

Come, dove e quanto spendiamo?

di piero bertoglio

Situazione economica, spesa familiare, spesa personale, informazione su cosa e dove acquistare, rapporto con la città e i suoi servizi: sono i capitoli in cui sono stati organizzati i risultati dell'indagine su "Consumi e stili di vita nell'area saviglianese" condotta dalla Confcommercio in collaborazione con gli studenti delle classi quarte del corso per ragionieri dell'istituto "Arimondi-Eula", presentati lunedì sera in chiusura dell'Open Day di inaugurazione dei nuovi locali.

Gli studenti si sono trasformati in intervistatori ed hanno raccolto nel mese di ottobre dello scorso anno 554 questionari, i cui dati sono poi stati rielaborati dall'esperto Marco Rinaldi «*per poter tracciare* - dice il direttore dell'Ascom Livio Raballo - *un profilo del consumatore medio nella nostra area, cogliendone i comportamenti di spesa nei vari comparti, con lo scopo di fornire a tutti gli operatori interessati un importante strumento di valutazione dei processi in atto nel tessuto socio-economico e nell'apparato della distribuzione locale*».

Aggiunge il presidente Agostino Gribaudo: «*Si è partiti da una "fotografia" da ripetere ogni anno con le stesse modalità, per poterne valutare così scostamenti e linee di tendenza, con dati e informazioni finora disponibili solo nel "macro", a livello regionale, nazionale o addirittura europeo, ma completamente assenti nel "micro" del nostro territorio*».

Splucchiando tra i risultati ottenuti, alcuni di essi paiono particolarmente significativi o curiosi: come, per esempio, il fatto che il 53% del campione abbia avvertito direttamente o attraverso persone conosciute un peggioramento della condizione lavorativa nell'ultimo anno.



Dallo studio emerge che circa l'80% dei cittadini fa la spesa alimentare nei centri commerciali

Nell'ambito della spesa alimentare la grande distribuzione organizzata recita un ruolo dominante, raccogliendo l'80% delle preferenze, ma con una notevole attenzione alle promozioni (78%).

Diversa la situazione nell'abbigliamento e calzature, dove il 43% degli intervistati sceglie il negozio in città e il 42% la grande distribuzione.

Chi compra fuori Savigliano lo fa per lo più a Saluzzo (23%), Torino (19%) e Cuneo (15%), mentre in generale nell'ultimo anno è superiore la percentuale di coloro che hanno diminuito la spesa rispetto a chi l'ha aumentata in tutti i settori: tecnologia, casa e arredamento, cinema e spettacoli, bar e ristoranti, viaggi, sport fitness e cura della persona.

Fa eccezione solo il consumo di carburanti, complice il calo dei prezzi, dove la percentuale di chi ha aumentato la propria spesa (27%) supera quella di chi l'ha diminuita (16%).

Sugli acquisti online si presenta una barriera anagrafica tra chi ha più o meno di 45 anni: il 42% del campione non fa ac-

quisti su internet, ma il 25% ha meno di 45 anni e il 60% di più.

Tra gli outlet Mondovicino è il più gettonato (54%), mentre tra le fonti di informazione per gli acquisti continua a recitare un ruolo di primo piano la pubblicità (46%), seguita dal sempre efficace passaparola (43%).

Interessanti anche i dati sul rapporto con la città e i suoi servizi: il mezzo di trasporto prevalente continua a essere l'auto (47%), mentre non soddisfa la dotazione di parcheggi (79%); l'accesso al centro è considerato buono da metà degli intervistati e la dotazione di piste ciclabili e di isole pedonali da circa il 40%.

L'offerta commerciale di Savigliano è globalmente buona in termini di orari e qualità e possibilità di scelta, meno come convenienza. I dati nella loro completezza, che saranno messi a disposizione di tutti gli interessati anche attraverso il sito internet dell'Ascom, sono stati commentati "a caldo" dal sindaco Claudio Cussa, dal presidente dell'Ente Manifestazioni Andrea Coletti, dal preside dell'Arimondi-Eula

Luca Martini, dal direttore della Crs Emanuele Regis e dai direttori dei giornali locali Corrado Galletto e Valerio Maccagno.