

LE FAMIGLIE ABRUZZESI SPENDONO MENO, SI TAGLIANO VACANZE MA NON IL BUON CIBO

28 Marzo 2017



L'AQUILA - Secondo i dati Cresa nel periodo marzo 2014-febbraio 2015 le famiglie abruzzesi hanno speso in media 2.049,1 euro al mese, 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 euro, pari al 38,5% della spesa media mensile familiare), 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, aumentano 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 varia, 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 euro), 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, aumentano, anche se in modo meno che proporzionale, all'aumentare 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, aumentano, se si escludono i nuclei più numerosi, in termini di valore assoluto all'aumentare 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 aumentare 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 (spesa media mensile familiare) più elevata delle famiglie monoparentali (2.673 euro 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 euro 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 euro) 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 euro contro 21) e assai meno per le bevande alcoliche (11 euro 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 quanto 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 e 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 euro (65% fino a 50 euro, 29% da 50 euro a 100 euro). Solo nel 5,7% dei casi arriva a 300 euro 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

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.