

LUCIANO MAZZONE, FONDATORE & CEO DI KLIKKAPROMO.IT

I SUPERMERCATI ITALIANI NON SONO I PIÙ CARI D'EUROPA, ANZI...

(24/11/2009) - Secondo una ricerca dell'associazione di consumatori inglese Which?, la spesa nei supermercati italiani sarebbe la più cara fra i 5 grandi paesi europei (Regno Unito, Francia, Germania, Spagna e la stessa Italia). In particolare, su un paniere di 15 prodotti risulterebbe una differenza del 42% in più, a sfavore dei consumatori italiani rispetto agli omologhi inglesi. Sulla composizione del paniere si sa solo che sono stati inclusi prodotti di marche internazionali, fra cui i cereali Kellogg's Special K, lo shampo L'Oreal, le lamette da barba Gillette, il caffè Nescafé, il dentifricio Colgate. A detta degli autori, i prezzi sono stati comparati il 12 ottobre 2009 attraverso i siti internet di una catena di supermercati per paese, ovvero Tesco (Regno Unito) Carrefour (Francia) Edeka (Germania) Carrefour (Spagna) ed Esselunga (Italia). KlikkaPromo, primo sito



internet italiano completamente indipendente che raccoglie le migliori offerte su oltre 3000 prodotti di largo consumo, ha provato a ripetere la comparazione, allargando la fonte dei dati per rendere i risultati molto più completi e significativi. Anziché considerare una sola catena per paese, ha cercato i prezzi più bassi utilizzando dei motori di ricerca sul web, che raccolgono i prezzi delle principali catene di supermercati: ha quindi utilizzato il motore di ricerca www.mysupermarket.com per il Regno Unito, cercando i prezzi più bassi nelle tre principali catene inglesi (Tesco, ASDA, Sainsbury's) e il proprio motore di ricerca www.klikkapromo.it per l'Italia, cercando i prezzi dei medesimi prodotti in nove fra le più importanti catene italiane di supermercati (Esselunga, Auchan, Carrefour, Il Gigante, Iper, Unes, GS, Carrefour Market, Simply Market). La ricerca ha preso in considerazione 4 dei 5 prodotti citati dalla ricerca dell'associazione Which? ma ha anche allargato il paniere, considerando altri 10 prodotti molto diffusi e di utilizzo quotidiano, creando così un vero e proprio "contropaniere" molto più realistico, composto per metà di prodotti internazionali e per metà di prodotti legati ai consumi comuni degli italiani. Il risultato è stato sorprendente e permette di ribaltare completamente le conclusioni della ricerca inglese, sicuramente troppo frettolosa nell'addossare a noi italiani il risultato peggiore d'Europa. Come mostrato nella tabella a pagina seguente, infatti:

- Su 8 prodotti "internazionali", gli inglesi spenderebbero in media l'8% in più degli italiani, con picchi eclatanti del 41% in più su una bottiglia di Pepsi Cola da 2 lt. o del 21% in più su una confezione di Kellogg's Special K da 750 gr.; solo 1 prodotto su 8 costa davvero meno in Inghilterra, esattamente l'11% in meno, ovvero lo shampoo L'Oreal Elvive;
- Su 7 prodotti tipici del nostro modello di alimentazione, come la pasta, l'olio, il caffè, il grana padano, la frutta fresca, la differenza a nostra favore, facilmente prevedibile, assume tuttavia dimensioni clamorose: per acquistare questi prodotti gli inglesi spenderebbero infatti ben l'83% in più, con un picco del +121% per una confezione di Pasta De Cecco da 500 gr. o del +116% per un litro di olio extra vergine di oliva Bertolli.

A nostro parere i risultati di questa indagine dimostrano una serie di evidenze:

- 1) Le marche e le tipologie di prodotti, commercializzati nel Regno Unito e in Italia, e in generale nei vari paesi europei, sono differenti fra loro nel 80-90% dei casi e quindi fare una comparazione corretta e realmente significativa è molto difficile, per non dire impossibile
- 2) Considerando soltanto i pochi prodotti comuni fra i vari paesi, si rischia di avere una visione parziale e quindi molto fragile, con risultati facilmente ribaltabili, come dimostrato dai numeri raccolti da KlikkaPromo
- 3) Le abitudini alimentari sottostanti sono molto diverse, e poiché la spesa per cibi e bevande rappresenta almeno il 60-70% della spesa degli italiani, escluderli significa realizzare un'indagine falsata fin dall'origine; si è visto cosa accade introducendo nel paniere i prodotti preferiti dagli italiani
- 4) Considerare soltanto una catena di supermercati per paese, come fatto dall'associazione inglese Which?, significa non dare adeguata rappresentazione ai prezzi più bassi presenti sul mercato e non tenere in nessuna considerazione l'importantissimo ruolo della concorrenza fra catene, nell'abbassare i prezzi dei vari prodotti a suon di sconti e offerte promozionali
- 5) L'andamento dei tassi di conversione fra valute rischia di introdurre un'ulteriore distorsione: in un periodo di sterlina debole, è evidente che i prezzi convertiti in euro dei prodotti inglesi, appaiano facilmente più bassi di quanto siano in realtà e a parità di potere di acquisto
- 6) La vera soluzione per risparmiare sulla spesa non è "guardare l'erba del vicino", credendo che all'estero la situazione sia migliore e accusando le catene nazionali di speculare con prezzi gonfiati, ma è trasformarsi in consumatori informati e consapevoli: tenere d'occhio le offerte permette già di per sé di spendere dal 30 al 50% in meno, senza bisogno di cambiare le proprie abitudini di acquisto e senza rinunciare alle proprie marche e prodotti preferiti... e soprattutto senza trasferirsi in Inghilterra rinunciando a un buon piatto di spaghetti e al piacere di un buon espresso!

Luciano Mazzone
Fondatore & CEO di KlikkaPromo.it

IMGPress tutti i diritti riservati. Reg. Trib. ME n.1392 del 18/06/92