

**VII° OSSERVATORIO ASCOM SUI CONSUMI  
DELLE FAMIGLIE TORINESI**

**(ANNO 2003)**

- maggio 2004 -

# Le famiglie torinesi nel loro atteggiamento verso i consumi. Risultati statistici di un'indagine campionaria per il 2003.

Luigi Bollani\*

-----

## Indice

1.	L'atteggiamento delle famiglie verso i consumi	pag.	3
2.	L'indagine campionaria sui consumi delle famiglie per l'anno 2003	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.	8
4.1	I consumi alimentari	pag.	8
4.2	La struttura dei consumi alimentari	pag.	14
4.3	I consumi non alimentari	pag.	19
4.4	La struttura dei consumi non alimentari	pag.	26
4.5	Struttura generale dei consumi e profili di consumo familiare	pag.	32
5.1	I luoghi di acquisto	pag.	37
5.2	Le ragioni di acquisto	pag.	38
5.3	La frequenza di acquisto	pag.	40

## Bibliografia

## Tabelle statistiche

---

\* Dipartimento di Statistica e Matematica applicata alle Scienze Umane "Diego de Castro".  
Facoltà di Economia. Università di Torino.

## 1. L'atteggiamento delle famiglie verso i consumi

Nel considerare i consumi in ambito sociale pare utile riferirsi ad essi come esperienza comportamentale, come azione effettivamente posta in essere<sup>1</sup>. Come tale essa può essere spiegata, oltre che nelle necessità dell'individuo e nel soddisfacimento di bisogni per lui considerati più o meno importanti, nella storia e nelle abitudini del consumatore medesimo. Egli, nel percorso che lo conduce all'acquisto, entra in relazione con i sistemi di vendita e di comunicazione massmediologica che ne influenzano la personalità e ne condizionano i gusti. D'altra parte si interrela con diversi gruppi di individui, che talvolta possono proporre modelli di consumo legati al desiderio di identificazione nel gruppo (e di differenziazione da altri) o ad altri comportamenti imitativi. E' così possibile che sorgano e si consolidino contesti che favoriscono determinati stili di consumo. L'analisi di tale fenomeno è assai complessa e articolata e non può essere ricompresa negli obiettivi conoscitivi di questa indagine. Tuttavia essa può tentare per lo meno di coglierne alcuni aspetti, di percepirne il riflesso, identificando anche alcune situazioni di larghezza, compressione e composizione merceologica del fenomeno consumo, collegato alle condizioni individuali e sociali degli individui e soprattutto delle famiglie consumatrici. Esse infatti possono essere considerate il primo nucleo di riferimento in cui la realtà del consumo prende vita in una almeno parziale condivisione delle risorse e in una certa abitudine al confronto, reso necessario, quando non considerato opportuno o gradito, per via della convivenza. Naturalmente non si esclude per questo l'importanza, talvolta assai manifesta, di altre forme di aggregazione in gruppi che coinvolgano in modo differenziato i singoli membri<sup>2</sup>, ma si pone l'accento sul fatto che ciascun componente, con il suo tessuto di relazioni e la sua capacità di giudizio e di contribuzione anche economica alla vita della famiglia, determini per la parte che lo riguarda l'atteggiamento di consumo complessivo familiare.

## 2. L'indagine campionaria sui consumi delle famiglie per l'anno 2003

La presente indagine, basata su una rilevazione campionaria del 2003, si inserisce in un quadro pluriennale di osservazione dei consumi delle famiglie torinesi iniziata nel 1996 dall'Ascom e proseguita con cadenza annuale<sup>3</sup> fino ad oggi.

La natura e l'evoluzione temporale di detto osservatorio è condotta in sincronia con l'omologa indagine a livello nazionale dell'Istat<sup>4</sup>, di cui mutua nelle linee generali la metodologia<sup>5</sup> e della quale tende anche ad accogliere le modificazioni dinamiche<sup>6</sup>. Negli ultimi anni essa si svolge anche concordemente con una analoga indagine Unioncamere<sup>7</sup> che si riferisce ai consumi degli altri capoluoghi piemontesi.

Il presente studio accoglie la rilevazione campionaria Ascom 2003 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 piemontesi<sup>8</sup>.

## 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 200 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 progettuale<sup>9</sup> come caratteri di controllo).

<sup>1</sup> In tal senso si esprime lo studio sociologico del fenomeno, secondo alcuni approcci "classici". In proposito si può vedere M. C. Martinengo, G. Sartorio (1995).

<sup>2</sup> Si pensi ad esempio ai comportamenti emulativi delle classi superiori o, in altro contesto, al gruppo generazionale dei giovani talvolta trainante per alcuni tipi di consumo (p. es. abbigliamento o tempo libero).

<sup>3</sup> Fatta eccezione per l'anno 1999.

<sup>4</sup> L'ultimo rapporto disponibile, riferito all'anno 2002, è contenuto in Istat (2004).

<sup>5</sup> 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).

<sup>6</sup> 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).

<sup>7</sup> L'ultimo rapporto disponibile, riferito all'anno 2003, è contenuto in Regione Piemonte, Osservatorio regionale del commercio, Unioncamere Piemonte (2003).

<sup>8</sup> In base ai risultati della citata indagine UnionCamere.

<sup>9</sup> Il progetto di campionamento per quote proporzionali (in base ai dati forniti dal Comune di Torino – Ufficio Statistica) si riflette approssimativamente nelle risultanze empiriche.

E' tuttavia difficile un parallelo preciso con le consistenze di universo poiché di esse si ha un quadro variegato. La fonte più attendibile pare essere il censimento Istat 2001, disponibile da pochi mesi, le cui risultanze si affiancano a quelle del data base dell' Anagrafe del comune di Torino, di cui è stato possibile consultare incroci mirati<sup>10</sup> riferiti (nominalmente<sup>11</sup>) all'anno 2003. 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 394378 famiglie e 865263 residenti, mentre i dati del data base Anagrafe (anno 2003<sup>12</sup>) riportano 432287 famiglie e 902910 residenti.

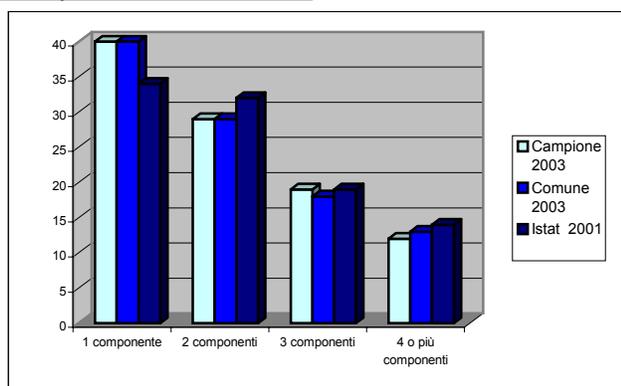
Nel verificare le caratteristiche e l'attendibilità del campione si pone attenzione innanzitutto alla struttura delle famiglie (le unità di indagine) rispetto alla dimensione e ad alcuni tratti della tipologia familiare e della persona di riferimento (capofamiglia). In seguito si esaminano anche le caratteristiche 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 struttura<sup>13</sup> campionaria rispetto a quella di universo.

Struttura dimensionale delle famiglie per il campione e per la città di Torino<sup>14</sup>

Dimensione familiare	Campione (%)	Universo Comune 2003 (%) <sup>15</sup>	Universo Censim. 2001 (%)
1 componente	40	40	34
2 componenti	29	29	32
3 componenti	19	18	19
4 o più comp.	12	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:

<sup>10</sup> 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.

<sup>11</sup> Non è nota con esattezza la tempestività di aggiornamento di detto data base, dovuta anche al presentarsi del cittadino agli uffici anagrafici.

<sup>12</sup> Nel 2001 si segnalavano circa 425000 famiglie e 900000 abitanti.

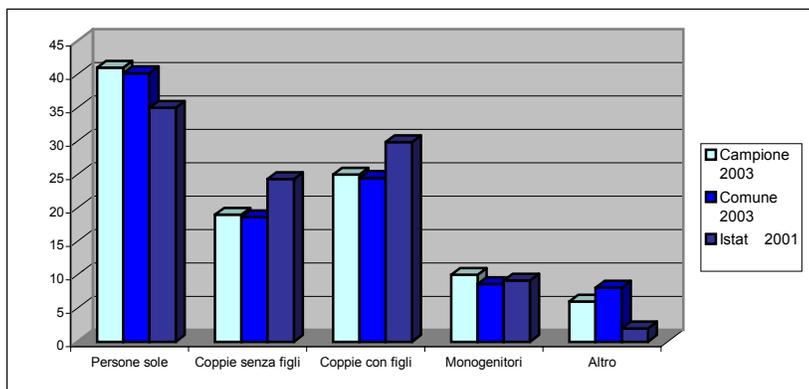
<sup>13</sup> Cioè la composizione percentuale.

<sup>14</sup> Per i dati campionari vedasi Tab. 1.1 (elaborazioni da campione Ascom) ; per quelli di universo Tab. 1.17 (Fonte: Comune di Torino - Ufficio Statistica) e Istat (censimento 2001).

<sup>15</sup> Escluse le comunità, come anche nel seguito.

Tipologia delle famiglie per il campione e per la città di Torino<sup>16</sup>

Tipologia	Cam pion (%)	Univers Comun e 2003 (%)	Unive Censi. 2001 (%)
Persone sole	41	40	35
Coppie senza figli	19	19	24
Coppie con figli	25	24	30
Monogenitori	10	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 con figli”.

La struttura campionaria con riguardo alle caratteristiche della persona di riferimento (capofamiglia) è rintracciabile in molte delle tabelle da 1.1 a 1.12. Sono poche (2%) le famiglie con una persona di riferimento di età inferiore o uguale a 25 anni (si tratta ovviamente di famiglie formatesi recentemente e di piccola dimensione); le proporzioni più rilevanti si hanno per classi di età di 26-40 anni (25%) e 41-65 anni (57%); infine risultano abbastanza presenti (16%) le famiglie con capofamiglia di età superiore a 65 anni.

Le famiglie con persona di riferimento non occupata sono il 40% (si tratta in gran parte di capifamiglia pensionati – 83% dei casi – o talvolta di casalinghe – 11% - cui seguono studenti e persone in cerca di occupazione). L’età dei capifamiglia disoccupati tende ovviamente ad essere parecchio superiore alla media (solo nel 10% dei casi si ha un’età inferiore o uguale a 40 anni).

Le restanti famiglie hanno la persona di riferimento occupata come impiegato (nel 24% dei casi), come operaio (26%), come lavoratore in proprio (38%), o come imprenditore o libero professionista (le ultime due categorie totalizzano il 10% dei casi). L’età dei capifamiglia occupati si concentra soprattutto nelle classi 26-40 anni (38% dei casi) e 41-65 anni (62%). Il titolo di studio delle persone di riferimento è più frequentemente il diploma superiore (50%) o la licenza media inferiore (25%); più rari i casi in cui si rimane alla licenza elementare (12%) o si arriva alla laurea (14% dei casi).

Per riassumere alcuni caratteri demografici propri della persona di riferimento e talora anche il carattere dimensione familiare, si è costruita<sup>17</sup> una classificazione, funzionale a successive elaborazioni, che si inserisce qui perché può fornire ulteriori indicazioni di struttura campionaria. Essa risulta così composta (da Tab. 2.9):

Classe demografica	N. famiglie
Classe 1 - single fino a 34 anni	21
Classe 2 - single tra 35 e 54 anni	20
Classe 3 - single tra 55 e 64 anni	16
Classe 4 - single con più di 64 anni	24
Classe 5 - coppia senza figli con persona di riferimento fino a 54 anni	20
Classe 6 - coppia senza figli con persona di riferimento con più di 54 anni	18
Classe 7 - coppia con figli e dimensione familiare fino a 3 componenti	26
Classe 8 - coppia con figli e dimensione familiare 4 (o più) componenti	24
Classe 9 - famiglia monoparentale	19
Classe 10 - altro tipo di famiglia	12
<b>Tutto il campione</b>	<b>200</b>

<sup>16</sup> Per i dati campionari vedasi Tab. 1.1 (elaborazioni da campione Ascom) ; per quelli di universo Tab. 1.16 (Fonte: Comune di Torino - Ufficio Statistica) e Istat (censimento 2001).

<sup>17</sup> In analogia di intenti con una classificazione molto simile proposta dall’Istat nel resoconto dell’indagine sui consumi delle famiglie 2002 (l’ultima ad oggi disponibile, rintracciabile nel sito [www.istat.it](http://www.istat.it)).

Si forniscono quindi indicazioni sulla struttura campionaria per numero di percettori di reddito dichiarati dalla famiglia<sup>18</sup> (dettagli maggiori si trovano nelle Tab. da 1.10 a 1.13). Le situazioni più comuni riguardano il caso di un percettore (61% delle famiglie campione) o due percettori (31%). Rare le situazioni diverse: nessun percettore nel 5% dei casi e più di due percettori nel 4% 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 (in un insieme di 14) di reddito medio mensile approssimativamente percepito dalla famiglia.

E' 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 ambito, 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 metodologica<sup>19</sup>.

Consci della grande cautela con cui occorre operare con questa informazione, si è tuttavia scelto di sottoporre i risultati a qualche verifica.

Come prima e immediata osservazione, sembra assai difficile utilizzare l'informazione in termini assoluti, cioè come indicazione di un reddito reale. Una ragione evidente è che la media del reddito così indagato (relativa a tutto il campione) risulta di circa<sup>20</sup> 1610 euro, mentre – anticipando un risultato sintetico di indagine - il consumo mensile familiare è di 2154 euro più le manutenzioni alla casa, cioè 2190 euro.

Resta eventualmente aperta la possibilità di sfruttare l'informazione in modo ordinale, considerando classi ampie e supponendo di aver rilevato un giudizio qualitativo sulla consistenza del reddito familiare.

Avvertendo quindi il lettore che si tratta prevalentemente di uno studio sul comportamento dell'informazione raccolta, più che di un contributo informativo alla lettura degli altri dati, si conviene di suddividere il reddito dichiarato in quattro classi<sup>21</sup> (fino a 775€ ; 776€ - 1291€ ; 1292€ - 2582€ ; oltre 2583€) assumendo rispettivamente l'indicazione di un reddito crescente (indicato nel seguito con reddito A, B, C e D).

Una verifica più specifica, basata su una suddivisione in percentili e su un confronto con analoghi percentili di spesa verrà condotta nel paragrafo 4.5 .

### 3.2 I componenti

Facendo riferimento ai 405 individui componenti le famiglie campionarie si nota una composizione per sesso illustrata dalla tabella che segue:

---

<sup>18</sup> 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).

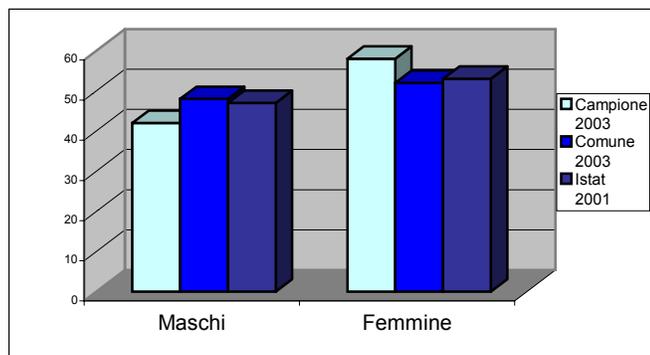
<sup>19</sup> Si precisa che nel resoconto Istat sui consumi delle famiglie 2002 non compare però alcuna indicazione sulle risposte ottenute a seguito di questa domanda.

<sup>20</sup> . Il calcolo della media è da ritenersi approssimativo, per l'uso dei centri di classe e per via di tre mancate risposte. Le due classi estreme ("fino a 310€" e "oltre 6197€") non hanno invece dato origine a problemi di calcolo perché nessuna famiglia le ha indicate.

<sup>21</sup> La scelta dei limiti di classe è fatta in modo da permettere la confrontabilità con la ricerca Unioncamere per i capoluoghi piemontesi.

Sesso dei componenti (famiglie campione) e della popolazione torinese<sup>22</sup>

Sesso	Campione (%)	Universo Comune 2003 (%)	Universo Censim. 2001 (%)
Maschi	42	48	47
Femmine	58	52	53
	100	100	100

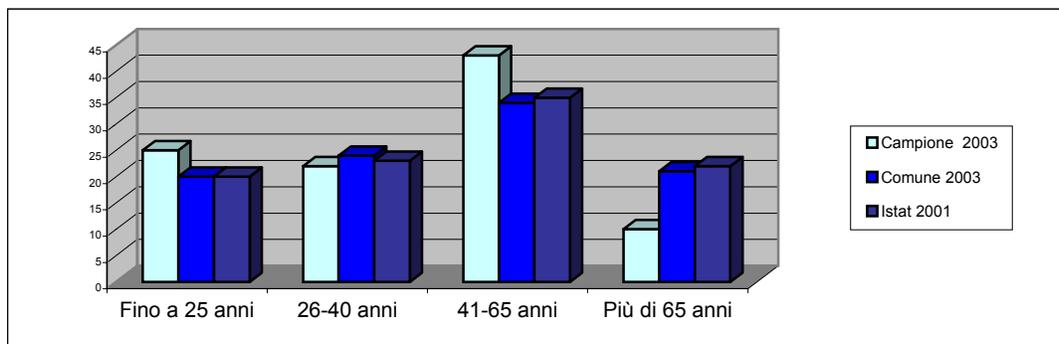


Le proporzioni appaiono soddisfacenti, anche se si nota una lieve sottostima dei maschi nel campione.

Segue un confronto secondo l'età:

Età dei componenti (famiglie campione) e della popolazione torinese<sup>23</sup>

Sesso	Campione Maschi (%)	Universo Maschi Comune 2003 (%)	Universo Maschi Censim. 2001 (%)	Campione Femmine (%)	Universo Femmine Comune 2003 (%)	Universo Femmine Censim. 2001 (%)	Campione Totale (%)	Universo Totale Comune 2003 (%)	Universo Totale Censim. 2001 (%)
Fino a 25 anni	31	22	21	20	19	18	25	20	20
26-40 anni	20	26	25	24	23	22	22	24	23
41-65 anni	39	35	35	46	34	34	43	34	35
Più di 65 anni	10	17	19	10	24	26	10	21	22
	100	100	100	100	100	100	100	100	100



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 quasi analogo sovradimensionamento della classe 41-65 anni.

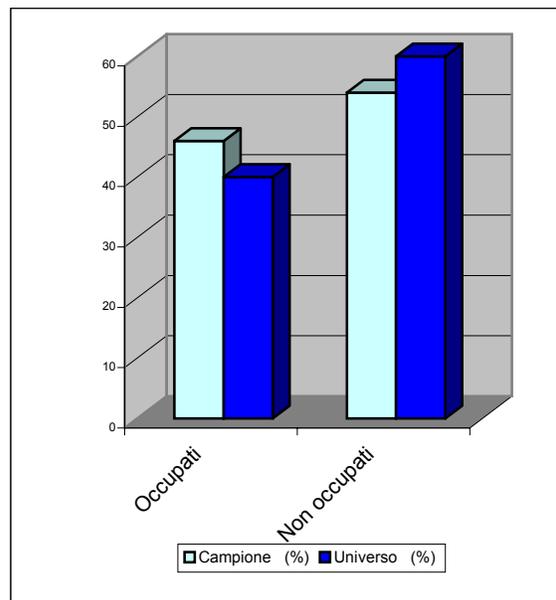
<sup>22</sup> Per i dati campionari vedasi Tab. 1.13 (elaborazioni da campione Ascom); per quelli di universo Tab. 1.17 (Fonte: Comune di Torino – Ufficio Statistica e Istat – Censimento 2001).

<sup>23</sup> Per i dati campionari vedasi Tab. 1.13 (elaborazioni da campione Ascom) ; per quelli di universo Tab. 1.17 (Fonte: Comune di Torino - Ufficio Statistica) e Istat (censimento 2001).

Dal punto di vista della condizione professionale il campione tende a sovrapproporzionare gli occupati, e in particolare i lavoratori autonomi. Tra i non occupati risultano sovradimensionati i pensionati e sottodimensionate le casalinghe.

Condizione e posizione professionale dei componenti (famiglie campione) e della popolazione torinese<sup>24</sup>

Condizione , posizione professionale	Cam pione (%)	Universo Comune 2003 (%)
Occupati (di cui:)	46	40
- Imprenditori e liberi professionisti	4	4
- Lavoratori autonomi	13	7
- Dirigenti e impiegati	17	18
- Operai	12	10
Non occupati (di cui:)	54	60
- Pensionati	21	15
- Casalinghe	8	15
- Studenti	19	10
	100	100



#### 4. 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 di circa 310 euro, e registra un aumento di circa 10-15 euro rispetto all'anno precedente. Sul totale dei consumi la spesa alimentare rappresenta il 14-15% della spesa totale, in linea con le risultanze Unioncamere per le famiglie degli altri capoluoghi piemontesi (che variano dal 13% di Cuneo al 16% di Novara e Verbania).

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 – 2.7.

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).

<sup>24</sup> Per i dati campionari vedasi Tab. 1.14 (elaborazioni da campione Ascom); per quelli di universo Tab. 1.18 (Fonte: Comune di Torino - Ufficio Statistica).

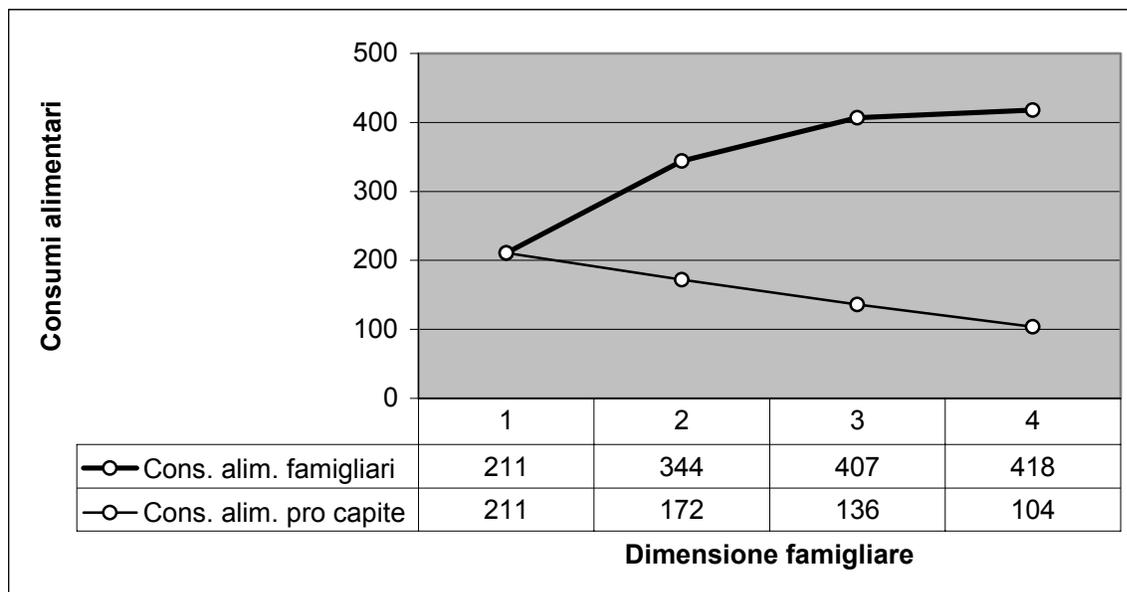
### Consumi alimentari della famiglia e *pro capite* secondo la dimensione famigliare

Dimensione famigliare	Consumi alimentari famigliari	Consumi alimentari <i>pro capite</i>	Indice di aumento spesa famigliare	Indice di risparmio <i>pro capite</i>	Numero famiglie
1	211	211	100	100	81
2	344	172	163	82	57
3	407	136	193	64	38
4	418	104	198	49	24
Media	311	154			200

Al crescere della dimensione, risulta evidente la progressione del consumo famigliare e la contemporanea diminuzione di quello *pro capite*. Per misurare tali effetti si presentano i due indici di aumento della spesa famigliare e di risparmio *pro capite*. Il primo mostra le percentuali di aumento della spesa alimentare famigliare al crescere della famiglia: le famiglie con due persone spendono in media il 63% in più di quelle monocomponenti, le famiglie con tre persone il 93% in più del doppio (il 117% in più delle famiglie single) e quelle con quattro componenti il 98% in più<sup>25</sup>. 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 18% rispetto al single, chi ha una famiglia con altri due componenti il 36% e chi convive con altre tre persone il 51%.

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

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



Il volume di spesa alimentare e la sua disaggregazione per categorie merceologiche deve essere quindi considerata con cautela<sup>26</sup>, se si tiene presente la difficile<sup>27</sup> descrizione dell'universo delle famiglie

<sup>25</sup> Nel campione non sono contenute famiglie con cinque componenti.

<sup>26</sup> 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

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 (211 euro), coppia senza figli (338 euro) e coppia con figli (413 euro), mentre la famiglia monoparentale si situa leggermente al di sopra della coppia senza figli (361 euro).

Anche in questo caso può essere utile 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 32% in meno della media – per arrivare alle coppie con figli – che consumano il 33% in più della media.

Tipologia di famiglia	Consumi alimentari familiari	Indice di spesa alimentare familiare	Numero famiglie
Persona sola	211,10	68	81
Coppia senza figli	337,61	109	38
Coppia con figli	413,33	133	50
Famiglia monoparentale	360,85	116	19
Altro	398,18	128	12
Tutte le famiglie	311	100	200

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: per le famiglie più giovani (con capofamiglia fino a 25 anni) la spesa è di 218 euro<sup>28</sup>, le famiglie con capofamiglia tra 26 e 40 anni spendono 259 euro e quelle con capofamiglia tra 41 e 65 anni spendono 352 euro. Le famiglie con capofamiglia di età superiore a 65 anni spendono invece 255 euro, con una regressione a valori inferiori alla media campionaria (311 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 dei due precedenti.

Età della persona di riferimento	Consumi alimentari familiari	Indice di spesa alimentare familiare	Numero famiglie
Fino a 25 anni	217,95	70	4
26-40 anni	259,17	83	50
41- 65 anni	352,15	113	115
Più di 65 anni	254,86	82	31
Tutte le famiglie	311	100	200

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

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.

<sup>27</sup> E in parte controversa, secondo le due fonti citate.

<sup>28</sup> Il dato assoluto (e il successivo valore relativo espresso in numero indice) va assunto con cautela, data la piccola numerosità di queste famiglie (12 casi).

Classe demografica	Consumi alimentari famigliari	Indice di spesa alimentare famigliare	Numero famiglie
Classe 1	170	55	21
Classe 2	238	76	20
Classe 3	241	77	16
Classe 4	205	66	24
Classe 5	337	108	20
Classe 6	338	109	18
Classe 7	409	132	26
Classe 8	418	134	24
Classe 9	361	116	19
Classe 10	398	128	12
Tutte le famiglie	311	100	200

Rilevante nel consumo sembra anche lo stato occupazionale del capofamiglia: si passa infatti da situazioni decisamente inferiori alla media nel caso del non occupato, a situazioni medio-basse per l'operaio, medio-alte per il lavoratore in proprio e alte per il libero professionista.

Occup. del capofamiglia	Consumi alimentari famigliari	Indice di spesa alimentare famigliare	Numero famiglie
Non occupato	271,41	87	80
Operaio	286,73	92	31
Dirigente e impiegato	348,00	112	31
Lavoratore in proprio	346,10	111	46
Imprenditore e libero prof.	409,92	132	12
Tutte le famiglie	311	100	200

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

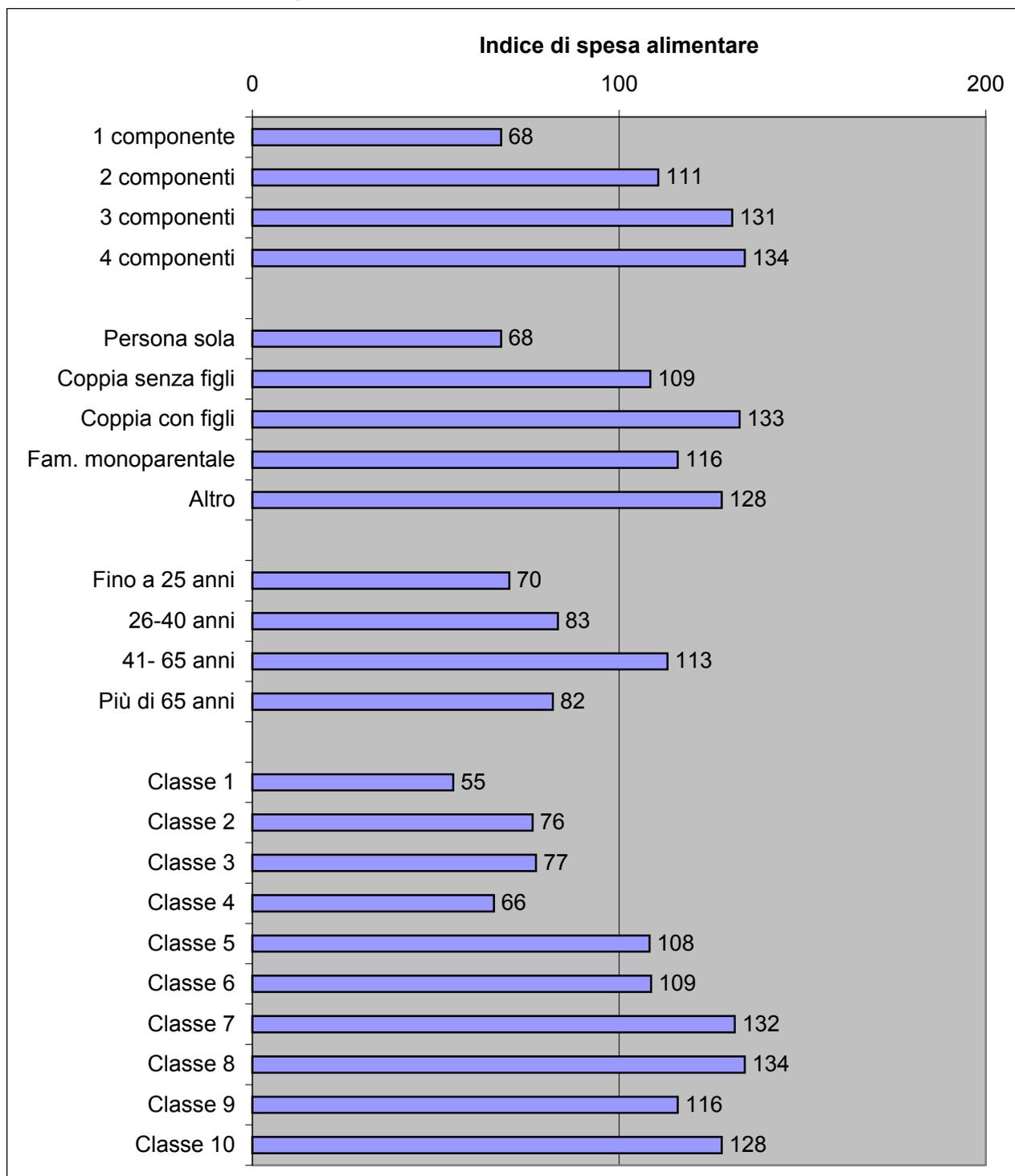
Percettori di reddito	Consumi alimentari famigliari	Indice di spesa alimentare famigliare	Numero famiglie
Nessun percettore	308,60	99	10
1 percettore	254,14	82	122
2 percettori	409,56	132	61
3 o più percettori	450,59	145	7
Tutte le famiglie	311	100	200

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.

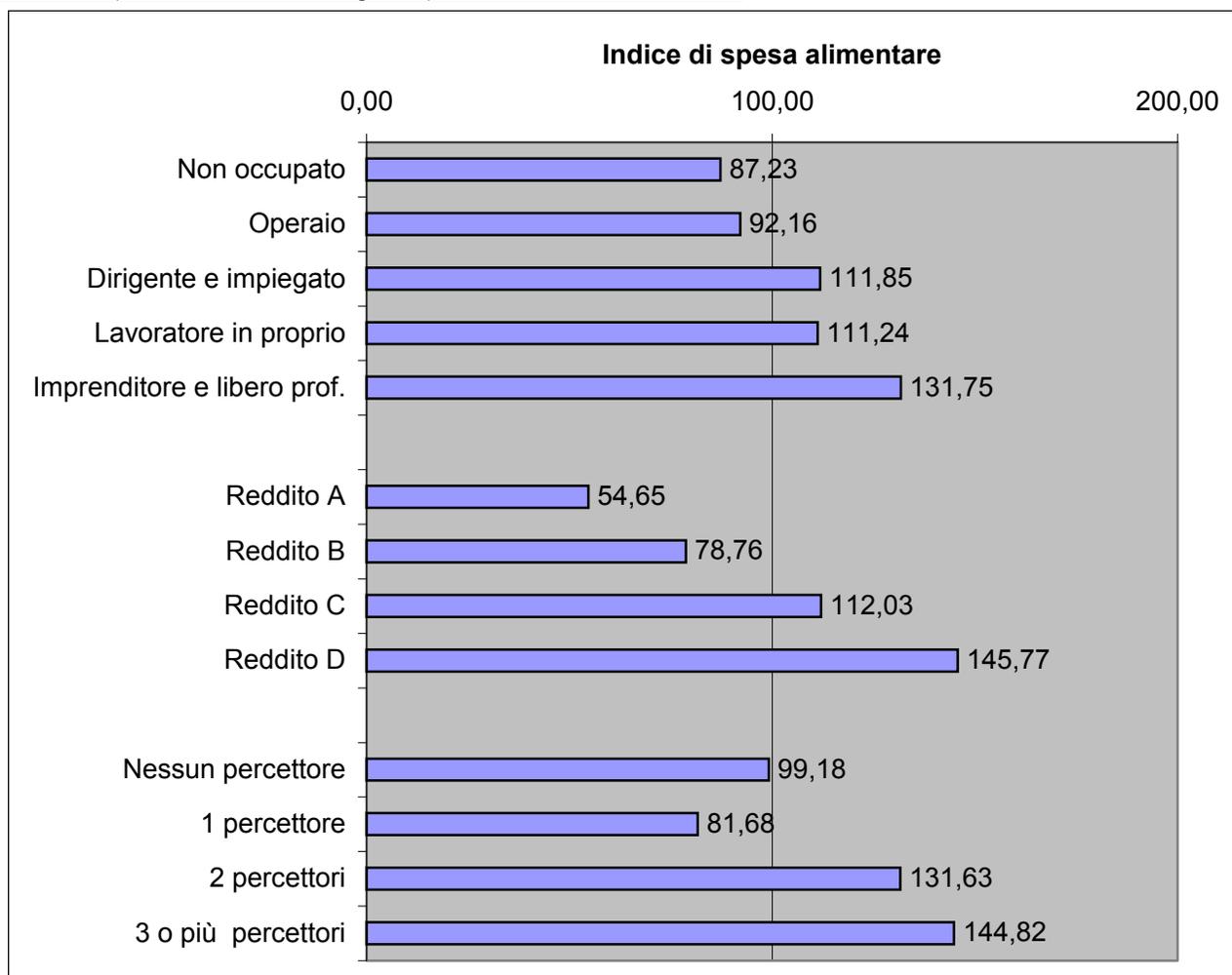
Reddito famigliare	Consumi alimentari famigliari	Indice di spesa alimentare famigliare	Numero famiglie
Fascia A	170,05	55	18
Fascia B	245,04	79	60
Fascia C	348,56	112	101
Fascia D	453,56	146	18
Tutte le famiglie	311	100	200

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 più evidenti escursioni dell'indice si hanno per dimensione (da 68 a 134), classe demografica (da 55 a 134) e fascia di reddito (da 55 a 146).

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 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 (ripresa da Tab 2.11.a)

### Consumi alimentari medi mensili nei capoluoghi di provincia piemontesi<sup>29</sup>

	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 (LIRE)
Alessandria	59,85	37,24	75,32	14,13	5,29	45,52	34,27	39,04	35,65	346,31
Asti	52,04	45,24	120,26	16,6	5,39	39,6	30,41	19,04	29,91	358,5
Biella	63,42	51,66	90,43	34,76	6,21	46,95	48,4	36,96	30,8	409,59
Cuneo	55,91	35,11	50,36	10,07	4,58	47,07	16,38	29,23	23,14	271,85
Novara	53,48	55,62	94,83	19,43	4,78	56,6	39,84	49,2	40,02	413,81
Torino	46,21	41,27	78,05	14,37	4,82	43,23	32,51	24,01	26,68	311,14
Verbania	46,44	42,54	81,18	25,69	10,17	51,11	36,21	33,05	30,22	356,61
Vercelli	49,79	42,76	86,08	16,7	8,62	42,36	24,94	27,84	27,95	327,03

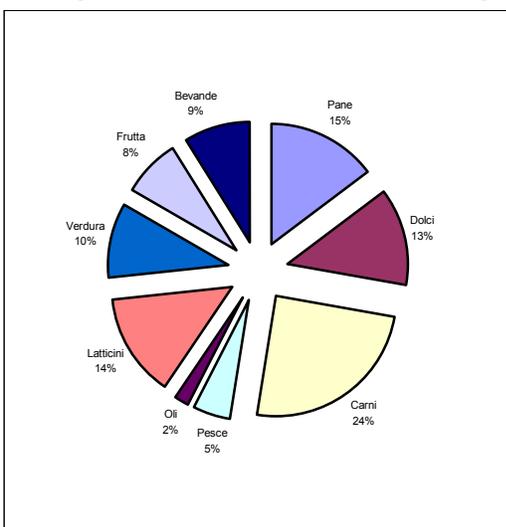
### 3.2 La struttura dei consumi alimentari

La ripartizione in categorie merceologiche delle spese alimentari mostra che un quarto della spesa è destinata a “carni e salumi” (25%), cui seguono “pane e cereali” (15%), “latte e formaggi” (14%), e “dolciumi” (13%).

Meno rilevanti le spese per “legumi e ortaggi” (10%), “bevande” (9%), “frutta” (8%), “pesce” (5%) e “oli e grassi” (2%).

#### Struttura dei consumi alimentari nelle famiglie torinesi (campione di 200 famiglie)

Pane e cereali	15
Carni e salumi	25
Pesce	5
Olio e grassi	2
Latte e formaggi	14
Legumi e ortaggi	10
Frutta	8
Dolciumi	13
Bevande	9
	100



<sup>29</sup> 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.

Si considera quindi la struttura dei consumi alimentari torinesi, in base ai principali incroci socio-demografici esaminati in sede di indagine campionaria<sup>30</sup>.

	<b>Pane</b>	<b>Carne</b>		<b>Olio</b>	<b>Latte</b>	<b>Ver</b>				<b>Totale</b>	<b>Num.</b>
<b>Dimensione della famiglia</b>	<b>Cereali</b>	<b>Salumi</b>	<b>Pesce</b>	<b>Grassi</b>	<b>Formag</b>	<b>dura</b>	<b>Frutta</b>	<b>Dolci</b>	<b>Bevande</b>	<b>Aliment</b>	<b>Fam.</b>
1 componente	15	25	4	1	13	11	10	12	8	100	81
2 componenti	14	26	4	1	13	10	7	13	11	100	57
3 componenti	15	24	6	2	15	11	6	15	7	100	38
4 componenti	17	24	5	2	15	9	7	14	6	100	24
<b>Tipologia familiare</b>											
Persona sola	15	25	4	1	13	11	10	12	8	100	81
Coppia senza figli	14	26	3	1	13	10	6	13	14	100	38
Coppia con figli	15	26	5	2	15	10	6	13	7	100	50
Famiglia monoparentale	18	23	4	2	15	10	8	15	4	100	19
Altro	10	24	6	2	12	11	9	15	9	100	12
<b>Età del capofamiglia</b>											
Fino a 25 anni	9	21	4	1	16	17	18	12	3	100	4
26-40 anni	18	18	6	1	16	10	8	13	9	100	50
41- 65 anni	14	27	4	2	14	10	7	13	9	100	115
Più di 65 anni	12	29	4	2	11	10	10	15	7	100	31
<b>Occup. Del capofamiglia</b>											
Non occupato	13	27	5	1	15	10	8	14	7	100	80
Operaio	19	24	3	1	14	10	7	13	8	100	31
Dirigente e impiegato	15	24	5	1	13	10	8	14	8	100	31
Lavoratore in proprio	16	25	5	2	15	10	8	11	8	100	46
Imprenditore e libero prof.	12	20	4	1	10	13	4	19	18	100	12
<b>Titolo di studio del capofamiglia</b>											
Licenza elementare	14	26	3	1	12	10	9	16	10	100	23
Licenza media inferiore	16	27	4	1	14	10	7	13	7	100	49
Diploma media superiore	15	24	5	2	14	11	7	12	10	100	100
Laurea	15	24	4	1	13	10	10	16	7	100	27
<b>Reddito familiare</b>											
Reddito A	14	27	5	2	18	12	7	12	4	100	18
Reddito B	16	25	5	1	12	10	8	12	10	100	60
Reddito C	15	25	4	1	15	10	7	14	9	100	101
Reddito D	13	26	6	3	13	10	8	15	6	100	18
<b>Percettori di reddito</b>											
Nessun percettore	15	21	2	0	18	13	13	8	9	100	10
1 percettore	15	24	5	2	14	10	8	13	9	100	122
2 percettori	15	27	4	2	13	11	7	14	8	100	61
3 o più percettori	13	26	8	2	14	13	7	13	5	100	7
<b>Consumo biologico</b>											
No consumo bio	15	25	4	2	13	11	8	14	8	100	154
Fino a 10%	16	28	5	1	15	9	6	13	8	100	22
10% - 20%	17	30	4	1	12	10	8	13	5	100	12
20% - 30%	12	14	6	2	16	11	4	12	21	100	6
Oltre 30%	7	30	9	5	21	8	7	6	7	100	6
<b>Classe socio demografica</b>											
Classe 1	17	17	7	2	13	13	9	8	13	100	21
Classe 2	17	27	3	1	12	11	10	8	11	100	20
Classe 3	14	23	3	0	12	14	11	17	6	100	16
Classe 4	12	31	5	3	14	8	10	14	4	100	24
Classe 5	15	23	5	1	11	10	6	12	18	100	20
Classe 6	14	29	2	1	16	9	6	14	9	100	18
Classe 7	14	27	6	2	15	11	6	12	8	100	26
Classe 8	17	24	5	2	15	9	7	14	6	100	24
Classe 9	18	23	4	2	15	10	8	15	4	100	19
Classe 10	10	24	6	2	12	11	9	15	9	100	12
<b>Tutto il campione</b>	<b>15</b>	<b>25</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	<b>200</b>

<sup>30</sup> I dati sono desunti dalle tabelle da 2.1 a 2.9.

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 Cereali	Carne Salumi	Pesce	Olio Grassi	Latte Form.	Ver dura	Frutta	Dolci	Bevande	Num. Fam.
1 componente		99	100	93	86	93	109	129	90	97	81
2 componenti		94	105	90	76	96	94	95	95	133	57
3 componenti		101	96	121	111	108	104	80	113	78	38
4 componenti		112	97	100	153	107	90	91	108	75	24
<b>Tipologia familiare</b>											
Persona sola		99	100	93	86	93	109	129	90	97	81
Coppia senza figli		97	103	73	48	95	94	77	99	158	38
Coppia con figli		102	102	116	128	108	96	84	101	82	50
Famiglia monoparentale		123	91	97	108	110	98	106	115	48	19
Altro		69	95	132	156	89	106	120	117	107	12
<b>Età del capofamiglia</b>											
Fino a 25 anni		64	83	94	35	117	<b>161</b>	<b>232</b>	87	<b>29</b>	4
26-40 anni		123	71	136	87	113	100	100	100	110	50
41- 65 anni		97	107	93	103	99	100	92	97	101	115
Più di 65 anni		82	115	76	114	82	96	126	116	85	31
<b>Occup. Del capofamiglia</b>											
Non occupato	No_occup	86	108	109	96	107	96	106	103	81	80
Operaio	Operaio	<b>125</b>	96	69	90	103	99	95	96	93	31
Dirigente e impiegato	Impiegato	102	97	116	86	91	98	110	107	98	31
Lavoratore in proprio	In_proprio	111	100	98	138	105	98	103	80	98	46
Imprenditore e libero prof.	Lib_prof	78	78	91	44	<b>69</b>	129	<b>49</b>	<b>143</b>	209	12
<b>Titolo di studio del capofamiglia</b>											
Licenza elementare	Elementari	91	102	70	95	84	93	111	119	120	23
Licenza media inferiore	M_inf	107	108	93	91	104	96	93	98	76	49
Diploma media superiore	M_sup	99	97	113	112	103	104	95	90	111	100
Laurea	Laurea	99	96	87	64	96	96	125	124	79	27
<b>Reddito familiare</b>											
Reddito A	<=775	95	107	110	111	127	118	85	91	44	18
Reddito B	776 -1291	106	101	117	90	87	99	109	89	111	60
Reddito C	1292 - 2582	101	99	84	90	105	99	92	105	106	101
Reddito D	>=2583	88	103	138	170	93	98	103	111	72	18
<b>Percettori di reddito</b>											
Nessun percettore	PercNO	98	84	54	17	129	126	174	62	105	10
1 percettore	Perc1	99	97	109	109	101	95	99	101	108	122
2 percettori	Perc2	102	106	86	99	94	101	93	104	96	61
3 o più percettori	Perc>3	90	102	163	106	104	124	92	96	53	7
<b>Consumo biologico</b>											
No consumo bio	BioNO	101	98	95	99	97	104	105	103	97	154
Fino a 10%	Bio10	105	111	102	61	108	82	83	95	96	22
10% - 20%	Bio20	111	120	90	68	85	95	110	98	58	12
20% - 30%	Bio30	82	<b>57</b>	132	158	118	107	56	91	<b>244</b>	6
Oltre 30%	Bio>30	<b>48</b>	119	<b>193</b>	<b>295</b>	<b>152</b>	<b>77</b>	88	<b>48</b>	84	6
<b>Classe socio demografica</b>											
Classe 1	CI1	114	68	152	112	97	127	121	62	152	21
Classe 2	CI2	114	106	58	43	89	110	133	60	131	20
Classe 3	CI3	93	93	66	<b>10</b>	86	129	137	131	74	16
Classe 4	CI4	80	<b>124</b>	105	170	101	78	125	106	42	24
Classe 5	CI5	98	90	104	43	80	100	73	92	212	20
Classe 6	CI6	96	117	<b>39</b>	55	113	88	81	106	99	18
Classe 7	CI7	93	108	131	104	108	101	77	94	89	26
Classe 8	CI8	112	97	100	153	107	90	91	108	75	24
Classe 9	CI9	123	91	97	108	110	98	106	115	48	19
Classe 10	CI10	69	95	132	156	89	106	120	117	107	12
<b>Tutto il campione</b>		<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>200</b>
<b>Minimo</b>		<b>48</b>	<b>57</b>	<b>39</b>	<b>10</b>	<b>69</b>	<b>77</b>	<b>49</b>	<b>48</b>	<b>29</b>	
<b>Massimo</b>		<b>125</b>	<b>124</b>	<b>193</b>	<b>295</b>	<b>152</b>	<b>161</b>	<b>232</b>	<b>143</b>	<b>244</b>	

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 alimentare) il valore minimo e il valore massimo



### 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	15	10	25	6	2	12	10	10	9	100
Asti	15	13	29	7	2	10	8	8	9	100
Biella	16	8	24	7	2	14	10	8	11	100
Cuneo	17	11	21	6	2	17	8	8	10	100
Novara	15	11	24	7	2	12	10	10	10	100
Torino	16	11	24	5	2	15	9	8	11	100
Verbania	16	9	22	8	2	14	10	8	12	100
Vercelli	14	10	27	5	1	10	13	11	9	100

Le quote più rilevanti si hanno per “carni e salumi” (da 21-22% di Cuneo e Verbania a 27% di Vercelli e 29% di Asti), seguono “pane e cereali” (da 14 a 17%), “latte e formaggi” (da 10 a 17%); categorie intermedie sono “legumi e ortaggi”, “frutta”, “dolciumi” e “bevande”, che rappresentano tutte percentuali dell’ordine dell’8-13%; da ultime “pesce” (5-8%) e “oli e grassi” (1-2%).

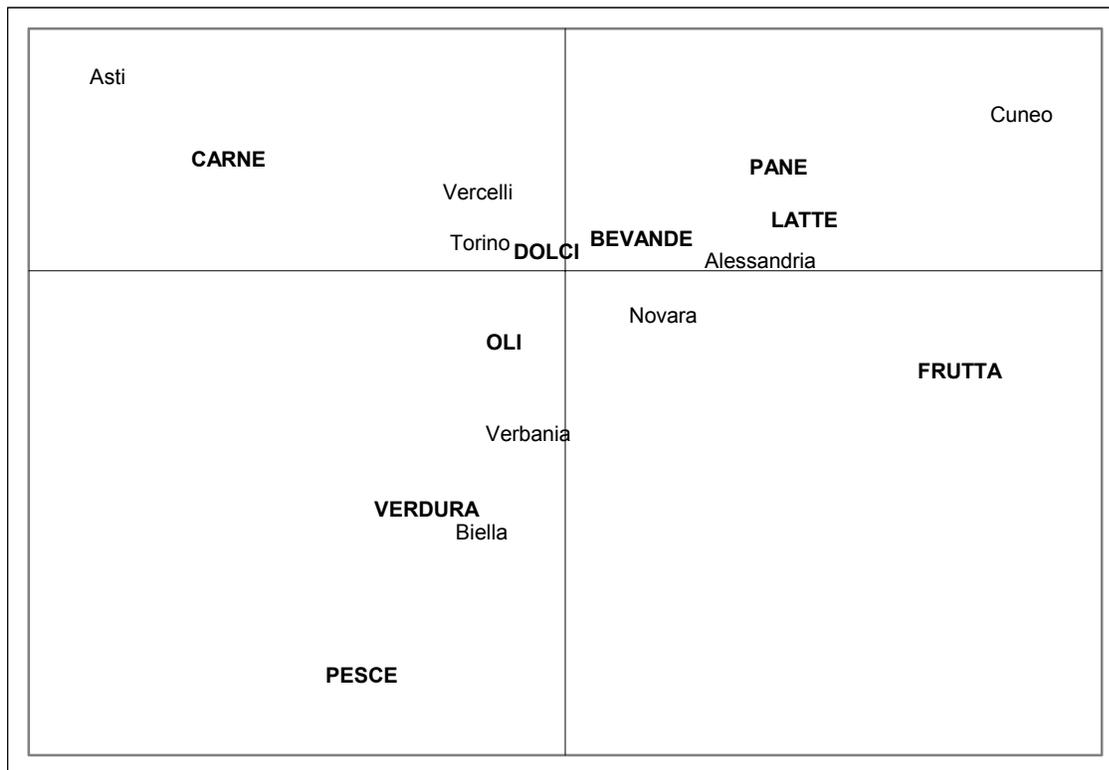
Importante è poi il confronto in termini relativi proponibile attraverso la seguente mappa<sup>33</sup>:

<sup>33</sup> La mappa deriva dall’output di un’analisi delle corrispondenze e si riferisce al primo piano fattoriale che spiega il 75% di inerzia, come si nota dal seguente schema:

FATTORE	AUTOVAL.	%INER.	%CUM.
F1	0,013	47	47
F2	0,008	28	75
F3	0,003	11	86
F4	0,002	7	94
F5	0,001	4	97
F6	0,001	2	100
F7	0,000	0	100
TOT	0,028		

L’esame dei coseni quadrati permette di evidenziare una buona rappresentazione delle categorie merceologiche, escluse “olio” e “dolci”, mentre per i capoluoghi la rappresentazione è generalmente abbastanza buona. I maggiori contributi al primo asse fattoriale sono dati dalla carne, che si oppone alla frutta (e a latticini e pane); per il secondo asse la contrapposizione è tra pesce e verdura che si oppongono alla carne.

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



Il grafico mostra che Asti si distingue per consumi più elevati degli altri capoluoghi per “carni e salumi”, Cuneo per “pane e cereali” e “latte e formaggi”, e Biella per “pesce” e “ortaggi e legumi”.

### 3.3 I consumi non alimentari

La spesa media mensile per generi non alimentari nelle famiglie campione si avvicina 1850 euro, escluse le manutenzioni alla casa. Rispetto al totale dei consumi, quelli non alimentari rappresentano più dell’ 85% della spesa totale, proporzione vicina alle risultanze Unioncamere per le famiglie dei capoluoghi piemontesi extra Torino.

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 ruolo<sup>34</sup>.

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

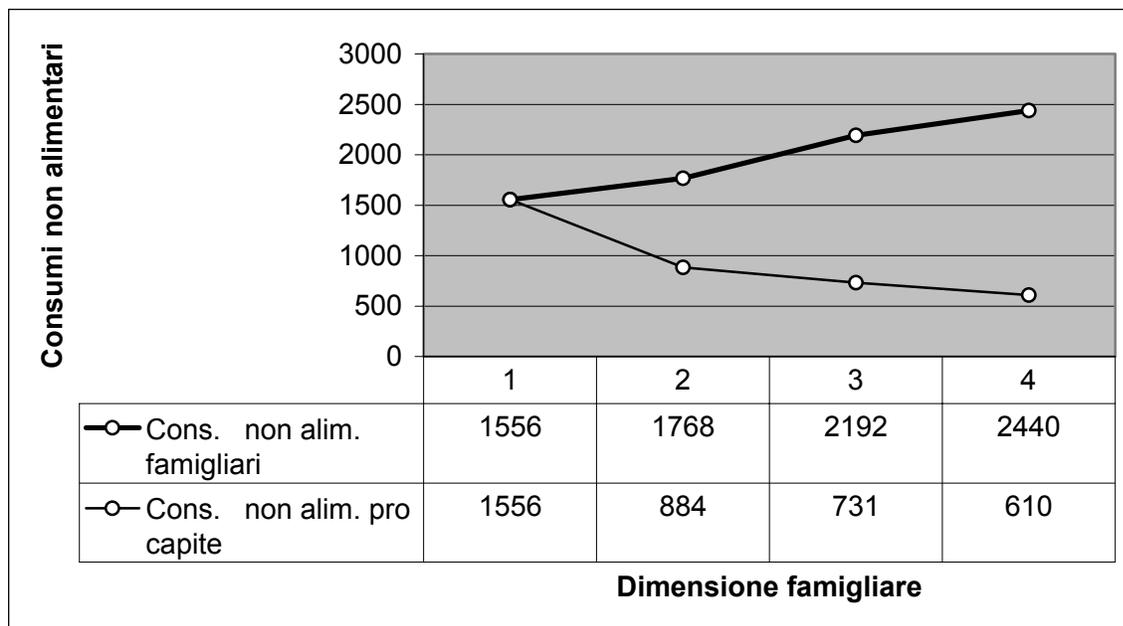
Dimensione familiare	Consumi non alimentari famigliari	Consumi non alimentari <i>pro capite</i>	Indice di aumento spesa familiare	Indice di risparmio <i>pro capite</i>	Numero famiglie
1	1556	1556	100	100	81
2	1768	884	114	57	57
3	2192	731	141	47	38
4	2440	610	157	39	24
Media	1843	910			200

<sup>34</sup> I dati sono derivati da Tab. 2.1.

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 cui è opportuno confrontare l'andamento di detti indici, il primo indice mostra le percentuali di aumento della spesa non alimentare familiare al crescere della famiglia: le famiglie con due persone spendono in media il 14% in più di quelle monocomponenti (per le spese alimentari era il 63% in più), le famiglie con tre persone spendono il 41% in più dei singles (era il 93% in più per le spese alimentari) e quelle con quattro componenti arrivano al 57% in più delle famiglie single (era il 98% in più per la spesa alimentare). 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 43% rispetto al single (era il 18% per le spese alimentari), chi ha una famiglia con altri due componenti risparmia il 53% (contro il 36% nel caso della spesa alimentare) e chi convive con altre tre persone il 61% (contro il 51% per i consumi alimentari).

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

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



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 alimentari<sup>35</sup>.

Secondo la tipologia della famiglia (Tab. 2.2), si nota una progressione della spesa non alimentare che ricorda quella alimentare: si inizia dai single (1556 euro), poi la coppia senza figli (1857 euro) e infine la coppia con figli (2272 euro), mentre la famiglia monoparentale (2191 euro) si situa tra i due tipi di coppia.

Anche in questo caso può essere utile un confronto in numeri indice, ponendo la media uguale a 100. L'indice mostra una escursione meno evidente di quella ritrovata per la spesa alimentare, a partire dai single - che consumano il 16% in meno della media - per arrivare alle coppie con figli - che consumano il 23% in più della media.

<sup>35</sup> 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	1556	84	81
Coppia senza figli	1858	101	38
Coppia con figli	2273	123	50
Famiglia monoparentale	2192	119	19
Altro	1395	76	12
Tutte le famiglie	1843	100	200

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: per le famiglie più giovani (con capofamiglia fino a 25 anni) la spesa è di 1101 euro<sup>36</sup>, le famiglie con capofamiglia tra 26 e 40 anni spendono 1899 euro e quelle con capofamiglia tra 41 e 65 anni spendono 2056 euro. Le famiglie con capofamiglia di età superiore a 65 anni spendono invece 1058 euro, con una regressione a valori inferiori alla media campionaria (1843 euro). 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	1101	60	4
26-40 anni	1899	103	50
41- 65 anni	2056	112	115
Più di 65 anni	1058	57	31
Tutte le famiglie	1843	100	200

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	1358	74	21
Classe 2	2169	118	20
Classe 3	2042	111	16
Classe 4	894	48	24
Classe 5	1927	105	20
Classe 6	1781	97	18
Classe 7	2118	115	26
Classe 8	2440	132	24
Classe 9	2192	119	19
Classe 10	1395	76	12
Tutte le famiglie	1843	100	200

<sup>36</sup> Vedasi però la nota 26.

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

In numeri indice si nota che i non occupati e gli operai hanno un consumo inferiore alla media del 18-20%, gli impiegati sono in media, mentre i lavoratori in proprio e i liberi professionisti consumano il 32-39% 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	1473	80	80
Operaio	1509	82	31
Dirigente e impiegato	1837	100	31
Lavoratore in proprio	2563	139	46
Imprenditore e libero prof.	2436	132	12
Tutte le famiglie	1843	100	200

A completare l'influenza del quadro socio-economico sulla spesa famigliare non alimentare, concorre anche il titolo di studio del capofamiglia (Tab. 2.5). Risulta evidente il passaggio dalla licenza elementare (1255 euro) e media inferiore (1379 euro) al diploma di media superiore (2089 euro) e alla laurea (2305 euro), con escursioni rilevanti.

Nello schema riportato tali differenze si valutano anche in termini relativi<sup>37</sup>.

Titolo di studio della persona di riferimento	Consumi non alimentari famigliari	Indice di spesa non alimentare famigliare	Numero famiglie
Licenza elementare	1255	68	23
Licenza media inferiore	1379	75	49
Diploma media superiore	2089	113	100
Laurea	2305	125	27
Tutte le famiglie	1843	100	199

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
Nessun percettore	1805	98	10
1 percettore	1748	95	122
2 percettori	1928	105	61
3 o più percettori	2814	153	7
Tutte le famiglie	1843	100	200

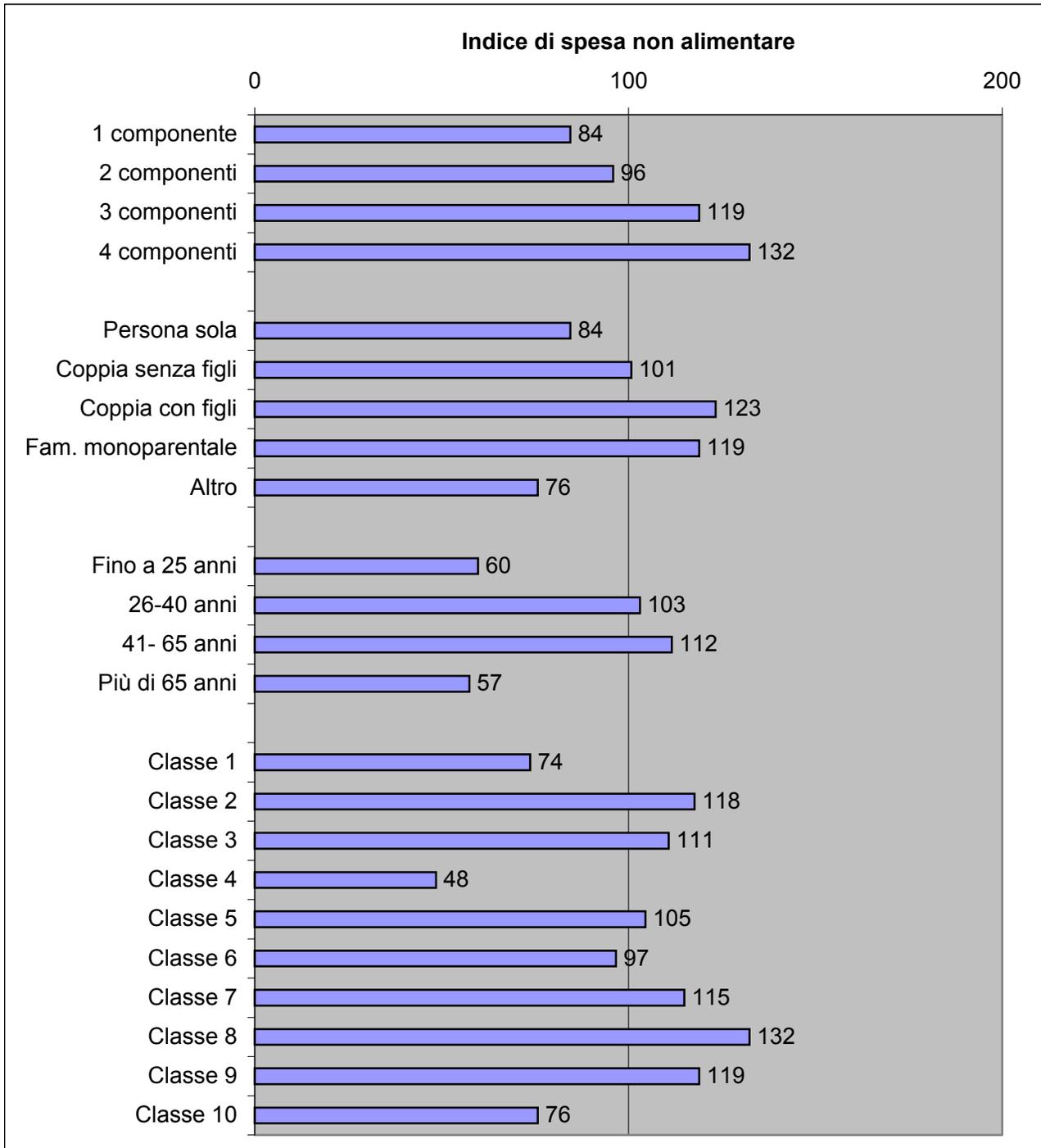
Come nel caso dei consumi alimentari, la fascia di reddito famigliare espressa dall'intervistato sembra concordare, in senso ordinale, con il livello di spesa.

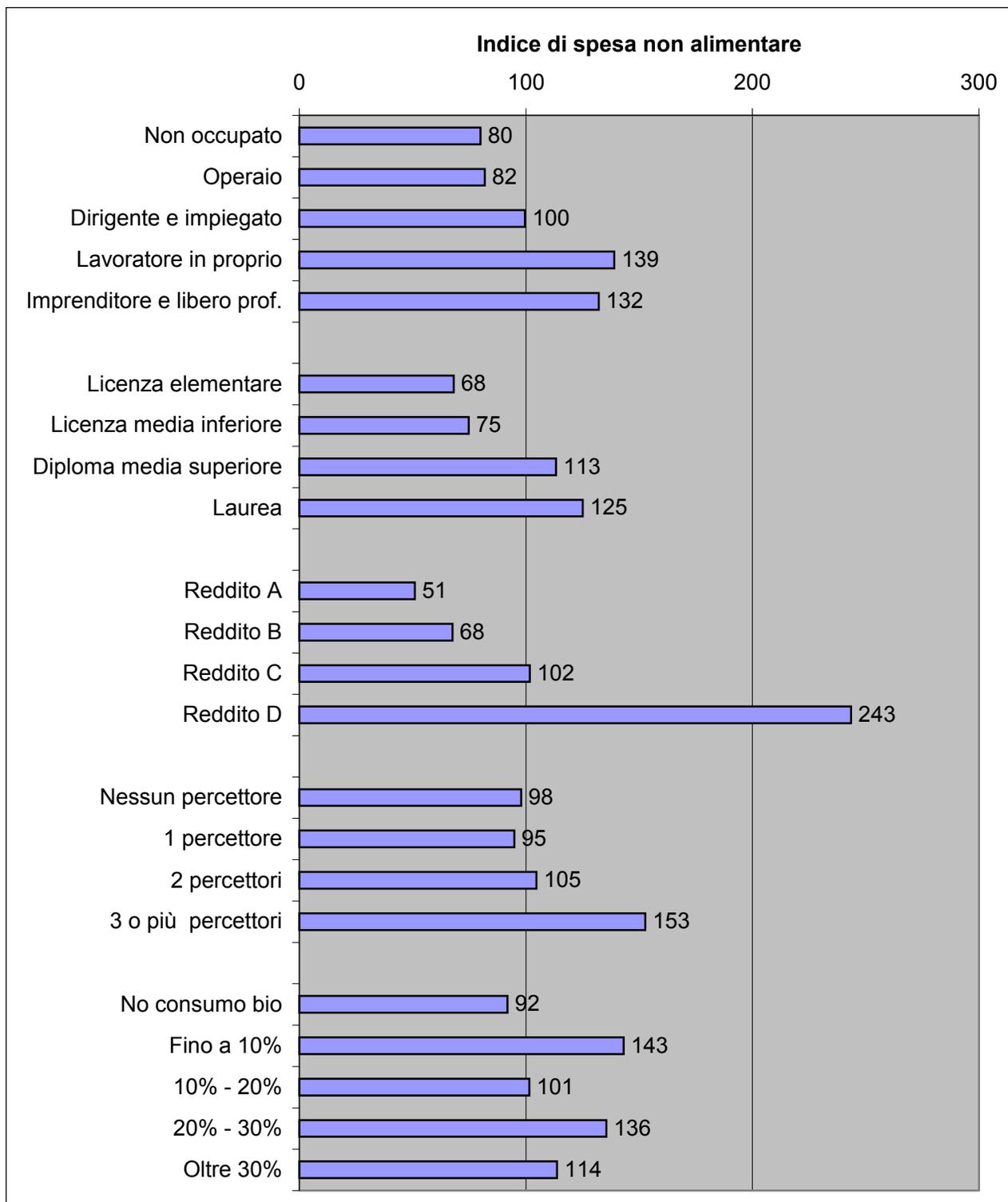
<sup>37</sup> Di un capofamiglia non è noto il titolo di studio

Reddito familiare	Consumi non alimentari familiari	Indice di spesa non alimentare familiare	Numero famiglie
Fascia A	940	51	18
Fascia B	1246	68	60
Fascia C	1875	102	101
Fascia D	4488	243	18
Tutte le famiglie	1843	100	200

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. A questo scopo si riprende la Tab. 2.11.b).

### Consumi non alimentari medi mensili nei capoluoghi di provincia piemontesi<sup>38</sup>

PROVIN CIA	TA BAC CO	VE STIA RIO	ABI TA ZIO NE*	ENER GIA**	AR REDI	SA LUTE	TRASP. COMU NICAZ.	TRASP. COMU NIC. (no auto)	RI CREA ZIONE	ISTRU ZIONE	ALTRI BENI E SER VIZI	CONS. NON ALIM.	CONS. NON ALIM. (no auto)
Alessandria	23,84	102,98	571,78	213,01	99,93	87,65	508,60	382,82	74,13	28,88	272,24	1983,04	1857,26
Asti	4,59	141,57	659,71	263,40	181,38	68,76	1061,60	425,60	143,56	24,84	303,11	2852,52	2216,52
Biella	6,88	100,80	691,33	203,74	344,98	164,84	560,26	381,92	142,46	42,03	449,85	2707,17	2528,83
Cuneo	16,55	122,09	462,53	142,17	250,15	83,91	459,86	344,29	132,41	37,15	280,50	1987,32	1871,75
Novara	25,71	159,08	525,21	189,05	269,15	148,66	519,67	296,61	98,29	47,46	350,40	2332,68	2109,63
Torino	16,15	103,47	561,26	164,16	98,76	77,48	457,84	337,38	102,96	28,20	233,03	1843,33	1722,88
Verbania	13,51	115,28	569,51	146,65	105,41	125,64	412,54	333,93	112,46	14,92	322,50	1938,42	1859,81
Vercelli	5,91	119,30	564,43	252,79	134,27	76,23	510,61	316,16	76,55	17,88	359,00	2116,97	1922,52

\* 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

### 3.4 La struttura dei consumi non alimentari

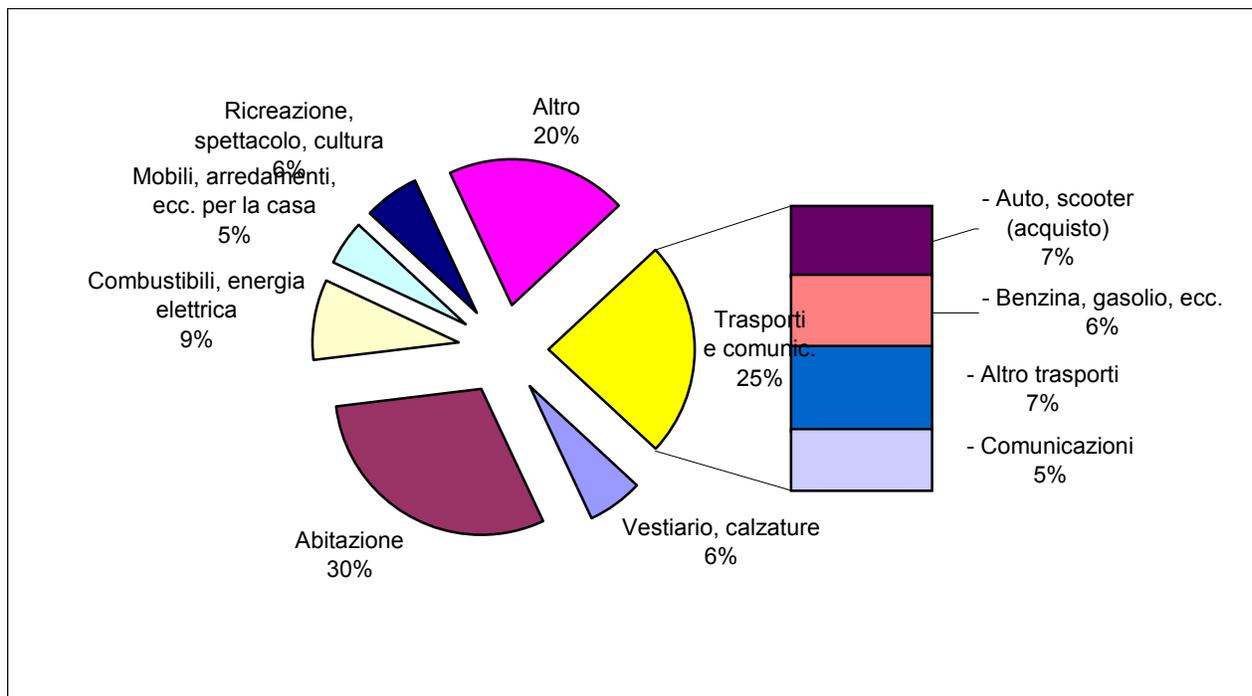
La ripartizione in tipologie merceologiche delle spese non alimentari mostra che il 30% di tali spese è dedicato all'abitazione (per il 90% circa dovute all'affitto – reale o figurativo – ma anche alle spese condominiali e all'imposta sui rifiuti<sup>39</sup>), seguono “trasporti e comunicazioni” con un quarto della spesa non alimentare (la ripartizione interna è circa 80% trasporti e 20% comunicazioni), quindi “combustibili e energia elettrica” (9%), “mobili e arredi per la casa” (5%), “ricreazione, spettacolo, cultura” (6%), “vestiario e calzature” (6%), e altre voci minori.

<sup>38</sup> 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.

<sup>39</sup> 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 200 famiglie)

Generi	(%)
<b>Tabacco</b>	<b>1</b>
<b>Vestiaro, calzature</b>	<b>6</b>
<b>Abitazione (di cui:)</b>	<b>30</b>
- Affitto e subaffitto	8
- Valore locativo	19
- Spese condominio	2
- Assicurazione casa	1
- Imposta rifiuti	1
<b>Combustibili, energia elettrica</b>	<b>9</b>
<b>Mobili, arredamenti, ecc. per la casa</b>	<b>5</b>
<b>Servizi sanitari, salute</b>	<b>4</b>
<b>Trasporti e comunicazioni (di cui:)</b>	<b>25</b>
- Auto, scooter (acquisto)	7
- Benzina, gasolio, ecc.	6
- Accessori auto, pneumatici, ecc.	2
- Assicurazione e bolli	4
- Biglietti tram, bus, treno (altro)	1
- Altri consumi per trasporti	1
- Telefono (acquisto, bolletta)	5
- Spese postali e telefoniche	0
<b>Istruzione</b>	<b>2</b>
<b>Ricreazione, spettacolo, cultura</b>	<b>6</b>
<b>Altri beni e servizi</b>	<b>13</b>
	<b>100</b>



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 2.9).

	Tabac	Vestia	Abita	Ener	Mobili	Salute	Trasp	Istru	Ricrea	Altro	Tot non	N. Fam.
Dimensione della famiglia	co	rio	zione	gia		comunic	zione	zione	zione	Alto	aliment	
1 componente	1	4	32	9	7	3	28	0	5	11	100	81
2 componenti	1	6	35	10	4	4	21	1	6	13	100	57
3 componenti	1	8	28	8	6	7	20	2	5	14	100	38
4 componenti	1	5	23	7	3	4	33	5	6	14	100	24
<b>Tipologia famigliare</b>												
Persona sola	1	4	32	9	7	3	28	0	5	11	100	81
Coppia senza figli	1	6	34	10	4	4	20	1	7	14	100	38
Coppia con figli	1	7	25	8	4	5	27	4	6	14	100	50
Famiglia monoparentale	1	5	32	9	8	7	18	2	4	14	100	19
Altro	2	6	32	13	4	2	26	1	5	9	100	12
<b>Età del capofamiglia</b>												
Fino a 25 anni	1	3	40	9	3	6	18	3	7	10	100	4
26-40 anni	1	5	25	8	9	5	25	2	7	14	100	50
41- 65 anni	1	6	30	9	4	3	27	1	5	13	100	115
Più di 65 anni	0	2	49	13	4	8	11	0	5	7	100	31
<b>Occup. Del capofamiglia</b>												
Non occupato	1	5	36	11	4	6	20	1	5	12	100	80
Operaio	1	5	28	8	3	4	33	3	4	10	100	31
Dirigente e impiegato	1	7	26	9	9	5	17	1	9	15	100	31
Lavoratore in proprio	1	5	27	7	6	3	32	1	6	12	100	46
Imprenditore e libero prof.	1	8	35	11	3	3	18	1	4	17	100	12
<b>Titolo di studio del capofamiglia</b>												
Licenza elementare	1	6	34	11	5	6	17	3	6	11	100	23
Licenza media inferiore	2	4	33	11	5	5	27	1	4	9	100	49
Diploma media superiore	1	6	29	9	5	4	25	2	6	14	100	100
Laurea	1	6	32	7	7	2	25	1	6	14	100	27
<b>Reddito famigliare</b>												
Fino a 775€	1	3	42	12	8	6	16	1	5	7	100	18
Da 776€ a 1291€	1	5	32	11	6	4	23	1	6	12	100	60
Da 1292€ a 2582€	1	6	33	9	4	4	21	2	6	14	100	101
Oltre 2583€	0	6	22	6	6	3	37	2	5	12	100	18
<b>Percettori di reddito</b>												
Nessun percettore	1	5	29	11	6	6	23	0	2	19	100	10
1 percettore	1	5	32	9	6	4	25	1	6	11	100	122
2 percettori	1	7	30	9	4	4	22	3	7	13	100	61
3 o più percettori	1	6	20	6	3	5	36	2	2	19	100	7
<b>Consumo biologico</b>												
No consumo bio	1	5	30	9	5	4	26	2	6	12	100	154
Fino a 10%	0	6	29	7	8	6	22	1	4	16	100	22
10% - 20%	0	7	33	9	6	5	19	2	6	12	100	12
20% - 30%	0	5	34	8	7	4	20	1	6	15	100	6
Oltre 30%	0	9	30	8	5	7	18	2	6	15	100	6
<b>Classe socio demografica</b>												
Classe 1	1	3	30	7	16	2	22	0	7	13	100	21
Classe 2	0	5	24	8	3	2	44	0	5	9	100	20
Classe 3	1	7	30	10	8	2	22	0	4	15	100	16
Classe 4	0	2	54	15	2	8	10	0	5	4	100	24
Classe 5	1	6	35	10	4	3	22	1	9	10	100	20
Classe 6	1	5	34	10	5	4	19	0	5	17	100	18
Classe 7	1	9	28	8	4	7	21	2	5	15	100	26
Classe 8	1	5	23	7	3	4	33	5	6	14	100	24
Classe 9	1	5	32	9	8	7	18	2	4	14	100	19
Classe 10	2	6	32	13	4	2	26	1	5	9	100	12
<b>Tutto il campione</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>30</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>25</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>100</b>	

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.

**Dimensione della famiglia** Etichette **Tabac Vestia Abita Ener Mobili Salute Trasp Istru Ricrea Altro N. Fam.**

		co	rio	zione	gia			comun	zione	zione		
1 componente		78	80	105	104	129	72	111	9	93	85	81
2 componenti		105	99	114	115	82	85	84	56	105	103	57
3 componenti		133	141	92	93	107	169	80	142	95	114	38
4 componenti		92	86	76	76	60	87	133	312	115	107	24
<b>Tipologia familiare</b>												
Persona sola		78	80	105	104	129	72	111	9	93	85	81
Coppia senza figli		103	99	113	108	81	88	82	34	126	108	38
Coppia con figli		109	125	83	85	67	123	109	230	102	112	50
Famiglia monoparentale		90	95	107	97	146	165	71	154	75	110	19
Altro		219	99	106	149	70	42	105	49	94	75	12
<b>Età del capofamiglia</b>												
Fino a 25 anni		58	51	131	102	63	133	74	198	132	78	4
26-40 anni		113	95	82	86	161	113	101	147	123	108	50
41- 65 anni		103	111	98	99	79	83	108	92	91	103	115
Più di 65 anni		49	44	160	148	79	181	42	7	96	58	31
<b>Occup. Del capofamiglia</b>												
Non occupato	No_occup	93	94	117	120	76	146	80	75	83	94	80
Operaio	Operaio	156	91	90	95	58	94	132	224	72	82	31
Dirigente e impiegato	Impiegato	136	125	86	100	165	113	69	88	168	120	31
Lavoratore in proprio	In_proprio	75	86	90	77	120	60	129	96	103	95	46
Imprenditore e libero prof.	Lib_prof	70	147	115	120	58	60	73	45	71	134	12
<b>Titolo di studio del capofamiglia</b>												
Licenza elementare	Elementari	114	115	113	119	99	144	69	176	107	84	23
Licenza media inferiore	M_inf	175	66	107	120	95	128	107	82	71	73	49
Diploma media superiore	M_sup	83	106	95	97	96	101	102	113	104	108	100
Laurea	Laurea	70	105	106	79	121	46	100	43	112	111	27
<b>Reddito familiare</b>												
Fino a 775€	<=775	85	57	138	130	155	142	65	51	86	51	18
Da 776€ a 1291€	776 -1291	124	80	105	121	107	104	93	40	112	92	60
Da 1292€ a 2582€	1292 - 2582	120	107	107	100	82	98	85	132	105	110	101
Oltre 2583€	>=2583	42	109	72	73	115	83	150	100	86	93	18
<b>Percettori di reddito</b>												
Nessun percettore	PercNO	82	92	94	124	103	136	91	0	40	147	10
1 percettore	Perc1	88	82	105	100	118	103	102	71	99	88	122
2 percettori	Perc2	129	132	98	101	75	85	89	167	123	106	61
3 o più percettori	Perc>3	73	111	66	67	57	127	147	108	28	150	7
<b>Consumo biologico</b>												
No consumo bio	BioNO	123	94	100	105	89	87	107	108	103	92	154
Fino a 10%	Bio10	52	110	96	82	142	138	90	52	77	127	22
10% - 20%	Bio20	52	116	109	101	104	121	78	159	111	98	12
20% - 30%	Bio30	7	96	113	91	131	89	79	56	104	119	6
Oltre 30%	Bio>30	42	152	98	87	95	167	74	104	113	119	6
<b>Classe socio demografica</b>												
Classe 1	Cl1	94	49	99	76	297	45	87	31	121	101	21
Classe 2	Cl2	35	84	78	87	52	48	179	0	87	73	20
Classe 3	Cl3	139	133	99	108	142	53	88	1	79	122	16
Classe 4	Cl4	49	32	176	167	41	190	41	10	88	31	24
Classe 5	Cl5	70	110	114	109	70	81	88	61	154	82	20
Classe 6	Cl6	142	85	111	108	94	97	76	0	92	138	18
Classe 7	Cl7	128	166	91	94	76	161	83	143	89	117	26
Classe 8	Cl8	92	86	76	76	60	87	133	312	115	107	24
Classe 9	Cl9	90	95	107	97	146	165	71	154	75	110	19
Classe 10	Cl10	219	99	106	149	70	42	105	49	94	75	12
<b>Tutto il campione</b>		<b>100</b>	<b>200</b>									
<b>Minimo</b>		<b>7</b>	<b>32</b>	<b>66</b>	<b>67</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>41</b>	<b>0</b>	<b>28</b>	<b>31</b>	
<b>Massimo</b>		<b>219</b>	<b>166</b>	<b>176</b>	<b>167</b>	<b>297</b>	<b>190</b>	<b>179</b>	<b>312</b>	<b>168</b>	<b>150</b>	

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 alimentare) il valore minimo e il valore massimo dell'indice. L'escursione è particolarmente ampia per tabacco, vestiario, istruzione e ricreazione.

Nella tabella seguente<sup>40</sup> 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	29	11	5	4	26	4	1	14	100
Asti	0	5	23	9	6	2	37	5	1	11	100
Biella	0	4	26	8	13	6	21	5	2	17	100
Cuneo	1	6	23	7	13	4	23	7	2	14	100
Novara	1	7	23	8	12	6	22	4	2	15	100
Torino	1	6	30	9	5	4	25	6	2	13	100
Verbania	1	6	29	8	5	6	21	6	1	17	100
Vercelli	0	6	27	12	6	4	24	4	1	17	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

Un confronto in termini relativi è agevolato dalla seguente mappa<sup>41</sup>:

<sup>40</sup> Derivata da Tab. 2.11.b.

<sup>41</sup> La mappa deriva dall'output di un'analisi delle corrispondenze e si riferisce al primo piano fattoriale che spiega l'80% di inerzia, come si nota dal seguente schema:

FATTORE AUTOVAL.	%INER.	%CUM.
F1	0,021	50
F2	0,011	77
F3	0,004	86
F4	0,003	94
F5	0,001	97
F6	0,001	100
F7	0,000	100
TOT	0,042	

I capoluoghi peggio rappresentati sono Verbania, Novara e Biella; tra le categorie è mal rappresentato il "vestiario e calzature". Contribuiscono maggiormente al primo asse fattoriale i "trasporti e comunicazioni" che si oppongono a "arredi casa", mentre per il

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



Il grafico mostra un impegno di spesa proporzionalmente maggiore – rispetto agli altri capoluoghi – per Asti verso i trasporti e le telecomunicazioni; Cuneo, insieme a Novara e Biella (meno ben rappresentate) hanno una maggior propensione verso l'arredamento; Novara (anche se non appare dal grafico) presenta una maggior propensione per il vestiario e le calzature (in assonanza con la suo impegno produttivo nel mondo della moda). Alessandria, Torino, Vercelli e Verbania mostrano una spesa proporzionalmente più alta per abitazione e Alessandria e Vercelli anche per energia (da questo punto di vista Torino è meno ben rappresentata).

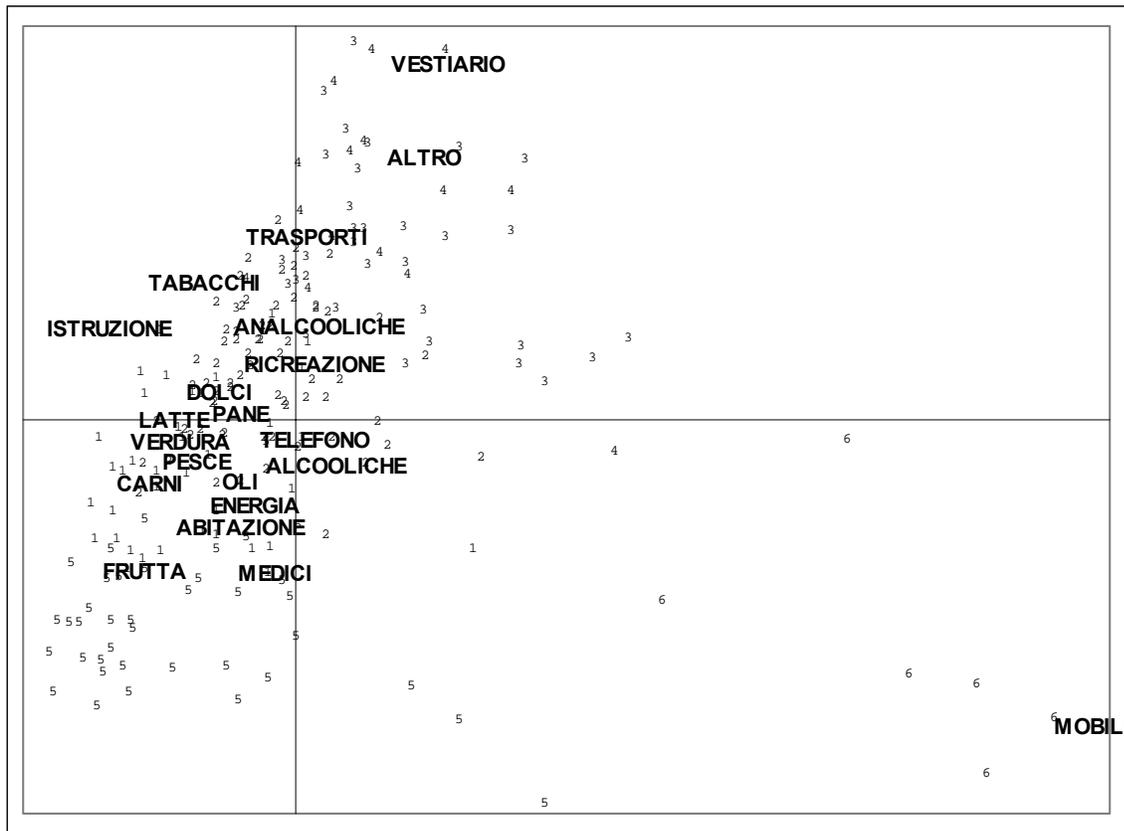
secondo asse il contributo maggiore proviene da "trasporti e comunicazioni", che con "arredi casa" si oppone ad "abitazione" (mentre "tabacco" e "salute" danno contributo minore).

#### 4.5 Struttura generale dei consumi e profili di consumo famigliare

Si prende ora in considerazione la struttura generale dei consumi. L'analisi è stata condotta su base famigliare, calcolando per ciascuna delle 200 famiglie incluse nel campione, la percentuale di spesa dovuta alle varie categorie (alimentari e non) considerate nei paragrafi precedenti.

Si è poi proceduto a raggruppare le famiglie con profili di spesa più simili<sup>42</sup>, cercando di ottenere gruppi omogenei al loro interno e il più possibile diversificati l'uno rispetto all'altro; si sono così individuati sei gruppi. Il grafico che segue mostra, con la numerazione da 1 a 6, l'attribuzione di ogni famiglia ad uno dei sei gruppi. Le famiglie appaiono inoltre collocate in una mappa che aiuta ad evidenziarne il profilo di consumo rispetto ai generi considerati (p. es. le famiglie del gruppo 6 si sono impegnate in maggior misura rispetto alle altre nell'acquisto di mobili<sup>43</sup>, ecc.).

Rappresentazione fattoriale delle famiglie campione aggregate in gruppi in base alla struttura dei consumi

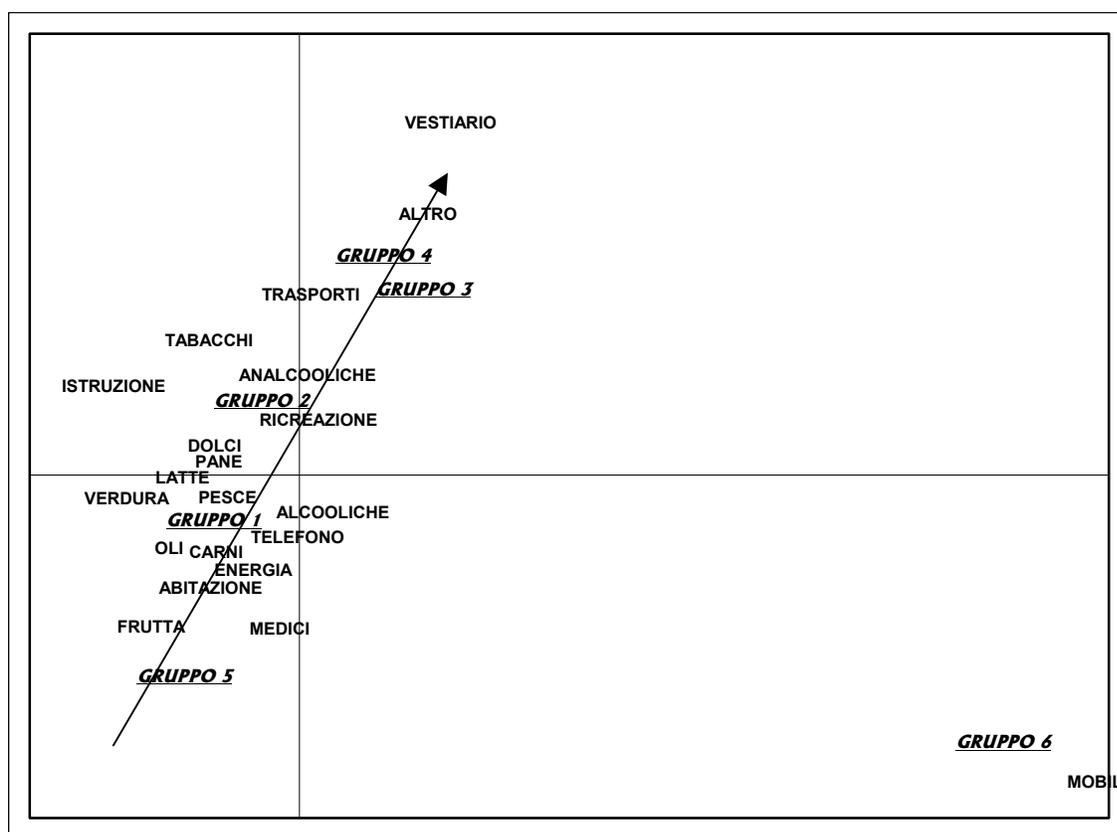


Il grafico, utile per apprezzare la dispersione individuale dei punti caratterizzanti ciascun gruppo, risulta riassunto in quello successivo in cui ogni gruppo è rappresentato in una posizione centrale rispetto alle famiglie che lo compongono.

<sup>42</sup> Si è utilizzato un metodo gerarchico di aggregazione introdotto da J. P. Benzécri nel 1973 e talvolta denominato criterio di Ward generalizzato (come si riporta in L. Lebart, A. Salem, 1994). Esso utilizza la distanza del chi quadrato e può essere utilizzato in modo particolarmente pertinente insieme all'analisi delle corrispondenze (che usa lo stesso criterio di distanza). In questo caso si è ritenuto sufficiente valutare le distanze in un sottospazio determinato dai primi quattro assi fattoriali. La suddivisione dei gruppi, orientata dalla consultazione e taglio del dendrogramma (qui per brevità omissa), è stata ulteriormente migliorata con un procedimento finale di ottimizzazione. Per la realizzazione della procedura si è utilizzato il programma "DTM" di L. Lebart, gentilmente messo a disposizione dall'autore.

<sup>43</sup> Per aumentare la visibilità del grafico la categoria mobili e due famiglie, classificate nel gruppo 6, risultano più a sinistra (e in un caso più in alto) rispetto alla loro posizione reale.

## Rappresentazione fattoriale di gruppi di famiglie aggregate in base alla struttura dei consumi



Se si escludono il gruppo 6 e la categoria dei mobili, il grafico evidenzia una direzione obliqua, che pare collegata ad una variabile latente. Infatti in basso a sinistra compaiono prevalentemente le categorie di consumo collegate all'alimentazione e all'abitazione<sup>44</sup>, annoverabili tra quelle cui tutte le famiglie devono far fronte in modo primario (anche se in diversa misura); in alto a destra compaiono invece categorie collegate a bisogni meno essenziali. Da questo punto di vista sembra avere una posizione particolare la quota di consumo destinata al vestiario (inteso come abbigliamento e calzature). Esso ha certamente importanza primaria, quando è inteso come protezione della persona ed elemento coadiuvante nel suo agire, ma nella nostra società assume anche parecchie valenze collegate all'apparire, allo *status* ed è molto esposto ai fenomeni della moda e della creazione di bisogni. Non pare quindi comparire a sproposito nella parte destra-alto del grafico, secondo la chiave interpretativa proposta.

Emerge dunque, seguendo l'asse obliquo, un maggior impegno proporzionale di risorse, differenziato a seconda dei gruppi di famiglie, ora sui bisogni più urgenti, ora su quelli più differibili, in un ordinamento che coinvolge il gruppo 5, poi il gruppo 1, cui seguono (in ordine appunto) il 2, il 3 e il 4.

Tale differente composizione della spesa sembra collegata ad un fattore insieme economico e psicologico, rintracciabile nella disponibilità della famiglia e nella sua propensione a spendere. Dato sintetico di questi due effetti può essere considerato la spesa mensile effettivamente sostenuta.

Un controllo in questo senso può essere condotto esaminando la spesa media complessiva di ogni gruppo, a partire dai dati raccolti in sede di indagine<sup>45</sup>.

<sup>44</sup> La voce energia abbrevia una categoria vasta che include energia elettrica, acqua, gas, kerosene e altri combustibili per il riscaldamento (centralizzato o autonomo) della casa.

<sup>45</sup> Si ricorda che nella *cluster analysis* descritta in precedenza non si è utilizzata l'informazione sull'ammontare della spesa familiare, ma soltanto quella riguardante la composizione di detta spesa per ogni famiglia. In altre parole si sono aggregate famiglie la cui spesa totale è sempre stata posta uguale a 100, in base alla ripartizione percentuale delle categorie di consumo.

### Consumi medi mensili per ciascun gruppo

	Consumi mensili euro
Gruppo5	1210
Gruppo1	1933
Gruppo2	2070
Gruppo3	3026
Gruppo4	3281
Gruppo6	2927
Totale campione	2154

La progressione di spesa nei gruppi considerati avvalorata l'ipotesi riportata, mentre si nota la posizione intermedia del gruppo 6, che, come detto, ha un comportamento particolare.

Per una lettura più agevole nella discussione che segue, si è ritenuto di suddividere le famiglie secondo percentili di spesa, in modo da formare cinque gruppi di 40 famiglie ciascuno, in ordine progressivo di consumo.

Per confronto, e con tutte le doverose cautele già discusse a suo tempo, si è costruita una analoga ripartizione delle famiglie secondo percentili ricavati dalle fasce di reddito dichiarate. Si è così per lo meno trasformata la grandezza su scala ordinale, con l'intenzione di verificarne l'associazione con l'analogo progredire della spesa.

### Distribuzione delle famiglie secondo percentili di consumo e di reddito dichiarato.

Classi di consumo	Classi di reddito						Totale
	CI_Redd0	CI_Redd1	CI_Redd2	CI_Redd3	CI_Redd4	CI_Redd5	
CI_Cons1		26	9	3	2		40
CI_Cons2	1	8	13	9	6	3	40
CI_Cons3		6	7	14	11	2	40
CI_Cons4		2	3	8	16	11	40
CI_Cons5	2	1	3	2	5	27	40
Totale	3	43	35	36	40	43	200

Se si esclude la "classe di reddito 0", che codifica tre mancate risposte, si nota, dalla presenza delle frequenze più alte sulla diagonale della tabella<sup>46</sup>, un buon grado di connessione tra i due caratteri esaminati<sup>47</sup>.

La sostanziale ridondanza dell'informazione e la maggiore attendibilità attribuibile alle classi di consumo, suggerisce di utilizzare soltanto queste ultime nelle considerazioni successive.

Si descrivono ora brevemente i gruppi secondo le principali variabili rilevate:

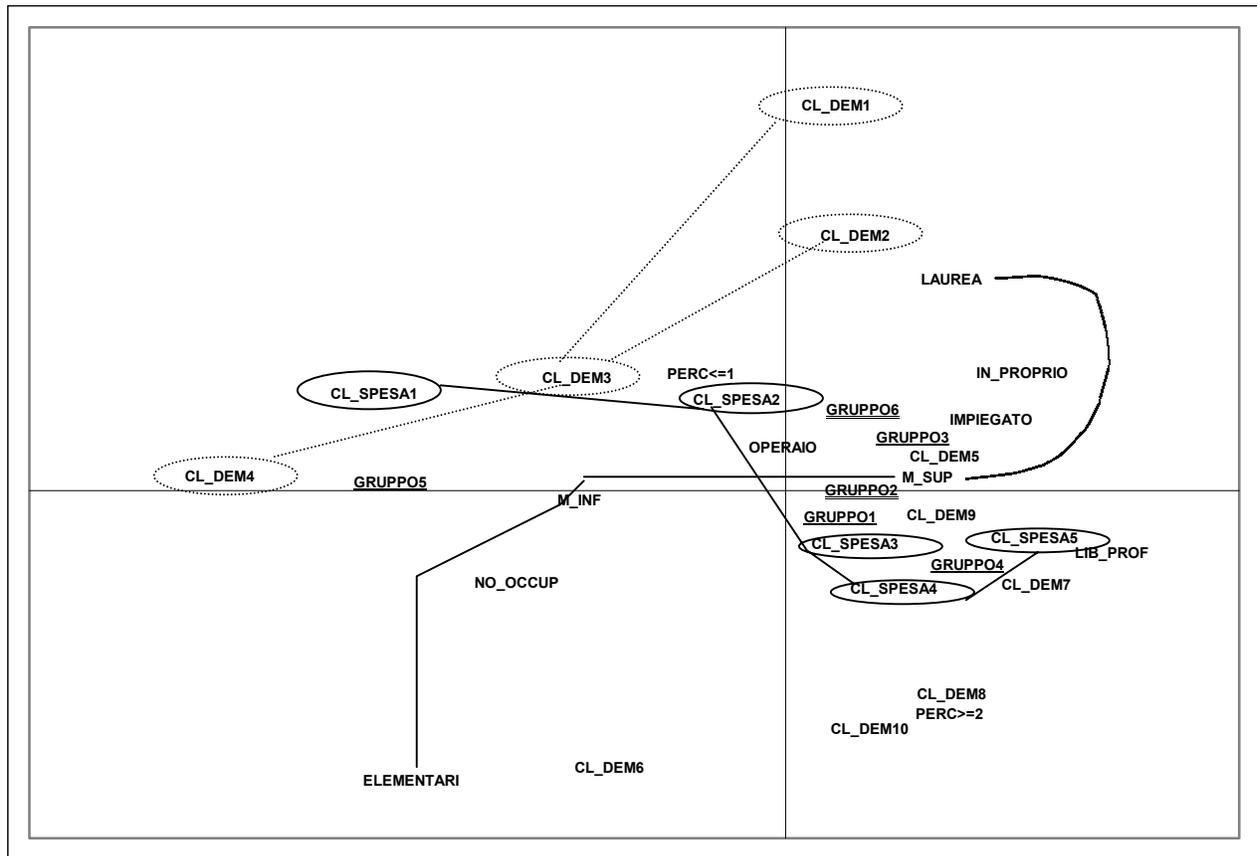
<sup>46</sup> La suddivisione in percentili del reddito dichiarato è stata necessariamente meno precisa di quella riguardante la spesa, perché le informazioni sul reddito venivano già raccolte con un raggruppamento in classi.

<sup>47</sup> Il valore di chi quadrato = 144,63 calcolato su 197 famiglie (escludendo le 3 con reddito non dichiarato), porta ad un coefficiente di contingenza di 0,73 che (avendo una possibile escursione compresa tra 0 e 1) mostra – come detto – un buon grado di connessione tra consumo e reddito dichiarato. Per una descrizione del coefficiente di contingenza qui utilizzato vedasi R. Marvulli (2000), pag. 212.

	ETICHETTA	FREQUENZE						TOTA	INDICI						
		GRUP PO1	GRUP PO2	GRUP PO3	GRUP PO4	GRUP PO5	GRUP PO6		GRUP PO1	GRUP PO2	GRUP PO3	GRUP PO4	GRUP PO5	GRUP PO6	
<b>Dimensione della famiglia</b>															
	1 componente	10	20	14	2	30	5	81	65	73	108	33	190	154	
	2 componenti	12	23	8	5	7	2	57	111	119	88	117	63	88	
	3 componenti	8	15	7	6	1	1	38	111	116	115	211	13	66	
	4 componenti	8	10	3	2	1		24	175	123	78	111	21	0	
<b>Tipologia famigliare</b>															
	Persona sola	10	20	14	2	30	5	81	65	73	108	33	190	154	
	Coppia senza figli	7	16	7	3	4	1	38	97	124	115	105	54	66	
	Coppia con figli	12	21	9	7	1		50	126	124	113	187	10	0	
	Famiglia monoparentale	6	7	1	2	2	1	19	166	108	33	140	54	132	
	Altro	3	4	1	1	2	1	12	132	98	52	111	85	208	
<b>Età del capofamiglia</b>															
	Fino a 25 anni	2	1			1		4	263	74	0	0	128	0	
	26-40 anni	7	20	13	5		5	50	74	118	163	133	0	250	
	41- 65 anni	28	43	18	10	14	2	115	128	110	98	116	62	43	
	Più di 65 anni	1	4	1		24	1	31	17	38	20	0	397	81	
<b>Occup. Del capofamiglia</b>															
	Non occupato	No_occup	12	18	9	4	35	2	80	79	66	70	67	224	63
	Operaio	Operaio	9	15	2	4	1		31	153	142	40	172	17	0
	Dirigente e impiegato	Impiegato	6	10	7	3	2	3	31	102	95	141	129	33	242
	Lavoratore in proprio	In_proprio	10	16	13	3	1	3	46	114	102	177	87	11	163
	Imprenditore e libero prof.	Lib_prof	1	9	1	1			12	44	221	52	111	0	0
<b>Titolo di studio del capofamiglia</b>															
	Licenza elementare	Elementari	3	6	1	1	10	2	23	68	76	27	62	222	216
	Licenza media inferiore	M_inf	10	16	4	2	16	1	49	107	96	51	58	167	51
	Diploma media superiore	M_sup	23	33	21	9	10	4	100	120	97	131	128	51	100
	Laurea	Laurea	2	13	6	2	3	1	27	39	141	138	105	57	92
<b>Percettori di reddito</b>															
	Nessun percettore	PercNO	1	2	3	1	3		10	53	59	188	133	154	0
	1 percettore	Perc1	23	38	19	5	31	6	122	99	92	97	55	130	123
	2 percettori	Perc2	14	26	7	8	4	2	61	121	125	72	175	34	82
	3 o più percettori	Perc>3		2	3	1	1		7	0	84	268	190	73	0
<b>Consumo biologico</b>															
	No consumo bio	BioNO	32	50	22	12	32	6	154	109	95	89	104	107	97
	Fino a 10%	Bio10	2	7	8	1	3	1	22	48	94	227	61	70	114
	10% - 20%	Bio20	3	5	1	1	2	1	12	132	123	0	111	85	208
	20% - 30%	Bio30	1	4	1				6	88	196	104	0	0	0
	Oltre 30%	Bio>30		2	1	1	2		6	0	98	104	222	171	0
<b>Classe demografica</b>															
	Cl_Dem1	Cl_Dem1	2	8	6		1	4	21	50	112	179	0	24	476
	Cl_Dem2	Cl_Dem2	3	7	4	2	4		20	79	103	125	133	103	0
	Cl_Dem3	Cl_Dem3	4	2	4		5	1	16	132	37	156	0	160	156
	Cl_Dem4	Cl_Dem4	1	3			20		24	22	37	0	0	427	0
	Cl_Dem5	Cl_Dem5	4	12	2	2			20	105	176	63	133	0	0
	Cl_Dem6	Cl_Dem6	3	4	5	1	4	1	18	88	65	174	74	114	139
	Cl_Dem7	Cl_Dem7	4	11	6	5			26	81	124	144	256	0	0
	Cl_Dem8	Cl_Dem8	8	10	3	2	1		24	175	123	78	111	21	0
	Cl_Dem9	Cl_Dem9	6	7	1	2	2	1	19	166	108	33	140	54	132
	Cl_Dem10	Cl_Dem10	3	4	1	1	2	1	12	132	98	52	111	85	208
<b>Classe di consumo</b>															
	Cl_Cons1	Cl_Cons1	4	9	3		24		40	53	66	47	0	308	0
	Cl_Cons2	Cl_Cons2	9	15	3	3	8	2	40	118	110	47	100	103	125
	Cl_Cons3	Cl_Cons3	12	15	4	4	4	1	40	158	110	63	133	51	63
	Cl_Cons4	Cl_Cons4	9	16	8	2	3	2	40	118	118	125	67	38	125
	Cl_Cons5	Cl_Cons5	4	13	14	6		3	40	53	96	219	200	0	188
<b>Tutto il campione</b>			<b>38</b>	<b>68</b>	<b>32</b>	<b>15</b>	<b>39</b>	<b>8</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

La mappa che segue guida alla lettura dei dati della tabella.

Rappresentazione fattoriale dei principali caratteri considerati e dei gruppi di famiglie aggregate in base alla struttura dei consumi



La grande dimensionalità dello spazio di riferimento rende in questo caso la rappresentazione planare piuttosto imprecisa e da verificare di volta in volta con la lettura dei dati<sup>48</sup>. Tuttavia si percepisce che la figura da sinistra a destra è attraversata da un comportamento di spesa crescente, sia per la progressione della classe di spesa, sia per contrapposizioni evidenti tra non occupati a sinistra e liberi professionisti, impiegati, lavoratori in proprio a destra. Anche un eventuale percorso culturale sembra attraversare il grafico da sinistra a destra, seguendo i titoli di studio che mostrano anche una certa progressione dal basso in alto. I gruppi seguono il contesto di riferimento tracciato<sup>49</sup>, secondo la progressione già illustrata relativamente all'ammontare della spesa. Dalla struttura rappresentata si colgono meglio le situazioni di debolezza e povertà<sup>50</sup>, mentre la parte destra del grafico risulta più congestionata e confusa. In particolare la classe demografica 4, che comprende gli anziani che vivono da soli, sembra occupare la posizione più debole. In generale comunque il confronto tra giovani e anziani mostra questi ultimi in una posizione mediamente peggiore: per quanto riguarda i single vi è uno scivolamento progressivo dalla parte destra verso quella sinistra del grafico, mano a mano che si passa dalle classi demografiche 1 e 2 (le più giovani), verso la 3 e – come già detto – la 4, con un progressivo invecchiamento. Anche per le coppie senza figli si può notare la posizione reciproca delle classi demografiche 5 e 6, che differiscono per l'anzianità (maggiore nella 6).

<sup>48</sup> I primi due fattori spiegano soltanto il 20% dell'inerzia complessiva (in particolare 12% il primo e 8% il secondo).

<sup>49</sup> Essi non influenzano la struttura grafica, ma si è scelto di proiettarli "in supplementare", come punti illustrativi.

<sup>50</sup> I maggiori contributi al primo asse fattoriale si hanno per punti a coordinate negative rilevanti (classe demografica 4, classe di spesa 1 e non occupati)

## 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. 3.1) la notevole penetrazione di supermercati e ipermercati, con quote fino al 53 - 57% nei generi alimentari per pasta, biscotti, prodotti in scatola, surgelati e nei generi non alimentari per la pulizia della casa. Comunque notevole anche la penetrazione dei mini market, dove, per gli stessi generi, si toccano quote del 34 – 36%. 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.

### Distribuzione percentuale degli acquisti per generi alimentari e non alimentari<sup>51</sup>

	Hard Discount	Supermercat o Ipermercato	Mini mercat o	Negozi tradizional e	Negozi centro comm.	Mercato	Totale
<b>Generi alimentari</b>							
Pane	1	10	6	82	0	2	100
Pasta, Biscotti	6	53	36	5	0	0	100
Carne	1	20	11	65	1	3	100
Pesce	3	35	14	13	1	34	100
Frutta Verdura	2	14	8	6	1	70	100
Prodotti in scatola	10	54	34	2	0	0	100
Surgelati	6	56	35	2	0	0	100
<b>Generi non alimentari</b>							
Pulizia casa	7	57	34	2	0	1	100
Abbigliamento	0	2	0	64	11	24	100
Cura e igiene personale	4	49	28	16	2	3	100
Arredamento	0	7	1	85	7	0	100
Elettrodomestici	1	31	1	54	13	0	100

Per rappresentare i comportamenti relativi si presenta una nuova mappa fattoriale<sup>52</sup>.

Da essa emerge<sup>53</sup> 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 carne sono acquistati più che proporzionalmente nel negozio tradizionale (dove raggiungono quote superiori rispettivamente all' 82% e al 65%)<sup>54</sup>, 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'

<sup>51</sup> Nella base di sondaggio non sono state considerate le mancate risposte e quelle riferite ad un "Altro" luogo di acquisto (in quest'ultimo caso per l'esigua numerosità e lo scarso contenuto informativo).

<sup>52</sup> Essa rappresenta molto bene la struttura generale dei dati: i primi due fattori spiegano il 94% dell'inerzia (in particolare il 54% il primo e il 41% il secondo).

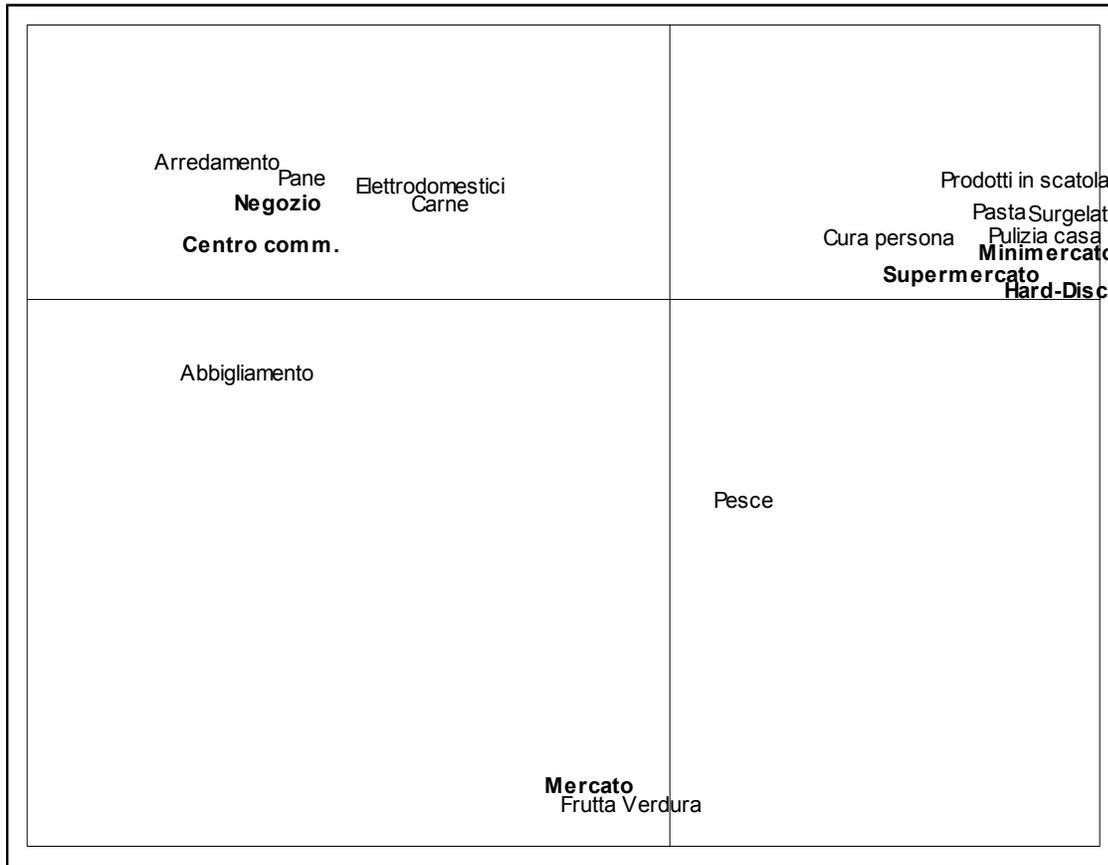
<sup>53</sup> Osservando il primo asse fattoriale rappresentato in ascissa.

<sup>54</sup> 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). Sul terzo asse pane e carne sono vicini al "negozio tradizionale", mentre in posizione intermedia si trovano l'arredamento (comunque ancora più vicino al "negozio tradizionale") e gli elettrodomestici.

85%), l'abbigliamento (con quote superiori al 60%) e gli elettrodomestici (con quote superiori al 50%). 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 che arrivano al 70%), 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 con quote dell'ordine del 50%). 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 si avvicina al 25%).

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



**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.

E' l'unica sezione del questionario che presenta un tasso di non risposta veramente alto<sup>55</sup>.

Si tratta evidentemente di domande non facili<sup>56</sup>, per le quali il tasso di mancata risposta è forse uno degli elementi di maggiore qualificazione. Si presentano nel seguito i dati raccolti.

<sup>55</sup> Di norma il tasso di non risposta è stato invece molto contenuto: nella parte socio-demografica si ricordano ad esempio il caso (su 200) in cui la persona di riferimento non ha dato il suo titolo di studio, o i tre casi in cui non ha espresso una fascia di reddito familiare (domanda quest'ultima, come si è visto, non sempre facile). Nella sezione sui luoghi o sulla frequenza di acquisto le mancate risposte aumentano considerevolmente, tuttavia in soli tre casi arrivano al 10 – 11%.

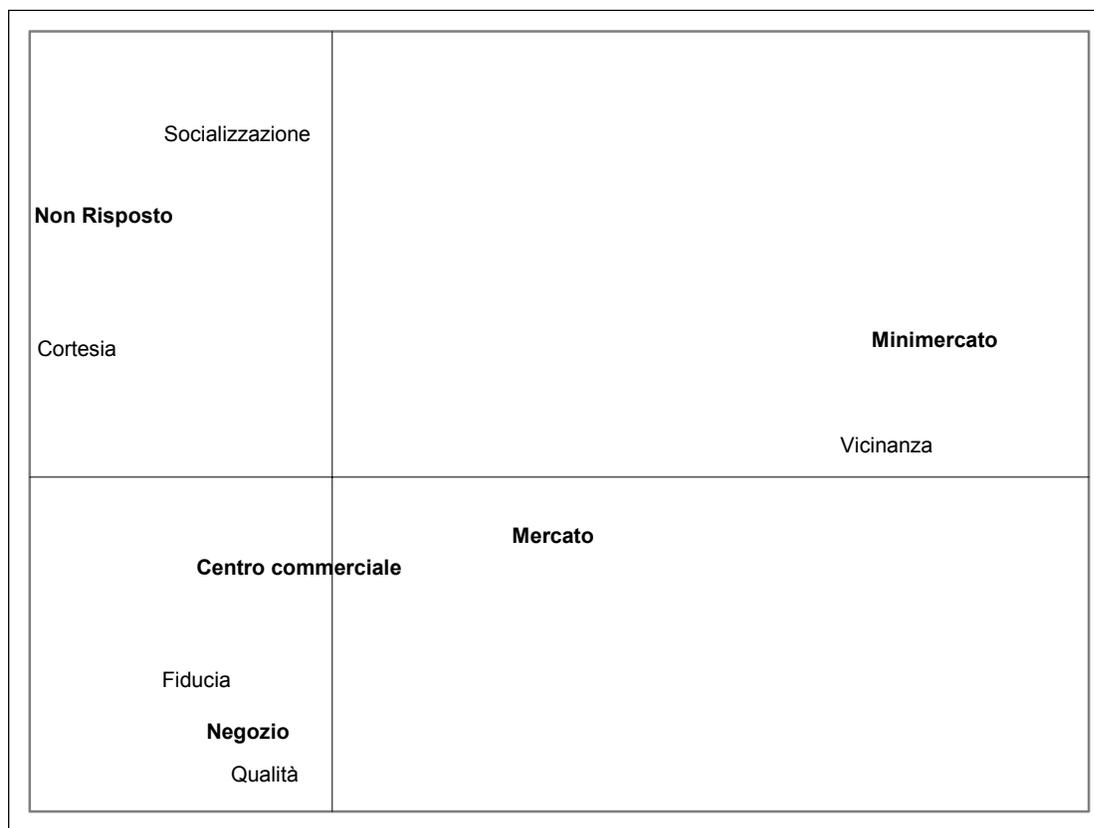
<sup>56</sup> Introdotte forse anche in uno schema che lascia poca libertà espressiva.

Ragioni proposte per i negozi tradizionali

	Negozio		Negozio centro	Non		Totale
	Minimercato tradizionale		commerciale	Mercato	Risposto	
Qualità	10	53	1	10	26	100
Vicinanza	40	31	1	14	15	100
Fiducia	8	51	2	8	32	100
Cortesie	6	40	1	5	48	100
Socializzazioni	14	28	1	9	49	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 distributivo<sup>57</sup>. Non potendo dirimere tra vari atteggiamenti di mancata risposta si ritiene tuttavia di includere le non risposte nell'analisi dei risultati<sup>58</sup>, come appare nella seguente mappa.

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



Data la dimensione ridotta della tabella di partenza la rappresentazione planare è quasi perfetta<sup>59</sup>, tuttavia occorre rilevare l'estrema instabilità del punto collegato al centro commerciale, per via delle pochissime

<sup>57</sup> 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.

<sup>58</sup> Si sono invece escluse le poche voci "altro", che, per la loro genericità, sembrano dare un contributo non molto rilevante.

<sup>59</sup> Il primo asse fattoriale spiega il 76% dell'inerzia e il secondo il 23% (per un totale di 99%).

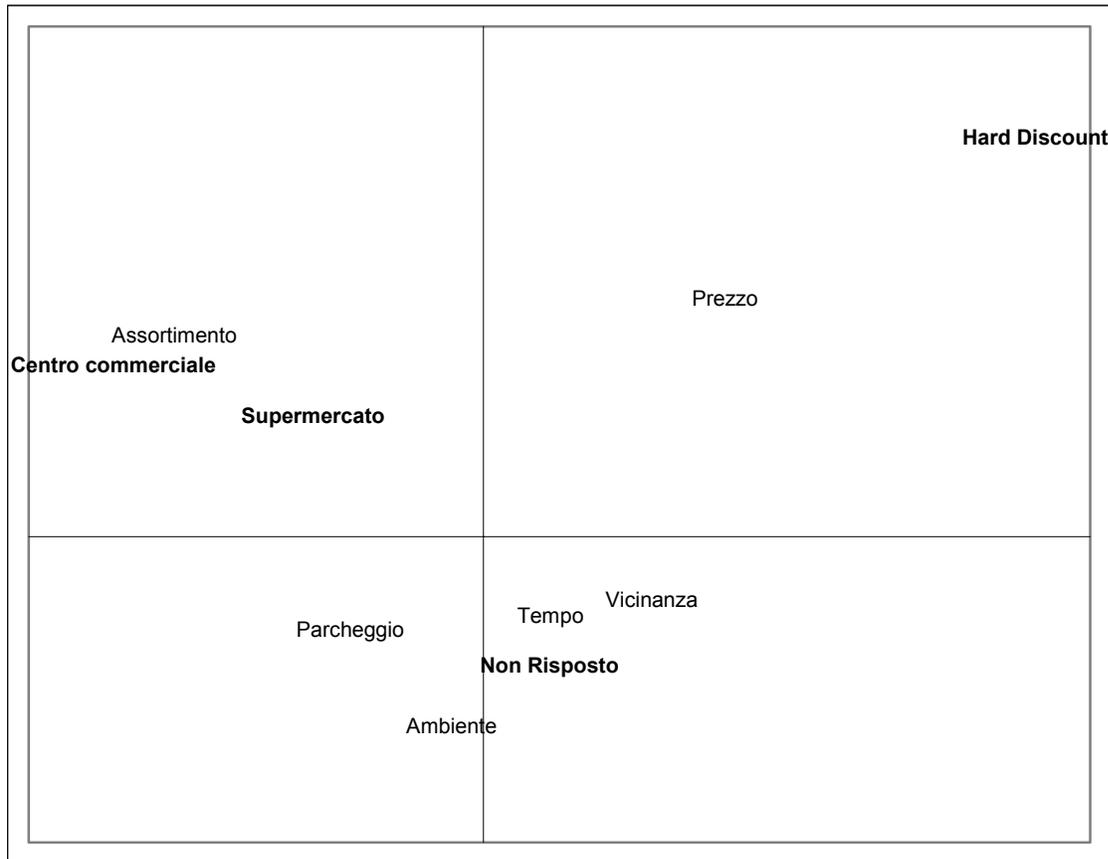
frequenze ad esso attribuite. Si evidenzia un interesse alla “vicinanza” maggiore che altrove nel caso del minimercato e , in minor misura del mercato, una maggior propensione per chi ritiene importante la “fiducia” e la “qualità” a recarsi nel negozio tradizionale (in minor misura questo accade anche per la “cortesia”). Restano poi caratteristiche con alta propensione alla non risposta “cortesia” e soprattutto “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	Non Risposto	Totale
Prezzo	16	32	2	51	100
Assortimento	2	57	4	39	100
Vicinanza	9	29	0	62	100
Tempo	7	32	2	61	100
Parcheggio	2	40	3	56	100
Ambiente	3	33	2	63	100

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



La rappresentazione planare è nuovamente ottima e mostra come il “prezzo” sia importante per il hard discount e il supermercato (la posizione è infatti centrale); al supermercato si chiede più che altrove “assortimento”<sup>60</sup> e , in minor misura, “parcheggio” , mentre alcune motivazioni gravitano nell’area del non risposto.

<sup>60</sup> Si evita nuovamente un commento alla posizione del centro commerciale per i pochi dati registrati.

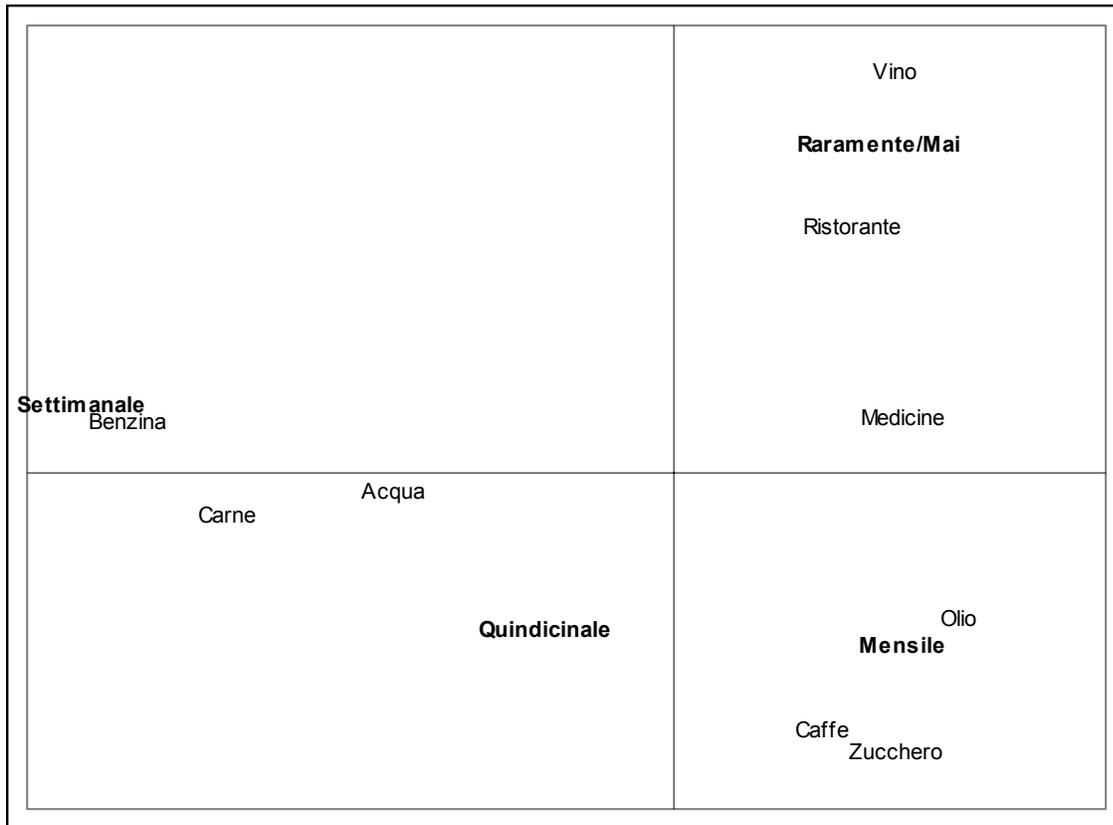
### 5.3 La frequenza di acquisto

Da ultimo si esamina la frequenza di acquisto. I dati sono riportati nella tabella e nel grafico che seguono.

#### Frequenza di acquisto di alcuni generi

	<b>Raramente/Mai</b>				<b>Totale</b>
	<b>i</b>	<b>Settimanale</b>	<b>Quindicinale</b>	<b>Mensile</b>	
Carne	8	46	29	16	100
Zucchero	12	1	25	62	100
Caffè	12	4	30	54	100
Olio	23	0	17	60	100
Vino	61	7	9	24	100
Acqua	16	34	31	20	100
Benzina	11	55	25	9	100
Medicine	36	5	13	46	100
Ristorante	48	9	11	32	100

#### Proiezioni di tipologie merceologiche e frequenza di acquisto sul piano principale di inerzia



Il grafico<sup>61</sup> mostra il progredire del tempo di riacquisto nella direzione sinistra-destra. Consultando tabella e grafico, si nota che la benzina è più sovente acquistata settimanalmente; acqua e carne ogni settimana o ogni 15 giorni; olio, caffè e zucchero con una maggiore propensione mensile. Acquisti molto più rari che per gli altri generi alimentari si riferiscono al ristorante e al vino. Le medicine si acquistano a cadenze comunque lunghe (il punto, molto a destra nel grafico, occupa una posizione verticale intermedia tra la cadenza mensile e “raramente o mai”).

## Bibliografia

ISTAT, I Consumi delle famiglie (anno 2002), 2004. (Il testo è disponibile sul sito [www.istat.it](http://www.istat.it)).

ISTAT, Le nuove stime dei consumi finali delle famiglie, Metodi e norme, n.7, 2000.

L. Lebart, A. Salem, Statistique textuelle, Dunod, 1994.

M. C. Martinengo, G. Sartorio - L'agire di consumo nelle scienze sociali - Guerini, Milano, 1995.

R. Marvulli – Introduzione alla statistica – Utet 2000.

Regione Piemonte, Osservatorio Regionale del Commercio, Unioncamere Piemonte, I consumi delle famiglie piemontesi (anno 2003), 2003 (Il testo è disponibile sul sito [www.pie.camcom.it](http://www.pie.camcom.it)).

---

<sup>61</sup> La rappresentazione planare è ottima, con il primo fattore che spiega il 69% dell'inerzia complessiva e il secondo che ne spiega il 29%.

## **Tabelle statistiche**

### **a) Tabelle riguardanti la struttura del campione e della popolazione di riferimento**

Tabella 1.1 - Tipologia e dimensione familiare

Tabella 1.2 - Età della persona di riferimento e dimensione familiare

Tabella 1.3 - Età, posizione e condizione professionale della persona di riferimento

a) Occupati

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 - Fascia di reddito familiare, posizione e condizione professionale della persona di riferimento.

a) Occupati

b) Non occupati

Tabella 1.9 - Titolo di studio della persona di riferimento e fascia di reddito familiare

Tabella 1.10 - Tipologia familiare e percettori di reddito

Tabella 1.11 - Dimensione familiare e percettori di reddito

Tabella 1.12 - Età della persona di riferimento e percettori di reddito

Tabella 1.13 - Età e sesso dei componenti delle famiglie

Tabella 1.14 - Età, posizione e condizione professionale dei componenti delle famiglie

a) Occupati

b) Non occupati

Tabella 1.15 - Età e titolo di studio dei componenti delle famiglie

Tabella 1.16 - Complesso delle famiglie torinesi. Tipologia e dimensione familiare

Tabella 1.17 - Complesso della popolazione torinese. Età e sesso

Tabella 1.18 - Complesso della popolazione torinese. Età e Condizione professionale

a) Occupati

b) Non occupati

Tabella 1.19 - Complesso della popolazione torinese. Età e Titolo di studio

### **b) Tabelle riguardanti i consumi 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 - Consumi medi mensili per posizione e condizione professionale della persona di riferimento

a) Occupati

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 alimentari mensili per quota di consumo alimentare biologico

Tabella 2.9 - Consumi medi mensili per classi demografiche (basate su raggruppamenti di età, tipologia e dimensione familiare)

Tabella 2.10 - Consumi medi mensili per gruppi di famiglie (basati sulla struttura generale dei consumi)

Tabella 2.11 - Consumi medi mensili nei capoluoghi di provincia piemontesi

a) Consumi alimentari

b) Consumi non alimentari

**c) Tabelle riguardanti le caratteristiche di acquisto**

Tabella 3.1 - Luoghi di acquisto

Tabella 3.2 - Ragioni di acquisto

Tabella 3.3 - Frequenza di acquisto

Tabella 1.1 – Tipologia e dimensione familiare

Tipologia di famiglia	Dimensione familiare				Totale	(%)
	1 componente	2 componenti	3 componenti	4 o più componenti		
Persona sola	81				81	40
Coppia senza figli		38			38	19
Coppia con figli			26	24	50	25
Fam. monoparentale		11	8		19	10
Altro		8	4		12	6
<b>Totale</b>	<b>81</b>	<b>57</b>	<b>38</b>	<b>24</b>	<b>200</b>	<b>100</b>
<b>(%)</b>	<b>40</b>	<b>29</b>	<b>19</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	

Nota: non sono presenti nel campione 2003 famiglie con più di quattro componenti.

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.2 – Età della persona di riferimento e dimensione familiare

Età della persona di riferimento	Dimensione familiare				Totale (%)	
	1 componente	2 componenti	3 componenti	4 o più componenti		
Fino a 25 anni	3	1			4	2
26-40 anni	22	11	9	8	50	25
41-65 anni	33	38	28	16	115	57
Più di 65 anni	23	7	1		31	16
<b>Totale</b>	<b>81</b>	<b>57</b>	<b>38</b>	<b>24</b>	<b>200</b>	<b>100</b>
<b>(%)</b>	<b>40</b>	<b>29</b>	<b>19</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

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

Et� della persona di riferimento	Posizione professionale						Totale	(%)
	Imprenditore	Libero professionista	Lavoratore in proprio	Dirigente	Impiegato	Operaio		
Fino a 25 anni					1		1	1
26-40 anni		1	20	1	11	12	45	38
41-65 anni	2	9	26	1	17	19	74	62
Pi� di 65 anni								
Totale	2	10	46	2	29	31	120	100
(%)	2	8	38	2	24	26	100	

Nota: l'unico collaboratore occasionale   stato assimilato ad un operaio.

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.3 – Età, posizione e condizione professionale della persona di riferimento.  
b) Non occupati

Età della persona di riferimento	In cerca di prima occupazione	Tipologia di disoccupazione			Totale	(%)
		Casalinga	Studente	Pensionato		
Fino a 25 anni			3		3	4
26-40 anni	1	4			5	6
41-65 anni	1	4		36	41	51
Più di 65 anni		1		30	31	39
Totale	2	9	3	66	80	100
(%)	3	11	4	83	100	

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.4 – Età e titolo di studio della persona di riferimento

Età della persona di riferimento	Titolo di studio					Totale	(%)
	Licenza elementare	Licenza media inferiore	Diploma media superiore	Laurea	Titolo sconosciuto Analfabeta		
Fino a 25 anni			4	0		4	2
26-40 anni		10	30	9	1	50	25
41-65 anni	10	29	60	16		115	57
Più di 65 anni	13	10	6	2		31	16
Totale	23	49	100	27	1	200	100
(%)	12	25	50	14	1	100	

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.5 – Tipologia e fascia di reddito familiare

Tipologia di famiglia	Fascia di reddito					Totale	(%)
	Reddito sconosciuto	Fascia A	Fascia B	Fascia C	Fascia D		
Persona sola	2	18	37	21	3	81	41
Coppia senza figli			9	28	1	38	19
Coppia con figli	1		7	31	11	50	25
Fam. monoparentale			3	15	1	19	10
Altro			4	6	2	12	6
Totale	3	18	60	101	18	200	100
(%)	2	9	30	51	9	100	

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.6 – Dimensione familiare e fascia di reddito

Dimensione familiare	Fascia di reddito					Totale	(%)
	Reddito sconosciuto	Fascia A	Fascia B	Fascia C	Fascia D		
1 componente	2	18	37	21	3	81	41
2 componenti			16	39	2	57	29
3 componenti	1		4	26	7	38	19
4 o più componenti			3	15	6	24	12
Totale	3	18	60	101	18	200	100
(%)	2	9	30	51	9	100	

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.7 – Età della persona di riferimento e fascia di reddito

Età della persona di riferimento	Fascia di reddito					Totale	(%)
	Reddito sconosciuto	Fascia A	Fascia B	Fascia C	Fascia D		
Fino a 25 anni		2	1	1		4	2
26-40 anni		3	19	26	2	50	25
41-65 anni	2	4	29	64	16	115	57
Più di 65 anni	1	9	11	10		31	16
<b>Totale</b>	<b>3</b>	<b>18</b>	<b>60</b>	<b>101</b>	<b>18</b>	<b>200</b>	<b>100</b>
<b>(%)</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>30</b>	<b>51</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.8 – Et , posizione e condizione professionale della persona di riferimento.  
a) Occupati

Fascia di reddito	Posizione professionale						Totale	(%)
	Imprenditore	Libero professionista	Lavoratore in proprio	Dirigente	Impiegato	Operaio		
Reddito sconosciuto			1			1	2	2
Fascia A			1			4	5	4
Fascia B			9	1	6	16	32	27
Fascia C	2	9	25	1	19	9	65	54
Fascia D		1	10		4	1	16	13
Totale	2	10	46	2	29	31	120	100
(%)	2	8	38	2	24	26	100	

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.8 – Et , posizione e condizione professionale della persona di riferimento.  
b) Non occupati

Fascia di reddito	In cerca di prima occupazione	Tipologia di disoccupazione			Totale	(%)
		Casalinga	Studente	Pensionato		
Reddito sconosciuto				1	1	1
Fascia A			2	11	13	16
Fascia B		1	1	26	28	35
Fascia C	2	7		27	36	45
Fascia D		1		1	2	3
Totale	2	9	3	66	80	100
(%)	3	11	4	83	100	

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.9 – Titolo di studio e fascia di reddito familiare

Titolo di studio	Fascia di reddito					Totale	(%)
	Reddito sconosciuto	Fascia A	Fascia B	Fascia C	Fascia D		
Titolo sconosciuto				1		1	1
Licenza elementare		7	7	9		23	12
Licenza media inf.	1	6	25	17		49	25
Licenza media sup.	2	5	23	57	13	100	50
Laurea			5	17	5	27	14
<b>Totale</b>	<b>3</b>	<b>18</b>	<b>60</b>	<b>101</b>	<b>18</b>	<b>200</b>	<b>100</b>
<b>(%)</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>30</b>	<b>51</b>	<b>9</b>	<b>100</b>	

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.10 – Tipologia familiare e percettori di reddito

Tipologia di famiglia	Numero di percettori di reddito					Totale	(%)
	Nessun percettore	1 percettore	2 percettori	3 percettori	4 o più percettori		
Persona sola	7	72	2			81	41
Coppia senza figli	1	20	17			38	19
Coppia con figli	1	16	29	3	1	50	25
Fam. monoparentale		12	5	2		19	10
Altro	1	2	8	1		12	6
<b>Totale</b>	<b>10</b>	<b>122</b>	<b>61</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>200</b>	<b>100</b>
<b>(%)</b>	<b>5</b>	<b>61</b>	<b>31</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.11 – Dimensione familiare e percettori di reddito

Dimensione familiare	Numero di percettori di reddito					Totale	(%)
	Nessun percettore	1 percettore	2 percettori	3 percettori	4 o più percettori		
1 componente	7	72	2			81	41
2 componenti	2	29	26			57	29
3 componenti	1	13	19	5		38	19
4 o più componenti		8	14	1	1	24	12
Totale	10	122	61	6	1	200	100
(%)	5	61	31	3	1	100	

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.12 – Età della persona di riferimento e percettori di reddito

Età della persona di riferimento	Numero di percettori di reddito					Totale	( <i>%</i> )
	Nessun percettore	1 percettore	2 percettori	3 percettori	4 o più percettori		
Fino a 25 anni	1	2	1			4	2
26-40 anni	2	36	12			50	25
41-65 anni	6	60	43	5	1	115	57
Più di 65 anni	1	24	5	1		31	16
<b>Totale</b>	10	122	61	6	1	200	100
<b>(%)</b>	5	61	31	3	1	100	

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.13 – Et  e sesso dei componenti delle famiglie

Et�	Sesso				Totale	(%)
	Maschi	<i>Maschi</i> (%)	Femmine	<i>Femmine</i> (%)		
Fino a 25 anni	54	31	46	20	100	25
26-40 anni	34	20	56	24	90	22
41-65 anni	67	39	107	46	174	43
Pi� di 65 anni	17	10	24	10	41	10
Totale	172	100	233	100	405	100
(%)	42		58		100	

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.14 – Et , posizione e condizione professionale dei componenti delle famiglie  
a) Occupati

Et�	Posizione professionale						Totale	(%)
	Imprenditore	Libero professionista	Lavoratore in proprio	Dirigente	Impiegato	Operaio		
Fino a 25 anni		1			6	2	9	5
26-40 anni	1	2	21	1	22	23	70	37
41-65 anni	2	12	32	2	38	23	109	58
Pi� di 65 anni								
Totale	3	15	53	3	66	48	188	100
(%)	2	8	28	2	35	26	100	

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.14 – Et , posizione e condizione professionale dei componenti delle famiglie  
b) Non occupati

Et�	Tipologia di disoccupazione						Totale	(%)
	In cerca di nuova occupazione	In cerca di prima occupazione	Casalinga	Studente	Pensionato	Altro Non risponde		
Fino a 25 anni	1	3	3	74		10	91	42
26-40 anni	2	2	15	1			20	9
41-65 anni	3	1	14		47		65	30
Pi� di 65 anni			2		39		41	19
Totale	6	6	34	75	86	10	217	100
(%)	3	3	16	35	40	5	100	

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.15 – Età e titolo di studio dei componenti delle famiglie

Età	Titolo di studio						Totale	(%)
	Nessun Titolo	Licenza elementare	Licenza media inferiore	Diploma media superiore	Laurea	Non risponde		
Fino a 25 anni	30	19	16	33	2		100	25
26-40 anni			25	53	11	1	90	22
41-65 anni		13	43	96	22		174	43
Più di 65 anni		16	14	9	2		41	10
Totale	30	48	98	191	37	1	405	100
(%)	7	12	24	47	9	0	100	

Fonte: elaborazioni da campione Ascom

Tabella 1.16 – Complesso delle famiglie torinesi. Tipologia e dimensione familiare<sup>1</sup>

Tipologia di famiglia	Dimensione familiare					Dati Comune di TO (2003)		Dati Censim. Istat (2001)	
	1 componente	2 componenti	3 componenti	4 componenti	5 o più componenti	Totale	(%)	Totale	(%)
Persona sola	173611	0	0	0	0	173611	40	135583	35
Coppia senza figli	0	80556	0	0	0	80556	19	95905	24
Coppia con figli	0	0	59529	40102	6258	105889	24	117687	30
Fam. monoparentale	2	16443	9277	5416	3778	34916	8	36122	9
Altro	0	27570	8456	1112	177	37315	9	9081	2
Totale (dati Comune TO)	173613	124569	77262	46630	10213	432287	100	394378	100
(%)	40	29	18	11	2	100			
Totale (dati Censim. Istat)	135583	124964	76736	47386	9709			394378	
(%)	34	32	19	12	2			100	

Fonte: elaborazioni da:

- Comune di Torino - Ufficio di Statistica (anno 2003): distribuzione congiunta e marginali.
- Censimento Istat (anno 2001): distribuzioni marginali.

<sup>1</sup> Escluse le comunità

Tabella 1.17 – Complesso della popolazione torinese. Età e sesso

a) dati Comune di Torino

Età	Sesso				Totale	(%)
	Maschi	Maschi (%)	Femmine	Femmine (%)		
Fino a 25 anni	94665	22	89842	19	184507	20
26-40 anni	112760	26	106439	23	219199	24
41-65 anni	149665	35	158889	34	308554	34
Più di 65 anni	75644	17	115006	24	190650	21
Totale	432734	100	470176	100	902910	100
(%)	48		52		100	

Fonte: elaborazioni da Comune di Torino - Ufficio di Statistica (anno 2003)

b) dati Istat

Età	Sesso				Totale	(%)
	Maschi	Maschi (%)	Femmine	Femmine (%)		
Fino a 24 anni	87796	21	83505	18	171301	20
25-39 anni	102006	25	99402	22	201408	23
40-64 anni	143158	35	156253	34	299411	35
65 anni e più	76994	19	116149	26	193143	22
Totale	409954	100	455309	100	865263	100
(%)	47		53		100	

Fonte: elaborazioni da censimento Istat (2001)

Tabella 1.18 – Complesso della popolazione torinese. Età e Condizione professionale  
a) Popolazione occupata

Età della persona di riferimento	Imprenditore Libero prof.	Lavoratore in proprio	Dirigente	Impiegato	Operaio	Altro	Totale	(%)
Fino a 25 anni	199	2403	0	2951	4724	703	10980	3
26-40 anni	12863	22391	1516	60096	36805	1823	135494	37
41-65 anni	19195	32639	5982	87428	47578	244	193066	53
Più di 65 anni	3631	5786	1005	6709	5303	15	22449	6
Totale	35888	63219	8503	157184	94410	2785	361989	100
(%)	10	17	2	44	26	1	100	

Fonte: elaborazioni da Comune di Torino - Ufficio di Statistica (anno 2003)

Tabella 1.18 – Complesso della popolazione torinese. Et  e Condizione professionale  
 b) Popolazione non occupata

Et� della persona di riferimento	Disoccupato	Casalinga	Studente	Inabile Invalido	Pensionato	Altro	Totale	(%)
Fino a 25 anni	3602	1130	51010	63	1	117721	173527	32
26-40 anni	13709	14606	38467	402	79	16442	83705	15
41-65 anni	4914	60699	1779	991	33865	13240	115488	21
Pi� di 65 anni	252	58059	15	540	105329	4006	168201	31
Totale	22477	134494	91271	1996	139274	151409	540921	100
(%)	4	25	17	0	26	28	100	

Fonte: elaborazioni da Comune di Torino - Ufficio di Statistica (anno 2003)

Tabella 1.19 – Complesso della popolazione torinese. Età e Titolo di studio

Età della persona di riferimento	Titolo di studio					Totale titoli conosciuti	(%)	Titolo sconosciuto	Totale generale	(%)
	Licenza elementare	Licenza media inferiore	Diploma media superiore	Laurea Laurea breve						
Fino a 25 anni	3873	52534	10035	405	66847	9	117660	184507	20	
26-40 anni	6977	111711	64709	23497	206894	28	12305	219199	24	
41-65 anni	86898	104751	78463	24307	294419	40	14135	308554	34	
Più di 65 anni	93913	43298	21684	9208	168103	23	22547	190650	21	
<b>Totale</b>	<b>191661</b>	<b>312294</b>	<b>174891</b>	<b>57417</b>	<b>736263</b>	<b>100</b>	<b>166647</b>	<b>902910</b>	<b>100</b>	
<i>% su titoli conosciuti</i>	<i>26</i>	<i>42</i>	<i>24</i>	<i>8</i>	<i>100</i>					
<i>% sulla popolazione</i>	<i>21</i>	<i>35</i>	<i>19</i>	<i>6</i>			<i>18</i>	<i>100</i>		

Fonte: elaborazioni da Comune di Torino - Ufficio di Statistica (anno 2003)

Tabella 2.1 - Consumi medi mensili per dimensione della famiglia

	1	2	3	4	MEDIA CAMPIONARIA		
	componente	componenti	componenti	componenti	euro	%	% sul totale
	euro						
<b>CONSUMI ALIMENTARI</b>	<b>211,10</b>	<b>344,36</b>	<b>407,20</b>	<b>417,84</b>	<b>311,14</b>	<b>100,00</b>	<b>14,44</b>
PANE E CEREALI	31,15	48,01	60,87	69,55	46,21	14,85	
CARNI E SALUMI	53,01	90,56	97,87	101,46	78,05	25,08	
PESCE	9,07	14,24	22,72	19,33	14,37	4,62	
OLIO E GRASSI	2,82	4,06	6,99	9,94	4,82	1,55	
LATTE E FORMAGGI	27,41	45,94	60,89	62,22	43,23	13,89	
LEGUMI E ORTAGGI	23,96	33,81	44,41	39,45	32,51	10,45	
FRUTTA	21,03	25,17	25,16	29,49	24,01	7,72	
DOLCIUMI E DROGHERIA	25,09	43,40	60,91	59,70	41,27	13,26	
BEVANDE	17,56	39,16	27,39	26,72	26,68	8,58	
- alcoliche	11,72	25,87	10,82	8,98	15,25	4,90	
- analcoliche	5,84	13,29	16,57	17,74	11,43	3,67	

Tabella 2.1 - Consumi medi mensili per dimensione della famiglia

	1	2	3	4	MEDIA CAMPIONARIA		
	componente	componenti	componenti	componenti	euro	%	% sul totale
	euro						
<b>CONSUMI NON ALIMENTARI</b>	<b>1555,93</b>	<b>1767,86</b>	<b>2192,04</b>	<b>2440,40</b>	<b>1843,33</b>	<b>100,00</b>	<b>85,56</b>
<b>Tabacco</b>	10,60	16,34	25,54	19,60	16,15	0,88	0,75
<b>Vestiario, calzature (di cui):</b>	69,88	98,33	174,00	117,41	103,47	5,61	4,80
- Abbigliamento	57,40	83,51	136,00	86,42	83,25	4,52	
- Calzature	12,48	14,82	38,01	30,99	20,22	1,10	
<b>Abitazione (di cui):</b>	498,48	614,19	615,52	561,47	561,26	30,45	26,05
- Affitto e subaffitto	155,19	167,95	73,21	150,75	142,72	7,74	
- Valore locativo	284,81	371,14	438,76	343,33	345,69	18,75	
- Spese condominio	35,08	31,38	51,51	44,29	38,25	2,08	
- Imposta rifiuti	16,61	24,95	17,38	19,35	19,46	1,06	
- Assicurazione casa	6,79	18,77	34,66	3,75	15,14	0,82	
<b>Combustibili, energia elettrica (di cui):</b>	143,43	181,62	181,86	164,65	164,16	8,91	7,62
- Energia elettrica	32,10	38,08	46,47	39,88	37,47	2,03	
- Acqua	7,11	9,97	9,41	17,13	9,56	0,52	
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	30,88	53,83	43,97	38,50	40,82	2,21	
- Riscald. centralizzato	73,34	79,75	82,00	69,15	76,31	4,14	

Tabella 2.1 - Consumi medi mensili per dimensione della famiglia

	1	2	3	4	MEDIA CAMPIONARIA		
	componente	componenti	componenti	componenti	euro	%	% sul totale
	euro						
<b>Mobili, arredamenti, appar. e servizi per la casa (di cui):</b>	107,55	77,39	125,24	77,95	98,76	5,36	4,58
- Mobili e arredamenti	33,44	11,64	31,80	0,00	22,90	1,24	
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	9,64	6,50	12,83	6,15	8,93	0,48	
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	23,76	29,83	50,22	33,09	31,64	1,72	
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	25,87	15,32	7,22	3,75	16,66	0,90	
- Servizi domestici	11,15	11,35	17,37	19,58	13,40	0,73	
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	3,70	2,76	5,80	15,37	5,23	0,28	
<b>Servizi sanitari, salute</b>	47,41	63,33	155,54	88,99	77,48	4,20	3,60
- Onorari medici, analisi, ecc.	18,67	30,26	77,47	47,43	36,60	1,99	
- Medicinali, tickets, etc.	20,78	21,97	54,44	28,37	28,43	1,54	
- Occhiali, protesi, ecc.	7,96	11,11	23,62	13,19	12,46	0,68	
<b>Trasporti e comunicazioni (di cui):</b>	428,72	367,88	434,86	806,12	457,84	24,84	21,25
- Auto, scooter (acquisto)	198,02	5,44	1,06	320,83	120,45	6,53	
- Assicurazione e bolli	50,71	96,43	103,91	122,75	82,49	4,48	
- Benzina, gasolio, ecc.	70,22	105,47	127,53	155,42	101,38	5,50	
- Biglietti tram, bus, treno (altro)	11,44	15,29	8,80	10,10	11,87	0,64	
- Telefono (acquisto, bolletta)	72,67	79,69	110,53	118,76	87,39	4,74	
- Accessori auto, pneum. ecc.	14,05	37,08	53,60	34,86	30,62	1,66	

Tabella 2.1 - Consumi medi mensili per dimensione della famiglia

	1	2	3	4	MEDIA CAMPIONARIA		
	componente	componenti	componenti	componenti	euro	%	% sul totale
	euro						
- Spese postali e telefoniche	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
- Altri consumi per trasporti	11,62	28,47	29,44	43,40	23,62	1,28	
<b>Istruzione</b>	2,11	15,20	47,54	116,53	28,20	1,53	1,31
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	1,29	10,31	30,78	99,24	21,22	1,15	
- Libri scolastici	0,82	4,90	16,76	17,29	6,99	0,38	
<b>Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)</b>	80,56	103,55	116,06	156,44	102,96	5,59	4,78
- Giornali e libri non scolastici	15,75	20,44	21,99	27,66	19,70	1,07	
- Tempo libero (canoni tv, internet, abbonamenti teatro, ecc.)	7,65	9,15	11,87	8,85	9,03	0,49	
- Divertimenti (sport, fotografia, videogiochi, modellismo, ecc.)	45,97	52,91	79,70	111,59	62,23	3,38	
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	11,19	21,05	2,49	8,33	12,00	0,65	
<b>Altri beni e servizi (di cui):</b>	167,20	230,02	315,88	331,22	233,03	12,64	10,82
- Cura e igiene personale	32,59	36,74	49,04	70,83	41,49	2,25	
- Assicurazioni vita, salute, ecc.,	19,48	26,34	51,10	59,94	32,30	1,75	
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	52,11	87,11	122,02	118,89	83,38	4,52	
- Pasti fuori casa	38,67	31,80	53,15	35,34	39,06	2,12	
- Cancelleria	1,34	2,29	14,56	16,36	5,92	0,32	
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	4,28	4,78	8,36	3,24	5,07	0,28	
- Altre voci	18,73	40,97	17,65	26,63	25,81	1,40	
<b>TOTALE CONSUMI FAMILIARI</b>	<b>1767,03</b>	<b>2112,21</b>	<b>2599,24</b>	<b>2858,24</b>	<b>2154,47</b>		<b>100,00</b>
Numero famiglie	<b>81</b>	<b>57</b>	<b>38</b>	<b>24</b>	<b>200</b>		

Fonte: elaborazioni da rilevazione ASCOM

Tabella 2.2 - Consumi medi mensili per tipologia della famiglia

	Single	Coppia senza figli	Coppia con figli	Mono parentale	Altro	MEDIA CAMPIONARIA		
		in euro		euro		%	% sul totale	
<b>CONSUMI ALIMENTARI</b>	<b>211,10</b>	<b>337,61</b>	<b>413,33</b>	<b>360,85</b>	<b>398,18</b>	<b>311,14</b>	<b>100,00</b>	<b>14,44</b>
PANE E CEREALI	31,15	48,70	62,61	65,73	40,73	46,21	14,85	
CARNI E SALUMI	53,01	86,91	106,15	82,27	95,26	78,05	25,08	
PESCE	9,07	11,36	22,19	16,10	24,32	14,37	4,62	
OLIO E GRASSI	2,82	2,52	8,19	6,01	9,64	4,82	1,55	
LATTE E FORMAGGI	27,41	44,75	61,84	54,92	49,16	43,23	13,89	
LEGUMI E ORTAGGI	23,96	33,27	41,32	36,88	44,21	32,51	10,45	
FRUTTA	21,03	19,97	26,77	29,42	36,82	24,01	7,72	
DOLCIUMI E DROGHERIA	25,09	44,27	55,17	54,81	61,54	41,27	13,26	
BEVANDE	17,56	45,86	29,09	14,70	36,51	26,68	8,58	
- alcoliche	11,72	32,86	11,25	4,21	17,51	15,25	4,90	
- analcoliche	5,84	13,00	17,83	10,50	19,00	11,43	3,67	

Tabella 2.2 - Consumi medi mensili per tipologia della famiglia

	Single	Coppia senza figli in euro	Coppia con figli	Mono parentale	Altro	MEDIA CAMPIONARIA		
						euro	%	% sul totale
<b>CONSUMI NON ALIMENTARI</b>	<b>1555,93</b>	<b>1857,96</b>	<b>2272,97</b>	<b>2191,65</b>	<b>1395,22</b>	<b>1843,33</b>	<b>100,00</b>	<b>85,56</b>
<b>Tabacco</b>	10,60	16,73	21,76	17,26	26,75	16,15	0,88	0,75
<b>Vestiario, calzature (di cui):</b>	69,88	102,94	159,28	117,18	77,72	103,47	5,61	4,80
- Abbigliamento	57,40	88,21	122,91	85,65	73,08	83,25	4,52	
- Calzature	12,48	14,74	36,37	31,53	4,64	20,22	1,10	
<b>Abitazione (di cui):</b>	498,48	637,84	574,42	710,70	451,00	561,26	30,45	26,05
- Affitto e subaffitto	155,19	154,29	93,00	129,84	249,42	142,72	7,74	
- Valore locativo	284,81	399,08	403,86	452,37	176,25	345,69	18,75	
- Spese condominio	35,08	35,01	51,31	41,05	11,13	38,25	2,08	
- Imposta rifiuti	16,61	30,39	17,51	18,22	14,21	19,46	1,06	
- Assicurazione casa	6,79	19,08	8,74	69,21	0,00	15,14	0,82	
<b>Combustibili, energia elettrica (di cui):</b>	143,43	179,03	171,59	190,24	184,80	164,16	8,91	7,62
- Energia elettrica	32,10	32,53	40,92	46,21	61,13	37,47	2,03	
- Acqua	7,11	8,80	14,13	11,84	5,88	9,56	0,52	
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	30,88	66,28	41,17	35,45	34,38	40,82	2,21	
- Riscald. centralizzato	73,34	71,41	75,37	96,74	83,42	76,31	4,14	

Tabella 2.2 - Consumi medi mensili per tipologia della famiglia

	Single	Coppia	Coppia	Mono parentale	Altro	MEDIA CAMPIONARIA		
		senza figli	con figli			euro	%	% sul totale
		in euro						
<b>Mobili, arredamenti, appar. e servizi per la casa (di cui):</b>	107,55	80,18	82,10	171,79	52,13	98,76	5,36	4,58
- Mobili e arredamenti	33,44	13,16	4,17	52,63	13,61	22,90	1,24	
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	9,64	8,88	5,61	20,44	0,00	8,93	0,48	
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	23,76	31,80	34,66	60,72	25,63	31,64	1,72	
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	25,87	13,03	3,76	21,04	12,89	16,66	0,90	
- Servizi domestici	11,15	11,58	22,60	10,88	0,00	13,40	0,73	
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	3,70	1,74	11,30	6,08	0,00	5,23	0,28	
<b>Servizi sanitari, salute</b>	47,41	68,81	117,35	151,60	24,43	77,48	4,20	3,60
- Onorari medici, analisi, ecc.	18,67	39,47	53,45	78,67	11,67	36,60	1,99	
- Medicinali, tickets, etc.	20,78	19,71	42,62	54,83	6,68	28,43	1,54	
- Occhiali, protesi, ecc.	7,96	9,63	21,29	18,11	6,08	12,46	0,68	
<b>Trasporti e comunicazioni (di cui):</b>	428,72	379,61	614,71	385,26	363,34	457,84	24,84	21,25
- Auto, scooter (acquisto)	198,02	7,02	154,81	2,30	0,00	120,45	6,53	
- Assicurazione e bolli	50,71	98,24	116,45	94,37	86,87	82,49	4,48	
- Benzina, gasolio, ecc.	70,22	112,41	142,32	103,16	103,33	101,38	5,50	
- Biglietti tram, bus, treno (altro)	11,44	17,06	9,18	11,45	10,27	11,87	0,64	
- Telefono (acquisto, bolletta)	72,67	66,76	109,79	108,04	126,13	87,39	4,74	
- Accessori auto, pneum. ecc.	14,05	39,22	42,10	56,05	27,22	30,62	1,66	
- Spese postali e telefoniche	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
- Altri consumi per trasporti	11,62	38,90	40,06	9,88	9,51	23,62	1,28	

Tabella 2.2 - Consumi medi mensili per tipologia della famiglia

	Single	Coppia senza figli in euro	Coppia con figli	Mono parentale	Altro	MEDIA CAMPIONARIA		
						euro	%	% sul totale
<b>Istruzione</b>	2,11	9,54	79,98	51,75	10,42	28,20	1,53	1,31
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	1,29	7,68	64,69	27,85	6,94	21,22	1,15	
- Libri scolastici	0,82	1,86	15,29	23,90	3,47	6,99	0,38	
<b>Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)</b>	80,56	130,44	129,60	92,24	73,13	102,96	5,59	4,78
- Giornali e libri non scolastici	15,75	23,10	26,05	19,59	9,36	19,70	1,07	
- Tempo libero (canoni tv, internet, abbonamenti teatro, ecc.)	7,65	9,26	11,18	9,19	8,32	9,03	0,49	
- Divertimenti (sport, fotografia, videogiochi, modellismo, ecc.)	45,97	66,52	86,48	63,45	55,45	62,23	3,38	
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	11,19	31,57	5,89	0,00	0,00	12,00	0,65	
<b>Altri beni e servizi (di cui):</b>	167,20	252,84	322,18	303,64	131,50	233,03	12,64	10,82
- Cura e igiene personale	32,59	32,49	53,75	78,31	20,62	41,49	2,25	
- Assicurazioni vita, salute, ecc.,	19,48	21,16	53,19	57,08	27,78	32,30	1,75	
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	52,11	115,75	119,73	82,63	41,67	83,38	4,52	
- Pasti fuori casa	38,67	35,76	47,99	38,07	16,54	39,06	2,12	
- Cancelleria	1,34	0,97	17,54	3,54	7,94	5,92	0,32	
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	4,28	6,82	6,61	3,86	0,42	5,07	0,28	
- Altre voci	18,73	39,89	23,37	40,14	16,54	25,81	1,40	
<b>TOTALE CONSUMI FAMILIARI</b>	<b>1767,03</b>	<b>2195,57</b>	<b>2686,31</b>	<b>2552,50</b>	<b>1793,40</b>	<b>2154,47</b>		<b>100,00</b>
	<b>81</b>	<b>38</b>	<b>50</b>	<b>19</b>	<b>12</b>	<b>200</b>		
		<i>Numero famiglie</i>						

Fonte: elaborazioni da rilevazione ASCOM

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

	Fino a 25 anni	26-40 anni	41-65 anni	<i>Fino a 65 anni</i>	Più di 65 anni	MEDIA CAMPIONARIA		
	euro					euro	%	% sul totale
<b>CONSUMI ALIMENTARI</b>	<b>217,95</b>	<b>259,17</b>	<b>352,15</b>	<b>321,47</b>	<b>254,86</b>	<b>311,14</b>	<b>100,00</b>	<b>14,44</b>
PANE E CEREALI	20,66	47,23	50,73	48,98	31,11	46,21	14,85	
CARNI E SALUMI	45,11	45,94	94,43	78,92	73,30	78,05	25,08	
PESCE	9,47	16,24	15,19	15,36	8,93	14,37	4,62	
OLIO E GRASSI	1,19	3,49	5,61	4,88	4,49	4,82	1,55	
LATTE E FORMAGGI	35,28	40,71	48,44	45,84	29,01	43,23	13,89	
LEGUMI E ORTAGGI	36,56	26,97	36,63	33,77	25,65	32,51	10,45	
FRUTTA	38,97	20,03	25,03	23,88	24,72	24,01	7,72	
DOLCIUMI E DROGHERIA	25,21	34,22	45,48	41,67	39,05	41,27	13,26	
BEVANDE	5,50	24,34	30,62	28,17	18,60	26,68	8,58	
- alcoliche	1,80	11,35	18,66	16,10	10,65	15,25	4,90	
- analcoliche	3,70	12,99	11,96	12,07	7,95	11,43	3,67	

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

	Fino a 25 anni	26-40 anni	41-65 anni	<i>Fino a 65 anni</i>	Più di 65 anni	MEDIA CAMPIONARIA		
			euro			euro	%	% sul totale
<b>CONSUMI NON ALIMENTARI</b>	<b>1101,04</b>	<b>1899,47</b>	<b>2056,38</b>	<b>1987,35</b>	<b>1058,18</b>	<b>1843,33</b>	<b>100,00</b>	<b>85,56</b>
<b>Tabacco</b>	5,60	18,87	18,48	18,29	4,52	16,15	0,88	0,75
<b>Vestiaro, calzature (di cui):</b>	31,67	101,13	127,81	117,64	26,26	103,47	5,61	4,80
- Abbigliamento	27,50	80,38	103,12	94,60	21,40	83,25	4,52	
- Calzature	4,17	20,75	24,69	23,04	4,86	20,22	1,10	
<b>Abitazione (di cui):</b>	439,13	472,49	616,73	569,85	514,42	561,26	30,45	26,05
- Affitto e subaffitto	112,50	136,42	151,65	146,22	123,64	142,72	7,74	
- Valore locativo	256,25	288,76	379,96	350,05	321,94	345,69	18,75	
- Spese condominio	52,50	27,65	41,76	37,84	40,50	38,25	2,08	
- Imposta rifiuti	17,88	11,66	23,12	19,61	18,66	19,46	1,06	
- Assicurazione casa	0,00	8,00	20,23	16,14	9,68	15,14	0,82	
<b>Combustibili, energia elettrica (di cui):</b>	99,63	145,34	181,15	168,63	139,82	164,16	8,91	7,62
- Energia elettrica	19,50	32,91	42,19	38,91	29,62	37,47	2,03	
- Acqua	5,00	9,53	10,69	10,21	6,01	9,56	0,52	
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	5,13	46,65	42,04	42,53	31,50	40,82	2,21	
- Riscald. centralizzato	70,00	56,25	86,22	76,97	72,68	76,31	4,14	

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

	Fino a 25 anni	26-40 anni	41-65 anni	<i>Fino a 65 anni</i>	Più di 65 anni	MEDIA CAMPIONARIA		
	euro				euro	%	% sul totale	
<b>Mobili, arredamenti, appar. e servizi per la casa (di cui):</b>	37,09	164,15	86,96	108,62	45,04	98,76	5,36	4,58
- Mobili e arredamenti	20,00	62,80	8,93	25,13	10,75	22,90	1,24	
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	2,92	22,47	3,37	9,01	8,49	8,93	0,48	
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	13,34	43,50	33,08	35,69	9,52	31,64	1,72	
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	0,83	20,63	16,61	17,43	12,49	16,66	0,90	
- Servizi domestici	0,00	10,93	17,74	15,31	3,01	13,40	0,73	
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	0,00	3,81	7,23	6,05	0,77	5,23	0,28	
<b>Servizi sanitari, salute</b>	61,50	90,52	71,50	76,89	80,71	77,48	4,20	3,60
- Onorari medici, analisi, ecc.	0,00	53,79	33,62	38,79	24,62	36,60	1,99	
- Medicinali, tickets, etc.	61,50	28,07	22,00	24,73	48,56	28,43	1,54	
- Occhiali, protesi, ecc.	0,00	8,67	15,87	13,36	7,53	12,46	0,68	
<b>Trasporti e comunicazioni (di cui):</b>	202,98	475,45	552,36	521,34	111,65	457,84	24,84	21,25
- Auto, scooter (acquisto)	0,00	63,33	181,60	142,31	1,29	120,45	6,53	
- Assicurazione e bolli	54,40	92,99	93,51	92,43	28,30	82,49	4,48	
- Benzina, gasolio, ecc.	35,00	135,48	110,34	116,00	21,67	101,38	5,50	
- Biglietti tram, bus, treno (altro)	29,00	18,52	10,82	13,53	2,85	11,87	0,64	
- Telefono (acquisto, bolletta)	51,25	87,52	97,50	93,45	54,36	87,39	4,74	
- Accessori auto, pneum. ecc.	25,00	36,49	36,28	36,08	0,90	30,62	1,66	
- Altri consumi per trasporti	8,33	41,11	22,30	27,54	2,28	23,62	1,28	

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

	Fino a 25 anni	26-40 anni	41-65 anni	<i>Fino a 65 anni</i>	Più di 65 anni	MEDIA CAMPIONARIA		
			euro			euro	%	% sul totale
<b>Istruzione</b>	33,33	42,69	29,04	33,18	1,08	28,20	1,53	1,31
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	26,04	37,13	19,85	25,11	0,00	21,22	1,15	
- Libri scolastici	7,29	5,57	9,19	8,07	1,08	6,99	0,38	
<b>Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)</b>	80,93	130,36	104,26	111,43	56,82	102,96	5,59	4,78
- Giornali e libri non scolastici	2,29	21,55	21,81	21,27	11,15	19,70	1,07	
- Tempo libero (canoni tv, internet, abbonamenti teatro, ecc.)	2,08	9,23	9,45	9,21	8,03	9,03	0,49	
- Divertimenti (sport, fotografia, videogiochi, modellismo, ecc.)	76,55	74,26	64,27	67,51	33,45	62,23	3,38	
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	0,00	25,31	8,74	13,44	4,19	12,00	0,65	
<b>Altri beni e servizi (di cui):</b>	109,20	258,48	268,10	261,50	77,88	233,03	12,64	10,82
- Cura e igiene personale	18,98	40,38	50,10	46,49	14,19	41,49	2,25	
- Assicurazioni vita, salute, ecc.,	0,00	35,33	40,15	37,78	2,42	32,30	1,75	
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	25,00	101,75	92,94	93,94	25,81	83,38	4,52	
- Pasti fuori casa	29,03	61,12	37,11	44,02	12,05	39,06	2,12	
- Cancelleria	0,52	4,40	7,99	6,75	1,44	5,92	0,32	
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	1,67	7,07	5,06	5,58	2,32	5,07	0,28	
- Altre voci	34,00	8,42	34,75	26,94	19,66	25,81	1,40	
<b>TOTALE CONSUMI FAMILIARI</b>	<b>1318,99</b>	<b>2158,65</b>	<b>2408,54</b>	<b>2308,82</b>	<b>1313,04</b>	<b>2154,47</b>		<b>100,00</b>
	<b>Numero famiglie</b>	<b>4</b>	<b>50</b>	<b>115</b>	<b>31</b>	<b>200</b>		

Fonte: elaborazioni da rilevazione ASCOM

Tabella 2.4 - Consumi medi mensili per posizione e condizione professionale della persona di riferimento

a) Occupati

	Imprend. Libero pr.	Lavoratore in proprio	Dirigente Impiegato	Operaio	MEDIA CAMPIONARIA		
		euro			euro	%	% sul totale
<b>CONSUMI ALIMENTARI</b>	<b>409,92</b>	<b>346,10</b>	<b>348,00</b>	<b>286,73</b>	<b>337,64</b>	<b>100,00</b>	<b>13,91</b>
PANE E CEREALI	47,50	57,08	52,71	53,28	54,01	16,00	
CARNI E SALUMI	80,66	86,62	84,38	69,34	80,98	23,98	
PESCE	17,20	15,59	18,59	9,11	14,85	4,40	
OLIO E GRASSI	2,81	7,39	4,65	3,99	5,34	1,58	
LATTE E FORMAGGI	39,52	50,44	43,87	40,84	45,17	13,38	
LEGUMI E ORTAGGI	55,24	35,55	35,69	29,76	36,06	10,68	
FRUTTA	15,51	27,60	29,55	21,06	25,21	7,47	
DOLCIUMI E DROGHERIA	77,97	36,79	49,33	36,56	44,09	13,06	
BEVANDE	73,50	29,04	29,23	22,79	31,92	9,45	
- alcoliche	63,41	13,13	14,95	13,50	18,72	5,55	
- analcoliche	10,09	15,91	14,28	9,29	13,20	3,91	

Tabella 2.4 - Consumi medi mensili per posizione e condizione professionale della persona di riferimento

a) Occupati

	Imprend. Libero pr.	Lavoratore in proprio	Dirigente Impiegato	Operaio	MEDIA CAMPIONARIA		
	euro				euro	%	% sul totale
<b>CONSUMI NON ALIMENTARI</b>	<b>2435,94</b>	<b>2562,75</b>	<b>1836,77</b>	<b>1509,49</b>	<b>2090,43</b>	<b>100,00</b>	<b>86,09</b>
<b>Tabacco</b>	14,93	16,95	21,85	20,59	18,95	0,91	0,78
<b>Vestiario, calzature (di cui):</b>	200,83	123,61	129,32	77,35	120,86	5,78	4,98
- Abbigliamento	171,61	94,59	106,91	60,31	96,62	4,62	
- Calzature	29,22	29,01	22,41	17,04	24,24	1,16	
<b>Abitazione (di cui):</b>	851,95	701,77	481,40	415,42	585,88	28,03	24,13
- Affitto e subaffitto	232,50	115,13	142,39	193,03	154,03	7,37	
- Valore locativo	479,17	486,63	275,74	178,23	351,73	16,83	
- Spese condominio	88,58	37,48	27,54	27,43	37,43	1,79	
- Imposta rifiuti	35,45	26,88	15,08	16,16	21,92	1,05	
- Assicurazione casa	16,25	35,65	20,65	0,58	20,78	0,99	
<b>Combustibili, energia elettrica (di cui):</b>	260,83	175,25	163,73	127,73	168,56	8,06	6,94
- Energia elettrica	57,78	44,63	48,98	26,61	42,41	2,03	
- Acqua	12,33	9,71	8,78	9,76	9,74	0,47	
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	31,23	47,57	30,29	48,73	41,77	2,00	
- Riscald. centralizzato	159,50	73,35	75,69	42,63	74,63	3,57	

Tabella 2.4 - Consumi medi mensili per posizione e condizione professionale della persona di riferimento

a) Occupati

	Imprend. Libero pr.	Lavoratore in proprio	Dirigente Impiegato	Operaio	MEDIA CAMPIONARIA		
					euro	%	% sul totale
<b>Mobili, arredamenti, appar. e servizi per la casa (di cui):</b>	76,06	164,50	161,95	46,82	124,60	5,96	5,13
- Mobili e arredamenti	2,78	52,90	44,52	0,59	32,21	1,54	
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	1,39	5,96	25,57	4,12	10,09	0,48	
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	48,17	41,15	54,69	18,69	39,55	1,89	
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	8,44	28,70	25,43	5,08	19,73	0,94	
- Servizi domestici	15,28	30,43	7,42	16,67	19,42	0,93	
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	0,00	5,36	4,33	1,68	3,61	0,17	
<b>Servizi sanitari, salute</b>	61,22	65,09	86,98	59,78	68,99	3,30	2,84
- Onorari medici, analisi, ecc.	48,89	27,90	55,05	26,57	36,67	1,75	
- Medicinali, tickets, etc.	12,33	19,55	31,16	23,44	22,83	1,09	
- Occhiali, protesi, ecc.	0,00	17,64	0,77	9,76	9,48	0,45	
<b>Trasporti e comunicazioni (di cui):</b>	442,98	821,78	316,72	493,63	568,65	27,20	23,42
- Auto, scooter (acquisto)	0,00	370,43	0,00	102,16	168,39	8,06	
- Assicurazione e bolli	126,16	114,48	80,60	82,74	98,69	4,72	
- Benzina, gasolio, ecc.	161,33	146,34	85,03	124,39	126,33	6,04	
- Biglietti tram, bus, treno (altro)	9,83	17,52	16,34	13,15	15,31	0,73	
- Telefono (acquisto, bolletta)	111,40	119,45	89,38	73,87	99,10	4,74	
- Accessori auto, pneum. ecc.	11,67	33,75	31,88	71,56	40,83	1,95	
- Altri consumi per trasporti	22,58	19,81	13,50	25,76	19,99	0,96	

Tabella 2.4 - Consumi medi mensili per posizione e condizione professionale della persona di riferimento

a) Occupati

	Imprend. Libero pr.	Lavoratore in proprio	Dirigente Impiegato	Operaio	MEDIA CAMPIONARIA		
	euro				euro	%	% sul totale
<b>Istruzione</b>	16,84	37,47	24,69	51,73	35,79	1,71	1,47
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	13,37	24,95	15,96	44,72	26,57	1,27	
- Libri scolastici	3,47	12,53	8,74	7,01	9,22	0,44	
<b>Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)</b>	96,54	147,04	172,17	60,73	126,18	6,04	5,20
- Giornali e libri non scolastici	18,04	27,12	28,66	11,91	22,68	1,08	
- Tempo libero (canoni tv, internet, abbonamenti teatro, ecc.)	9,65	10,41	10,90	6,18	9,37	0,45	
- Divertimenti (sport, fotografia, videogiochi, modellismo, ecc.)	68,85	81,76	110,04	33,14	75,21	3,60	
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	0,00	27,75	22,58	9,49	18,92	0,91	
<b>Altri beni e servizi (di cui):</b>	413,76	309,29	277,96	155,71	271,97	13,01	11,20
- Cura e igiene personale	37,83	45,47	69,51	32,86	47,66	2,28	
- Assicurazioni vita, salute, ecc.,	106,11	55,34	35,19	5,65	42,38	2,03	
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	129,44	127,78	108,60	52,74	103,61	4,96	
- Pasti fuori casa	65,21	35,44	49,75	35,83	42,21	2,02	
- Cancelleria	2,16	8,27	2,27	11,81	7,03	0,34	
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	13,47	8,25	3,19	4,12	6,40	0,31	
- Altre voci	59,53	28,75	9,44	12,70	22,69	1,09	
<b>TOTALE CONSUMI FAMILIARI</b>	<b>2845,87</b>	<b>2908,85</b>	<b>2184,77</b>	<b>1796,22</b>	<b>2428,07</b>		<b>100,00</b>
<i>Numero famiglie</i>	<b>12</b>	<b>46</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>120</b>		

Nota: l'unico collaboratore occasionale è stato assimilato ad un operaio.

Fonte: elaborazioni da rilevazione ASCOM

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

	Casalinga	Pensionato	Altro	MEDIA CAMPIONARIA		
		euro		euro	%	% sul totale
<b>CONSUMI ALIMENTARI</b>	<b>348,70</b>	<b>264,02</b>	<b>229,79</b>	<b>271,41</b>	<b>100,00</b>	<b>15,56</b>
PANE E CEREALI	50,87	31,93	39,10	34,51	12,71	
CARNI E SALUMI	87,32	74,44	38,58	73,65	27,14	
PESCE	24,00	12,45	10,62	13,64	5,03	
OLIO E GRASSI	5,52	4,01	1,59	4,03	1,49	
LATTE E FORMAGGI	58,81	37,81	39,99	40,31	14,85	
LEGUMI E ORTAGGI	28,48	27,49	20,89	27,19	10,02	
FRUTTA	14,59	22,53	31,78	22,22	8,19	
DOLCIUMI E DROGHERIA	54,58	34,67	36,62	37,03	13,64	
BEVANDE	24,54	18,67	10,61	18,83	6,94	
- alcoliche	9,81	10,61	3,06	10,05	3,70	
- analcoliche	14,72	8,06	7,55	8,78	3,23	

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

	Casalinga	Pensionato	Altro	MEDIA CAMPIONARIA		
		euro		euro	%	% sul totale
<b>CONSUMI NON ALIMENTARI</b>	<b>2100,75</b>	<b>1384,84</b>	<b>1501,51</b>	<b>1472,68</b>	<b>100,00</b>	<b>84,44</b>
<b>Tabacco</b>	24,42	11,16	0,00	11,95	0,81	0,69
<b>Vestiario, calzature (di cui):</b>	58,28	77,45	111,26	77,40	5,26	4,44
- Abbigliamento	49,02	63,07	90,59	63,21	4,29	
- Calzature	9,26	14,38	20,67	14,20	0,96	
<b>Abitazione (di cui):</b>	611,67	518,42	444,85	524,31	35,60	30,06
- Affitto e subaffitto	117,44	136,41	0,00	125,75	8,54	
- Valore locativo	412,22	322,73	384,00	336,63	22,86	
- Spese condominio	35,00	39,16	52,00	39,49	2,68	
- Imposta rifiuti	12,56	16,73	8,85	15,77	1,07	
- Assicurazione casa	34,44	3,39	0,00	6,68	0,45	
<b>Combustibili, energia elettrica (di cui):</b>	219,89	151,31	128,00	157,57	10,70	9,03
- Energia elettrica	38,00	30,11	15,00	30,05	2,04	
- Acqua	23,89	7,74	3,50	9,29	0,63	
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	76,89	36,54	9,70	39,40	2,68	

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

	Casalinga	Pensionato	Altro	MEDIA CAMPIONARIA		
				euro	%	% sul totale
- Riscald. centralizzato	81,11	76,92	99,80	78,82	5,35	
<b>Mobili, arredamenti, appar. e servizi per la casa (di cui):</b>	<b>107,98</b>	<b>54,81</b>	<b>42,40</b>	<b>60,01</b>	<b>4,08</b>	<b>3,44</b>
- Mobili e arredamenti	0,00	9,82	13,33	8,94	0,61	
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	12,11	6,64	5,67	7,19	0,49	
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	53,28	15,41	17,06	19,77	1,34	
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	24,07	10,87	6,33	12,07	0,82	
- Servizi domestici	12,96	3,54	0,00	4,38	0,30	
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	5,56	8,54	0,00	7,67	0,52	
<b>Servizi sanitari, salute</b>	<b>158,05</b>	<b>78,86</b>	<b>118,13</b>	<b>90,23</b>	<b>6,13</b>	<b>5,17</b>
- Onorari medici, analisi, ecc.	53,33	34,73	29,33	36,49	2,48	
- Medicinali, tickets, etc.	63,98	31,44	58,80	36,81	2,50	
- Occhiali, protesi, ecc.	40,74	12,69	30,00	16,93	1,15	
<b>Trasporti e comunicazioni (di cui):</b>	<b>455,67</b>	<b>264,73</b>	<b>351,23</b>	<b>291,61</b>	<b>19,80</b>	<b>16,72</b>
- Auto, scooter (acquisto)	29,63	54,80	0,00	48,55	3,30	
- Assicurazione e bolli	103,89	51,27	67,27	58,19	3,95	
- Benzina, gasolio, ecc.	115,56	56,30	72,00	63,95	4,34	
- Biglietti tram, bus, treno (altro)	0,00	7,16	12,96	6,71	0,46	
- Telefono (acquisto, bolletta)	79,11	70,16	48,80	69,83	4,74	
- Accessori auto, pneum. ecc.	11,11	8,72	110,00	15,32	1,04	

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

	Casalinga	Pensionato	Altro	MEDIA CAMPIONARIA		
				euro	%	% sul totale
- Altri consumi per trasporti	116,37	16,32	40,20	29,07	1,97	
<b>Istruzione</b>	14,81	14,52	50,83	16,82	1,14	0,96
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	14,81	10,86	40,83	13,18	0,89	
- Libri scolastici	0,00	3,66	10,00	3,65	0,25	
<b>Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)</b>	95,09	61,07	112,87	68,13	4,63	3,91
- Giornali e libri non scolastici	21,29	14,82	9,79	15,23	1,03	
- Tempo libero (canoni tv, internet, abbonamenti teatro, ecc.)	10,48	8,52	4,85	8,51	0,58	
- Divertimenti (sport, fotografia, videogiochi, modellismo, ecc.)	63,33	35,76	98,24	42,76	2,90	
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	0,00	1,97	0,00	1,63	0,11	
<b>Altri beni e servizi (di cui):</b>	354,89	152,53	141,94	174,63	11,86	10,01
- Cura e igiene personale	40,25	30,52	40,36	32,23	2,19	
- Assicurazioni vita, salute, ecc.,	37,50	14,76	12,50	17,17	1,17	
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	138,89	45,35	0,00	53,04	3,60	
- Pasti fuori casa	92,74	24,30	61,81	34,34	2,33	
- Cancelleria	9,40	3,76	1,78	4,27	0,29	
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	9,26	1,37	14,67	3,09	0,21	
- Altre voci	26,85	32,48	10,83	30,49	2,07	
<b>TOTALE CONSUMI FAMILIARI</b>	<b>2449,46</b>	<b>1648,86</b>	<b>1731,31</b>	<b>1744,08</b>		<b>100,00</b>
	<i>Numero famiglie</i>	<b>9</b>	<b>66</b>	<b>5</b>	<b>80</b>	

Fonte: elaborazioni da rilevazione ASCOM

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

	Licenza elementare	Licenza media inferiore	Diploma media superiore	Laurea	MEDIA CAMPIONARIA		
	euro				euro	%	% sul totale
<b>CONSUMI ALIMENTARI</b>	<b>302,48</b>	<b>279,79</b>	<b>331,47</b>	<b>306,82</b>	<b>311,14</b>	<b>100,00</b>	<b>14,44</b>
PANE E CEREALI	41,03	44,61	48,69	44,93	46,21	14,85	
CARNI E SALUMI	77,65	76,02	80,93	73,71	78,05	25,08	
PESCE	9,77	11,98	17,27	12,39	14,37	4,62	
OLIO E GRASSI	4,47	3,95	5,73	3,06	4,82	1,55	
LATTE E FORMAGGI	35,38	40,38	47,27	41,00	43,23	13,89	
LEGUMI E ORTAGGI	29,30	28,09	36,11	30,70	32,51	10,45	
FRUTTA	26,01	20,06	24,20	29,66	24,01	7,72	
DOLCIUMI E DROGHERIA	47,84	36,36	39,67	50,53	41,27	13,26	
BEVANDE	31,03	18,35	31,61	20,83	26,68	8,58	
- alcoliche	17,51	9,78	18,86	10,48	15,25	4,90	
- analcoliche	13,52	8,57	12,76	10,35	11,43	3,67	

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

	Licenza elementare	Licenza media inferiore	Diploma media superiore	Laurea	MEDIA CAMPIONARIA		
	euro				euro	%	% sul totale
<b>CONSUMI NON ALIMENTARI</b>	<b>1255,44</b>	<b>1378,68</b>	<b>2088,51</b>	<b>2305,40</b>	<b>1843,33</b>	<b>100,00</b>	<b>85,56</b>
<b>Tabacco</b>	12,50	21,14	15,23	14,22	16,15	0,88	0,75
<b>Vestiario, calzature (di cui):</b>	80,99	50,83	123,90	135,50	103,47	5,61	4,80
- Abbigliamento	68,99	38,50	97,44	116,59	83,25	4,52	
- Calzature	12,00	12,33	26,47	18,91	20,22	1,10	
<b>Abitazione (di cui):</b>	430,12	450,20	601,99	744,41	561,26	30,45	26,05
- Affitto e subaffitto	146,83	149,33	126,91	191,07	142,72	7,74	
- Valore locativo	232,61	248,88	406,53	405,19	345,69	18,75	
- Spese condominio	37,43	32,93	33,73	66,80	38,25	2,08	
- Imposta rifiuti	11,08	13,67	17,06	46,73	19,46	1,06	
- Assicurazione casa	2,17	5,41	17,77	34,63	15,14	0,82	
<b>Combustibili, energia elettrica (di cui):</b>	132,96	146,81	179,71	162,60	164,16	8,91	7,62
- Energia elettrica	24,76	33,74	40,37	42,06	37,47	2,03	
- Acqua	4,30	9,15	11,91	6,45	9,56	0,52	
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	43,46	45,05	40,50	32,50	40,82	2,21	
- Riscald. centralizzato	60,43	58,86	86,92	81,59	76,31	4,14	

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

	Licenza elementare	Licenza media inferiore	Diploma media superiore	Laurea	MEDIA CAMPIONARIA		
	euro				euro	%	% sul totale
<b>Mobili, arredamenti, appar. e servizi per la casa (di cui):</b>	66,74	69,92	107,45	149,86	98,76	5,36	4,58
- Mobili e arredamenti	21,01	9,42	25,02	41,98	22,90	1,24	
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	1,74	6,16	13,82	2,32	8,93	0,48	
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	18,52	26,04	39,86	23,65	31,64	1,72	
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	22,54	15,61	10,87	35,62	16,66	0,90	
- Servizi domestici	1,88	11,56	8,60	44,81	13,40	0,73	
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	1,04	1,12	9,28	1,48	5,23	0,28	
<b>Servizi sanitari, salute</b>	76,01	74,40	88,88	44,99	77,48	4,20	3,60
- Onorari medici, analisi, ecc.	15,81	32,86	46,09	27,26	36,60	1,99	
- Medicinali, tickets, etc.	43,63	29,92	28,25	14,47	28,43	1,54	
- Occhiali, protesi, ecc.	16,57	11,61	14,54	3,26	12,46	0,68	
<b>Trasporti e comunicazioni (di cui):</b>	213,64	366,06	528,81	572,37	457,84	24,84	21,25
- Auto, scooter (acquisto)	23,19	70,07	160,84	149,63	120,45	6,53	
- Assicurazione e bolli	42,95	64,55	96,21	101,01	82,49	4,48	
- Benzina, gasolio, ecc.	42,96	89,75	112,66	129,93	101,38	5,50	
- Biglietti tram, bus, treno (altro)	11,93	7,83	11,02	18,48	11,87	0,64	
- Telefono (acquisto, bolletta)	57,86	72,29	91,78	121,38	87,39	4,74	
- Accessori auto, pneum. ecc.	27,30	44,37	24,29	33,09	30,62	1,66	
- Altri consumi per trasporti	7,46	17,19	32,01	18,86	23,62	1,28	

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

	Licenza elementare	Licenza media inferiore	Diploma media superiore	Laurea	MEDIA CAMPIONARIA		
	euro				euro	%	% sul totale
<b>Istruzione</b>	33,88	17,38	36,04	15,05	28,20	1,53	1,31
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	30,08	14,94	25,86	8,63	21,22	1,15	
- Libri scolastici	3,80	2,44	10,18	6,42	6,99	0,38	
<b>Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)</b>	74,80	54,92	121,59	144,15	102,96	5,59	4,78
- Giornali e libri non scolastici	13,33	14,26	22,75	24,42	19,70	1,07	
- Tempo libero (canoni tv, internet, abbonamenti teatro, ecc.)	7,10	7,09	10,08	10,21	9,03	0,49	
- Divertimenti (sport, fotografia, videogiochi, modellismo, ecc.)	48,71	27,56	80,59	66,55	62,23	3,38	
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	5,65	6,01	8,16	42,96	12,00	0,65	
<b>Altri beni e servizi (di cui):</b>	133,81	127,02	284,91	322,24	233,03	12,64	10,82
- Cura e igiene personale	30,55	28,91	52,81	33,23	41,49	2,25	
- Assicurazioni vita, salute, ecc.,	5,48	6,55	43,62	61,11	32,30	1,75	
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	33,48	34,80	107,74	126,91	83,38	4,52	
- Pasti fuori casa	27,96	30,90	40,57	55,02	39,06	2,12	
- Cancelleria	11,87	4,47	5,90	3,81	5,92	0,32	
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	4,03	4,09	5,00	8,21	5,07	0,28	
- Altre voci	20,43	17,31	29,28	33,94	25,81	1,40	
<b>TOTALE CONSUMI FAMILIARI</b>	<b>1557,92</b>	<b>1658,47</b>	<b>2419,99</b>	<b>2612,22</b>	<b>2154,47</b>		<b>100,00</b>
<i>Numero famiglie</i>	<b>23</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	<b>27</b>	<b>200</b>		

Nota: non è noto il titolo di studio di un capo famiglia.

Fonte: elaborazioni da rilevazione ASCOM

Tabella 2.6 - Consumi medi mensili per fascia di reddito familiare

	Reddito sconosciuto	Fascia A	Fascia B	Fascia C	Fascia D	MEDIA CAMPIONARIA		
						euro	%	% sul totale
<b>CONSUMI ALIMENTARI</b>	<b>365,41</b>	<b>170,05</b>	<b>245,04</b>	<b>348,56</b>	<b>453,56</b>	<b>311,14</b>	<b>100,00</b>	<b>14,44</b>
PANE E CEREALI	53,40	24,09	38,64	52,12	59,22	46,21	14,85	
CARNI E SALUMI	78,99	45,49	61,96	86,34	117,57	78,05	25,08	
PESCE	12,67	8,63	13,24	13,51	28,93	14,37	4,62	
OLIO E GRASSI	0,00	2,92	3,42	4,87	11,92	4,82	1,55	
LATTE E FORMAGGI	51,45	29,94	29,67	50,68	58,55	43,23	13,89	
LEGUMI E ORTAGGI	40,17	20,92	25,33	36,11	46,58	32,51	10,45	
FRUTTA	70,97	11,17	20,64	24,77	36,01	24,01	7,72	
DOLCIUMI E DROGHERIA	21,59	20,44	28,81	48,43	66,66	41,27	13,26	
BEVANDE	36,17	6,44	23,33	31,74	28,12	26,68	8,58	
- alcoliche	29,63	3,70	12,56	19,53	9,41	15,25	4,90	
- analcoliche	6,55	2,75	10,77	12,22	18,71	11,43	3,67	

Tabella 2.6 - Consumi medi mensili per fascia di reddito familiare

	Reddito sconosciuto	Fascia A	Fascia B	Fascia C	Fascia D	MEDIA CAMPIONARIA		
						euro	%	% sul totale
<b>CONSUMI NON ALIMENTARI</b>	<b>2259,38</b>	<b>940,49</b>	<b>1246,24</b>	<b>1875,22</b>	<b>4488,18</b>	<b>1843,33</b>	<b>100,00</b>	<b>85,56</b>
<b>Tabacco</b>	0,00	7,00	13,55	19,73	16,61	16,15	0,88	0,75
<b>Vestiario, calzature (di cui):</b>	166,00	29,93	56,31	112,40	273,77	103,47	5,61	4,80
- Abbigliamento	111,56	20,97	44,24	91,90	222,38	83,25	4,52	
- Calzature	54,44	8,96	12,06	20,50	51,39	20,22	1,10	
<b>Abitazione (di cui):</b>	555,67	396,00	397,21	611,98	989,61	561,26	30,45	26,05
- Affitto e subaffitto	0,00	148,44	140,16	137,45	198,89	142,72	7,74	
- Valore locativo	493,33	200,00	220,33	397,80	592,22	345,69	18,75	
- Spese condominio	12,67	35,69	25,59	44,66	51,33	38,25	2,08	
- Imposta rifiuti	23,00	11,86	10,38	17,95	65,22	19,46	1,06	
- Assicurazione casa	26,67	0,00	0,75	14,13	81,94	15,14	0,82	
<b>Combustibili, energia elettrica (di cui):</b>	266,67	108,94	133,81	166,35	291,19	164,16	8,91	7,62
- Energia elettrica	50,00	24,06	28,33	35,82	88,53	37,47	2,03	
- Acqua	31,67	3,83	8,17	8,95	19,72	9,56	0,52	
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	103,33	21,08	43,89	39,65	46,50	40,82	2,21	
- Riscald. centralizzato	81,67	59,97	53,42	81,94	136,44	76,31	4,14	

Tabella 2.6 - Consumi medi mensili per fascia di reddito familiare

	Reddito	Fascia A	Fascia B	Fascia C	Fascia D	MEDIA CAMPIONARIA		
	sconosciuto					euro	%	% sul totale
<b>Mobili, arredamenti, appar. e servizi per la casa (di cui):</b>	271,31	77,97	71,32	82,04	276,11	98,76	5,36	4,58
- Mobili e arredamenti	21,67	23,89	10,67	22,56	64,81	22,90	1,24	
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	11,11	0,83	16,29	3,24	24,07	8,93	0,48	
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	104,64	18,98	22,73	29,61	73,20	31,64	1,72	
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	8,33	30,00	15,39	10,95	41,04	16,66	0,90	
- Servizi domestici	125,56	4,26	1,89	9,01	66,85	13,40	0,73	
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	0,00	0,00	4,35	6,68	6,14	5,23	0,28	
<b>Servizi sanitari, salute</b>	198,07	56,10	54,62	77,12	156,98	77,48	4,20	3,60
- Onorari medici, analisi, ecc.	105,56	17,04	20,87	33,31	115,54	36,60	1,99	
- Medicinali, tickets, etc.	71,40	21,84	25,76	31,48	19,59	28,43	1,54	
- Occhiali, protesi, ecc.	21,11	17,22	7,99	12,33	21,85	12,46	0,68	
<b>Trasporti e comunicazioni (di cui):</b>	482,25	150,97	288,80	396,26	1669,60	457,84	24,84	21,25
- Auto, scooter (acquisto)	0,00	0,00	50,67	40,10	944,44	120,45	6,53	
- Assicurazione e bolli	75,03	33,94	51,76	91,76	182,73	82,49	4,48	
- Benzina, gasolio, ecc.	260,00	21,11	75,10	108,12	205,00	101,38	5,50	
- Biglietti tram, bus, treno (altro)	0,00	3,50	15,06	13,32	3,49	11,87	0,64	
- Telefono (acquisto, bolletta)	106,11	62,32	60,33	86,40	205,10	87,39	4,74	
- Accessori auto, pneum. ecc.	21,67	15,19	23,32	31,26	68,33	30,62	1,66	
- Spese postali e telefoniche	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
- Altri consumi per trasporti	19,44	14,91	12,55	25,30	60,50	23,62	1,28	

Tabella 2.6 - Consumi medi mensili per fascia di reddito familiare

	Reddito	Fascia A	Fascia B	Fascia C	Fascia D	MEDIA CAMPIONARIA		
	sconosciuto					euro	euro	%
<b>Istruzione</b>	0,29	7,41	7,68	37,76	68,45	28,20	1,53	1,31
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	0,21	5,79	4,30	28,97	53,01	21,22	1,15	
- Libri scolastici	0,08	1,62	3,38	8,79	15,44	6,99	0,38	
<b>Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)</b>	27,01	44,99	78,23	110,16	215,68	102,96	5,59	4,78
- Giornali e libri non scolastici	15,61	5,63	14,42	24,23	26,64	19,70	1,07	
- Tempo libero (canoni tv, internet, abbonamenti teatro, ecc.)	8,86	5,84	7,48	8,88	18,19	9,03	0,49	
- Divertimenti (sport, fotografia, videogiochi, modellismo, ecc.)	2,53	26,30	40,42	73,91	115,29	62,23	3,38	
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	0,00	7,22	15,91	3,13	55,56	12,00	0,65	
<b>Altri beni e servizi (di cui):</b>	292,13	61,18	144,72	261,41	530,17	233,03	12,64	10,82
- Cura e igiene personale	33,45	20,77	33,42	47,22	58,24	41,49	2,25	
- Assicurazioni vita, salute, ecc.,	19,44	0,00	6,79	48,98	58,10	32,30	1,75	
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	83,33	12,96	45,52	86,16	264,44	83,38	4,52	
- Pasti fuori casa	29,68	19,40	37,31	39,88	61,56	39,06	2,12	
- Cancelleria	12,33	1,26	5,80	3,73	22,24	5,92	0,32	
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	27,78	0,70	4,28	4,42	11,98	5,07	0,28	
- Altre voci	86,11	6,09	11,60	31,03	53,61	25,81	1,40	
<b>TOTALE CONSUMI FAMILIARI</b>	<b>2624,80</b>	<b>1110,54</b>	<b>1491,29</b>	<b>2223,78</b>	<b>4941,74</b>	<b>2154,47</b>		<b>100,00</b>
	<b>Numero famiglie</b>	<b>3</b>	<b>18</b>	<b>60</b>	<b>101</b>	<b>18</b>	<b>200</b>	

Fonte: elaborazioni da rilevazione ASCOM

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

	Nessun percettore	1 percettore	2 percettori	3 o più percettori	MEDIA CAMPIONARIA		
	euro				euro	%	% sul totale
<b>CONSUMI ALIMENTARI</b>	<b>308,60</b>	<b>254,14</b>	<b>409,56</b>	<b>450,59</b>	<b>311,14</b>	<b>100,00</b>	<b>14,44</b>
PANE E CEREALI	44,77	37,44	62,34	60,51	46,21	14,85	
CARNI E SALUMI	64,80	61,74	108,54	115,46	78,05	25,08	
PESCE	7,67	12,84	16,27	33,84	14,37	4,62	
OLIO E GRASSI	0,81	4,27	6,27	7,43	4,82	1,55	
LATTE E FORMAGGI	55,22	35,75	53,69	65,25	43,23	13,89	
LEGUMI E ORTAGGI	40,74	25,10	43,02	58,41	32,51	10,45	
FRUTTA	41,44	19,51	29,24	32,03	24,01	7,72	
DOLCIUMI E DROGHERIA	25,26	34,00	56,58	57,35	41,27	13,26	
BEVANDE	27,89	23,48	33,62	20,31	26,68	8,58	
- alcoliche	23,76	14,19	16,57	10,13	15,25	4,90	
- analcoliche	4,12	9,29	17,05	10,18	11,43	3,67	

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

	Nessun percettore	1 percettore	2 percettori	3 o più percettori	MEDIA CAMPIONARIA		
	euro				euro	%	% sul totale
<b>CONSUMI NON ALIMENTARI</b>	<b>1804,70</b>	<b>1748,41</b>	<b>1928,11</b>	<b>2814,09</b>	<b>1843,33</b>	<b>100,00</b>	<b>85,56</b>
<b>Tabacco</b>	13,04	13,51	21,75	17,94	16,15	0,88	0,75
<b>Vestiario, calzature (di cui):</b>	92,87	80,68	142,61	174,76	103,47	5,61	4,80
- Abbigliamento	67,30	63,60	117,72	148,24	83,25	4,52	
- Calzature	25,57	17,08	24,89	26,52	20,22	1,10	
<b>Abitazione (di cui):</b>	514,45	557,11	576,47	567,79	561,26	30,45	26,05
- Affitto e subaffitto	150,50	139,91	152,10	98,86	142,72	7,74	
- Valore locativo	313,00	343,24	352,18	378,57	345,69	18,75	
- Spese condominio	29,30	39,84	37,01	34,14	38,25	2,08	
- Imposta rifiuti	13,65	16,52	26,37	18,79	19,46	1,06	
- Assicurazione casa	8,00	17,61	8,80	37,43	15,14	0,82	
<b>Combustibili, energia elettrica (di cui):</b>	199,80	156,39	173,42	168,07	164,16	8,91	7,62
- Energia elettrica	32,50	36,31	40,19	41,00	37,47	2,03	
- Acqua	11,80	10,23	8,28	6,00	9,56	0,52	
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	43,00	41,54	37,54	53,79	40,82	2,21	
- Riscald. centralizzato	112,50	68,31	87,41	67,29	76,31	4,14	

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

	Nessun percettore	1 percettore	2 percettori	3 o più percettori	MEDIA CAMPIONARIA		
	euro				euro	%	% sul totale
<b>Mobili, arredamenti, appar. e servizi per la casa (di cui):</b>	99,31	110,21	77,22	86,26	98,76	5,36	4,58
- Mobili e arredamenti	14,83	30,61	8,69	23,81	22,90	1,24	
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	4,50	13,00	2,56	0,00	8,93	0,48	
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	39,48	30,72	33,34	21,53	31,64	1,72	
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	2,83	22,33	8,68	7,14	16,66	0,90	
- Servizi domestici	37,67	9,56	15,36	28,57	13,40	0,73	
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	0,00	3,98	8,60	5,21	5,23	0,28	
<b>Servizi sanitari, salute</b>	103,22	75,55	68,82	149,99	77,48	4,20	3,60
- Onorari medici, analisi, ecc.	45,00	38,36	31,01	42,62	36,60	1,99	
- Medicinali, tickets, etc.	45,22	25,92	24,79	79,75	28,43	1,54	
- Occhiali, protesi, ecc.	13,00	11,27	13,02	27,62	12,46	0,68	
<b>Trasporti e comunicazioni (di cui):</b>	406,69	444,22	428,46	1024,27	457,84	24,84	21,25
- Auto, scooter (acquisto)	0,00	138,39	52,57	571,43	120,45	6,53	
- Assicurazione e bolli	72,43	71,21	103,33	111,90	82,49	4,48	
- Benzina, gasolio, ecc.	143,60	84,16	121,50	165,71	101,38	5,50	
- Biglietti tram, bus, treno (altro)	32,92	10,93	11,43	2,06	11,87	0,64	
- Telefono (acquisto, bolletta)	66,33	84,57	93,28	115,31	87,39	4,74	
- Accessori auto, pneum. ecc.	8,93	32,51	28,76	45,00	30,62	1,66	
- Altri consumi per trasporti	82,47	22,43	17,59	12,86	23,62	1,28	

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

	Nessun percettore	1 percettore	2 percettori	3 o più percettori	MEDIA CAMPIONARIA		
					euro	%	% sul totale
<b>Istruzione</b>	0,09	18,98	49,16	46,43	28,20	1,53	1,31
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	0,06	12,61	40,23	35,71	21,22	1,15	
- Libri scolastici	0,02	6,38	8,93	10,71	6,99	0,38	
<b>Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)</b>	40,47	96,80	132,27	44,33	102,96	5,59	4,78
- Giornali e libri non scolastici	10,24	16,95	28,19	7,13	19,70	1,07	
- Tempo libero (canoni tv, internet, abbonamenti teatro, ecc.)	7,30	8,49	10,39	8,93	9,03	0,49	
- Divertimenti (sport, fotografia, videogiochi, modellismo, ecc.)	22,93	60,83	75,38	28,27	62,23	3,38	
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	0,00	10,53	18,30	0,00	12,00	0,65	
<b>Altri beni e servizi (di cui):</b>	334,76	194,97	257,92	534,25	233,03	12,64	10,82
- Cura e igiene personale	44,90	34,47	45,61	122,90	41,49	2,25	
- Assicurazioni vita, salute, ecc.,	25,83	25,09	47,92	30,95	32,30	1,75	
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	185,00	62,69	86,75	269,52	83,38	4,52	
- Pasti fuori casa	33,78	37,85	41,08	50,18	39,06	2,12	
- Cancelleria	5,24	3,10	8,12	36,99	5,92	0,32	
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	10,67	4,40	5,77	2,86	5,07	0,28	
- Altre voci	29,33	27,38	22,67	20,83	25,81	1,40	
<b>TOTALE CONSUMI FAMILIARI</b>	<b>2113,30</b>	<b>2002,55</b>	<b>2337,67</b>	<b>3264,67</b>	<b>2154,47</b>		<b>100,00</b>
<i>Numero famiglie</i>	<b>10</b>	<b>122</b>	<b>61</b>	<b>7</b>	<b>200</b>		

Fonte: elaborazioni da rilevazione ASCOM

Tabella 2.8 - Consumi medi alimentari mensili per quota di consumo alimentare biologico

	Nessun consumo bio	Fino a 10%	Oltre 10% e fino a 20%	Oltre 20% e fino a 30%	Oltre 30%	MEDIA CAMPIONARIA		
			euro	euro		%	% sul totale	
<b>CONSUMI ALIMENTARI</b>	<b>299,98</b>	<b>374,50</b>	<b>299,95</b>	<b>415,07</b>	<b>283,95</b>	<b>311,14</b>	<b>100,00</b>	<b>14,44</b>
PANE E CEREALI	45,04	58,54	49,58	50,43	20,09	46,21	14,85	
CARNI E SALUMI	73,79	104,52	89,95	59,76	84,69	78,05	25,08	
PESCE	13,18	17,71	12,47	25,32	25,34	14,37	4,62	
OLIO E GRASSI	4,60	3,56	3,15	10,15	12,97	4,82	1,55	
LATTE E FORMAGGI	40,34	56,29	35,55	67,98	59,99	43,23	13,89	
LEGUMI E ORTAGGI	32,62	32,05	29,66	46,61	22,93	32,51	10,45	
FRUTTA	24,33	23,87	25,43	18,09	19,31	24,01	7,72	
DOLCIUMI E DROGHERIA	41,15	47,22	39,14	49,92	18,09	41,27	13,26	
BEVANDE	24,91	30,75	15,02	86,79	20,53	26,68	8,58	
- alcoliche	13,67	19,45	3,96	75,49	2,91	15,25	4,90	
- analcoliche	11,24	11,30	11,07	11,31	17,62	11,43	3,67	
<b>Numero famiglie</b>	<b>154</b>	<b>22</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>200</b>		

Tabella 2.9 - Consumi medi mensili per classi socio demografiche (basate su raggruppamenti di età, tipologia e dimensione familiare)

	Classe 1	Classe 2	Classe 3	Classe 4	Classe 5	Classe 6	Classe 7	Classe 8	Classe 9	Classe 10	MEDIA CAMPIONARIA euro	% %	% sul totale
<b>CONSUMI ALIMENTARI</b>	<b>170</b>	<b>238</b>	<b>241</b>	<b>205</b>	<b>337</b>	<b>338</b>	<b>409</b>	<b>418</b>	<b>361</b>	<b>398</b>	<b>311,14</b>	<b>100,00</b>	<b>14,44</b>
PANE E CEREALI	29	40	33	24	49	48	56	70	66	41	46,21	14,85	
CARNI E SALUMI	29	63	56	63	76	99	110	101	82	95	78,05	25,08	
PESCE	12	6	7	10	16	6	25	19	16	24	14,37	4,62	
OLIO E GRASSI	3	2	0	5	2	3	7	10	6	10	4,82	1,55	
LATTE E FORMAGGI	23	29	29	29	37	53	61	62	55	49	43,23	13,89	
LEGUMI E ORTAGGI	23	27	33	17	35	31	43	39	37	44	32,51	10,45	
FRUTTA	16	24	25	20	19	21	24	29	29	37	24,01	7,72	
DOLCIUMI E DROGHERIA	14	19	42	29	41	48	51	60	55	62	41,27	13,26	
BEVANDE	22	27	15	7	61	29	31	27	15	37	26,68	8,58	
- alcoliche	12,42	20,38	10,32	4,82	47,64	16,44	13,35	8,98	4,21	17,51	15,25	4,90	
- analcoliche	9,76	6,28	4,99	2,61	13,52	12,41	17,92	17,74	10,50	19,00	11,43	3,67	

Tabella 2.9 - Consumi medi mensili per classi socio demografiche (basate su raggruppamenti di età, tipologia e dimensione familiare)

	Classe 1	Classe 2	Classe 3	Classe 4	Classe 5	Classe 6	Classe 7	Classe 8	Classe 9	Classe 10	MEDIA CAMPIONARIA euro	% %	% sul totale
	euro												
<b>CONSUMI NON ALIMENTARI</b>	<b>1358</b>	<b>2169</b>	<b>2042</b>	<b>894</b>	<b>1927</b>	<b>1781</b>	<b>2118</b>	<b>2440</b>	<b>2192</b>	<b>1395</b>	<b>1843,33</b>	<b>100,00</b>	<b>85,56</b>
<b>Tabacco</b>	11	7	25	4	12	22	24	20	17	27	16,15	0,88	0,75
<b>Vestiario, calzature (di cui):</b>	38	102	152	16	119	85	198	117	117	78	103,47	5,61	4,80
- Abbigliamento	31	81	132	12	102	73	157	86	86	73	83,25	4,52	
- Calzature	7	22	20	5	16	13	41	31	32	5	20,22	1,10	
<b>Abitazione (di cui):</b>	411	518	617	479	668	604	586	561	711	451	561,26	30,45	26,05
- Affitto e subaffitto	177	98	287	96	162	145	40	151	130	249	142,72	7,74	
- Valore locativo	199	359	249	322	405	392	460	343	452	176	345,69	18,75	
- Spese condominio	28	36	36	40	36	34	58	44	41	11	38,25	2,08	
- Imposta rifiuti	8	12	31	19	44	15	16	19	18	14	19,46	1,06	
- Assicurazione casa	0	14	14	2	21	18	13	4	69	0	15,14	0,82	
<b>Combustibili, energia elettrica (di cui):</b>	91	168	196	133	187	171	178	165	190	185	164,16	8,91	7,62
- Energia elettrica	20	41	39	31	33	32	42	40	46	61	37,47	2,03	
- Acqua	3	9	13	6	9	8	11	17	12	6	9,56	0,52	
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	27	36	34	27	83	48	44	39	35	34	40,82	2,21	
- Riscald. centralizzato	42	82	110	69	61	83	81	69	97	83	76,31	4,14	

Tabella 2.9 - Consumi medi mensili per classi socio demografiche (basate su raggruppamenti di età, tipologia e dimensione familiare)

	Classe 1	Classe 2	Classe 3	Classe 4	Classe 5	Classe 6	Classe 7	Classe 8	Classe 9	Classe 10	MEDIA euro	CAMPIONARIA %	% sul totale
<b>Mobili, arredamenti, appar. e servizi per la casa (di cui):</b>	216	61	155	19	72	89	86	78	172	52	98,76	5,36	4,58
- Mobili e arredamenti	105	5	26	0	2	25	8	0	53	14	22,90	1,24	
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	27	5	6	0	1	18	5	6	20	0	8,93	0,48	
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	32	25	34	8	44	18	36	33	61	26	31,64	1,72	
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	40	3	64	8	2	25	4	4	21	13	16,66	0,90	
- Servizi domestici	9	16	21	3	21	1	25	20	11	0	13,40	0,73	
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	4	7	5	0	1	2	8	15	6	0	5,23	0,28	
<b>Servizi sanitari, salute</b>	26	43	45	71	65	73	144	89	152	24	77,48	4,20	3,60
- Onorari medici, analisi, ecc.	6	18	31	22	40	39	59	47	79	12	36,60	1,99	
- Medicinali, tickets, etc.	15	16	5	40	11	29	56	28	55	7	28,43	1,54	
- Occhiali, protesi, ecc.	4	9	9	10	14	5	29	13	18	6	12,46	0,68	
<b>Trasporti e comunicazioni (di cui):</b>	293	964	446	90	420	334	438	806	385	363	457,84	24,84	21,25
- Auto, scooter (acquisto)	0	650	188	2	13	0	2	321	2	0	120,45	6,53	
- Assicurazione e bolli	72	62	55	20	125	68	111	123	94	87	82,49	4,48	
- Benzina, gasolio, ecc.	99	106	74	13	121	103	130	155	103	103	101,38	5,50	
- Biglietti tram, bus, treno (altro)	25	13	9	0	14	21	8	10	11	10	11,87	0,64	
- Telefono (acquisto, bolletta)	66	89	92	53	65	69	102	119	108	126	87,39	4,74	
- Accessori auto, pneum. ecc.	24	26	8	0	49	29	49	35	56	27	30,62	1,66	
- Spese postali e telefoniche	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00	0,00	
- Altri consumi per trasporti	8	19	20	3	34	44	37	43	10	10	23,62	1,28	

Tabella 2.9 - Consumi medi mensili per classi socio demografiche (basate su raggruppamenti di età, tipologia e dimensione familiare)

	Classe	MEDIA CAMPIONARIA euro	CAMPIONARIA %	% sul totale									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
<b>Istruzione</b>	6	0	0	1	18	0	46	117	52	10	28,20	1,53	1,31
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	5	0	0	0	15	0	33	99	28	7	21,22	1,15	
- Libri scolastici	1	0	0	1	4	0	13	17	24	3	6,99	0,38	
<b>Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)</b>	92	105	91	44	166	91	105	156	92	73	102,96	5,59	4,78
- Giornali e libri non scolastici	11	25	19	10	20	27	25	28	20	9	19,70	1,07	
- Tempo libero (canoni tv, internet, abbonamenti teatro, ecc.)	4	10	10	8	10	9	13	9	9	8	9,03	0,49	
- Divertimenti (sport, fotografia, videogiochi, modellismo, ecc.)	46	65	62	20	76	56	63	112	63	55	62,23	3,38	
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	31	6	0	5	60	0	4	8	0	0	12,00	0,65	
<b>Altri beni e servizi (di cui):</b>	174	200	315	35	201	311	314	331	304	131	233,03	12,64	10,82
- Cura e igiene personale	30	55	44	8	16	51	38	71	78	21	41,49	2,25	
- Assicurazioni vita, salute, ecc.,	26	31	26	0	40	0	47	60	57	28	32,30	1,75	
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	58	42	123	8	85	150	121	119	83	42	83,38	4,52	
- Pasti fuori casa	51	45	62	7	41	30	60	35	38	17	39,06	2,12	
- Cancelleria	1	2	1	2	2	0	19	16	4	8	5,92	0,32	
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	2	7	9	1	8	6	10	3	4	0	5,07	0,28	
- Altre voci	6	19	51	9	9	74	20	27	40	17	25,81	1,40	
<b>TOTALE CONSUMI FAMILIARI</b>	<b>1529</b>	<b>2407</b>	<b>2283</b>	<b>1099</b>	<b>2264</b>	<b>2119</b>	<b>2528</b>	<b>2858</b>	<b>2552</b>	<b>1793</b>	<b>2154,47</b>		<b>100,00</b>
<i>Numero famiglie</i>	<b>21</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>26</b>	<b>24</b>	<b>19</b>	<b>12</b>	<b>200</b>		

Fonte: elaborazioni da rilevazione ASCOM

## Legenda:

- Classe 1 - single fino a 34 anni
- Classe 2 - single tra 35 e 54 anni
- Classe 3 - single tra 55 e 64 anni
- Classe 4 - single con più di 64 anni
- Classe 5 - coppia senza figli con persona di riferimento fino a 54 anni
- Classe 6 - coppia senza figli con persona di riferimento con più di 54 anni
- Classe 7 - coppia con figli e dimensione familiare fino a 3 componenti
- Classe 8 - coppia con figli e dimensione familiare 4 (o più) componenti
- Classe 9 - famiglia monoparentale
- Classe 10 - altro tipo di famiglia

Tabella 2.10 - Consumi medi mensili per gruppi di famiglie (basati sulla struttura generale dei consumi)

	Gruppo 1	Gruppo 2	Gruppo 3	Gruppo 4	Gruppo 5	Gruppo 6	MEDIA CAMPIONARIA		
	euro						euro	%	% sul totale
<b>CONSUMI ALIMENTARI</b>	<b>283,90</b>	<b>342,74</b>	<b>339,08</b>	<b>386,68</b>	<b>242,44</b>	<b>253,55</b>	<b>311,14</b>	<b>100,00</b>	<b>14,44</b>
PANE E CEREALI	42,90	53,74	53,18	53,27	27,51	47,96	46,21	14,85	
CARNI E SALUMI	63,49	76,68	87,78	121,67	80,95	23,93	78,05	25,08	
PESCE	16,79	15,56	15,81	10,91	7,27	27,99	14,37	4,62	
OLIO E GRASSI	5,01	3,97	6,80	9,14	3,26	2,69	4,82	1,55	
LATTE E FORMAGGI	39,82	48,03	48,41	57,02	30,81	32,55	43,23	13,89	
LEGUMI E ORTAGGI	26,42	34,05	40,36	34,44	28,72	31,81	32,51	10,45	
FRUTTA	20,35	22,34	22,05	29,06	31,63	16,86	24,01	7,72	
DOLCIUMI E DROGHERIA	41,55	54,67	36,83	39,03	22,81	37,92	41,27	13,26	
BEVANDE	27,56	33,69	27,86	32,15	9,48	31,87	26,68	8,58	
- alcoliche	17,20	21,51	16,19	5,08	5,76	14,41	15,25	4,90	
- analcoliche	10,36	12,18	11,67	27,06	3,72	17,46	11,43	3,67	

Tabella 2.10 - Consumi medi mensili per gruppi di famiglie (basati sulla struttura generale dei consumi)

	Gruppo	Gruppo	Gruppo	Gruppo	Gruppo	Gruppo	MEDIA CAMPIONARIA		
	1	2	3	4	5	6	euro	%	% sul totale
	euro								
<b>CONSUMI NON ALIMENTARI</b>	<b>1649,56</b>	<b>1727,23</b>	<b>2686,70</b>	<b>2894,13</b>	<b>968,04</b>	<b>2673,83</b>	<b>1843,33</b>	<b>100,00</b>	<b>85,56</b>
<b>Tabacco</b>	35,95	14,83	17,81	10,35	1,70	8,05	16,15	0,88	0,75
<b>Vestiario, calzature (di cui):</b>	42,56	76,30	147,06	506,85	17,93	110,18	103,47	5,61	4,80
- Abbigliamento	31,56	56,76	120,53	437,96	14,53	74,85	83,25	4,52	
- Calzature	11,00	19,54	26,53	68,89	3,39	35,33	20,22	1,10	
<b>Abitazione (di cui):</b>	639,59	563,18	596,36	439,11	496,01	579,50	561,26	30,45	26,05
- Affitto e subaffitto	178,82	145,88	172,28	77,00	111,56	101,25	142,72	7,74	
- Valore locativo	370,26	344,93	356,97	303,33	320,51	392,50	345,69	18,75	
- Spese condominio	53,55	37,14	29,99	25,94	39,65	24,38	38,25	2,08	
- Imposta rifiuti	17,62	22,73	19,78	12,37	17,11	23,88	19,46	1,06	
- Assicurazione casa	19,34	12,50	17,34	20,47	7,18	37,50	15,14	0,82	
<b>Combustibili, energia elettrica (di cui):</b>	176,29	166,28	195,43	141,87	130,31	170,31	164,16	8,91	7,62
- Energia elettrica	46,95	36,85	41,69	36,17	26,64	36,06	37,47	2,03	
- Acqua	8,16	10,20	14,43	10,07	6,36	6,00	9,56	0,52	
- Gas rete, kerosene, riscald. aut., ecc.	35,22	46,01	52,38	30,57	29,37	52,13	40,82	2,21	
- Riscald. centralizzato	85,96	73,21	86,94	65,07	67,93	76,13	76,31	4,14	

Tabella 2.10 - Consumi medi mensili per gruppi di famiglie (basati sulla struttura generale dei consumi)

	Gruppo	Gruppo	Gruppo	Gruppo	Gruppo	Gruppo	MEDIA CAMPIONARIA		
	1	2	3	4	5	6	euro	%	% sul totale
	euro								
<b>Mobili, arredamenti, appar. e servizi per la casa (di cui):</b>	43,39	54,88	134,06	94,17	34,78	914,16	98,76	5,36	4,58
- Mobili e arredamenti	0,44	3,48	10,00	1,22	2,35	487,08	22,90	1,24	
- Coperte, tessuti, tappeti, ecc.	3,99	3,68	9,07	4,44	7,46	92,08	8,93	0,48	
- Oggetti casa, detersivi, ecc.	26,60	25,45	50,35	35,81	10,95	126,34	31,64	1,72	
- Cucine, frigo, lavatrici, picc. elettrod.	1,79	6,85	23,96	3,44	9,59	200,83	16,66	0,90	
- Servizi domestici	9,47	12,75	31,04	20,00	4,10	0,00	13,40	0,73	
- Lavanderia, riparazioni, ecc.	1,11	2,68	9,63	29,25	0,33	7,82	5,23	0,28	
<b>Servizi sanitari, salute</b>	25,84	63,23	86,40	131,43	101,80	188,61	77,48	4,20	3,60
- Onorari medici, analisi, ecc.	14,91	31,68	29,53	56,44	35,81	176,25	36,60	1,99	
- Medicinali, tickets, etc.	9,52	14,46	43,72	44,99	56,86	6,11	28,43	1,54	
- Occhiali, protesi, ecc.	1,40	17,09	13,15	30,00	9,13	6,25	12,46	0,68	
<b>Trasporti e comunicazioni (di cui):</b>	432,41	425,53	667,22	1244,06	94,76	311,55	457,84	24,84	21,25
- Auto, scooter (acquisto)	84,48	12,95	218,75	866,67	0,00	0,00	120,45	6,53	
- Assicurazione e bolli	78,85	108,62	101,72	95,26	23,58	64,05	82,49	4,48	
- Benzina, gasolio, ecc.	103,68	127,82	139,25	118,40	17,74	90,00	101,38	5,50	
- Biglietti tram, bus, treno (altro)	13,15	11,02	18,99	22,96	3,21	6,05	11,87	0,64	
- Telefono (acquisto, bolletta)	115,69	91,33	84,97	85,53	47,76	125,88	87,39	4,74	
- Accessori auto, pneum. ecc.	27,28	55,47	34,69	10,33	0,00	6,38	30,62	1,66	
- Spese postali e telefoniche	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
- Altri consumi per trasporti	9,27	18,31	68,85	44,92	2,47	19,20	23,62	1,28	

Tabella 2.10 - Consumi medi mensili per gruppi di famiglie (basati sulla struttura generale dei consumi)

	Gruppo	Gruppo	Gruppo	Gruppo	Gruppo	Gruppo	MEDIA CAMPIONARIA		
	1	2	3	4	5	6	euro	%	% sul totale
	euro								
<b>Istruzione</b>	81,94	24,83	11,28	21,03	0,96	15,63	28,20	1,53	1,31
- Rette, tasse scolastiche, ecc.	65,12	18,00	7,37	15,04	0,00	10,42	21,22	1,15	
- Libri scolastici	16,82	6,83	3,91	5,99	0,96	5,21	6,99	0,38	
<b>Ricreazione, spettacolo, cultura (di cui)</b>	102,68	112,65	130,71	121,96	45,08	157,55	102,96	5,59	4,78
- Giornali e libri non scolastici	20,30	17,55	29,69	28,95	13,78	6,65	19,70	1,07	
- Tempo libero (canoni tv, internet, abbonamenti teatro, ecc.)	8,43	7,44	12,19	11,35	8,64	10,24	9,03	0,49	
- Divertimenti (sport, fotografia, videogiochi, modellismo, ecc.)	68,68	67,50	88,83	68,35	19,34	78,16	62,23	3,38	
- Apparecchi radio, TV, Hi-fi, videoreg., PC, ecc.	5,26	20,16	0,00	13,31	3,33	62,50	12,00	0,65	
<b>Altri beni e servizi (di cui):</b>	68,91	225,54	700,37	183,31	44,71	218,31	233,03	12,64	10,82
- Cura e igiene personale	19,15	33,89	101,88	58,34	14,87	68,65	41,49	2,25	
- Assicurazioni vita, salute, ecc.,	11,15	45,18	57,92	49,33	4,57	23,96	32,30	1,75	
- Vacanze (viaggi, hotels, alloggio, ecc.)	6,84	58,76	366,25	11,11	0,85	62,50	83,38	4,52	
- Pasti fuori casa	17,08	48,31	90,69	31,65	8,05	23,51	39,06	2,12	
- Cancelleria	7,68	5,24	11,56	6,21	0,87	5,00	5,92	0,32	
- Effetti personali (borse, pelletteria, ecc.)	1,10	5,77	11,33	8,33	1,95	2,08	5,07	0,28	
- Altre voci	5,91	28,39	60,73	18,33	13,55	32,60	25,81	1,40	
<b>TOTALE CONSUMI FAMILIARI</b>	<b>1933,46</b>	<b>2069,97</b>	<b>3025,77</b>	<b>3280,82</b>	<b>1210,48</b>	<b>2927,38</b>	<b>2154,47</b>		<b>100,00</b>
	<i>Numero famiglie</i>								
	<b>38</b>	<b>68</b>	<b>32</b>	<b>15</b>	<b>39</b>	<b>8</b>	<b>200</b>		

Fonte: elaborazioni da rilevazione ASCOM

Tabella 2.11 - Consumi alimentari medi mensili per famiglia nei capoluoghi di provincia piemontesi

a) Consumi alimentari

PROVINCIA	PANE E CEREALI	DOLCIUMI E DROGHERIA	CARNI E SALUMI	PESCE	OLI E GRASSI	LATTE E FORMAGGI	LEGUMI E ORTAGGI	FRUTTA	BEVANDE	TOTALE
Alessandria	59,85	37,24	75,32	14,13	5,29	45,52	34,27	39,04	35,65	346,31
Asti	52,04	45,24	120,26	16,6	5,39	39,6	30,41	19,04	29,91	358,5
Biella	63,42	51,66	90,43	34,76	6,21	46,95	48,4	36,96	30,8	409,59
Cuneo	55,91	35,11	50,36	10,07	4,58	47,07	16,38	29,23	23,14	271,85
Novara	53,48	55,62	94,83	19,43	4,78	56,6	39,84	49,2	40,02	413,81
Torino	46,21	41,27	78,05	14,37	4,82	43,23	32,51	24,01	26,68	311,14
Verbania	46,44	42,54	81,18	25,69	10,17	51,11	36,21	33,05	30,22	356,61
Vercelli	49,79	42,76	86,08	16,7	8,62	42,36	24,94	27,84	27,95	327,03

Tabella 2.11 - Consumi non alimentari medi mensili per famiglia nei capoluoghi di provincia piemontesi

b) Consumi non alimentari

PROVINCIA	TABACCO	VESTIARIO E CALZATURE	ABITAZIONE*	ENERGIA**	ARREDI	SALUTE	TRASPORTI E COMUNICAZ.	TRASPORTI E COMUNICAZ. (no auto)	RICREAZIONE SPETTACOLI	ISTRUZIONE	ALTRI BENI E SERVIZI	CONSUMI NON ALIMENTARI	CONSUMI NON ALIMENTARI (no auto)
Alessandria	23,84	102,98	571,78	213,01	99,93	87,65	508,6	382,82	74,13	28,88	272,24	1.983,04	1857,26
Asti	4,59	141,57	659,71	263,4	181,38	68,76	1.061,60	425,6	143,56	24,84	303,11	2.852,52	2216,52
Biella	6,88	100,8	691,33	203,74	344,98	164,84	560,26	381,92	142,46	42,03	449,85	2.707,17	2528,83
Cuneo	16,55	122,09	462,53	142,17	250,15	83,91	459,86	344,29	132,41	37,15	280,5	1.987,32	1871,75
Novara	25,71	159,08	525,21	189,05	269,15	148,66	519,67	296,61	98,29	47,46	350,4	2.332,68	2109,63
Torino	16,15	103,47	561,26	164,16	98,76	77,48	457,84	337,38	102,96	28,20	233,03	1843,33	1722,88
Verbania	13,51	115,28	569,51	146,65	105,41	125,64	412,54	333,93	112,46	14,92	322,5	1.938,42	1859,81
Vercelli	5,91	119,3	564,43	252,79	134,27	76,23	510,61	316,16	76,55	17,88	359	2.116,97	1922,52

\*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

Fonte: indagine Unioncamere 2003; i dati riferiti a Torino tengono conto di tutto il campione Ascom (con l'aggiunta di 60 famiglie rispetto al rapporto Unioncamere).

Tabella 3.1 - Luoghi di acquisto

	Hard Discount	Supermercato Ipermercato	Minimercato	Negozio tradizionale	Negozio centro commerciale	Mercato	Altro	Non Risposto	Totale
<i>Generi alimentari</i>									
Pane	2	19	12	163	0	3	0	1	200
Pasta, Biscotti	12	106	71	10	0	0	0	1	200
Carne	1	38	20	124	1	6	8	2	200
Pesce	5	65	27	25	2	64	2	10	200
Frutta Verdura	3	28	16	11	1	139	1	1	200
Prodotti in scatola	20	108	68	4	0	0	0	0	200
Surgelati	12	107	67	4	0	0	6	4	200
<i>Generi non alimentari</i>									
Pulizia casa	13	113	67	3	0	2	1	1	200
Abbigliamento	0	3	0	122	20	45	6	4	200
Cura e igiene personale	7	98	55	31	3	5	1	0	200
Arredamento	0	13	2	153	12	0	11	9	200
Elettrodomestici	1	61	2	105	25	0	3	3	200

Fonte: elaborazioni da rilevazione ASCOM

Tabella 3.2 - Ragioni di acquisto

	Hard Discount	Supermercato Ipermercato	Minimercato	Negozio tradizionale	Negozio centro commerciale	Mercato	Altro	Non Risposto	Totale
<i>Negozi Tradizionali</i>									
Qualità	-	-	19	106	2	20	1	52	200
Vicinanza	-	-	79	61	2	27	1	30	200
Fiducia	-	-	16	101	3	15	2	63	200
Cortesia	-	-	12	80	2	10	1	95	200
Socializzazione	-	-	27	55	2	17	1	98	200
Altro	-	-	1	3	0	14	1	181	200
<i>Grande Distribuzione</i>									
Prezzo	31	64	-	-	3	-	-	102	200
Assortimento	3	113	-	-	7	-	-	77	200
Vicinanza	18	58	-	-	0	-	-	124	200
Tempo	13	63	-	-	3	-	-	121	200
Parcheggio	3	80	-	-	5	-	-	112	200
Ambiente	5	65	-	-	4	-	-	126	200
Altro	1	3	-	-	0	-	-	196	200

Nota: Le modalità per cui non compaiono dati erano espressamente inibite all'intervistato. Eventuali errori (due casi) sono stati considerati mancate risposte.

Fonte: elaborazioni da rilevazione ASCOM

Tabella 3.3 - Frequenza di acquisto

	Settimanale	Quindicinale	Mensile	Raramente/Mai	Non Risposto	Totale
Carne	90	57	32	16	5	200
Zucchero	2	49	120	24	5	200
Caffe	8	59	105	24	4	200
Olio	0	33	118	45	4	200
Vino	13	17	45	116	9	200
Acqua	65	60	38	31	6	200
Benzina	98	45	16	20	21	200
Medicine	10	25	90	69	6	200
Ristorante	18	20	61	91	10	200

Fonte: elaborazioni da rilevazione ASCOM