

Genova, 28 giugno 2008

l'associazione We the People presenta:

CARRELLI D'ITALIA

passeggiata nella grande distribuzione genovese

Moderatrice, **Gilda Ferrari**, giornalista del *Secolo XIX*.

Partecipano:

Enrico Musso, fondatore dell'associazione *We the People* e senatore del Popolo della Libertà

Marco Taradash, Riformatori Liberali

Arturo Diaconale, Direttore de *L'Opinione*

Ridolfo Ridolfi, Giornalista, autore di *Le coop rosse*

Mario Margini, Assessore ai lavori pubblici del Comune di Genova

Gianfranco Tiezzi, Assessore alla programmazione del commercio del Comune di Genova

Paolo Rebuffo, Associazione *We the people*

I numeri e le tabelle che troverete in questo documento descrivono tre cose:

- 1) A quanto ammonta il dazio quotidiano che i consumatori Genovesi pagano a causa della posizione dominante di Coop Liguria nella grande distribuzione.
- 2) Quali sono gli effetti benefici della concorrenza sulle tasche dei consumatori di La Spezia.....
- 3) e gli effetti sciagurati sulle tasche dei Genovesi a causa della mancanza di concorrenza

Le ricerche di mercato presentate sono incontestabili perché certificate dallo stesso ente rilevatore (leader di mercato) utilizzato anche da Coop Liguria.

Buona Lettura
Associazione We The People

**N° Punti Vendita, Superficie e Potenziale di Mercato della Distribuzione Moderna
(Canali Iper + Super)**

LIGURIA

Elaborazione su dati Top Trade IRI 2 semestre 2007

Gruppo	Mq	% Mq	n pdv	% pdv	% Potenziale LCC
COOP ITALIA	69.428	35,3%	41	20,7%	38,9%
CONAD	35.683	18,1%	32	16,2%	16,6%
AGORA'	25.095	12,7%	40	20,2%	12,8%
CARREFOUR ITALIA	11.051	5,6%	13	6,6%	5,3%
GRUPPO REWE ITALIA	9.624	4,9%	9	4,5%	4,2%
CORALIS	6.100	3,1%	12	6,1%	3,6%
ALFI S.R.L.	7.160	3,6%	10	5,1%	3,3%
INTERDIS	6.511	3,3%	12	6,1%	3,0%
SELEX	6.167	3,1%	5	2,5%	2,8%
GRUPPO PAM S.P.A.	5.372	2,7%	6	3,0%	2,7%
ESSELUNGA	2.693	1,4%	1	0,5%	1,8%
BENNET S.P.A.	3.519	1,8%	1	0,5%	1,3%
SISA	1.890	1,0%	3	1,5%	0,8%
GRUPPO AUCHAN	1.200	0,6%	3	1,5%	0,7%
SIGMA	1.260	0,6%	3	1,5%	0,7%
CRAI	1.470	0,7%	3	1,5%	0,6%
DESPAR SERVIZI	1.350	0,7%	2	1,0%	0,3%
INDIPENDENTI	880	0,4%	1	0,5%	0,3%
CODIST	500	0,3%	1	0,5%	0,2%
totale	196.953	100,0%	198	100,0%	100,0%

***% Potenziale LCC**

Indicatore della potenzialità di fatturato di un gruppo relativamente alle merceologie del **Largo Consumo Confezionato**



Panel International

Panel International è un istituto di ricerche di mercato, specializzato nei servizi informativi per la Distribuzione, leader in Europa nel mercato delle rilevazioni prezzi.

La società nasce in Francia nel 1986, con la denominazione “Le Panel de Gestion s.a.r.l.”, con l’obiettivo di soddisfare i crescenti bisogni informativi della Distribuzione moderna, soprattutto per quanto riguarda la rilevazione della concorrenza, le indagini sulla clientela e gli studi di potenziale per le nuove aperture. Nei primi anni 90 inizia lo sviluppo internazionale, con la nuova denominazione “Panel International” ed oggi la società è presente nei principali Paesi Europei; dal 1996 iniziano le attività anche in Italia, con una Filiale della Casa Madre Francese. Nel 2001 viene costituita la “Panel International S.r.l. (Italia)”, leader sul mercato nazionale nelle rilevazioni prezzi per la Distribuzione moderna. Attualmente, tutte le principali Aziende di supermercati e ipermercati utilizzano il servizio OPUS per monitorare i prezzi dei concorrenti e per valutare la propria competitività. Panel International è parte del Gruppo Nielsen (“The Nielsen Company”), leader mondiale negli studi di marketing.

Paolo Politi è responsabile della Filiale Italiana dal 1996 e Amministratore Delegato di “Panel International S.r.l. (Italia)” dalla costituzione.

Servizio OPUS

OPUS (Osservatorio Prezzi ad Uso dei Siti commerciali) è il servizio leader in Europa ed in Italia nel mercato delle rilevazioni prezzi per la Distribuzione.

Il servizio consiste nella rilevazione a Punto Vendita di tutti i prezzi di tutti i prodotti di largo consumo a peso fisso (alimentari, bevande, igiene personale, pulizia casa, freschi confezionati e bazar leggero); in un ipermercato vengono rilevati mediamente 12.000 prezzi, mentre in un supermercato circa 6.000.

Vengono rilevati circa 700 Punti Vendita ogni mese in tutta Italia, per un totale di circa 5.000.000 di prezzi mensili.

Gli Indici di Competitività OPUS vengono calcolati confrontando i prezzi dei prodotti a parità di codice EAN, rispetto ai concorrenti locali (Indice di Piazza) o rispetto alla media nazionale (Indice Nazionale).

Elenco Clienti Attivi in Italia

Gruppo Carrefour/GS (Carrefour, GrossIper, GS, Iperstore GS, Di per Di)

Gruppo Auchan (Auchan, Leroy Merlin, Brico Center, SMA)

Gruppo Coop (Coop Italia e varie Cooperative)

Gruppo PAM (Panorama, PAM)

Gruppo Conad/Leclerc (Sede e varie Cooperative)

Finiper

Esselunga

Bennet

Il Gigante

Gruppo Selex (Sede e vari associati)

Standa / Billa

Gruppo Lombardini

Gruppo CRAI (Sede e vari associati)

Gruppo Despar (vari associati)

Gruppo Agorà (Sede e associati)

Magazzini Gabrielli

Fistagi

Ce.di Gros

Sisa Centro Nord – Consorzio Europa

OBI

Self Giardino

Panel International

NOTE RELATIVE ALLA METODOLOGIA DI RILEVAZIONE “OPUS”

L'attività di rilevazione OPUS consiste nella lettura del codice a barre (EAN o UPC) dei prodotti di largo consumo, tramite terminale elettronico, con digitazione manuale del prezzo di vendita sulla tastiera numerica del terminale ed eventuale inserimento del codice relativo all'offerta promozionale relativa al prodotto (T=testata di gondola, M=esposizione massiva temporanea, X= 3 x 2 e similari, S= offerta speciale evidenziata a scaffale, Z=sconto per possessori tessere fedeltà, V=sottocosto).

Vengono rilevati tutti i prodotti a peso fisso, presenti fisicamente nel punto vendita, appartenenti ai seguenti reparti merceologici:

DROGHERIA ALIMENTARE / SCATOLAME

BEVANDE / LIQUIDI

PRODOTTI PER LA PULIZIA DELLA CASA

PRODOTTI PER L'IGIENE DELLA PERSONA (esclusi gli accessori toilette, quali pettini, spazzole, forcine per capelli, spugne da bagno, ...)

PRODOTTI ALIMENTARI FRESCI venduti a peso fisso e a libero servizio

Vengono inoltre rilevate alcune famiglie merceologiche Non Alimentari, quali:

TOVAGLIOLI E STOVIGLIE USA E GETTA

CASSETTE AUDIO E VIDEO VERGINI

CDR E DVDR

PILE

LAMPADINE

ACCESSORI AUTO

OLIO PER MOTORI

ACCESSORI PER ANIMALI

COLLANT

CURA PIANTE

Terminata la rilevazione nel punto vendita, vengono incrociati i codici a barre rilevati con la nostra banca-dati prodotti (IMDB) per inserire le relative descrizioni (produttore, marca, segmento, tipo, unità di misura, formato, formulazione, profumazione, gusto, ecc...) e per assegnare i prodotti alle relative famiglie merceologiche.

Successivamente, vengono effettuati i processi automatici di controllo qualità, per eliminare i prezzi chiaramente errati, e infine vengono prodotti i rapporti OPUS.

CASISTICA DEI MOTIVI DI ASSENZA DI UN PRODOTTO DA OPUS

Esistono vari motivi per cui un prodotto, trattato dal punto vendita rilevato, non sia presente nei rapporti OPUS:

Rotture di stock (assenza fisica del prodotto) Anche se è presente lo slim (cartellino prezzo), i prodotti in rottura di stock non vengono rilevati.

Prodotti non raggiungibili (ultimo scaffale troppo alto, vetrine chiuse a chiave, prodotti posti sopra i frigoriferi, prodotti fuori dalla barriera casse e, in generale, tutti i prodotti che non possono essere facilmente accessibili dai rilevatori)

Prodotti senza EAN o codificati dal punto vendita (codice a barre iniziante per 2)

Prodotti rilevati con prezzo errato. Il processo automatico di controllo qualità elimina i prezzi che differiscono dal prezzo medio nazionale per una percentuale superiore al 40% (in più o in meno); questi prezzi non vengono inseriti nei rapporti OPUS.

Prodotti assenti dalla banca-dati EAN / descrizioni (IMDB Panel Int'l). Per quanto sia intenso e costante il lavoro di codifica e recupero delle informazioni, grazie anche alla collaborazione delle Catene, rimane sempre una percentuale di EAN rilevati e non presenti nel nostro IMDB (per informazione, ogni mese censiamo oltre 1000 nuovi EAN). Questa percentuale varia significativamente da Insegna a Insegna, da Regione a Regione, ma soprattutto da Reparto a Reparto: è prossima allo 0% per i prodotti confezionati di Marche Nazionali, ma è più alta (2%-4%) per i Prodotti Freschi, il Non Alimentare, i prodotti locali (soprattutto al Sud), gli stagionali e i primi prezzi. Panel International si adopera per recuperare le descrizioni dei prodotti "sconosciuti" dopo ogni rilevazione, pertanto la percentuale è in costante calo ma non potrà mai essere del tutto azzerata.

Prodotti non trovati dai rilevatori. Nonostante sia interesse dei rilevatori rilevare il maggior numero di prodotti (dato che vengono pagati a EAN), può capitare a volte che alcuni prodotti vengano saltati. Di solito si tratta di prodotti con esposizioni speciali, posizionati in zone del punto vendita lontane dal normale percorso di rilevazione. E' invece quasi impossibile che venga saltato uno scaffale o un'intera gondola, dato che ogni punto vendita viene controllato per verificare la completezza della rilevazione.

CASISTICA DEI PREZZI ERRATI

Per quanto riguarda le possibili cause di eventuali errori nei prezzi di vendita, possiamo citare i quattro casi principali:

Errori di digitazione: dato che il prezzo di vendita viene digitato manualmente dal rilevatore sulla tastiera del terminale, è possibile che vengano erroneamente inseriti dei prezzi non corrispondenti a quelli esposti. Normalmente, questi vengono isolati dalle procedure di controllo qualità, che scartano automaticamente i prezzi che differiscono dal prezzo medio nazionale per una percentuale superiore al 40% (in più o in meno), ma, se la differenza dal prezzo medio non è significativa, essi possono essere prodotti nei rapporti OPUS.

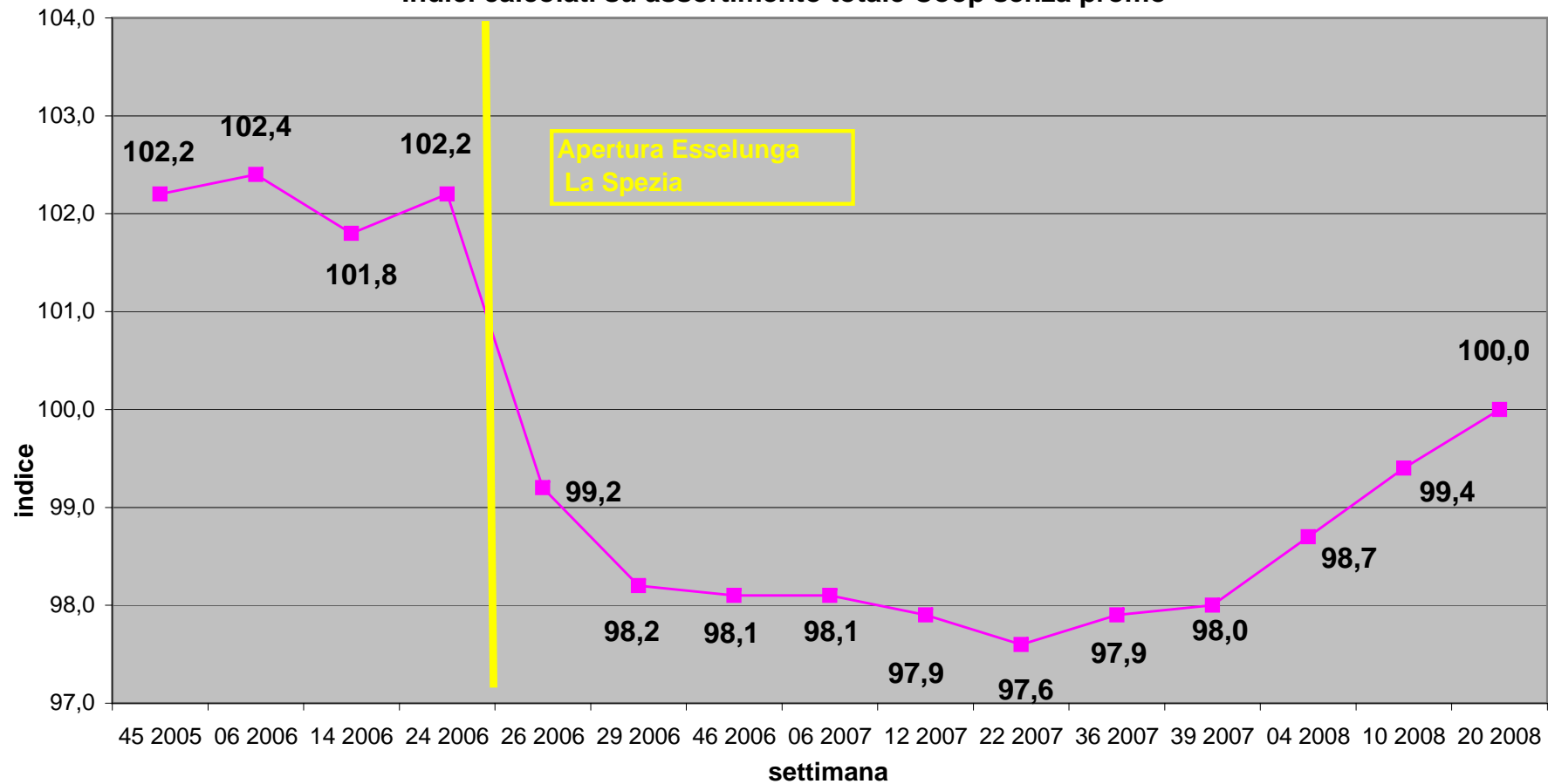
Slim (cartellini prezzo) invertiti: talvolta viene rilevato il prezzo da uno slim che non corrisponde al prodotto rilevato; questo capita soprattutto in famiglie con esposizione di molti prodotti di piccola dimensione ravvicinati (prodotti di bellezza, spezie, yogurt, collant, ecc...)

Prodotti multipack venduti singoli: alcuni Punti Vendita (per esempio Finiper) vendono prodotti multipack (soprattutto lattine di birra o bibite) singolarmente; dato però che il codice EAN identifica, nella nostra banca-dati, il prodotto multipack, esso viene confrontato con un prezzo di vendita che in altre Insegne identifica il controvalore di due pezzi. Per questi specifici prodotti stiamo introducendo delle procedure automatiche di correzione del prezzo.

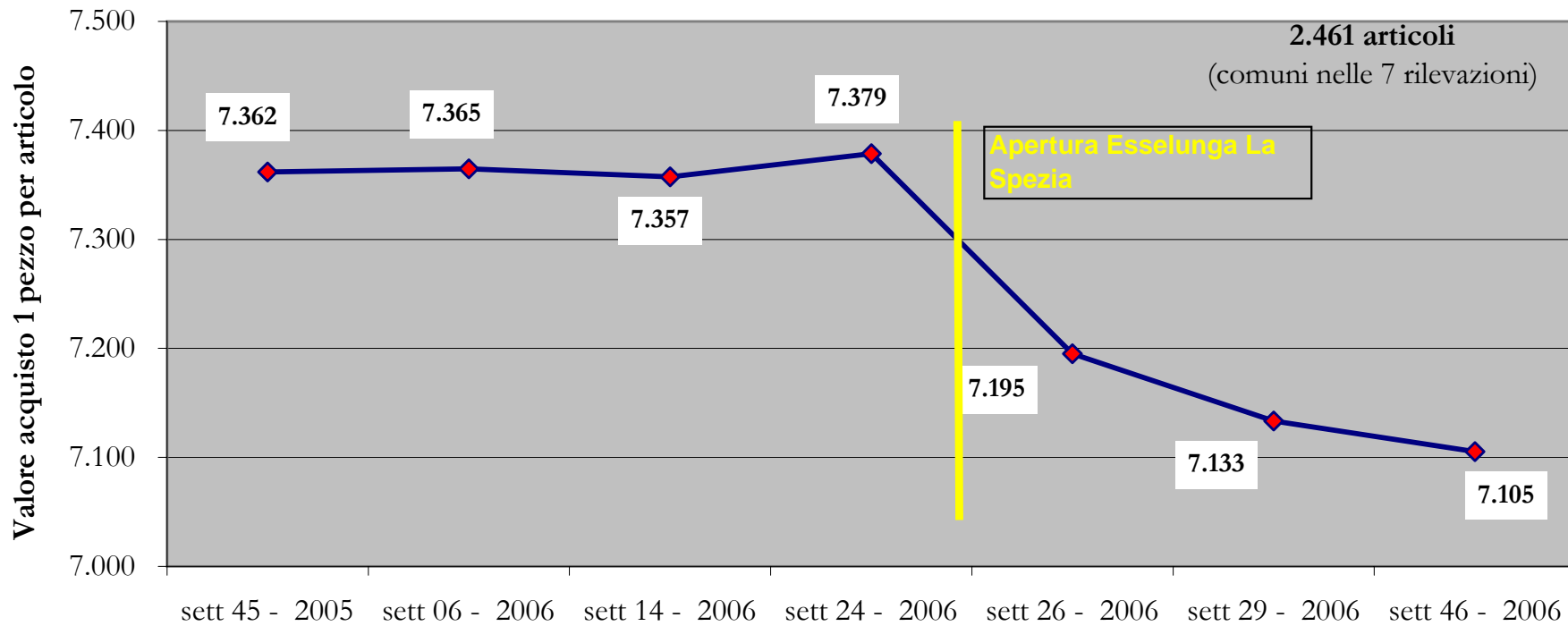
Promozioni non evidenziate o non rilevate: questa è senz'altro la casistica più diffusa; in questo caso non si tratta di un prezzo errato quanto piuttosto dell'assenza della segnalazione, sui rapporti OPUS, del codice promozionale. In molti casi non si tratta di un errore di rilevazione, quanto piuttosto della reale assenza di comunicazione nel Punto Vendita rilevato. Abbiamo verificato che spesso, soprattutto presso gli Ipermercati, si tratta di "code" di promozioni precedenti (il prodotto era in offerta la settimana precedente; non essendone finito lo stock, viene mantenuto allo stesso prezzo anche dopo la fine della campagna promozionale, senza indicazione di offerta, fino ad esaurimento scorte).

COOP LA SPEZIA VIA SAFFI: TREND INDICI PREZZO

Indici calcolati su assortimento totale Coop senza promo



Andamento prezzi Coop Via Saffi La Spezia nov 2005- nov 2006



Indagine prezzi fatta da Panel International sulla Coop di via Saffi a La Spezia. (2461 articoli rilevati con metodo Opus)

Data rilevazioni: 24' settimana del 2006 (12-16 Giugno)

26' settimana del 2006 (03-09 Luglio)

Nota il 23 Giugno 2006 (25' settimana) Esselunga ha aperto a Sarzana con un ipermercato da 3000mq

Cosa è successo ai prezzi praticati da Coop a La Spezia prima e dopo che Esselunga ha aperto?

Risposta:

- a) Costo al consumatore dell'intero paniere **-2,49%**
- b) **67 articoli** sono rincarati di prezzo
- c) **584 articoli** sono stati venduti ad un prezzo minore

Confronto Ipercoop Genova vs Sarzana (Ipercoop GE = 100)



Articoli rilevati *

Indice

Prodotti confrontabili con
assortimento SL

Marzo - 2006	IPERCOOP GENOVA	11.585	100,0	2.601
	IPERCOOP SARZANA	10.266	95,6	

Maggio - 2006	IPERCOOP GENOVA	11.856	100,0	2.532
	IPERCOOP SARZANA	9.810	95,1	

Apertura concorrente

Luglio - 2006	IPERCOOP GENOVA	11.758	100,0	2.778
	IPERCOOP SARZANA	10.327	93,4	

Ottobre - 2006	IPERCOOP GENOVA	11.344	100,0	2.414
	IPERCOOP SARZANA	9.415	92,8	

Novembre - 2006	IPERCOOP GENOVA	12.070	100,0	2.733
	IPERCOOP SARZANA	9.855	92,1	

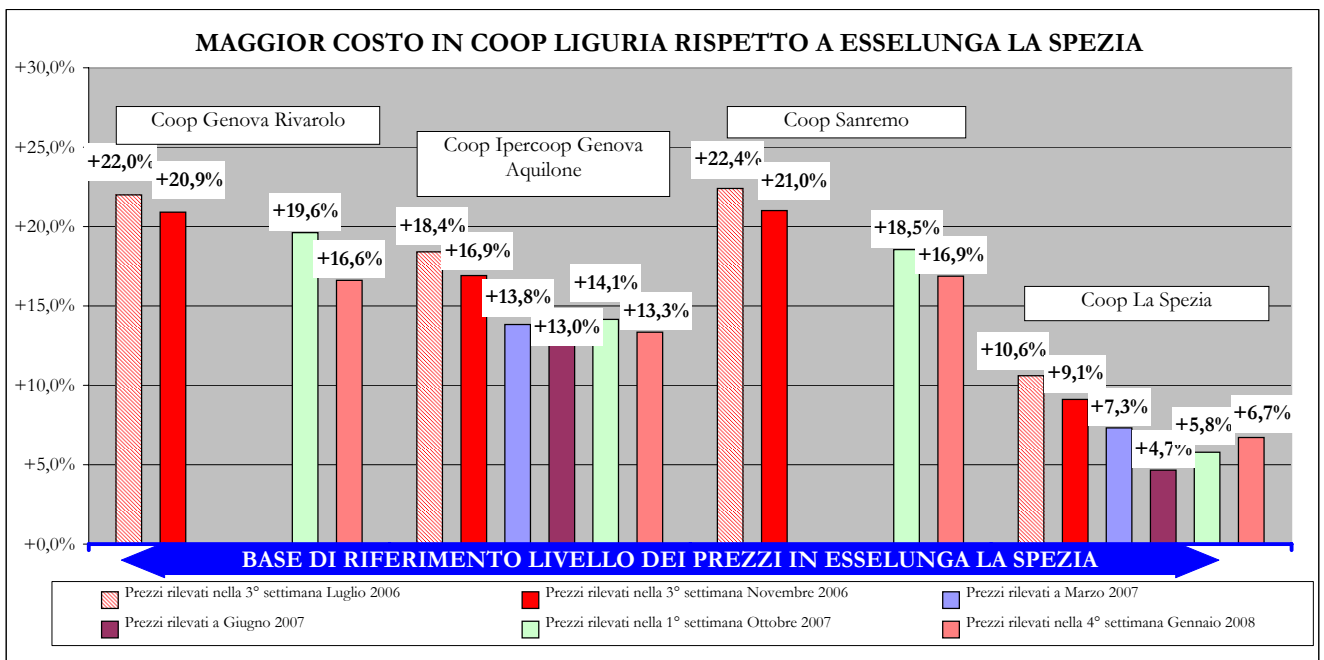
Fonte dati : Panel International

Il confronto considera gli articoli non in promozione

* escluse le referenze senza prezzo

CONFRONTO PREZZI ARTICOLI IN COMUNE TRA ESSELUNGA LA SPEZIA E COOP LIGURIA

	Coop Genova Rivarolo	Ipercoop Genova Aquilone	Coop Sanremo	Coop La Spezia	
QUANTO COSTA IN PIU' FARE LA SPESA IN COOP LIGURIA RISPETTO A ESSELUNGA LA SPEZIA	+22,0%	+18,4%	+22,4%	+10,6%	Prezzi rilevati nella 3° settimana Luglio 2006
	+20,9%	+16,9%	+21,0%	+9,1%	Prezzi rilevati nella 3° settimana Novembre 2006
		+13,8%		+7,3%	Prezzi rilevati a Marzo 2007
		+13,0%		+4,7%	Prezzi rilevati a Giugno 2007
	+19,6%	+14,1%	+18,5%	+5,8%	Prezzi rilevati nella 1° settimana Ottobre 2007
	+16,6%	+13,3%	+16,9%	+6,7%	Prezzi rilevati nella 4° settimana Gennaio 2008



Confronto prezzi

Coop Genova - Coop La Spezia - Esselunga La Spezia

rilevazione del 24 giugno 2008

EAN	DESCRIZIONE	Coop Genova Di Negro (via milano)	Coop La Spezia Saffi
8001420004113	RISO GALLO GALLO EXPRESSO ARBOR A.M. ESPRESSO BUS 250GR	1,99	1,89
8001200111604	AGNESI SEM COR CRAVATTINE N.60 SAC 1000GR LE BONTA'	1,99	1,38
8009086101009	DA RE BIBANESI PAN SPEC FRUM E.VER 400GR	2,99	2,44
8076809503242	BARILLA MULINO BIANCO MICHETTI FRUM 300GR	1,25	1,09
8003130529368	SAN CARLO PICADORA TORT.BIANCA MAIS CROCAN 150GR 1BST	1,74	1,59
8001040016534	PLADA PLASMON CAR MANZO 2PZ 80GR VET	2,45	1,99
8000050557709	MELLIN CREMA RISO SCAT 250GR	3,19	3,19
8001040093986	PLADA PLASMON 1 PRIMIGIORNI PART SCAT 900GR FACE06	17,89	15,99
8076809528368	BARILLA MULINO BIANCO SFOGL NASTRINE 8BRI 320GR	2,49	1,98
8000380141234	LOACKER STICKS RIC CR.CACAO CIO.EX.FOND 100GR	1,54	1,48
8013355998702	PAVESI GOCCIOLE EXTRA DARK CACAO CIOCCOLATO 400GR	2,15	1,65
0000080444916	VALSOIA BONTAESALUTE NOCC VASO VET C/ZUC 200GR	2,24	1,54
8000300058116	PERUGINA BACI PRAL NOCC 250GR BAR	5,19	4,15
8002470001145	CARAPELLI FRIGGIBENE FRITTO GIRASOLE PLAS 1LT FACE99 GIALLA	2,24	2,09
8000810100213	CALVE' TONNATA VASO 238GR	1,74	1,44
8006460000507	DELICIOUS RIZZOLI DELICIOUS SALSA PICC EXTRAV LATT 50GR	2,09	1,99
0000080015536	LEVISSIMA ALLEGRA MED.GAS PLAS 150CL	0,49	0,39
5449000005090	COCA COLA FANTA ARAN DOL PLAS 150CL	1,24	0,99
4060800001771	PEPSICO PEPSI COLA PLA 200CL	1,49	1,45
5449000110039	COCA COLA SPRITE A.GUSTI ZERO LIGHT PLAS 150CL	1,24	0,95
0000080067900	PERONI LAGER SING ITA CHIAR VET 66CL	0,99	0,78
8004400003113	BRANCA STRAVECCHIO VET 70CL	9,44	9,30
8003495008348	OROGEL IL SOLE DI OROGEL BIETA ERBETTA CUB CUBELLO 1000GR	3,45	3,52
3256830006737	MCCAIN PATATE KID SMILE 600GR	2,59	1,79
8001190103979	FINDUS SPINACI 4SALT.PADEL FILANTI 600GR	3,69	2,27
8005840003923	SAMMONTANA BARATTOLINO SEC PANNA COTTA 500GR	3,56	3,30
0000080393337	NPP GOURMET GOLD POLLO MOUS LAT 85GR	0,59	0,42
8002030138618	JOHNSON WAX ANITRA ATTIVO LIQ FLAC 1DET 750ML	1,74	1,19
8001665112864	RANA SFOGLIAVELO FRES TORTELLINI CARNE SFOG.VELO 250GR	3,09	2,79
8076809515092	BARILLA LE EMILIANE SEC TORTELLINI P.CRUDO 250GR	2,25	1,36
8002670160321	GRANAROLO ALTA QUAL INTERO BOT PLAS 1000ML	1,64	1,55
8006040001009	VALSOIA SOYADRINK UHT CALCIO BRICK 500ML	1,69	1,24
0000080595823	PARMALAT KYR INT G.TO FRAGOLA.ROSA CANINA 2PZ 125GR GUSTO DELLA BELLEZZA VET PROF	1,46	0,93
8001590640258	KRAFT PHILADELPHIA SPALM.BIANCO 250GR 1PORZ PLASTICA	2,55	2,15
8721800082486	LEERDAMMER COMPANY LEERDAMMER MAASDAM 400GR 1PORZ FACE03	4,25	3,69
8000430130225	GALBANI VALLELATA BUF 200GR 1PAL BICC	3,29	3,19
8001230049908	FERRARI GRANMIX FILANTE MISTO 150GR	1,84	1,58
8002030143674	J.WAX BAYGON GENIUS PROTECTOR ZAN RICAR ESS.NATURALE RIC LIQ 45NOT	4,99	4,99
4005808819348	BDF NIVEA VISAGE YOUNG GEL GIOR CONTROL SHINE 75ML TB	5,29	4,49
3600520752426	OREAL ELVIVE NUTRI-GLOSS PROT.PERLA SHA NUTR CAP.LUNGHY.SPENTI 250ML	3,29	2,59
8001960122223	GARNIER GRAFIC FIX ALL DAY FORTE SPRAY 250ML	3,99	3,59
8024417037918	GARNIER FRUCTIS STYLE EX.RICCI EX.FORTE CAP.MOSSI/RICCI 150ML BOMB	4,29	3,39
8001980036791	OREAL STUDIOLINE BAGN FTE 150ML TUBO FACE02	4,59	3,99
0000080567080	GIBBS MENTADENT WHITE SYSTEM SINT MEDIE ADUL ANG	3,39	2,59
3600530415922	SAIPO MAYBELLINE XXL CURL POWER MASC BLACK LIQ VOLUM	11,99	11,99
8001480040359	PROCTER & GAMBLE PAMPERS BABYDRY EXTRA LARGE EX 15-30 20PAN	8,89	8,15
.	.	Totale	Totale
.	.	€ 156,45	€ 136,48
.	.		Differenza
.	.		-12,76%