

Osservatorio regionale prezzi

conoscenze aggiuntive per un acquisto più consapevole

Attori



Obiettivo

Fornire conoscenze aggiuntive sui prezzi rispetto a quelle inflattive offerte dall'indice dei prezzi al consumo per l'intera collettività (NIC) attraverso il monitoraggio dell'*opportunità di spesa* e del *comportamento di acquisto* del consumatore.

Metodologia

Si rilevano mensilmente, per ogni comune, prodotto ed esercizio commerciale:

- la quotazione della referenza *più venduta*;
- la quotazione delle referenze più costose;
- la quotazione della referenza meno costosa;
- la quotazione della seconda referenza più costosa;
- la quotazione della seconda referenza meno costosa.

Piano di campionamento: criteri metodologici stabiliti a livello nazionale per l'indice NIC (tipologia e distribuzione territoriale degli esercizi commerciali, peso demografico del comune, distribuzione territoriale della popolazione).

Composizione dei carrelli: È considerata la spesa media mensile che può sostenere una famiglia media di tre persone. Le tipologie e le quantità di alimenti sono individuate principalmente sulla base delle esigenze nutrizionali dell'individuo (Larn).

Risultati e Diffusione

Si elaborano mensilmente per ogni comune e prodotto:

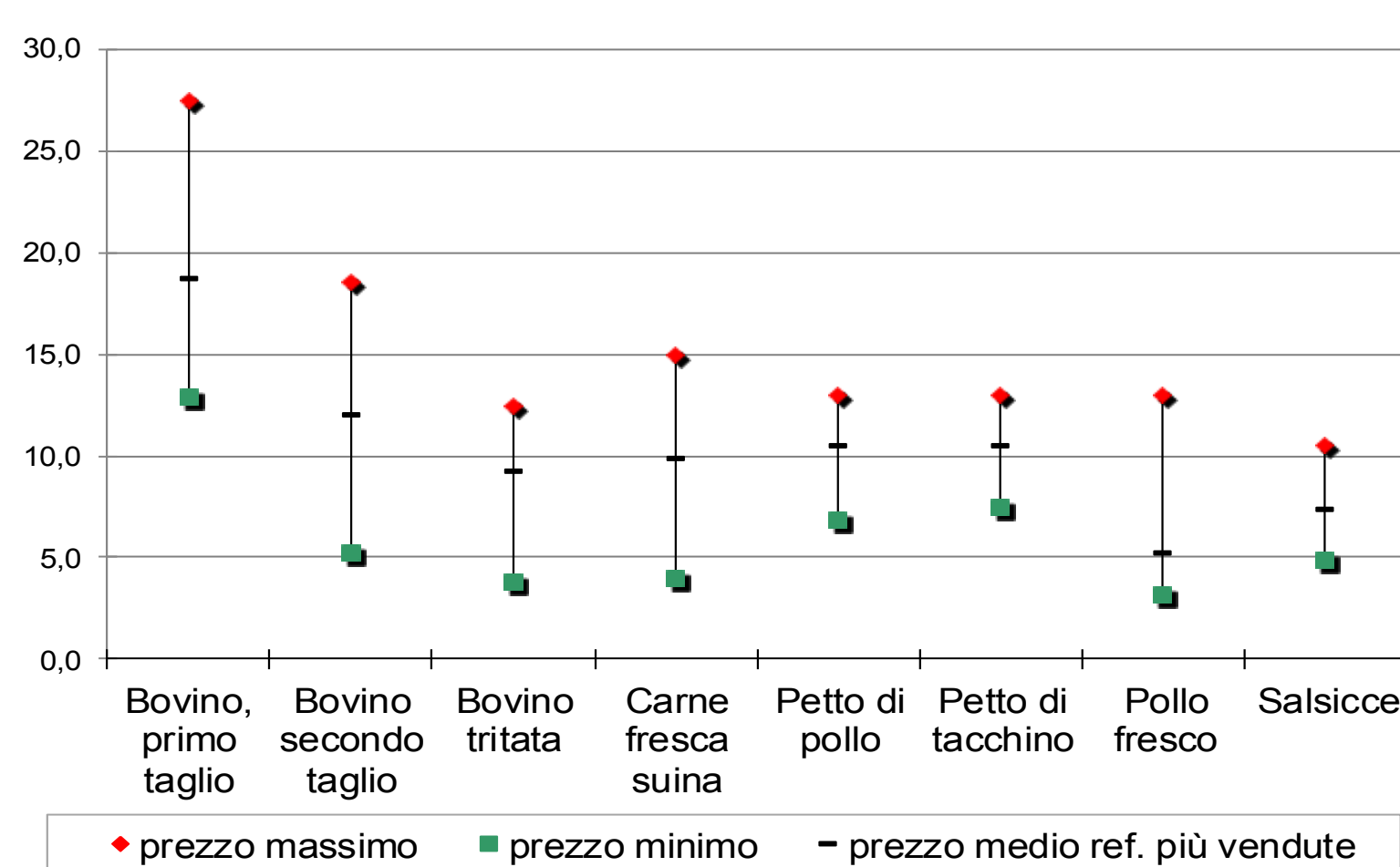
- Il **prezzo minimo**, inteso come quotazione minima rilevata in tutti gli esercizi commerciali;
- Il **prezzo massimo**, inteso come quotazione massima rilevata in tutti gli esercizi commerciali;
- Il **prezzo medio**, calcolato come media geometrica delle quotazioni delle referenze rilevate in tutti gli esercizi commerciali;
- Il **prezzo medio delle referenze più vendute**, calcolato come media geometrica delle quotazioni delle referenze più vendute rilevate in tutti gli esercizi commerciali

Il **prezzo minimo** e il **prezzo massimo** rappresentano gli estremi dell'intervallo entro cui sono contenute le *opportunità di spesa* del consumatore e cioè i valori entro cui oscilla il prezzo di un bene. Il **prezzo medio**, in quanto media di tutte le quotazioni, rappresenta il valore medio di tale intervallo. Il **prezzo medio della referenza più venduta** fornisce informazioni sul *comportamento di acquisto* tenuto dal consumatore.

Mettendo in relazione le varie tipologie di prezzo, si possono trarre indicazioni sulla collocazione delle scelte del consumatore in rapporto alla gamma di prezzi disponibili, condizionate o meno dall'opportunità di una maggiore o minore spesa.

CARNI. Prezzo massimo, prezzo minimo, prezzo medio della referenza più venduta.

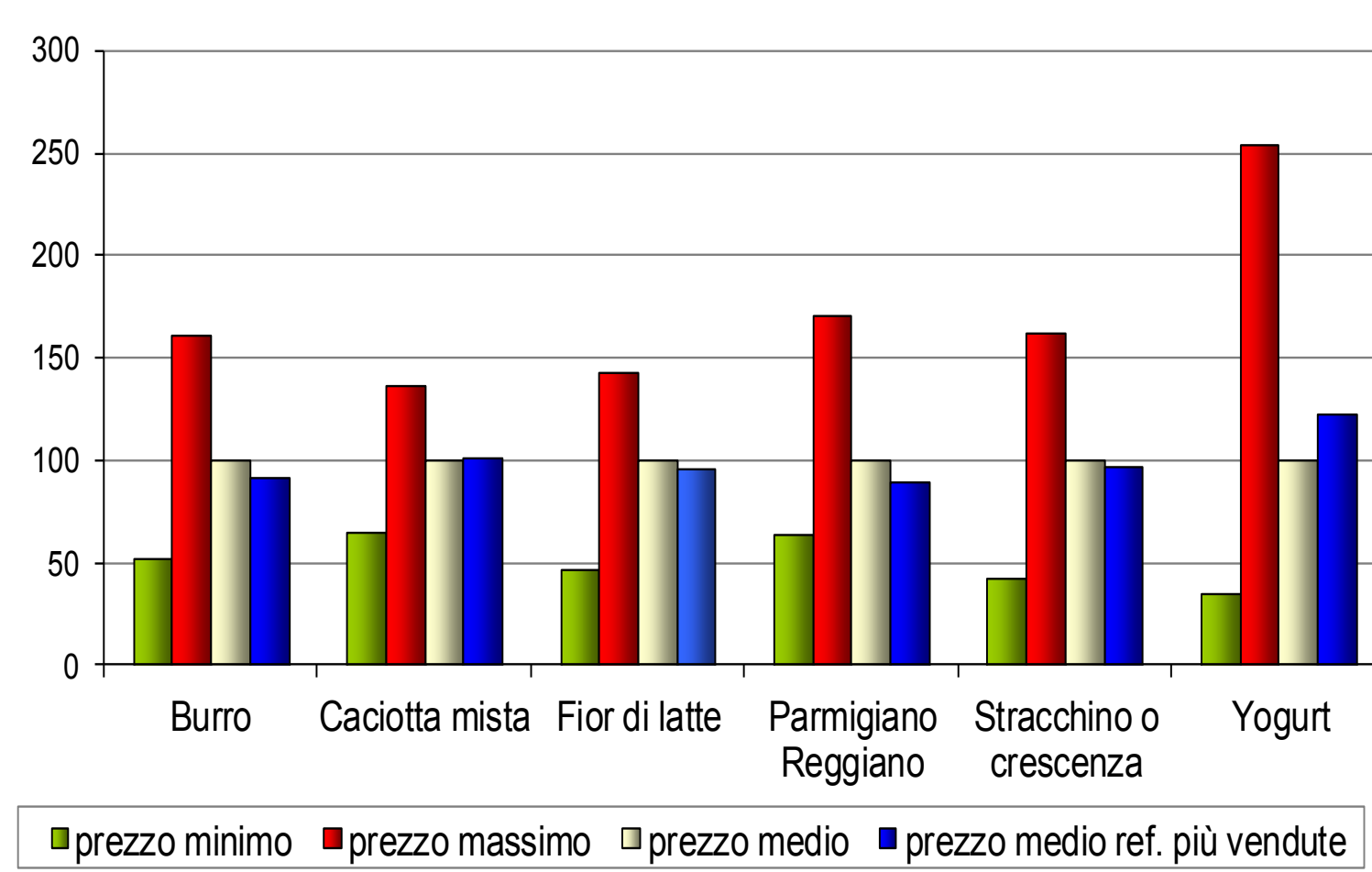
Comune di Perugia, dicembre 2012 (valori in euro – 1.000 grammi di prodotto)



Il consumatore a Perugia nel mese di dicembre 2012 nell'acquisto della carne fresca di *bovino adulto tritata*, *petto di pollo* e *petto di tacchino* sembra orientarsi verso referenze più costose. L'orientamento sembra indirizzarsi verso referenze meno costose in modo evidente nell'acquisto del *pollo fresco* che registra un prezzo medio delle referenze più vendute (5,22 euro al kg) più vicino al prezzo minimo (3,12 euro al kg) che non a quello massimo (13,0 euro al kg).

PRODOTTI CASEARI. Prezzo massimo, prezzo minimo, prezzo medio delle referenze più vendute.

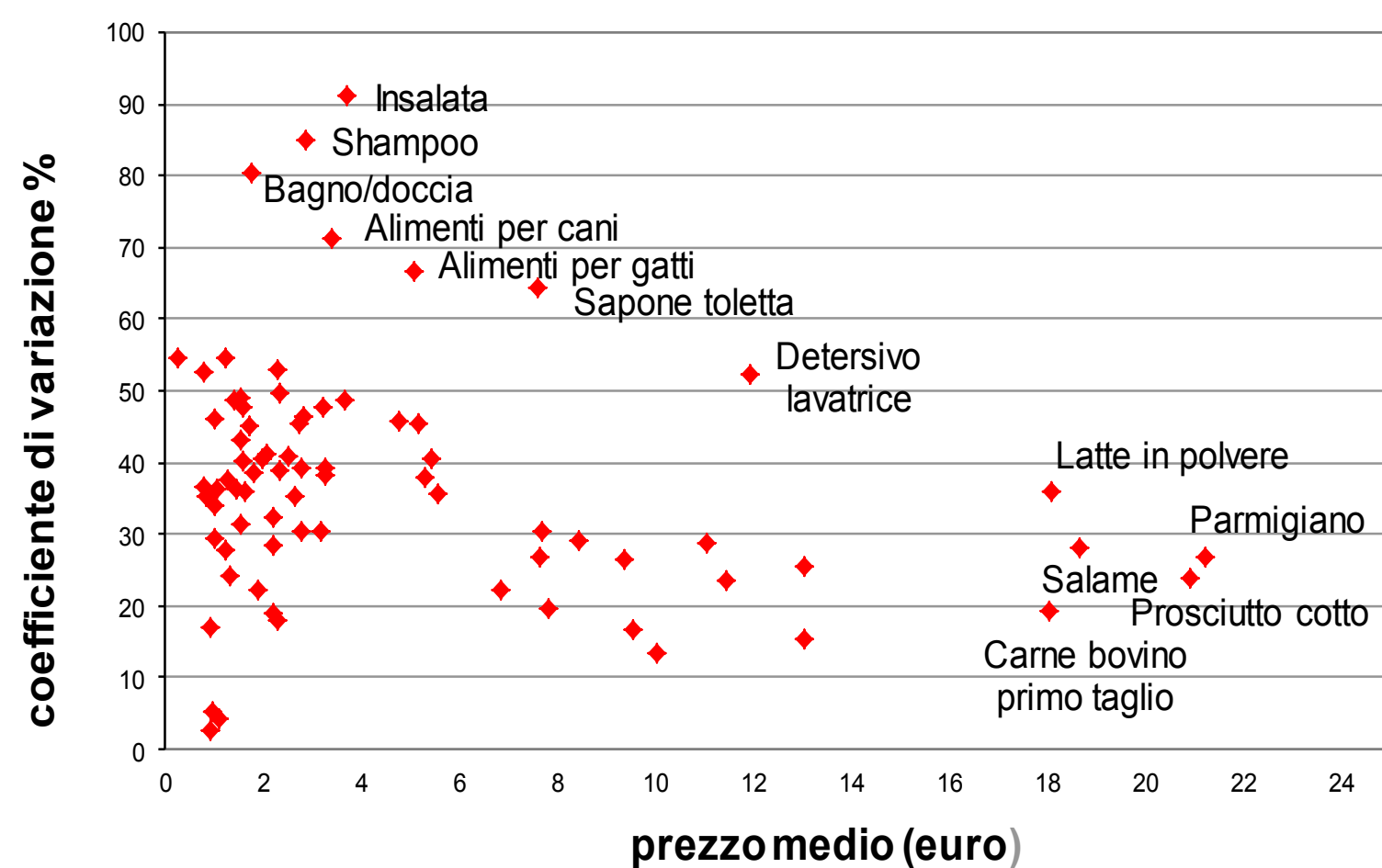
Comune di Perugia, dicembre 2012 (NI prezzo medio = 100)



Lo *yogurt*, rispetto al valore medio posto pari a 100, è il prodotto con più alto scarto, tra il valore massimo (254,8) e quello minimo (34,6). Lo *yogurt* è anche il prodotto in cui il prezzo medio delle referenze più acquistate (123,1) è sensibilmente superiore al prezzo medio (100). E' nell'acquisto del *parmigiano reggiano* che il consumatore, spendendo in media l'11 per cento in meno rispetto al valore medio, sembra porre maggiore attenzione al risparmio.

Coefficiente di variazione percentuale e prezzo medio

Comune di Perugia, dicembre 2012



I prodotti con maggiore variabilità appartengono all'insieme di beni con i prezzi medi relativamente più bassi. Tra di essi si evidenziano l'*insalata*, lo *shampoo*, il *bagno/doccia schiuma* gli *alimenti per animali domestici*, e il *sapone toletta*, tutti con una variabilità del prezzo superiore del 60 per cento rispetto alla media. Per contro, tra i prodotti con prezzi elevati, il *latte in polvere per neonati* è l'unico con variabilità superiore al 30 per cento; *prosciutto cotto*, *parmigiano reggiano* e *salame* hanno variabilità superiore al 20%.

PRODOTTI PER LA PRIMA INFANZIA. Opportunità di spesa (valori in euro)

Comune di Perugia, dicembre 2012



Per l'acquisto di prodotti per la prima infanzia la spesa media di una famiglia di tre persone, indipendentemente dalle marche e varietà e dalla tipologia di esercizio commerciale, è pari a 278,52 euro, acquistando le referenze meno costose, e a 549,91 euro acquistando quelle più costose. La famiglia si orienta verso referenze che comportano una spesa media mensile di 370,29 euro.