

INDAGINE SUPERMERCATI 2020

METODOLOGIA

CARATTERISTICHE GENERALI DELL'INDAGINE

SCOPO DELL'INDAGINE

Altroconsumo pubblica annualmente l'indagine sui supermercati da oltre 30 anni, con una metodologia consolidata nel tempo anche grazie al confronto con le organizzazioni di consumatori di altri Paesi europei che realizzano indagini simili.

L'indagine ha lo scopo principale di **aiutare il consumatore a scegliere con consapevolezza il supermercato più conveniente** in cui effettuare la spesa. Confrontando le medie ponderate dei prezzi rilevati rapportati alla stima del prezzo medio di mercato, Altroconsumo misura il livello dei prezzi dei punti vendita e, conseguentemente, delle catene oggetto di indagine.

I risultati dell'indagine sono pubblicati in un articolo che presenta gli indici dei prezzi per insegna considerando, nell'ambito dei prodotti alimentari, cura casa e persona e pet food, quattro diversi tipi di paniere di spesa e l'intero assortimento dei supermercati; solo sul paniere dei prodotti di marca si pubblica anche una classifica dei singoli supermercati e ipermercati. In questo modo Altroconsumo si propone di contribuire anche ad **aumentare il livello di concorrenza** sui mercati delle singole piazze, oltre che sul mercato nazionale.

CRITERI GENERALI DELL'INDAGINE

A partire dai dati rilevati nei singoli punti vendita, vengono stilate le classifiche nazionali per insegna e le classifiche dei singoli punti di vendita per le principali città italiane.

Le **classifiche per insegna** fondano il confronto su panieri costituiti dai seguenti prodotti di categorie alimentari, cura casa e persona e pet food (ciascuno costituisce un paniere distinto):

1. Prodotti di marca leader di mercato
2. Prodotti a marca commerciale
3. Prodotti più economici
4. Prodotti alimentari biologici
5. Tutti i prodotti commercializzati dalla catena

Le **classifiche per città**, a livello di singolo punto vendita, fondano il confronto su un unico paniere costituito da prodotti di marca leader di mercato.

DATI A FONDAMENTO DELLE CLASSIFICHE PER INSEGNE: LA RILEVAZIONE CONTINUATIVA

Le classifiche **per insegne** si basano su una serie di rilevazioni effettuate secondo i seguenti criteri:

- **Ambito temporale:** ogni 15 giorni, tra maggio 2019 e aprile 2020.
- **Campione di punti vendita:** campione rappresentativo di tutte le principali catene nazionali e regionali di ipermercati, supermercati e discount, secondo la loro diffusione territoriale, costituito da 1869 ipermercati e supermercati e da 194 discount. In totale il campione è costituito da 94 insegne, di cui 39 a carattere nazionale.
- **Prezzi rilevati:** prezzi di tutti i prodotti alimentari confezionati, dei prodotti per la pulizia della persona e della casa, del cibo per animali.

La rilevazione è stata effettuata mediante un partner esterno che ha garantito la rappresentatività del campione di punti vendita.

Le informazioni rilevate sono state: l'EAN, il prezzo esposto a scaffale, anche promozionale, rivolto ai soli possessori di carte fedeltà oppure a tutti i clienti.

DATI A FONDAMENTO DELLE CLASSIFICHE PER PUNTO VENDITA: LA RILEVAZIONE PUNTUALE

Le classifiche **per punto vendita** si basano su un'unica rilevazione:

- **Ambito temporale:** una rilevazione per punto vendita tra il 15 giugno e il 5 luglio 2020.
- **Campione di punti vendita:** campione di 693 punti vendita ipermercati e supermercati relativi a 106 insegne in 70 capoluoghi di provincia in 20 regioni italiane, rappresentativo delle catene presenti in ciascun capoluogo di provincia.
- **Prezzi rilevati:** prezzi relativi a un campione di 443 prodotti confezionati, appartenenti a 116 categorie di prodotto, di marche leader di mercato, di cui 19 prodotti freschi a peso imposto tra carni, verdura e frutta, formaggi e salumi da banco, pane e uova.

La rilevazione è stata effettuata con la collaborazione di un partner esterno.

Le informazioni rilevate sono state: l'EAN, il prezzo esposto a scaffale, anche promozionale, rivolto ai soli possessori di carte fedeltà oppure a tutti i clienti.

**CRITERI PER
LA DEFINIZIONE
DEL CAMPIONE DI PUNTI
VENDITA PER
LA RILEVAZIONE PUNTUALE**

CITTÀ CAMPIONE DELLA RILEVAZIONE PUNTUALE

Regione	Città campione
Abruzzo (3 città)	L'Aquila
	Pescara
	Teramo
Basilicata (1 città)	Potenza
Calabria (3 città)	Catanzaro
	Cosenza
	Reggio di Calabria
Campania (3 città)	Caserta
	Napoli
	Salerno
Emilia Romagna (6 città)	Bologna
	Modena
	Parma
	Ravenna
	Reggio nell'Emilia
	Rimini
Friuli Venezia Giulia (3 città)	Pordenone
	Trieste
	Udine
Lazio (2 città)	Latina
	Roma
Liguria (3 città)	Genova
	La Spezia
	Savona
Lombardia (9 città)	Bergamo
	Brescia
	Como
	Cremona
	Mantova
	Milano
	Monza
	Pavia
	Varese

Regione	Città campione
Marche (3 città)	Ancona
	Ascoli Piceno
	Pesaro
Molise (1 città)	Campobasso
Piemonte (5 città)	Alessandria
	Asti
	Cuneo
	Novara
	Torino
Puglia (4 città)	Bari
	Foggia
	Lecce
	Taranto
Sardegna (2 città)	Cagliari
	Sassari
Sicilia (5 città)	Catania
	Messina
	Palermo
	Ragusa
	Siracusa
Toscana (7 città)	Arezzo
	Firenze
	Livorno
	Lucca
	Pisa
	Pistoia
	Prato
Trentino Alto Adige (2 città)	Bolzano/Bozen
	Trento
Umbria (1 città)	Perugia
Valle d'Aosta (1 città)	Aosta
Veneto (6 città)	Padova
	Rovigo
	Treviso
	Venezia
	Verona
	Vicenza

RAPPRESENTATIVITÀ DEL CAMPIONE DI CITTÀ

- Il campione di città selezionato consente di rappresentare **il 26% della popolazione nazionale**
- Rispetto alla popolazione delle singole regioni si va da un minimo del 12% in Basilicata, dove la popolazione è molto distribuita in piccoli centri, al 51% del Lazio, dove la popolazione è molto concentrata intorno a Roma
- Se si considera anche il mercato di riferimento degli ipermercati localizzati all'esterno del perimetro comunale, la popolazione effettivamente rappresentata dal campione è anche superiore

CRITERI DI SELEZIONE DEI PUNTI VENDITA PER LA RILEVAZIONE PUNTUALE

- Una insegna è rappresentata da 1 pdv solo se in città ce n'è uno solo; quindi se l'insegna è presente con almeno 2 punti vendita, la variabilità dei prezzi praticati dall'insegna nella città è rappresentata nel campione
- Si cerca di tenere conto delle diverse dimensioni dei pdv, anche se si privilegiano i più grandi, che solitamente garantiscono maggiore assortimento e dunque maggiore probabilità di rilevare il numero di prezzi necessario per calcolare gli indici
- Se l'insegna è presente in città con pdv in diversi formati, ciascuno è trattato come un'insegna distinta, purché tale differenza sia evidente al consumatore anche attraverso il nome dell'insegna
- Le città più grandi sono suddivise in aree, è ciascuna area è stata trattata come città distinta: Roma (5); Milano (4); Torino (3); Napoli (2)

SELEZIONE DI IPERMERCATI E SUPERMERCATI PER LA RILEVAZIONE PUNTUALE

- **Ipermercati**

- Tutti i pdv presenti nel territorio comunale, fino a un massimo di 4 per una stessa insegna
- Pdv fuori comune entro 5 km dalla periferia e raggiungibili in 20 minuti di auto dal centro, anche se collocati in una provincia diversa
- Nelle città divise in aree il criterio è applicato in ciascuna area

- **Supermercati**

- Solo pdv di superficie > 550 m²
- Se in città l'insegna è presente con un solo pdv si considera quello. Se presente con 2-4 pdv: si considerano 2 pdv. Se presente con oltre 4 pdv: si considerano 3 pdv
- Nelle città divise in aree il criterio è applicato in ciascuna area

SELEZIONE DEI PRODOTTI PER IL PANIERE DEI PRODOTTI DI MARCA

CATEGORIE DI PRODOTTO DEL PANIERE DEI PRODOTTI DI MARCA LEADER DI MERCATO

Preliminarmente alla selezione dei prodotti da includere nel paniere dei prodotti di marca, sono state individuate 116 categorie, sulla base dei dati Istat sui consumi delle famiglie e sul sistema di ponderazione applicato dall'Istat per il calcolo dell'indice dei prezzi al consumo (indice NIC).

L'elenco delle 116 categorie è riprodotto in appendice, così come il metodo di selezione delle categorie. Qui di seguito forniamo una sintesi.

Categorie merceologiche indagine 2020:

- 15 bevande
- 11 detersivi e articoli per la cura e l'igiene della casa
- 10 articoli per la cura e l'igiene della persona
- 40 prodotti alimentari confezionati
- 16 prodotti alimentari da banco frigo
- 5 prodotti alimentari surgelati
- 8 tipologie di frutta e verdura sfusa
- 3 tipologie di salumi e formaggi da banco
- 6 tipologie di carni
- Pane sfuso
- Uova fresche grandi

SELEZIONE DEI PRODOTTI DEL PANIERE DEI PRODOTTI DI MARCA LEADER DI MERCATO

Sulla base dei dati di vendita a valore su base nazionale, sono stati individuati, per ogni categoria di prodotto, gli EAN più venduti.

Sulla base di tali EAN, sono state identificate denominazioni che consentissero di raggruppare EAN di prodotti assimilabili.

A titolo di esempio, sono stati raggruppati sotto un'unica denominazione le confezioni in vasetto di Nutella da 600g e da 630g.

L'anno di riferimento per l'analisi delle referenze più vendute è stato il 2019.

Di tali referenze si è verificato che la distribuzione tra i punti vendita fosse, nel 2019, per quanto possibile, prossima al 100% dei punti vendita nazionali.

Pertanto, il paniere è rappresentativo dei prodotti confezionati delle marche più vendute sul territorio nazionale.

Il paniere è costituito da **424 denominazioni**.

Per la rilevazione puntuale, sono state aggiunte 19 tipologie di prodotti freschi, quali carni, salumi e formaggi da banco, frutta, verdura, pane e uova. In totale, pertanto, per questa rilevazione, il paniere è costituito da 443 prodotti.

COMPOSIZIONE DEL PANIERE DEI PRODOTTI DI MARCA LEADER DI MERCATO (1)

Nelle tabelle che seguono è indicato il numero di prodotti di marca che è stato identificato per ciascuna delle 116 categorie

Categoria	Numero di prodotti
BEVANDE	
A- AMARI	2
A- VINO DOC/DOCG ITALIANO	9
A- VINO IGP/IGT ITALIANO BIANCO	3
A- VINO IGP/IGT ITALIANO ROSSO	6
A-ACQUA MINERALE GAS MAGGIORE 1LT	3
A-ACQUA MINERALE NATURALE MAGGIORE 1LT	7
A-BIRRE ALCOLICHE BOTTIGLIA 66CL	9
A-BIRRE IN LATTINA	7
A-COLA NORMALE BOTTIGLIA MAGGIORE 1LT	5
A-NETTARE DI FRUTTA IN BRICK 20CL	4
A-SPUMANTE 0 75 _1LT	5
A-SUCCO DI FRUTTA GUSTO ARANCIA 1LT	13
A-THE AL LIMONE BOTTIGLIA >1LT	6
A-VINO BIANCO IN BRICK 1 LT	3
A-WHISKY	2
CURA DELLA CASA	
B-ABRASIVI CREMA	2
B-CANDEGGINA CLASSICA NO PROFUMATA	4
B-DETERGENTE PER VETRI CON SPRUZZATORE	2
B-DETERSIVI PER LAVATRICE LIQUIDO	6
B-DETERSIVI PER PAVIMENTI	2
B-DETERSIVO PER LAVASTOVIGLIE IN GEL	3
B-DETERSIVO PER STOVIGLIE A MANO	4
B-DETERSIVO WC LIQUIDO	3
B-PIATTI FONDI USA E GETTA BIANCHI	3
B-ROTOLO ALLUMINIO	2
B-ROTOLO DI PLASTICA PER ALIMENTI	2
CURA DELLA PERSONA	
C-ASSORBENT ESTERNI PACCO SINGOLO	5
C-COLLUTORI 400_500ML	4
C-CREMA MANI IN BARATTOLINO	2
C-DENTIFRICIO 75_100ML	11
C-DEODORANTE ROLL ON	3
C-DOCCIASCHIUMA 200_300 ML	4
C-PANNOLINI BAMBINI MISURA 3	4
C-RASOI USA E GETTA MONOUSO	3
C-SAPONETTE	3
C-SHAMPOO 200_300 ML	8

Categoria	Numero di prodotti
PRODOTTI ALIMENTARI	
D- CIBO UMIDO PER GATTI IN BUSTA MULTIPACK	7
D- PANE DA BANCO A PESO IMPOSTO	1
D-ARACHIDI SGUSCIATE IN BUSTA	2
D-BISCOTTI FROLLINI CON GOCCE DI CIOCCOLATO	6
D-BISCOTTI FROLLINI SEMPLICI	6
D-CAFFÈ IN CAPSULE E CIALDE	7
D-CAFFÈ TOSTATO NORMALE MACINATO	11
D-CARAMELLE DURE IN BUSTA A SCAFFALE	6
D-CARNE IN SCATOLA	3
D-CEREALI COLAZIONE SEMPLICI	3
D-CIBO SECCO PER GATTI ADULTI	4
D-CIBO UMIDO PER CANI IN LATTINA	2
D-CIBO UMIDO PER CANI IN VASCHETTA	2
D-CONFETTURA E MARMELLATA ALBICOCCA	4
D-CRACKERS SALATI IN SUPERFICIE	2
D-CREMA CACAO SPALMABILE	9
D-CROISSANT CONFEZIONATO SEMPLICE	7
D-FARINA TIPO OO	1
D-FETTE BISCOTTATE	2
D-LATTE UHT INTERO	2
D-LATTE UHT PARZIALMENTE SCREMATO	5
D-MAIONESE IN TUBETTO	3
D-OLIO D OLIVA 1LT	2
D-OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA 1LT	5
D-OLIO SEMI MAIS 1LT	2
D-OMOGENEIZZATI DI MANZO	5
D-PANE BIANCO A FETTE	2
D-PANNA DA CUCINA UHT	4
D-PASSATA DI POMODORO IN VETRO	6
D-PASTA ALL UOVO A NIDI	5
D-PASTA DI SEMOLA PENNE RIGATE	6
D-PASTA DI SEMOLA SPAGHETTI	7
D-POLPA PRONTA DI POMODORO IN SCATOLA	4
D-POMODORI PELATI IN LATTINA	4
D-RISO BIANCO ARBORIO E PARBOILED	4
D-SGOMBRO IN LATTINA SOTTOLIO	4
D-TAVOLETTE DI CIOCCOLATO FONDENTE	6
D-TEA EARLY GREY IN BUSTINA	4
D-TONNO NATURALE	2
D-TONNO SOTTOLIO	7
D-ZUCCHERO BIANCO	2

COMPOSIZIONE DEL PANIERE DEI PRODOTTI DI MARCA LEADER DI MERCATO (2)

Categoria	Numero di prodotti
PRODOTTI DA BANCO FRIGO	
E-BURRO	4
E-CRESCENZA O STRACCHINO CONFEZIONATI	3
E-GORGONZOLA CONFEZIONATO	1
E-GRUVIERA O EMMENTAL CONFEZIONATO	4
E-LATTE FRESCO INTERO	1
E-LATTE FRESCO PARZIALMENTE SCREMATO	3
E-MOZZARELLE CLASSICHE	6
E-PANCETTA A DADINI	4
E-PECORINO CONFEZIONATO	2
E-PROSCIUTTO COTTO IN VASCHETTA MAGGIORE DI 90GR	4
E-RICOTTA VACCINA CONFEZIONATA	2
E-SOTTILETTE	3
E-TORTELLINI RIPIENI ALLA CARNE/PROSCIUTTO	6
E-WURSTEL	3
E-YOGURT INTERO ALLA FRUTTA	7
E-YOGURT MAGRO BIANCO	6
SURGELATI	
F-FILETTI DI MERLUZZO	3
F-GELATI VASCHETTA 500_800 GR	6
F-GELATO STECCO RICOPERTO CIOCCOLATO MULTIPACK	6
F-PIZZA MARGHERITA SURGELATA (NO BUFALA)	7
F-SPINACI SURGELATI	3
PRODOTTI FRESCHI	
G-CARNI	6
G-FRUTTA E VERDURA	8
G-PANE SFUSO	1
G-SALUMI E FORMAGGI DA BANCO	3
G-UOVA	1

Per i prodotti freschi la tabella riporta delle macro categorie, mentre il numero di prodotti le categorie effettive. Per queste categorie il prodotto è sempre uno. L'elenco delle categorie è riportato in appendice.

**SELEZIONE
DEI PRODOTTI
PER GLI ALTRI PANIERI**

SELEZIONE DEI PRODOTTI DEL PANIERE DEI PRODOTTI A MARCHIO COMMERCIALE

Tra le diverse tipologie di marchio commerciale, sono selezionate, all'interno dell'assortimento di ogni catena, solo quelle cosiddette «mainstream», cioè il cui livello di prezzo è mediano tra tutti i prodotti a marchio commerciale della catena.

Più in dettaglio, fatto 100 il prezzo medio dei prodotti a marchio commerciale di una catena per una specifica categoria di prodotti, sono stati selezionati tutti quelli il cui prezzo si posiziona tra 70 e 120.

L'analisi è stata effettuata sull'intero assortimento delle catene, relativo ai prodotti alimentari, per la cura della persona e della casa e del cibo per animali.

La classificazione delle categorie di prodotto considerate, in totale 1813, è stata proposta dal partner. L'analisi si basa sui prezzi medi dei singoli EAN secondo la rilevazione continuativa.

SELEZIONE DEI PRODOTTI DEL PANIERE DEI PRODOTTI A PIÙ ECONOMICI

La classificazione in categorie è quella adottata dal partner, costituita da 1813 categorie.

Adottando la classificazione in categorie del partner, sono state individuate, per ciascuna di esse, le referenze che nel corso della rilevazione continuativa hanno avuto, in media, un prezzo inferiore del 30% alla media nazionale dei prezzi della categoria.

L'insieme di tali referenze è stato adottato come paniere di riferimento per il calcolo dell'indice dei prodotti più economici. La rilevazione adottata per il calcolo è la stessa rilevazione continuativa.

SELEZIONE DEI PRODOTTI DEL PANIERE DEI PRODOTTI BIOLOGICI

Prendendo in considerazione la classificazione in categorie proposta dal partner, sono stati identificate tutte le referenze di tutti i prodotti alimentari biologici confezionati, esposti a scaffale in zone refrigerate e non, classificati come BIO ovvero con logo ufficiale di certificazione biologica (fogliolina verde) e/o con indicazione «biologico/ bio» sulla confezione.

Le categorie considerate sono state 282.

Tali referenze hanno costituito il paniere dei prodotti biologici.

METODO DI CALCOLO DEGLI INDICI

SINTESI DELLE CLASSIFICHE ELABORATE NELL'INDAGINE

La tabella che segue fornisce un quadro delle classifiche elaborate da Altroconsumo, delle rilevazioni che ne sono alla base e dei criteri di selezione dei prodotti adottati.

Nome della classifica	Spesa di riferimento	Categorie di riferimento	Paniere di prodotti	Rilevazione applicata
Per punto vendita	prodotti di marca	116 categorie Altroconsumo	paniere dei prodotti di marca	rilevazione puntuale
Per catene: prodotti di marca	prodotti di marca	116 categorie Altroconsumo	paniere dei prodotti di marca	rilevazione continuativa
Per catene: prodotti a marca commerciale	prodotti a marca commerciale	1813 categorie alimentari, cura casa e persona, pet food	paniere dei prodotti a marca commerciale	rilevazione continuativa
Per catene: prodotti più economici	prodotti meno cari	1813 categorie alimentari, cura casa e persona, pet food	paniere dei prodotti più economici	rilevazione continuativa
Per catene: prodotti biologici	prodotti biologici	282 categorie alimentari	paniere dei prodotti biologici	rilevazione continuativa
Per catene: tutti i prodotti	nessuna spesa di riferimento	1813 categorie alimentari, cura casa e persona, pet food	assortimento integrale dei pdv	rilevazione continuativa

SISTEMI DI PONDERAZIONE APPLICATI NEL CALCOLO DELLA CLASSIFICA PER PUNTO VENDITA

Ai fini del calcolo degli indici, i prezzi rilevati sono stati ponderati in modo da tener conto della frequenza di acquisto dei singoli prodotti da parte delle famiglie italiane. Il criterio di ponderazione applicato è il seguente:

- Percentuale delle vendite a valore su base nazionale dei singoli prodotti che compongono il paniere dei prodotti di marca

SISTEMI DI PONDERAZIONE APPLICATI NEL CALCOLO DEGLI INDICI DELLE CLASSIFICHE PER CATENE

Nel caso delle classifiche per catene, si sono applicati due livelli di ponderazione:

- Per definire il prezzo medio di un prodotto in una catena, si è calcolato il prezzo medio nei singoli punti vendita, ponderati sulla base delle vendite a valore in ciascun punto vendita.
- Per calcolare l'indice, si è applicato un sistema di ponderazione dei singoli prodotti del paniere, basato sulle quote di vendite a valore nazionale delle categorie merceologiche a cui appartengono.
- Due eccezioni:
 - Per il paniere dei prodotti di marca la ponderazione per il calcolo dell'indice si basa sulle vendite a valore su base nazionale dei singoli prodotti che compongono il paniere
 - Per l'indice di tutti i prodotti si applica solo il primo criterio di ponderazione: i prezzi sono cioè tutti ponderati sulla base delle vendite a valore nei singoli punti vendita.

SINTESI DEI SISTEMI DI PONDERAZIONE APPLICATI PER IL CALCOLO DEGLI INDICI PER CATENA

INDICE	PONDERAZIONE PER PUNTO VENDITA	PONDERAZIONE PER IL CALCOLO DELL'INDICE
Prodotti di marca	Vendite del singolo EAN per punto vendita	Vendite nazionali per prodotto del paniere
Prodotti a marchio commerciale	Vendite del singolo EAN per punto vendita	Vendite nazionali per categoria di prodotto
Prodotti economici	Vendite del singolo EAN per punto vendita	Vendite nazionali per categoria di prodotto
Prodotti biologici	Vendite del singolo EAN per punto vendita	Vendite nazionali per categoria di prodotto
Tutti i prodotti	(nessuna ponderazione)	Vendite per EAN della catena

REQUISITI PER IL CALCOLO DEGLI INDICI BASATI SUL PANIERE DEI PRODOTTI DI MARCA: PUNTI VENDITA

Per il calcolo degli indici della classifica per **punto vendita**, si sono imposti i seguenti requisiti:

- Sono stati esclusi tutti i prezzi relativi alle categorie di prodotti freschi sfusi (frutta, verdura, formaggi e salumi da banco, carni, uova, pane sfuso).
- Prodotti presenti in almeno 400 punti vendita: i prodotti sui quali è stato effettivamente calcolato l'indice sono pertanto 318 sui 434 rilevati.
- Punti vendita in cui siano rilevati almeno 190 prodotti validi del paniere dei prodotti di marca: i punti vendita sui quali sono stati effettivamente calcolati gli indici sono 648. Da essi sono stati eliminati tutti i punti vendita Auchan e Simply, data la vendita in corso di questa catena, pertanto i punti vendita effettivamente pubblicati in classifica sono 609.

REQUISITI PER IL CALCOLO DEGLI INDICI BASATI SUL PANIERE DEI PRODOTTI DI MARCA: CATENE

Per il calcolo degli indici della classifica per **catena** sul paniere dei prodotti di marca si sono imposti i seguenti requisiti:

- L'analisi è stata effettuata su 80 catene, di cui 30 a carattere nazionale
- Referenze presenti nei singoli punti vendita in tutte le 26 rilevazioni della rilevazione continuativa
- Catene operanti in almeno 5 regioni italiane

Non è stato necessario introdurre un ulteriore vincolo di presenza di prodotti nelle catene, dal momento che in tutte sono stati utilizzati oltre 250 prodotti validi

REQUISITI PER IL CALCOLO DELL'INDICE SUI PRODOTTI A MARCA COMMERCIALE

Per il calcolo degli indici sui prodotti a marca commerciale sono stati applicati i seguenti requisiti:

- L'analisi è stata effettuata su 73 catene, di cui 30 a carattere nazionale
- Referenze presenti nei singoli punti vendita in tutte le 26 rilevazioni della rilevazione continuativa
- Catene operanti in almeno 5 regioni italiane
- Presenza di almeno 230 categorie

REQUISITI PER IL CALCOLO DELL'INDICE SUI PRODOTTI PIÙ ECONOMICI

Per il calcolo degli indici sui prodotti più economici sono stati applicati i seguenti requisiti:

- L'analisi è stata effettuata su 94 catene, di cui 39 a carattere nazionale
- Referenze presenti nei singoli punti vendita in tutte le 26 rilevazioni della rilevazione continuativa
- Catene operanti in almeno 5 regioni italiane
- Presenza di almeno 250 categorie

REQUISITI PER IL CALCOLO DELL'INDICE SUI PRODOTTI BIOLOGICI

Per il calcolo degli indici sui prodotti biologici sono stati applicati i seguenti requisiti:

- L'analisi è stata effettuata su tutte le 94 catene del campione di cui 39 a carattere nazionale
- Referenze presenti nei singoli punti vendita in tutte le 26 rilevazioni della rilevazione continuativa
- Catene operanti in almeno 5 regioni italiane
- Presenza di almeno 200 referenze

REQUISITI PER IL CALCOLO DELL'INDICE SU TUTTI I PRODOTTI

Per il calcolo degli indici su tutti i prodotti sono stati applicati i seguenti requisiti:

- L'analisi è stata effettuata su tutte le 94 catene di cui 39 a carattere nazionale
- Referenze presenti nei singoli punti vendita in tutte le 26 rilevazioni della rilevazione continuativa
- Catene operanti in almeno 5 regioni italiane
- Presenza di almeno 3000 referenze nei discount
- Presenza di almeno 8000 referenze negli ipermercati e supermercati

CARATTERISTICHE DEL CAMPIONE PUBBLICATO DI PUNTI VENDITA

La tabella che segue illustra le differenze tra il campione di punti vendita pianificato per la rilevazione e quello effettivamente pubblicato, avendo soddisfatto i limiti di assortimento stabiliti per la compilazione della classifica dei punti vendita.

Riferimento	Ipermercati	Supermercati
Universo	913	8197
<i>% universo</i>	<i>10%</i>	<i>90%</i>
Campione pianificato	270	415
Campione visitato	274	414
Campione pubblicato	245	363
<i>% pubblicato</i>	<i>40%</i>	<i>60%</i>
<i>% campione/universo</i>	<i>27%</i>	<i>4%</i>

Come si può notare, il campione, fin dalla sua pianificazione, tende a sovrarappresentare gli ipermercati rispetto ai supermercati. Peraltro anche i vincoli imposti per la pubblicazione penalizzano soprattutto i supermercati. Ciò è dovuto in parte al fatto che l'universo indicato in tabella comprende anche punti vendita piuttosto piccoli (nell'ordine dei 500-600mq o anche meno), il cui assortimento è spesso insufficiente a calcolare l'indice. Di fatto, quindi, l'indagine di Altroconsumo è rappresentativa soprattutto dei punti vendita di dimensioni non inferiori a 900mq.

METODO DI CALCOLO DEGLI INDICI PER CATENE

Individuati i Panieri di prodotti che sono la base per il calcolo della classifica per insegna, l'indice viene calcolato nel modo seguente:

- Calcolo **prezzo medio annuo per singolo prodotto in ciascun punto vendita** partendo dai prezzi rilevati nel corso della rilevazione continuativa.
- Calcolo **prezzo relativo per ciascun prodotto in ciascun punto vendita**: il prezzo relativo è il risultato del rapporto tra il prezzo medio annuo del prodotto in ogni punto vendita e il suo prezzo medio a totale Italia; per il solo paniere dei prodotti di marca, il prezzo relativo è rapportato a quello medio nella stessa provincia del punto vendita.
- Calcolo **prezzo relativo medio per prodotto per catena**: si ottiene come media ponderata dei prezzi relativi dei singoli prodotti rispetto alle vendite in ciascun punto vendita della catena
- Calcolo **Indice per Insegna**: si calcola dapprima la media ponderata dei prezzi relativi della catena, sulla base del sistema di ponderazione applicato al paniere. Tale media viene poi indicizzata, ovvero attribuendo indice 100 alla media più bassa e proporzionalmente alle altre, secondo la classifica di riferimento (totale Italia, Aree, regioni).

METODO DI CALCOLO DEGLI INDICI PER PUNTO VENDITA

Rilevazione puntuale



Calcolo dei prezzi al litro o al chilo per prezzo rilevato



Prezzo di riferimento: calcolo del prezzo medio nazionale per prodotto



Calcolo del prezzo relativo: ogni prezzo al chilo o al litro è rapportato al prezzo di riferimento



Media ponderata per punto vendita dei prezzi relativi (ponderazione sulla base delle vendite a valore dei singoli prodotti su base nazionale)



Trasformazione della media ponderata in indice

METODO DI CALCOLO DEGLI INDICI PER CATENA

Rilevazione continuativa



Calcolo dei prezzi al litro o al chilo per prezzo rilevato e calcolo del prezzo medio annuo per prodotto e punto vendita



Prezzo di riferimento: calcolo del prezzo medio provinciale per prodotto (paniere dei prodotti di marca) o del prezzo medio nazionale per categoria (altre classifiche)



Calcolo del prezzo relativo: ogni prezzo al chilo o al litro è rapportato al prezzo di riferimento



Prezzo per prodotto e catena: media ponderata per prodotto dei prezzi relativi tra i punti vendita della catena (ponderazione sulla base delle vendite a valore nei punti vendita)



Media dei prezzi relativi per catena, ponderati sulla base delle vendite nazionali delle singole categorie



Trasformazione della media ponderata in indice

APPENDICE: SELEZIONE DEI PRODOTTI DI MARCA

SELEZIONE DELLE CATEGORIE DI PRODOTTO: PROCEDIMENTO

Sulla base del sistema di ponderazione Istat per il calcolo dell'indice dei prezzi al consumo, NIC, si individuano le **posizioni rappresentative** (cioè le tipologie di prodotti e servizi che compongono il paniere Istat) comprendenti prodotti alimentari, per la cura della persona e della casa che hanno il maggiore **peso** (cioè il consumo a valore rispetto alla spesa totale delle famiglie). Sono così individuate **116 categorie merceologiche** definite secondo questi criteri:

- facile individuazione da parte del rilevatore nel pdv
- categoria presente nei pdv con un numero di referenze non eccessivo, tale da non alterare il campione e mantenere il totale dei prezzi rilevati nell'ordine del milione
- per posizioni Istat particolarmente generiche si può selezionare più di una categoria di prodotto, in base ai dati di mercato messi a disposizione dagli analisti Altroconsumo

STRUTTURA DELLA PONDERAZIONE ISTAT

#	Livello Istat	Esempio
1	Divisione	Prodotti alimentari e bevande analcoliche
2	Gruppo	Prodotti alimentari
3	Classe	Pane e cereali
4	Sottoclasse	Pasta secca, pasta fresca e preparati di pasta
5	Segmento	Pasta secca, pasta fresca e couscous
6	Aggregazione di prodotto	Pasta secca
7	Sottoaggregazione di prodotto	Pasta secca rilevata a scanner
8	Prodotto	Pasta di semola di grano duro

- I pesi Istat sono pubblicati fino al livello del **Segmento**
- Individuati i segmenti rilevanti, si definiscono i **prodotti** tenendo conto della descrizione del livello «Prodotto» della struttura di ponderazione Istat

CRITERI DI SELEZIONE DEI SEGMENTI (1)

Sono **inclusi** tutti i segmenti appartenenti ai seguenti gruppi:

- prodotti alimentari
- bevande analcoliche
- bevande alcoliche
- beni e servizi per la manutenzione ordinaria della casa (solo la classe *Beni non durevoli per la casa*)
- beni e servizi per la cura della persona (solo la classe *Altri apparecchi non elettrici, articoli e prodotti per la cura della persona*)

Sono **esclusi** i seguenti segmenti, a causa della scarsa presenza in GDO:

pizza e quiche: pizze e focaccine al trancio e di panetteria

pesci freschi o refrigerati, molluschi freschi, crostacei freschi

prodotti di pasticceria freschi

CRITERI DI SELEZIONE DEI SEGMENTI (2)

Nel caso di segmenti con peso troppo scarso (tendenzialmente inferiore a 800), più segmenti sono aggregati in uno unico, o si utilizza il livello di **sottoclasse**. Esempi:

- *Altri prodotti a base di cereali* sono stati uniti a *Cereali per colazione*
- *Carne ovina e caprina* è stata unita a *Carne suina*
- *Frutti di mare surgelati* e *Pesci e frutti di mare secchi, affumicati o salati* sono stati uniti ad *Altri pesci e frutti di mare conservati o lavorati*
- *Latte conservato* è stato distribuito tra *Latte intero* e *Latte scremato*
- *Margarina e altri grassi vegetali* è stato unito a *Burro*

ELENCO DELLE CATEGORIE MERCEOLOGICHE: PRODOTTI ALIMENTARI

PRODOTTI ALIMENTARI CONFEZIONATI
ARACHIDI SGUSCIATE IN BUSTA
BISCOTTI FROLLINI CON GOCCE DI CIOCCOLATO
BISCOTTI FROLLINI SEMPLICI
CAFFÈ IN CAPSULE E CIALDE
CAFFÈ TOSTATO NORMALE MACINATO
CARAMELLE DURE IN BUSTA A SCAFFALE
CARNE IN SCATOLA
CEREALI COLAZIONE SEMPLICI
CIBO SECCO PER GATTI ADULTI
CIBO UMIDO PER CANI IN LATTINA
CIBO UMIDO PER CANI IN VASCHETTA
CIBO UMIDO PER GATTI IN BUSTA MULTIPACK
CONFETTURA E MARMELLATA ALBICOCCA
CRACKERS SALATI IN SUPERFICIE
CREMA CACAO SPALMABILE
CROISSANT CONFEZIONATO SEMPLICE
FARINA TIPO OO
FETTE BISCOTTATE
LATTE UHT INTERO
LATTE UHT PARZIALMENTE SCREMATO
MAIONESE IN TUBETTO
OLIO D OLIVA 1LT
OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA 1LT
OLIO SEMI MAIS 1LT
OMOGENEIZZATI DI MANZO
PANE BIANCO A FETTE
PANNA DA CUCINA UHT
PASSATA DI POMODORO IN VETRO
PASTA ALL'UOVO A NIDI
PASTA DI SEMOLA PENNE RIGATE
PASTA DI SEMOLA SPAGHETTI
POLPA PRONTA DI POMODORO IN SCATOLA
POMODORI PELATI IN LATTINA
RISO BIANCO ARBORIO E PARBOILED
SGOMBRO IN LATTINA SOTTOLIO
TAVOLETTE DI CIOCCOLATO FONDENTE
TEA EARLY GREY IN BUSTINA
TONNO NATURALE
TONNO SOTTOLIO
ZUCCHERO BIANCO

PRODOTTI ALIMENTARI CONFEZIONATI DA BANCO FRIGO
BURRO
CRESCENZA O STRACCHINO CONFEZIONATI
GORGONZOLA CONFEZIONATO
GRUVIERA O EMMENTHAL CONFEZIONATO
LATTE FRESCO INTERO
LATTE FRESCO PARZIALMENTE SCREMATO
MOZZARELLE CLASSICHE
PANCETTA A DADINI
PECORINO CONFEZIONATO
PROSCIUTTO COTTO IN VASCHETTA MAGGIORE DI 90GR
RICOTTA VACCINA CONFEZIONATA
SOTTILETTE
TORTELLINI RIPIENI ALLA CARNE/PROSCIUTTO
WURSTEL
YOGURT INTERO ALLA FRUTTA
YOGURT MAGRO BIANCO

PRODOTTI ALIMENTARI SURGELATI
FILETTI DI MERLUZZO
GELATI VASCHETTA 500_800 GR
GELATO STECCO RICOPERTO CIOCCOLATO MULTIPACK
PIZZA MARGHERITA SURGELATA (NO BUFALA)
SPINACI SURGELATI

PRODOTTI FRESCHI SFUSI
CARNI: CARPACCIO DI BOVINO ADULTO
CARNI: FESA DI VITELLO A FETTE
CARNI: FUSI DI POLLO
CARNI: LONZA O ARISTA DI MAIALE A FETTE
CARNI: MACINATO BOVINO
CARNI: PETTO DI POLLO A FETTINE
FORMAGGI E SALUMI DA BANCO: BRESAOLA
FORMAGGI E SALUMI DA BANCO: PARMIGIANO REGGIANO
FORMAGGI E SALUMI DA BANCO: PROSCIUTTO CRUDO DI PARMA
FRUTTA: BANANE
FRUTTA: LIMONI SFUSI
FRUTTA: MELE GOLDEN
ORTAGGI: PATATE
ORTAGGI: POMODORI TONDI LISCI
ORTAGGI: ZUCCHINE
PANE DA BANCO A PESO IMPOSTO
UOVA FRESCHE GRANDI
VERDURA: CAROTE INTERE
VERDURA: LATTUGA

ELENCO DELLE CATEGORIE MERCEOLOGICHE: BEVANDE E PRODOTTI NON ALIMENTARI

BEVANDE

ACQUA MINERALE GAS MAGGIORE 1LT
ACQUA MINERALE NATURALE
MAGGIORE 1LT
AMARI
BIRRE ALCOLICHE BOTTIGLIA 66CL
BIRRE IN LATTINA
COLA NORMALE BOTTIGLIA MAGGIORE
1LT
NETTARE DI FRUTTA IN BRICK 20CL
SPUMANTE 0 75_1LT
SUCCO DI FRUTTA GUSTO ARANCIA 1LT
THE AL LIMONE BOTTIGLIA >1LT
VINO BIANCO IN BRICK 1 LT
VINO DOC/DOCG ITALIANO
VINO IGP/IGT ITALIANO BIANCO
VINO IGP/IGT ITALIANO ROSSO
WHISKY

CURA DELLA PERSONA

ASSORBENT ESTERNI PACCO
SINGOLO
COLLUTTORI 400_500ML
CREMA MANI IN BARATTOLINO
DENTIFRICIO 75_100ML
DEODORANTE ROLL ON
DOCCIASCHIUMA 200_300 ML
PANNOLINI BAMBINI MISURA 3
RASOI USA E GETTA MONOUSO
SAPONETTE
SHAMPOO 200_300 ML

CURA DELLA CASA

ABRASIVI CREMA
CANDEGGINA CLASSICA NO
PROFUMATA
DETERGENTE PER VETRI CON
SPRUZZATORE
DETERSIVI PER LAVATRICE LIQUIDO
DETERSIVI PER PAVIMENTI
DETERSIVO PER LAVASTOVIGLIE IN GEL
DETERSIVO PER STOVIGLIE A MANO
DETERSIVO WC LIQUIDO
PIATTI FONDI USA E GETTA BIANCHI
ROTOLE ALLUMINIO
ROTOLO DI PLASTICA PER ALIMENTI