

## 1. Introduzione

Siamo ormai giunti alla XVII edizione dell'Osservatorio sulle spese delle famiglie, realizzato dal lontano 1996 dalla Camera di Commercio di Torino in collaborazione con le Associazioni di categoria del territorio. Dal 2012 lo studio viene condotto congiuntamente dalla Camera di Commercio e dal Ceris-Cre, l'Istituto del Consiglio Nazionale delle Ricerche specializzato in economia industriale e sviluppo locale, sempre con il supporto di Confesercenti e Ascom Concommercio.

L'obiettivo è quello di esaminare i cambiamenti in atto nei consumi delle famiglie torinesi in un periodo particolarmente difficile come l'attuale, a cinque anni di distanza dall'inizio della crisi economica del 2008, e ancora di fase di stagnazione e di timida ripresa delle variabili macroeconomiche.

E' pertanto probabile che la crisi economica stia imprimendo ai consumi torinesi una modifica di carattere strutturale, che può essere in parte rilevata dalle statistiche raccolte sul territorio e dai sondaggi effettuati con metodo campionario. In questo contesto, il presente contributo mostra i principali risultati ottenuti dalla rilevazione compiuta nel 2013 su un campione rappresentativo di famiglie torinesi.

Come si vedrà in dettaglio nei prossimi paragrafi, l'unità di indagine della ricerca è costituita dal nucleo familiare, inteso come cellula organizzativa di base in cui la maggioranza delle forme di consumo prendono corpo e vengono soddisfatte, pur orientate più o meno intensamente dal contributo degli individui singoli.

La necessità di fronteggiare i bisogni essenziali in un periodo di crisi economica, ma anche la possibilità di esprimere i propri desideri in diverse forme di consumo da parte del singolo individuo vengono così studiate al piccolo livello aggregativo delle decisioni di consumo famigliari. La famiglia infatti recepisce ed integra, attraverso i bisogni e le aspettative proprie dei suoi componenti, il riflesso della società in cui è inserita e contemporaneamente, con il suo atteggiamento di piccola struttura in cui si consuma l'esperienza empirica dell'esistenza, dà una risposta che a sua volta influenza il tessuto sociale e lo modifica nel tempo.

La metodologia qui utilizzata consente di confrontare i risultati dell'Osservatorio sulle famiglie torinesi con i risultati provenienti da altri contesti territoriali, sia a livello locale, come nel caso dell'indagine della Camera di Commercio di Milano sul capoluogo lombardo, sia a livello nazionale, come nel caso delle statistiche ufficiali dell'Istat. A questo proposito, l'Osservatorio torinese viene organizzato in sincronia con l'indagine nazionale dell'Istat<sup>2</sup>, da cui muove nelle linee generali la metodologia<sup>3</sup>, e della quale tende anche ad accogliere le modificazioni dinamiche.

Purtroppo, i confronti tra l'area torinese e il resto del Piemonte sono possibili solo fino al 2009, anno in cui è cessata l'indagine svolta da Unioncamere Piemonte, e non vengono pertanto presi più in considerazione nel presente documento.

## 2. 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 250 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 come caratteri di controllo). Per un confronto con le consistenze di universo si considerano nel seguito le risultanze del censimento Istat 2011.

<sup>2</sup> E' disponibile il rapporto 2013, pubblicato a luglio 2014.

<sup>3</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, in cui sono annotate le spese che vengono effettuate a intervalli più lunghi (p. es. beni durevoli).