

Per ciascuna delle voci elencate di seguito indichi se nell'anno corrente il suo consumo è umentato, rimasto uguale o diminuito rispetto all'anno precedente

Generi alimentari
 Abbigliamento
 Elettrodomestici
 Arredamento
 Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi
 Libri/Giornali/Periodici
 Sport/Cura del corpo
 Cultura (teatro, cinema, musei)

Variazione dei consumi 2001-2002

Questionario nazionale - Gennaio 2003

Variazione dei consumi 2001-2002: distribuzione delle risposte per insiemi territoriali

Gen. 2003 Grandi Città - Variazione dei consumi 2001-2002

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	34.7	61.0	4.3	(795)
Abbigliamento	25.9	44.5	29.6	(788)
Elettrodomestici	25.7	43.4	30.9	(780)
Arredamento	21.2	47.0	31.8	(786)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	32.4	43.5	24.1	(783)
Libri/Giornali/Periodici	30.8	60.5	8.7	(786)
Sport/Cura del corpo	26.7	58.6	14.7	(780)
Cultura (teatro, cinema, musei)	28.2	47.1	24.7	(785)

N = 796

Gen. 2003 Torino - Variazione dei consumi 2001-2002

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	30.0	63.9	6.1	(1122)
Abbigliamento	26.2	41.5	32.2	(1106)
Elettrodomestici	14.7	53.1	32.2	(1106)
Arredamento	16.2	52.6	31.3	(1098)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	31.8	49.4	18.8	(1094)
Libri/Giornali/Periodici	35.2	53.8	11.0	(1106)
Sport/Cura del corpo	23.0	56.0	21.0	(1089)
Cultura (teatro, cinema, musei)	29.2	51.1	19.7	(1098)

N = 1124

Gen. 2003 Area Metropolitana - Variazione dei consumi 2001-2002

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	28.9	66.2	4.9	(1501)
Abbigliamento	26.3	42.8	30.9	(1484)
Elettrodomestici	14.2	54.0	31.8	(1481)
Arredamento	15.5	52.9	31.6	(1470)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	33.8	47.0	19.2	(1459)
Libri/Giornali/Periodici	33.6	55.2	11.2	(1481)
Sport/Cura del corpo	23.4	55.1	21.4	(1459)
Cultura (teatro, cinema, musei)	25.0	53.7	21.3	(1478)

N = 1513

Gen. 2003 Provincia - Variazione dei consumi 2001-2002

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	28.8	65.6	5.6	(1805)
Abbigliamento	26.0	39.9	34.2	(1786)
Elettrodomestici	15.5	53.8	30.7	(1780)
Arredamento	15.0	54.2	30.8	(1762)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	33.4	46.3	20.3	(1752)
Libri/Giornali/Periodici	30.3	57.8	11.8	(1760)
Sport/Cura del corpo	22.2	56.5	21.2	(1726)
Cultura (teatro, cinema, musei)	24.0	52.6	23.4	(1752)

N = 1815

Gen. 2003 Piemonte - Variazione dei consumi 2001-2002

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	30.0	65.2	4.8	(2317)
Abbigliamento	25.2	43.5	31.2	(2304)
Elettrodomestici	16.2	50.7	33.1	(2271)
Arredamento	15.1	49.7	35.3	(2248)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	30.9	48.5	20.6	(2261)
Libri/Giornali/Periodici	27.5	62.1	10.3	(2275)
Sport/Cura del corpo	22.4	55.2	22.4	(2237)
Cultura (teatro, cinema, musei)	21.8	54.2	24.1	(2249)

N = 2346

Gen. 2003 Nord Ovest - Variazione dei consumi 2001-2002

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	28.8	67.2	4.0	(2518)
Abbigliamento	23.5	44.7	31.8	(2508)
Elettrodomestici	16.8	51.8	31.4	(2477)
Arredamento	15.3	51.4	33.3	(2465)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	33.0	48.3	18.7	(2468)
Libri/Giornali/Periodici	26.7	63.9	9.4	(2485)
Sport/Cura del corpo	19.8	59.8	20.4	(2457)
Cultura (teatro, cinema, musei)	20.1	55.0	24.9	(2463)

N = 2540

Gen. 2003 Triangolo Industriale - Variazione dei consumi 2001-2002

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	30.0	66.0	4.1	(3111)
Abbigliamento	23.2	46.0	30.8	(3104)
Elettrodomestici	17.4	50.5	32.1	(3081)
Arredamento	13.6	51.7	34.7	(3069)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	29.9	50.2	19.9	(3083)
Libri/Giornali/Periodici	26.3	64.5	9.2	(3089)
Sport/Cura del corpo	19.2	58.7	22.1	(3077)
Cultura (teatro, cinema, musei)	19.2	56.2	24.6	(3082)

N = 3138

Gen. 2003 Nord - Variazione dei consumi 2001-2002

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	31.6	64.0	4.4	(4506)
Abbigliamento	25.0	44.6	30.5	(4492)
Elettrodomestici	18.2	50.0	31.8	(4451)
Arredamento	15.2	50.9	33.9	(4433)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	31.2	49.6	19.1	(4457)
Libri/Giornali/Periodici	27.4	63.0	9.6	(4457)
Sport/Cura del corpo	20.6	57.2	22.1	(4442)
Cultura (teatro, cinema, musei)	20.3	55.5	24.2	(4446)

N = 4543

Gen. 2003 Italia - Variazione dei consumi 2001-2002

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	37.0	59.0	3.9	(5513)
Abbigliamento	28.9	42.0	29.1	(5528)
Elettrodomestici	18.8	51.8	29.4	(5490)
Arredamento	16.9	50.7	32.4	(5457)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	33.0	45.7	21.3	(5493)
Libri/Giornali/Periodici	29.1	59.7	11.2	(5504)
Sport/Cura del corpo	24.8	55.6	19.6	(5473)
Cultura (teatro, cinema, musei)	22.8	52.3	24.9	(5493)

N = 5569

Variazione dei consumi 2002-2003**Questionario nazionale - Gennaio 2004****Variazione dei consumi 2002-2003: distribuzione delle risposte per insiemi territoriali****Gen. 2004 Grandi Città - Variazione dei consumi 2002-2003**

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	33.2	59.3	7.5	(843)
Abbigliamento	20.9	36.5	42.6	(847)
Elettrodomestici	17.7	45.5	36.8	(832)
Arredamento	16.8	45.3	37.9	(819)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	30.6	45.6	23.8	(829)
Libri/Giornali/Periodici	23.0	57.6	19.4	(827)
Sport/Cura del corpo	17.1	50.1	32.8	(809)
Cultura (teatro, cinema, musei)	17.2	47.1	35.7	(812)

N = 856

Gen. 2004 Torino - Variazione dei consumi 2002-2003

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	37.6	54.5	8.0	(996)
Abbigliamento	24.3	32.9	42.8	(964)
Elettrodomestici	15.7	48.8	35.5	(925)
Arredamento	11.6	44.9	43.5	(920)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	32.1	44.3	23.6	(929)
Libri/Giornali/Periodici	34.4	51.8	13.9	(954)
Sport/Cura del corpo	19.9	54.3	25.8	(897)
Cultura (teatro, cinema, musei)	22.2	51.0	26.8	(920)

N = 1002

Gen. 2004 Area Metropolitana - Variazione dei consumi 2002-2003

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	34.4	56.7	8.9	(1406)
Abbigliamento	23.6	35.1	41.3	(1380)
Elettrodomestici	14.8	47.3	37.9	(1339)
Arredamento	12.0	44.5	43.4	(1327)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	30.7	46.2	23.0	(1341)
Libri/Giornali/Periodici	28.4	55.0	16.7	(1364)
Sport/Cura del corpo	19.8	53.3	26.9	(1314)
Cultura (teatro, cinema, musei)	19.6	48.8	31.6	(1333)

N = 1416

Gen. 2004 Provincia - Variazione dei consumi 2002-2003

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	31.6	60.1	8.3	(1771)
Abbigliamento	21.3	36.1	42.6	(1749)
Elettrodomestici	14.1	45.1	40.7	(1697)
Arredamento	11.0	45.2	43.8	(1672)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	28.6	47.8	23.6	(1700)
Libri/Giornali/Periodici	25.5	57.6	16.9	(1719)
Sport/Cura del corpo	16.8	55.4	27.7	(1664)
Cultura (teatro, cinema, musei)	17.2	49.7	33.1	(1688)

N = 1795

Gen. 2004 Piemonte - Variazione dei consumi 2002-2003

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	31.1	60.7	8.2	(2319)
Abbigliamento	19.7	36.5	43.8	(2294)
Elettrodomestici	14.0	45.1	40.9	(2242)
Arredamento	11.9	45.4	42.7	(2216)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	28.6	48.6	22.8	(2241)
Libri/Giornali/Periodici	25.3	58.6	16.1	(2266)
Sport/Cura del corpo	16.2	54.6	29.2	(2197)
Cultura (teatro, cinema, musei)	14.8	49.8	35.4	(2218)

N = 2356

Gen. 2004 Nord Ovest - Variazione dei consumi 2002-2003

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	29.9	62.1	8.0	(2701)
Abbigliamento	18.5	39.4	42.1	(2679)
Elettrodomestici	14.0	45.6	40.5	(2622)
Arredamento	13.4	43.2	43.4	(2598)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	26.2	50.6	23.2	(2621)
Libri/Giornali/Periodici	22.5	60.3	17.2	(2647)
Sport/Cura del corpo	15.3	54.5	30.3	(2584)
Cultura (teatro, cinema, musei)	13.4	50.7	36.0	(2613)

N = 2732

Gen. 2004 Triangolo Industriale - Variazione dei consumi 2002-2003

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	31.3	61.9	6.7	(3339)
Abbigliamento	20.3	40.6	39.2	(3335)
Elettrodomestici	15.0	45.9	39.1	(3268)
Arredamento	12.7	44.5	42.9	(3225)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	28.1	48.8	23.1	(3261)
Libri/Giornali/Periodici	21.1	63.1	15.8	(3284)
Sport/Cura del corpo	15.9	54.1	29.9	(3233)
Cultura (teatro, cinema, musei)	14.6	50.7	34.7	(3237)

N = 3378

Gen. 2004 Nord - Variazione dei consumi 2002-2003

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	32.5	60.3	7.2	(4525)
Abbigliamento	21.3	38.5	40.1	(4506)
Elettrodomestici	15.5	45.7	38.8	(4414)
Arredamento	13.3	44.4	42.3	(4339)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	28.6	47.3	24.0	(4403)
Libri/Giornali/Periodici	21.9	61.8	16.3	(4443)
Sport/Cura del corpo	17.0	52.8	30.2	(4371)
Cultura (teatro, cinema, musei)	15.2	51.0	33.9	(4387)

N = 4570

Gen. 2004 Italia - Variazione dei consumi 2002-2003

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	39.6	53.2	7.2	(5495)
Abbigliamento	26.5	35.6	37.9	(5503)
Elettrodomestici	18.5	42.6	38.9	(5394)
Arredamento	13.9	44.6	41.5	(5330)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	31.0	42.6	26.4	(5397)
Libri/Giornali/Periodici	24.8	55.2	19.9	(5437)
Sport/Cura del corpo	19.4	50.3	30.3	(5362)
Cultura (teatro, cinema, musei)	17.9	48.5	33.6	(5363)

N = 5555

Variazione dei consumi 2003-2004

Questionario nazionale - Gennaio 2005

Variazione dei consumi 2003-2004: distribuzione delle risposte per insiemi territoriali

Gen. 2005 Grandi Città - Variazione dei consumi 2003-2004

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	29.3	59.0	11.7	(693)
Abbigliamento	19.3	30.6	50.1	(699)
Elettrodomestici	16.7	31.5	51.8	(683)
Arredamento	12.0	36.5	51.5	(654)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	24.7	45.5	29.8	(688)
Libri/Giornali/Periodici	19.3	61.1	19.6	(685)
Sport/Cura del corpo	17.8	46.0	36.2	(675)
Cultura (teatro, cinema, musei)	11.4	49.1	39.5	(682)

N = 706

Gen. 2005 Torino - Variazione dei consumi 2003-2004

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	27.0	63.5	9.5	(1045)
Abbigliamento	20.9	33.9	45.2	(1038)
Elettrodomestici	12.0	48.6	39.5	(1011)
Arredamento	12.8	45.3	41.9	(1006)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	25.2	48.3	26.5	(1012)
Libri/Giornali/Periodici	23.7	60.1	16.2	(1041)
Sport/Cura del corpo	15.2	51.9	32.9	(988)
Cultura (teatro, cinema, musei)	16.1	50.2	33.7	(1007)

N = 1081

Gen. 2005 Area Metropolitana - Variazione dei consumi 2003-2004

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	27.5	63.7	8.8	(1471)
Abbigliamento	20.7	37.2	42.1	(1456)
Elettrodomestici	13.7	46.4	40.0	(1421)
Arredamento	12.9	43.4	43.7	(1411)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	27.4	47.8	24.9	(1422)
Libri/Giornali/Periodici	24.6	59.0	16.5	(1457)
Sport/Cura del corpo	17.0	51.8	31.2	(1388)
Cultura (teatro, cinema, musei)	15.4	50.4	34.2	(1416)

N = 1500

Gen. 2005 Provincia - Variazione dei consumi 2003-2004

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	26.4	64.0	9.6	(1823)
Abbigliamento	20.1	37.9	41.9	(1801)
Elettrodomestici	12.6	44.7	42.7	(1763)
Arredamento	12.1	43.1	44.8	(1743)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	28.5	47.4	24.1	(1742)
Libri/Giornali/Periodici	23.0	60.5	16.5	(1790)
Sport/Cura del corpo	16.4	51.7	31.9	(1713)
Cultura (teatro, cinema, musei)	14.3	52.3	33.4	(1743)

N = 1853

Gen. 2005 Piemonte - Variazione dei consumi 2003-2004

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	27.6	62.2	9.8	(2354)
Abbigliamento	18.6	40.5	40.9	(2364)
Elettrodomestici	14.6	43.8	41.7	(2313)
Arredamento	15.1	42.0	42.9	(2296)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	26.3	48.6	25.1	(2287)
Libri/Giornali/Periodici	21.5	62.0	16.5	(2316)
Sport/Cura del corpo	16.3	55.5	28.3	(2253)
Cultura (teatro, cinema, musei)	15.4	50.8	33.8	(2275)

N = 2400

Gen. 2005 Nord Ovest - Variazione dei consumi 2003-2004

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	25.4	64.2	10.4	(2588)
Abbigliamento	16.4	37.6	46.0	(2578)
Elettrodomestici	16.0	40.2	43.8	(2557)
Arredamento	14.9	37.4	47.8	(2540)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	25.2	48.2	26.5	(2536)
Libri/Giornali/Periodici	18.5	62.8	18.8	(2559)
Sport/Cura del corpo	14.0	53.1	32.9	(2493)
Cultura (teatro, cinema, musei)	12.2	48.8	39.0	(2531)

N = 2640

Gen. 2005 Triangolo Industriale - Variazione dei consumi 2003-2004

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	25.8	66.1	8.0	(3023)
Abbigliamento	17.2	38.1	44.8	(2997)
Elettrodomestici	16.1	38.9	45.0	(2980)
Arredamento	14.9	37.8	47.3	(2966)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	24.5	45.2	30.4	(2970)
Libri/Giornali/Periodici	19.0	64.3	16.7	(2992)
Sport/Cura del corpo	16.1	51.7	32.3	(2930)
Cultura (teatro, cinema, musei)	11.4	49.9	38.7	(2962)

N = 3054

Gen. 2005 Nord - Variazione dei consumi 2003-2004

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	28.3	63.6	8.1	(3541)
Abbigliamento	19.3	36.6	44.0	(3529)
Elettrodomestici	15.6	39.9	44.5	(3484)
Arredamento	14.3	38.7	47.0	(3457)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	25.9	44.8	29.3	(3484)
Libri/Giornali/Periodici	20.9	62.0	17.1	(3501)
Sport/Cura del corpo	16.3	51.9	31.8	(3447)
Cultura (teatro, cinema, musei)	12.1	49.4	38.4	(3472)

N = 3583

Gen. 2005 Sud - Variazione dei consumi 2003-2004

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	41.4	49.7	8.9	(572)
Abbigliamento	27.7	34.3	38.0	(572)
Elettrodomestici	15.0	35.9	49.1	(560)
Arredamento	15.0	36.6	48.3	(532)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	29.0	37.3	33.7	(555)
Libri/Giornali/Periodici	15.8	57.4	26.9	(560)
Sport/Cura del corpo	20.9	38.3	40.8	(556)
Cultura (teatro, cinema, musei)	15.0	41.7	43.3	(552)

N = 580

Gen. 2005 Italia - Variazione dei consumi 2003-2004

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	aumentato	uguale	diminuito	
Generi alimentari	33.9	56.9	9.3	(4684)
Abbigliamento	21.5	35.3	43.2	(4678)
Elettrodomestici	15.0	39.0	46.0	(4609)
Arredamento	13.4	40.1	46.5	(4502)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	25.0	43.4	31.6	(4586)
Libri/Giornali/Periodici	18.2	60.6	21.2	(4622)
Sport/Cura del corpo	16.7	48.3	35.1	(4552)
Cultura (teatro, cinema, musei)	12.6	47.9	39.5	(4578)

N = 4745

Variazione dei consumi 2004-2005

Attenzione! A partire dall'indagine di Gennaio 2006 la domanda è stata posta con una diversa formulazione: "Per ciascuna delle voci elencate di seguito indichi se nel 2005 ha dovuto fare delle rinunce oppure ha potuto permettersi qualcosa in più rispetto al 2004".

Questionario nazionale - Gennaio 2006

Variazione dei consumi 2004-2005: distribuzione delle risposte per insiemi territoriali

Gen. 2006 Grandi Città - Variazione dei consumi 2004-2005

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	qualche rinuncia	nessun cambiamento	qualcosa in più	
Generi alimentari	22.8	76.1	1.2	(679)
Abbigliamento	60.4	36.2	3.4	(690)
Elettrodomestici	36.9	57.7	5.4	(664)
Arredamento	44.4	52.4	3.2	(683)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	31.0	57.8	11.2	(664)
Libri/Giornali/Periodici	20.2	72.7	7.1	(675)
Sport/Cura del corpo	37.4	60.0	2.6	(662)
Cultura (teatro, cinema, musei)	43.6	52.5	3.9	(672)

N = 713

Gen. 2006 Torino - Variazione dei consumi 2004-2005

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	qualche rinuncia	nessun cambiamento	qualcosa in più	
Generi alimentari	17.4	79.7	2.9	(955)
Abbigliamento	54.2	39.0	6.8	(984)
Elettrodomestici	32.2	59.2	8.6	(962)
Arredamento	36.8	57.4	5.8	(964)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	29.1	58.4	12.5	(955)
Libri/Giornali/Periodici	19.5	69.2	11.3	(958)
Sport/Cura del corpo	36.9	55.6	7.5	(954)
Cultura (teatro, cinema, musei)	39.6	55.9	4.6	(970)

N = 1014

Gen. 2006 Area Metropolitana - Variazione dei consumi 2004-2005

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	qualche rinuncia	nessun cambiamento	qualcosa in più	
Generi alimentari	17.8	78.9	3.3	(1342)
Abbigliamento	53.2	39.5	7.3	(1368)
Elettrodomestici	32.3	59.1	8.6	(1343)
Arredamento	37.8	55.7	6.5	(1336)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	29.3	58.5	12.3	(1326)
Libri/Giornali/Periodici	19.4	71.1	9.5	(1329)
Sport/Cura del corpo	37.1	56.1	6.8	(1336)
Cultura (teatro, cinema, musei)	38.3	57.0	4.7	(1348)

N = 1412

Gen. 2006 Provincia - Variazione dei consumi 2004-2005

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	qualche rinuncia	nessun cambiamento	qualcosa in più	
Generi alimentari	16.6	80.8	2.5	(1630)
Abbigliamento	51.2	42.1	6.8	(1682)
Elettrodomestici	31.1	61.4	7.4	(1638)
Arredamento	35.4	58.4	6.2	(1638)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	29.5	58.2	12.3	(1612)
Libri/Giornali/Periodici	23.1	68.1	8.9	(1623)
Sport/Cura del corpo	37.1	57.0	5.9	(1627)
Cultura (teatro, cinema, musei)	37.8	57.4	4.7	(1641)

N = 1724

Gen. 2006 Piemonte - Variazione dei consumi 2004-2005

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	qualche rinuncia	nessun cambiamento	qualcosa in più	
Generi alimentari	14.8	82.5	2.6	(2293)
Abbigliamento	51.5	43.2	5.3	(2368)
Elettrodomestici	32.0	60.4	7.7	(2283)
Arredamento	34.6	59.3	6.0	(2271)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	28.1	59.9	12.0	(2254)
Libri/Giornali/Periodici	21.6	71.9	6.5	(2245)
Sport/Cura del corpo	33.4	61.3	5.3	(2230)
Cultura (teatro, cinema, musei)	38.2	57.7	4.1	(2276)

N = 2453

Gen. 2006 Nord Ovest - Variazione dei consumi 2004-2005

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	qualche rinuncia	nessun cambiamento	qualcosa in più	
Generi alimentari	16.7	80.6	2.7	(2611)
Abbigliamento	52.8	41.7	5.6	(2681)
Elettrodomestici	32.7	59.8	7.5	(2579)
Arredamento	35.6	57.6	6.8	(2575)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	27.9	60.0	12.1	(2568)
Libri/Giornali/Periodici	22.2	70.2	7.7	(2558)
Sport/Cura del corpo	33.9	60.6	5.4	(2535)
Cultura (teatro, cinema, musei)	38.7	57.4	3.9	(2600)

N = 2775

Gen. 2006 Triangolo Industriale - Variazione dei consumi 2004-2005

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	qualche rinuncia	nessun cambiamento	qualcosa in più	
Generi alimentari	15.8	81.6	2.6	(3165)
Abbigliamento	48.6	44.1	7.3	(3236)
Elettrodomestici	30.3	60.9	8.8	(3144)
Arredamento	33.1	60.0	6.8	(3132)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	27.6	61.1	11.3	(3087)
Libri/Giornali/Periodici	18.9	72.1	9.0	(3091)
Sport/Cura del corpo	32.5	62.0	5.5	(3095)
Cultura (teatro, cinema, musei)	37.6	56.7	5.7	(3109)

N = 3307

Gen. 2006 Nord - Variazione dei consumi 2004-2005

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	qualche rinuncia	nessun cambiamento	qualcosa in più	
Generi alimentari	15.7	81.6	2.6	(3527)
Abbigliamento	49.6	43.8	6.6	(3603)
Elettrodomestici	30.4	61.7	7.9	(3506)
Arredamento	33.1	59.6	7.3	(3503)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	26.5	61.5	12.0	(3457)
Libri/Giornali/Periodici	18.3	72.4	9.3	(3463)
Sport/Cura del corpo	32.7	61.9	5.4	(3476)
Cultura (teatro, cinema, musei)	36.1	58.4	5.4	(3491)

N = 3672

Gen. 2006 Sud - Variazione dei consumi 2004-2005

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	qualche rinuncia	nessun cambiamento	qualcosa in più	
Generi alimentari	23.9	74.0	2.1	(654)
Abbigliamento	65.3	27.5	7.2	(679)
Elettrodomestici	41.0	51.6	7.3	(653)
Arredamento	46.3	45.5	8.2	(664)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	34.5	52.6	12.9	(646)
Libri/Giornali/Periodici	27.1	64.9	8.0	(641)
Sport/Cura del corpo	39.1	57.2	3.8	(649)
Cultura (teatro, cinema, musei)	42.5	52.5	4.9	(653)

N = 698

Gen. 2006 Italia - Variazione dei consumi 2004-2005

Modalità	Frequenza percentuale			Casi validi
	qualche rinuncia	nessun cambiamento	qualcosa in più	
Generi alimentari	19.2	78.4	2.4	(4737)
Abbigliamento	56.9	37.2	5.9	(4855)
Elettrodomestici	35.9	57.1	7.0	(4705)
Arredamento	40.5	52.8	6.6	(4735)
Telefonia/Personal Computer/Hi-Fi	30.9	57.1	12.0	(4650)
Libri/Giornali/Periodici	22.2	69.9	7.9	(4642)
Sport/Cura del corpo	37.7	58.2	4.2	(4671)
Cultura (teatro, cinema, musei)	40.0	55.1	4.9	(4698)

N = 4981