

Progetto SMS consumatore

Metodologia di rilevazione ed elaborazione dati

Il progetto prevede la rilevazione dei prezzi al consumo di oltre 80 prodotti del comparto del "fresco" in circa 1.800 punti vendita appartenenti ai diversi canali distributivi.



Per la realizzazione dell'iniziativa SMS consumatore è prevista la rilevazione dei prezzi al consumo di oltre 80 prodotti all'interno dei diversi canali distributivi; in particolare per ciascun prodotto circa la metà delle rilevazioni verrà effettuata all'interno di punti vendita appartenenti alla grande distribuzione (ipermercati, supermercati e discount), un quarto nei mercati rionali e un quarto nei negozi specializzati, al fine di raccogliere i valori relativi ai diversi canali distributivi.

Gli oltre 80 prodotti da monitorare verranno divisi in due panieri:

- Paniere 1: i prodotti ortofrutticoli
- Paniere 2: gli altri prodotti alimentari (carne, pesce, latticini, uova, pane, pasta, riso ed eventuali altre referenze)

I rilevatori, che saranno impegnati cinque giorni la settimana (dal martedì al sabato), alterneranno i due panieri sulla base di un piano di lavoro bisettimanale; a titolo esemplificativo è possibile osservare la tabella seguente che sintetizza un ipotetico piano di lavoro.

1° settimana							2° settimana					
Lu	Ma	Me	Gi	Ve	Sa	Do	Lu	Ma	Gi	Ve	Sa	Do

	Prodotti ortofrutticoli
	Altri prodotti alimentari

Come evidenziato dalla tabella il martedì, il giovedì e il sabato della prima settimana e il mercoledì e il venerdì della seconda saranno rilevati i prodotti relativi al **paniere 1** (prodotti ortofrutticoli), mentre il mercoledì e il venerdì della prima settimana e il martedì, il giovedì e il sabato della seconda saranno monitorati i prezzi del **paniere 2** (altri prodotti alimentari).

Nei giorni di monitoraggio dei prezzi del primo paniere (ortofrutta) ciascun rilevatore si recherà in quattro punti vendita articolati (indicativamente) nel seguente modo:

- 2 negozi della grande distribuzione
- 1 mercato rionale
- 1 negozio specializzato nella vendita di prodotti ortofrutticoli

Nei giorni di monitoraggio dei prezzi del secondo paniere (altri prodotti) ciascun rilevatore, per garantire la copertura dei diversi canali distributivi, si recherà in sei punti vendita articolati (indicativamente) nel seguente modo:

- 2 negozi della grande distribuzione
- 1 mercato rionale
- 1 negozio specializzato nella vendita di carni
- 1 negozio specializzato nella vendita di pesce
- 1 negozio specializzato nella vendita di alimentari (pane, pasta, formaggi, salumi, ecc.).

In questo modo per ciascuna categoria di prodotto potrà essere garantita la copertura di tutti i principali canali distributivi che coprono la quasi totalità del mercato. Nonostante i punti vendita siano sei per ciascun prodotto verranno effettuate quattro rilevazioni. Infatti, per ogni referenza sarà rilevato il prezzo all'intero dei due punti vendita della grande distribuzione, nel mercato rionale e nell'esercizio specializzato di pertinenza.

La rilevazione verrà effettuata dalle 8 alle 12 di mattina e i prezzi rilevati saranno inviati entro le 14.00 al "centro di elaborazione".

I 44 rilevatori verranno "seguiti e istruiti" da 4 coordinatori di area e da ricercatori esperti (Nord-Ovest, Nord-Est, Centro e Mezzogiorno); per garantire omogeneità nella rilevazione e nelle attività realizzate nelle diverse aree del Paese il progetto prevede la presenza di un coordinatore nazionale.

Per garantire una elevata rappresentatività del campione a livello nazionale il progetto prevede:

1. una rotazione dei punti di rilevazione per 10 giorni, portando la rilevazione a circa 1.800 punti vendita;
2. il calcolo di una media ponderata dei prezzi al consumo rilevati nei diversi giorni della settimana.

1) Rotazione dei punti di rilevazione nei 10 giorni

Il responsabile statistico insieme al coordinatore di area e al rilevatore, individuerà i punti vendita da monitorare (divisi in ipermercati, supermercati, discount, esercizi specializzati e mercati rionali), e realizzerà un piano di rilevazione bisettimanale.

2) Calcolo del prezzo al consumo

Il prezzo medio al consumo viene calcolato tenendo in considerazione i prezzi rilevati sia il giorno stesso della rilevazione sia quelli immediatamente precedenti; in particolare l'elaborazione dei dati sarà effettuata attraverso una media ponderata dei dati raccolti nelle ultime tre giornate di rilevazione per ciascun paniere. Ovviamente il peso attribuito ai tre giorni di rilevazione sarà differente essendo più alto l'ultimo giorno e decrescerà nel tornare indietro nel tempo:

- i risultati del giorno della rilevazione peseranno per il 50% sul prezzo finale;
- i due giorni precedenti avranno un peso pari rispettivamente al 35% e al 15% sul prezzo finale.

Esempio: per il calcolo del prezzo medio nel giorno di sabato verrà attribuito ai diversi giorni il seguente peso:

- 50% il sabato stesso;
- 35% il giovedì precedente;
- 15% il martedì precedente;

(il mercoledì e il venerdì non vengono considerati in quanto in quei giorni la rilevazione si è concentrata sull'altro paniere).

In questo modo il prezzo elaborato sarà il risultato di una media ponderata di 528 rilevazioni (178 rilevazioni per tre giorni).

Per l'elaborazione del prezzo sarà inoltre effettuata una ponderazione per ciascuna classe di prodotti in base al peso dei diversi canali distributivi. La grande distribuzione (ipermercati, supermercati e hard discount), i mercati

e gli esercizi specializzati presentano, infatti, per le diverse tipologie di prodotti osservati, differenti quote di mercato.

In particolare sono disponibili le quote della grande distribuzione, del dettaglio tradizionale e dei mercati dei seguenti prodotti: frutta, ortaggi, carne, pesce, latte, uova e pane.

Per i pochi prodotti per i quali non è disponibile la distribuzione delle quote di mercato verrà applicata quella relativa all'intero sistema agro-alimentare (per formaggi e salumi) o quella relativa ai prodotti confezionati (per pasta e riso).

Criteria di selezione dei punti vendita:

Per ipermercati, supermercati e discount:

- l'area di localizzazione (centro/semicentro/periferia)
- l'insegna

Per i mercati rionali:

- l'area di localizzazione (centro/semicentro/periferia)
- la posizione dei banchi "estratti" all'interno del mercato

Per i negozi specializzati (frutterei, macellerie, pescherie, alimentari):

- l'area di localizzazione (centro/semicentro/periferia)

I prodotti da monitorare

Sulla base di studi di settore, dell'esperienza maturata nella prima edizione di SMS consumatore e delle indicazioni fornite da esperti (commercianti, addetti al reparto ortofrutta, macelleria e pescheria nella grande distribuzione, ecc.) si suggeriscono i seguenti due panieri:

Paniere 1 – I prodotti ortofrutticoli

Ortaggi

Carciofo senza spine
Carciofo tipo romanesco
Carote in vaschetta
Cavolfiori
Cipolle dorate in retine
Cipolle bianche in retine
Aglio
Fagiolini sfusi
Finocchi sfusi
Fragole cestini
Indivia riccia e scarola
Lattuga romana
Melanzane tonde e ovali sfuse
Melanzane lunghe sfuse
Meloni retati
Patate comuni (da conservazione) in rete
Patate novelle sfuse
Peperoni verdi quadrati
Peperoni rossi quadrati
Pomodori insalatari sfusi
Pomodoro rosso a grappolo sfusi
Pomodoro ciliegino cestini
Radicchio tipo Chioggia sfuso
Radicchio tipo Treviso sfuso
Spinaci sfusi
Zucchine sfuse chiare
Zucchine sfuse scure

Frutta

Kiwi sfusi
Albicocche sfuse
Arance Tarocco sfuse
Arance Navel Navelina sfuse
Ciliegie sfuse
Clementine sfuse
Limoni retine
Mele Golden Delicious sfuse
Mele Fuji sfuse
Pere Abate Fetel sfuse
Pere Kaiser sfuse
Pere Conference sfuse
Pesche polpa gialla sfuse

Nettarine – Pesche noci sfuse
Susine sfuse
Uva da tavola Cardinal (nera) sfusa
Uva da tavola Italia (bianca) sfusa
Uva da tavola Vittoria (bianca) sfusa

Paniere 2 – Gli altri prodotti alimentari

Carne

Fettina di manzo
Fettina di vitellone
Attosto di vitellone
Macinato di vitellone
Fettina di vitella
Petto di pollo
Cosce di pollo
Pollo ruspante intero
Petto di tacchino
Salsicce di maiale
Braciola di maiale
Lombo di maiale

Pesci

Acciughe/alici
Calamari
Cozze
Gamberi
Merluzzo
Orata
Pesce spada
Sgombro
Sogliola
Spigola
Trotta
Vongole

Latticini

Latte fresco intero
Latte fresco parzialmente scremato
Grana padana
Parmigiano reggiano
Mozzarella (fior di latte)
Ricotta di mucca

Altri prodotti

Uova di dimensione media

Prosciutto crudo di marca

Prosciutto crudo comune

Prosciutto cotto

Farina 00

Pane

Pasta corta

Pasta lunga

Riso

Indicazioni comuni a tutti i prodotti

Per evitare discrezionalità e garantire una rilevazione uniforme su tutto il territorio nazionale verranno fornite indicazioni comuni a tutti i prodotti e specifiche per singole tipologie; le indicazioni che interessano tutti i prodotti sono le seguenti:

- nei casi in cui per una referenza siano presenti più tipologie o qualità di prodotti la scelta ricadrà su quella per la quale l'offerta di prodotti è più alta all'interno del punto vendita;
- il prezzo dei prodotti va sempre indicato al kg (esclusa la pasta per la quale viene indicato il prezzo al pacco da ½ kg, ossia la confezione più venduta);
- qualora un prodotto sia disponibile sfuso e in confezioni (in rete, busta, sacchetti, cestini, ecc.) il rilevatore dovrà rilevare il prezzo relativo al prodotto sfuso (nel caso ad esempio della carne, dei formaggi o insaccati all'interno del supermercato); solo nel caso in cui i prodotti sfusi non siano disponibili (come accade spesso ad esempio per le patate nei supermercati che vengono vendute in reti o sacchetti di plastica) verrà rilevato il prezzo relativo al prodotto disponibile in confezioni;
- se lo stesso prodotto è disponibile soltanto in diverse confezioni (ad esempio da 2 kg e da 5 kg) verrà scelto sempre il prezzo relativo alla confezione che più si avvicina a un chilogrammo nel caso della verdura, o a ½ kg nei casi di carne e formaggi, ossia alla confezione "media";

- nella individuazione dei prodotti si fa riferimento a quelli che sono ragionevolmente da considerarsi buoni; per cui se ci sono due tipi di pomodoro, alcuni che si presentano bene e altri che vengono venduti a prezzi bassissimi in quanto di ultima scelta e/o venduti in stock, viene rilevato il prezzo relativo ai primi (in alcuni casi, soprattutto nei mercati i prodotti quando sono vicini alla “scadenza” vengono venduti a prezzi decisamente più bassi);

Indicazioni specifiche per alcuni prodotti:

Per alcuni specifici prodotti è necessario dare ulteriori indicazioni:

Il pane: prezzo al kg del panino “comune” come la rosetta o, in assenza di quest’ultima, della ciabattina o di un panino “affine” più presente all’interno del punto vendita.

La pasta: nella scelta della pasta viene prima individuata la marca sulla base della disponibilità; anche in questo caso la scelta ricadrà su quella più disponibile (tra quelle di semola di grano duro) all’interno del punto vendita. Le due paste (lunga e corta) individuate sono gli spaghetti e i rigatoni rigati (in assenza dei quali la scelta ricadrà su penne rigate o formati analoghi). La rilevazione interesserà i pacchi da 1/2 kg, ossia quelli mediamente più venduti.

Il riso: come per la pasta viene prima individuata la marca sulla base della disponibilità all’interno del punto vendita; anche in questo caso la scelta ricadrà sul tipo di riso bianco maggiormente disponibile all’interno del punto vendita.

La farina: viene scelto il pacco da 1 kg più disponibile all’interno del punto vendita.

Le uova: viene scelto il pacco da 6 uova di dimensione media; qualora siano disponibili più marche, viene scelta quella con maggiore disponibilità all’interno del punto vendita;

Latte fresco: viene scelta la marca sulla base della disponibilità all’interno del punto vendita;

Ricotta e mozzarella: viene scelta la marca sulla base della disponibilità all'interno del punto vendita;

Pesce: per le specie di pesce per le quali è largamente diffuso sia il pescato che l'allevamento è possibile rilevare il prezzo di entrambi i prodotti; tuttavia sulla base delle indicazioni raccolte dagli esperti del settore frequentemente la rilevazione interesserà solo il pesce allevato, risultando più frequentemente disponibile nel punto vendita.

Pubblicazione dei prezzi all'origine, all'ingrosso e al dettaglio

Per fornire un'informazione più completa, laddove possibile, sarà indicato il prezzo all'origine, all'ingrosso e al dettaglio; tuttavia per alcune tipologie di prodotto l'informazione sarà limitata al prezzo al dettaglio e all'origine o all'ingrosso, in base alle disponibilità e alla comparabilità del dato.

Per quanto riguarda la carne ad esempio sarà fornito il prezzo al dettaglio e all'ingrosso, mentre non saranno date indicazioni via sms relative al prezzo all'origine, che fa riferimento all'animale vivo; in questo caso, tuttavia, alcune informazioni saranno disponibili sul sito, consentendo di acquisire ulteriori informazioni sul processo di lavorazione della carne.

Diversamente per il pesce sarà fornito il prezzo al dettaglio e all'origine, che in alcune realtà può combaciare con quello all'ingrosso (ciò avviene nelle città "portuali" dove la vendita all'ingrosso viene effettuata nelle banchine dagli stessi pescatori).

La tabella seguente fornisce indicazioni in relazione ai tipi di prezzi che possono essere forniti per ciascuna tipologia di prodotto:

	Origine*	Ingresso*	Dettaglio
Ortofrutta	X	X	X
Carne	solo sul sito	X	X
Pesce		X	X
Latte	X		X
Altri latticini		X	X
Uova		X	X
Salumi		X	X
Pane			X
Pasta			X
Riso	X	X	X
Farina		X	X

*Origine e ingrosso prezzo settimanale medio