



**ANDREA ICHINO
E
FRANCESCO MANARESI**
UNIVERSITA' DI BOLOGNA

**IL PROBLEMA DELLA
QUARTA SETTIMANA**
UNA ANALISI QUANTITATIVA

SINTESI DEI RISULTATI

Autori della ricerca

Andrea Ichino e Francesco Manaresi – Università di Bologna

Sviluppo della ricerca

1) L'obiettivo

Questa è la prima analisi quantitativa svolta in Italia per verificare l'esistenza di un ciclo mensile negli acquisti e nei consumi, documentare una caduta di essi nei periodi del mese più lontani dal giorno di paga e spiegarne i motivi.

Molti sondaggi hanno evidenziato negli ultimi anni che una quota crescente di famiglie italiane afferma di "avere difficoltà ad arrivare a fine mese".

Ad esempio, secondo l'Istat, l'incidenza di chi ha risposto "con difficoltà" o con molta difficoltà" era pari al 33,7% nel 2004 ed è arrivata al 36,5% nel 2007.

L'indagine della Banca d'Italia sui redditi delle famiglie, svolta ogni due anni, ha un trend simile: la percentuale di famiglie che segnalava difficoltà ad arrivare a fine mese era pari al 25,8% nel 2004, ed è cresciuta di 2,6% punti percentuali nel 2006, per raggiungere il 31.4% nel 2008.

Dietro questo trend vi possono essere due diversi fenomeni in azione:

1. una componente soggettiva, data dal senso di insicurezza economica delle famiglie italiane che può essere peggiorato con la crisi,
2. una componente oggettiva, data dal fatto che una quota crescente di famiglie non riesce a mantenere un profilo di consumo costante lungo il mese, e la loro condizione di benessere peggiora mano a mano che ci si allontana dalla data di riscossione dello stipendio o della pensione.
Questo fenomeno è stato definito 'sindrome della quarta settimana' ma a tutt'oggi non e' mai stato verificato statisticamente e non ne sono state analizzate le possibili determinanti alla luce dei dati

La ricerca qui presentata dimostra per la prima volta, attraverso un'analisi quantitativa sviluppata su alcuni generi di consumo delle famiglie, che esiste questa componente oggettiva, vale a dire un ciclo mensile dei consumi che dipende dalla data di disponibilità del reddito monetario. Mostra altresì che solo in parte l'esistenza di questo ciclo è un segno di difficoltà economica delle famiglie.

2) Il database utilizzato

Il panel Homescan di Nielsen raccoglie informazioni giornaliere sugli acquisti di beni di largo consumo (alimenti, bevande, beni per la cura della persona e della casa) e di prodotti freschi (frutta e verdura, ecc) di un campione di famiglie italiane stratificato per area geografica, ampiezza del nucleo familiare, reddito per adulto equivalente ed età del capofamiglia.

La metodologia di raccolta dati si basa sull'utilizzo di uno scanner portatile a raggi infrarossi messo a disposizione delle famiglie, integrato da un libretto in cui si registrano gli acquisti e le altre informazioni non rilevabili automaticamente (prodotti freschi).

Tra le informazioni relative a ciascuna famiglia si è provveduto a registrare anche il giorno di pagamento dello stipendio o della pensione (laddove presente).

Dopo aver stabilito, in base alla data di percezione dello stipendio di ciascuna famiglia, il cosiddetto "mese di paga", quest'ultimo è stato suddiviso in 5 periodi di 6 giorni, definiti convenzionalmente "settimane di paga".

Su queste basi sono stati elaborati i dati di acquisto contenuti nel database Nielsen.

3) I periodi analizzati

La ricerca è stata condotta confrontando i dati del 2007 (anno pre-crisi) con i dati relativi al periodo settembre 2008-agosto 2009 (chiamato per semplicità 2009), ossia quello in cui gli effetti della crisi hanno iniziato a farsi sentire in modo intenso. L'obiettivo è stato quello di valutare se la crisi ha prodotto cambiamenti nel numero di famiglie interessate da un ciclo intra-mensile dei consumi e nella intensità del ciclo stesso.

4) Le ipotesi da verificare

Per studiare questo fenomeno sono stati confrontati i comportamenti delle persone in relazione a due tipologie di beni:

- da una parte il "totale dei beni alimentari di largo consumo" che è composto da prodotti che possono essere accantonati e consumati successivamente. In questo caso acquisti e consumi possono non coincidere, se le famiglie accumulano scorte in un momento iniziale che vengono poi consumate nell'arco delle settimane successive;
- dall'altra gli acquisti di "frutta e verdura fresche", beni a deperibilità più rapida che possono difficilmente essere conservati per lungo tempo senza che vengano ridotte le loro proprietà organolettiche e nutritive. In questo caso i consumi tendono ad essere "contemporanei" agli acquisti e, soprattutto, dovrebbero essere regolari nell'arco del mese, senza mostrare picchi e poi cadute.

L'ipotesi di lavoro è che nel caso in cui si dovesse registrare anche per i prodotti freschi di frutta e verdura un ciclo dei consumi con un picco nel momento della riscossione dello stipendio e poi un calo, si potrebbe affermare di essere in presenza del cosiddetto fenomeno della "quarta settimana".

Per verificare poi se il vincolo di liquidità, cioè la difficoltà di accesso al credito, ha un ruolo nello spiegare l'effetto "quarta settimana", le famiglie sono state classificate in base al livello di istruzione del capofamiglia, buon indicatore della disponibilità economica del nucleo familiare: "istruzione bassa" (fino alle medie inferiori) e "istruzione alta". Le prime

hanno generalmente maggiori vincoli di liquidità, cioè minori disponibilità economiche, rispetto alle seconde.

I principali risultati

- **Analisi degli acquisti di prodotti di largo consumo**

Lo studio evidenzia come per questi prodotti che possono essere stoccati sia presente un ciclo degli acquisti.

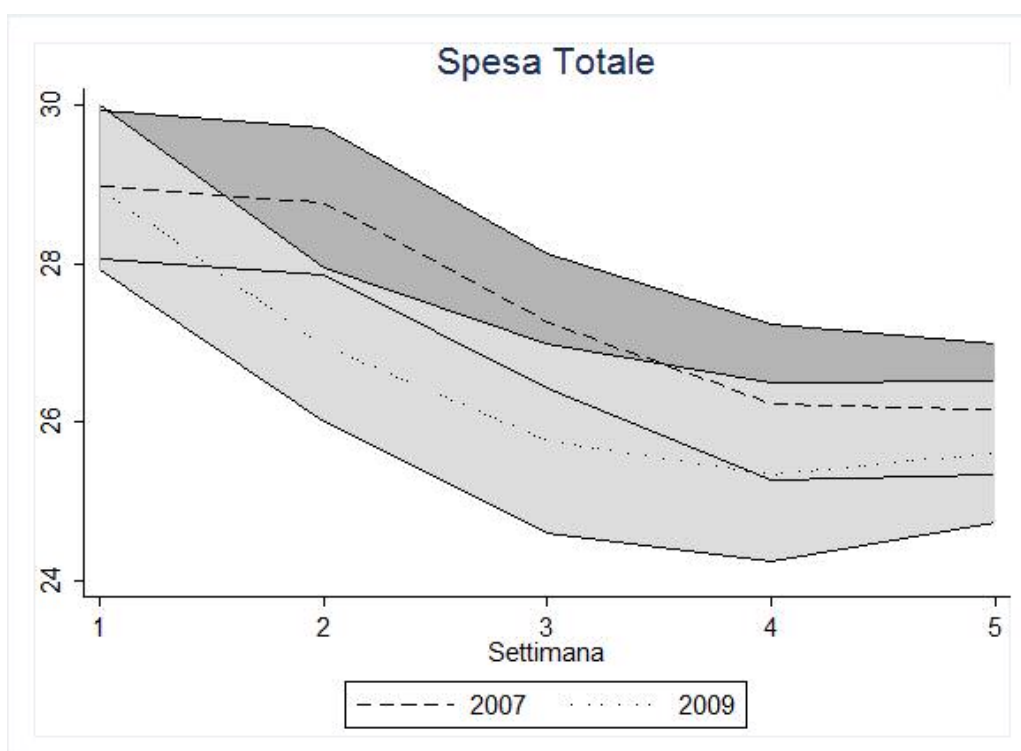
Nel 2007 gli acquisti di beni di largo consumo subiscono una caduta del 10% tra il giorno di paga e la fine del mese; la flessione è statisticamente significativa dalla terza settimana del mese.

Nel 2009 la caduta è pari al 12,2% ed inizia dalla seconda settimana.

Il ciclo mensile degli acquisti si è quindi rafforzato nel 2009 rispetto al 2007.

L'esistenza di un ciclo negli acquisti non implica ovviamente che anche i consumi subiscano delle variazioni legate al giorno di paga: le famiglie potrebbero consumare i beni accumulati nella propria dispensa ad inizio mese in modo costante, senza che vi sia alcuna caduta dei consumi effettivi nella quarta o nella quinta settimana.

La figura seguente mostra l'andamento degli acquisti nel "mese di paga", cioè nel periodo di 30 giorni che separa una data di percezione del reddito dall'altra per il 2007 ed il 2009.



Attorno alla linea tratteggiata che rappresenta la **spesa settimanale per adulto** ottenuta dal campione, è indicato, con una fascia colorata, l'intervallo statistico di confidenza entro il quale si collocano i valori per la totalità delle famiglie con il 95% di probabilità.

L'intervallo di confidenza è importante perché fornisce la conferma che anche per la totalità delle famiglie italiane, per le quali ovviamente non abbiamo dati rilevati, sono confermate le conclusioni ottenute dal campione statistico con un elevato grado di probabilità. Si può infatti osservare che tutto l'intervallo di valori compreso nella fascia alla fine del mese è inferiore al corrispondente intervallo compreso nella fascia all'inizio del mese.

Un approfondimento dei primi risultati può essere fatto dividendo le famiglie in base al livello di istruzione del capofamiglia, buon indicatore della disponibilità economica del nucleo familiare: "istruzione bassa" (fino alle medie inferiori) e "istruzione alta". Le prime hanno generalmente maggiori vincoli di liquidità, cioè minori disponibilità economiche, rispetto alle seconde.

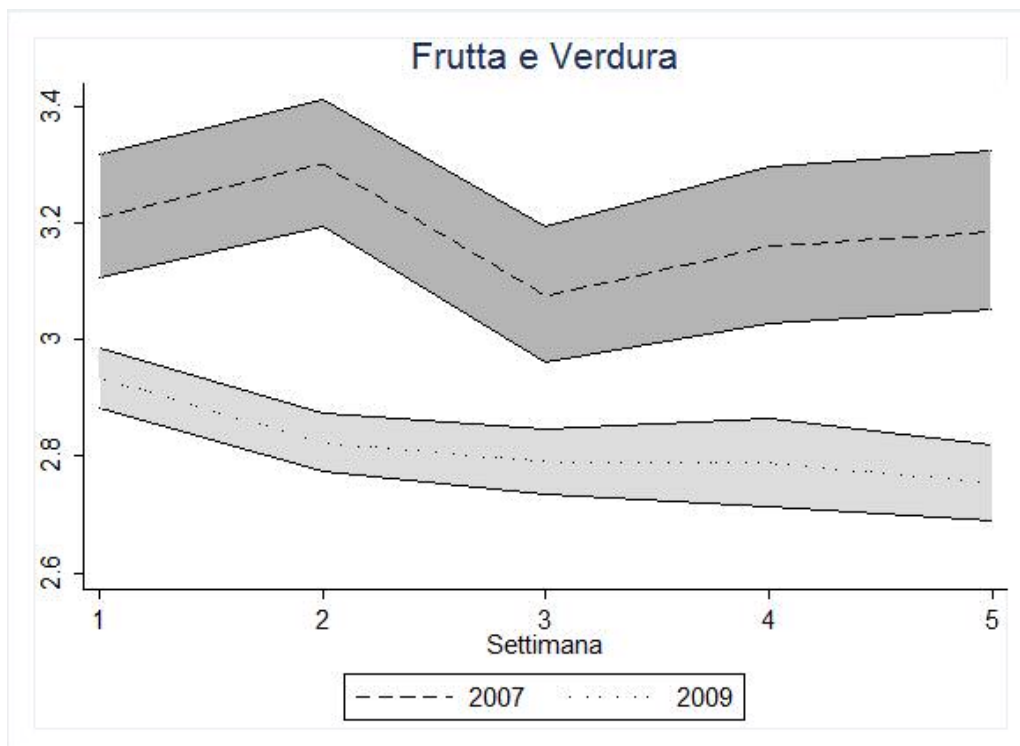
Per entrambi i gruppi esiste il ciclo degli acquisti, ma mentre per le famiglie a maggiore disponibilità economica nel 2009 la differenza tra la settimana di riscossione dello stipendio e la settimana di acquisti più bassi (la terza del mese) è pari al 5,7% (stesso valore del 2007), nelle famiglie più disagiate la differenza tra la settimana dello stipendio e l'ultima del "mese di paga" è pari al 21%. Inoltre questo valore rappresenta un netto peggioramento rispetto alla caduta del 16% registrato nel 2007.

Si può quindi dedurre che per questi prodotti pur esistendo un ciclo degli acquisti per tutte le famiglie, sono quelle che accedono con difficoltà al credito che hanno una più marcata tendenza a compiere le spese più ingenti in occasione della percezione dello stipendio, quando hanno maggiore liquidità. Per queste stesse famiglie il fenomeno si è rafforzato nel 2009 rispetto al 2008.

- **Individuazione di un "ciclo del consumi"**

Il panel Homescan di Nielsen rileva i dati sugli acquisti, ma non i tempi di consumo effettivo dei prodotti acquistati. Per studiare i consumi osservando gli acquisti è necessario concentrarsi su quelle categorie alimentari che non possono essere stoccate per lungo tempo. In questi casi è legittima l'ipotesi che i consumi settimanali siano equivalenti agli acquisti.

La figura seguente mostra l'andamento dei consumi settimanali di frutta e verdura fresche a partire dalla settimana in cui le famiglie percepiscono il reddito.



Nel 2007 si osserva una caduta del 4,3% nella terza settimana, seguita da una ripresa nella quarta e quinta settimana (che si conclude con un -1% circa rispetto ad inizio mese). Si può dunque osservare una ciclicità marginale e non significativa.

Nel 2009 i consumi per adulto di frutta e verdura si riducono marcatamente, passando da circa 3,1 kg a poco meno di 2,8 kg per settimana. Oltre a ciò il ciclo mensile si fa più marcato: la caduta nei consumi inizia dalla seconda settimana del mese di paga, prosegue costantemente e raggiunge nella quinta settimana il -6,3% rispetto ad inizio mese.

Si palesa quindi un effetto "quarta settimana".

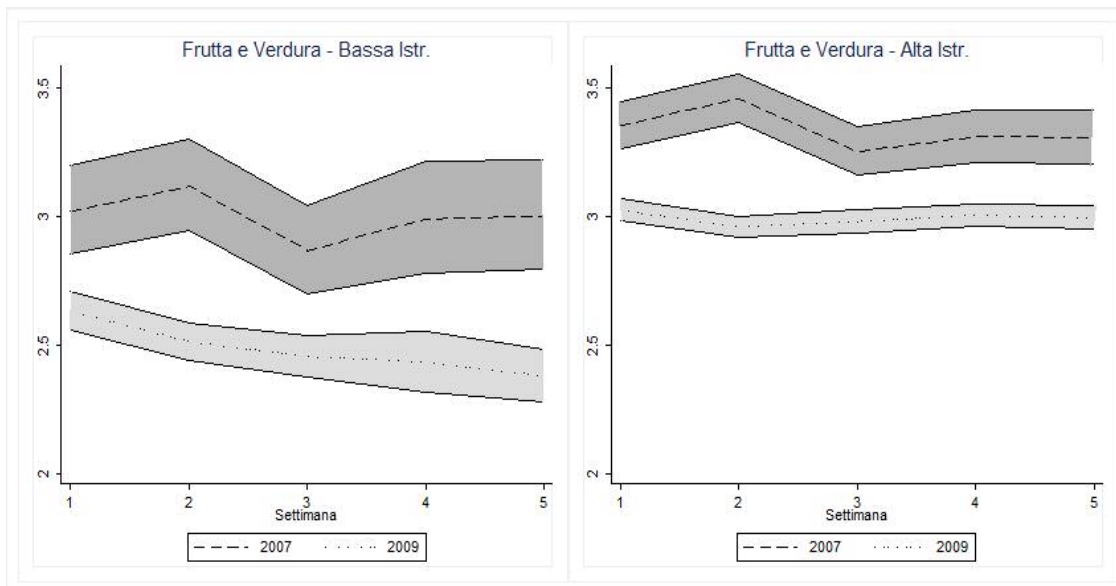
Il "vincolo di liquidità"

Anche in questo caso scomponiamo il dato aggregato tra le famiglie a maggiore e minore disponibilità economica.

La Figura seguente mostra l'andamento intra-mensile dei consumi per le famiglie il cui capofamiglia ha istruzione bassa (minore disponibilità economica) e per quelle il cui capofamiglia ha istruzione alta (maggiore disponibilità economica): le prime hanno generalmente maggiori vincoli di liquidità delle seconde.

Per entrambi i gruppi si è verificata una significativa riduzione del consumo settimanale per adulto di frutta e verdura tra il 2009 e il 2007, pari a circa il -16% per le famiglie con maggior vincolo di liquidità e al -9% per le altre.

Ma mentre per le famiglie a più alta istruzione non si evidenzia alcun ciclo dei consumi sia nel 2007 che nel 2009, al contrario nelle famiglie a istruzione più bassa il fenomeno nel 2009 è evidente, con una caduta dei consumi tra la settimana di percezione dello stipendio e l'ultima del mese di paga pari al 10%.



Si può quindi affermare che la crisi ha effettivamente prodotto un fenomeno della "quarta settimana" nelle famiglie con maggiori vincoli di liquidità, cioè quelle sulle quali la crisi stessa ha inciso in maniera più pesante.

Per effetto quindi di uno shock economico (la crisi) le famiglie meno in grado di assorbirlo hanno modificato il proprio comportamento, mostrando una componente "irrazionale" nel loro modello di consumo: invece di mantenere i consumi costanti nel mese consumano di più quando hanno maggiore disponibilità di denaro (settimana di percezione dello stipendio) riducendo poi progressivamente nell'arco del mese questi consumi.

Un secondo effetto del vincolo di liquidità riguarda la scelta dei luoghi d'acquisto. Abbiamo visto che un consumatore con vincolo di liquidità preferisce fare acquisti ed accumulare scorte di cibo (per i prodotti non deperibili) in corrispondenza della propria settimana di paga, perché allora ha maggiore liquidità. Nel resto del mese fa acquisti di minore portata. In presenza di uno shock economico cresce la probabilità che la grande spesa effettuata nella settimana di paga venga realizzata nella Grande Distribuzione che garantisce prezzi più convenienti, mentre negli altri giorni del mese si possono sfruttare i negozi di prossimità. Dunque i prezzi a cui si acquistano gli alimenti sono più bassi nel giorno di paga e più alti nel resto del mese e ciò può contribuire a spiegare una caduta intra mensile delle quantità consumate di quei beni che devono essere acquistati frequentemente.

La crisi ha dunque aumentato la tendenza delle famiglie a fare i grandi acquisti in corrispondenza della percezione dello stipendio e nei negozi della Grande Distribuzione, proprio perché ha reso i vincoli di liquidità più stringenti per una ampia quota delle famiglie italiane che cerca con sempre maggiore insistenza l'economicità della spesa.

5) Conclusioni

L'analisi ha evidenziato, per la prima volta e sulla base di analisi quantitative, come esista nel 2009 una ciclicità mensile legata alla settimana di percezione dello stipendio:

- negli acquisti, per quanto riguarda i beni di largo consumo confezionati e quindi stoccabili;
- negli acquisti e anche nei consumi, per quanto riguarda i prodotti freschi di frutta e verdura, che non possono essere stoccati per lungo tempo e per i quali appare quindi legittima l'ipotesi che i consumi settimanali siano equivalenti agli acquisti.

Questa ciclicità dei consumi, che comporta una riduzione della spesa man mano che ci si allontana dal giorno di riscossione dello stipendio, è nota anche come problema della "quarta settimana".

Il fenomeno della "quarta settimana" era del tutto marginale nel 2007, periodo ante-crisi, mentre si manifesta in modo evidente nel 2009.

Lo stesso fenomeno della "quarta settimana" è del tutto ascrivibile alle famiglie con minore disponibilità economica, per le quali la crisi ha implicato un cambiamento nel comportamento di consumo. In queste famiglie la variazione dei consumi tra la settimana di percezione dello stipendio e l'ultima del mese di paga è pari al 10%.

Il fatto che il consumatore faccia spese più ampie in corrispondenza della settimana di paga quando ha maggiore liquidità rispetto al resto del mese ha effetti sulla scelta del luogo dove fare la spesa. Per fare la spesa più elevata a inizio mese egli si rivolge con maggiore facilità ai negozi della Grande Distribuzione Organizzata, dove i prezzi sono più bassi. Questo fenomeno si è accentuato nel 2009 rispetto al 2007. Per gli acquisti durante il mese invece egli può sfruttare anche i negozi della distribuzione di prossimità, che praticano prezzi più elevati ma che sono relativamente più sotto casa.