



CAMERA di COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA MONZA BRIANZA

0392807521 – 0392807511

2014: LE REGOLE DEL RISPARMIO DELLE FAMIGLIE LOMBARDE

Spesa mirata: il 49% compra meno per evitare gli sprechi. 1 famiglia su 4 sceglie le promozioni. 1 under 35 su 2 riduce aperitivi e cene fuori

Monza, 3 gennaio 2014. Per il nuovo anno le famiglie lombarde saranno attente al risparmio soprattutto al supermercato. Rispetto all'inizio del 2013, per far quadrare il bilancio, le spese da ridurre, o da contenere, sono soprattutto quelle legate al "carrello": la metà dei lombardi sta più attenta, rispetto al passato, a ridurre gli sprechi di generi alimentari. E la stretta sui consumi si fa sentire proprio sui beni di prima necessità. La metà delle famiglie lombarde non ha un unico punto vendita abituale ma fa la spesa in diversi punti per inseguire il risparmio. E per necessità o per volontà di risparmiare, il 25% delle famiglie opta per i prodotti in promozione, il 10% per i primi prezzi e l'11% per i prodotti a marchio commerciale messi sul mercato dalle grandi catene di distribuzione. Rispetto allo scorso anno, si fanno meno rinunce sul resto del quotidiano: chi "taglia" le uscite fuori, limitandole magari al solo fine settimana, passa dal 29% al 27%. Così come la percentuale di coloro che scelgono di trascorrere più tempo libero in casa (il 9% delle famiglie lombarde contro il 16% dello scorso anno). A ridurre le uscite soprattutto i giovani (circa 1 su 2). È quanto emerge dall'indagine "**Famiglie e fiducia. Monza e Brianza, Lombardia**", realizzata dalla **Camera di Commercio di Monza e Brianza** in collaborazione con DigiCamere.

I risultati dell'indagine per provincia. A Monza e Brianza il 35% delle famiglie sceglie i prodotti in promozione per risparmiare sulla spesa. A Bergamo la percentuale più alta di famiglie che per inseguire il risparmio utilizza più punti vendita (60%). Per far quadrare il bilancio familiare, i milanesi trascorrono più tempo libero in casa (13%) e riducono le cene fuori (37%). È quanto emerge dall'indagine "**Famiglie e fiducia. Monza e Brianza, Lombardia**", realizzata dalla **Camera di Commercio di Monza e Brianza** in collaborazione con DigiCamere.

Considerata la situazione economica della sua famiglia, quali spese intende ridurre per far quadrare il bilancio familiare nei prossimi 6 mesi?	BG	BS	VA	MB	MI	ALTRE	LOMBARDIA
Non ho modificato le mie abitudini	18%	22%	27%	25%	26%	21%	23%
Più tempo libero in casa, da parenti e amici	10%	7%	12%	7%	13%	6%	9%
Riduco gli sprechi, in particolare di generi alimentari	56%	55%	52%	52%	35%	47%	49%
Ho ridotto le cene in pizzeria, ristorante e le consumazioni al bar	27%	28%	22%	19%	37%	29%	27%
Sto più attenta/o ai consumi di elettricità, riscaldamento, telefono	60%	52%	47%	55%	46%	59%	53%
Uso meno l'automobile	12%	13%	16%	17%	17%	12%	15%
Preferisco riparare anzichè sostituire (vestiti, elettrodomestici, mobili, ecc.)	13%	15%	13%	13%	13%	10%	13%

Fonte: Indagine "**Famiglie e fiducia. Monza e Brianza, Lombardia**", realizzata dalla **Camera di Commercio di Monza e Brianza** in collaborazione con DigiCamere

Considerata la situazione economica della sua famiglia, quali spese intende ridurre per far quadrare il bilancio familiare nei prossimi 6 mesi?	LOMBARDIA	giovani (18/35 anni)	adulti (36/50 anni)	maturi (51-60 anni)	anziani (>65 anni)
Non ho modificato le mie abitudini	23%	24%	24%	22%	22%
Più tempo libero in casa, da parenti e amici	9%	15%	13%	5%	3%
Riduco gli sprechi, in particolare di generi alimentari	49%	39%	48%	56%	56%
Ho ridotto le cene in pizzeria, ristorante e le consumazioni al bar	27%	48%	36%	18%	6%
Sto più attenta/o ai consumi di elettricità, riscaldamento, telefono	53%	38%	50%	62%	63%
Uso meno l'automobile	15%	19%	17%	15%	8%
Preferisco riparare anziché sostituire (vestiti, elettrodomestici, mobili, ecc.)	13%	5%	11%	13%	22%

Fonte: Indagine "Famiglie e fiducia. Monza e Brianza, Lombardia", realizzata dalla Camera di Commercio di Monza e Brianza in collaborazione con DigiCamere

Per la spesa domestica (alimentare, detersivi, igiene personale) della sua famiglia utilizza diversi punti vendita?	BG	BS	VA	MB	MI	ALTRE	TOT
No	37%	45%	62%	50%	47%	47%	48%
Sì, per inseguire il risparmio	60%	52%	33%	48%	52%	50%	49%
Sì, per avere maggiore qualità dei prodotti	3%	3%	5%	2%	1%	3%	3%

Fonte: Indagine "Famiglie e fiducia. Monza e Brianza, Lombardia", realizzata dalla Camera di Commercio di Monza e Brianza in collaborazione con DigiCamere

Prevede di cambiare il punto vendita in cui si reca abitualmente per fare la spesa?	BG	BS	VA	MB	MI	ALTRE	TOT
No	70%	70%	66%	64%	78%	83%	72%
Sì, discount	19%	20%	16%	27%	16%	10%	18%
Sì, ipermercati	4%	3%	5%	7%	4%	3%	4%
Sì, venditori ambulanti / mercati rionali	2%	3%	6%	1%	1%	1%	2%
Sì, supermercati	5%	3%	6%	2%	1%	3%	3%

Fonte: Indagine "Famiglie e fiducia. Monza e Brianza, Lombardia", realizzata dalla Camera di Commercio di Monza e Brianza in collaborazione con DigiCamere

Prevede di cambiare i prodotti che acquista abitualmente?	BG	BS	VA	MB	MI	ALTRE	TOT
No	60%	55%	52%	47%	55%	66%	56%
Sì, marchio	11%	8%	7%	9%	19%	11%	11%
Sì, primo prezzo	10%	12%	17%	9%	7%	3%	10%
Sì, promozione	19%	25%	24%	35%	19%	20%	24%

Fonte: Indagine "Famiglie e fiducia. Monza e Brianza, Lombardia", realizzata dalla Camera di Commercio di Monza e Brianza in collaborazione con DigiCamere