



astatinfo

Nr. **31**

05/2011

Die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte

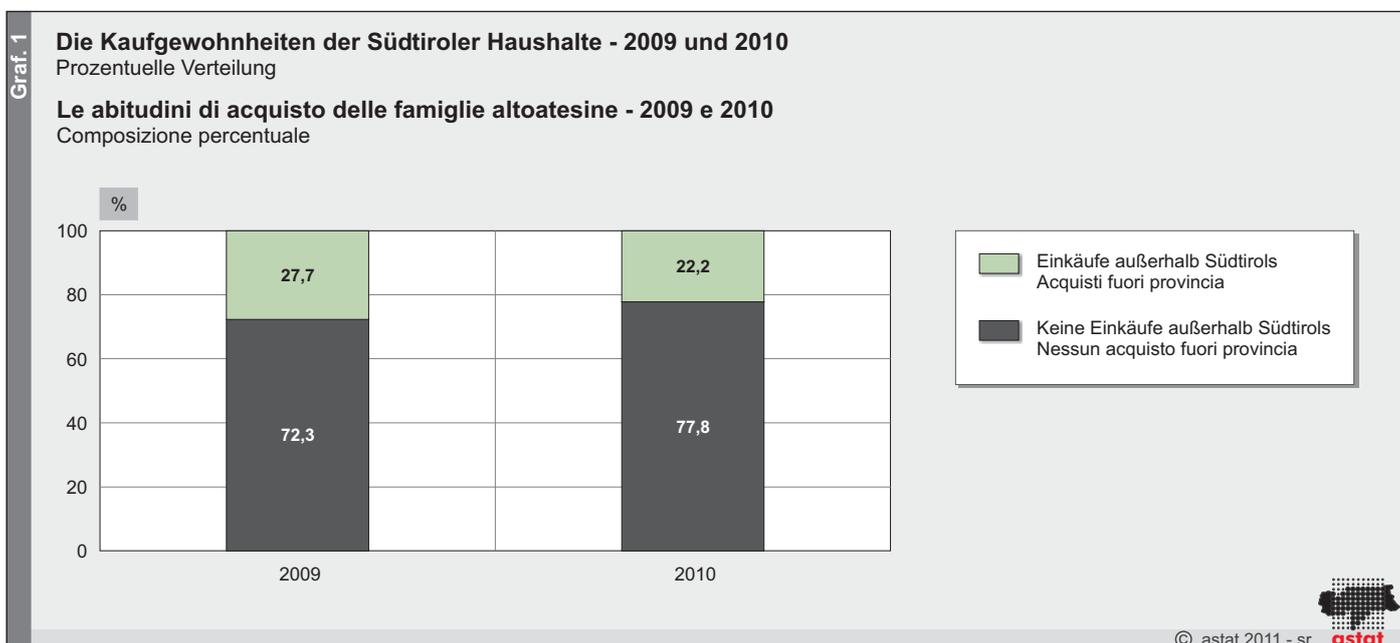
2010

Langsam, aber stetig sinkendes Vertrauen der Verbraucher und sehr unsichere Zukunftsaussichten prägen die derzeitige Wirtschaftslage. Vor diesem Hintergrund ist es besonders wichtig, die Veränderungen der Kaufgewohnheiten der Haushalte Jahr für Jahr zu erfassen. Nur so kann beurteilt werden, ob die vom Wirtschafts- und Sozialsystem umgesetzten Prozesse angemessen sind, um die schwierige Konjunkturlage unter Kontrolle zu bringen.

Le abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine

2010

In un contesto economico caratterizzato da un clima di fiducia dei consumatori in lento ma progressivo deterioramento e in cui le prospettive sul futuro rimangono molto incerte, poter seguire di anno in anno i mutamenti nelle abitudini di acquisto delle famiglie rappresenta un tassello fondamentale per valutare l'adeguatezza dei processi attuati nel sistema economico e sociale locale per arginare la complessa situazione congiunturale.



Wo kaufen die Haushalte ein? In Südtirol oder woanders (dazu zählen auch die Einkäufe über Internet und der Katalogversand)? Wie viel geben sie im Durchschnitt aus und was wird am häufigsten gekauft? Welche Einkaufsstruktur ist bei den Südtirolern am beliebtesten? Diese und weitere Schlüsselfragen beantwortet die *Erhebung zu den Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte*. Bei der Erhebung, die bereits zum sechsten Mal in Folge vom Landesinstitut für Statistik (ASTAT) durchgeführt wurde, sind insgesamt 636 Haushalte erfasst worden.

Seit 2009 weisen die wichtigsten Ergebnisse der Erhebung einen interessanten Trend auf: Die Zahl der Haushalte, die Einkäufe außerhalb Südtirols tätigen, sinkt (-5,5 Prozentpunkte im Vergleich zu 2009), während die durchschnittliche Ausgabenhöhe vor allem bei denjenigen steigt, die regelmäßig außerhalb Südtirols einkaufen (+14,9%). Umgekehrt schränken diejenigen, die nur gelegentlich außerhalb der Landesgrenzen einkaufen, im Jahr 2010 ihre Ausgaben ein (-7,0%). Es zeichnet sich eine Art Kundenbindung hinsichtlich der Einkäufe außerhalb des Landes ab. Wer regelmäßig außerhalb Südtirols einkauft, macht dies auch weiterhin und erhöht dabei den Umfang der Einkäufe (einschließlich der Internet- und Katalogkäufe).

Zur korrekten Interpretation der Ergebnisse sei darauf hingewiesen, dass die Anzahl der Haushalte, die laut Angaben im Ausland einkaufen, stark von der Stichprobe der für die Erhebung berücksichtigten Gemeinden (sprich der Wohnsitzgemeinden der Befragten) abhängt. Diese Auswahl wird Jahr für Jahr im Rahmen der Untersuchung des Istat über den Verbrauch der privaten Haushalte getroffen und für diese Erhebung übernommen. Einflussfaktoren sind auch einige Merkmale der befragten Haushalte wie das Durchschnittsalter der Haushaltsmitglieder und ihre Anzahl. Fallen Grenzgemeinden in die Stichprobe, ist es plausibel, dass der Anteil der Haushalte steigt, die jenseits der Landesgrenzen einkaufen. Dementsprechend wird auch ein großer Haushalt eher dort einkaufen, wo eine größere Auswahl und günstigere Preise der Waren angeboten werden.

Weniger Einkäufe außerhalb Südtirols

Etwas weniger als ein Viertel der Südtiroler Haushalte kauft laut eigenen Angaben im Jahr 2010 außerhalb Südtirols ein. 16,0% der befragten Haushalte fahren gelegentlich zum Einkaufen außer Landes (2009 waren es 21,0%), 6,1% verlassen Südtirol regelmäßig zum Shoppen (7,7% im Vorjahr). Einige Haushalte haben angegeben, dass sie sowohl gelegentlich als auch regelmäßig außerhalb Südtirols einkaufen. Der Rückgang der Einkäufe außerhalb des Landes lässt sich auf zweierlei Weise erklären: Einerseits wurde das Einkaufsangebot in den letzten zwei Jahren in den

Dove effettuano le famiglie i loro acquisti? In Alto Adige o altrove (inclusando anche gli acquisti in internet e da catalogo)? A quanto ammonta l'esborso medio e quali sono gli articoli maggiormente acquistati? Qual'è la struttura commerciale di maggior richiamo per gli altoatesini? Riuscire a rispondere a queste ed altre domande chiave è l'obiettivo dell'*indagine sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine*. Tale indagine, condotta per il sesto anno consecutivo dall'Istituto provinciale di Statistica (ASTAT), ha coinvolto nel 2010 complessivamente 636 famiglie.

A partire dal 2009 i principali risultati dell'indagine presentano un trend particolare: a fronte di un calo del numero di famiglie che si reca fuori provincia per effettuare acquisti (-5,5 punti percentuali rispetto al 2009), aumenta l'esborso medio a trasferta sostenuto soprattutto dagli habitués dello shopping oltre confine (+14,9%). Per contro, coloro che si recano occasionalmente fuori provincia hanno ridotto nel 2010 il loro budget di spesa (-7,0%). Traspare quindi una sorta di fidelizzazione verso gli acquisti oltre confine. Coloro che si recano abitualmente fuori continuano a farlo aumentando il volume degli acquisti (compresi gli acquisti in internet e da catalogo).

Per interpretare correttamente i risultati va considerato che, sulla numerosità delle famiglie che dichiarano di effettuare lo shopping in trasferta, giocano un ruolo fondamentale i comuni campione che di anno in anno vengono selezionati per partecipare alla concomitante indagine Istat sui Consumi delle famiglie e che sono quindi i comuni di residenza delle famiglie rispondenti. Determinanti sono anche le caratteristiche delle famiglie intervistate, quali l'età media dei componenti ed il numero degli stessi. Se nel campione ricadono comuni prossimi ai confini provinciali è plausibile che la percentuale di famiglie che si spinge oltre confine per fare shopping aumenti. Allo stesso modo una famiglia numerosa ricerca luoghi che offrano una gamma diversificata di articoli, in termini di assortimento e prezzi convenienti, dove effettuare i propri acquisti.

In calo gli acquisti fuori provincia

Nel 2010 poco meno di un quarto delle famiglie altoatesine ha dichiarato di aver effettuato acquisti fuori provincia. Il 16,0% delle famiglie intervistate ha effettuato prevalentemente acquisti occasionali (erano il 21,0% nel 2009), mentre il 6,1% ha varcato regolarmente i confini provinciali per fare shopping (7,7% l'anno precedente). Alcuni nuclei familiari hanno segnalato di aver effettuato sia acquisti occasionali sia acquisti ripetuti fuori provincia. La riduzione degli acquisti fuori provincia può avere una duplice spiegazione. Da un lato nell'ultimo biennio si è assistito ad un

größeren Gemeinden, vor allem Bozen und Meran, erweitert und Marken, die es davor nur außerhalb Südtirols gab, finden sich jetzt auch hier. Andererseits hängt der Rückgang der Einkaufsfahrten mit dem Gesamt rückgang des Verbrauchs der Haushalte zusammen, deren Kaufkraft aufgrund der aktuellen Wirtschaftslage sinkt - eine Entwicklung, die zu durchdachteren und sparsameren Kaufentscheidungen geführt hat.

ampliamento dell'offerta commerciale che ha interessato soprattutto i grandi comuni della Provincia, quali Bolzano e Merano, con l'arrivo di marchi prima presenti solo oltre confine. Dall'altro la riduzione delle trasferte si accompagna alla contrazione complessiva dei consumi delle famiglie le quali, a causa della situazione economica contingente, devono fare i conti con una caduta del loro potere di acquisto, caduta che le ha portate a fare scelte di acquisto più oculate e parsimoniose.

Tab. 1

Haushalte, Durchschnittsalter der Bezugsperson und durchschnittliche Anzahl der Haushaltsmitglieder nach Kaufgewohnheit - 2010

Famiglie, età media della persona di riferimento e numero medio di componenti familiari per abitudine di acquisto - 2010

	Haushalte Famiglie %	Alter der Bezugsperson Età della persona di riferimento	Anzahl der Haushaltsmitglieder Numero dei componenti familiari	
		Mittelwert Valore medio	Mittelwert Valore medio	
Keine Einkäufe außerhalb von Südtirol	77,8	58	2,3	Nessun acquisto fuori provincia
Gelegentliche Einkäufe außerhalb von Südtirol	(a) 16,0	46	2,9	Acquisti occasionali fuori provincia
Mehrmalige, wiederholte Einkäufe außerhalb von Südtirol	(a) 6,1	44	2,9	Acquisti ripetuti fuori provincia
Insgesamt	100,0	55	2,4	Totale

(a) Haushalte mit Einkäufen außerhalb Südtirols können diese gelegentlich und/oder mehrmals tätigen und deshalb in beide der oben genannten Kategorien (gelegentliche und mehrmalige Einkäufe) fallen. Aus diesem Grund weicht die Summe der prozentuellen Verteilung von 100% ab.
Le famiglie possono effettuare acquisti al di fuori della provincia di Bolzano una volta e/o più volte e pertanto possono rientrare contemporaneamente in entrambe le casistiche menzionate sopra (acquisti occasionali e acquisti ripetuti). Per questo motivo la somma della composizione percentuale può non essere uguale al 100%.

Besonders die jungen Haushalte shoppen gerne jenseits der Landesgrenzen

Es sind weiterhin hauptsächlich die jungen Haushalte, in denen die Bezugsperson jünger als 40 Jahre ist und einen Mittelschul-, Oberschul- oder Universitätsabschluss besitzt, die außerhalb Südtirols einkaufen. Die kleinen Haushalte, deren Bezugsperson ungefähr 60 Jahre alt ist, kaufen dagegen am liebsten in der näheren Umgebung zur Wohnung ein.

Le famiglie giovani prediligono lo shopping fuori provincia

I nuclei familiari giovani, in cui la persona di riferimento ha un'età inferiore ai 40 anni e possiede un diploma di scuola media superiore o di laurea, si confermano i principali sostenitori della pratica dello shopping fuori provincia. I nuclei familiari piccoli, in cui la persona di riferimento ha un'età media prossima ai 60 anni, preferiscono invece effettuare gli acquisti nelle vicinanze di casa.

Haushalte nach Kaufgewohnheit, Altersklasse, Familienstand und Studententitel der Bezugsperson - 2010

Prozentuelle Verteilung

Famiglie per abitudine di acquisto, classe di età, stato civile e titolo di studio della persona di riferimento - 2010

Composizione percentuale

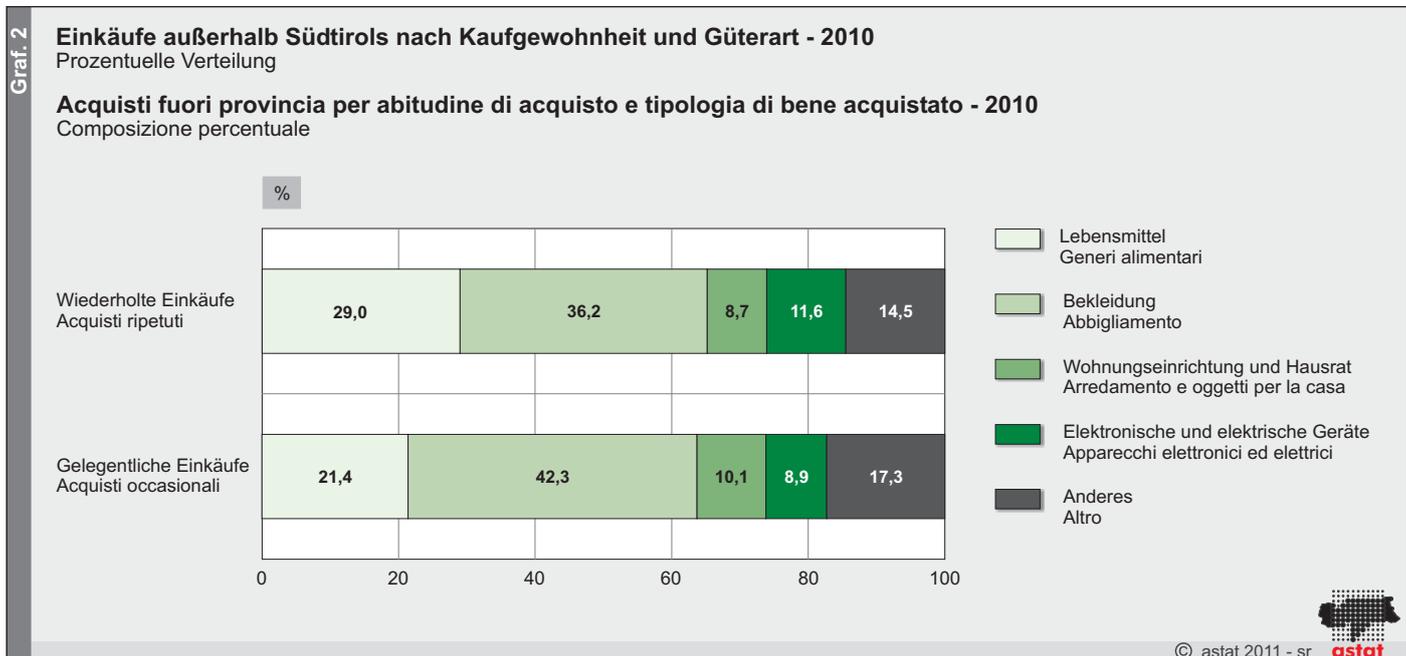
SOZIODEMOGRAPHISCHE MERKMALE DER BEZUGSPERSON	Einkäufe außerhalb Südtirols Acquisti fuori provincia		CARATTERISTICHE SOCIODEMOGRAFICHE DELLA PERSONA DI RIFERIMENTO
	Nein/No	Ja/Sì	
Altersklassen (Jahre)			Classi di età (anni)
16-40	61,1	38,9	16-40
41-65	74,6	25,4	41-65
über 65	95,0	5,0	oltre i 65
Familienstand			Stato civile
Ledig	73,4	26,6	Celibe/nubile
Verheiratet	73,7	26,3	Coniugato/a
Getrennt	95,7	4,3	Separato/a
Geschieden	81,0	19,0	Divorziato/a
Verwitwet	92,6	7,4	Vedovo/a
Studententitel			Titolo di studio
Grundschulabschluss	95,2	4,8	Licenza elementare
Mittelschulabschluss	80,6	19,4	Licenza media
Fachdiplom	73,2	26,8	Diploma di qualifica
Matura	62,9	37,1	Diploma di maturità
Doktorat oder Universitätsdiplom	66,7	33,3	Laurea o diploma universitario
Insgesamt	77,8	22,2	Totale

Außerhalb Südtirols wird vor allem Bekleidung gekauft

Fuori provincia si acquistano *in primis* capi di abbigliamento

Die Südtiroler kaufen außer Landes vor allem Bekleidung ein. Sehr beliebt sind weiters, sowohl bei denen, die gelegentlich jenseits der Landesgrenzen einkaufen, als auch bei denen, die dies regelmäßig tun, *Lebensmittel* und andere Güter (besonders Spielzeug, Bücher, Reinigungs- und Körperpflegeprodukte). An vierter Stelle nach Beliebtheit liegen bei den Personen, die regelmäßig außerhalb Südtirols einkaufen, die *elektronischen und elektrischen Geräte*, an fünfter

Gli altoatesini continuano a recarsi fuori provincia soprattutto per acquistare capi di abbigliamento. A seguire, le scelte di acquisto sia degli occasionali sia degli abituarini dello shopping in trasferta ricadono - in ordine di preferenza - sui *Generi alimentari* e su altre tipologie di beni (in particolare giocattoli, libri, articoli per la pulizia della casa e la cura della persona). Gli *Apparecchi elettronici ed elettrici* si collocano al quarto posto nella lista delle preferenze degli habitués dello



Stelle die *Wohnungseinrichtung und der Hausrat*. Bei den gelegentlichen „Auswärtskäufern“ ist die Reihenfolge der beiden eben genannten Güterkategorien umgekehrt.

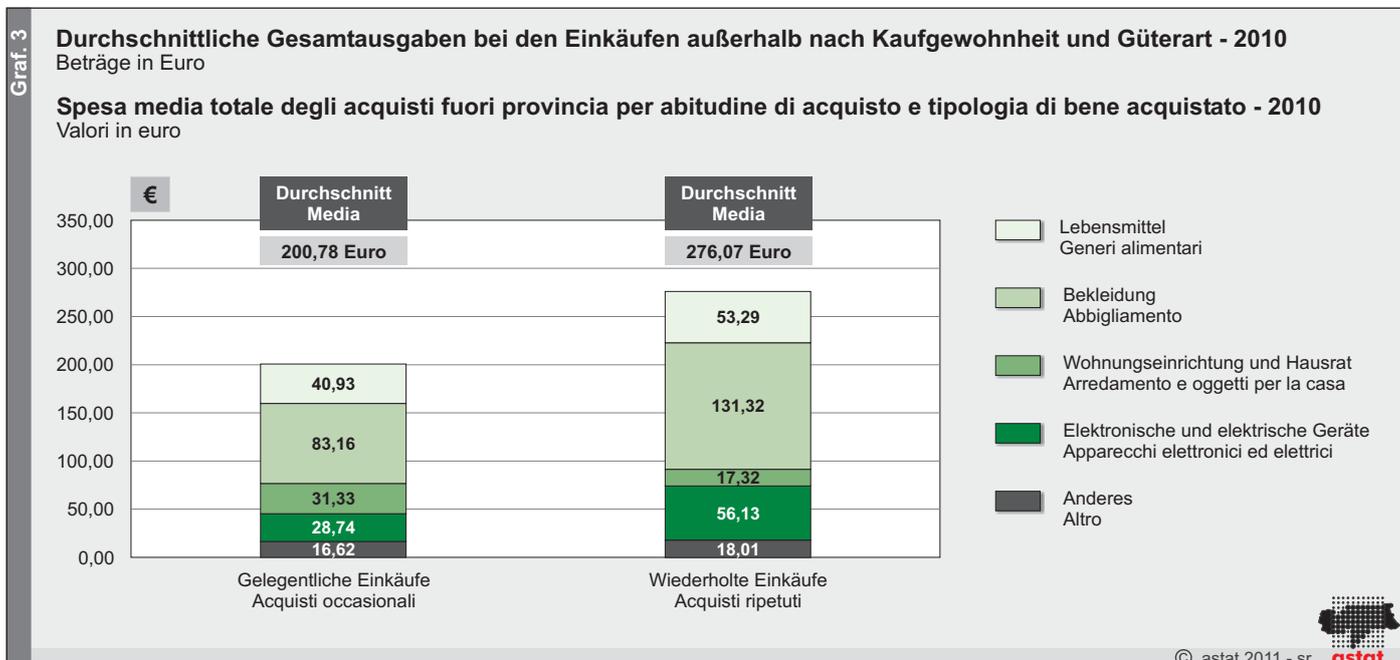
shopping oltre confine, seguiti dagli articoli di arredamento e oggettistica per la casa. L'ordine di preferenza riguardo queste ultime due categorie di beni è invertito per coloro che si recano occasionalmente fuori provincia a fare shopping.

Gegenläufige Entwicklung der durchschnittlichen Ausgaben pro Einkaufsfahrt

Während die Ausgaben derjenigen, die regelmäßig außerhalb Südtirols einkaufen, im Vergleich zu 2009 deutlich gestiegen sind (auf **276 Euro** je Einkaufsfahrt gegenüber 240 Euro im Vorjahr), sind jene der Haushalte, die gelegentlich außer Landes einkaufen etwas gesunken (von 215 Euro im Jahr 2009 auf **200 Euro** 2010). Auch 2010 wird das meiste Geld für Bekleidung und Lebensmittel ausgegeben. Deutlich weniger geben die gelegentlichen Auswärtskäufer für Einrichtung und Hausrat aus und die, die regelmäßig außerhalb des Landes einkaufen, für *elektronische und elektrische Geräte*. Die Kaufentscheidungen spiegeln klar wider, dass die Haushalte noch die Folgen der Wirtschaftskrise verspüren: Aus diesem Grund geben sie ihr Geld vor allem für Bedarfsartikel aus und sparen bei den Sekundärgütern.

Andamenti contrastanti per la spesa media a trasferta

Rispetto al 2009, mentre la spesa media degli habitués dello shopping fuori provincia è aumentata in modo consistente (attestandosi sui **276 euro** a trasferta contro i 240 euro dell'anno precedente), il budget investito dalle famiglie altoatesine che si recano fuori provincia occasionalmente è diminuito (**200 euro** nel 2010 e 215 euro nel 2009). Anche nel 2010 le risorse maggiori sono state spese per l'acquisto di capi di abbigliamento e, in secondo luogo, di generi alimentari. A grande distanza in termini di risorse investite si collocano - nel caso degli acquisti occasionali - gli articoli di arredamento e l'oggettistica per la casa e - nel caso degli acquisti ripetuti - gli *Apparecchi elettronici ed elettrici*. Anche dagli orientamenti di spesa emerge chiaramente come le famiglie stiano ancora risentendo degli effetti della crisi economica: per tale motivo esse continuano a destinare le loro risorse principalmente all'acquisto di beni di prima necessità investendo quote contenute sui beni secondari.



Die günstigsten Preise beeinflussen die Kaufentscheidungen

Die Haushalte kaufen schon immer dort ein, wo sie die Möglichkeit haben, etwas zu sparen. 56,1% der

I prezzi più convenienti influenzano le scelte di acquisto

Da sempre le famiglie si recano ad effettuare i propri acquisti dove intravedono la possibilità di risparmiare.

befragten Haushalte geben an, dass die Aussicht auf günstigere Preise der Hauptgrund für die Einkäufe außerhalb Südtirols ist. Die Auswahl, d.h. die Möglichkeit, aus einer größeren Angebotspalette von Gütern derselben Art zu wählen, spielt für 30,9% der Haushalte eine wichtige Rolle. Ein höherer Qualitätsstandard der Produkte und das Vorhandensein von zusätzlichen Diensten (Parkplatz, Garantie, Fachberatung) sind nur für 13,0% der Haushalte ausschlaggebend für die Kaufentscheidungen. Qualität, Auswahl und Zusatzdienste beeinflussen die Kaufentscheidungen der Südtiroler stärker als im Jahr 2009. Dies bestätigt, dass die Haushalte trotz eines kleineren Budgets nicht auf Mindeststandards bei Qualität und Service verzichten wollen.

Per il 56,1% dei nuclei familiari intervistati la possibilità di ottenere prezzi più vantaggiosi è la motivazione principale che li spinge a recarsi fuori provincia per lo shopping. L'assortimento, e quindi la disponibilità di una gamma più vasta di articoli dello stesso tipo fra i quali scegliere, viene considerato rilevante per il 30,9% delle famiglie, mentre l'offerta di articoli con uno standard qualitativo più elevato e la presenza di numerosi servizi accessori (vedasi parcheggi, garanzie, consigli specializzati) sono stati menzionati come elementi determinanti delle scelte di acquisto dal 13,0% delle famiglie. Rispetto al 2009 qualità, assortimento e servizi hanno accresciuto la loro importanza nell'influenzare le scelte di acquisto degli altoatesini a riprova del fatto che - nonostante il budget di spesa sia più limitato - non si vuole rinunciare a standard minimi, sia qualitativi sia di servizio.

Tab. 3

Einkäufe außerhalb Südtirols nach Kaufkriterium und Güterart - 2010

Prozentuelle Verteilung

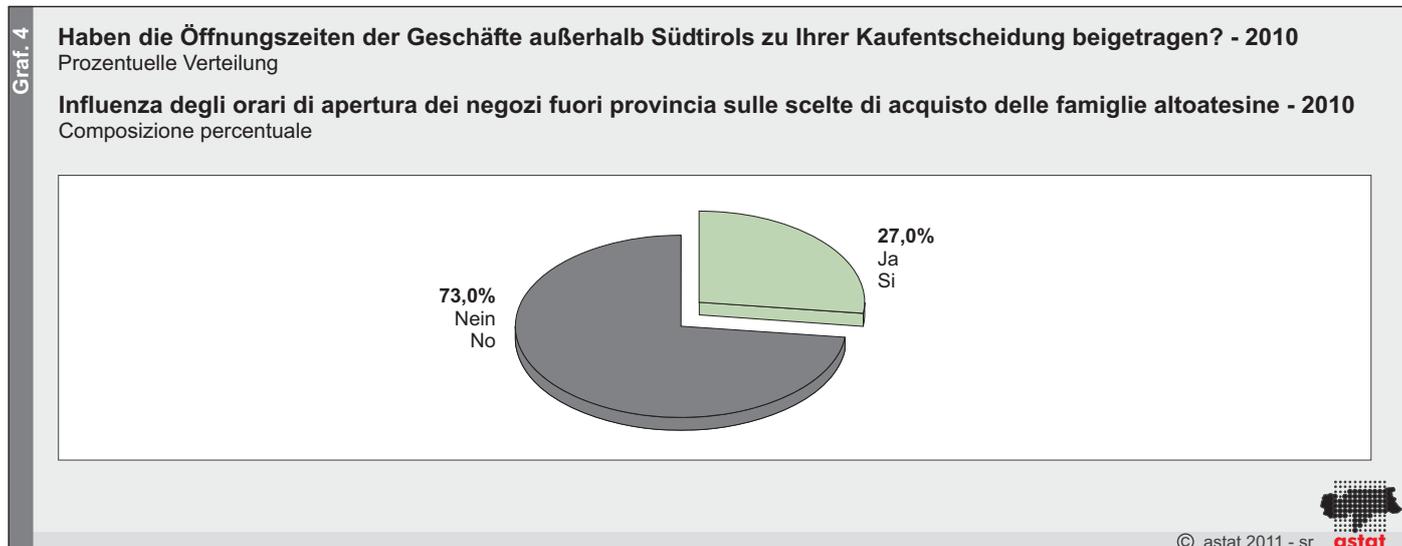
Acquisti fuori provincia per motivazione dell'acquisto e tipologia di bene acquistato - 2010

Composizione percentuale

GÜTERART	Qualität Qualità	Auswahl Assortimento	Preis Prezzo	Service Servizi	Insgesamt Totale	TIPOLOGIA DI BENE ACQUISTATO
Lebensmittel	14,8	27,9	54,1	3,3	100,0	Generi alimentari
Bekleidung	3,5	29,8	62,3	4,4	100,0	Abbigliamento
Wohnungseinrichtung und Hausrat	12,0	36,0	52,0	-	100,0	Arredamento e oggetti per la casa
Elektronische und elektrische Geräte	4,3	34,8	52,2	8,7	100,0	Apparecchi elettronici ed elettrici
Anderes	15,4	33,3	46,2	5,1	100,0	Altro
Insgesamt	8,8	30,9	56,1	4,2	100,0	Totale

Für mehr als ein Viertel der befragten Haushalte (27,0%) spricht die Flexibilität bezüglich Öffnungszeiten und -tagen (durchgehende oder sonntägliche Öffnungszeiten) für Einkäufe außerhalb Südtirols.

Per più di un quarto dei nuclei familiari intervistati (27,0%), la flessibilità nelle giornate e negli orari di apertura dei negozi (orario continuato, aperture domenicali) gioca a favore degli acquisti fuori provincia.

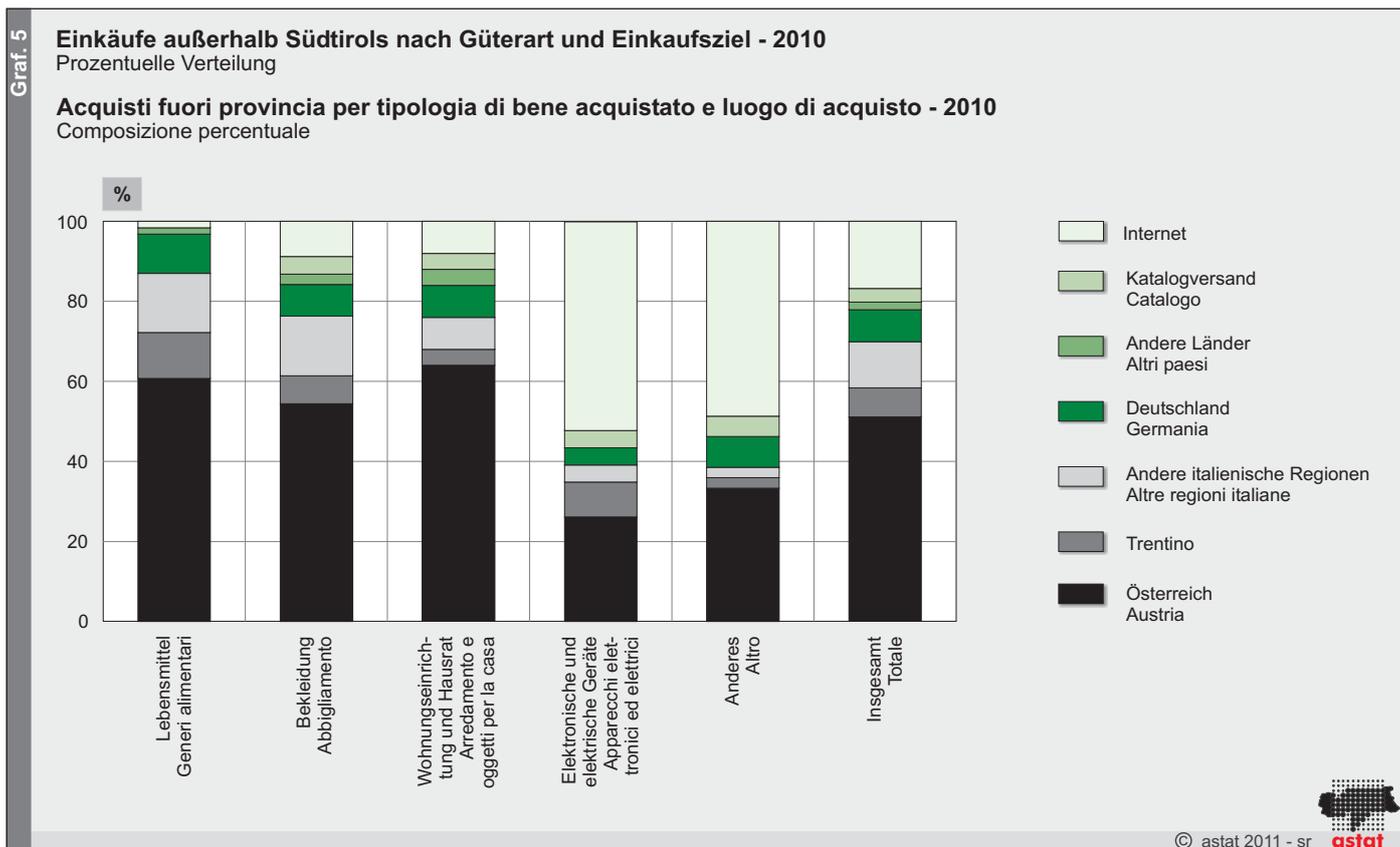


Starker Zuwachs bei den Online-Einkäufen

Eine Einkaufsmöglichkeit, die auch in Südtirol immer mehr Fuß fasst, ist der elektronische Handel. *E-Commerce* bietet die Möglichkeit, zwischen zahlreichen Produkten und den günstigsten Preisen zu wählen, ohne die eigenen vier Wände zu verlassen. Die Einkäufe über Internet sind auf Erfolgskurs und liegen in der Reihung der beliebtesten Einkaufsziele mit 16,8% (6,8% im Jahr 2009) auf Platz zwei hinter *Österreich* (51,1%), dem Einkaufsziel der Südtiroler schlechthin, und vor den *anderen italienischen Regionen* (11,5%).

Grande balzo in avanti dello shopping sul web

Un fenomeno che sta prendendo sempre più piede anche in ambito locale è il commercio elettronico. L'*e-commerce*, ovvero il canale attraverso il quale è possibile scegliere fra una vasta gamma di articoli senza muoversi di casa e spuntando prezzi vantaggiosi sta avendo un grande successo e, con il 16,8% delle preferenze (6,8% nel 2009), si colloca al secondo posto dietro l'*Austria* (51,1% delle preferenze), meta per eccellenza degli altoatesini, andando così a superare le *Altre regioni italiane* (11,5%).



Außerhalb Südtirols kaufen die Haushalte am liebsten in Einkaufszentren ein. Die großen Einkaufsstrukturen bieten sich für die meisten Einkäufe sehr gut an. Für den Einkauf von elektronischen und elektrischen Geräten und anderen Gütern wie Spielzeug, Büchern, Reinigungs- und Körperpflegeprodukten bevorzugen die Befragten Internetangebote, Bekleidung kaufen sie vorwiegend in Fachgeschäften. Beim Erzeuger oder Großhändler besorgen die Südtiroler Haushalte hauptsächlich Lebensmittel, aus dem Katalog wählen sie die Wohnungseinrichtung und den Hausrat aus.

Il centro commerciale si conferma il luogo preferito dagli altoatesini per lo shopping fuori provincia. Le grandi strutture commerciali sono un forte richiamo per la maggior parte degli acquisti. Se per l'acquisto di apparecchiature elettroniche ed elettriche e per le altre tipologie di beni quali giocattoli, libri, articoli per la pulizia della casa e la cura della persona si prediligono le offerte che si possono trovare in rete, per gli acquisti di capi di abbigliamento è ancora forte il richiamo del negozio specializzato. Dal produttore o all'ingrosso si acquistano in prevalenza generi alimentari, mentre da catalogo si comperano articoli di arredamento ed oggettistica per la casa.

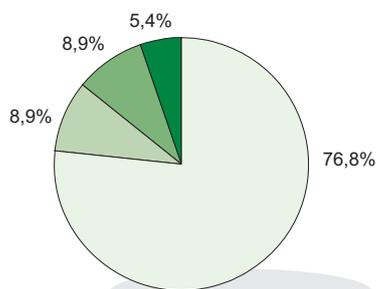
Haushalte, die außerhalb Südtirols Einkäufe tätigen nach bevorzugtem Geschäftstyp und Güterart - 2010

Prozentuelle Verteilung

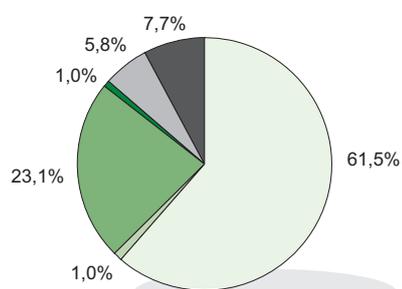
Famiglie che effettuano acquisti fuori provincia per canale di acquisto preferito e tipologia di bene acquistato - 2010

Composizione percentuali

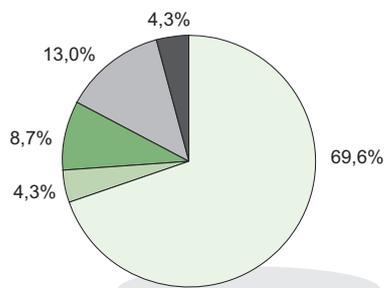
**Lebensmittel
Generi alimentari**



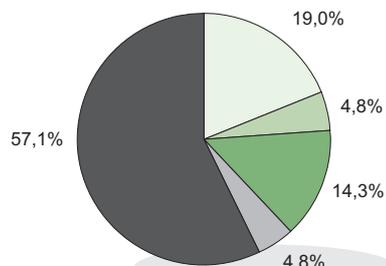
**Bekleidung
Abbigliamento**



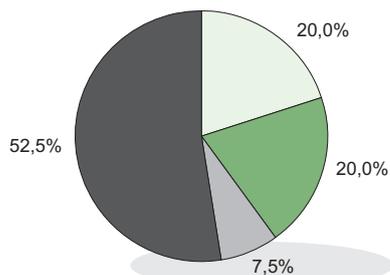
**Wohnungseinrichtung und Hausrat
Arredamento e oggetti per la casa**



**Elektronische und elektrische Geräte
Apparecchi elettronici ed elettrici**



**Anderes
Altro**



-  Einkaufszentren
Centro commerciale
-  Großhandel
Commercio all'ingrosso
-  Spezialisiertes Fachgeschäft
Negozio specializzato
-  Direkt vom Hersteller
Direttamente dal produttore
-  Katalogversand
Acquisto da catalogo
-  Internet

Methodische Aspekte

Die *Erhebung über die Kaufgewohnheiten der Südtiroler Haushalte* wurde vom ASTAT in Zusammenarbeit mit den Gemeinden Südtirols, die auch an der ISTAT-Erhebung zum Konsumverhalten der Haushalte für das Jahr 2010 beteiligt waren, durchgeführt. Die Haushalte werden im Rahmen eines persönlichen Interviews (face to face) befragt und so wird das Kaufverhalten der Südtiroler Haushalte ermittelt. Die an der Erhebung zum Konsumverhalten teilnehmenden Haushalte werden nach dem Zufallsprinzip aus dem Melderegister der Stichprobengemeinden gezogen, wobei das Stichprobenverfahren des Istat angewandt wird, das die Anzahl und den Wohnort der Haushalte berücksichtigt und somit die Repräsentativität der Daten auf Landesebene gewährleistet.

Es handelt sich um eine Erhebung, die monatlich durchgeführt wird, wobei die Befragung jene Einkäufe betrifft, die jeweils in den drei Monaten vor der Befragung getätigt wurden.

Nota metodologica

L'*Indagine sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine* è stata curata dall'Astat in collaborazione con i Comuni della provincia di Bolzano interessati dall'indagine Istat sui Consumi delle famiglie per l'anno 2010. Attraverso le interviste face to face realizzate dai rilevatori presso le stesse famiglie che hanno partecipato alla rilevazione sui consumi, è stato possibile tracciare un quadro sulle abitudini di acquisto delle famiglie altoatesine. Si rammenta che le famiglie che partecipano all'indagine sui Consumi vengono estratte in modo casuale dalle liste anagrafiche dei comuni campione, rispettando il disegno di campionamento previsto da Istat, il quale tiene conto della numerosità e della zona di residenza del nucleo familiare al fine di garantire la rappresentatività dei dati su scala provinciale.

Si tratta di una rilevazione condotta mensilmente nella quale viene chiesto di fornire indicazione in merito agli acquisti effettuati nei tre mesi precedenti la data dell'intervista.

Ivonne Miotti