

**Il costo
della spesa nel bimestrale
“Vendite Flash”**

Sommario

- Come si calcola l'indice del costo della spesa
- L'indice dei prezzi alla Laspeyres
 - Un confronto
- La interazione fra prezzi e quantità
- Le differenze fra un indice dei prezzi al consumo e un indice del costo della spesa
 - Le abitudini di consumo
 - Il mix qualitativo
 - I prezzi di listino
 - Il livello del prezzo e il dettaglio geografico, ecc..

Cos'è l'indice del costo della spesa

- A partire dai dati di fatturato e volume riferiti a oltre 600 prodotti si costruiscono indici di fatturato e di quantità.
- Nasce un deflatore implicito delle vendite (costo della spesa)
 - Con un portato informativo aggiuntivo rispetto all'indice dei prezzi al consumo perché tiene conto dei mutamenti nelle abitudini di consumo
- Sintetizza l'interazione tra le politiche di *pricing* della GDO e le scelte del consumatore
- Incorpora:
 - I cambiamenti nel paniere di prodotti acquistato delle famiglie
 - Lo spostamento lungo la scala di prezzo (dai primi prezzi, ai prodotti a marchio commerciale e ai prodotti di marca).

Come si calcola

1/2

L'indice del costo della spesa si ottiene depurando la dinamica del fatturato

$${}_0I_t^F = \frac{\sum_i p_{ti} q_t}{\sum_i p_{0i} q_0}$$

indice semplice

attraverso un indice delle quantità

$${}_0I_t^Q = \frac{\sum_i \frac{q_t}{q_0} p_{0i} q_0}{\sum_i p_{0i} q_0} = \frac{\sum_i p_{0i} q_t}{\sum_i p_{0i} q_0}$$

indice di Laspeyres

Come si calcola



2/2

Ottenendo un deflatore implicito delle vendite, un indice che misura il costo della spesa del consumatore

$${}_0I_t^P = \frac{\sum_i p_{ti} q_t}{\sum_i p_{0i} q_0} \cdot \frac{1}{\frac{\sum_i p_{0i} q_t}{\sum_i p_{0i} q_0}} = \frac{\sum_i p_{ti} q_t}{\sum_i p_{0i} q_t}$$

indice di Paasche

Le caratteristiche

- L'indice del costo della spesa per costruzione misura il costo del “carrello della spesa” acquistato nel momento corrente (q_t) ai prezzi del periodo base (p_0)

- Individua i mutamenti delle quantità acquistate dai consumatori  delle abitudini di consumo
 - » Orientamenti (preferenze per cibi naturali, dietetici o freschi..., apprezzamento di cibi esotici)
 - » Spostamento verso merceologie con minor crescita dei prezzi

L'indice di prezzo alla Laspeyres

- Alternativamente è possibile calcolare l'indice di prezzo Laspeyres, con base fissa e ponderazione fissa:

$${}_0I_t^L = \frac{\sum_i \frac{p_t}{p_0} p_0 q_0}{\sum_i p_0 q_0} = \frac{\sum_i p_t^* q_0}{\sum_i p_0^* q_0}$$

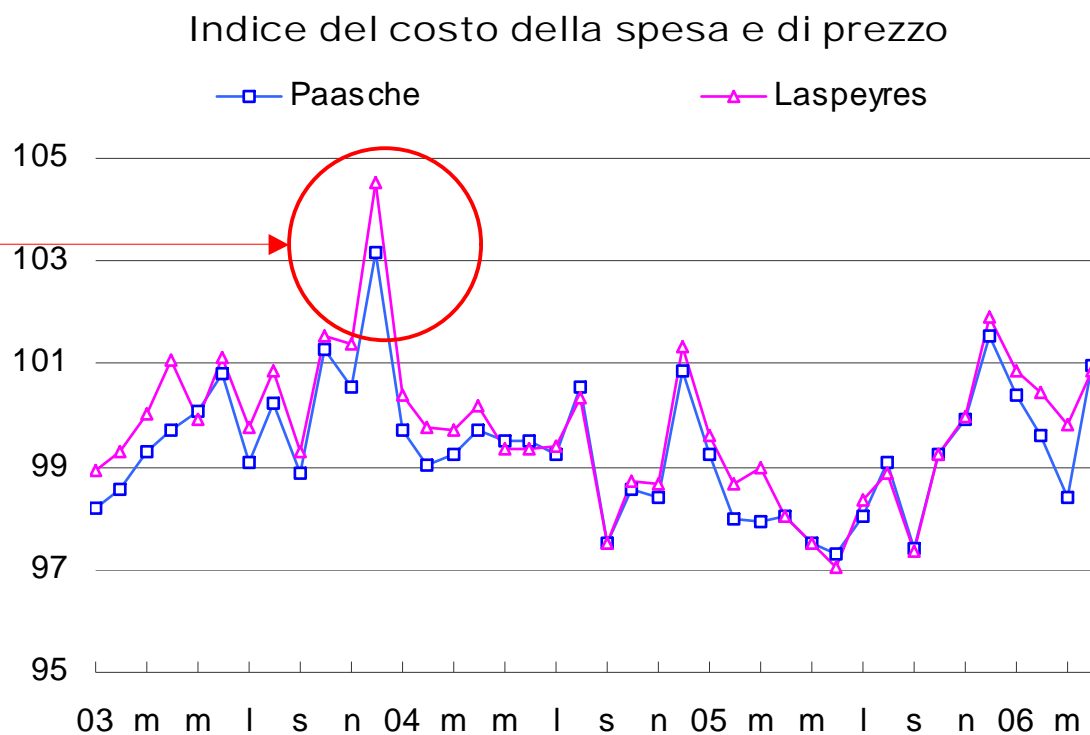
- L'indice di prezzo misura l'andamento del costo di un “carrello della spesa tipo” fotografato in un certo istante nel tempo (anno base)
- A parità di quantità acquistate riflette solo l'andamento dei prezzi

Gli indici a confronto

1/3

Scostamenti fra le due misure informano circa i cambiamenti nelle scelte di consumo

Se le famiglie si spostano verso prodotti con minore inflazione il costo della spesa cresce meno dell'indice dei prezzi e viceversa



Gli indici a confronto

2/3

- Il segno dello scostamento tra l'andamento del costo della spesa e dell'indice di prezzo comunica la direzione con cui opera la sostituzione (se da/verso prodotti a bassa/alta inflazione)
- L'entità dello scostamento indica la velocità del cambiamento
- Maggiore è la sostituzione di prodotti ad elevata inflazione con prodotti a minore inflazione, più ampia è la differenza tra andamento dei prezzi e andamento della spesa.
- In condizioni normali, quando i prezzi aumentano la spesa tende a crescere a ritmi inferiori rispetto ai prezzi.

Gli indici a confronto

3/3

Un esempio:

due misurazioni della dinamica inflazionistica nei punti vendita della GDO in Emilia-Romagna.

La cura della casa – i prezzi di listino salgono del 3%, ma il costo della spesa diminuisce (-0.6%).

Le famiglie hanno smesso di comperare quei prodotti che hanno subito i rincari maggiori (si riscontra una contemporanea contrazione delle quantità) per i quali si rivolgono ad altri canali (discount).

Il costo della spesa della GDO in Emilia-Romagna ⁽¹⁾ Var % tendenziali

	II bimestre 2006	
	prezzi	costo della spesa
LCC	1,8	1,7
alimentare	2,1	2,0
bevande	1,5	1,4
freddo	-1,4	-1,3
fresco	0,1	0,1
drogheria alimentare	4,3	4,2
cura degli animali	3,5	3,4
cura della casa	3,1	-0,6
cura della persona	-0,6	-0,6

⁽¹⁾ Ipermercati e Supermercati.

RCost

Fonte: elaborazioni REF su dati Indagini di mercato

Effetto dei prezzi sulle quantità

Costo della spesa e dei volumi della GDO in Emilia-Romagna ⁽¹⁾

Var % tendenziali

	II bimestre 2006		
	prezzi	costo della spesa	volumi a rete omogenea
LCC	1,8	1,7	-4,0
alimentare	2,1	2,0	-3,8
bevande	1,5	1,4	-3,4
freddo	-1,4	-1,3	-4,4
fresco	0,1	0,1	-0,7
drogheria alimentare	4,3	4,2	-5,7
cura degli animali	3,5	3,4	-4,0
cura della casa	3,1	-0,6	-4,9
cura della persona	-0,6	-0,6	-3,1

⁽¹⁾ Ipermercati e Supermercati.

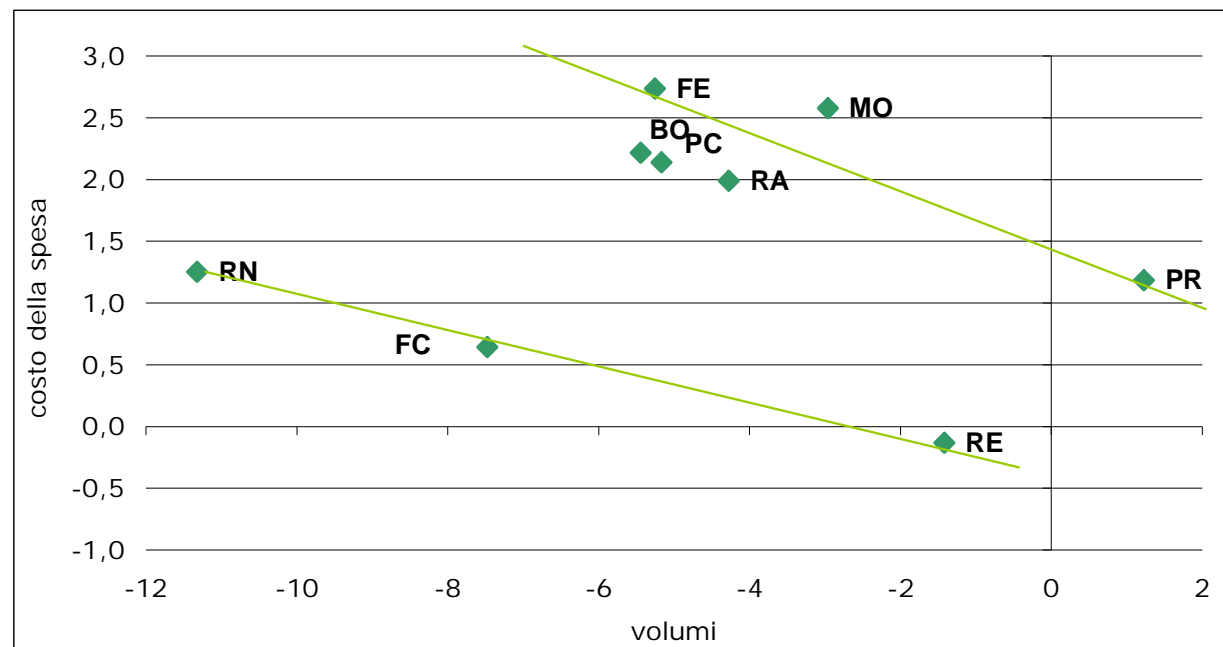
Fonte: elaborazioni REF su dati Indagini di mercato

- Relazione negativa, nel breve periodo, tra prezzi e volumi intermediati. Nei reparti dove i prezzi crescono di più si sperimentano le riduzioni più forti dei volumi.
- Dal confronto fra i diversi indici emergono anche altri comportamenti di consumo → *cura della casa*

Correlazione prezzi-quantità

- La correlazione è negativa anche a livello provinciale.
- Le province che hanno sperimentato gli incrementi più consistenti in termini di prezzo hanno subito le riduzioni più forti in termini di quantità intermedie.
- La risposta dei volumi alle variazioni dei prezzi, però, non è proporzionale

Volumi e costo della spesa nelle province
var% tendenziali II bimestre 2006



Fonte: elaborazioni REF su dati Indagini di mercato

L'indagine Istat sui prezzi al consumo

- I numeri indici dei prezzi al consumo misurano le variazioni nel tempo dei prezzi di un **paniere rappresentativo di beni e servizi**
- I numeri indici dei prezzi al consumo misurano la variazione pura dei prezzi
- Il numero indice rappresenta una misura relativa e non assoluta della variazione di prezzo intercorsa tra due periodi, uno dei quali è scelto come base

Le differenze che aggiungono informazione

- Nonostante l'indice Istat dei prezzi e l'indice del costo della spesa descrivano il medesimo fenomeno, sono costruiti con differenti metodologie e sono basati su differenti rilevazioni di dati
- Questo insieme di differenze permettono di ottenere ancor più informazioni dall'analisi congiunta dei due indicatori.

Le differenze

- Le unità elementari
 - I cambiamenti del mix qualitativo
- La struttura di ponderazione
 - I cambiamenti nelle abitudini di consumo
 - Lo spostamento su merceologie sostitutive
- Il dettaglio geografico
 - Esiste convergenza dei prezzi? (dinamiche e livelli)
- La copertura dei punti vendita
 - La GDO traina le dinamiche di prezzo?

Le informazioni

Indice Istat dei prezzi

- Il paniere include sia beni che servizi acquistabili dalle sole famiglie sull'intero territorio economico del paese, a prescindere dalla tipologia del punto vendita.
- Nel confronto con il costo della spesa si estrae un paniere merceologico omogeneo (LCC)
- Rilevazione mensile centralizzata e territoriale

Indice del costo della spesa

- Include i beni del Largo Consumo Confezionato riconducibili ai reparti:
 - Bevande
 - Drogheria alimentare
 - Fresco
 - Freddo
 - Pet care
 - Cura casa
 - Cura persona
- Commercializzati nella GDO (supermercati e ipermercati)
→ *Scanner data*

L'aggregato LCC...alcuni esempi

[01] Drogheria Alimentare

come somma di:

- [0101] Prodotti Forno e Cereali
- [0102] Fuori Pasto Dolci
- [0103] Fuori Pasto Salati
- [0104] Specialità Etniche
- [0105] Olio Aceto Succo Limone
- [0106] Conserve Animali
- [0107] Conserve Vegetali e Frutta
- [0108] Insaporitori
- [0109] Sughi, salse e Condimenti
- [0110] Pane e Sostitutivi
- [0111] Preparati e Piatti Pronti
- [0112] Prodotti Dietetici
- [0113] Cibi Infanzia
- [0114] Preparati Bevande Calde
- [0115] Pasta
- [0116] Riso
- [0117] Ingredienti Base
- [0118] Latticini UHT e Assimilabili
- [0119] Spalmabili Dolci
- [0120] Ricorrenze

[03] Fresco

come somma di:

- [0301] Formaggi
 - [0302] Yogurt
 - [0303] Freschi Dolci
 - [0304] Latte e Panna Fresca
 - [0305] Condimenti Freschi
 - [0306] Salumi
 - [0307] Precotti
 - [0308] Altri Prodotti Freschi
 - [0309] Piatti Pronti/specialità
 - [0310] Pasta Fresca
 - [0311] Uova Fresche
- ## **[04] Freddo**
- come somma di:*
- [0401] Gelati
 - [0402] Surgelati

[05] Cura Casa

come somma di:

- [0501] Detergenti Superfici
 - [0502] Commodities
 - [0503] Detergenti Stoviglie
 - [0504] Usa e Getta
 - [0505] Accessori
 - [0506] Deodoranti Per Ambienti
 - [0507] Insetticidi
 - [0508] Detergenza Bucato
 - [0509] Cura Tessuti
- ## **[06] Cura Persona**
- come somma di:*
- [0601] Igiene Sanitari
 - [0602] Igiene Personale
 - [0603] Prima Infanzia
 - [0604] Igiene Orale
 - [0605] Rasatura e depilazione
 - [0606] Capelli
 - [0607] Corpo-mani-piedi
 - [0608] Viso
 - [0609] Profumeria o Cosmesi

Le unità elementari

1/3

Indice Istat dei prezzi

- In ogni punto vendita viene selezionato il prodotto che, tra tutti quelli che corrispondono alle caratteristiche definite dall'istat, è “**il più venduto**”.
- Il prodotto **più venduto** viene specificato come referenza ossia univocamente identificato
.....► Si ottiene un prezzo modale

Indice del costo della spesa

- Gli scanner data comprendono tutte le referenze che vengono lette dal lettore ottico delle casse.
- L'indice viene costruito utilizzando per ciascuna referenza (olio d'oliva, caffè tostato, vino rosso doc, ecc..) il valore mensile del fatturato e dei volumi effettivamente venduti.
.....► Si ottiene un valore medio unitario per referenza

Quindi :

- Le variazioni dell'indice Istat fotografano unicamente cambiamenti nei prezzi di listino
- Le variazioni nel costo della spesa includono:
 - Vendite promozionali e offerte
 - Spostamenti dei consumi da prodotti di marca a primi prezzi
 - » Abitudini di consumo (accessori casa...detergenti..)
 - » Reazioni ad aumenti nei prezzi di listino (riso, passate di pomodoro...verdure confezionate...)

- Gli spostamenti lungo la scala di prezzo (dai prodotti di marca verso i marchi commerciali o i primi prezzi) non si vedono nell'indice dei prezzi al consumo.
- Il fenomeno è importante: attraverso i cambiamenti del mix i consumatori abbattano il proprio costo della spesa (“scelgono” quale inflazione sopportare).

La struttura di ponderazione

1/2

Indice Istat dei prezzi

- La struttura di ponderazione è basata sul peso di ciascuna merceologia sui consumi delle famiglie (carrello della spesa nel tempo base).
- Viene rivista all'inizio di ogni anno per tenere conto di mutamenti nelle abitudini di consumo
- Nel corso dell'anno rimane fissa: è come se una famiglia acquistasse per tutto l'anno sempre gli stessi prodotti (le creme solari contribuiscono in modo uguale ad agosto e a gennaio).

Indice del costo della spesa

- La struttura di ponderazione è variabile sulla base dei volumi di venduto (carrello della spesa al tempo corrente)
- Tiene conto dei mutamenti delle quantità acquistate dai consumatori
- È una misura più diretta dell'andamento della spesa sostenuta effettivamente dalle famiglie → coglie i mutamenti nelle quantità acquistate di ciascun bene oltre alla variazione del prezzo.

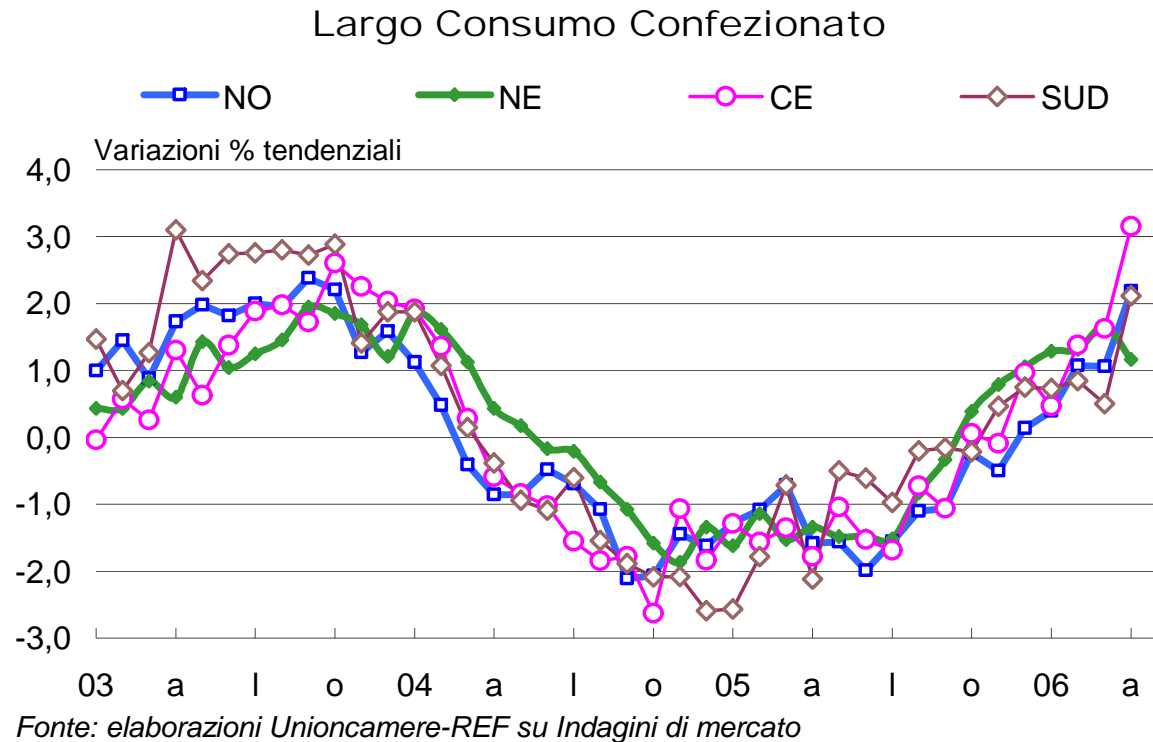
La struttura di ponderazione

2/2

- I mutamenti nel tempo nelle abitudini di consumo non possono essere colti dall'indice Istat dei prezzi al consumo.
- Dall'analisi dettagliata delle informazioni sintetizzate dal costo della spesa è possibile notare, ad esempio:
 - Sempre meno consumi di zucchero e un aumento delle vendite di miele, meno di burro e più di olio d'oliva extravergine...
 - Sempre meno vendite di frollini e sempre più di cereali per la colazione..
 - Le verdure surgelate diminuiscono, mentre quelle fresche aumentano le referenze (oltre che le vendite)
 - Una crescente preferenza per i cibi esotici (riso basmati..salse messicane) e per i cibi light (caramelle dietetiche o pasti ipocalorici)...
 - Una crescente preferenza per i sostitutivi del pane (pan carré, cracker, ecc..)
 - Molti altri

Il dettaglio geografico

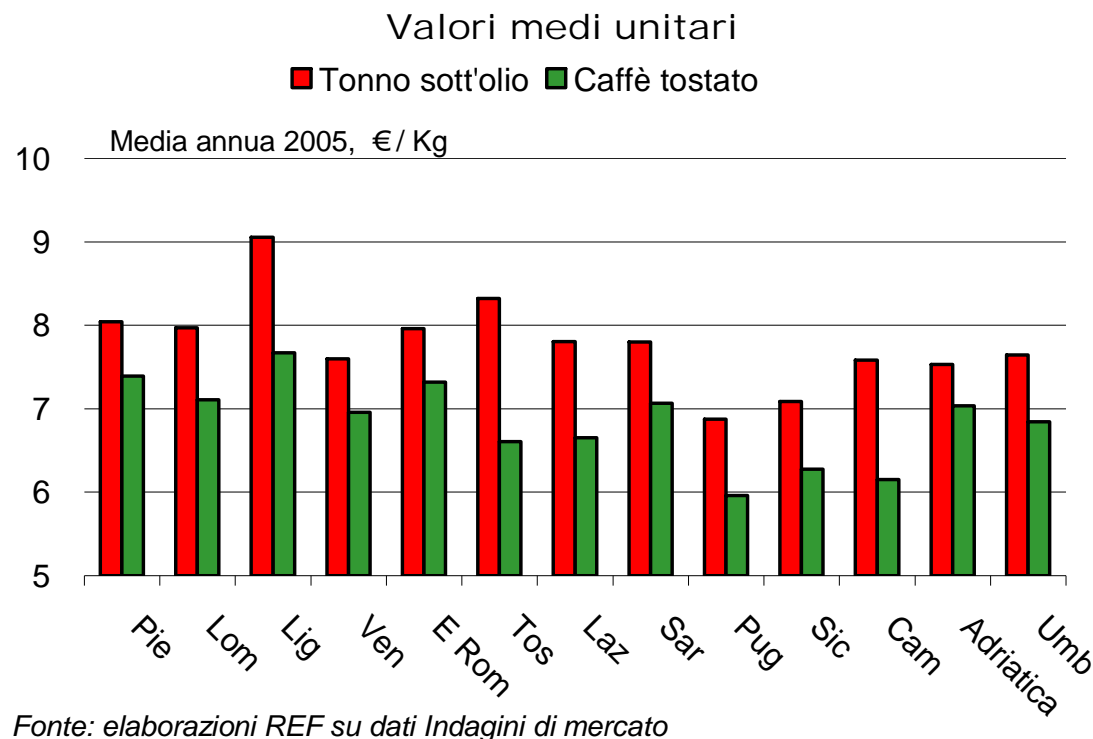
- Gli *scanner data* hanno un dettaglio regionale e per *store format*
- L'analisi con dettaglio territoriale aiuta a capire se esiste un processo di convergenza dei prezzi verso un livello omogeneo sul territorio nazionale.



- Le dinamiche per area geografica sono solidali, suggeriscono una politica uniforme di *pricing* da parte della GDO

La possibilità di analizzare i livelli

- Le statistiche Istat sono sotto forma di numeri indici
 - esprimono solo la dinamica dei prezzi (inflazione)
 - non informano sul livello del prezzo
 - non sono possibili comparazioni spaziali

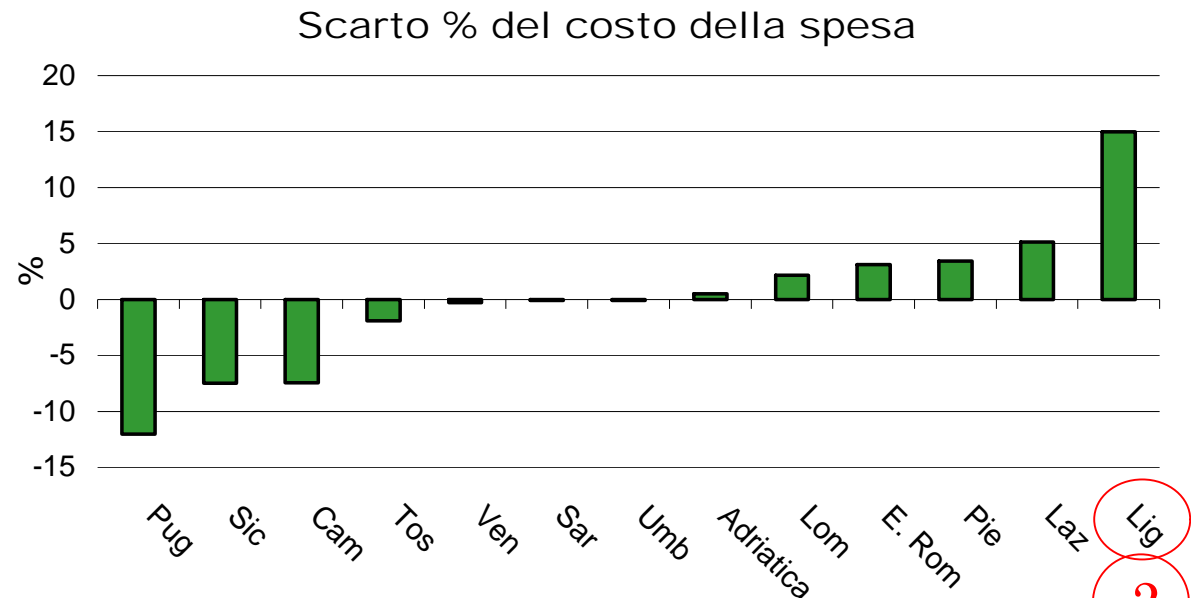


- Dai dati di venduto si ricavano valori medi unitari con dettaglio geografico
- Misurano il “costo della vita”

Una misura del costo della vita

1/2

- È possibile identificare un paniere di beni omogenei e confrontare il costo che avrebbe nelle regioni italiane (6 prodotti, 6.5% fatturato LCC)
- Emergono visibili scostamenti fra i valori medi unitari (che sintetizzano anche l'effetto della qualità e del marchio)
- In Liguria si paga il 15% in più, in Puglia il 12% in meno
- Questo differenziale può dipendere da:
 - Differenze nei prezzi a parità di referenza
 - Mix di preferenze acquistate (scelte consumatore) ?



Fonte: elaborazioni Unioncamere-REF su Indagini di mercato

Donato Berardi

Una misura del costo della vita

2/2

I valori medi unitari nella GDO

Ipermercati e supermercati: differenze % rispetto alla media Italia

Aree geografiche	<i>Delta %</i>
Nord-ovest	3,5
Nord-est	3,2
Centro	0,2
Sud	-7,4
Forme distributive	<i>Delta %</i>
Ipermercati	-8,5
Supermercati	3,7

- Lo scostamento dalla media nazionale si spiega anche con
 - La composizione della rete commerciale: gli ipermercati praticano prezzi inferiori ai supermercati
- Si notano anche evidenti differenze a livello geografico.
 - Dipendono dalle insegne?

Il caso della Liguria: “costo del carrello” +15%

- Prezzi più alti a parità di referenze acquistate nella GDO (ipermercati e supermercati)?
- Effetto di composizione della rete commerciale? Ci sono più supermercati e meno ipermercati rispetto alla media nazionale?
- Differenze di assortimento e/o posizionamento del consumatore lungo la scala di prezzo? Si compra più De Cecco e meno marchi commerciali - Coop
- Sembra difficile giustificare differenze di questa portata ribaltandole in diverse abitudini d'acquisto e/o in una differente profondità dell'assortimento e/o nella combinazione dell'offerta iper/super

La copertura dei punti vendita

Indice Istat dei prezzi

- La rilevazione è rivolta all'intero panorama dei formati distributivi:
 - Grandi magazzini
 - Supermercati
 - Ipermercati
 - Hard discount
 - Magazzini specializzati
 - Negozi tradizionali
 - Mercati rionali
 - altri

Indice del costo della spesa

- Le indagini di mercato sono rivolte esclusivamente a ipermercati e supermercati
 - Dettaglio GDO

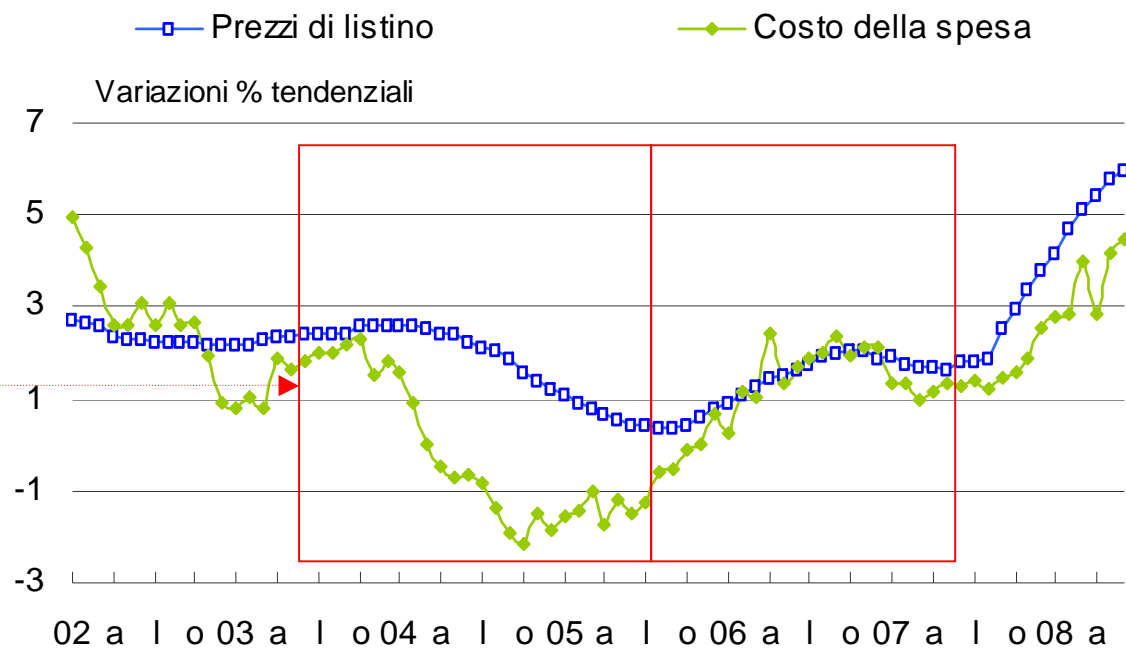
Dall'analisi congiunta di queste informazioni si ricava un portato informativo aggiuntivo

Il confronto con i prezzi GDO

- Gli andamenti degli indici sono coerenti
 - fotografia robusta del medesimo fenomeno
- I prezzi della GDO anticipano e delineano le tendenze

Largo Consumo Confezionato

I prezzi del LCC hanno anticipato la dinamica disinflazionistica (amplificata dalle iniziative promozionali)



Fonte: elaborazioni REF su dati Istat e Indagini di mercato

La combinazione degli effetti

- Le caratteristiche dell'indice del costo della spesa si riflettono sulle sue dinamiche.....
 - Spostamento lungo la scala di prezzo all'interno della medesima referenza (dalla pasta Voiello alla Fidel)
 - L'indice della pasta registra una flessione (nonostante nessun prezzo di listino sia variato)...
 - Spostamento da beni a maggior inflazione a beni a minor inflazione (dai frollini ai biscotti secchi)
 - L'inflazione scende, i prodotti che sono aumentati di meno pesano anche di più (via struttura di ponderazione)
 - Promozioni
 - Diminuiscono l'indice per via delle unità elementari e aumentano le quantità via struttura di ponderazione
- e gli effetti si combinano sintetizzando i cambiamenti nelle abitudini di consumo.

Prezzi di listino e abitudini di acquisto: il “downgrading” della spesa

- La recente ascesa dei prezzi dei generi alimentari ha messo a dura prova i bilanci familiari
- La “funzione acquisti” del nucleo familiare mette in atto le strategie idonee ad attutire l’impatto dell’aumento dei listini sul bilancio familiare: il paradigma della “casalinga razionale”
 - Monitoraggio del posizionamento dei diversi formati (iper, super, discount)
 - Monitoraggio promozioni
 - Aggiustamento delle abitudini di acquisto
 - Spostamento lungo la scala di prezzo (dalla marca verso marchi commerciali e primi prezzi)
 - Spostamento verso formati più convenienti (ad esempio: i prodotti per la cura della casa sono acquistati con maggiore frequenza nei discount - minore fidelizzazione al marchio)
 - Spostamenti verso prodotti colpiti da minori rincari
 - Spostamento verso
 - Obiettivo: contenere l’erosione di potere d’acquisto

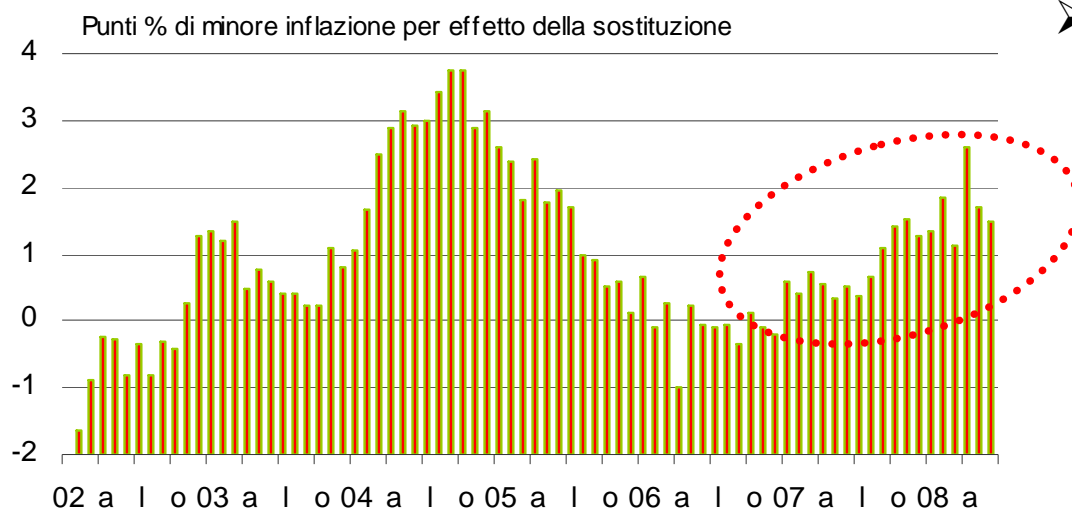
E’ il downgrading della spesa..COME MISURARE GLI EFFETTI?

Prezzi di listino vs. costo della spesa

- E' sufficiente osservare la differenza tra l'andamento dei prezzi di listino e il "costo della spesa"
 - Il SEGNO comunica la direzione della sostituzione da parte delle famiglie (lungo la scala di prezzo da/verso valori a minore/maggiore valore unitario)
 - La DIMENSIONE indica la velocità con cui il cambiamento delle abitudini di consumo opera

Il "downgrading" della spesa

■ Recupero di potere d'acquisto



Fonte: elaborazioni REF su dati Istat e Indagini di mercato

➤ Nella fase attuale:

- Prezzi di listino +5% a/a
- Costo della spesa +3.5% a/a
- VALE 1 punto e 1/2 di spesa alimentare
- Un fenomeno simile a quello del biennio 2003-2004