

³¹ Trattandosi di solo otto famiglie il dato è da considerarsi indicativo.

In numeri indice si nota che i non occupati e gli operai hanno un consumo inferiore alla media rispettivamente del 31% e del 7%, gli impiegati e i lavoratori in proprio sono 15 – 31% sopra media, i dirigenti e quadri consumano il 44% in più della media, mentre gli imprenditori e i liberi professionisti consumano il 68% in più della media.

Posizione e condizione professionale della persona di riferimento	Consumi non alimentari famigliari	Indice di spesa non alimentare famigliare	Numero famiglie
Non occupato	1421	69	97
Dirigente o quadro	2965	144	8
Impiegato	2372	115	25
Operaio	1906	93	35
Altro dipendente	2537	123	3
Imprenditore o Lib. prof.	3451	168	16
Lavoratore in proprio	2770	135	44
Tutte le famiglie	2054	100	240

A completare l'influenza del quadro socio-economico sulla spesa familiare non alimentare, concorre anche il titolo di studio del capofamiglia (Tab. 2.5). Risulta evidente il passaggio dalla licenza elementare (1.094€) e media inferiore (1.694€) al diploma di media superiore (2.365€) e alla laurea o diploma di laurea (2.749€), con escursioni rilevanti³².

Nello schema riportato tali differenze si valutano anche in termini relativi³³.

Titolo di studio della persona di riferimento	Consumi non alimentari famigliari	Indice di spesa non alimentare famigliare	Numero famiglie
Licenza elementare	1094	53	26
Licenza media inferiore	1694	82	74
Diploma media superiore	2365	115	121
Laurea (o Dipl. di Laurea)	2749	134	18
Tutte le famiglie	2054	100	239

Buona progressione si ha anche in corrispondenza a un numero crescente di percettori di reddito

Percettori di reddito	Consumi non alimentari famigliari	Indice di spesa non alimentare famigliare	Numero famiglie
1 percettore	1740	85	154
2 percettori	2646	129	81
3 o più percettori	2137	104	5
Tutte le famiglie	2054	100	240

Come nel caso dei consumi alimentari, la fascia di reddito familiare espressa dall'intervistato sembra concordare, in senso ordinale, con il livello di spesa.

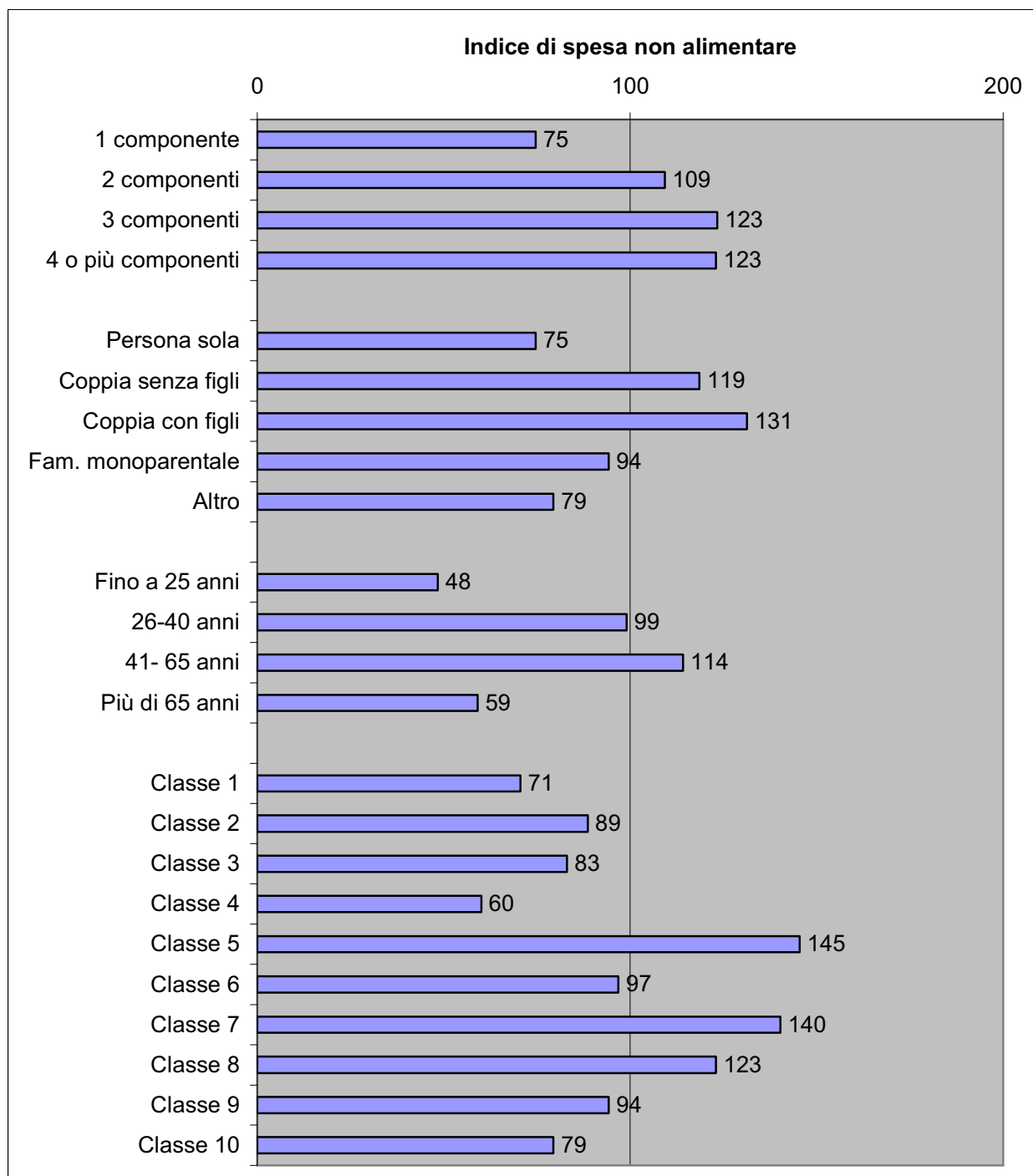
³² La tabella 2.5 mostra una differenza rilevante di consumo tra le famiglie con capofamiglia in possesso di diploma di laurea (2196 euro) e quelli in possesso della laurea (2962 euro). Il confronto non è tuttavia da considerarsi stabile per le sole 5 famiglie del primo gruppo.

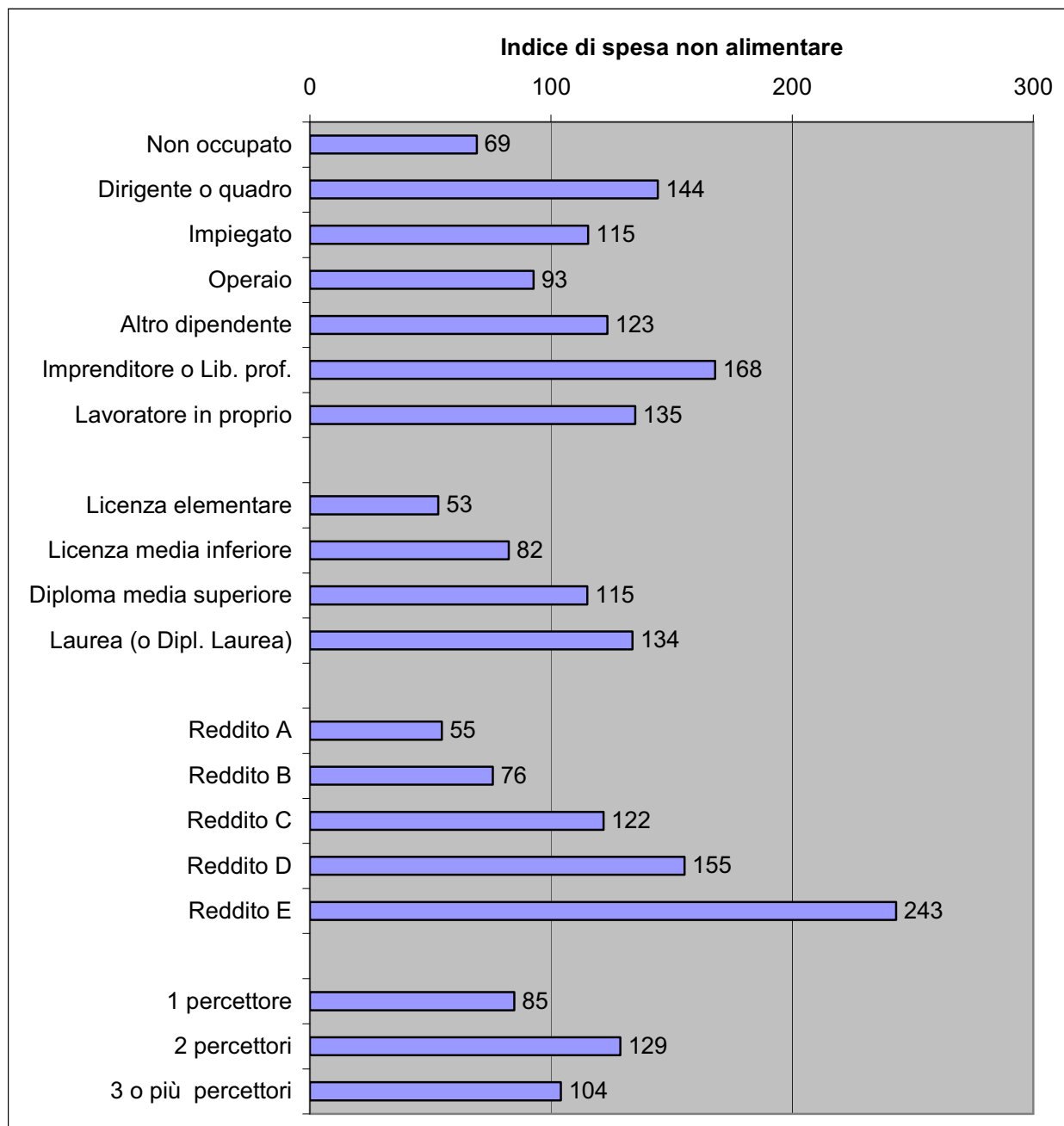
³³ Di un capofamiglia non è noto il titolo di studio. Inoltre non è inserito nella tabella un capofamiglia che non ha alcun titolo di studio.

Reddito familiare	Consumi non alimentari familiari	Indice di spesa non alimentare familiare	Numero famiglie
Reddito A	1124	55	22
Reddito B	1558	76	121
Reddito C	2501	122	64
Reddito D	3191	155	25
Reddito E	4996	243	8
Tutte le famiglie	2117	100	240

L'incidenza dei caratteri considerati in questa analisi è riepilogata nel grafico che segue, in cui si notano andamenti simili a quelli delle spese familiari alimentari per dimensione familiare, tipologia della famiglia ed età del capofamiglia (riepilogati nella classe demografica). Grande influenza sembrano avere anche i fattori economici.

Indice di spesa non alimentare familiare per alcuni caratteri influenti.





Con le cautele già espresse in riferimento alla possibilità di comparare i dati torinesi con quelli regionali dell'indagine Unioncamere, si presenta un confronto a titolo indicativo, inserendo Torino nel contesto dei capoluoghi piemontesi.

Consumi non alimentari medi mensili nei capoluoghi di provincia piemontesi³⁴

PROVIN CIA	TA BAC CO	VE STIA RIO	ABI TA ZIO NE*	ENER GIA**	AR REDI	SA LUTE	TRASP. COMU NIC. (no auto)	RI CREA ZIONE	ISTRU ZIONE	ALTRI BENI E SER VIZI	CONS. NON ALIM. (no auto)
Alessandria	12,78	111,56	653,99	185,47	164,05	118,69	361,36	92,94	28,21	352,35	2081,4
Asti	1,73	125,46	604,65	170,54	401,62	83,45	332,88	113,86	14,34	471,16	2319,69
Biella	10,06	134,96	703,24	194,86	176,62	161,37	395,37	127,84	43,9	402,13	2350,35
Cuneo	7,69	185,01	655,38	184,27	199,21	104,24	416,84	147,87	33,7	394,04	2328,24
Novara	37,53	153,82	730,08	168,56	231,75	145,28	360,41	115,57	33,23	408,84	2385,06
Torino	12,59	89,35	705,76	159,00	195,77	88,88	326,63	136,32	29,10	310,95	2054,35
Verbania	23,42	89,81	719,25	154,34	137,72	96,57	393,42	149,62	70,38	460,88	2295,41
Vercelli	11,96	152,04	624,03	149,97	306,08	97,17	305,81	189,62	15,66	349,25	2201,6

* Le spese per l'abitazione non comprendono le spese per gli interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria.

**Detta voce comprende le spese per energia elettrica, acqua, gas, kerosene, altri combustibili per riscaldamento autonomo e riscaldamento centralizzato

4.4 La struttura dei consumi non alimentari

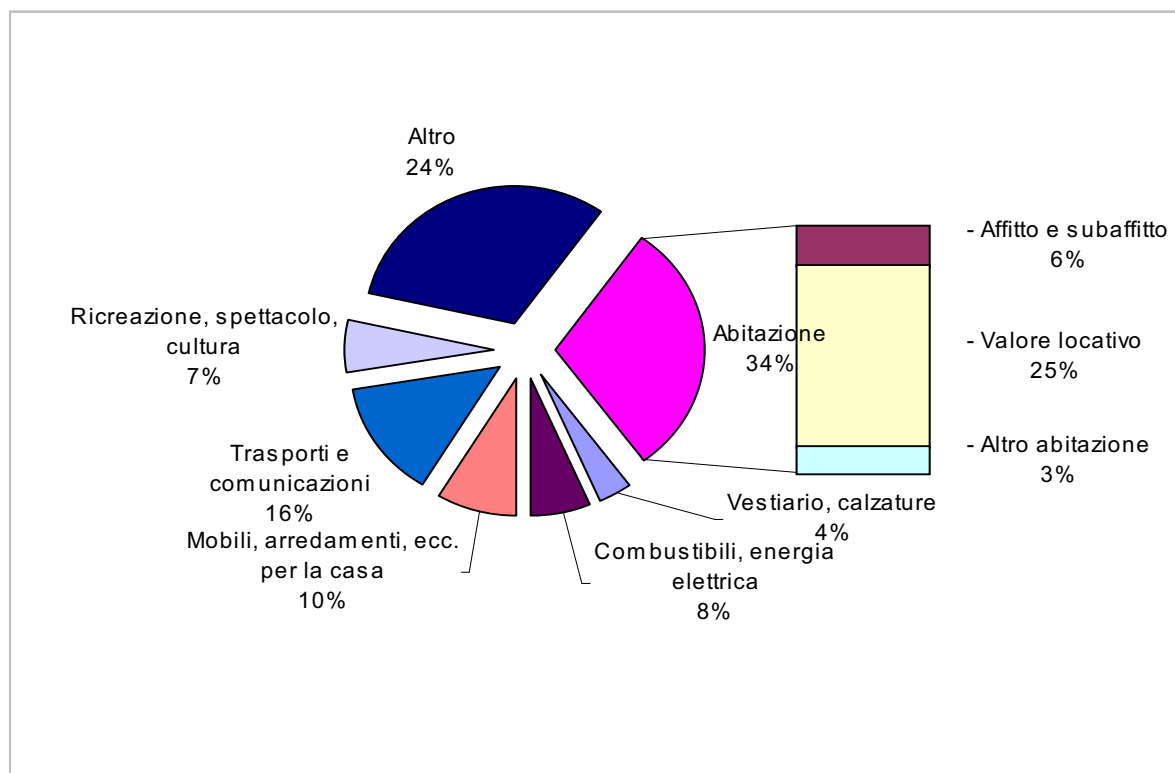
La ripartizione in tipologie merceologiche delle spese non alimentari mostra che il 34% di tali spese è dedicato all'abitazione (il 90% sono dovute all'affitto – reale o figurativo – ma incidono anche le spese condominiali e l'imposta sui rifiuti³⁵), seguono "trasporti e comunicazioni" con il 16% della spesa non alimentare, quindi "mobili e arredi per la casa" (10%), "combustibili e energia elettrica" (8%), "ricreazione, spettacolo, cultura" (7%), "vestiario e calzature" (4%) e altre voci minori.

³⁴ La tabella, in tutto simile alla analoga pubblicata nel resoconto di indagine Unioncamere, aggiorna il dato di Torino, con l'aggiunta di 60 famiglie campione.

³⁵ Non si sono invece considerate le manutenzioni alla casa, in analogia con l'indagine Unioncamere.

Struttura dei consumi non alimentari nelle famiglie torinesi (campione di 260 famiglie)

Generi	(%)
Tabacco	1
Vestiario, calzature	4
Abitazione (di cui:)	34
- Affitto e subaffitto	6
- Valore locativo	25
- Spese condominio	2
- Assicurazione casa	0
- Imposta rifiuti	1
Combustibili, energia elettrica	8
Mobili, arredamenti, ecc. per la casa	10
Servizi sanitari, salute	4
Trasporti e comunicazioni (di cui:)	16
- Assicurazione e bolli	4
- Benzina, gasolio, ecc.	4
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	1
- Telefono (acquisto, bolletta)	4
- Accessori auto, pneum. ecc.	2
- Spese postali e telefoniche	0
- Altri consumi per trasporti	0
Istruzione	1
Ricreazione, spettacolo, cultura	7
Altri beni e servizi	15
	100



Si propone quindi la struttura dei consumi non alimentari torinesi, in base ai principali incroci socio-demografici esaminati in sede di indagine campionaria (Tabelle da 2.1 a 2.8).

	Tabac	Vestia	Abita	Ener	Mobili	Salute	Trasp comuni	Istru	Ricrea	Altro	Tot non	N. Fam.
Dimensione della famiglia	co	rio	zione	gia			c	zione	zione		aliment	
1 componente	0	4	40	9	11	4	11	0	6	14	100	95
2 componenti	1	4	34	7	11	4	16	0	6	15	100	69
3 componenti	1	5	31	7	8	5	18	3	6	17	100	44
4 o più componenti	1	4	29	8	6	5	21	3	9	15	100	32
Tipologia famigliare												
Persona sola	0	4	40	9	11	4	11	0	6	14	100	95
Coppia senza figli	0	4	34	7	11	5	16	0	6	17	100	47
Coppia con figli	1	5	29	7	7	4	20	3	7	16	100	62
Famiglia monoparentale	0	5	39	8	7	3	18	2	6	13	100	22
Altro	2	3	32	10	12	7	17	0	7	12	100	14
Età del capofamiglia												
Fino a 25 anni	0	4	41	14	2	2	13	7	8	9	100	4
26-40 anni	1	5	33	7	11	3	17	1	7	16	100	40
41- 65 anni	1	4	33	7	9	4	17	2	7	16	100	150
Più di 65 anni	0	2	47	10	8	7	10	0	4	11	100	46
Occup. del capofamiglia												
Non occupato	1	3	43	10	9	6	12	0	6	12	100	97
Dirigente o quadro	0	5	34	6	9	6	17	2	7	15	100	8
Impiegato	0	6	30	8	8	4	21	1	5	17	100	25
Operaio	1	5	30	8	12	4	19	2	8	12	100	35
Altro dipendente	0	4	30	7	5	7	15	1	14	17	100	3
Imprenditore o Lib. prof.	0	4	29	6	15	3	15	3	7	18	100	16
Lavoratore in proprio	1	5	33	7	8	4	17	2	6	18	100	44
Titolo di studio del capofamiglia												
Licenza elementare	1	3	43	10	11	6	12	0	5	9	100	26
Licenza media inferiore	1	4	34	9	12	4	16	1	7	13	100	74
Diploma media superiore	0	5	34	7	8	4	16	2	7	17	100	121
Laurea (o Dipl. Laurea)	0	5	35	7	8	4	17	2	6	16	100	18
Reddito famigliare												
Reddito A	1	5	38	10	9	4	11	1	8	13	100	22
Reddito B	1	5	38	9	9	4	17	1	6	12	100	121
Reddito C	1	5	32	7	9	6	15	2	7	16	100	64
Reddito D	0	3	30	7	11	3	17	1	8	19	100	25
Reddito E	0	3	32	7	11	2	16	3	6	20	100	8
Percettori di reddito												
1 percettore	1	4	37	8	10	4	14	1	6	14	100	154
2 percettori	1	4	30	7	9	5	17	2	7	17	100	81
3 o più percettori	0	2	37	8	8	6	27	0	3	8	100	5
Classe socio demografica												
Classe 1	1	5	33	9	5	4	13	3	13	15	100	8
Classe 2	0	5	36	7	9	2	16	0	7	17	100	24
Classe 3	0	5	37	10	18	3	9	0	5	12	100	27
Classe 4	0	3	48	10	7	6	7	0	5	13	100	36
Classe 5	0	5	28	6	15	4	15	0	6	20	100	21
Classe 6	1	4	41	8	7	6	16	0	7	12	100	26
Classe 7	1	5	29	6	9	4	19	4	6	17	100	30
Classe 8	1	4	29	8	6	5	21	3	9	15	100	32
Classe 9	0	5	39	8	7	3	18	2	6	13	100	22
Classe 10	2	3	32	10	12	7	17	0	7	12	100	14
Tutto il campione	1	4	34	8	10	4	16	1	7	15	100	240

Segue – analogamente a quanto presentato per i consumi alimentari - una analisi in numeri indice in cui si pone la media (cioè il valore riferito a “tutte le famiglie”) pari a 100.

		Tabac	Vestia	Abita	Ener			Trasp	Istru	Ricrea		
Dimensione della famiglia	Etichette	co	rio	zione	gia	Mobili	Salute	comun	zione	zione	Altro	N. Fam.
1 componente		76	98	116	116	115	92	70	14	95	92	95
2 componenti		86	97	100	92	115	100	101	29	98	102	69
3 componenti		84	110	91	90	86	105	116	223	86	109	44
4 o più componenti		193	95	84	100	63	108	130	220	133	98	32
Tipologia famigliare												
Persona sola		76	98	116	116	115	92	70	14	95	92	95
Coppia senza figli		60	101	99	87	116	113	98	2	97	110	47
Coppia con figli		139	106	85	92	78	101	124	239	109	106	62
Famiglia monoparentale		50	106	113	101	75	61	111	165	85	87	22
Altro		259	58	92	123	128	154	105	0	111	78	14
Età del capofamiglia												
Fino a 25 anni		0	89	118	177	19	52	81	521	122	62	4
26-40 anni		120	120	95	92	120	71	104	55	103	104	40
41- 65 anni		102	103	95	96	99	99	105	122	105	104	150
Più di 65 anni		63	52	137	132	82	153	64	0	63	74	46
Occup. del capofamiglia												
Non occupato	No_occup	90	77	124	123	92	127	74	23	90	76	97
Dirigente o quadro	Dirig_Quadro	9	125	98	76	96	138	105	133	100	98	8
Impiegato	Impiegato	81	136	87	98	82	97	131	74	82	111	25
Operaio	Operaio	232	107	86	104	131	89	118	147	113	77	35
Altro dipendente	Altro_Dip	22	101	88	84	55	155	93	43	214	114	3
Imprenditore o Lib. prof.	Lib_prof	66	81	85	75	160	68	94	213	105	119	16
Lavoratore in proprio	In_proprio	100	110	95	91	82	85	106	131	94	122	44
Titolo di studio del capofamiglia												
Licenza elementare	Elementari	177	69	125	134	115	144	74	12	68	58	26
Licenza media inferiore	M_inf	138	88	100	113	127	96	98	57	104	85	74
Diploma media superiore	M_sup	78	105	98	94	89	95	101	120	104	111	121
Laurea (o Dipl. Laurea)	Laurea	38	120	102	87	86	96	105	143	89	105	18
Reddito famigliare												
Reddito A	R--	133	108	111	126	91	102	71	99	116	87	22
Reddito B	R-	142	104	110	114	92	98	104	49	89	78	121
Reddito C	R=	102	116	95	90	97	128	97	137	103	105	64
Reddito D	R+	17	69	88	85	120	75	104	104	121	128	25
Reddito E	R++	41	74	93	89	114	49	101	184	88	135	8
Percettori di reddito												
1 percettore	Perc1	93	101	109	106	104	95	90	67	98	91	154
2 percettori	Perc2	111	102	89	92	96	105	109	146	105	114	81
3 o più percettori	Perc>3	47	45	109	110	79	143	170	0	48	54	5
Classe socio demografica												
Classe 1	CI1	110	106	96	114	54	100	82	179	197	98	8
Classe 2	CI2	64	122	104	93	96	48	103	0	101	113	24
Classe 3	CI3	74	109	107	128	188	79	60	0	79	79	27
Classe 4	CI4	81	62	141	127	75	145	47	0	79	83	36
Classe 5	CI5	40	116	83	77	154	94	94	3	92	135	21
Classe 6	CI6	85	82	118	99	70	135	102	0	102	80	26
Classe 7	CI7	89	116	86	84	92	95	119	257	86	114	30
Classe 8	CI8	193	95	84	100	63	108	130	220	133	98	32
Classe 9	CI9	50	106	113	101	75	61	111	165	85	87	22
Classe 10	CI10	259	58	92	123	128	154	105	0	111	78	14
Tutto il campione		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	240
Minimo		0	45	83	75	19	48	47	0	48	54	
Massimo		259	136	141	177	188	155	170	521	214	135	

Si può notare che alcune colonne di indici presentano maggiore variabilità di altre. Nella tabella si sono evidenziati per ogni colonna (cioè per ogni categoria non alimentare) il valore minimo e il valore massimo dell'indice. L'escursione è particolarmente ampia per tabacco, mobili e istruzione.

Nella tabella seguente³⁶ si propone infine il confronto tra la struttura torinese e quella degli altri capoluoghi piemontesi:

Struttura dei consumi non alimentari nelle famiglie dei capoluoghi torinesi

PROVIN CIA	TA BAC CO	VE STIA RIO	ABI TA ZIO NE*	ENER GIA**	AR REDI	SA LUTE	TRASP. COMU NICAZ.***	RI CREA ZIONE	ISTRU ZIONE	ALTRI BENI E SER VIZI	CONS. NON ALIM.***
Alessandria	1	5	31	9	8	6	17	4	1	17	100
Asti	0	5	26	7	17	4	14	5	1	20	100
Biella	0	6	30	8	8	7	17	5	2	17	100
Cuneo	0	8	28	8	9	4	18	6	1	17	100
Novara	2	6	31	7	10	6	15	5	1	17	100
Torino	1	4	34	8	10	4	16	7	1	15	100
Verbania	1	4	31	7	6	4	17	7	3	20	100
Vercelli	1	7	28	7	14	4	14	9	1	16	100

* Le spese per l'abitazione non comprendono le spese per gli interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria.

**Detta voce comprende le spese per energia elettrica, acqua, gas, kerosene, altri combustibili per riscaldamento autonomo e riscaldamento centralizzato

***Sono escluse le spese per acquisto di auto, moto, ecc...

La lettura della tabella è agevolata dalla seguente mappa³⁷:

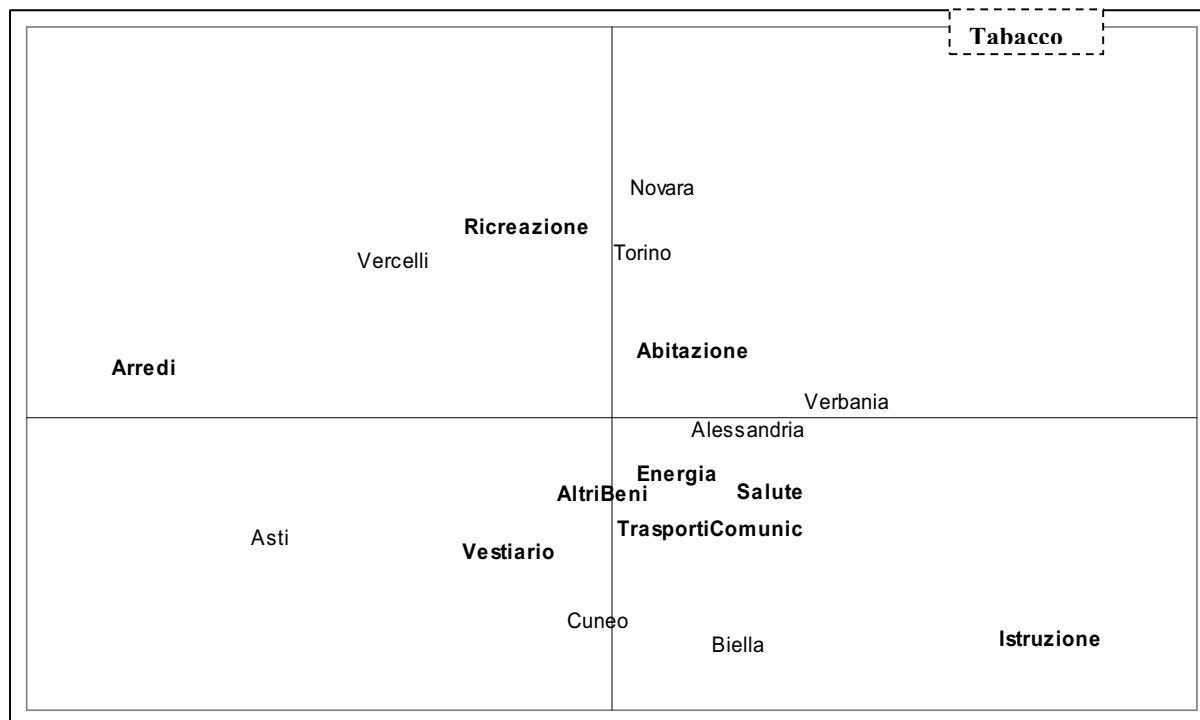
³⁶ Derivata da Tab. 2.16.b.

³⁷ La mappa deriva dall'output di un'analisi delle corrispondenze e si riferisce al primo piano fattoriale che spiega il 64% di inerzia, come si nota dal seguente schema:

FATTORE AUTOVAL.	%INER.	%CUM.
F1	0,015	43
F2	0,007	20
F3	0,005	15
F4	0,004	12
F5	0,002	6
F6	0,001	3
F7	0,000	0
TOT	0,035	

Tra i capoluoghi, Novara non ha una buona rappresentazione planare; tra i consumi sono mal rappresentati istruzione e ricreazione.

Proiezioni di tipologie merceologiche e capoluoghi piemontesi sul piano principale di inerzia
Struttura dei consumi non alimentari nelle famiglie dei capoluoghi torinesi



Asti e Vercelli spendono proporzionalmente di più in arredi; Verbania e Biella in istruzione; Vercelli, Torino, Novara e –come si riscontra dalla tabella – Verbania in ricreazione. Torino, Novara, Verbania, Alessandria spendono proporzionalmente di più per l’abitazione.

5 Atteggiamento delle famiglie nei confronti degli acquisti

Si esaminano nel seguito alcuni atteggiamenti delle famiglie nei confronti dell’acquisto. In particolare si pone attenzione ai luoghi e alle ragioni di acquisto, ad alcuni elementi di variazione rispetto al 2005 e all’attenzione verso particolari comportamenti di consumo e modalità di acquisto.

5.1 I luoghi di acquisto

Si presta ora attenzione ai luoghi di acquisto, rilevando le preferenze per le differenti tipologie distributive.

A tale proposito si nota nella tabella riportata (derivata da Tab. 4.1) la notevole penetrazione di supermercati e ipermercati, con quote superiori al 45% nei generi alimentari per pasta, biscotti, prodotti in scatola, surgelati e nei generi non alimentari per la pulizia della casa e per la cura della persona. Comunque notevole anche la penetrazione dei mini market, dove, per gli stessi generi, si toccano quote in genere superiori al 30%. Il negozio tradizionale sembra essere competitivo soprattutto per alcuni generi (pane e carne tra gli alimentari; arredamento, abbigliamento e elettrodomestici tra i non alimentari), mentre i mercati rionali si distinguono soprattutto per frutta e verdura. Ancora assai poco diffuse le vendite on line e le consegne a domicilio.

Distribuzione percentuale degli acquisti per generi alimentari e non alimentari³⁸

	Hard Discount	Supermercato Ipermercato	Mini mercato	Negozi tradizionali	Negozi centro comm.	On line / Mercato Domicilio	Totale
Generi alimentari							
Pane	3	10	5	81	0	1	100
Pasta, Biscotti	15	46	35	4	0	0	100
Carne	8	20	16	53	0	4	100
Pesce	7	35	14	12	0	32	100
Frutta Verdura	7	19	13	9	0	53	100
Prodotti in scatola	20	47	32	1	0	0	100
Surgelati	16	48	34	2	0	0	100
Generi non alimentari							
Pulizia casa	15	50	32	1	0	1	100
Abbigliamento	0	3	0	71	11	16	100
Cura e igiene personale	10	46	26	13	4	1	100
Arredamento	0	6	0	87	7	0	100
Elettrodomestici	0	21	1	65	13	0	100

Per rappresentare i comportamenti relativi si presenta una nuova mappa fattoriale³⁹.

Da essa emerge⁴⁰ una bipolarità tra il negozio tradizionale (non importa se inserito o meno in un centro commerciale), che si situa nella parte sinistra del grafico, e la grande e media distribuzione (supermercato, mini mercato e hard discount) sulla destra. A ciascuna delle due categorie è possibile riferire prodotti qualificanti. Per quanto riguarda gli alimentari pane e, in minor misura, carne sono acquistati più che proporzionalmente nel negozio tradizionale (dove raggiungono quote superiori rispettivamente al 81% e al 53%)⁴¹, mentre pasta e biscotti, surgelati e prodotti in scatola sono più tipici della grande distribuzione. Tra i prodotti non alimentari sono più tipici del negozio tradizionale quelli riguardanti l'arredamento (per l'87%), l'abbigliamento (con quote superiori al 70%) e gli elettrodomestici (con il 65%). Risulta invece decisamente caratteristica della grande distribuzione la pulizia della casa (con quote complessive vicine al 100%).

In una situazione a parte si pone il mercato rionale nella zona bassa del grafico; di esso è soprattutto tipica la vendita di frutta e verdura (con quote dell'ordine del 50%), anche se – sempre nel settore alimentare - il pesce costituisce una buona possibilità (nel grafico la posizione del pesce è tra mercato rionale e grande distribuzione che costituisce un altro canale tipico di vendita. Sul fronte non alimentare il mercato rionale ha come prodotto tipico l'abbigliamento (che nel grafico è situato tra negozio tradizionale, dove raggiunge le quote maggiori, e mercato rionale, dove la quota è del 16%).

³⁸ Nella base di sondaggio non sono state considerate le mancate risposte.

³⁹ Essa rappresenta molto bene la struttura generale dei dati: i primi due fattori spiegano il 95% dell'inerzia (in particolare il 61% il primo e il 33% il secondo).

⁴⁰ Osservando il primo asse fattoriale rappresentato in ascissa.

⁴¹ Non hanno però la stessa diffusione nei negozi inseriti in un centro commerciale – come si direbbe dal grafico. In effetti l'esame dei coseni quadrati mostra che la rappresentazione del "centro commerciale" non è buona sul secondo asse. La sua vicinanza al "negozio tradizionale" è apparente, data la lontananza dei due punti sul terzo asse fattoriale (dove assumono anche coordinate di segno opposto).

Proiezioni di tipologie merceologiche e luoghi di acquisto sul piano principale di inerzia

<p>Elettrodomestici Arredamento Pane CentroComm. Negozio</p>	<p>Carne</p>	<p>Cura e igiene personale Minimercato Supermercato</p>	<p>Pasta, Biscotti Surgelati Prodotti in scatola Pulizia casa HardDiscount</p>
<p>Abbigliamento</p>		<p>Pesce</p>	
		<p>Frutta Verdura</p>	
		<p>Mercato</p>	

Un aspetto ulteriore riguardante il mercato rionale si può anche desumere da una domanda *ad hoc* del questionario, volta a quantificare l'acquisto presso le bancarelle dei coltivatori diretti.
La tabella che segue riepiloga a questo proposito il comportamento di chi si reca al mercato:

Comportamento di acquisto presso i coltivatori diretti

	Numero	%
Non risposto	18	8
Si, spesso	43	18
Si, saltuariamente	122	51
Mai	57	24
	240	100

Come si nota il comportamento è abbastanza diffuso.

5.2 Le ragioni di acquisto

Si esaminano ora le ragioni addotte per l'acquisto dei vari generi di consumo secondo le diverse tipologie distributive.

La voce, introdotta per il rapporto 2005, riguardante gli acquisti on line o con consegna a domicilio risulta per il momento ancora trascurabile.

Questa è l'unica sezione del questionario che presenta un tasso di non risposta veramente alto: si tratta di un comportamento già discusso e motivato negli ultimi rapporti.

Si pongono a questo proposito domande non facili⁴², per le quali il tasso di mancata risposta è forse uno degli elementi di maggiore qualificazione. Si presentano nel seguito i dati raccolti.

Ragioni proposte per i negozi tradizionali

	Negozio		Negozio		On line /	Non	
	Minimercato	tradizionale	centro comm.	Mercato	Domicilio	Risposto	Totale
Qualità	15	52	7	20	0	6	100
Vicinanza	40	36	7	9	0	9	100
Fiducia	17	55	7	12	0	9	100
Cortesia	16	52	8	12	0	13	100
Socializzazione	15	27	12	34	0	13	100

L'intervistato, cui era richiesto di scegliere per ogni motivazione una delle tipologie distributive proposte, può non aver risposto per incuria, per perplessità sull'argomento, per indecisione tra più canali distributivi o anche perché riteneva irrilevante la motivazione specifica richiesta nella scelta del canale distributivo⁴³.

Non potendo dirimere tra vari atteggiamenti di mancata risposta si ritiene tuttavia di includere le non risposte nell'analisi dei risultati, come appare nella seguente mappa.

Proiezioni di tipologie di negozio tradizionale e ragioni di acquisto sul piano principale di inerzia

<p>Socializzazione</p> <p>Mercato</p> <p style="text-align: center;">CentroComm.</p> <p style="text-align: center;">NonRisposta</p>	<p style="text-align: center;">Minimercato</p> <p style="text-align: center;">Vicinanza</p>
<p style="text-align: center;">Qualità</p>	<p>Cortesia</p> <p>Fiducia</p> <p>Negozio</p>

⁴² Introdotte forse anche in uno schema che lascia poca libertà espressiva.

⁴³ Nel caso ad esempio della "socializzazione", in cui si registra (insieme a cortesia) il maggior numero di mancate risposte può sembrare plausibile che alcuni non rispondano perché per loro la "socializzazione" non è rilevante nel momento dell'acquisto.

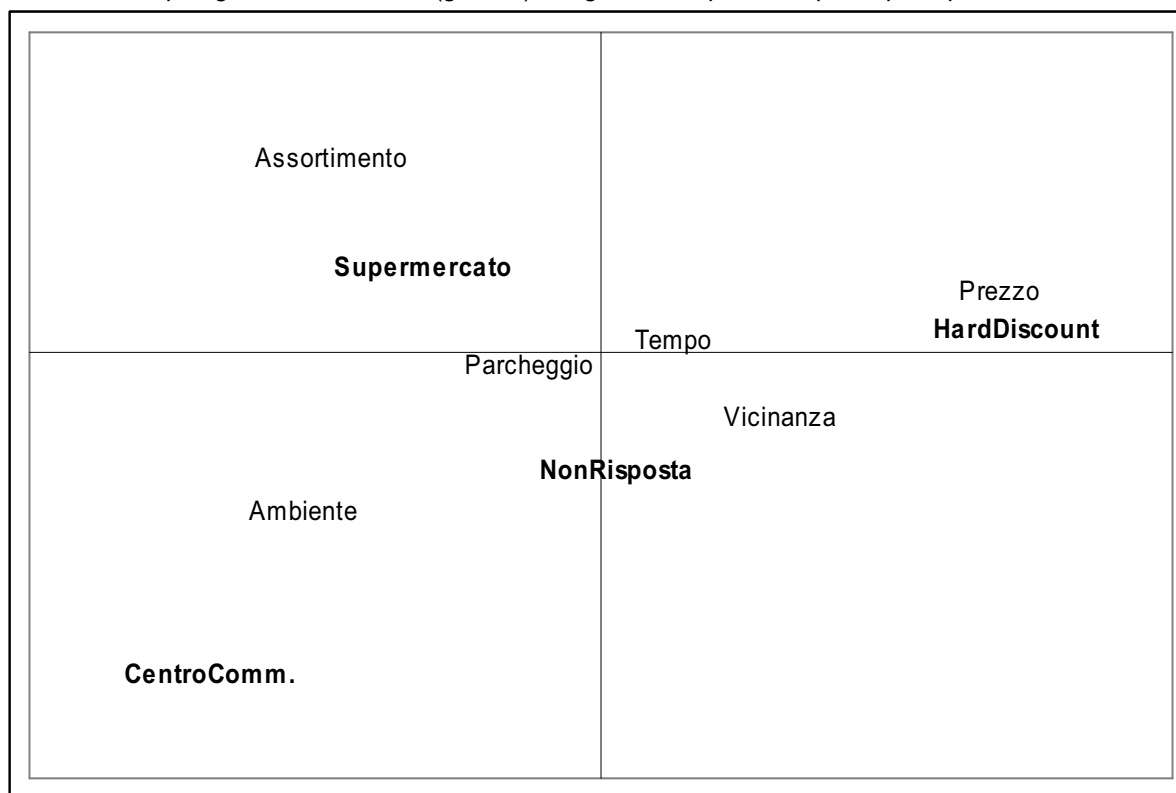
Data la dimensione ridotta della tabella di partenza la rappresentazione planare è quasi perfetta⁴⁴. Si evidenzia un interesse alla “vicinanza” maggiore che altrove nel caso del minimercato, una maggior propensione per chi ritiene importante la “fiducia” e la “qualità” a recarsi nel negozio tradizionale (in minor misura questo accade anche per la “cortesia”). Resta poi caratteristica con alta propensione alla non risposta “socializzazione”.

Analogamente si considerano le ragioni proposte per la grande distribuzione:

Ragioni proposte per la grande distribuzione

Grande Distribuzione	Hard Discount	Super mercato	Centro commerciale	On line / Domicilio	Non Risposto	Totale
Prezzo	40	34	2	0	23	100
Assortimento	13	63	4	0	20	100
Vicinanza	29	38	3	0	30	100
Tempo	25	44	3	0	28	100
Parcheggio	19	49	4	0	28	100
Ambiente	11	52	9	0	28	100

Proiezioni di tipologie di distribuzione (grande) e ragioni di acquisto sul piano principale di inerzia



La rappresentazione planare è nuovamente molto affidabile. Il grafico mostra come il “prezzo” sia importante soprattutto per l’hard discount, l’assortimento per il supermercato, l’ambiente per il centro commerciale. Alcune motivazioni gravitano nell’area del non risposto.

⁴⁴ Il primo asse fattoriale spiega il 84% dell’inerzia e il secondo il 13% (per un totale di 96%).

5.3 La Variazione delle abitudini di acquisto secondo l'inflazione percepita

La domanda sulla variazione delle abitudini di acquisto nell'ultimo anno è posta in diretta relazione a una prospettata variazione dei prezzi⁴⁵ che si ritiene sia stata percepita dal consumatore⁴⁶. Si vuole allora rilevare se tale percezione conduca ad un comportamento attivo orientato al contenimento della spesa. Si sono ottenuti i risultati riportati nella tabella che segue:

Variazioni delle abitudini di acquisto nell'ultimo anno (distribuzioni percentuali)

	Carne	Pesce	Frutta e verdura	Abbigliamento	Pasti fuori	Spettac.
Non Risposto	2	3	3	3	13	17
Continuato ad acquistare come prima	43	34	56	24	34	34
Limitato l'acquisto; non inferiore qualità	34	38	16	38	33	33
Scelto prodotti inferiori	8	8	15	17	6	5
Limitato l'acquisto e inferiore qualità	6	8	7	14	10	8
Cambiato tipo di prodotto	8	8	3	4	5	4
	100	100	100	100	100	100

Come si nota dalla tabella la limitazione dell'acquisto si presenta per tutti i generi indagati con percentuali piuttosto elevate (25-45%). Una frenata particolarmente brusca, che intacca anche il livello qualitativo, è stata dichiarata per l'abbigliamento e i pasti fuori casa.

5.4 Rilevazione di particolari comportamenti di consumo

Si dedica questa ultima sezione allo studio di comportamenti di consumo che possono essere oggetto di un interesse particolare.

5.4.1 Il consumo in trattoria o al ristorante

I pasti fuori casa sembrano interessare il 40 - 45% delle famiglie, di cui il 60% circa si orienta su una periodicità mensile.

Frequenza alla trattoria o al ristorante

	Numero	(%)
Settimanale	16	7
Quindicinale	23	10
Mensile	63	26
Raramente, mai	138	58
	240	100

5.4.2 Il consumo di prodotti del commercio equo e solidale

L'indagine prende quindi in considerazione i prodotti del commercio equo e solidale. Il loro consumo tra le famiglie campione è indicato nella tabella che segue:

⁴⁵ E dunque rischia di presentarsi caricata, favorendo probabilmente la denuncia di comportamenti riduttivi cui si chiede di porre particolare attenzione (di ciò è facile rendersi conto anche scorrendo le possibili risposte).

⁴⁶ E' noto il dibattito, che peraltro esula dal contesto di questo studio, sulla opportunità di una quantificazione utile e comprensibile del tasso di inflazione e su come questa possa discordare dall'inflazione percepita dai consumatori.

Consumo di prodotti del commercio equo e solidale

	Numero	(%)
Non Risposto	5	2
No	188	78
Qualche volta	47	20
Spesso	0	0
	240	100

Come si vede circa il 20% degli intervistati fa un uso saltuario di questi prodotti. Questa tipologia di consumo nel 2004 e 2005 interessava più del 30% delle famiglie.

5.4.3 Il consumo di prodotti biologici

L'uso dei prodotti biologici è relativamente più diffuso di quello del commercio equo e solidale, come si vede dalla tabella che segue:

Consumo di prodotti biologici

	Numero	(%)
Mai o quasi mai	145	60
Saltuariamente	87	36
Abitualmente	8	3
	240	100

La percentuale di famiglie consumatrici, saltuaria o abituale, è intorno al 40%, poco inferiore ai riscontri del 2005. E' consueto che tali famiglie si orientino su una quota abbastanza piccola della spesa alimentare; i generi sono vari: i più citati sono frutta e verdura e, in misura minore, marmellate, uova, pasta.

Nel 2006 si è anche indagata la conoscenza del marchio *ECOLABEL* che risulta noto al 13-14% degli intervistati.

5.4.4 Gli acquisti con pagamento rateale

Questa modalità di consumo riguarda una minoranza della popolazione, che tuttavia non ha proporzioni piccolissime, come si vede dalla tabella seguente:

Acquisti con pagamento rateale

	Numero	(%)
Non Risposto	3	1
No	206	86
Saltuariamente	29	12
Frequentemente	2	1
	240	100

È una forma di pagamento che in Italia si sta diffondendo anche grazie all'uso delle carte revolving, o alla cessione del quinto dello stipendio o della pensione, di cui nel 2006 si attende ancora la completa definizione normativa. L'ordine di grandezza del fenomeno è intorno al 13%, con un uso quasi sempre saltuario e una lieve tendenza al ridimensionamento rispetto al 2005 (che dovrà essere verificata nel tempo). L'uso di questa forma di pagamento è ripartita, secondo le dichiarazioni campionarie di chi ne fa

uso, in una quota decisamente maggioritaria e in crescita rispetto al 2005 che se ne serve per realizzare acquisti viceversa non fattibili, mentre una quota molto più piccola trova il meccanismo conveniente. I generi maggiormente acquistati a rate sono auto (o moto), elettrodomestici, mobili, computer, televisore.

5.4.5 Gli acquisti di beni on line

Rappresenta per ora una modalità di acquisto non molto diffusa e, secondo le risultanze campionarie in contrazione rispetto al 2005. La tabella che segue mostra la distribuzione delle risposte ricevute:

Acquisti di beni on line

	Numero	(%)
Non Risposto	3	1
No	215	90
Saltuariamente	21	9
Frequentemente	1	0
	240	100

Il 9% delle famiglie del campione in cui si riscontra l'uso, quasi sempre saltuario, di questa forma di acquisto riferisce di utilizzarlo per rifornirsi di biglietti aerei, libri, ricariche telefoniche, oggetti tecnologici (più volte citato l'acquisto di una macchina fotografica digitale).

5.5 Una considerazione conclusiva sulla capacità di risparmio

Nel 2006 per la prima volta si sono inserite nel questionario due domande relative alla capacità di risparmio delle famiglie. La tabella che segue mostra la distribuzione delle risposte ricevute:

Utilizzo del reddito familiare

	Numero	(%)
Speso completamente	135	56
In parte risparmiato - non spec la %	12	5
In parte risparmiato – meno del 10%	3	1
In parte risparmiato – da 10% a 15%	47	20
In parte risparmiato – da 20% a 25%	30	13
In parte risparmiato – oltre 25%	13	5
	240	100

Sono più del 55% le famiglie campione che nel 2006 non hanno risparmiato; tra le altre, che dichiarano una percentuale di risparmio, più di metà registrano un risparmio inferiore al 15% del reddito familiare.

Bibliografia

- ISTAT, I Consumi delle famiglie (anno 2004), 2006. (Il testo è disponibile sul sito www.istat.it).
- ISTAT, I Consumi delle famiglie. Statistiche in breve (anno 2006), 2007. (Il testo è disponibile sul sito www.istat.it).
- ISTAT, Le nuove stime dei consumi finali delle famiglie, Metodi e norme, n.7, 2000.
- L. Lebart, A. Morineau, M. Piron, Statistique exploratoire multidimensionnelle, Dunod, 2000.
- R. Marvulli – Alcune riflessioni su output dell'analisi fattoriale delle corrispondenze, Celid 2002.
- Regione Piemonte, Osservatorio Regionale del Commercio, Unioncamere Piemonte, La spesa delle famiglie piemontesi (anno 2006), 2007 (Il testo è disponibile sul sito www.pie.camcom.it).

INDICE DELLE TABELLE

- Tabella 1.1 - Tipologia e dimensione familiare
- Tabella 1.2 - Età della persona di riferimento e dimensione familiare
- Tabella 1.3 a - Età, posizione e condizione professionale della persona di riferimento a)Occupati
- Tabella 1.3 b - Età, posizione e condizione professionale della persona di riferimento b)Non occupati
- Tabella 1.4 - Età e titolo di studio della persona di riferimento
- Tabella 1.5 - Tipologia e fascia di reddito familiare
- Tabella 1.6 - Dimensione familiare e fascia di reddito
- Tabella 1.7 - Età della persona di riferimento e fascia di reddito
- Tabella 1.8 - Tipologia familiare e percettori di reddito
- Tabella 1.9 - Dimensione familiare e percettori di reddito
- Tabella 1.10 - Età della persona di riferimento e percettori di reddito
- Tabella 1.11 - Tipologia familiare e classe demografica
- Tabella 1.12 - Dimensione familiare e classe demografica
- Tabella 1.13 - Età della persona di riferimento e classe demografica
- Tabella 1.14 - Sesso e età dei componenti delle famiglie
- Tabella 1.15 - Età e titolo di studio dei componenti delle famiglie
- Tabella 2.1 - Consumi medi mensili per dimensione della famiglia
- Tabella 2.2 - Consumi medi mensili per tipologia della famiglia
- Tabella 2.3 - Consumi medi mensili per età della persona di riferimento
- Tabella 2.4 a - Consumi medi mensili per posizione e condizione professionale della persona di riferimento.a) Occupati
- Tabella 2.4 b - Consumi medi mensili per posizione e condizione professionale della persona di riferimento.b) Non Occupati
- Tabella 2.5 - Consumi medi mensili per titolo di studio della persona di riferimento
- Tabella 2.6 - Consumi medi mensili per fascia di reddito familiare
- Tabella 2.7 - Consumi medi mensili per numero di percettori di reddito familiare
- Tabella 2.8 - Consumi medi mensili per classi demografiche (basate su raggruppamenti di età, tipologia e dimensione familiare)
- Tabella 2.9 - Consumi medi mensili per gruppo

- Tabella 2.10 - Consumi medi mensili per frequenza al ristorante
- Tabella 2.11 - Consumi medi alimentari mensili per acquisto prodotti "equo e solidale"
- Tabella 2.12 - Consumi medi alimentari mensili per quota di consumo alimentare biologico
- Tabella 2.13 - Consumi medi alimentari mensili per quota di consumo alimentare biologico
- Tabella 2.14 - Consumi medi alimentari mensili per acquisti con pagamento rateale
- Tabella 2.15 - Consumi medi mensili per motivazione acquisti rateali
- Tabella 2.16 - Consumi medi mensili per acquisti tramite internet
- Tabella 3.1 - Possesso di alcuni beni e dimensione familiare
- Tabella 3.2 - Possesso di alcuni beni e età del capofamiglia
- Tabella 3.3 - Possesso di alcuni beni e tipo di famiglia

Tabella 1.1 - Tipologia e dimensione familiare

Tipo di famiglia	Dimensione familiare				Totale
	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4	
Persona sola	95				95
Coppia senza figli		46	1		47
Coppia con figli			30	32	62
Fam. Monoparentale		16	6		22
Altro		7	7		14
Totale	95	69	44	32	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom/Confesercenti

Tabella 1.2 - Età della persona di riferimento e dimensione familiare

Classe di età	Dimensione familiare				Totale
	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4	
fino a 25	3		1		4
26 - 40	9	14	11	6	40
41 - 65	49	47	28	26	150
oltre 65	34	8	4		46
Totale	95	69	44	32	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.3 a - Et , posizione e condizione professionale della persona di riferimento a)Occupati

Classe di et�	Posizione nella professione						Totale
	Non occupato	Dirigente o quadro	Impiegato	Operaio	Lib. prof.	In proprio	
fino a 25	4						4
26 - 40	1	1	9	12	2	13	40
41 - 65	47	7	16	23	14	31	150
oltre 65	45						46
Totale	97	8	25	35	16	44	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.3 b - Et , posizione e condizione professionale della persona di riferimento b)Non occupati

Classe di et�	Condizione professionale				Totale
	Occupato	Casalinga	Pensionato	Altro non occupato	
fino a 25				4	4
26 - 40	39	1			40
41 - 65	103	6	36	5	150
oltre 65	1		45		46
Totale	143	7	81	9	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.4 - Et  e titolo di studio della persona di riferimento

Classe di et�	Istruzione						Totale
	Nessun titolo	Licenza elementare	Licenza media inf.	Licenza media sup.	Diploma universitario	Laurea	
fino a 25				2	2		4
26 - 40			11	27		2	40
41 - 65	1	4	45	88	3	9	150
oltre 65		22	18	4		2	46
Totale	1	26	74	121	5	13	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.5 - Tipologia e fascia di reddito familiare

Tipo di famiglia	Classe di reddito					Totale
	Reddito A	Reddito B	Reddito C	Reddito D	Reddito E	
Persona sola	21	61	12		1	95
Coppia senza figli		19	17	10	1	47
Coppia con figli	1	20	22	13	6	62
Fam. Monoparentale		14	7	1		22
Altro		7	6	1		14
Totale	22	121	64	25	8	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.6 - Dimensione familiare e fascia di reddito

Dimensione familiare	Classe di reddito					Totale
	Reddito A	Reddito B	Reddito C	Reddito D	Reddito E	
Dimensione 1	21	61	12		1	95
Dimensione 2		35	22	11	1	69
Dimensione 3		13	19	8	4	44
Dimensione 4	1	12	11	6	2	32
Totale	22	121	64	25	8	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.7 - Et  della persona di riferimento e fascia di reddito

Classe di et�	Classe di reddito					Totale
	Reddito A	Reddito B	Reddito C	Reddito D	Reddito E	
fino a 25	3	1				4
26 - 40	2	19	11	8		40
41 - 65	9	70	46	17	8	150
oltre 65	8	31	7			46
Totale	22	121	64	25	8	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.8 - Tipologia familiare e percettori di reddito

Tipo di famiglia	Numero di percettori di reddito			Totale
	1 percettore	2 percettori	3 o più percettori	
Persona sola	95			95
Coppia senza figli	17	30		47
Coppia con figli	24	36	2	62
Fam. Monoparentale	16	5	1	22
Altro	2	10	2	14
Totale	154	81	5	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.9 - Dimensione familiare e percettori di reddito

Dimensione familiare	Numero di percettori di reddito			Totale
	1 percettore	2 percettori	3 o più percettori	
Dimensione 1	95			95
Dimensione 2	29	40		69
Dimensione 3	13	26	5	44
Dimensione 4	17	15		32
Totale	154	81	5	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.10 - Età della persona di riferimento e percettori di reddito

Classe di età	Numero di percettori di reddito			Totale
	1 percettore	2 percettori	3 o più percettori	
fino a 25	4			4
26 - 40	23	17		40
41 - 65	90	58	2	150
oltre 65	37	6	3	46
Totale	154	81	5	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.11 - Tipologia familiare e classe demografica

Tipo di famiglia	Classe demografica										Totale
	Classe 1	Classe 2	Classe 3	Classe 4	Classe 5	Classe 6	Classe 7	Classe 8	Classe 9	Classe 10	
Persona sola	8	24	27	36							95
Coppia senza figli					21	26					47
Coppia con figli							30	32			62
Fam. Monoparentale									22		22
Altro										14	14
Totale	8	24	27	36	21	26	30	32	22	14	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.12 - Dimensione familiare e classe demografica

Dimensione familiare	asse demografica										Totale
	Classe 1	Classe 2	Classe 3	Classe 4	Classe 5	Classe 6	Classe 7	Classe 8	Classe 9	Classe 10	
Dimensione 1	8	24	27	36							95
Dimensione 2					21	25			16	7	69
Dimensione 3						1	30		6	7	44
Dimensione 4								32			32
Totale	8	24	27	36	21	26	30	32	22	14	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.13 - Et  della persona di riferimento e classe demografica

Classe di et�	Classe demografica										Totale
	Classe 1	Classe 2	Classe 3	Classe 4	Classe 5	Classe 6	Classe 7	Classe 8	Classe 9	Classe 10	
fino a 25	3									1	4
26 - 40	5	4			10		9	6	5	1	40
41 - 65		20	27	2	11	23	21	26	14	6	150
oltre 65				34		3			3	6	46
Totale	8	24	27	36	21	26	30	32	22	14	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.14 - Sesso e età dei componenti delle famiglie

Sesso	fino a 25	26 - 40	41 - 65	oltre 65	Totale
Maschio	59	28	104	12	204
Femmina	59	47	137	44	287
Totale	119	75	242	56	493

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.15 - Et  e titolo di studio dei componenti delle famiglie

Classe di et�	Istruzione						Totale
	Nessun titolo	Licenza elementare	Licenza media inf.	Licenza media sup.	Diploma universitario	Laurea	
fino a 25	42	23	27	20	6	1	119
26 - 40			22	44	5	4	75
41 - 65	1	7	84	127	5	18	242
oltre 65		26	23	5		2	56
Totale	44	56	156	196	16	25	493

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 2.1 - Consumi medi mensili per dimensione della famiglia

Dati	Dimensione familiare				Totale
	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4	
CONSUMI ALIMENTARI	229	316	385	388	304
Pane e cereali	35	46	63	67	48
Carni e salumi	62	74	98	91	76
Pesce	10	13	29	14	15
Olio e grassi	7	8	12	10	8
Latte e formaggi	31	49	54	60	44
Legumi e ortaggi	25	32	39	44	32
Frutta	17	25	20	20	20
Dolciumi e drogheria	32	43	42	48	39
Bevande	12	26	27	36	22
- alcoliche	4	12	10	16	9
- analcoliche	7	14	17	19	13
CONSUMI NON ALIMENTARI	1534	2245	2534	2527	2054
Tabacco	7	12	13	30	13
Vestiario, calzature (di cui):	65	95	121	104	89
- Abbigliamento	47	74	98	76	68
- Calzature	18	21	24	28	21

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4	Totale
Abitazione (di cui):	609	773	789	733	706
- Affitto e subaffitto	123	105	117	158	121
- Valore locativo	424	599	559	511	511
- Spese condominio	41	42	80	40	48
- Imposta rifiuti	14	14	25	17	16
- Assicurazione casa	7	12	8	7	9
Combustibili, energia elettrica (di cui):	138	159	177	196	159
- Energia elettrica	25	33	39	48	33
- Acqua	6	9	14	12	9
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	37	50	39	68	45
- Riscald. centralizzato	71	68	85	68	72
Mobili, arredamenti, appar. e	169	246	207	152	196
- Mobili e arredamenti	65	68	41	11	54
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	14	9	10	7	11
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	30	46	47	71	43
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	27	74	41	13	41
- Servizi domestici	23	43	52	36	36
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	9	7	15	14	10
Servizi sanitari, salute	61	97	116	118	89
- Onorari medici, analisi, ecc.	30	39	69	58	43
- Medicinali, tickets, etc.	18	37	25	40	28
- Occhiali, protesi, ecc.	13	21	22	20	18

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4	Totale
Trasporti e comunicazioni (di cui):	171	361	468	520	327
- Auto, moto (acquisto) - VOCE NON TOTALIZZATA	89	1	185	288	108
- Assicurazione e bolli	30	94	111	117	75
- Benzina, gasolio, ecc.	46	116	151	167	102
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	14	29	23	39	23
- Telefono (acquisto, bolletta)	55	86	104	113	81
- Accessori auto, pneum. ecc.	20	23	55	51	32
- Spese postali e telefoniche	2	10	12	22	9
- Altri consumi per trasporti	3	3	11	10	6
Istruzione	3	9	80	79	29
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	2	6	69	55	23
- Libri scolastici	1	3	11	23	6
Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)	97	145	145	223	136
- Giornali e libri non scolastici	22	21	26	37	24
- Articoli sportivi e per il tempo libero	23	45	33	68	37
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	23	30	28	51	30
- Altre voci tempo libero	0	0	0	0	0
Altri beni e servizi (di cui):	214	347	419	374	311
- Cura e igiene personale	41	35	67	50	45
- Assicurazione vita, gestione finanziaria	40	71	86	71	61
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	79	169	172	159	133
- Pasti fuori casa	28	46	39	61	39
- Cancelleria	3	3	3	11	4
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	7	9	8	15	9
- Altre voci	15	16	43	6	19
TOTALE CONSUMI FAMILIARI	1763	2561	2919	2916	2358
Numero di famiglie	95	69	44	32	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 2.2 - Consumi medi mensili per tipologia della famiglia

Dati	Tipo di famiglia					Totale
	Persona sola	Coppia senza figli	Coppia con figli	Fam. Monoparentale	Altro	
CONSUMI ALIMENTARI	229	313	395	332	333	304
Pane e cereali	35	42	66	61	45	48
Carni e salumi	62	69	98	89	79	76
Pesce	10	12	23	16	19	15
Olio e grassi	7	9	12	5	8	8
Latte e formaggi	31	47	58	53	48	44
Legumi e ortaggi	25	33	42	28	41	32
Frutta	17	28	20	18	19	20
Dolciumi e drogheria	32	43	44	41	53	39
Bevande	12	30	31	22	20	22
- alcoliche	4	16	13	6	7	9
- analcoliche	7	14	19	16	13	13
CONSUMI NON ALIMENTARI	1534	2436	2699	1937	1632	2054
Tabacco	7	9	23	6	26	13
Vestiario, calzature (di cui):	65	106	124	89	41	89
- Abbigliamento	47	85	94	71	29	68
- Calzature	18	22	30	18	12	21

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Persona sola	Coppia senza figli	Coppia con figli	Fam. Monoparentale	Altro	Totale
Abitazione (di cui):	609	827	788	749	517	706
- Affitto e subaffitto	123	75	124	117	262	121
- Valore locativo	424	675	565	575	210	511
- Spese condominio	41	46	68	40	31	48
- Imposta rifiuti	14	15	23	14	12	16
- Assicurazione casa	7	18	8	3	3	9
Combustibili, energia elettrica (di cui):	138	164	192	151	155	159
- Energia elettrica	25	35	45	30	30	33
- Acqua	6	11	13	8	8	9
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	37	50	58	30	52	45
- Riscald. centralizzato	71	68	75	83	66	72
Mobili, arredamenti, appar. e	169	269	201	138	200	196
- Mobili e arredamenti	65	52	34	57	76	54
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	14	10	8	8	7	11
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	30	44	62	49	37	43
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	27	104	29	6	36	41
- Servizi domestici	23	54	52	7	39	36
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	9	5	16	11	5	10
Servizi sanitari, salute	61	119	118	51	108	89
- Onorari medici, analisi, ecc.	30	48	63	25	62	43
- Medicinali, tickets, etc.	18	49	31	19	21	28
- Occhiali, protesi, ecc.	13	22	24	7	25	18

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Persona sola	Coppia senza figli	Coppia con figli	Fam. Monoparentale	Altro	Totale
Trasporti e comunicazioni (di cui):	171	378	532	343	272	327
- Auto, moto (acquisto) - VOCE NON TOTALIZZATA	89	2	272	22	0	108
- Assicurazione e bolli	30	104	122	93	46	75
- Benzina, gasolio, ecc.	46	124	167	114	91	102
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	14	32	34	19	15	23
- Telefono (acquisto, bolletta)	55	80	117	85	90	81
- Accessori auto, pneum. ecc.	20	25	61	22	12	32
- Spese postali e telefoniche	2	8	19	7	13	9
- Altri consumi per trasporti	3	4	11	4	5	6
Istruzione	3	1	91	45	0	29
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	2	1	74	31	0	23
- Libri scolastici	1	0	18	14	0	6
Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)	97	156	195	109	120	136
- Giornali e libri non scolastici	22	24	32	17	17	24
- Articoli sportivi e per il tempo libero	23	47	54	41	23	37
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	23	30	43	3	55	30
- Altre voci tempo libero	0	0	0	0	0	0
Altri beni e servizi (di cui):	214	406	434	255	192	311
- Cura e igiene personale	41	35	64	33	44	45
- Assicurazione vita, gestione finanziaria	40	69	80	64	94	61
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	79	221	188	100	7	133
- Pasti fuori casa	28	49	53	47	14	39
- Cancelleria	3	3	7	3	0	4
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	7	10	13	4	5	9
- Altre voci	15	19	29	5	27	19
TOTALE CONSUMI FAMILIARI	1763	2749	3093	2270	1965	2358
Numero di famiglie	95	47	62	22	14	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 2.3 - Consumi medi mensili per età della persona di riferimento

Dati	Classe di età				Totale
	fino a 25	26 - 40	41 - 65	oltre 65	
CONSUMI ALIMENTARI	200	266	336	242	304
Pane e cereali	25	48	53	32	48
Carni e salumi	66	49	86	68	76
Pesce	5	14	16	11	15
Olio e grassi	2	7	9	9	8
Latte e formaggi	21	43	49	32	44
Legumi e ortaggi	25	30	34	27	32
Frutta	10	13	22	22	20
Dolciumi e drogheria	28	40	42	30	39
Bevande	18	22	25	11	22
- alcoliche	16	10	10	4	9
- analcoliche	2	12	15	7	13
CONSUMI NON ALIMENTARI	995	2034	2346	1214	2054
Tabacco	0	15	15	5	13
Vestiario, calzature (di cui):	39	106	105	27	89
- Abbigliamento	20	77	81	21	68
- Calzature	19	30	24	7	21

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	fino a 25	26 - 40	41 - 65	oltre 65	Totale
Abitazione (di cui):	404	662	766	572	706
- Affitto e subaffitto	100	128	111	151	121
- Valore locativo	275	480	570	364	511
- Spese condominio	17	38	54	42	48
- Imposta rifiuti	11	13	18	15	16
- Assicurazione casa	0	3	13	1	9
Combustibili, energia elettrica (di cui):	137	144	174	124	159
- Energia elettrica	42	34	35	24	33
- Acqua	6	10	10	5	9
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	41	42	51	29	45
- Riscald. centralizzato	48	58	78	66	72
Mobili, arredamenti, appar. e	18	233	221	95	196
- Mobili e arredamenti	0	41	75	4	54
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	3	9	14	3	11
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	15	32	52	25	43
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	0	125	25	26	41
- Servizi domestici	0	21	42	30	36
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	0	5	13	6	10
Servizi sanitari, salute	23	63	100	80	89
- Onorari medici, analisi, ecc.	8	35	50	34	43
- Medicinali, tickets, etc.	2	19	30	30	28
- Occhiali, protesi, ecc.	13	9	21	16	18

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	fino a 25	26 - 40	41 - 65	oltre 65	Totale
Trasporti e comunicazioni (di cui):	129	336	392	124	327
- Auto, moto (acquisto) - VOCE NON TOTALIZZATA	0	309	90	0	108
- Assicurazione e bolli	23	102	86	21	75
- Benzina, gasolio, ecc.	42	117	122	26	102
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	21	8	31	13	23
- Telefono (acquisto, bolletta)	43	89	90	46	81
- Accessori auto, pneum. ecc.	0	5	44	15	32
- Spese postali e telefoniche	0	11	11	0	9
- Altri consumi per trasporti	0	4	7	2	6
Istruzione	73	16	40	0	29
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	53	12	32	0	23
- Libri scolastici	20	4	8	0	6
Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)	81	139	163	51	136
- Giornali e libri non scolastici	17	19	29	14	24
- Articoli sportivi e per il tempo libero	37	36	44	16	37
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	10	31	37	6	30
- Altre voci tempo libero	0	0	0	0	0
Altri beni e servizi (di cui):	93	320	368	136	311
- Cura e igiene personale	63	47	49	32	45
- Assicurazione vita, gestione finanziaria	2	73	72	20	61
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	0	137	163	42	133
- Pasti fuori casa	25	48	46	13	39
- Cancelleria	0	4	5	2	4
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	2	9	11	3	9
- Altre voci	1	2	23	23	19
TOTALE CONSUMI FAMILIARI	1194	2300	2681	1456	2358
Numero di famiglie	4	40	150	46	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 2.4 a - Consumi medi mensili per posizione e condizione professionale della persona di riferimento.a) Occupati

Dati	Posizione nella professione						Totale
	Non occupato	Dirigente o quadro	Impiegato	Operaio	Lib. prof.	In proprio	
CONSUMI ALIMENTARI	257	311	328	310	387	364	304
Pane e cereali	37	57	54	52	57	59	48
Carni e salumi	65	69	86	74	80	100	76
Pesce	11	34	16	14	24	17	15
Olio e grassi	8	4	6	9	10	10	8
Latte e formaggi	38	44	49	49	51	49	44
Legumi e ortaggi	27	31	38	34	37	36	32
Frutta	20	24	20	13	20	26	20
Dolciumi e drogheria	34	28	41	38	79	38	39
Bevande	17	20	18	28	30	29	22
- alcoliche	7	4	9	14	7	13	9
- analcoliche	10	16	8	14	23	16	13
CONSUMI NON ALIMENTARI	1421	2965	2372	1906	3451	2770	2054
Tabacco	8	2	12	27	14	17	13
Vestiario, calzature (di cui):	48	161	140	88	121	133	89
- Abbigliamento	38	139	106	65	92	99	68
- Calzature	10	22	34	24	29	34	21

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Non occupato	Dirigente o quadro	Impiegato	Operaio	Lib. prof.	In proprio	Totale
Abitazione (di cui):	606	994	708	564	1005	903	706
- Affitto e subaffitto	105	71	110	205	123	95	121
- Valore locativo	438	831	530	301	776	702	511
- Spese condominio	39	63	46	37	59	77	48
- Imposta rifiuti	14	19	14	21	18	21	16
- Assicurazione casa	11	10	8	1	29	7	9
Combustibili, energia elettrica (di cui):	135	174	179	153	201	195	159
- Energia elettrica	26	40	46	30	37	43	33
- Acqua	7	10	8	10	10	13	9
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	41	47	39	53	56	52	45
- Riscald. centralizzato	61	79	85	60	98	88	72
Mobili, arredamenti, appar. e	125	271	186	237	527	217	196
- Mobili e arredamenti	34	0	8	117	130	67	54
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	4	36	9	24	16	11	11
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	36	78	30	56	28	53	43
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	23	56	88	29	183	21	41
- Servizi domestici	22	88	30	3	156	53	36
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	6	12	21	8	15	12	10
Servizi sanitari, salute	78	177	100	73	102	102	89
- Onorari medici, analisi, ecc.	38	33	59	29	55	64	43
- Medicinali, tickets, etc.	24	137	23	24	30	23	28
- Occhiali, protesi, ecc.	17	6	18	20	18	15	18

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Non occupato	Dirigente o quadro	Impiegato	Operaio	Lib. prof.	In proprio	Totale
Trasporti e comunicazioni (di cui):	168	495	492	358	517	469	327
- Auto, moto (acquisto) - VOCE NON TOTALI:	3	0	308	22	458	168	108
- Assicurazione e bolli	34	140	103	77	119	116	75
- Benzina, gasolio, ecc.	45	124	140	108	155	178	102
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	17	35	48	27	29	21	23
- Telefono (acquisto, bolletta)	54	83	91	82	140	110	81
- Accessori auto, pneum. ecc.	12	92	83	41	55	26	32
- Spese postali e telefoniche	4	2	13	19	7	13	9
- Altri consumi per trasporti	2	19	15	2	12	6	6
Istruzione	5	56	25	40	104	51	29
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	3	48	11	25	100	44	23
- Libri scolastici	1	8	14	15	4	7	6
Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)	84	196	129	144	239	173	136
- Giornali e libri non scolastici	17	32	30	28	17	32	24
- Articoli sportivi e per il tempo libero	31	73	16	45	37	50	37
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ec	12	11	18	28	93	42	30
- Altre voci tempo libero	0	0	0	0	0	0	0
Altri beni e servizi (di cui):	164	439	400	221	620	510	311
- Cura e igiene personale	37	57	55	33	62	60	45
- Assicurazione vita, gestione finanziaria	32	77	41	23	199	112	61
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	54	199	223	114	192	228	133
- Pasti fuori casa	18	64	52	28	68	71	39
- Cancelleria	2	8	6	3	4	4	4
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	4	24	11	17	11	10	9
- Altre voci	17	10	12	3	85	24	19
TOTALE CONSUMI FAMILIARI	1678	3276	2700	2216	3838	3134	2358
Numero di famiglie	97	8	25	35	16	44	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 2.4 b - Consumi medi mensili per posizione e condizione professionale della persona di riferimento.b) Non Occupati

Dati	Condizione professionale				Totale
	Occupato	Casalinga	Pensionato	Altro non occupato	
CONSUMI ALIMENTARI	336	290	255	244	304
Pane e cereali	55	36	38	28	48
Carni e salumi	84	65	65	62	76
Pesce	17	9	11	12	15
Olio e grassi	8	6	9	2	8
Latte e formaggi	48	51	38	28	44
Legumi e ortaggi	35	40	26	23	32
Frutta	20	28	20	14	20
Dolciumi e drogheria	42	33	34	35	39
Bevande	25	21	14	39	22
- alcoliche	11	4	5	28	9
- analcoliche	14	17	10	11	13
CONSUMI NON ALIMENTARI	2484	1760	1378	1549	2054
Tabacco	16	12	8	0	13
Vestiario, calzature (di cui):	118	88	45	40	89
- Abbigliamento	88	70	36	31	68
- Calzature	29	18	9	9	21

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Occupato	Casalinga	Pensionato	Altro non occupato	Totale
Abitazione (di cui):	773	682	604	566	706
- Affitto e subaffitto	133	113	110	44	121
- Valore locativo	560	518	435	406	511
- Spese condominio	55	33	41	27	48
- Imposta rifiuti	18	16	14	11	16
- Assicurazione casa	8	3	4	78	9
Combustibili, energia elettrica (di cui):	175	163	135	122	159
- Energia elettrica	37	29	26	28	33
- Acqua	10	12	7	7	9
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	48	69	40	33	45
- Riscald. centralizzato	80	52	63	54	72
Mobili, arredamenti, appar. e	244	42	135	96	196
- Mobili e arredamenti	69	0	33	62	54
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	15	6	4	8	11
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	48	29	39	15	43
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	54	0	27	0	41
- Servizi domestici	45	0	26	0	36
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	13	7	5	12	10
Servizi sanitari, salute	96	121	78	45	89
- Onorari medici, analisi, ecc.	47	58	37	28	43
- Medicinali, tickets, etc.	30	18	27	1	28
- Occhiali, protesi, ecc.	18	44	15	16	18

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Occupato	Casalunga	Pensionato	Altro non occupato	Totale
Trasporti e comunicazioni (di cui):	434	316	151	209	327
- Auto, moto (acquisto) - VOCE NON TOTALIZZATA	179	0	3	3	108
- Assicurazione e bolli	102	82	30	35	75
- Benzina, gasolio, ecc.	140	128	34	75	102
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	28	33	15	14	23
- Telefono (acquisto, bolletta)	99	59	53	59	81
- Accessori auto, pneum. ecc.	45	9	12	9	32
- Spese postali e telefoniche	12	0	3	17	9
- Altri consumi per trasporti	8	5	2	1	6
Istruzione	46	5	2	33	29
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	36	2	1	24	23
- Libri scolastici	10	3	0	9	6
Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)	172	105	75	151	136
- Giornali e libri non scolastici	29	28	14	34	24
- Articoli sportivi e per il tempo libero	42	58	26	51	37
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	41	0	12	27	30
- Altre voci tempo libero	0	0	0	0	0
Altri beni e servizi (di cui):	410	226	145	287	311
- Cura e igiene personale	51	26	35	70	45
- Assicurazione vita, gestione finanziaria	81	56	24	86	61
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	186	107	46	84	133
- Pasti fuori casa	54	29	15	36	39
- Cancelleria	5	2	2	3	4
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	13	2	4	4	9
- Altre voci	21	5	19	3	19
TOTALE CONSUMI FAMILIARI	2819	2050	1633	1794	2358
Numero di famiglie	143	7	81	9	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 2.5 - Consumi medi mensili per titolo di studio della persona di riferimento

Dati	Istruzione						Totale
	Nessun titolo	Licenza element.	Licenza media inf.	Licenza media sup.	Diploma universitario	Laurea	
CONSUMI ALIMENTARI	471	267	261	334	194	366	304
Pane e cereali	83	34	39	57	30	45	48
Carni e salumi	113	78	62	83	51	96	76
Pesce	18	9	13	18	9	8	15
Olio e grassi	11	14	7	9	1	8	8
Latte e formaggi	75	37	44	46	24	43	44
Legumi e ortaggi	46	32	27	35	17	37	32
Frutta	42	22	16	21	9	31	20
Dolciumi e drogheria	58	31	33	42	29	69	39
Bevande	24	13	21	24	22	29	22
- alcoliche	3	3	9	10	8	12	9
- analcoliche	21	10	11	13	14	17	13
CONSUMI NON ALIMENTARI	3581	1094	1694	2365	2196	2962	2054
Tabacco	166	12	14	11	1	9	13
Vestiaro, calzature (di cui):	98	33	65	108	97	162	89
- Abbigliamento	78	26	50	83	66	112	68
- Calzature	20	7	15	25	31	50	21

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Nessun titolo	Licenza element.	Licenza media inf.	Licenza media sup.	Diploma universitario	Laurea	Totale
Abitazione (di cui):	448	471	581	797	669	1077	706
- Affitto e subaffitto	414	204	116	100	14	205	121
- Valore locativo	0	222	412	609	583	745	511
- Spese condominio	22	34	31	59	49	82	48
- Imposta rifiuti	12	12	17	17	15	19	16
- Assicurazione casa	0	0	5	11	8	26	9
Combustibili, energia elettrica (di cui):	168	114	148	171	135	203	159
- Energia elettrica	45	23	28	37	19	47	33
- Acqua	10	4	9	10	9	6	9
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	24	32	53	43	14	55	45
- Riscald. centralizzato	89	55	58	81	94	96	72
Mobili, arredamenti, appar. e	458	120	204	200	209	230	196
- Mobili e arredamenti	53	4	99	36	66	69	54
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	69	5	12	9	2	30	11
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	137	33	43	47	15	28	43
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	113	40	28	54	0	17	41
- Servizi domestici	30	34	10	45	91	72	36
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	56	4	12	9	34	13	10
Servizi sanitari, salute	543	68	70	97	62	134	89
- Onorari medici, analisi, ecc.	100	37	33	50	6	62	43
- Medicinali, tickets, etc.	243	24	20	32	46	19	28
- Occhiali, protesi, ecc.	200	7	18	15	10	52	18

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Nessun titolo	Licenza element.	Licenza media inf.	Licenza media sup.	Diploma universitario	Laurea	Totale
Trasporti e comunicazioni (di cui):	1299	129	263	380	201	557	327
- Auto, moto (acquisto) - VOCE NON TOTALI:	56	0	9	147	0	564	108
- Assicurazione e bolli	89	24	49	98	40	123	75
- Benzina, gasolio, ecc.	364	32	71	128	53	168	102
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	20	11	16	29	12	43	23
- Telefono (acquisto, bolletta)	126	44	77	86	85	126	81
- Accessori auto, pneum. ecc.	700	15	33	24	0	85	32
- Spese postali e telefoniche	0	3	14	8	0	0	9
- Altri consumi per trasporti	0	1	4	7	10	11	6
Istruzione	54	2	14	40	61	54	29
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	13	2	10	31	45	54	23
- Libri scolastici	42	0	4	9	16	0	6
Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)	177	49	116	163	242	132	136
- Giornali e libri non scolastici	50	15	23	26	30	28	24
- Articoli sportivi e per il tempo libero	19	15	36	41	15	57	37
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ec	0	1	23	38	129	9	30
- Altre voci tempo libero	0	0	0	0	0	0	0
Altri beni e servizi (di cui):	169	97	217	397	520	403	311
- Cura e igiene personale	62	31	34	56	89	18	45
- Assicurazione vita, gestione finanziaria	7	20	40	74	132	124	61
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	0	3	96	176	212	175	133
- Pasti fuori casa	15	6	25	53	61	53	39
- Cancelleria	28	0	4	5	4	2	4
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	50	1	9	10	16	11	9
- Altre voci	8	35	10	22	6	20	19
TOTALE CONSUMI FAMILIARI	4052	1361	1955	2699	2389	3328	2358
Numero di famiglie	1	26	74	121	5	13	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 2.6 - Consumi medi mensili per fascia di reddito familiare

Dati	Classe di reddito					Totale
	Reddito A	Reddito B	Reddito C	Reddito D	Reddito E	
CONSUMI ALIMENTARI	209	270	347	369	524	304
Pane e cereali	32	42	55	62	79	48
Carni e salumi	60	70	91	74	101	76
Pesce	7	12	19	17	32	15
Olio e grassi	3	8	10	9	18	8
Latte e formaggi	29	40	52	58	43	44
Legumi e ortaggi	25	28	35	39	63	32
Frutta	15	17	27	16	33	20
Dolciumi e drogheria	31	35	35	52	119	39
Bevande	8	18	23	42	36	22
- alcoliche	2	8	8	22	16	9
- analcoliche	6	11	15	20	20	13
CONSUMI NON ALIMENTARI	1124	1558	2501	3191	4996	2054
Tabacco	9	14	16	3	13	13
Vestiario, calzature (di cui):	53	70	127	95	161	89
- Abbigliamento	40	51	104	62	132	68
- Calzature	12	20	22	33	29	21

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Reddito A	Reddito B	Reddito C	Reddito D	Reddito E	Totale
Abitazione (di cui):	429	588	812	964	1591	706
- Affitto e subaffitto	124	147	88	33	261	121
- Valore locativo	261	387	632	858	1014	511
- Spese condominio	30	36	61	39	210	48
- Imposta rifiuti	13	14	17	17	55	16
- Assicurazione casa	0	4	14	17	51	9
Combustibili, energia elettrica (di cui):	110	138	173	210	343	159
- Energia elettrica	24	26	32	58	78	33
- Acqua	4	7	11	14	20	9
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	24	37	47	74	123	45
- Riscald. centralizzato	57	68	83	64	122	72
Mobili, arredamenti, appar. e	98	137	231	363	544	196
- Mobili e arredamenti	3	59	22	175	7	54
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	2	9	16	6	35	11
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	39	37	51	35	111	43
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	50	10	104	4	118	41
- Servizi domestici	4	14	24	125	263	36
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	0	8	13	19	11	10
Servizi sanitari, salute	50	66	138	104	106	89
- Onorari medici, analisi, ecc.	25	34	62	51	62	43
- Medicinali, tickets, etc.	14	20	46	32	14	28
- Occhiali, protesi, ecc.	10	11	30	21	30	18

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Reddito A	Reddito B	Reddito C	Reddito D	Reddito E	Totale
Trasporti e comunicazioni (di cui):	126	258	387	529	799	327
- Auto, moto (acquisto) - VOCE NON TOTALIZZATA	0	88	54	473	0	108
- Assicurazione e bolli	18	54	91	144	194	75
- Benzina, gasolio, ecc.	16	79	127	172	254	102
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	14	23	23	24	60	23
- Telefono (acquisto, bolletta)	48	63	92	128	196	81
- Accessori auto, pneum. ecc.	30	28	34	26	78	32
- Spese postali e telefoniche	0	7	12	20	1	9
- Altri consumi per trasporti	0	3	7	14	15	6
Istruzione	16	11	49	47	131	29
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	10	6	41	37	119	23
- Libri scolastici	6	5	8	10	12	6
Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)	86	92	172	257	291	136
- Giornali e libri non scolastici	10	23	32	25	25	24
- Articoli sportivi e per il tempo libero	22	25	52	64	63	37
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	15	15	37	68	121	30
- Altre voci tempo libero	0	0	0	0	0	0
Altri beni e servizi (di cui):	148	185	396	619	1018	311
- Cura e igiene personale	52	35	51	57	102	45
- Assicurazione vita, gestione finanziaria	13	32	85	133	221	61
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	52	67	159	337	511	133
- Pasti fuori casa	20	28	46	69	111	39
- Cancelleria	3	3	5	5	5	4
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	3	8	10	10	25	9
- Altre voci	5	11	40	8	44	19
TOTALE CONSUMI FAMILIARI	1334	1828	2848	3560	5520	2358
Numero di famiglie	22	121	64	25	8	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 2.7 - Consumi medi mensili per numero di percettori di reddito familiare

Dati	Numero di percettori di reddito			Totale
	1 percettore	2 percettori	3 o più percettori	
CONSUMI ALIMENTARI	270	361	419	304
Pane e cereali	43	55	67	48
Carni e salumi	67	93	91	76
Pesce	11	21	16	15
Olio e grassi	8	10	11	8
Latte e formaggi	39	52	75	44
Legumi e ortaggi	29	38	41	32
Frutta	18	23	34	20
Dolciumi e drogheria	37	43	53	39
Bevande	18	28	31	22
- alcoliche	8	12	7	9
- analcoliche	11	15	24	13
CONSUMI NON ALIMENTARI	1740	2646	2137	2054
Tabacco	10	18	6	13
Vestiaro, calzature (di cui):	76	117	42	89
- Abbigliamento	56	92	30	68
- Calzature	20	25	12	21

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	1 percettore	2 percettori	3 o più percettori	Totale
Abitazione (di cui):	651	805	797	706
- Affitto e subaffitto	127	106	188	121
- Valore locativo	460	605	552	511
- Spese condominio	42	61	31	48
- Imposta rifiuti	14	21	16	16
- Assicurazione casa	7	13	11	9
Combustibili, energia elettrica (di cui):	143	189	181	159
- Energia elettrica	28	42	43	33
- Acqua	7	13	14	9
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	39	57	53	45
- Riscald. centralizzato	70	77	71	72
Mobili, arredamenti, appar. e	172	243	160	196
- Mobili e arredamenti	66	36	9	54
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	10	13	0	11
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	36	57	33	43
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	23	79	0	41
- Servizi domestici	29	45	97	36
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	8	14	22	10
Servizi sanitari, salute	71	120	132	89
- Onorari medici, analisi, ecc.	36	54	101	43
- Medicinali, tickets, etc.	22	38	23	28
- Occhiali, protesi, ecc.	13	27	8	18

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	1 percettore	2 percettori	3 o più percettori	Totale
Trasporti e comunicazioni (di cui):	248	460	577	327
- Auto, moto (acquisto) - VOCE NON TOTALIZZATA	86	156	0	108
- Assicurazione e bolli	55	110	125	75
- Benzina, gasolio, ecc.	77	145	148	102
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	20	29	40	23
- Telefono (acquisto, bolletta)	65	109	121	81
- Accessori auto, pneum. ecc.	23	42	125	32
- Spese postali e telefoniche	5	17	0	9
- Altri consumi per trasporti	4	9	18	6
Istruzione	17	55	0	29
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	11	48	0	23
- Libri scolastici	6	7	0	6
Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)	113	185	68	136
- Giornali e libri non scolastici	25	24	26	24
- Articoli sportivi e per il tempo libero	28	57	0	37
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	21	47	0	30
- Altre voci tempo libero	0	0	0	0
Altri beni e servizi (di cui):	240	455	173	311
- Cura e igiene personale	42	53	23	45
- Assicurazione vita, gestione finanziaria	47	85	114	61
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	100	203	14	133
- Pasti fuori casa	28	63	10	39
- Cancelleria	3	6	4	4
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	8	10	0	9
- Altre voci	12	34	8	19
TOTALE CONSUMI FAMILIARI	2010	3008	2556	2358
Numero di famiglie	154	81	5	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 2.8 - Consumi medi mensili per classi demografiche (basate su raggruppamenti di età, tipologia e dimensione familiare)

Dati	Classe demografica										Totale
	Classe 1	Classe 2	Classe 3	Classe 4	Classe 5	Classe 6	Classe 7	Classe 8	Classe 9	Classe 10	
CONSUMI ALIMENTARI	212	244	235	217	289	333	401	388	332	333	304
Pane e cereali	38	37	41	29	46	40	66	67	61	45	48
Carni e salumi	55	77	54	60	58	77	106	91	89	79	76
Pesce	10	11	6	12	6	17	33	14	16	19	15
Olio e grassi	3	5	5	9	5	12	15	10	5	8	8
Latte e formaggi	35	29	33	28	44	50	56	60	53	48	44
Legumi e ortaggi	27	27	25	23	29	35	40	44	28	41	32
Frutta	7	16	14	21	32	25	20	20	18	19	20
Dolciumi e drogheria	32	27	44	25	39	46	39	48	41	53	39
Bevande	6	14	12	10	30	31	27	36	22	20	22
- alcoliche	2	6	3	4	18	16	9	16	6	7	9
- analcoliche	4	8	9	6	12	15	18	19	16	13	13
CONSUMI NON ALIMENTARI	1449	1821	1706	1234	2987	1990	2881	2527	1937	1632	2054
Tabacco	10	7	8	6	7	10	16	30	6	26	13
Vestiaro, calzature (di cui):	67	96	81	33	150	71	145	104	89	41	89
- Abbigliamento	35	63	67	25	116	60	114	76	71	29	68
- Calzature	32	34	14	8	34	11	31	28	18	12	21

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Classe 1	Classe 2	Classe 3	Classe 4	Classe 5	Classe 6	Classe 7	Classe 8	Classe 9	Classe 10	Totale
Abitazione (di cui):	478	652	629	596	849	810	848	733	749	517	706
- Affitto e subaffitto	134	68	177	116	114	43	88	158	117	262	121
- Valore locativo	280	522	390	415	670	679	622	511	575	210	511
- Spese condominio	43	43	31	47	45	47	98	40	40	31	48
- Imposta rifiuti	21	11	13	16	15	15	29	17	14	12	16
- Assicurazione casa	0	8	18	1	6	27	10	7	3	3	9
Combustibili, energia elettrica (di cui):	127	131	169	121	179	152	187	196	151	155	159
- Energia elettrica	34	24	24	23	34	35	43	48	30	30	33
- Acqua	6	5	6	5	11	11	14	12	8	8	9
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	28	44	43	29	66	37	48	68	30	52	45
- Riscald. centralizzato	59	58	95	64	68	68	83	68	83	66	72
Mobili, arredamenti, appar. e	74	167	305	89	439	132	254	152	138	200	196
- Mobili e arredamenti	19	34	189	4	89	21	59	11	57	76	54
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	13	17	26	4	13	7	10	7	8	7	11
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	36	27	41	21	24	60	52	71	49	37	43
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	6	37	23	29	216	14	46	13	6	36	41
- Servizi domestici	0	37	14	25	90	25	69	36	7	39	36
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	0	15	11	5	7	4	19	14	11	5	10
Servizi sanitari, salute	63	37	58	78	122	116	119	118	51	108	89
- Onorari medici, analisi, ecc.	39	24	33	29	34	59	69	58	25	62	43
- Medicinali, tickets, etc.	15	10	15	27	64	37	21	40	19	21	28
- Occhiali, protesi, ecc.	9	4	11	21	24	20	29	20	7	25	18

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Classe 1	Classe 2	Classe 3	Classe 4	Classe 5	Classe 6	Classe 7	Classe 8	Classe 9	Classe 10	Totale
Trasporti e comunicazioni (di cui):	189	297	162	91	447	322	545	520	343	272	327
- Auto, moto (acquisto) - VOCE NON TOTALI	41	339	0	0	3	1	256	288	22	0	108
- Assicurazione e bolli	50	58	20	14	115	95	126	117	93	46	75
- Benzina, gasolio, ecc.	78	96	39	12	152	102	167	167	114	91	102
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	9	24	12	10	43	23	28	39	19	15	23
- Telefono (acquisto, bolletta)	50	62	67	42	90	71	122	113	85	90	81
- Accessori auto, pneum. ecc.	0	42	20	11	36	17	72	51	22	12	32
- Spese postali e telefoniche	0	4	4	0	7	9	16	22	7	13	9
- Altri consumi per trasporti	2	10	0	2	3	4	13	10	4	5	6
Istruzione	37	0	0	0	1	0	105	79	45	0	29
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	27	0	0	0	1	0	93	55	31	0	23
- Libri scolastici	10	0	0	0	0	0	12	23	14	0	6
Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)	190	122	90	65	182	135	165	223	109	120	136
- Giornali e libri non scolastici	18	38	21	14	30	19	27	37	17	17	24
- Articoli sportivi e per il tempo libero	34	20	16	27	42	51	39	68	41	23	37
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, e	63	25	30	7	47	17	34	51	3	55	30
- Altre voci tempo libero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Altri beni e servizi (di cui):	216	312	205	155	611	242	498	374	255	192	311
- Cura e igiene personale	61	46	39	36	34	35	79	50	33	44	45
- Assicurazione vita, gestione finanziaria	16	65	54	18	86	55	90	71	64	94	61
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	100	125	68	53	387	87	218	159	100	7	133
- Pasti fuori casa	38	49	22	16	49	49	44	61	47	14	39
- Cancelleria	0	6	3	2	4	3	3	11	3	0	4
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	1	13	9	4	17	5	11	15	4	5	9
- Altre voci	0	7	11	26	34	8	53	6	5	27	19
TOTALE CONSUMI FAMILIARI	1662	2064	1941	1452	3277	2323	3283	2916	2270	1965	2358
Numero di famiglie	8	24	27	36	21	26	30	32	22	14	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 2.10 - Consumi medi mensili per frequenza al ristorante

Dati	Frequenza al ristorante				Totale
	Settimanale	Quindicinale	Mensile	Raramente o mai	
CONSUMI ALIMENTARI	290	313	320	296	304
Pane e cereali	35	53	54	45	48
Carni e salumi	90	64	82	74	76
Pesce	5	18	16	15	15
Olio e grassi	7	11	8	8	8
Latte e formaggi	32	43	46	45	44
Legumi e ortaggi	33	25	33	32	32
Frutta	14	19	22	20	20
Dolciumi e drogheria	58	47	37	37	39
Bevande	17	33	22	20	22
- alcoliche	6	14	10	8	9
- analcoliche	11	19	12	12	13
CONSUMI NON ALIMENTARI	3338	2830	2349	1642	2054
Tabacco	11	14	14	12	13
Vestiaro, calzature (di cui):	215	84	100	71	89
- Abbigliamento	153	65	75	55	68
- Calzature	62	19	25	16	21

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Settimanale	Quindicinale	Mensile	Raramente o mai	Totale
Abitazione (di cui):	917	802	818	614	706
- Affitto e subaffitto	163	59	83	144	121
- Valore locativo	658	681	631	410	511
- Spese condominio	52	35	63	43	48
- Imposta rifiuti	16	13	24	14	16
- Assicurazione casa	28	13	16	3	9
Combustibili, energia elettrica (di cui):	201	158	185	143	159
- Energia elettrica	36	31	40	29	33
- Acqua	9	10	11	8	9
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	81	55	50	37	45
- Riscald. centralizzato	75	62	83	68	72
Mobili, arredamenti, appar. e	653	327	180	128	196
- Mobili e arredamenti	320	70	25	35	54
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	61	10	10	5	11
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	29	63	45	40	43
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	58	103	59	21	41
- Servizi domestici	168	68	32	17	36
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	17	13	9	9	10
Servizi sanitari, salute	76	82	80	96	89
- Onorari medici, analisi, ecc.	51	55	42	41	43
- Medicinali, tickets, etc.	17	19	26	31	28
- Occhiali, protesi, ecc.	8	8	12	23	18

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Settimanale	Quindicinale	Mensile	Raramente o mai	Totale
Trasporti e comunicazioni (di cui):	458	511	391	251	327
- Auto, moto (acquisto) - VOCE NON TOTALIZZATA	612	149	88	52	108
- Assicurazione e bolli	85	127	93	57	75
- Benzina, gasolio, ecc.	151	192	119	73	102
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	18	33	36	17	23
- Telefono (acquisto, bolletta)	106	102	95	68	81
- Accessori auto, pneum. ecc.	86	20	29	28	32
- Spese postali e telefoniche	7	20	11	6	9
- Altri consumi per trasporti	5	17	8	3	6
Istruzione	14	54	40	22	29
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	14	42	31	17	23
- Libri scolastici	1	12	9	5	6
Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)	204	223	159	104	136
- Giornali e libri non scolastici	23	43	25	21	24
- Articoli sportivi e per il tempo libero	31	58	40	33	37
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	42	45	40	21	30
- Altre voci tempo libero	0	0	0	0	0
Altri beni e servizi (di cui):	589	575	382	202	311
- Cura e igiene personale	62	85	45	37	45
- Assicurazione vita, gestione finanziaria	144	104	69	41	61
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	268	295	196	61	133
- Pasti fuori casa	57	55	45	32	39
- Cancelleria	1	5	5	4	4
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	16	18	10	6	9
- Altre voci	40	13	11	21	19
TOTALE CONSUMI FAMILIARI	3628	3144	2669	1938	2358
Numero di famiglie	16	23	63	138	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 2.11 - Consumi medi alimentari mensili per acquisto prodotti "equo e solidale"

Dati	Acquisto di prodotti del commercio "equo e solidale"		
	No	Qualche volta	Totale
CONSUMI ALIMENTARI	286	370	304
Pane e cereali	44	62	48
Carni e salumi	74	88	76
Pesce	13	21	15
Olio e grassi	8	9	8
Latte e formaggi	41	53	44
Legumi e ortaggi	31	37	32
Frutta	18	29	20
Dolciumi e drogheria	36	51	39
Bevande	22	22	22
- alcoliche	10	7	9
- analcoliche	12	14	13
CONSUMI NON ALIMENTARI	1909	2694	2054
Tabacco	12	16	13
Vestiario, calzature (di cui):	86	109	89
- Abbigliamento	64	89	68
- Calzature	22	21	21

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	No	Qualche volta	Totale
Abitazione (di cui):	673	837	706
- Affitto e subaffitto	131	88	121
- Valore locativo	473	660	511
- Spese condominio	48	41	48
- Imposta rifiuti	16	20	16
- Assicurazione casa	4	28	9
Combustibili, energia elettrica (di cui):	150	197	159
- Energia elettrica	31	40	33
- Acqua	8	13	9
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	38	76	45
- Riscald. centralizzato	72	69	72
Mobili, arredamenti, appar. e	200	192	196
- Mobili e arredamenti	64	22	54
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	10	14	11
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	40	52	43
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	43	39	41
- Servizi domestici	34	46	36
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	8	19	10
Servizi sanitari, salute	79	132	89
- Onorari medici, analisi, ecc.	40	57	43
- Medicinali, tickets, etc.	23	48	28
- Occhiali, protesi, ecc.	15	27	18

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	No	Qualche volta	Totale
Trasporti e comunicazioni (di cui):	296	468	327
- Auto, moto (acquisto) - VOCE NON TOTALIZZATA	101	149	108
- Assicurazione e bolli	70	97	75
- Benzina, gasolio, ecc.	91	149	102
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	18	46	23
- Telefono (acquisto, bolletta)	75	106	81
- Accessori auto, pneum. ecc.	29	46	32
- Spese postali e telefoniche	8	12	9
- Altri consumi per trasporti	4	13	6
Istruzione	23	55	29
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	17	48	23
- Libri scolastici	6	7	6
Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)	122	194	136
- Giornali e libri non scolastici	22	32	24
- Articoli sportivi e per il tempo libero	33	55	37
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	25	47	30
- Altre voci tempo libero	0	0	0
Altri beni e servizi (di cui):	269	493	311
- Cura e igiene personale	41	61	45
- Assicurazione vita, gestione finanziaria	54	95	61
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	112	226	133
- Pasti fuori casa	34	64	39
- Cancelleria	3	6	4
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	8	12	9
- Altre voci	17	29	19
TOTALE CONSUMI FAMILIARI	2196	3065	2358
Numero di famiglie	188	47	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 2.12 - Consumi medi alimentari mensili per quota di consumo alimentare biologico

Dati	Acquisto di prodotti biologici			Totale
	Mai o quasi mai	Saltuariamente	Abitualmente	
CONSUMI ALIMENTARI	278	338	391	304
Pane e cereali	42	56	59	48
Carni e salumi	70	84	102	76
Pesce	13	17	22	15
Olio e grassi	11	5	3	8
Latte e formaggi	41	48	56	44
Legumi e ortaggi	26	38	70	32
Frutta	20	21	16	20
Dolciumi e drogheria	36	44	49	39
Bevande	20	25	15	22
- alcoliche	9	10	4	9
- analcoliche	12	14	12	13
CONSUMI NON ALIMENTARI	1860	2308	2810	2054
Tabacco	13	12	25	13
Vestiario, calzature (di cui):	75	111	121	89
- Abbigliamento	56	86	88	68
- Calzature	19	25	33	21

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Mai o quasi mai	Saltuariamente	Abitualmente	Totale
Abitazione (di cui):	639	800	886	706
- Affitto e subaffitto	148	89	0	121
- Valore locativo	438	608	779	511
- Spese condominio	34	71	52	48
- Imposta rifiuti	13	19	40	16
- Assicurazione casa	6	13	15	9
Combustibili, energia elettrica (di cui):	146	172	260	159
- Energia elettrica	28	40	51	33
- Acqua	8	10	13	9
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	44	42	111	45
- Riscald. centralizzato	66	81	85	72
Mobili, arredamenti, appar. e	197	185	293	196
- Mobili e arredamenti	57	49	79	54
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	4	23	3	11
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	37	54	26	43
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	50	24	73	41
- Servizi domestici	38	26	105	36
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	11	8	8	10
Servizi sanitari, salute	78	103	127	89
- Onorari medici, analisi, ecc.	43	43	57	43
- Medicinali, tickets, etc.	22	34	64	28
- Occhiali, protesi, ecc.	14	25	6	18

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Mai o quasi mai	Saltuariamente	Abitualmente	Totale
Trasporti e comunicazioni (di cui):	290	378	423	327
- Auto, moto (acquisto) - VOCE NON TOTALIZZATA	46	141	863	108
- Assicurazione e bolli	60	97	109	75
- Benzina, gasolio, ecc.	92	113	142	102
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	20	27	44	23
- Telefono (acquisto, bolletta)	74	90	104	81
- Accessori auto, pneum. ecc.	28	40	0	32
- Spese postali e telefoniche	12	4	10	9
- Altri consumi per trasporti	5	7	15	6
Istruzione	21	40	68	29
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	15	33	60	23
- Libri scolastici	6	6	7	6
Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)	120	153	254	136
- Giornali e libri non scolastici	24	26	24	24
- Articoli sportivi e per il tempo libero	30	46	80	37
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	22	36	95	30
- Altre voci tempo libero	0	0	0	0
Altri beni e servizi (di cui):	282	356	353	311
- Cura e igiene personale	41	51	62	45
- Assicurazione vita, gestione finanziaria	54	70	90	61
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	129	141	117	133
- Pasti fuori casa	29	54	59	39
- Cancelleria	3	6	1	4
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	8	11	14	9
- Altre voci	17	23	10	19
TOTALE CONSUMI FAMILIARI	2138	2647	3201	2358
Numero di famiglie	145	87	8	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 2.13 - Consumi medi alimentari mensili per quota di consumo alimentare biologico

Dati	Quota di prodotti biologici			(vuoto)	Totale
	Parte abbastanza piccola	Meno della metà	Metà o più		
CONSUMI ALIMENTARI	316	384	350	265	304
Pane e cereali	51	70	19	37	48
Carni e salumi	78	94	78	68	76
Pesce	17	13	9	11	15
Olio e grassi	8	3	4	11	8
Latte e formaggi	44	64	46	42	44
Legumi e ortaggi	32	59	65	26	32
Frutta	22	17	21	17	20
Dolciumi e drogheria	41	47	87	33	39
Bevande	23	17	20	19	22
- alcoliche	9	9	0	10	9
- analcoliche	15	8	20	10	13
CONSUMI NON ALIMENTARI	2209	2313	951	1713	2054
Tabacco	11	26	0	14	13
Vestiario, calzature (di cui):	87	93	33	94	89
- Abbigliamento	66	69	16	72	68
- Calzature	21	25	17	22	21

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Parte abbastanza piccola	Meno della metà	Metà o più	(vuoto)	Totale
Abitazione (di cui):	753	712	594	611	706
- Affitto e subaffitto	119	62	0	139	121
- Valore locativo	553	576	550	414	511
- Spese condominio	51	40	31	44	48
- Imposta rifiuti	18	31	13	12	16
- Assicurazione casa	13	4	0	2	9
Combustibili, energia elettrica (di cui):	161	220	130	145	159
- Energia elettrica	34	61	15	27	33
- Acqua	9	11	5	8	9
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	50	48	16	35	45
- Riscald. centralizzato	68	101	95	75	72
Mobili, arredamenti, appar. e	215	134	0	171	196
- Mobili e arredamenti	52	6	0	69	54
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	15	7	0	4	11
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	45	53	0	38	43
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	47	25	0	34	41
- Servizi domestici	45	31	0	19	36
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	12	12	0	7	10
Servizi sanitari, salute	93	136	36	73	89
- Onorari medici, analisi, ecc.	46	35	13	40	43
- Medicinali, tickets, etc.	30	55	23	19	28
- Occhiali, protesi, ecc.	17	46	0	14	18

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Parte abbastanza piccola	Meno della metà	Metà o più	(vuoto)	Totale
Trasporti e comunicazioni (di cui):	341	435	71	282	327
- Auto, moto (acquisto) - VOCE NON TOTALIZZATA	130	371	0	19	108
- Assicurazione e bolli	82	96	0	57	75
- Benzina, gasolio, ecc.	105	137	0	89	102
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	23	23	10	25	23
- Telefono (acquisto, bolletta)	87	114	61	63	81
- Accessori auto, pneum. ecc.	24	55	0	44	32
- Spese postali e telefoniche	13	7	0	2	9
- Altri consumi per trasporti	8	4	0	1	6
Istruzione	33	61	0	16	29
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	28	47	0	9	23
- Libri scolastici	5	14	0	7	6
Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)	156	207	32	86	136
- Giornali e libri non scolastici	26	31	24	19	24
- Articoli sportivi e per il tempo libero	42	74	0	23	37
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	36	44	0	15	30
- Altre voci tempo libero	0	0	0	0	0
Altri beni e servizi (di cui):	360	290	54	220	311
- Cura e igiene personale	54	48	28	28	45
- Assicurazione vita, gestione finanziaria	75	39	5	38	61
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	156	104	0	93	133
- Pasti fuori casa	42	69	13	29	39
- Cancelleria	4	6	0	3	4
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	8	9	0	10	9
- Altre voci	20	15	8	18	19
TOTALE CONSUMI FAMILIARI	2525	2697	1300	1977	2358
Numero di famiglie	151	13	1	75	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 2.14 - Consumi medi alimentari mensili per acquisti con pagamento rateale

Dati	Acquisto di prodotti con pagamento rateale			(vuoto)	Totale
	No	Saltuariamente	Frequentemente		
CONSUMI ALIMENTARI	303	302	426	266	304
Pane e cereali	47	54	54	55	48
Carni e salumi	75	79	138	62	76
Pesce	15	13	0	7	15
Olio e grassi	9	5	0	3	8
Latte e formaggi	43	53	25	57	44
Legumi e ortaggi	32	30	33	11	32
Frutta	19	15	158	22	20
Dolciumi e drogheria	40	34	16	33	39
Bevande	22	20	3	16	22
- alcoliche	10	6	0	5	9
- analcoliche	13	13	3	11	13
CONSUMI NON ALIMENTARI	2078	1670	4571	2430	2054
Tabacco	12	12	22	36	13
Vestiario, calzature (di cui):	89	85	218	105	89
- Abbigliamento	68	61	146	68	68
- Calzature	20	24	72	37	21

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	No	Saltuariamente	Frequentemente	(vuoto)	Totale
Abitazione (di cui):	714	588	1224	954	706
- Affitto e subaffitto	115	189	0	0	121
- Valore locativo	524	336	1108	890	511
- Spese condominio	49	39	103	39	48
- Imposta rifiuti	16	23	14	19	16
- Assicurazione casa	10	1	0	6	9
Combustibili, energia elettrica (di cui):	157	167	202	183	159
- Energia elettrica	31	44	42	27	33
- Acqua	9	9	3	13	9
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	46	26	108	95	45
- Riscald. centralizzato	71	88	50	47	72
Mobili, arredamenti, appar. e	206	124	179	191	196
- Mobili e arredamenti	60	25	50	0	54
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	11	11	0	2	11
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	42	47	32	71	43
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	45	19	47	18	41
- Servizi domestici	38	12	50	83	36
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	10	10	0	17	10
Servizi sanitari, salute	90	64	271	133	89
- Onorari medici, analisi, ecc.	44	26	247	47	43
- Medicinali, tickets, etc.	29	24	24	0	28
- Occhiali, protesi, ecc.	17	14	0	87	18

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	No	Saltuariamente	Frequentemente	(vuoto)	Totale
Trasporti e comunicazioni (di cui):	331	277	609	339	327
- Auto, moto (acquisto) - VOCE NON TOTALIZZATA	109	122	0	0	108
- Assicurazione e bolli	73	84	93	102	75
- Benzina, gasolio, ecc.	102	97	126	133	102
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	24	10	178	22	23
- Telefono (acquisto, bolletta)	81	73	142	68	81
- Accessori auto, pneum. ecc.	35	3	70	13	32
- Spese postali e telefoniche	9	9	0	0	9
- Altri consumi per trasporti	6	1	0	0	6
Istruzione	29	24	40	53	29
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	23	16	27	50	23
- Libri scolastici	6	8	13	3	6
Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)	140	115	192	71	136
- Giornali e libri non scolastici	25	22	1	9	24
- Articoli sportivi e per il tempo libero	35	44	164	9	37
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	31	21	13	4	30
- Altre voci tempo libero	0	0	0	0	0
Altri beni e servizi (di cui):	311	214	1614	365	311
- Cura e igiene personale	48	30	45	24	45
- Assicurazione vita, gestione finanziaria	65	38	13	37	61
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	125	82	1420	281	133
- Pasti fuori casa	38	48	106	4	39
- Cancelleria	5	1	0	0	4
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	9	11	3	17	9
- Altre voci	21	5	28	1	19
TOTALE CONSUMI FAMILIARI	2382	1973	4998	2696	2358
Numero di famiglie	206	29	2	3	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 2.15 - Consumi medi mensili per motivazione acquisti rateali

Dati	Motivazione per acquisto rateale			Totale
	Indisponibilità	Comodità	Non risponde	
CONSUMI ALIMENTARI	297	378	302	304
Pane e cereali	50	78	46	48
Carni e salumi	83	76	75	76
Pesce	8	25	15	15
Olio e grassi	6	2	9	8
Latte e formaggi	53	51	43	44
Legumi e ortaggi	26	53	32	32
Frutta	15	43	20	20
Dolciumi e drogheria	38	28	40	39
Bevande	19	19	22	22
- alcoliche	6	10	10	9
- analcoliche	13	9	13	13
CONSUMI NON ALIMENTARI	1648	2871	2073	2054
Tabacco	20	8	12	13
Vestiario, calzature (di cui):	73	158	89	89
- Abbigliamento	57	107	68	68
- Calzature	15	51	21	21

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Indisponibilità	Comodità	Non risponde	Totale
Abitazione (di cui):	593	856	714	706
- Affitto e subaffitto	215	9	114	121
- Valore locativo	322	761	525	511
- Spese condominio	35	60	49	48
- Imposta rifiuti	20	25	16	16
- Assicurazione casa	1	1	10	9
Combustibili, energia elettrica (di cui):	168	202	155	159
- Energia elettrica	40	73	30	33
- Acqua	10	7	9	9
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	33	44	46	45
- Riscald. centralizzato	85	78	70	72
Mobili, arredamenti, appar. e	119	149	208	196
- Mobili e arredamenti	17	14	61	54
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	7	8	12	11
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	48	50	42	43
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	24	19	45	41
- Servizi domestici	13	50	38	36
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	10	7	10	10
Servizi sanitari, salute	61	211	88	89
- Onorari medici, analisi, ecc.	27	102	43	43
- Medicinali, tickets, etc.	16	63	28	28
- Occhiali, protesi, ecc.	18	46	17	18

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	Indisponibilità	Comodità	Non risponde	Totale
Trasporti e comunicazioni (di cui):	291	396	328	327
- Auto, moto (acquisto) - VOCE NON TOTALIZZATA	110	595	89	108
- Assicurazione e bolli	79	108	73	75
- Benzina, gasolio, ecc.	100	90	102	102
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	13	63	23	23
- Telefono (acquisto, bolletta)	72	108	81	81
- Accessori auto, pneum. ecc.	16	25	34	32
- Spese postali e telefoniche	10	0	9	9
- Altri consumi per trasporti	1	1	7	6
Istruzione	21	71	28	29
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	12	64	23	23
- Libri scolastici	9	7	6	6
Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)	113	131	139	136
- Giornali e libri non scolastici	21	11	25	24
- Articoli sportivi e per il tempo libero	52	80	32	37
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	14	9	33	30
- Altre voci tempo libero	0	0	0	0
Altri beni e servizi (di cui):	189	689	313	311
- Cura e igiene personale	30	53	47	45
- Assicurazione vita, gestione finanziaria	34	48	66	61
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	70	470	128	133
- Pasti fuori casa	37	105	37	39
- Cancelleria	1	0	4	4
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	12	3	9	9
- Altre voci	4	9	22	19
TOTALE CONSUMI FAMILIARI	1946	3249	2375	2358
Numero di famiglie	28	8	203	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 2.16 - Consumi medi mensili per acquisti tramite internet

Dati	Acquisto di prodotti tramite internet				Totale
	No	Saltuariamente	Frequentemente	Non risponde	
CONSUMI ALIMENTARI	298	360	440	300	304
Pane e cereali	46	60	85	36	48
Carni e salumi	75	79	92	126	76
Pesce	14	22	21	0	15
Olio e grassi	9	3	18	3	8
Latte e formaggi	44	49	17	37	44
Legumi e ortaggi	31	45	74	28	32
Frutta	18	35	50	29	20
Dolciumi e drogheria	39	42	52	21	39
Bevande	21	25	31	21	22
- alcoliche	9	12	0	4	9
- analcoliche	12	13	31	18	13
CONSUMI NON ALIMENTARI	1970	2912	4359	1331	2054
Tabacco	12	16	0	24	13
Vestiario, calzature (di cui):	80	184	133	71	89
- Abbigliamento	60	143	133	53	68
- Calzature	20	41	0	18	21

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	No	Saltuariamente	Frequentemente	Non risponde	Totale
Abitazione (di cui):	682	968	1220	429	706
- Affitto e subaffitto	126	54	0	283	121
- Valore locativo	484	809	1200	117	511
- Spese condominio	46	80	0	18	48
- Imposta rifiuti	16	19	20	11	16
- Assicurazione casa	9	7	0	0	9
Combustibili, energia elettrica (di cui):	159	160	400	80	159
- Energia elettrica	32	42	150	16	33
- Acqua	9	12	10	6	9
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	45	38	240	12	45
- Riscald. centralizzato	73	68	0	47	72
Mobili, arredamenti, appar. e	198	194	31	100	196
- Mobili e arredamenti	53	75	0	0	54
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	10	21	0	4	11
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	43	51	31	30	43
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	45	1	0	67	41
- Servizi domestici	37	30	0	0	36
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	10	16	0	0	10
Servizi sanitari, salute	82	158	193	57	89
- Onorari medici, analisi, ecc.	37	115	50	9	43
- Medicinali, tickets, etc.	26	40	60	42	28
- Occhiali, protesi, ecc.	19	3	83	7	18

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Dati	No	Saltuariamente	Frequentemente	Non risponde	Totale
Trasporti e comunicazioni (di cui):	313	450	1112	178	327
- Auto, moto (acquisto) - VOCE NON TOTALIZZATA	67	548	0	0	108
- Assicurazione e bolli	69	130	263	30	75
- Benzina, gasolio, ecc.	101	109	288	33	102
- Biglietti aereo, treno, tram, ecc.	20	46	275	3	23
- Telefono (acquisto, bolletta)	79	96	250	65	81
- Accessori auto, pneum. ecc.	30	52	0	0	32
- Spese postali e telefoniche	9	1	0	47	9
- Altri consumi per trasporti	5	15	37	0	6
Istruzione	22	76	500	55	29
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	16	67	500	40	23
- Libri scolastici	6	9	0	15	6
Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)	133	144	480	222	136
- Giornali e libri non scolastici	24	24	10	63	24
- Articoli sportivi e per il tempo libero	35	38	375	102	37
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	29	36	50	20	30
- Altre voci tempo libero	0	0	0	0	0
Altri beni e servizi (di cui):	289	561	289	114	311
- Cura e igiene personale	45	57	5	34	45
- Assicurazione vita, gestione finanziaria	58	105	0	4	61
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	122	263	0	63	133
- Pasti fuori casa	37	58	281	9	39
- Cancelleria	4	4	4	0	4
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	9	11	0	3	9
- Altre voci	15	63	0	2	19
TOTALE CONSUMI FAMILIARI	2268	3272	4799	1631	2358
Numero di famiglie	215	21	1	3	240

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 3.1 - Possesso di alcuni beni e dimensione famigliare

Dati	Dimensione famigliare				Totale
	Dimensione 1	Dimensione 2	Dimensione 3	Dimensione 4	
Prima Casa	0,69	0,67	0,70	0,53	0,67
Seconda Casa	0,03	0,12	0,07	0,03	0,06
Garage	0,20	0,38	0,25	0,28	0,27
Auto	0,43	0,99	1,14	1,06	0,80
Motocicletta	0,07	0,00	0,18	0,22	0,09
Bicicletta	0,29	0,57	0,61	0,91	0,51
Camper	0,00	0,00	0,05	0,16	0,03
Microonde	0,37	0,55	0,64	0,84	0,53
Lavastoviglie	0,24	0,45	0,61	0,66	0,43
Condizionatore	0,05	0,09	0,18	0,22	0,11
Adsl	0,05	0,23	0,27	0,38	0,19
Fibra Ottica	0,00	0,01	0,02	0,03	0,01
Dvd	0,28	0,57	0,68	0,84	0,51
Home theatre	0,03	0,01	0,07	0,09	0,04
Playstation	0,01	0,06	0,23	0,50	0,13
Decoder satellitare	0,00	0,07	0,07	0,16	0,05
Decoder terrestre	0,04	0,12	0,09	0,34	0,11
Computer	0,23	0,51	0,64	0,91	0,48
Fotocamera digitale	0,12	0,45	0,59	0,63	0,37

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 3.2 - Possesso di alcuni beni e età del capofamiglia

Dati	Classe di età				Totale
	fino a 25	26 - 40	41 - 65	oltre 65	
Prima Casa	0,50	0,60	0,71	0,59	0,67
Seconda Casa	0,00	0,05	0,07	0,07	0,06
Garage	0,00	0,20	0,35	0,11	0,27
Auto	0,25	0,98	0,90	0,39	0,80
Motocicletta	0,00	0,10	0,12	0,00	0,09
Bicicletta	0,25	0,78	0,57	0,11	0,51
Camper	0,00	0,08	0,03	0,00	0,03
Microonde	0,75	0,70	0,59	0,17	0,53
Lavastoviglie	0,25	0,58	0,49	0,09	0,43
Condizionatore	0,00	0,08	0,15	0,02	0,11
Adsl	0,00	0,13	0,27	0,00	0,19
Fibra Ottica	0,00	0,00	0,02	0,00	0,01
Dvd	0,75	0,78	0,57	0,07	0,51
Home theatre	0,00	0,03	0,06	0,00	0,04
Playstation	0,25	0,18	0,15	0,00	0,13
Decoder satellitare	0,00	0,08	0,07	0,00	0,05
Decoder terrestre	0,00	0,10	0,15	0,00	0,11
Computer	0,75	0,68	0,56	0,00	0,48
Fotocamera digitale	0,50	0,65	0,40	0,00	0,37

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 3.3 - Possesso di alcuni beni e tipo di famiglia

Dati	Tipo di famiglia				Totale
	Persona sola	Coppia senza figli	Coppia con figli	Fam. Monoparentale	
Prima Casa	0,50	0,60	0,71	0,59	0,67
Seconda Casa	0,00	0,05	0,07	0,07	0,06
Garage	0,00	0,20	0,35	0,11	0,27
Auto	0,25	0,98	0,90	0,39	0,80
Motocicletta	0,00	0,10	0,12	0,00	0,09
Bicicletta	0,25	0,78	0,57	0,11	0,51
Camper	0,00	0,08	0,03	0,00	0,03
Microonde	0,75	0,70	0,59	0,17	0,53
Lavastoviglie	0,25	0,58	0,49	0,09	0,43
Condizionatore	0,00	0,08	0,15	0,02	0,11
Adsl	0,00	0,13	0,27	0,00	0,19
Fibra Ottica	0,00	0,00	0,02	0,00	0,01
Dvd	0,75	0,78	0,57	0,07	0,51
Home theatre	0,00	0,03	0,06	0,00	0,04
Playstation	0,25	0,18	0,15	0,00	0,13
Decoder satellitare	0,00	0,08	0,07	0,00	0,05
Decoder terrestre	0,00	0,10	0,15	0,00	0,11
Computer	0,75	0,68	0,56	0,00	0,48
Fotocamera digitale	0,50	0,65	0,40	0,00	0,37

Fonte: elaborazioni da campione Ascom