

# COME E' CAMBIATA LA SPESA DELLE FAMIGLIE

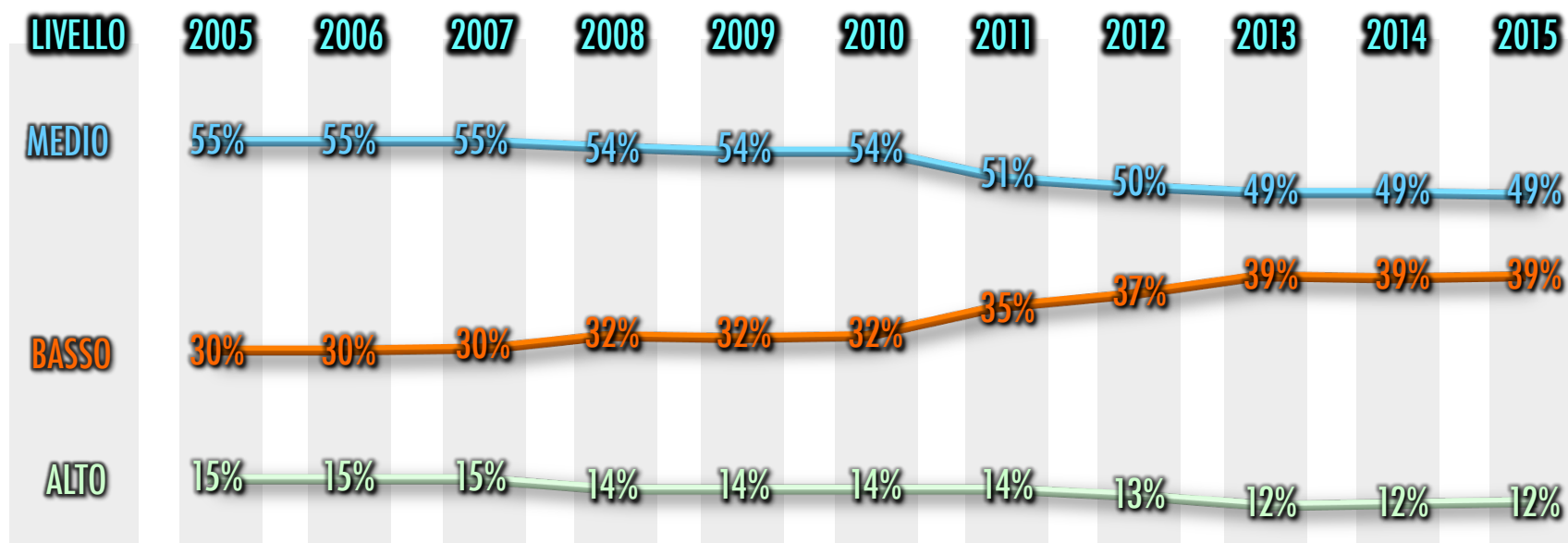
GIUGNO 2015

## NOTA METODOLOGICA

- Titolo dell'indagine: **COME E' CAMBIATA LA SPESA DELLE FAMIGLIE**
- Tipo di campione: **rappresentativo della popolazione > 18 anni**
- Articolazione del campione: **sexso, età, area geografica**
- Estensione territoriale: **nazionale**
- Numerosità del campione: **6.000 casi**
- Metodo di rilevazione: **CATI**
- Margine di errore: **+/- 1,3% (sui risultati a livello dell'intera popolazione)**
- Data di effettuazione delle interviste: **dal 2 marzo al 4 aprile 2015**
- Committente: **Associazione Bruno Trentin - FLAI CGIL**
- Soggetto realizzatore: **Tecnè S.r.l.**

## GLI EFFETTI DELLA CRISI: EROSIONE DEL CETO MEDIO E CRESCITA DELLA POVERTA'

COLLOCAZIONE SOCIALE DELLE FAMIGLIE IN BASE AL REDDITO, AI COMPORTAMENTI DI CONSUMO E AGLI STILI DI VITA

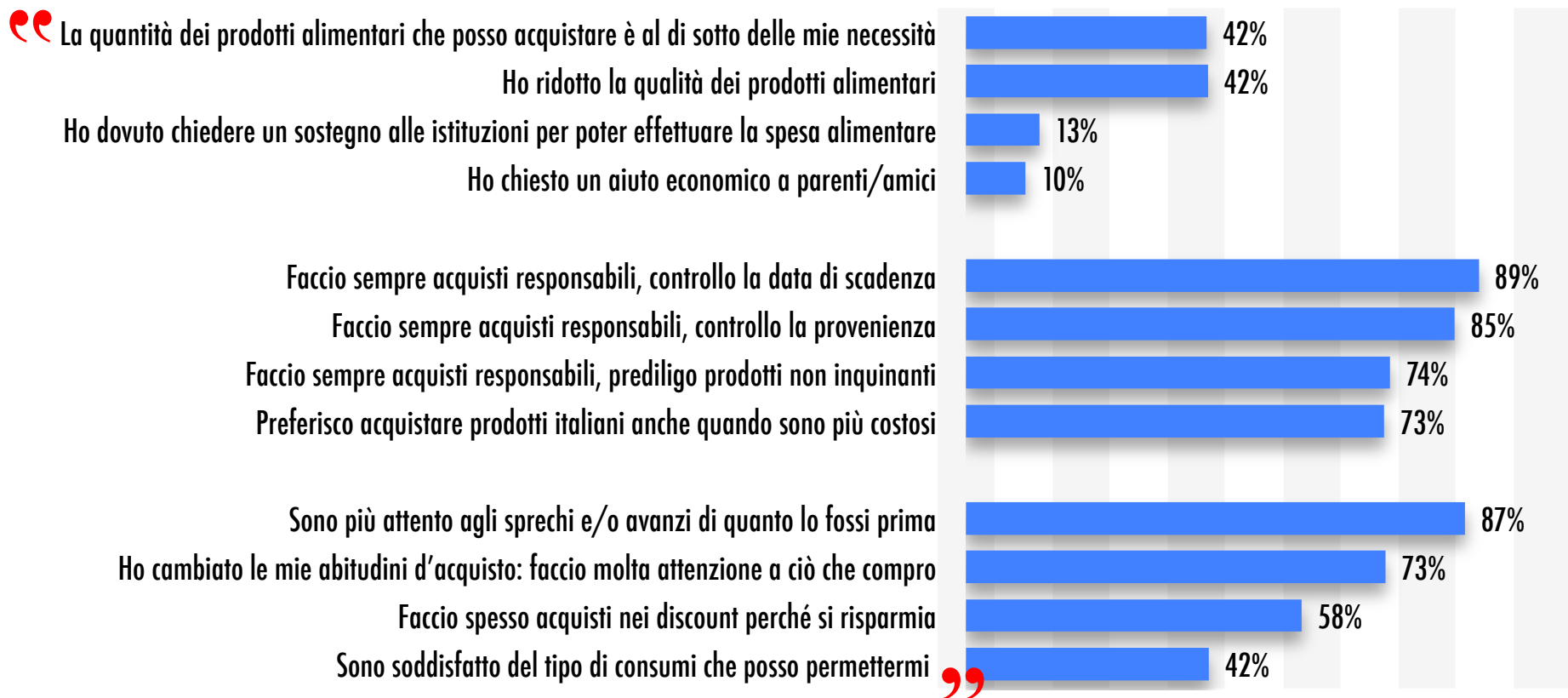


**40,4milioni DI ITALIANI HANNO RISENTITO NEGATIVAMENTE DELLA CRISI**

**5,5milioni HANNO PEGGIORATO LA COLLOCAZIONE SOCIALE DI PARTENZA RISPETTO AL 2007**

## LA CRISI SI RIFLETTE NEGLI STANDARD DI VITA E NEI COMPORTAMENTI DI CONSUMO

% DI INTERVISTATI CHE SONO MOLTO O ABBASTANZA D'ACCORDO CON L'AFFERMAZIONE



## GLI STANDARD DI VITA E I COMPORTAMENTI DI CONSUMO METTONO IN LUCE LE DISTANZE SOCIALI E LE DISUGUAGLIANZE

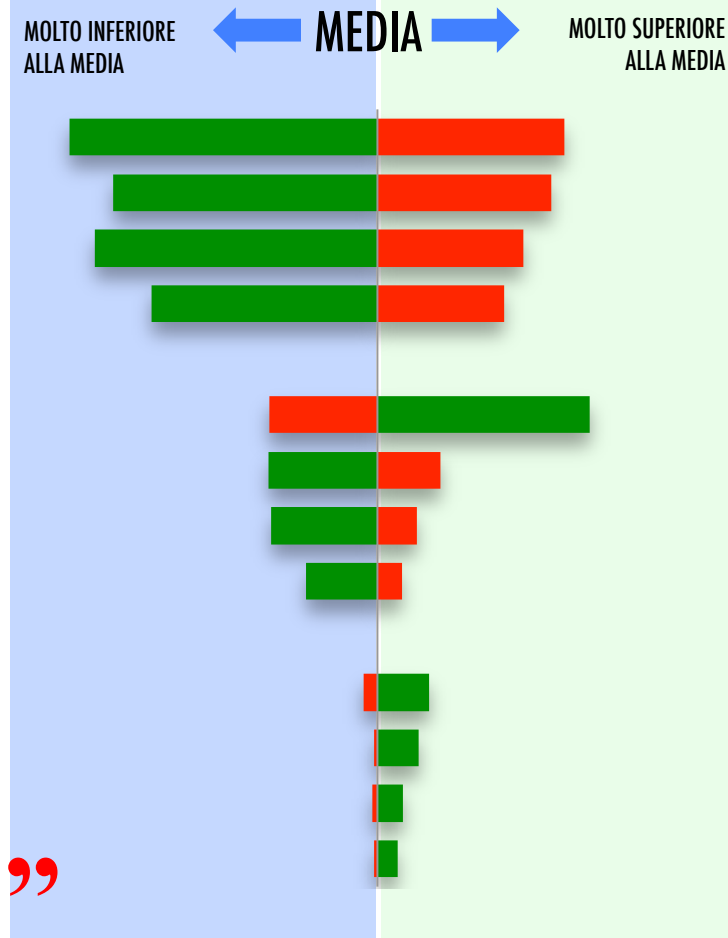
REDDITI MEDIO-BASSI E BASSI

REDDITI MEDIO-ALTI E ALTI

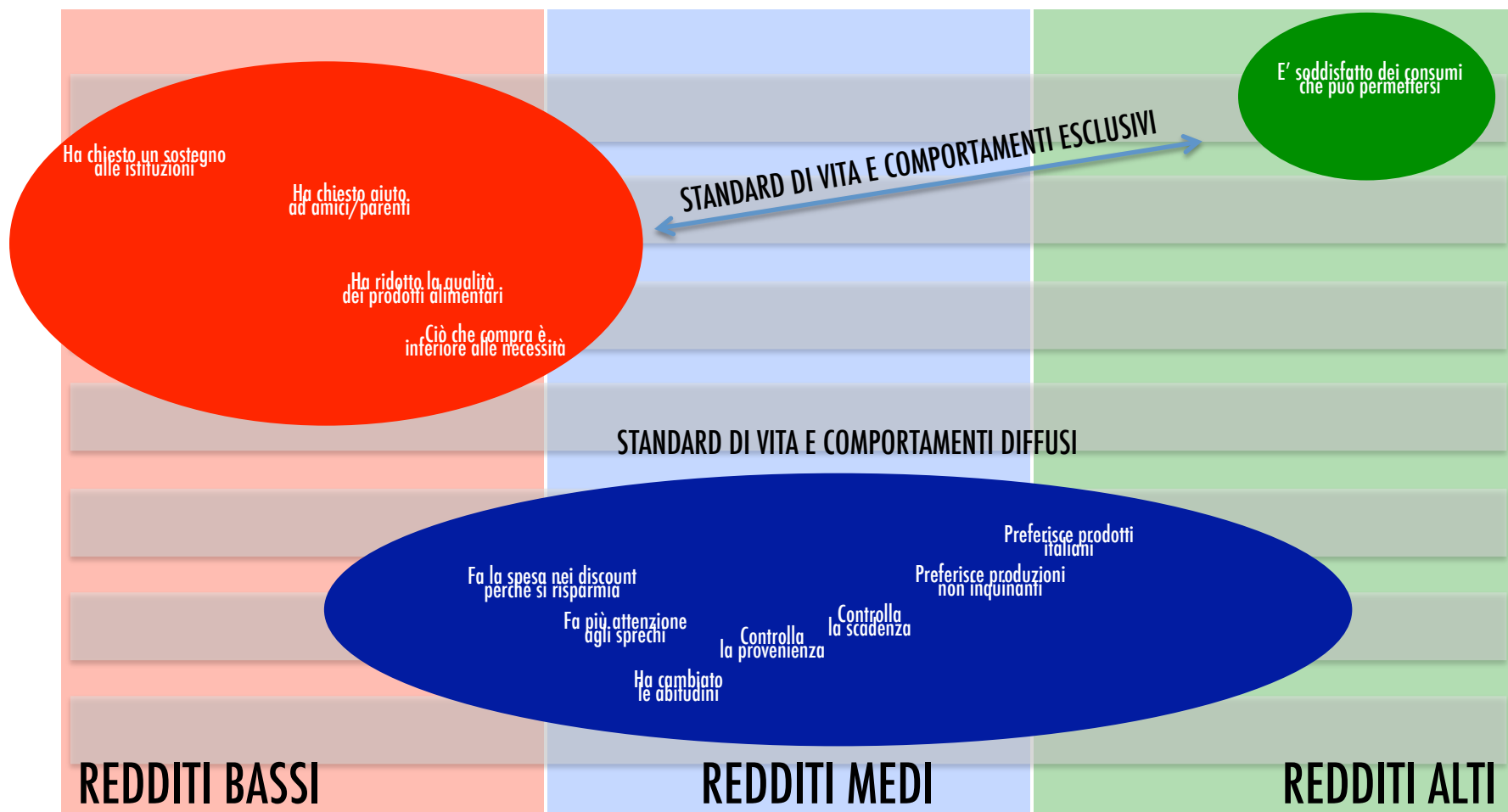
“ Ho dovuto chiedere un sostegno alle istituzioni per poter effettuare la spesa alimentare  
Ho chiesto un aiuto economico a parenti/amici  
Ho ridotto la qualità dei prodotti alimentari  
La quantità dei prodotti alimentari che posso acquistare è al di sotto delle mie necessità

Sono soddisfatto del tipo di consumi che posso permettermi  
Ho cambiato le mie abitudini d'acquisto faccio molta attenzione a ciò che compro  
Faccio spesso acquisti nei discount perché si risparmia  
Sono più attento agli sprechi di quanto lo fossi prima

Preferisco acquistare prodotti italiani anche quando sono più costosi  
Faccio sempre acquisti responsabili, prediligo prodotti non inquinanti  
Faccio sempre acquisti responsabili, controllo la data di scadenza  
Faccio sempre acquisti responsabili, controllo la provenienza

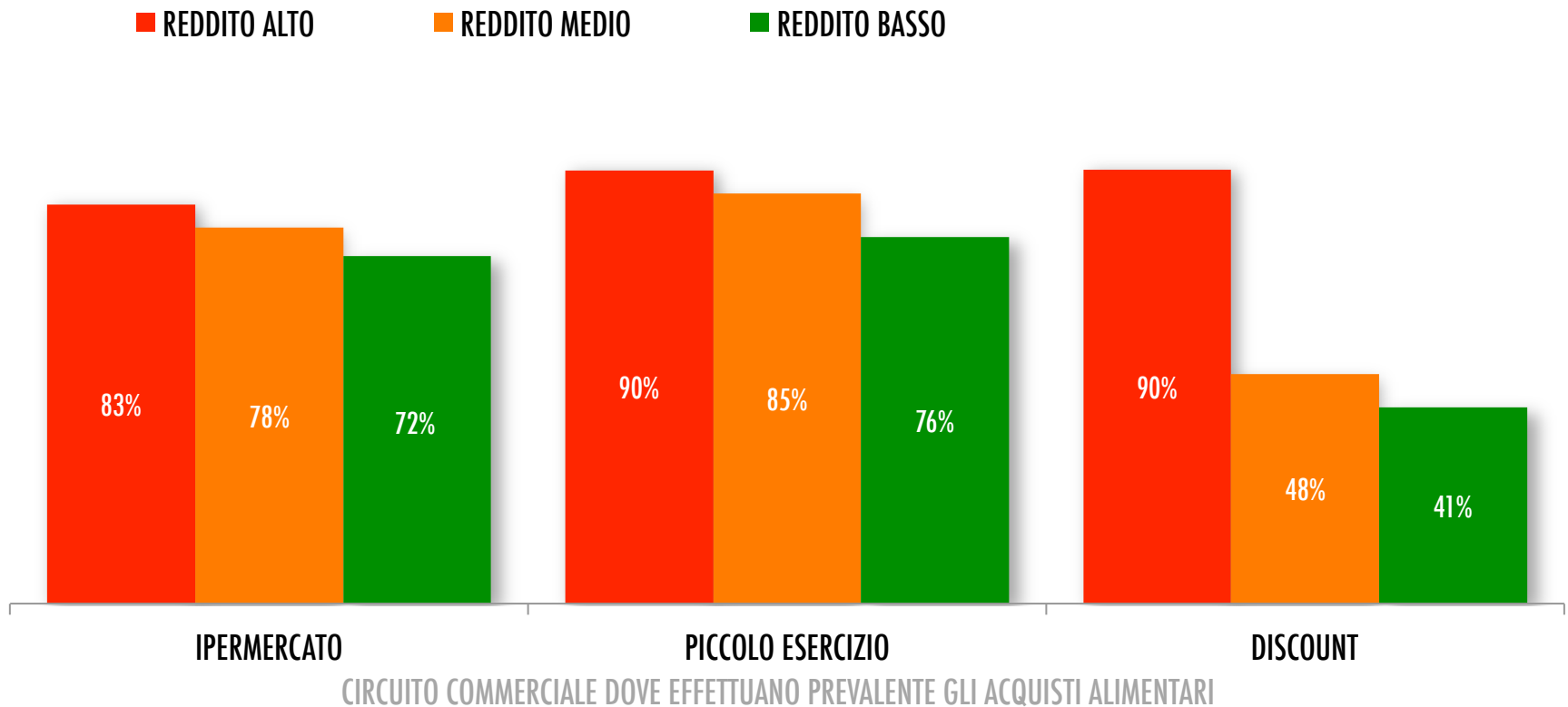


# STANDARD DI VITA E COMPORTAMENTI DI CONSUMO PER LIVELLO DI REDDITO



## I PRODOTTI ITALIANI ORIENTANO LA SPESA, MA LA BARRIERA DEL REDDITO E' ALTA

PERCENTUALE DI FAMIGLIE CHE ACQUISTANO PREVALENTEMENTE PRODOTTI ITALIANI ANCHE SE COSTANO DI PIU' PER FASCIA DI REDDITO E CIRCUITO COMMERCIALE

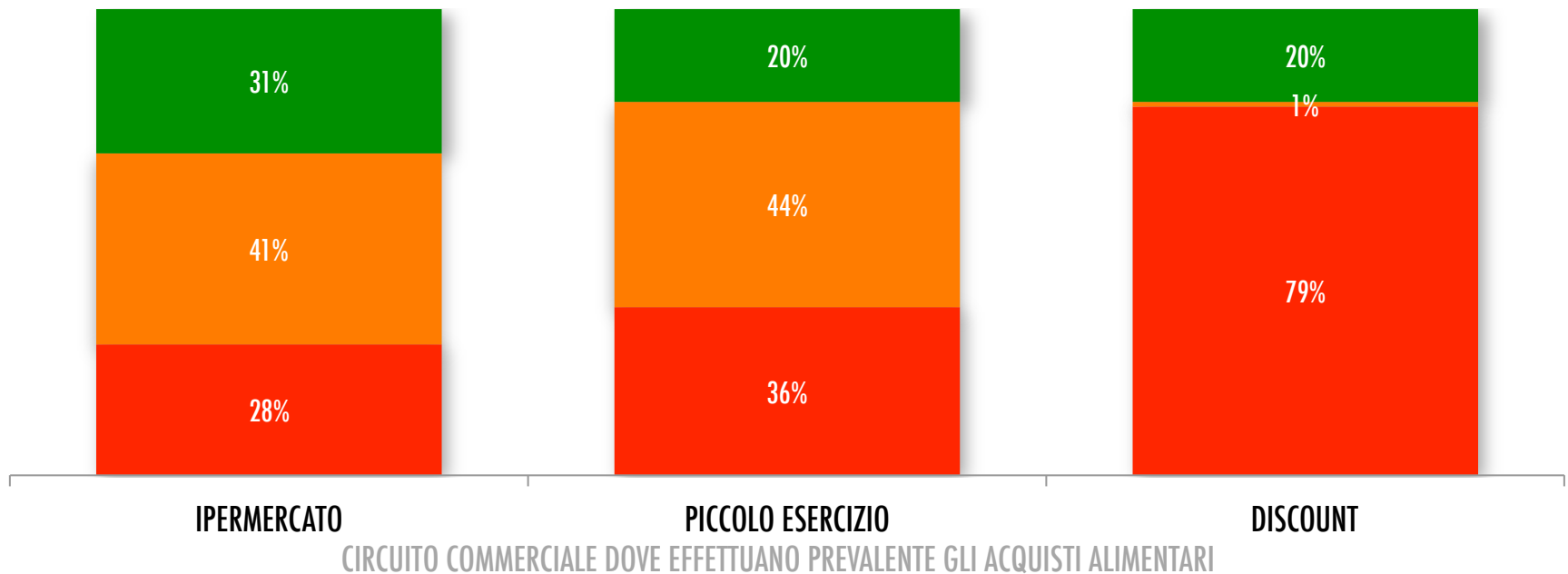


## COME SONO CAMBIATI I COMPORAMENTI D'ACQUISTO

PERCENTUALE DI FAMIGLIE PER COMPORAMENTO D'ACQUISTO E LUOGO DOVE EFFETTUANO LA SPESA ALIMENTARE

NEGLI ULTIMI ANNI:

- NON HA CAMBIATO LE ABITUDINI ALIMENTARI
- FA SOPRATTUTTO ATTENZIONE AGLI SPRECHI
- HA RIDOTTO LA QUALITA'





## LA SENSIBILITA' AGLI ACQUISTI RESPONSABILI E' ALTA

PERCENTUALE DI FAMIGLIE CHE E' DISPONIBILE A SPENDERE DI PIU' ACQUISTANDO PRODOTTI CHE RISPONDONO AI CRITERI

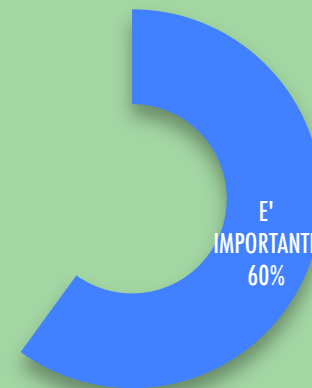
PRODUZIONE NON INQUINANTE



PRODOTTO ITALIANO



TUTELA DEI LAVORATORI



# COME E' CAMBIATA LA SPESA DELLE FAMIGLIE

SPESA MEDIA MENSILE PER SINGOLO GENERE (in euro)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
PANE, GRISSINI E CRACKERS	31,40	31,00	31,70	33,60	31,50	31,10	31,60	30,20	29,90	29,80	29,90
PASTA E RISO	15,90	16,10	15,80	16,80	16,80	16,00	16,10	15,80	15,20	14,70	14,80
BISCOTTI	9,50	9,70	9,80	10,00	10,00	9,70	10,00	9,70	9,70	9,80	9,80
ALTRI PRODOTTI DA FORNO	8,30	8,80	8,90	9,00	9,20	9,40	9,70	9,60	9,60	9,70	9,70
CARNE BOVINA	42,60	44,60	43,40	43,90	42,00	41,50	42,40	45,50	39,80	35,10	35,30
CARNE SUINA	10,50	11,20	11,10	11,60	11,10	11,60	12,00	11,70	11,60	11,50	11,60
POLLAME, CONIGLI E SELVAGGINA	19,50	18,30	20,40	21,20	20,90	22,60	24,90	23,90	24,50	25,20	25,30
ALTRI TIPI DI CARNE	6,40	6,80	6,90	6,60	6,30	9,90	9,30	6,40	7,70	8,50	8,60
PESCE	39,70	42,30	41,70	40,50	40,10	40,80	41,20	41,40	40,90	40,60	40,90
SALUMI	24,70	24,60	23,60	23,90	24,60	24,10	24,70	23,10	23,30	23,70	23,80
LATTE	18,10	18,40	18,60	19,10	18,20	18,50	18,90	17,50	17,80	18,20	18,30
FORMAGGI	29,80	29,30	28,20	28,60	28,30	28,40	28,90	28,10	26,50	25,20	25,40
UOVA	4,90	5,10	5,30	5,60	5,40	6,00	6,00	5,70	6,20	6,60	6,70
ALTRI DERIVATI DAL LATTE	9,90	10,40	10,80	11,00	11,00	11,30	11,80	11,20	11,10	10,90	10,90
VERDURA E ORTAGGI	40,90	42,30	41,80	43,30	42,10	42,50	43,50	42,50	42,60	43,00	43,20
FRUTTA	39,30	41,00	41,80	42,80	41,20	40,90	41,60	41,00	41,40	42,00	42,30
PASTICCERIA E DOLCIUMI	12,70	13,30	13,10	12,70	12,60	12,70	12,50	12,20	12,10	12,00	12,00
GELATI	6,90	6,80	7,10	13,40	6,70	6,50	7,00	7,20	6,50	5,90	5,90
OLIO DI OLIVA	12,80	14,00	13,50	13,20	12,00	11,90	11,40	11,50	10,80	10,20	10,20
ALTRI OLII	4,30	4,30	4,10	4,40	4,20	4,00	4,30	4,30	4,80	5,20	5,30
ZUCCHERO	3,80	3,80	3,60	3,60	3,30	3,10	3,40	3,30	3,50	3,70	3,70
CAFFÈ, TÈ E CACAO	12,30	12,60	12,90	7,00	12,80	12,80	13,30	13,20	13,40	13,70	13,80
VINO	13,40	12,60	12,40	12,50	11,70	12,00	11,80	12,00	11,40	10,90	11,00
BIRRA	4,40	4,60	4,90	4,80	4,70	5,20	5,60	6,00	5,70	5,40	5,40
ACQUA MINERALE	12,70	13,40	13,10	13,60	12,50	12,10	11,80	12,00	11,40	11,00	11,00
ALTRE BEVANDE	12,70	12,40	12,20	12,30	12,20	12,70	13,40	13,40	13,30	13,30	13,40
ALTRI PRODOTTI ALIMENTARI	8,90	9,30	9,40	10,00	9,80	9,60	10,10	10,30	10,30	10,20	10,30

## SPESA MEDIA



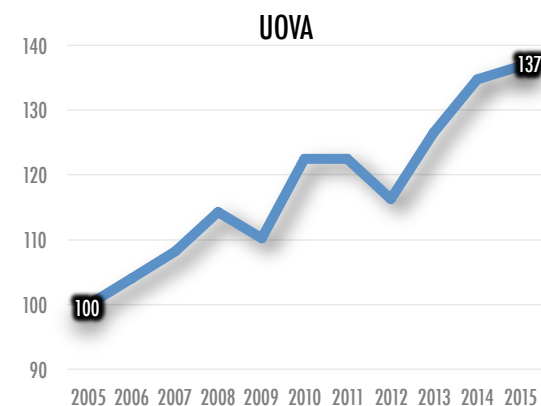
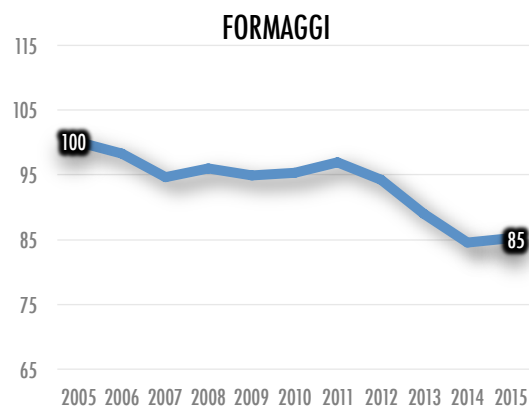
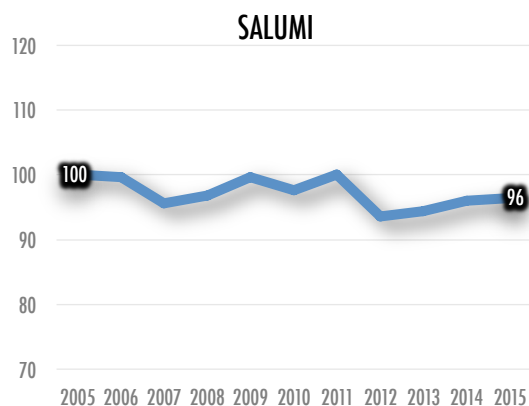
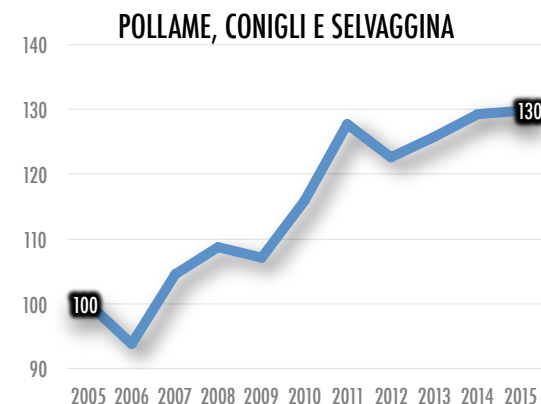
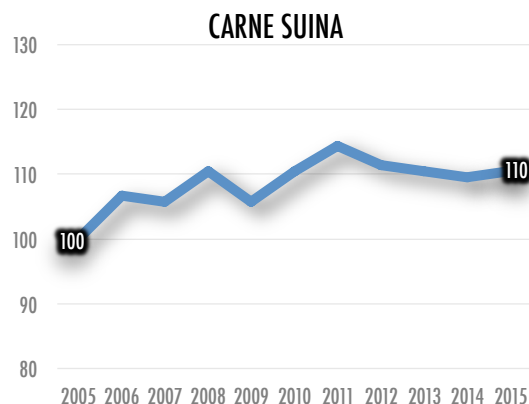
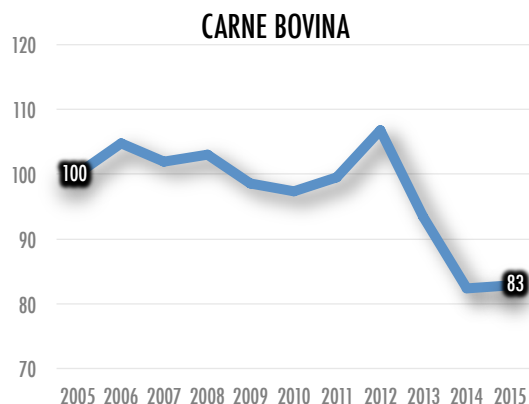
# COME E' CAMBIATA LA SPESA DELLE FAMIGLIE

## VARIAZIONE PERCENTUALE RISPETTO AL 2007



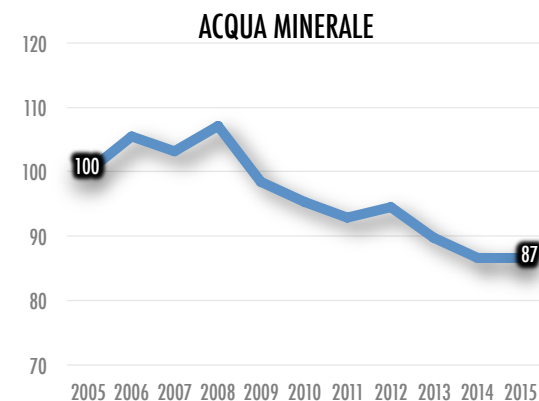
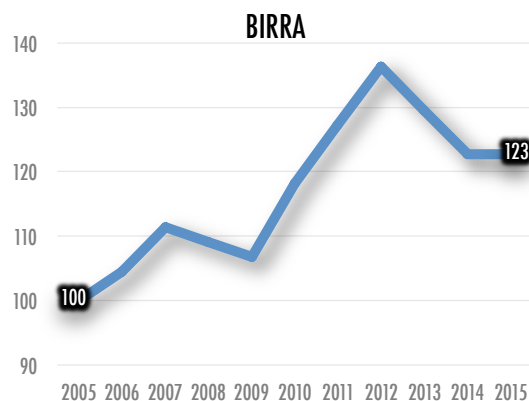
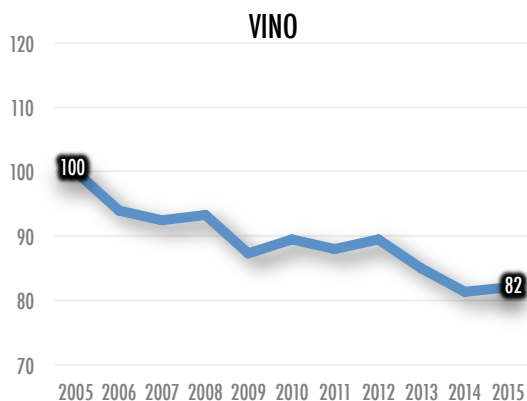
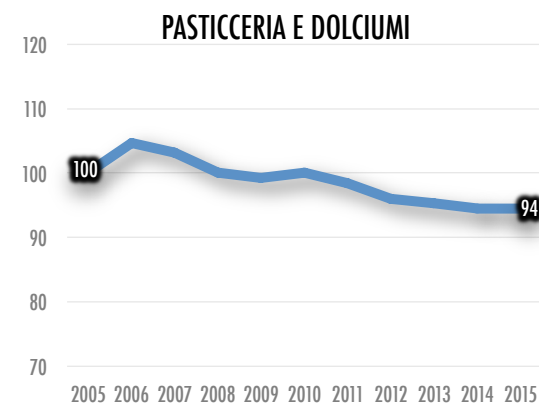
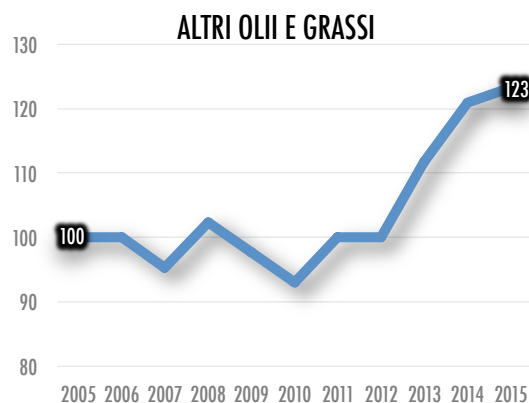
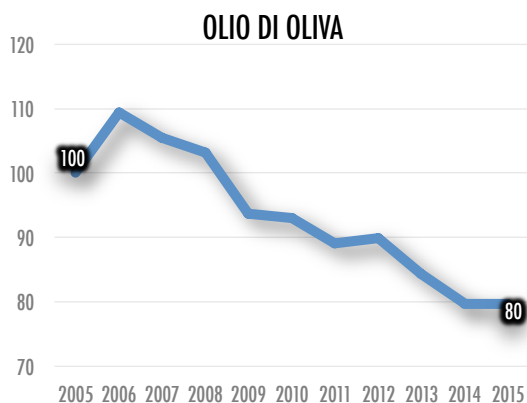
# COME E' CAMBIATA LA SPESA DELLE FAMIGLIE

INDICE DELLA SPESA MEDIA MENSILE PER ALCUNI GENERI ALIMENTARI (BASE: 2005 = 100)

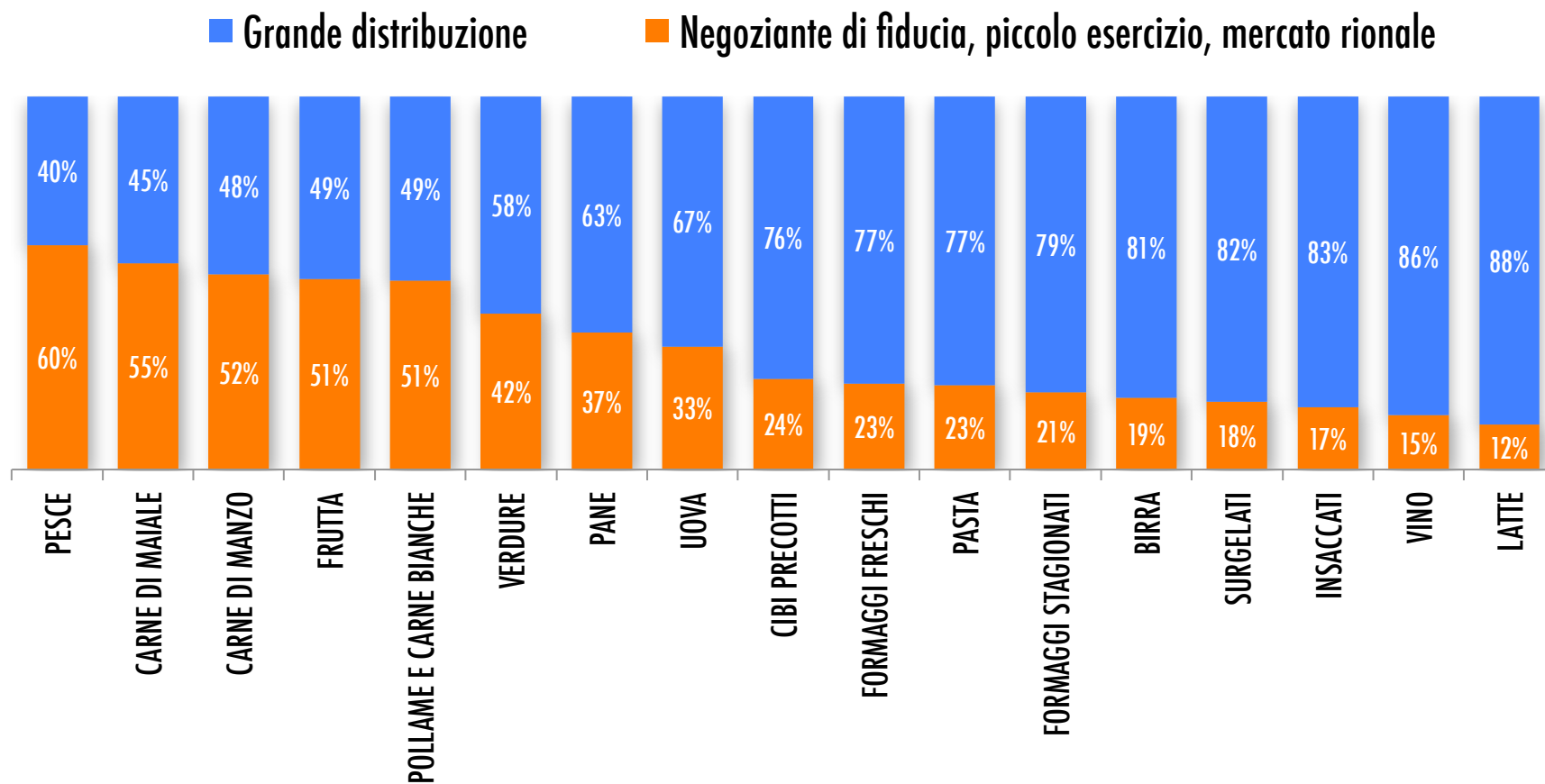


# COME E' CAMBIATA LA SPESA DELLE FAMIGLIE

INDICE DELLA SPESA MEDIA MENSILE PER ALCUNI GENERI ALIMENTARI (BASE: 2005 = 100)

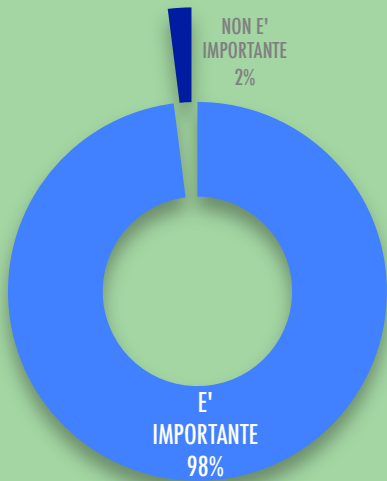


## DOVE EFFETTUANO SOLITAMENTE LA SPESA PER TROVARE L'EQUILIBRIO TRA QUALITA' E PREZZO

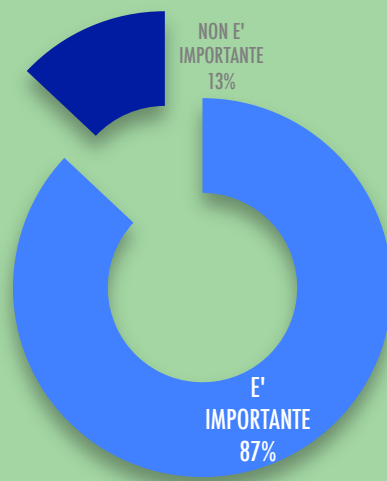


## COSA E' IMPORTANTE NELLO SCEGLIERE DOVE FARE LA SPESA

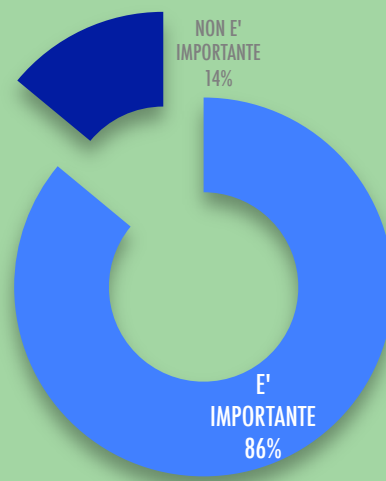
### LA QUALITA' DEL PRODOTTO



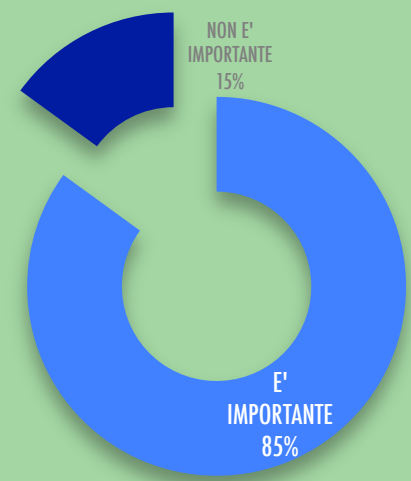
### L'ORARIO DI APERTURA DELL'ESERCIZIO



### IL PREZZO

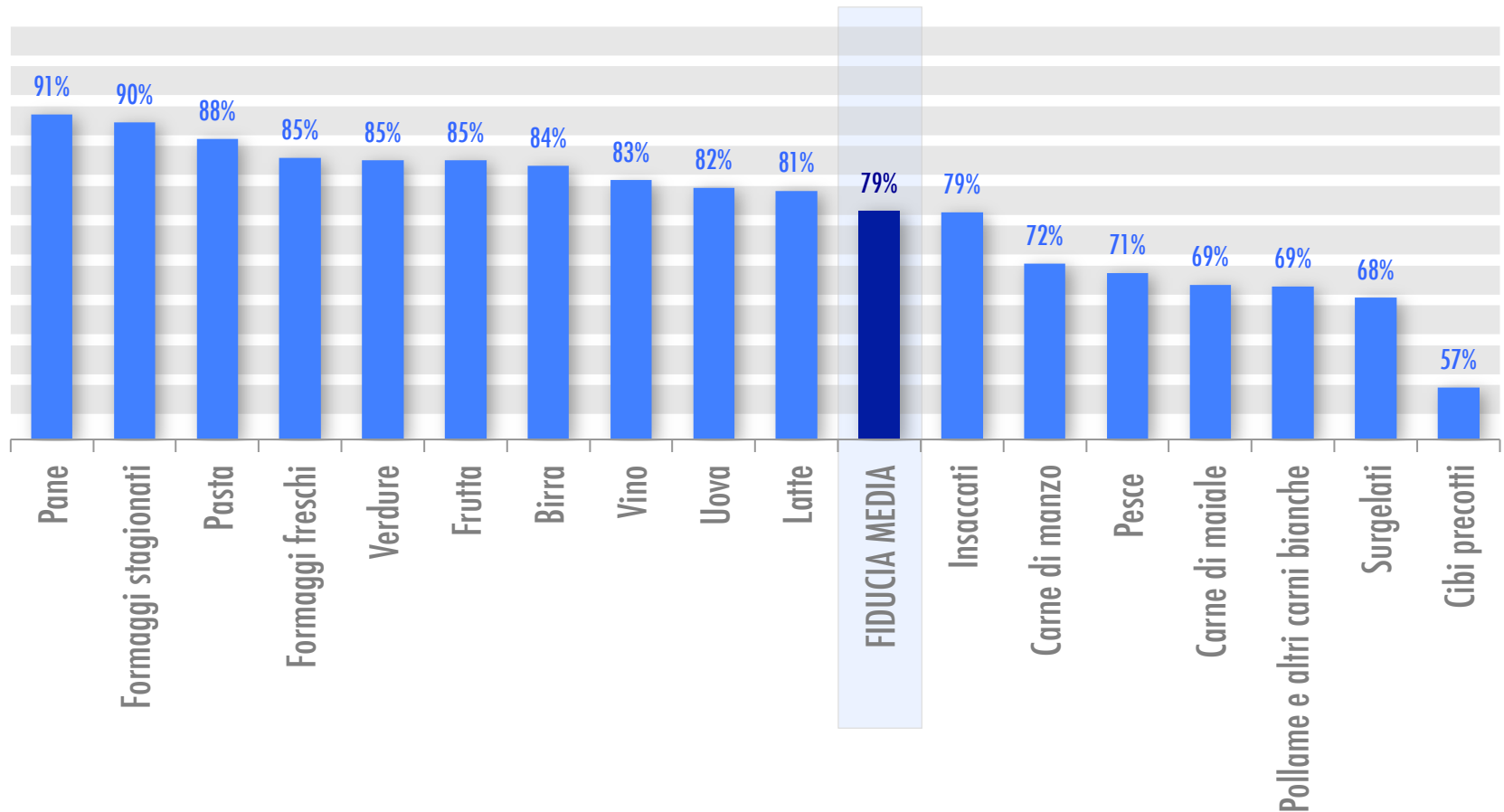


### LA VICINANZA/ACCESSIBILITA'



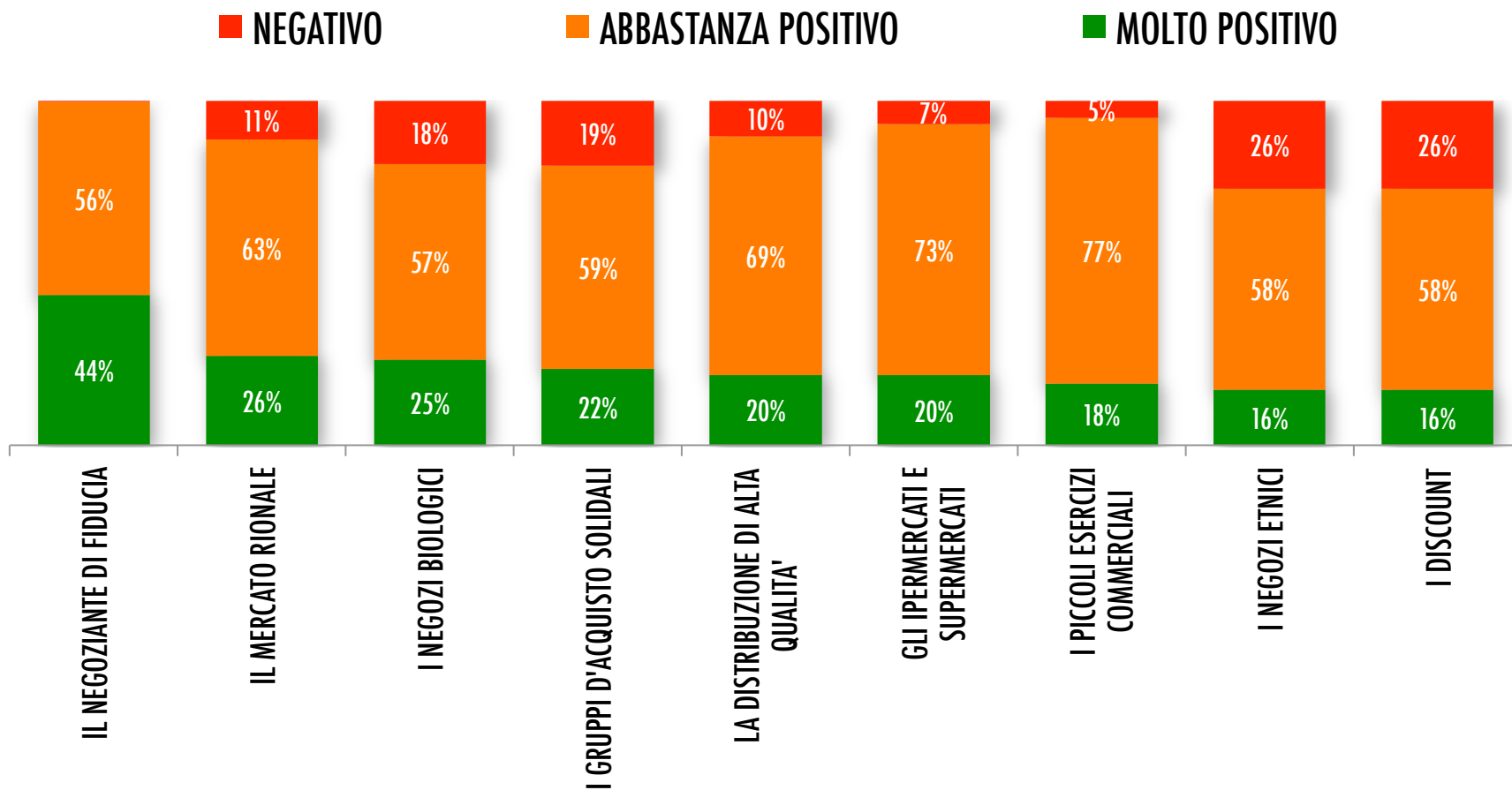
## LA FIDUCIA ALIMENTARE

% DI QUANTI SI SENTONO MOLTO O ABBASTANZA TRANQUILLI DELLA QUALITA' E SICUREZZA ALIMENTARE DEL PRODOTTO





## COME GIUDICANO LA QUALITA' DEI PRODOTTI CHE ACQUISTANO NEI DIVERSI CIRCUITI COMMERCIALI



## COME SONO CAMBIATI I COMPORTAMENTI DI CONSUMO DELLE FAMIGLIE

### IN PILLOLE

**LA CRISI HA AVUTO UN IMPATTO STRUTTURALE  
SUL MODO DI FARE LA SPESA ALIMENTARE**

Dal punto di vista economico la spesa media delle famiglie è tornata indietro di 10 anni  
La contrazione dei consumi ha riguardato prevalentemente i prodotti di alta fascia  
Il 73% ha cambiato modo di fare la spesa, l'87% evita gli sprechi, il 58% va nei discount per risparmiare  
Il 42% ha ridotto la qualità dei prodotti alimentari e/o la quantità è inferiore alle necessità.

**LE FAMIGLIE HANNO MESSO IN CAMPO  
NUOVE STRATEGIE D'ACQUISTO**

La spesa viene fatta in più luoghi in base al rapporto qualità/prezzo/orari dell'esercizio  
Prevale la GDO (85%) che è preferita, in particolare, per le produzioni a carattere industriale

**GLI ACQUISTI SONO "RESPONSABILI"  
MA IL REDDITO FA LA DIFFERENZA**

Il 90% controlla la scadenza, l'85% la provenienza, il 74% predilige generi alimentari che derivano da produzioni non inquinanti, il 60% è disposto a fare un sacrificio economico, pagando di più i prodotti, per salvaguardare le condizioni di lavoro.

**MADE IN ITALY: VORREI MA NON (SEMPRE) POSSO**

La ricerca dei prodotti italiani orienta i comportamenti di consumo ma il costo spesso fa la differenza fra ciò che si vorrebbe acquistare e ciò che è possibile inserire realmente nel carrello della spesa.