

ASCOM Per i vestiti in negozio, per gli alimentari al supermercato

Dove facciamo la spesa?

Se dobbiamo andare a comprare dei vestiti, scegliamo il piccolo negozio; quando invece andiamo a fare la spesa per mangiare, scegliamo supermercati ed ipermercati.

Sono solo alcuni degli aspetti emersi dall'indagine "Consumi e stili di vita nell'area saviglianese", studio voluto dalla Confcommercio cittadina per tracciare un profilo del consumatore medio della nostra zona e valutare i suoi comportamenti di spesa. Sono 554 le persone intervistate (scelte casualmente a Savigliano, Cavallermaggiore e Marene) ad ottobre 2015 dagli studenti della 4ª D e della 4ª H dell'indirizzo "ragionieri" dell'Arimondi-Eula, con la collaborazione del prof. Piero Bertoglio e del dott. Marco Rinaldi, supervisore della ricerca.

Per quanto riguarda l'acquisto di generi alimentari, la grande distribuzione fa la parte del leone: circa l'80% predilige supermercati e ipermercati, soltanto il 6,5% si reca nel negozio sotto casa. I "negozi di prossimità", però, si prendono la rivincita nel settore abbigliamento e calzature: con il 43% delle preferenze tengono testa alla grande distribuzione (scelta per quest'ambito dal 42%). E quando invece i saviglianesi scelgono di non comprare i vestiti nella propria città? La maggioranza (23%) opta per Saluzzo, seguita da Torino (20%) e da Cuneo (15%). Significativa anche la percentuale di coloro che si sono rivolti agli outlet più volte nell'ultimo anno: 40% (il più gettonato è "Mondovicino", scelto dal 55%).



La presentazione dell'indagine: alcune personalità saviglianesi sono state invitate a commentare i dati

Riguardo la situazione economica personale, il 54% degli intervistati la ritiene invariata rispetto a un anno fa, l'11% più sicura e il 35% meno sicura. In questo frangente saltano agli occhi le diminuzioni della spesa in: viaggi (per il 50% delle persone coinvolte), cinema e spettacoli (per il 44%), ristoranti e pizzerie (per il 36%) e attività sportive (per il 38%); ma in generale, per il 40% dei saviglianesi interpel-

lati, negli ultimi 12 mesi la spesa familiare è addirittura aumentata.

Capitolo acquisti on-line. Il 42% non acquista mai via computer, specialmente perché preferisce i canali tradizionali; interessante notare che sotto i 45 anni solo il 25% non compri su internet, mentre sopra i 45 anni la percentuale salga al 60%.

Infine, si nota che il 46% degli intervistati mette la pubblicità

al primo posto tra le fonti d'informazione sui prodotti di marca da acquistare, seguita dal passaparola (43%) e dai volantini dei supermercati (33%).

Gli orari dei negozi vengono giudicati soddisfacenti dal 65% degli interpellati, così come l'offerta di bar e ristoranti (57%). Convince meno la convenienza, insoddisfante per il 55% e soddisfacente per il 39%, mentre la voce "qualità dei prodotti e possibilità di scelta" raccoglie la stessa percentuale di "favorevoli" e "contrari", 48%.

Un capitolo a parte merita la viabilità: usiamo molto l'automobile anche se riteniamo che a Savigliano i parcheggi siano pochi.

La presentazione dei dati è avvenuta lunedì sera nell'ambito dell'Open Day per l'apertura dei nuovi locali Ascom. ●

Matteo Garnerò

"Shooppi" si allarga alle città vicine

A margine della presentazione dell'indagine sulle abitudini di spesa, il presidente dell'Associazione commercianti Agostino Gribaudo ha annunciato che «presto, in un'ottica di sinergia, il progetto "Shooppi" (card e sito on-line, ndr) sarà esteso anche ad altre città vicine. Si tratta di una integrazione tra i negozi di Savigliano e quelli di Cuneo, Saluzzo e Mondovì; successivamente andremo oltre».