

## METODOLOGIA DELL'INDAGINE SUPERMERCATI 2012

---

L'indagine è stata effettuata tra aprile e maggio 2012 su un campione predeterminato di punti vendita. Partendo da criteri di spesa ben definiti, abbiamo confrontato il livello complessivo dei prezzi praticati dai punti vendita selezionati, sulla base delle informazioni raccolte.

### CRITERI DI VALUTAZIONE: TIPOLOGIE DI SPESA DI RIFERIMENTO

Abbiamo ipotizzato tre diversi criteri di spesa per tre distinti panieri di prodotti:

- *prodotti di marca*: il paniere è formato dai prodotti di marca più acquistati dagli italiani. Rappresenta la spesa più comunemente effettuata dalle famiglie. Abbiamo identificato univocamente i prodotti in base a quattro loro caratteristiche: codice a barre, marca, denominazione e formato. Sono perciò identici per tutti i punti vendita. L'analisi è stata effettuata solo su ipermercati e supermercati. Due le classifiche stilate sulla base di questo paniere: per insegne e per punti vendita.
- *prodotti più economici*: il paniere è formato dai prodotti più economici presenti nei punti vendita. Rappresenta la spesa di una famiglia particolarmente sensibile ai prezzi. L'analisi è stata effettuata sia su ipermercati e supermercati, che hard discount. Sulla base di questo paniere è stata calcolata esclusivamente una classifica per insegne.
- *prodotti a marchio commerciale*: il paniere è formato dai prodotti a marchio commerciale proposti dalle singole catene. Rappresenta la spesa effettuata da una famiglia su una tipologia di marchio particolarmente visibile sugli scaffali dei supermercati e molto acquistata dalle famiglie. L'analisi è stata effettuata solo su ipermercati e supermercati. Sulla base di questo paniere viene calcolata esclusivamente una classifica per insegne.

I punti vendita e le insegne sono stati confrontati sulla base di specifici comportamenti dei consumatori. Si prescinde quindi da:

- *la qualità dei prodotti considerati*: nel caso dei prodotti di marca, il problema della qualità non si pone per il semplice fatto che i prodotti sono identici per tutti i punti vendita; nel caso dei prodotti più economici e di quelli a marchio commerciale, il criterio di spesa applicato e l'oggetto dell'indagine (i prezzi praticati) prescindono per definizione dalla qualità dei prodotti considerati.
- *le tipologie di punto vendita*: sono stati scelti e confrontati con gli altri tutti i punti vendita in cui abbiamo potuto effettuare una spesa completa secondo i criteri stabili per ciascun paniere.

### IL CAMPIONE DEI PUNTI VENDITA

In totale sono 950 i punti vendita in cui è stata effettuata l'indagine, rappresentativi sia delle insegne di supermercati e ipermercati presenti in ciascuna città che delle insegne di hard discount a rilevanza nazionale. 61 i capoluoghi di provincia selezionati. Per ipermercati e supermercati abbiamo visitato, per ogni insegna, da 1 a 5 punti vendita presenti in ciascuna città. Per gli hard discount, invece, abbiamo visitato un punto vendita in ciascun capoluogo di provincia, ove presenti, fino a un massimo di 30 punti vendita.

### IL CAMPIONE DEI PRODOTTI

Prima di selezionare i prodotti abbiamo individuato le tipologie (104) più utilizzate dalle famiglie italiane. Per farlo ci siamo affidati all'indagine "sui consumi delle famiglie italiane" dell'Istat.

#### Prodotti di marca

Su 104 tipologie di prodotti 76 sono confezionati e 28 freschi (frutta, verdura, carne, salumi e formaggi da banco). Per le 76 tipologie di prodotti confezionati abbiamo preso in considerazione le marche

(complessivamente 503) più acquistate dalle famiglie. I prodotti sono tutti omogenei fra loro e identici per tutti i punti vendita considerati. Anche le 28 tipologie di prodotti freschi selezionate sono quelle più comunemente acquistate dagli italiani. Per ciascuna abbiamo preso in considerazione le 3 più care.

Il calcolo degli indici dei prodotti di marca si basa quindi su un totale di 531 prodotti, ciascuno presente in non meno di 380 punti vendita.

#### Prodotti più economici e a marchio commerciale.

Il paniere dei prodotti più economici è costituito da quelli più convenienti presenti nel punto vendita e appartenenti a una delle 76 tipologie di prodotti confezionati. Lo stesso criterio è stato applicato nella determinazione dei prodotti a marchio commerciale.

Per l'individuazione dei prodotti da ammettere al calcolo sono stati adottati due criteri:

- i prezzi più bassi e frequenti all'interno della stessa insegna nelle diverse città;
- i prodotti più frequenti con i prezzi più bassi all'interno della stessa insegna nelle diverse città (anche se con prezzi differenti nei singoli punti vendita).

I prezzi e i prodotti selezionati per ciascuna catena, sono pertanto rappresentativi di prezzi o prodotti persistentemente presenti nella catena come prezzi più bassi.

## CALCOLO DEGLI INDICI E CLASSIFICHE

---

Calcolo degli indici. Per ogni paniere abbiamo calcolato il prezzo medio di ciascun prodotto. Per ciascun prezzo rilevato, quindi, abbiamo calcolato quanto fosse conveniente o meno rispetto alla media. Il modo in cui questo principio è stato applicato, tuttavia, differisce da classifica a classifica.

#### Classifica per punto vendita dei prodotti di marca

Misura il livello dei prezzi praticati da ogni singolo punto vendita rispetto a tutti gli altri. L'indice è stato calcolato solo ed esclusivamente sulla base dei prezzi effettivamente rilevati. Il prezzo di ciascun prodotto, o meglio la sua distanza dalla media, è stato ponderato applicando il sistema usato dall'Istat per il calcolo dell'indice d'inflazione (NIC).

La dimensione del campione (531 prodotti) e il fatto che l'analisi sia stata effettuata, non sui prezzi di per sé, ma sulle loro distanze percentuali da un punto di riferimento comune (la media nazionale), attribuiscono al nostro indice una consistenza statistica che ne garantisce l'attendibilità. L'indice è stato calcolato solo su punti vendita che avevano più di 75 categorie merceologiche e non meno di 275 prodotti.

L'indice così calcolato consente di:

- verificare le politiche di prezzo praticate da una stessa insegna in aree regionali o urbane differenti;
- verificare quanto la presenza di format e insegne differenti all'interno di una città incida sulla politica di prezzo dei singoli format e delle singole insegne;
- confrontare in termini più generali il livello dei prezzi praticati nelle singole città.

#### Classifica per insegne dei prodotti di marca

A differenza di quanto avviene per la classifica dei punti vendita, dove il confronto dei singoli prezzi viene fatto con la media nazionale, in questa classifica il confronto viene fatto con la media dei prezzi delle singole città. Questo perché il livello dei prezzi praticati dalle singole insegne dipende in modo determinante dalla concorrenza nelle singole città.

I criteri di selezione delle insegne e dei prodotti da ammettere al calcolo dell'indice sono gli stessi applicati per la classifica per punto vendita. Ne abbiamo aggiunto solo uno: che un prodotto fosse presente almeno nella metà dei punti vendita di una stessa insegna. Il sistema di ponderazione adottato è lo stesso della classifica per punto vendita.

#### Classifica per catene dei prodotti più economici e a marchio commerciale

Le classifiche calcolate sono due: una relativa ai prodotti più economici e una relativa ai prodotti a marchio commerciale.

In questi casi, la politica di prezzo delle insegne è meno dipendente dal territorio in cui operano. Per questo il confronto viene fatto di nuovo con la media dei prezzi nazionale.

I criteri di ammissione dei prodotti e delle insegne al calcolo sono gli stessi applicati per gli indici delle insegne dei prodotti di marca. Lo stesso vale per il sistema di ponderazione.