



STATISTICHE

numeri e grafici per capire il Veneto

Flash

Consumare oggi significa riuscire a soddisfare un bisogno, ma anche ambire a uno status condiviso e riconosciuto, definire se stessi, se non talvolta anche sentirsi in qualche modo meglio integrati nella società: gli oggetti vengono acquistati, oltre che per la loro utilità, per il valore che socialmente viene loro assegnato.

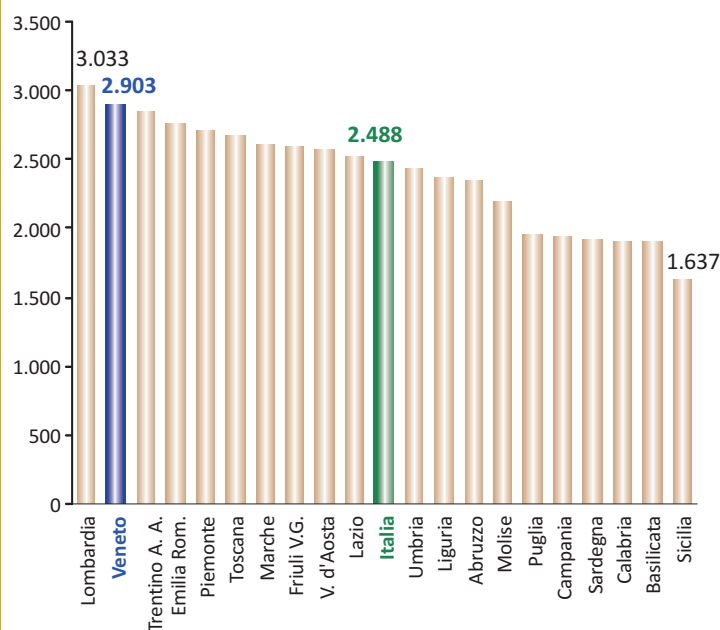
Lo sviluppo economico, che il nostro Paese ha conosciuto fino a qualche anno fa, ha sicuramente contribuito a incoraggiare comportamenti di tipo consumistico, favorendo con ciò la crescita generale dei livelli di consumo. Il sopraggiungere della crisi ha posto un freno a questo processo e, se da un lato le famiglie si trovano ad affrontare rinunce e limitazioni, dall'altro dimostrano la capacità di adattarsi alle nuove condizioni, di saper cambiare, di differenziare rispetto al passato obiettivi e percorsi personali, anche reinterpretando la propria visione del mondo. Rientra in questo processo il mettere in atto nuove strategie e comportamenti di

I CONSUMI: FAR QUADRARE I CONTI

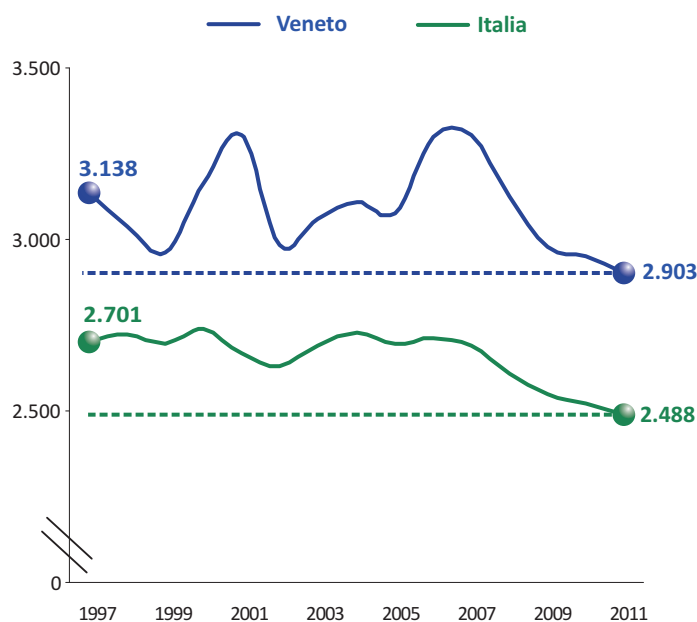
consumo per spendere meno, ma anche più attenti, responsabili e ragionati, più sostenibili.

L'analisi della spesa per consumi e dei comportamenti di acquisto consente di tracciare un quadro delle condizioni di vita delle famiglie e di capire come lo stile di vita stia cambiando: quanto si spende, cosa si compra, quali le difficoltà ad arrivare a fine mese, come cambiano le priorità familiari, la ricerca di nuovi equilibri, l'accesso ad alternativi canali di vendita anche grazie alla diffusione delle nuove tecnologie. Nel 2011 le famiglie venete spendono in media 2.903 euro al mese per acquistare beni e servizi necessari a soddisfare le esigenze del vivere quotidiano, un valore che continua a mantenersi tra i più alti a livello regionale, secondo solo alla Lombardia, e decisamente superiore alla media nazionale (2.488 euro). Tuttavia, osservando l'andamento della spesa per consumi dal 1997 al 2011, rivalutata ai prezzi dell'ultimo anno, emerge un trend decrescente che segna proprio nel 2011 la peggiore performance dell'intero periodo considerato. Le famiglie venete consumano oggi il 7,5% in meno rispetto a quindici anni fa e il 12% in meno rispetto al 2007, periodo di massima espansione economica nella nostra regione. Nel 2012 il dato a livello nazionale indica un ulteriore rallentamento dei consumi, in calo dell'1,6% rispetto all'anno precedente, a causa anche della perdita del potere d'acquisto delle famiglie (-4,8%).

SPESA MEDIA MENSILE DELLE FAMIGLIE PER CONSUMI
(IN EURO) PER REGIONE - ANNO 2011



SPESA MEDIA MENSILE DELLE FAMIGLIE PER CONSUMI
(IN EURO, A VALORI 2011). VENETO E ITALIA - ANNI 1997:2011



Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Direzione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

SONO DISPONIBILI:

- Nuova Banca Dati: Strategia Europa 2020 - indicatori e target europei e nazionali
- La qualità dell'abitare 2012
- Scenario economico, indicatori di congiuntura - Aprile 2013

<http://www.regione.veneto.it/web/statistica>

L'abitazione, l'acquisto di generi alimentari e le necessità di mobilità assorbono complessivamente in media il 62% della spesa delle famiglie italiane. Ancora di più incidono nel bilancio delle famiglie con minori possibilità economiche, alle quali resta poco da dedicare a beni e servizi non strettamente necessari, cui è più facile rinunciare. Questo spiega in parte le differenze nelle strutture di consumo

COSA SI COMPRA

per le spese destinate alla casa, che pesano di più al Centro-Nord, anche per la presenza di condizioni ed esigenze abitative qualitativamente più elevate.

Nel tempo cambia la struttura dei consumi, per l'evoluzione dei bisogni delle famiglie ma soprattutto in risposta alle diverse condizioni economiche; per effetto di vincoli di bilancio familiare più stringenti aumenta l'incidenza della spesa per generi alimentari, a scapito dei non alimentari: i primi nel 2011 pesano per il 16% della spesa media delle famiglie venete, quando nel 2007 erano il 15%. Difficilmente comprimibili risultano le spese per la casa, anzi in crescita, tanto da impegnare ormai il 30% delle uscite familiari, circa tre punti percentuali in più rispetto al 2007.

Dopo l'abitazione e i generi alimentari, i trasporti costituiscono il terzo capitolo di spesa più importante del bilancio familiare. La spesa in trasporti, più di altre, segue il ciclo economico e risente della crisi perdendo tre punti in termini di quota sul totale negli ultimi cinque anni: la caduta risente sicuramente del crollo degli acquisti di automobili, incoraggiati in passato dagli incentivi statali e non riproposti nel 2011. Se costretti a rinunciare all'automobile si opta per mezzi alternativi, prediligendo comunque quelli privati. Aumenta così la percentuale di chi compra una bicicletta, nuova o usata, comunque di modico valore, mentre risulta stabile la quota di coloro che acquistano un ciclomotore o una moto, come valida alternativa all'automobile.

% DI SPESA PER SETTORE DI CONSUMO. VENETO, ITALIA E RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE - ANNO 2011(*)

	Italia	Sud e Isole	Centro	Nord	Veneto
Alimentari	19,2	25,6	18,4	16,6	16,1
Abitazione	28,9	24,8	32,4	29,4	29,8
Trasporti	14,2	12,7	13,8	15,1	14,1
Combustibili ed energia	5,2	5,3	5,0	5,2	5,4
Arredamenti, elettrodomestici	5,1	5,2	4,6	5,3	5,3
Abbigliamento e calzature	5,4	6,6	5,1	4,9	4,9
Sanità	3,7	3,6	3,8	3,8	4,6
Tempo libero, cultura e giochi	4,2	3,4	3,9	4,7	4,6
Comunicazioni	1,9	2,1	1,9	1,8	1,8
Istruzione	1,1	1,1	1,0	1,2	1,5

(*) La somma non fa 100 perché mancano le voci "Tabacchi" e "Altri beni e servizi".

TRASPORTI: SPESA MEDIA PER ALCUNE VOCI VENETO - ANNI 2007 E 2011(**)

Per l'acquisto di:	Spesa in euro correnti	
	2007	2011
un'auto nuova o usata	13.193	10.481
una motocicletta nuova o usata	2.702	2.420
una bicicletta nuova o usata	421	223
carburanti per un anno	2.388	2.560
biglietti e abbonamenti a mezzi pubblici per un anno	732	701

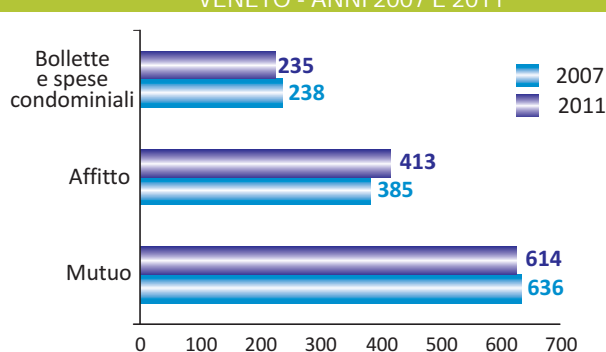
(**) La spesa media è calcolata solo sulle famiglie che hanno sostenuto quella spesa.

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Direzione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

SPESA MEDIA MENSILE (IN EURO CORRENTI) PER SETTORE DI CONSUMO. VENETO - ANNI 2001, 2007 E 2011

	2001	2007	2011
Spesa media mensile totale	2.698	3.047	2.903
Alimentari e bevande (%)	397 14,7	457 15,0	467 16,1
Non alimentari (%)	2.300 85,3	2.591 85,0	2.436 83,9
tabacchi	0,6	0,6	0,5
abbigliamento e calzature	6,0	5,8	4,9
abitazione (principale e secondaria)	24,3	26,7	29,8
combustibili ed energia	4,8	4,7	5,4
mobili, elettrod. e servizi per la casa	6,8	6,0	5,3
sanità	4,1	4,2	4,6
trasporti	17,1	17,1	14,1
comunicazioni	1,9	1,8	1,8
istruzione	1,2	1,1	1,5
tempo libero, cultura e giochi	5,1	4,9	4,6
altri beni e servizi	13,4	12,0	11,3

ABITAZIONE: SPESA MEDIA MENSILE (IN EURO CORRENTI) VENETO - ANNI 2007 E 2011



Il numero e le caratteristiche dei componenti della famiglia determinano il livello e la struttura della spesa. All'aumentare del numero di componenti la spesa cresce ma, per effetto della presenza di economie di scala, in misura non direttamente proporzionale: ad esempio, la spesa per le famiglie di una sola persona è il 78% di quelle con due componenti.

FAMIGLIE DIVERSE, CONSUMI DIVERSI

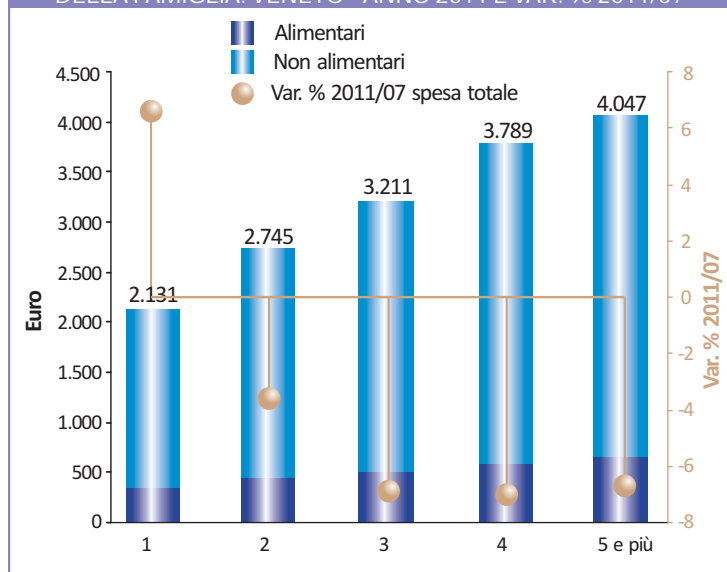
Le spese per l'alloggio hanno un peso più elevato se si vive soli o in coppia (34% contro il 23% nel caso di famiglie numerose), al contrario le spese per abbigliamento, trasporti, salute e istruzione sono associate al numero di componenti.

I consumi più bassi si registrano nelle famiglie di anziani soli, che ne destinano oltre il 40% alla casa e il 20% circa agli alimentari. Per gli anziani

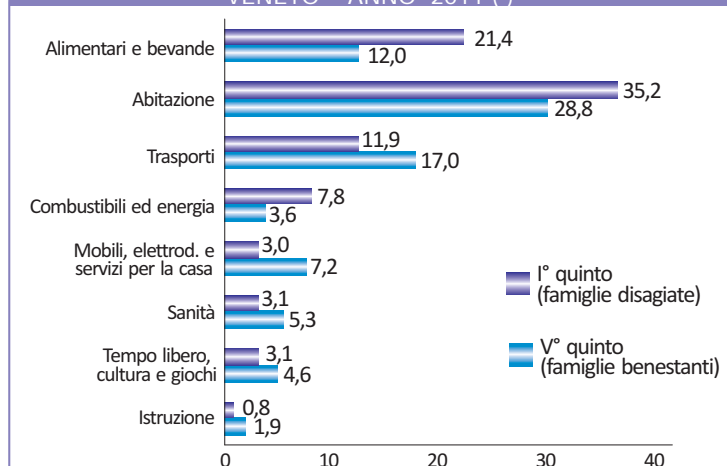
tra le spese incompressibili vanno considerate anche quelle sanitarie, la cui incidenza sale al 6%, rispetto al 5% nel totale delle famiglie. Le famiglie più ricche hanno un livello di spesa che è 4,5 volte (Italia 5,2) superiore a quello delle famiglie più disagiate (il 20% più povero - 1° quinto di spesa equivalente¹) e il divario è in crescita rispetto a cinque anni fa (4,2). Le famiglie più in difficoltà sono soprattutto quelle con figli, specie se tre o più, i nuclei monogenitoriali e le coppie di anziani, mentre stanno meglio le coppie senza figli e i single 35-64enni. Le famiglie con un alto tenore di vita soddisfano in modo adeguato anche i bisogni non strettamente essenziali: per i trasporti spendono il 17% (contro il 12% delle famiglie più povere), per arredamento il 7% e per lo svago il 5%. Rimangono differenze importanti anche nell'accesso ad alcuni diritti fondamentali, come potersi curare o istruirsi. Le famiglie con reddito più basso riescono a destinare alla cura della salute solo il 3% della propria spesa, contro il 5% di chi sta economicamente meglio, a conferma che le disuguaglianze socio-economiche si traducono in disuguaglianze in salute: i gruppi più vulnerabili, quelli che stanno in basso nella scala sociale, pagano un prezzo assai alto non solo in termini di aspettativa di vita ma anche di salute-malattia.

¹ La spesa equivalente familiare consente di confrontare correttamente i livelli di spesa di famiglie di ampiezza diversa; si ottiene dividendo il valore familiare della spesa per un opportuno parametro di correzione che permette di tenere conto dell'effetto delle economie di scala. Le famiglie vengono ordinate in base alla spesa equivalente, dal valore più basso a quello più alto, per individuare cinque gruppi di uguale numerosità (quinti), ma con capacità di acquisto crescente: nel 1° quinto si trova il 20% delle famiglie più disagiate, con la minore capacità di spesa, mentre nel V° quinto il 20% delle famiglie più benestanti, con la massima capacità di spesa.

SPESA MEDIA MENSILE (IN EURO) PER NUMERO DI COMPONENTI DELLA FAMIGLIA. VENETO - ANNO 2011 E VAR. % 2011/07



INCIDENZA % DI ALCUNI SETTORI SULLA SPESA TOTALE, IN FAMIGLIE DISAGIATE E BENESTANTI VENETO - ANNO 2011 (*)



(*) Per la definizione di spesa equivalente si veda la nota 1.

La somma delle incidenze percentuali non fa 100 perché si sono considerati solo alcuni capitoli di spesa.

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Direzione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

INCIDENZA % DI ALCUNI SETTORI SULLA SPESA TOTALE, PER CARATTERISTICHE FAMILIARI. VENETO - ANNI 2007 E 2011

	2007	2011
Alimentari e bevande		
Totale famiglie, di cui	15,0	16,1
anziani soli o in coppia	18,1	18,6
nel 1° quinto di spesa equivalente (a)	20,8	21,4
Abitazione		
Totale famiglie, di cui	26,7	29,8
con 1-2 componenti	32,3	33,9
anziani soli o in coppia	38,7	38,8
nel 1° quinto di spesa equivalente (a)	31,6	35,2
Trasporti		
Totale famiglie, di cui	17,1	14,1
con 4 componenti o più	19,1	18,4
famiglie attive (b)	18,9	15,5
nel V° quinto di spesa equivalente (a)	24,7	17,0
Combustibili ed energia		
Totale famiglie, di cui	4,7	5,4
con 1 componente	5,5	6,1
anziano solo	7,0	7,6
nel 1° quinto di spesa equivalente (a)	7,4	7,8
Sanità		
Totale famiglie, di cui	4,2	4,6
con 3 componenti o più	4,3	4,8
anziani soli o in coppia	4,6	6,2
nel 1° quinto di spesa equivalente (a)	3,7	3,1

(a) Per la definizione di spesa equivalente si veda la nota 1.

(b) Famiglie attive: famiglie che per caratteristiche socio-demografiche si muovono di più (per andare al lavoro, accompagnare i figli a scuola, ecc...).

STATISTICHE *Flash*

Con la crisi le famiglie si adattano, rinunciano e riorganizzano la spesa, mettono in atto strategie e accorgimenti per cercare di mantenere inalterato il proprio posizionamento sociale. Nel 2011 la grande distribuzione si conferma il luogo principale dove acquistare, a scapito dei negozi tradizionali. Sono sempre di più anche i cittadini che fanno shopping on-line, riuscendo spesso a beneficiare di vantaggiosi risparmi. Seppur lontani dalla media europea, i veneti che comprano on-line sono il 32,5% di chi accede a internet, più che a livello nazionale (28,2%). Ancora limitato l'autoconsumo, che segna tuttavia un timido aumento, con la coltivazione di orti anche urbani, la trasformazione di prodotti alimentari e il fai-da-te casalingo (il risparmio stimato per famiglia è di 172 euro nell'ultimo anno).

STRATEGIE, ACCORGIMENTI, RINUNCE

la maggioranza delle famiglie dichiara di continuare ad acquistare i principali prodotti alimentari come prima in termini di quantità e qualità. Vi è comunque una percentuale non trascurabile che ammette di dover affrontare delle privazioni: circa un quarto delle famiglie acquista quantità inferiori, il 7-8% sacrifica la qualità e il 5% entrambe.

Per far quadrare il bilancio, le famiglie faticano a risparmiare, anzi spesso sono costrette a usare i risparmi messi da parte e, quando ciò non è sufficiente, anche a intaccare il proprio patrimonio. La propensione al risparmio si riduce dal 12,6% all'8,2% del reddito. Inoltre, tra le famiglie appesantite da un mutuo per acquistare la casa, il 17,3% ricorre alla rinegoziazione, in massima parte per ridurre il tasso di interesse o allungarne la durata (68,4%). Non sempre le rinunce sono voluttuarie, investono capitoli di spesa accessori o lasciano inalterato lo status delle famiglie; il 67% delle famiglie (76% in Italia) ha difficoltà ad arrivare a fine mese ed è in aumento la quota di famiglie in sofferenza nel dover affrontare alcune spese primarie, come riuscire a mangiare con regolarità in modo adeguato o riscaldare sufficientemente la casa, o che accumulano arretrati di pagamento, specie per il mutuo e l'affitto.

In fatto di rinunce, la situazione in Veneto è migliore di quella nazionale:

STRATEGIE DELLE FAMIGLIE PER FAR FRONTE ALLE DIFFICOLTÀ ECONOMICHE. VENETO E ITALIA - ANNI 2007 E 2011 (*)

	Veneto		Italia	
	2007	2011	2007	2011
% di famiglie che				
- si riforniscono presso la grande distribuzione di:				
pane	36,2	50,0	44,2	51,2
pasta	89,8	92,0	84,4	86,8
carne	60,2	68,3	62,3	66,0
pesce	55,4	63,5	58,5	63,2
frutta e verdura	58,9	65,2	54,7	58,4
- fanno ricorso all'autoconsumo	27,0	30,4	19,6	19,5
valore annuo in euro (mediana)	97	172	131	215
- ricontrattano il mutuo	-	17,3	-	9,5
di cui per ridurre il tasso d'interesse o allungare la durata	-	68,4	-	50,9
- erodono il patrimonio familiare(a)	25,9	29,0	22,6	25,0
Propensione al risparmio(b)	-	-	12,6	8,2
Indicatore sintetico di rinuncia(c):				
alimentari di base	64,5	62,5	58,5	55,1
abbigliamento e calzature	47,6	47,9	39,7	39,4

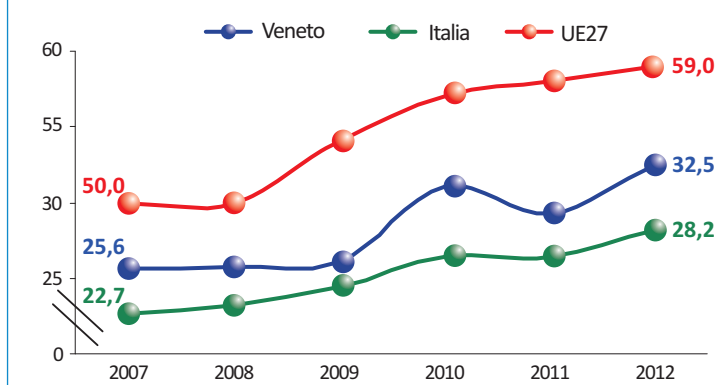
(a) % sul totale famiglie che dichiarano di non aver risparmiato.

(b) Quota del risparmio lordo sul reddito disponibile lordo delle famiglie consumatrici. Non è disponibile il dato a livello regionale.

(c) 0 se si rinuncia a qualità/quantità; 100 se si acquista come o più di prima.

(*) Per gli indicatori sull'autoconsumo e i mutui l'ultimo anno di riferimento è il 2010, mentre per la propensione al risparmio è il 2012.

% PERSONE CHE HANNO ORDINATO/ACQUISTATO VIA INTERNET. VENETO, ITALIA, UE27 - ANNI 2007:2012 (**)



(**) % calcolata sulle persone di almeno 14 anni che hanno usato internet negli ultimi 12 mesi

DIFFICOLTÀ INCONTRATE. VENETO E ITALIA ANNI 2007 E 2011

	Veneto		Italia	
% di famiglie che dichiarano di:	2007	2011	2007	2011
avere arretrati				
nei pagamenti	7,3	9,0	10,7	12,4
mutuo/affitto	7,9	10,6	10,1	13,7
non potersi permettere				
un pasto adeguato	4,7	6,3	6,7	13,2
riscaldare adeguatamente la casa	8,3	13,2	10,7	18,5
una settimana di ferie l'anno	30,9	33,5	39,3	46,8
di far fronte a spese impreviste di 700-800 euro	26,7	26,7	32,9	39,5

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Direzione Sistema Statistico Regionale su dati Eurostat e Istat



Regione del Veneto
 - Vice Presidenza e Assessorato al Territorio,
 alla Cultura, alla Statistica, agli Affari generali
 - Segreteria generale della Programmazione
 - Direzione Sistema statistico regionale
 Rio dei Tre Ponti - Dorsoduro 3494/A
 30123 Venezia
 tel. 041/2792109 fax 041/2792099
 e-mail: statistica@regione.veneto.it
<http://www.regione.veneto.it/web/statistica>

In attuazione alla Legge Regionale n. 8 del 2002, l'Ufficio di Statistica della Regione Veneto raccoglie, analizza e diffonde le informazioni statistiche di interesse regionale. I dati elaborati sono patrimonio della collettività e vengono diffusi con pubblicazioni e tramite il sito internet della Regione Veneto all'indirizzo www.regione.veneto.it/web/statistica.

Si autorizza la riproduzione di testi, tabelle e grafici a fini non commerciali e con la citazione della fonte.

Per approfondimenti: Alessandra Padoan tel. 041/2791333
 Patrizia Veciani tel. 041/2791611