

Programma generale di intervento  
2009 della Regione Emilia-Romagna  
realizzato con l'utilizzo dei fondi del  
Ministero dello Sviluppo Economico

## VENDITE E PREZZI DELLA GDO IN EMILIA-ROMAGNA

### II bimestre 2010

#### SINTESI

Il giro d'affari della Grande Distribuzione Organizzata in Emilia Romagna relativamente ai prodotti del Largo Consumo Confezionato mostra nel II bimestre del 2010 una tendenza alla stabilizzazione della dinamica poco sotto il 2% tendenziale. La crescita del fatturato infatti si assesta nel bimestre all'1.7%, valore molto prossimo alla performance del periodo precedente.

Il fatto che l'andamento del giro d'affari non evidenzi modifiche di rilievo nella prima parte dell'anno non implica tuttavia che il quadro relativo alle vendite al dettaglio non stia registrando con il passare dei mesi delle mutamenti di rilievo.

Difatti se dalla statistica che rappresenta il fatturato complessivo del LCC si passa dall'analisi dei contributi alla crescita di quest'ultimo, distinti in termini di andamento del costo della spesa e di quantità intermedie ci si rende conto di come lo scenario si vada modificando. Come nei mesi scorsi, la dinamica dei prezzi mostra una permanenza in territorio negativo, assestandosi nel II bimestre dell'anno al -1.1% su base annua. Tuttavia rispetto al bimestre

#### Tav. 1 - Vendite LCC nella GDO - Emilia-Romagna<sup>(1)(2)(3)</sup>

Var. % sul corrispondente periodo dell'anno precedente

	II bimestre 2010	I bimestre 2010	II semestre 2009
<b>Fatturato a rete corrente</b>	<b>1.7</b>	<b>1.8</b>	<b>2.7</b>
di cui: <b>Costo della spesa</b>	<b>-1.1</b>	<b>-1.9</b>	<b>-0.5</b>
<b>Volumi a rete corrente</b>	<b>2.8</b>	<b>3.6</b>	<b>3.2</b>
di cui: a rete omogenea	1.1	2.1	1.8
da espansione rete	1.7	1.5	1.3

<sup>(1)</sup> Ipermercati e Supermercati

<sup>(2)</sup> Include i reparti dell'alimentare e la cura della casa e della persona

<sup>(3)</sup> Alcune risultanze già diffuse appaiono ora modificate in funzione di una nuova procedura di destagionalizzazione e dell'ampliamento della base informativa disponibile

Fonte: elaborazioni REF su dati Indagini di mercato

precedente, l'intensità della caduta si è ridimensionata di otto decimi di punto percentuale. Per contro, sull'altro versante, quello delle quantità, si osserva una contemporanea decelerazione della crescita, che passa dal 3.6% anno su anno del I bimestre al 2.8% del II. I primi mesi dell'anno sembrano configurarsi come il momento in cui il costo della spesa ha raggiunto la caduta di maggiore intensità, toccando una sorta di pavimento, cui gradualmente potrebbe seguire un percorso di uscita dalla fase di deflazione. Si inserirebbe così in questo contesto anche il minor contributo alla crescita del giro d'affari da parte delle quantità intermedie.

Il fatto che la minore caduta del costo dei prezzi di fatto si associ ad un possibile rallentamento della dinamica del venduto tende peraltro a suggerire come i consumatori siano in questa fase ancora molto sensibili alle variazioni della spesa complessivamente sopportata per l'acquisto dei prodotti del Largo Consumo Confezionato. La situazione non ancora rassicurante sul fronte delle prospettive del mercato del lavoro sembra indurre le famiglie a rimanere piuttosto prudenti relativamente alla spesa per consumi, anche quelli alimentari.

D'altro canto va ricordato che a fronte di un quadro di inflazione del paniere Istat complessivo positiva e in aumento nei mesi recenti quale conseguenza dei rincari dei prezzi energetici, una dinamica del costo della spesa ancora in territorio negativo sta sicuramente aiutando a sostenere il potere d'acquisto dei redditi.

Per quanto riguarda il dettaglio dei reparti merceologici, emerge che il rallentamento della fase di caduta del costo della spesa accomuni tanto il comparto alimentare che quello della cura della casa, mentre per i prodotti della cura della persona si profila ancora un percorso di aggiustamento verso il basso. I relativi flussi di volumi intermediati si sono mossi in direzioni opposte. Rallentano moderatamente le quantità di alimentari e di beni per la cura della casa, mentre accelera il reparto della cura della persona.

A livello territoriale queste tendenze risultano ampiamente condivise da larga parte delle realtà provinciali. Si distinguono in questo contesto alcune province che sembrano seguire con un certo ritardo gli sviluppi registrati nelle altre province mentre, al contrario, altre sembrano anticipare le tendenze.

## I. LE TENDENZE DEI PREZZI

*Inizia a svoltare il costo della spesa*

Nel II bimestre del 2010 il costo della spesa relativo ai prodotti del Largo Consumo Confezionato venduti dalla Grande Distribuzione Organizzata mostra una variazione pari al -1.1% rispetto allo stesso periodo del 2009.

Se si guarda alla recente evoluzione dei prezzi, è possibile osservare come il II bimestre presenti un elemento di novità. In effetti, dopo oltre un semestre nel quale la discesa dei prezzi si è progressivamente ampliata, inizia a emergere come la spinta deflazionistica che ha guidato il costo della spesa nel corso del 2009 si stia esaurendo. Dopo aver raggiunto il picco della caduta nel I bimestre dell'anno, con una riduzione del -1.9% su base tendenziale, l'entità della flessione si è ridotta di otto decimi di punto percentuale nei mesi di marzo e aprile.

Pur ponendosi ancora in territorio negativo dunque, la dinamica del costo della spesa si trova in prossimità di una svolta.

In ogni caso, nonostante la discesa si stia esaurendo, l'evoluzione dei prezzi dei prodotti del Largo Consumo Confezionato sta ancora sostenendo il potere d'acquisto dei consumatori dell'Emilia Romagna. Questo elemento assume particolare rilievo soprattutto se si considera che si inserisce in un quadro di inflazione complessiva positiva e in accelerazione, spinta dai rincari sul versante dei prezzi energetici.

### Tav. 2 - Costo della spesa nella GDO in Emilia-Romagna <sup>(1)</sup>

*Var % tendenziali sul corrispondente periodo dell'anno precedente  
Statistica a rete corrente*

	<b>II bimestre 2010</b>	<b>I bimestre 2010</b>	<b>II semestre 2009</b>
<b>LCC</b>	<b>-1.1</b>	<b>-1.9</b>	<b>-0.5</b>
<b>alimentare</b>	<b>-0.9</b>	<b>-1.8</b>	<b>-0.6</b>
<i>bevande</i>	<i>-0.4</i>	<i>0.5</i>	<i>0.9</i>
<i>freddo</i>	<i>-1.6</i>	<i>-3.5</i>	<i>-2.5</i>
<i>fresco</i>	<i>-2.4</i>	<i>-3.2</i>	<i>-2.0</i>
<i>drogheria alimentare</i>	<i>-0.7</i>	<i>-2.0</i>	<i>-0.5</i>
<i>cura degli animali</i>	<i>3.7</i>	<i>3.8</i>	<i>3.8</i>
<b>cura della casa</b>	<b>-1.4</b>	<b>-2.3</b>	<b>0.5</b>
<b>cura della persona</b>	<b>-2.8</b>	<b>-2.0</b>	<b>-0.4</b>

<sup>(1)</sup> Ipermercati e Supermercati.

Fonte: elaborazioni REF su dati Indagini di mercato

## Il costo della spesa per reparto

*Tendenze  
condivise dai  
diversi reparti*

Ad una osservazione più dettagliata del costo della spesa dei prodotti del Largo Consumo Confezionato, emerge come nel II bimestre il percorso che caratterizza la statistica complessiva sia ampiamente condiviso a livello di singolo reparto. Si riscontra di fatti che la fase di discesa della dinamica del costo della spesa si sta ridimensionando, dopo aver raggiunto una sorta di pavimento nei mesi iniziali dell'anno. Tale tendenza è guidata innanzitutto dal comparto alimentare, che rappresenta in termini di quota sul fatturato complessivo della GDO la porzione nettamente prevalente, con una variazione su base tendenziale che si porta dal -1.8% del I bimestre al -0.9% del II. La flessione del costo della spesa si riduce quindi di circa un punto percentuale.

L'apertura di questa svolta può essere senz'altro messa in relazione all'evoluzione dei prezzi all'origine dei prodotti alimentari. Le quotazioni delle materie prime agricole, dopo l'impennata registrata a fine 2007, sono gradualmente tornate ai livelli di partenza nel corso del 2008. Il rallentamento del costo della spesa alimentare prima e la successiva fase di deflazione in seguito, riflettono così il processo di trasmissione a valle, ai prezzi finali al consumo, dei movimenti dei prezzi alla produzione. Nel corso dei mesi le spinte che hanno guidato verso il basso l'inflazione hanno lentamente perso forza e la dinamica del costo della spesa si prepara ad una svolta.

Fra i reparti, questo percorso è seguito in primo luogo dalla drogheria alimentare, che nel II bimestre mostra una variazione tendenziale pari al -0.7%, un calo che risulta di oltre un punto percentuale inferiore a quello registrato nel bimestre precedente.

Più ampia risulta la differenza nella flessione rispetto a I bimestre dell'anno per il reparto dei prodotti freddi che passa dal -3.5% dei mesi iniziali al -1.6% di marzo-aprile.

Il fresco è l'ambito che vede la dinamica del costo della spesa caratterizzato dalla diminuzione più intensa fra i reparti alimentari. In effetti il saggio di variazione risulta pari al -2.4% anno su anno nel I bimestre, dopo il -3.2% del periodo precedente.

Un elemento in controtendenza rispetto a questo quadro si profila invece per le bevande che proseguono lungo il rallentamento in atto ed anzi mostrano un passaggio in territorio negativo della dinamica del costo della spesa che si porta al -0.4% annuo, con una decelerazione di circa un punto percentuale.

Passando ai reparti non alimentari si osserva innanzitutto che essi condividono con l'alimentare la fase di riduzione dei prezzi. Tanto i prodotti per la cura della casa che quelli per la cura della persona vedono nel bimestre variazioni di segno negativo pari rispettivamente al -1.4% e al -2.8% su base annua. Un tratto però distingue l'evoluzione dei prezzi dei due reparti. Mentre la cura della casa vede ridimensionarsi l'entità della caduta, in analogia a quanto rilevato per i prodotti alimentari, nel caso della cura della persona la fase di caduta dei corrispettivi si è ampliata, con una maggior flessione rispetto al bimestre precedente di otto decimi di punto percentuale.

**L'articolazione provinciale del costo della spesa**

*Forlì e Rimini guidano la tendenza*

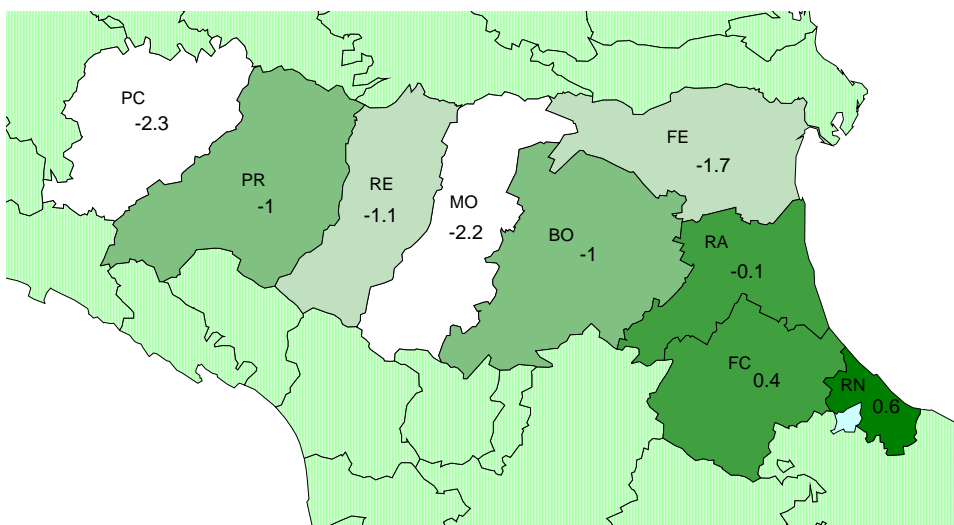
Viene condotta ora l'analisi del costo della spesa lungo la dimensione territoriale, esaminando i risultati conseguiti dagli esercizi commerciali della Grande Distribuzione Organizzata nelle singole province secondo la rilevazione effettuata a rete corrente.

Il quadro che emerge dal dettaglio in Tavola 3 mostra ancora una volta come i movimenti dei prezzi nelle diverse realtà territoriali tendano ad essere condivisi.

Si rileva innanzitutto che nel II bimestre dell'anno in tutte le province l'andamento del costo della spesa subisce un ridimensionamento nell'entità della caduta che nel complesso si porta su saggi di variazione negativi meno ampi rispetto a quelli del periodo precedente. Unica eccezione rispetto a questa evidenza è quella che fa riferimento al territorio modenese dove, diversamente dalle altre realtà, il costo della spesa mostra un'intensificazione della discesa dei prezzi, passando dal -1.6% su base annua del I bimestre al -2.2% del II. L'accelerazione della caduta si associa sia ai reparti alimentari sia a quelli dei prodotti per cura della casa e della cura della persona, la cui variazione nel bimestre supera il -3% tendenziale.

Bologna, Parma e Reggio Emilia sono accomunate da un analogo valore del saggio di variazione del costo della spesa che nel II bimestre dell'anno si porta in prossimità del -1% tendenziale. Per Parma e Reggio Emilia, in particolare, si evidenzia un contenimento della discesa dei prezzi pari a circa un punto percentuale rispetto al I bimestre dell'anno, con un contributo rilevante proveniente dai prodotti dell'alimentare. Il quadro di Bologna può ritenersi sostanzialmente analogo ai due precedenti, salvo il fatto che rispetto al periodo precedente la caduta di riduce dello 0.5%.

**Fig. 1 -Costo della spesa LCC per provincia**  
*var% tendenziali II bimestre 2010*



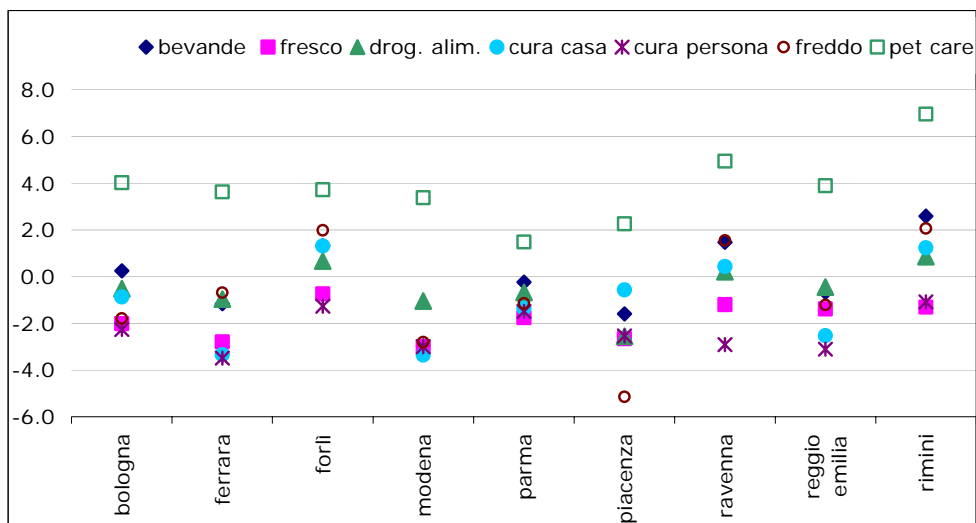
Fonte: elaborazioni REF su dati Indagini di mercato

Segue la provincia di Ravenna, dove il costo della spesa si assesta in corrispondenza degli stessi valori dello scorso anno. La variazione nel I bimestre risulta infatti quasi nulla, con un'ampia differenza rispetto al bimestre precedente, quando risultava del -2%. Il cambio di marcia in questo caso si rende evidente in particolare sul versante dei prodotti alimentari che si riportano in territorio positivo evidenziano un incremento dei prezzi, pur contenuto, pari allo 0.3%. Analogamente anche la dinamica dei prezzi dei prodotti per la cura della casa diviene positiva, con un'accelerazione di circa 2.5 punti percentuali. In controtendenza la cura della persona, che nel bimestre vede ampliarsi la caduta dei corrispettivi.

Infine si osservano i risultati raggiunti a Forlì e Rimini, dove il costo della spesa dell'aggregato del LCC torna ad assumere un segno positivo. A Forlì la dinamica si porta nel II bimestre su un valore pari allo 0.4% su base annua, mentre a Rimini raggiunge lo 0.6%. In entrambi i territori i movimenti dei prezzi sono guidati da un lato dalle tendenze dei reparti alimentari e dall'altro da quelli per la cura della casa, che segnalano un'accelerazione dei prezzi di circa due punti percentuali. Anche per la cura della persona l'evoluzione è condivisa, con un ampliamento della discesa dei prezzi riscontrato sia a Rimini che a Forlì.

Si osservano infine le evidenze relative al II bimestre tenendo conto dell'andamento territoriale del costo della spesa declinato per singolo reparto merceologico, così come rappresentato in Figura 2. Vengono infatti riportati i valori delle variazioni tendenziali registrate per le singole province. Dall'analisi della figura è piuttosto immediato individuare la presenza di un "effetto reparto" nella parte superiore del grafico, dove tendono a disporsi le variazioni riportate dalle merceologie per la cura degli animali. Molto meno distintamente si riesce ad osservare un analogo effetto nella parte bassa del grafico, dove diverso sono i reparti che presentano variazioni negative del costo della spesa.

**Fig. 2 - Costo della spesa per reparti nelle province**  
var% tendenziali II bimestre 2010



Fonte: elaborazioni REF su dati Indagini di mercato

## II. LE TENDENZE DEI VOLUMI

*In rallentamento  
la crescita dei  
volumi*

Il II bimestre del 2010 si chiude con una variazione della quantità scambiate pari al 2.8% su base annua. Tale valore rappresenta una moderata decelerazione rispetto al risultato del periodo precedente, quando gli esiti in termini di volumi intermediati hanno approssimato il +3.6%.

Nel complesso il bimestre mostra una performance non molto distante da quella registrata nella seconda parte del 2009, in prossimità del 3% tendenziale.

Questo rallentamento, che si pone in parallelo all'esaurimento della fase di caduta del costo della spesa, segnala come tuttora i consumatori si mostrino estremamente sensibili all'evoluzione della variabile di prezzo. Emerge così come le famiglie siano in questo contesto impegnate nel tentativo di mantenere sostanzialmente inalterati i livelli della spesa dei prodotti del Largo Consumo Confezionato valutando di volta in volta l'opportunità di acquistare quantità maggiori o minori anche in funzione dell'andamento dei prezzi e dell'intensità promozionale che le imprese della Grande Distribuzione Organizzata propongono.

Si riscontra come nel complesso vi sia ancora una situazione non sufficientemente rassicurante sul versante dei redditi delle famiglie, che si trovano tuttora ad affrontare le incertezze legate alle prospettive del mercato del lavoro.

**Tav. 4 - Volumi a rete corrente nella GDO in Emilia-Romagna <sup>(1)</sup>**  
*Var % tendenziali sul corrispondente periodo dell'anno precedente <sup>(2)</sup>*

	<b>II bimestre 2010</b>	<b>I bimestre 2010</b>	<b>II semestre 2009</b>
<b>LCC</b>	<b>2.8</b>	<b>3.6</b>	<b>3.2</b>
<b>alimentare</b>	<b>2.6</b>	<b>3.8</b>	<b>3.6</b>
<i>bevande</i>	2.3	1.2	1.8
<i>freddo</i>	2.6	5.4	5.0
<i>fresco</i>	4.5	5.7	5.7
<i>drogheria alimentare</i>	1.4	3.6	3.3
<i>cura degli animali</i>	1.2	1.9	3.1
<b>cura della casa</b>	<b>2.6</b>	<b>4.5</b>	<b>1.9</b>
<b>cura della persona</b>	<b>3.6</b>	<b>3.3</b>	<b>1.9</b>

<sup>(1)</sup> Ipermercati e Supermercati.

<sup>(2)</sup> Aumentando il numero delle osservazioni disponibili, la procedura di destagionalizzazione può produrre, nel corso del tempo, lievi modifiche nei valori storici già pubblicati

Fonte: elaborazioni REF su dati Indagini di mercato

## L'andamento dei volumi per reparto

### *Tengono i prodotti del fresco*

L'abbassamento del profilo di crescita delle quantità intermedie che emerge se si guarda alla statistica di sintesi è condiviso nel II bimestre dell'anno da buona parte dei reparti del Largo Consumo Confezionato, sebbene intensità differenti caratterizzino i diversi comparti merceologici.

L'andamento delle quantità scambiate di prodotti alimentari nel bimestre mostra un incremento pari al 2.6% su base annua evidenziando un rallentamento di oltre un punto percentuale rispetto al periodo precedente.

All'interno del comparto dei prodotti alimentari si distinguono performance in termini di volumi venduti piuttosto eterogenee. Le quantità acquistate nei mesi recenti di prodotti freschi sembrano aver intercettato più di altri le preferenze dei consumatori. In effetti il saggio di variazione del venduto viaggia a tassi del 4.5% annuo che rispetto al I bimestre dell'anno rappresenta una decelerazione di poco più di un punto percentuale. Le merceologie i cui volumi sono maggiormente cresciuti rispetto allo stesso periodo dello scorso anno alcune tipologie di piatti pronti freschi, nonché di paste filate fresche, i salumi interi e gli affettati, il grana e simili.

Sostanzialmente dimezzato nel confronto con il primo bimestre del 2010 risulta invece il risultato messo a segno dalle quantità del freddo, che vedo scendere la crescita dal 5.4% tendenziale al 2.6% dei mesi di marzo e aprile. Fra i prodotti che contribuiscono al rallentamento si ritrovano i piatti pronti surgelati in meno di 10 minuti, le pizze surgelate, i surgelati di carne e di pesce naturale.

La decelerazione ha coinvolto anche le merceologie della drogheria alimentare che presentano una performance in termini di volumi scambiati pari all'1.4% su base annua nel bimestre, con un rallentamento superiore ai due punti percentuali. Emerge peraltro il differenziale di crescita che in questa fase caratterizza le merceologie della drogheria alimentare e quelle del fresco. All'interno della drogheria i prodotti che hanno maggiormente visto il contenimento della dinamica della quantità scambiate alcuni prodotti da ricorrenza, come la colomba e gli ovetti di cioccolato, la pasta di semola integrale, la pasta non di semola e quella di semola, il caffè solubile, il caffè macinato e il tonno al naturale.

Infine emerge il dato in controtendenza che fa riferimento al reparto delle bevande. Il saggio di variazione del bimestre infatti mostra un'accelerazione della dinamica delle quantità scambiate, che passa dall'1.2% del I bimestre al 2.3% del secondo. Non indifferente per le scelte dei consumatori potrebbe essere risultato l'andamento del relativo costo della spesa, che è sceso in territorio negativo in corrispondenza degli ultimi mesi. Tra le merceologie che vedono una riduzione dei volumi nel bimestre si ritrovano le bibite e le bevande a base di frutta, gli champagne e l'acqua gassata. In relazione ai reparti non alimentari si osservano tendenze nell'evoluzione della quantità non omogenee. Per quanto riguarda i prodotti della cura della casa il II bimestre dell'anno mette in luce un rallentamento di circa due punti percentuali, con un saggio di variazione che si porta in prossimità del 2.5% tendenziale.

**Osservatorio regionale dei prezzi e delle tariffe**

Tra le merceologie che più di altre hanno evidenziato un rallentamento si incontrano gli antiodore e deodoranti ad azione istantanea, i prodotti per la cura del wc, gli accessori da tavola usa e getta, i prodotti per il trattamento del bucato.

Da ultimo si esamina la performance relativa ai prodotti per la cura della persona. La dinamica delle quantità si mantiene nel II bimestre in linea con il risultato raggiunto nel periodo iniziale dell'anno, ed anzi evidenziando una leggera accelerazione fino a raggiungere il 3.6% anno su anno. I contributi più rilevanti sono quelli relativi a prodotti insetto-repellenti, i solari, i prodotti per e dopo depilazione.

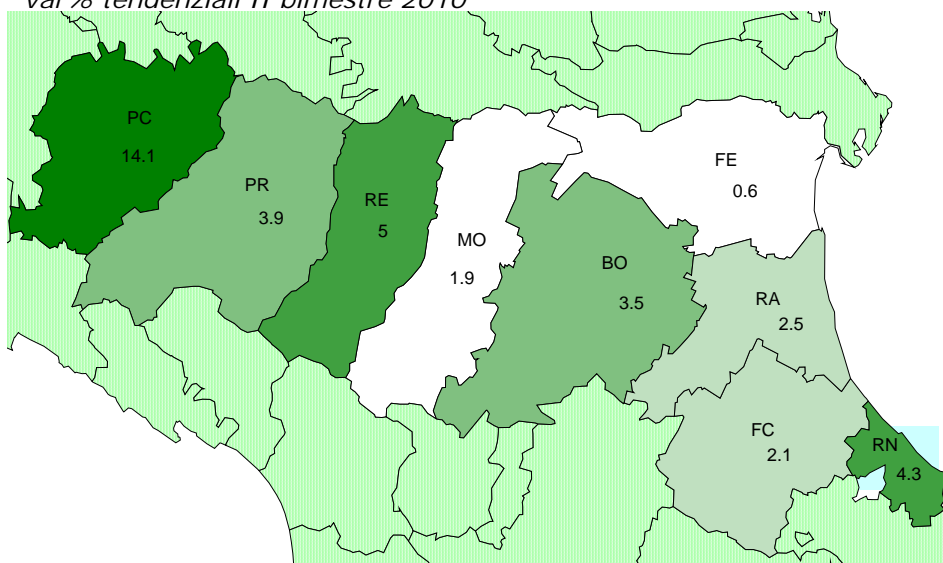
**L'andamento provinciale dei volumi**

*Le quantità accelerano solo a Modena*

Con riferimento agli esercizi commerciali della rete corrente, si analizzano ora con un dettaglio territoriale gli esiti commerciali messi a segno dalla grande Distribuzione Organizzata in Emilia Romagna nel I bimestre dell'anno. Il quadro relativo alle dinamiche territoriali sembra in larga misura condividere le caratteristiche descritte rispetto al quadro regionale.

I volumi intermediati presentano in tutte le localizzazioni tassi di crescita positivi anche se nella maggior parte dei casi in decelerazione rispetto al bimestre precedente. La provincia di Ferrara per la verità è l'unica che, pur mostrando una performance complessiva positiva, con un incremento su base annua dello 0.6%, evidenzia una marginale caduta sul versante delle quantità scambiate di prodotti alimentari. Questo risultato evidentemente condiziona la crescita del LCC, che risulta in leggero rallentamento sul periodo precedente e il più basso tra i risultati delle diverse province nel bimestre. Saggi di variazione prossimi al 2% anno su anno sono invece quelli che caratterizzano Modena e Forlì. Nel caso di Forlì l'esito del II bimestre dell'anno configura un rallentamento pari a circa mezzo punto percentuale, spinto dalle componenti

**Fig. 3 -Volumi LCC per provincia**  
*var% tendenziali II bimestre 2010*



Fonte: elaborazioni REF su dati Indagini di mercato

**Osservatorio regionale dei prezzi e delle tariffe**

delle merceologie alimentari e delle cura della casa. Nel caso di Modena invece il bimestre si dimostra più favorevole rispetto al resto del territorio tanto da mettere a segno l'unica accelerazione dei volumi riscontrata. Il saggio di variazione si porta all'1.9%, in aumento di otto decimi di punto percentuale.

A Ravenna il costo della spesa decelera al 2.5%, valore che rappresenta un dimezzamento della crescita delle quantità rispetto a quelle messe a segno nel primo bimestre dell'anno. Anche in questo caso sono le merceologie alimentari

**Tav. 5 - Volumi a rete corrente nella GDO per provincia <sup>(1)</sup>**
*Var % tendenziali sul corrispondente periodo dell'anno precedente <sup>(2)</sup>*

	<b>II bimestre 10</b>	<b>I bimestre 10</b>	<b>II semestre 09</b>
<b>Bologna</b>	<b>3.5</b>	<b>4.3</b>	<b>5.2</b>
<i>alimentare</i>	3.6	4.6	5.8
<i>cura casa</i>	3.4	4.5	2.5
<i>cura persona</i>	3.2	2.3	2.6
<b>Ferrara</b>	<b>0.6</b>	<b>0.9</b>	<b>-0.8</b>
<i>alimentare</i>	-0.2	0.5	-1.0
<i>cura casa</i>	3.2	3.1	-0.3
<i>cura persona</i>	3.2	2.1	0.1
<b>Forlì</b>	<b>2.1</b>	<b>2.5</b>	<b>0.1</b>
<i>alimentare</i>	2.3	3.0	0.6
<i>cura casa</i>	1.6	2.2	-1.0
<i>cura persona</i>	1.2	-1.0	-2.3
<b>Modena</b>	<b>1.9</b>	<b>1.1</b>	<b>-0.5</b>
<i>alimentare</i>	1.7	1.3	-0.1
<i>cura casa</i>	2.2	0.0	-3.5
<i>cura persona</i>	2.2	0.2	-0.9
<b>Parma</b>	<b>3.9</b>	<b>7.6</b>	<b>11.5</b>
<i>alimentare</i>	4.3	7.8	12.1
<i>cura casa</i>	4.4	9.4	9.1
<i>cura persona</i>	2.6	5.6	7.9
<b>Piacenza</b>	<b>14.1</b>	<b>15.6</b>	<b>14.8</b>
<i>alimentare</i>	14.3	15.4	15.2
<i>cura casa</i>	13.2	16.2	12.4
<i>cura persona</i>	13.5	16.1	13.8
<b>Ravenna</b>	<b>2.5</b>	<b>5.1</b>	<b>7.2</b>
<i>alimentare</i>	2.0	5.2	7.5
<i>cura casa</i>	3.0	5.9	7.5
<i>cura persona</i>	4.8	3.9	5.5
<b>Reggio Emilia</b>	<b>5.0</b>	<b>6.5</b>	<b>6.2</b>
<i>alimentare</i>	4.7	6.3	6.7
<i>cura casa</i>	6.4	8.8	4.7
<i>cura persona</i>	5.4	5.4	3.8
<b>Rimini</b>	<b>4.3</b>	<b>6.8</b>	<b>7.4</b>
<i>alimentare</i>	4.5	7.5	8.3
<i>cura casa</i>	3.0	6.2	5.2
<i>cura persona</i>	3.2	1.8	3.5

<sup>(1)</sup> Ipermercati e Supermercati.

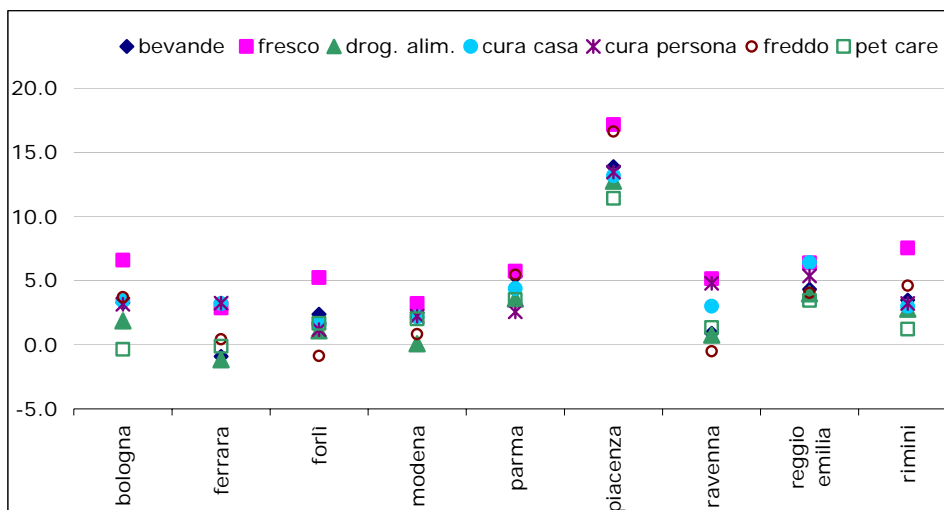
<sup>(2)</sup> Aumentando il numero delle osservazioni disponibili, la procedura di destagionalizzazione può produrre, nel corso del tempo, lievi modifiche nei valori storici già pubblicati

Fonte: elaborazioni REF su dati Indagini di mercato

e della cura della casa a vedere maggiormente ridimensionato il contributo alla crescita. La provincia di Bologna occupa una posizione intermedia all'interno della classifica territoriale. I risultati raggiunti in termini di volumi si assestano al 3.5% su base annua, con valori di crescita analoghi tanto sul versante alimentare che degli altri reparti. Anche in questo caso il bimestre rappresenta un momento di rallentamento della dinamica delle quantità, pari a circa un punto percentuale. A Parma e Rimini la performance raggiunte tassi di variazione mediamente più elevati rispetto alle province finora esaminate, grazie ad incrementi delle movimentazioni che si aggirano sul 4% tendenziale. La decelerazione rispetto al bimestre precedente risulta in questi territori più elevata che altrove e sembra essere guidata in parte dall'alimentare e in parte dalla cura della casa. Meno marcata risulta l'entità del rallentamento per quello che riguarda la provincia di Reggio Emilia che, con un tasso di crescita del 5% nel II bimestre decelera di circa l'1.5%. I prodotti per la cura della casa e della persona mostrano saggi di variazione più elevati rispetto al dato medio del LCC provinciale. Infine si esamina il caso del territorio piacentino, dove la statistica dei volumi mostra un aumento particolarmente intenso, superiore nel II bimestre al 14% su base annua. Va ricordato che in questa realtà provinciale la performance complessiva della Grande Distribuzione è ancora influenzata da alcuni episodi di espansione della rete commerciale i cui effetti tendono ad amplificare il valore della crescita delle quantità misurata su base annua. Nell'arco di qualche bimestre il valore della statistica è infatti destinato a normalizzarsi.

Si propone inoltre il dettaglio delle variazioni tendenziali dei volumi intermediati relativo al II bimestre del 2010 per singola provincia. Dalla rappresentazione in Figura 4 si osserva la presenza di un effetto reparto che vede disposti nella parte superiore della figura i reparti del fresco in ciascuna delle realtà. Allo stesso modo si trova conferma della presenza di un "anomalo" effetto legato all'espansione della rete commerciale nella provincia di Piacenza, tale per cui tutti i reparti presentano variazioni molto superiori al dato medio regionale.

**Fig. 4 - Volumi a rete corrente per reparti nelle province**  
var% tendenziali II bimestre 2010



Fonte: elaborazioni REF su dati Indagini di mercato

**Glossario  
descrittivo**

**Scanner data e universo d'analisi** - L'analisi delinea i diversi sentieri di sviluppo del giro d'affari di ipermercati e supermercati localizzati in Emilia-Romagna, analizzati nelle componenti di prezzo e volume. Le risultanze sintetizzano rilevazioni settimanali relative ai dati di vendita (*scanner data*) e alle iniziative promozionali, condotte tramite Indagini di mercato, sottoposte a procedure di controllo qualità e riportate all'universo rappresentato tramite algoritmi di espansione. L'universo rappresentato è costituito da circa 550 punti vendita tra ipermercati e supermercati.

**LCC** - L'analisi delle vendite della GDO è relativa ai prodotti del **Largo Consumo Confezionato** (LCC), che include i reparti: *Fresco, Freddo, Drogheria alimentare, Bevande, Cura degli animali, Cura della casa e Cura della persona*. I reparti del LCC costituiscono circa il 60% del giro d'affari di ipermercati e supermercati. L'andamento delle vendite è monitorato a livello regionale e provinciale, con un dettaglio sui singoli reparti che compongono il LCC.

**Rete omogenea e rete corrente** - Le statistiche a **rete omogenea** raffrontano l'andamento nel tempo delle vendite realizzate nell'insieme dei punti vendita esistenti all'inizio del periodo analizzato. Periodicamente questo insieme viene aggiornato, per includere le nuove aperture. Le statistiche a **rete corrente**, includono sia le vendite realizzate a rete omogenea, sia la maggiore movimentazione generata dalle nuove aperture, cioè dalla **espansione della rete**. All'interno del presente rapporto, il raffronto tra le due statistiche viene presentato sia in termini di volumi di vendita che di costo della spesa.

L'andamento a rete omogenea fornisce una misura dell'andamento osservabile a livello di singolo punto vendita della grande distribuzione. L'andamento a rete corrente corrisponde alla visione ottenibile a livello di catena distributiva, sia per singola catena che per il loro complesso.

**Vendite, volumi, fatturato e prezzi** - La dizione di vendite è un concetto generico, utilizzato per descrivere complessivamente il fenomeno analizzato. Esprimendosi in termini di fatturato si allude invece al valore monetario delle vendite stesso, il quale incorpora una componente di quantità, cioè volumi, ed una di prezzo. Separare il contributo di queste due componenti permette di isolare il segnale congiunturale sulle quantità acquistate dai consumatori e di monitorare l'evoluzione del costo della spesa delle famiglie.

**Indici di volume** - Per pervenire ad indici di volume si sono costruiti indici di quantità di Laspeyres. Gli indici elementari delle quantità sono espressi in base 2003, pari per costruzione a 100. L'indice di Laspeyres è un indice sintetico ottenuto attraverso la ponderazione, con i valori dei beni scambiati di un anno base, dei numeri indici elementari delle quantità. Ancorché gli indici elementari di volume facciano riferimento a delle quantità omogenee (litri, chili, confezioni, brick, eccetera) dalla loro aggregazione emerge un andamento del fatturato a prezzi costanti.

I coefficienti di ponderazione dell'indice di Laspeyres, ossia i pesi per l'aggregazione degli indici elementari, sono dati dal rapporto tra il fatturato di vendita generato da un certo bene nel periodo base (ossia il prodotto tra il suo prezzo e le quantità scambiate) e il fatturato complessivo nello stesso periodo base. L'indice di Laspeyres è quindi un indice a base fissa e con ponderazione fissa, diretto a misurare la variazione relativa temporale delle quantità vendute di un paniere di merci la cui composizione è fissata nel tempo base.

Nel campo dei numeri indici sintetici ponderati è l'indice più impiegato, perché consente maggior praticità ed immediatezza: per il suo calcolo, infatti, si rende necessaria soltanto la conoscenza dei valori monetari nel tempo base. Inoltre, produce una maggiore informazione: essendo a base fissa, l'indice di Laspeyres quantifica

direttamente la variazione relativa intervenuta fra il tempo base e il tempo di riferimento dell'indice.

**Tav. A1 - Il costo della spesa della GDO in Emilia-Romagna <sup>(1)</sup>**
*Var % II bimestre 2010/ II bimestre 2009*
*Statistica a rete corrente*

	<i>prezzi</i>	<i>costo della spesa</i>
<b>LCC</b>	<b>-0.7</b>	<b>-1.1</b>
<b><i>alimentare</i></b>	<b>-0.3</b>	<b>-0.9</b>
<i>  bevande</i>	-0.2	-0.4
<i>  freddo</i>	-1.5	-1.6
<i>  fresco</i>	-1.7	-2.4
<i>  drogheria alimentare</i>	0.3	-0.7
<i>  cura degli animali</i>	3.7	3.7
<b><i>cura della casa</i></b>	<b>-1.3</b>	<b>-1.4</b>
<b><i>cura della persona</i></b>	<b>-2.3</b>	<b>-2.8</b>

<sup>(1)</sup> Ipermercati e Supermercati.

Fonte: elaborazioni REF su dati Indagini di mercato

**Indici di prezzo a struttura fissa e variabile** - Depurando la dinamica del fatturato attraverso un indice delle quantità di Laspeyres non si ottiene un indice dei prezzi tradizionale, quanto un indice di Paasche. Tale indice incorpora, nella struttura di ponderazione, i mutamenti delle quantità acquistate dai consumatori, ovvero di variazioni nel mix dei prodotti acquistati: ad esempio più *Cereali da prima colazione* e meno *Biscotti secchi*, meno *Zucchero* e più *Miele*, meno *Burro* più *Olio*. Risente pertanto di come varia il carrello tipo della spesa, in risposta anche alle variazioni dei prezzi di vendita. Questi prodotti corrispondono alle **informazioni elementari** di cui si dispone, con una numerosità di oltre 500 voci.

Oltre all'andamento di questo indice a "struttura variabile", viene calcolata anche una misura che individua l'andamento dei prezzi praticati sulla base della struttura dei consumi di un anno base: si tratta dunque dell'andamento del costo di un "carrello della spesa tipo", dove le quantità acquistate dei vari prodotti sono quelle fotografate in certo istante nel tempo, cioè l'anno base, 2003. A parità di quantità acquistate questo seconda misura riflette solamente l'andamento dei **prezzi di listino** praticati. Scostamenti tra le due misure informano circa i cambiamenti delle scelte di consumo. Se le famiglie spostano i loro acquisti verso prodotti caratterizzati da minore **inflazione**, l'indice a pesi variabili registrerà rincari inferiori di quelli misurati attraverso l'indice a struttura costante. Simmetricamente, se con il passare del tempo le famiglie spostano i loro acquisti verso prodotti a maggiore inflazione il primo indice registrerà rincari superiori a quelli dei listini di vendita, semplicemente perché all'interno del "carrello della spesa" aumenta il peso dei prodotti ad elevata inflazione e diminuisce quello dei prodotti a minore inflazione. Il segno dello scostamento tra le due misure ci comunica quindi la direzione con cui opera la **sostituzione** da parte delle famiglie. Ciò che conta nel determinare tale scostamento è la sostituzione fra prodotti caratterizzati da una diversa inflazione e non la sostituzione fra prodotti con un diverso **livello di prezzo**.

Il segno di tale scostamento è il risultato di due opposte tendenze. La prima corrisponde all'idea che le famiglie, nell'allocare il loro bilancio di spesa, preferiscano i

prodotti il cui prezzo è aumentato di meno (o diminuito di più). La seconda è una tendenza più di fondo (meno presente in periodi di ristagno economico), in base alla quale il consumatore si sposta verso beni caratterizzati da un maggior contenuto di servizio, spesso contraddistinti da un'inflazione più elevata.

**Valori medi unitari e costo della spesa** – L'affermazione che lo scostamento fra le due misure viste sopra sia determinato dalla sostituzione fra prodotti a **diversa inflazione** e, più specificamente, che in ogni caso esse non risentano dello spostamento tra prodotti a **prezzo diverso** è vera solo nell'ipotesi pura per cui le voci elementari sono riferite a singole referenze merceologiche identificate in modo univoco (ad esempio dal codice EAN). La disponibilità di informazioni non giunge sino a questo dettaglio, in quanto le voci elementari sono costituite da **prodotti** e non da **referenze**. Ciò significa che le elaborazioni elementari relative ai prezzi non sono veri e propri indici di prezzo, quanto **valori medi unitari** di prodotto o categoria (ad esempio la pasta, o il vino), che raccolgono referenze analoghe quanto al bisogno da soddisfare, ma solitamente hanno livelli di prezzo diversi, anche per la compresenza di una pluralità di varietà e marchi.

In questo caso, spostamenti dei consumi tra le diverse varietà, ad esempio da referenze più costose a meno costose si riflettono in una riduzione del valore medio unitario di categoria e quindi in una misurazione dell'andamento dei prezzi più contenuta. Per questa via, un mutamento del mix di consumi nell'ambito del medesimo prodotto/categoria, anche a parità di tutti i prezzi di listino, si traduce in una minore/maggiore dinamica della misurazione ottenuta. Tale effetto è tanto più importante quanto maggiore è la varianza dei prezzi delle singole referenze all'interno di una medesima categoria di prodotto, poiché quanto maggiore è la varianza, tanto più probabile è che lo spostamento del mix tra referenze comporti un maggiore/minore valore medio unitario di categoria. L'entità dell'effetto è quindi strettamente legato al grado di omogeneità interna delle categorie di prodotto.

Per non ingenerare una indebita lettura, in questa pubblicazione non si fa quindi riferimento ad indici di prezzi quanto a indici del **costo della spesa**. Tali indici sono forniti nella versione a struttura variabile con riferimento alla rete corrente. Di seguito viene riportato il confronto fra le elaborazioni a struttura variabile e quelle a struttura fissa, relativamente alle statistiche a rete costante.

**Destagionalizzazione** - è una procedura statistica che rimuove gli andamenti tipici stagionali delle serie storiche. Le vendite al dettaglio risentono, infatti, di oscillazioni cicliche connesse a fenomeni climatici e/o culturali che producono un andamento tipico e ricorrente (festività natalizie e pasquali, flussi turistici). I fatturati e i volumi sono destagionalizzati con il programma statistico TRAMO-SEATS, utilizzando una struttura  $ARIMA(1,0,0)(0,1,0)_{12}$  e correggendo per i giorni lavorativi nel mese. Ad oggi, a causa della brevità delle serie a disposizione, la procedura non opera alcuna correzione per tenere conto degli effetti sul fatturato indotti dalla cadenza delle festività pasquali.

Si segnala che con il passare del tempo, l'aggiunta di nuova informazione, consente un più robusto esito della procedura di destagionalizzazione, che determina, ogni volta, una revisione dei dati già pubblicati.