

## **Cala la spesa per consumi delle famiglie abruzzesi Secondo i dati CRESA passa dai 2.289 € del 2010 ai 2.049 € del 2015 (-10,5%)**

Secondo i **dati CRESA** nel periodo marzo 2014 - febbraio 2015 **le famiglie abruzzesi hanno speso in media 2.049,1 €**, valore leggermente inferiore a quello rilevato per l'Abruzzo dall'Istat nell'anno 2014 (2.130,30 €) e decisamente più basso di quello medio nazionale (2.488,5 €).

Rispetto alla precedente indagine CRESA (2009-2010), **la spesa per consumi in regione è diminuita del 10,5%** (Istat Abruzzo: -11,9%; Istat Italia: +1,9%).

Le **spese più consistenti** riguardano **l'abitazione** (788,7 €, pari al 38,5% della SMMF), gli **alimenti** e le bevande analcoliche (430,9 €, pari al 21,9%) nonché i **trasporti** (228,7 €, pari all'11,2%), voci per le quali gli abruzzesi utilizzano poco più del **70% del loro budget di spesa, superiore al 64,5% medio nazionale**.

Le scelte delle famiglie in regione, in linea con una tradizione propria dell'Italia meridionale, mostrano la preferenza a impiegare risorse per la casa e l'alimentazione e a risparmiare, da una parte, su alcune voci in qualche misura comprimibili (abbigliamento) e, dall'altra, su alcune spese superflue (vacanze). Il confronto con i dati della precedente indagine CRESA evidenzia, infatti, la **contrazione drastica di tutti i consumi tranne quelli che soddisfano i bisogni fondamentali** (alimentari, abitativi, sanitari e di istruzione), che sono in qualche modo incompressibili. In controtendenza con quanto si rileva nella media nazionale, **umentano** le spese per gli **alimenti** e per **l'istruzione** e **diminuiscono** quelle per le **comunicazioni** e il **tempo libero**.

La consistenza della **spesa media mensile**, **anche se in modo meno che proporzionale** per via della presenza di "economie di scala", **al variare del numero dei componenti**. Rispetto alle famiglie di due persone (1.832,8 €), quelle con un solo componente spendono mediamente il 24% in meno (1.397 €), quelle formate da 3, 4, 5 e più persone il 27% (2.324 €), il 55% (2.837 €) e il 59% (2.916 €) in più.

Se si considerano le spese destinate al **soddisfacimento dei bisogni primari**, si osserva che alcune di esse, quali i generi alimentari, quelle cioè sulle quali incide in maniera più diretta il numero di consumatori all'interno della famiglia, **umentano**, anche se in modo meno che proporzionale, all'**umentare del numero di componenti** e arrivano ad avere **l'incidenza massima** sul totale della spesa per consumi **nelle famiglie più numerose**.

I **consumi superflui**, quali quelli per il tempo libero, e quelli **necessari ma modulabili** sulla base dello stile di vita e del budget familiare, quale l'abbigliamento, comprimibile fino ad una certa misura, **umentano**, se si escludono i nuclei più numerosi, in termini di valore assoluto **all'umentare della numerosità della famiglia** ma hanno la **massima incidenza** (circa il 6% per il tempo libero e il 5% per l'abbigliamento) nelle **famiglie di 4 componenti** (soprattutto coppie con figli).

Altre spese, non strettamente connesse con la numerosità dei componenti e per le quali è, pertanto, possibile realizzare economie di scala, quali **l'abitazione**, tendono, al crescere della numerosità delle famiglie, a **diminuire in termini di incidenza percentuale sulla spesa complessiva** e, ad esclusione delle famiglie composte da 5 e più persone, ad **umentare in termini di valore assoluto**.

Il budget complessivo e il peso delle singole voci che lo compongono dipendono sostanzialmente, oltre che dalla numerosità dei componenti, anche dalla loro **età** e dalla **tipologia familiare** (uni personali, coppie senza figli, coppie con figli e monoparentali).

Alcune voci, quali l'istruzione, i **trasporti e la sanità**, sono connesse alla **fase del ciclo di vita familiare**. Le prime due tendono ad essere massime in presenza di adulti in età lavorativa e ragazzi in età scolare, vale a dire nelle famiglie monoparentali e in quelle composte da coppie con due o più figli; le spese relative alla salute arrivano a pesare il 6% circa

sulla spesa media familiare delle famiglie composte da una e due persone, vale a dire nelle fasce di maggiore incidenza degli *over 65*, soli o in coppia.

Sono proprio le **coppie con figli** a far osservare una **SMMF più elevata delle famiglie monoparentali** (2.673 € contro 1.898 €). Le differenze in valore assoluto sono evidenti (intorno o al di sopra del 50%) nel caso dell'abbigliamento, dei mobili ed accessori per la casa, della sanità, dei trasporti, dell'istruzione e del tempo libero. Se si considera l'incidenza percentuale delle singole voci sulla SMMF totale, assai maggiore è il peso nelle monoparentali degli alimenti, bevande e tabacchi nonché dell'abitazione, simile è il peso della spesa per comunicazioni.

La **differenza tra famiglie con a capo un cittadino straniero e quelle che lo hanno italiano è abissale**: queste ultime spendono il **41% in meno** delle prime (1.229 € contro 2.098 €). Il **divario** di spesa è **tanto maggiore quanto più è superfluo il genere di consumo**: esso si attesta intorno al 70% per tempo libero, mobili ed accessori per la casa, tra il 50% e il 63% per sanità, abbigliamento, istruzione e trasporti, è più "contenuto" tra il 24% e il 36%, per abitazione, alimenti e comunicazioni. **Una curiosità**: la spesa per **bevande alcoliche e tabacchi** delle famiglie italiane e straniere è pressoché identica (40 €) ma la sua incidenza sul totale della SMMF è nel caso delle straniere più assai più elevata (3,2% contro 1,9%). In realtà, a ben guardare all'interno della categoria, si rilevano diversità sostanziali: le famiglie straniere spendono assai più delle italiane per i tabacchi (28 € contro 21 €) e assai meno per le bevande alcoliche (11 € contro 18 €), certamente per una maggiore diffusione nell'ambito delle prime di tabagisti e al, contempo, per la presenza al loro interno di musulmani.

Prendendo in considerazione alcune particolari categorie di beni, categorie correlate ad una gestione consapevole dell'ambiente (**prodotti a risparmio energetico, biologici, a km. 0**), a requisiti di qualità dei beni alimentari (**DOC, IGT, DOP**) o ad un'esigenza di risparmio (**in saldo**), la metà delle famiglie abruzzesi ha comprato prodotti a risparmio energetico, più di un quarto prodotti biologici e a Km. 0, con un incremento rispetto al 2013 del 30% circa per tutte e tre le categorie di beni. Quasi il 30% ha preferito l'acquisto di alimenti e vini DOC, IGT, DOP, con un aumento rispetto ai due anni precedenti di poco superiore al 10%. La maggioranza delle famiglie (71%), in crescita del 31% se confrontata al 2013, ha effettuato spese nei periodi di saldo.

Le famiglie con figli mostrano nel complesso una **maggiore attenzione alla qualità, all'ambiente e al risparmio** e sono soprattutto le **monoparentali** a far registrare il maggior incremento dell'acquisto di prodotti a risparmio energetico e in saldo, mostrando in tal modo una **maggiore propensione al risparmio nel breve e medio periodo**. Diminuisce la quota di famiglie straniere che ha comprato prodotti DOC, IGT e DOP.

Il 63% delle famiglie effettua la spesa di **generi alimentari presso la distribuzione organizzata** una o due volte la settimana, il 29% una sola volta ogni sette giorni, il 7,8% con frequenza mensile o più di rado. L'**importo dello scontrino** è per il 93% delle famiglie **inferiore a 100 €** (65% fino a 50 €, 29% da 50 € a 100 €). Solo nel 5,7% dei casi arriva a 300 € e nello 0,1% a più di tale importo.

Il **giorno più "gettonato"** per tali acquisti è la **domenica** (73%), gli altri giorni riportano percentuali assai più basse che vanno dal 39% del martedì al 24% del sabato.

Le famiglie abruzzesi stanno **modificando radicalmente le proprie abitudini di acquisto. Restano prevalenti, i punti vendita e la distribuzione organizzata tradizionali** (centri commerciali: 46% per i prodotti alimentari e 57% per i non alimentari; supermercati: 65% per i prodotti alimentari; negozi tradizionali: 33% per gli alimenti e 64% per gli altri beni, nel biennio preso in esame (2013-2015) ma, al contempo, **aumenta il ricorso agli acquisti on line** (+14%), di quelli effettuati **direttamente dai produttori** (+32%), **degli hard discount** (+26%) e dei **mercati ambulanti** (+23%) per i prodotti alimentari, degli **outlet** (+8%) per i beni non alimentari. Solo i negozi tradizionali, relativamente ai prodotti non alimentari, fanno registrare un incremento consistente (+14%).

Tali osservazioni fanno emergere una **duplice tendenza**: da una parte **i consumatori scelgono di acquistare**, a parità di qualità, **prodotti in punti vendita meno costosi** e, dall'altra, che una quota principalmente ma non esclusivamente di popolazione meno abbiente, stia orientando le proprie **scelte di acquisto verso prodotti non solo a più basso costo ma anche di qualità percepita inferiore** (hard discount per i prodotti alimentari e grandi magazzini per quelli non alimentari, principalmente abbigliamento).

Impressionante **l'aumento del ricorso agli acquisti on line**, i quali vedono un incremento assai consistente legato alla crescente e sempre più diffusa dimestichezza con l'informatica e il mondo web e certamente corroborato dalla sempre maggiore presenza di siti di e-commerce sui social (Facebook, Youtube, Twitter, ecc.) che hanno contribuito ad abbassare il livello di diffidenza dei consumatori.

Colpisce, al contrario di quanto si osserva a livello medio nazionale, la tendenza al **decremento** del ricorso ai **Gruppi di acquisto solidale**.