

MANUALE PREZZI RISTORO 2025/2026
(EMP-RISTORO)

30 giugno 2025

INTRODUZIONE

Ai sensi delle convenzioni vigenti, l'Ente Monitoraggio Prezzi Ristoro (EMP-ristoro o EMP) definisce il manuale prezzi relativo all'individuazione del benchmark e ai monitoraggi dei prezzi. Per supportare le attività di EMP-Ristoro verrà predisposto un applicativo informatico per consentire di verificare il rispetto degli impegni di pricing assunti da ciascun Affidatario in relazione alle seguenti tipologie di affidamenti ristoro:

- affidamenti 2008/2010 (paniere 10 prodotti);
- affidamenti 2014/2015 (paniere 4 prodotti).

Ciascuna tipologia di affidamento prevede il rispetto di impegni in funzione di un Prezzo Medio di Mercato (PMM) che definisce il livello medio di prezzo per ciascuna tipologia di prodotto interessato dagli impegni di pricing degli affidamenti stessi.

Il presente documento ha lo scopo di definire la metodologia di calcolo del PMM coerente con le finalità intrinseche degli affidamenti stessi.

La presente metodologia potrà subire variazioni nel corso del tempo, soprattutto in corrispondenza della prima fase di applicazione della stessa ed a seguito della sopravvenuta disponibilità di nuove informazioni o dati che consentono di affinare in termini di accuratezza e precisione il calcolo del PMM.

Questa metodologia di definizione ed aggiornamento del PMM consente un efficace confronto di prezzo tra i punti di ristoro situati lungo la rete autostradale e quelli posti in aree esterne ma caratterizzate da dinamiche comparabili.

METODOLOGIA DI CALCOLO DEL PMM (PREZZO MEDIO DI MERCATO)

Il PMM viene calcolato con frequenza mensile e per specifiche macroaree di riferimento e per le seguenti tipologie di prodotto:

- acqua naturale o gassata
- caffè espresso
- cappuccino
- cornetto vuoto
- latte fresco al banco
- panino di base
- piatto semplice
- spremuta d'arancio al banco
- thè caldo
- toast normale

Tali tipologie di prodotto comprendono tutte quelle afferenti alle varie tipologie di convenzione che sono state attivate dal periodo 2008/2010 in avanti.

Le specifiche macroaree di riferimento corrispondono a:

- Piemonte - Liguria (29 AdS)
- Lombardia (23 AdS)
- Emilia Romagna - Veneto - Friuli (41 AdS)
- Toscana - Umbria - Marche (36 AdS)
- Lazio - Campania (43 AdS)
- Puglia - Abruzzo - Molise (31 AdS)

La metodologia di calcolo del PMM si basa sulla valorizzazione quali/quantitativa di dati disponibili, integrata ad alcune attività di rilevazione on-site. Queste contribuiscono a completare il metodo di definizione del PMM come il risultato di un mix di attività fra cui:

- evoluzione mensile dei prezzi al consumo di determinati prodotti, rilevati dall'Osservatorio Prezzi e Tariffe del Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT);
- rilevazioni on-site presso selezionati punti vendita al di fuori della rete autostradale;
- evoluzione dei prezzi delle principali materie prime che compongono ciascun prodotto del panel;
- andamento macroeconomico generale (indici prezzi/inflazione, andamenti tassi valutari, costi dell'energia...).

L'analisi e l'evoluzione dei dati rilevati dall'Osservatorio Prezzi e Tariffe del MIMIT consente di stabilire l'evoluzione dei prezzi di riferimento dei prodotti oggetto di indagine. Tale analisi si basa sulle rilevazioni statisticamente più omogenee rispetto al paniere di prodotti (o alle tipologie affini) su cui si fondano gli impegni di pricing degli affidamenti ristoro, pur riferendosi a punti vendita che, per caratteristiche oggettive, non sono assimilabili identicamente a quelli presenti sulla rete autostradale.

Le rilevazioni on-site, effettuate su un target mirato in rete ordinaria, e l'analisi dinamica di tali dati in relazione alle informazioni dell'Osservatorio Prezzi e Tariffe del MIMIT consente di definire un premio medio rispetto alle rilevazioni dell'Osservatorio stesso. Tale premio riflette la specificità dell'erogazione in rete autostradale, contribuendo al calcolo del PMM che in tal forma è del tutto rappresentativo delle caratteristiche peculiari del contesto autostradale.

L'analisi dell'evoluzione dei prezzi delle principali materie prime che compongono ciascun prodotto del panel, consente di considerare gli impatti della volatilità di prezzo delle materie prime direttamente sui prezzi al consumo, con una tempestività adeguata al contesto di sostenuta volatilità dei prezzi dei prezzi delle materie prime alimentari che, soprattutto dal 2020 in avanti ha caratterizzato i mercati globali.

Analogamente, l'evoluzione del PMM è coerente con il monitoraggio su base mensile dell'andamento macroeconomico generale. L'analisi di tali indici può fornire gli elementi utili a ridisegnare il PMM di mese in mese. In particolare, sono valutati i seguenti indici:

- andamenti dei prezzi delle materie prime;
- andamenti dei prezzi al consumo delle camere di commercio italiane e Istat;
- indice NIC (Istat) per servizi ricettivi e ristorazione;
- indice FOI (Istat) per materie prime e semilavorati riferiti al paniere;

Pertanto, l'EMP-Ristoro effettua su base mensile una valutazione quantitativa delle informazioni sopra menzionate per procedere alla pubblicazione del PMM aggiornato per ciascun prodotto e per le macroaree individuate. Tali valori sono utilizzati per monitorare il rispetto degli impegni di pricing assunti da ciascun affidatario in coerenza con le specifiche delle diverse tipologie di affidamento.

Rilevazioni on-site, finalità e tipologia dei punti strategici selezionati

Le rilevazioni on-site sono funzionali a determinare lo scostamento di prezzo fra i dati forniti dall'Osservatorio Prezzi del MIMIT ed i prezzi di riferimento per esercizi commerciali assimilabili a quelli presenti sulla rete autostradale, caratterizzati da alcuni vincoli specifici.

A tal fine, sono stati adottati specifici criteri di selezione per individuare i punti vendita oggetto di rilevazione on-site in cui effettuare le rilevazioni, selezionando punti di ristoro presenti in:

- stazioni ferroviarie;
- aeroporti;
- outlet commerciali;
- stazioni di rifornimento carburante con brand ristoro, in prossimità di svincoli autostradali.

Questo approccio garantisce di individuare punti vendita con dinamiche di affluenza e comportamento di consumo assimilabile a quello delle Aree di Servizio autostradali. In particolare, ci si riferisce a clientela prevalentemente di passaggio, con esigenze di consumo legate al viaggio; orari di apertura estesi; ambienti "captive" dove, per questioni strutturali, risulta complesso e dispendioso (in termini di tempo e/o economici) allontanarsi/uscire dall'ambiente captive per approvvigionarsi altrove.

Queste tipologie di punti vendita rappresentano condizioni di mercato del tutto aderenti a quelle proprie dei servizi di ristoro presenti nella Aree di Servizio autostradali, caratterizzate da un'utenza con esigenze, comportamenti d'acquisto e modalità di fruizione omogenee. Ciò conferisce solidità al PMM conseguentemente definito, migliorando uniformità e precisione nell'analisi e facilitando l'acquisizione di dati oggettivi e comparabili.

La selezione dei punti vendita in rete ordinaria di interesse è stata condotta considerando il livello di gravitazione e l'importanza dei punti vendita specifici, con attenzione ad una collocazione coerente con le aree territoriali attraversate dalla rete autostradale in gestione ad Autostrade per l'Italia.

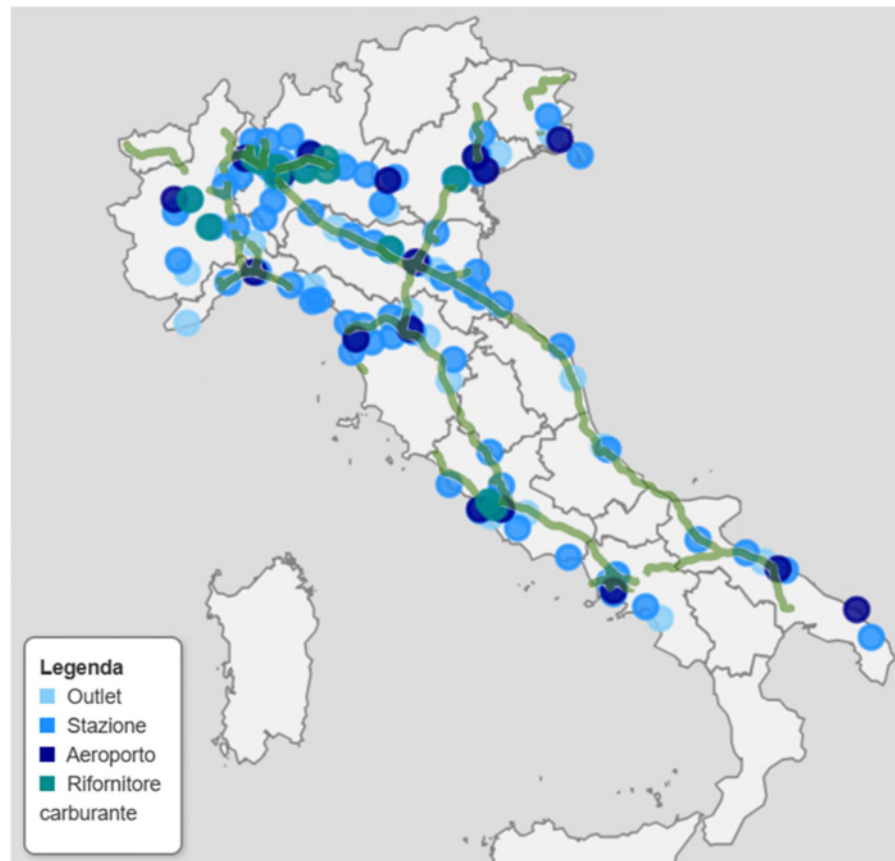
L'applicazione dei criteri della presente metodologia ha portato ad individuare un campione di circa 500 punti vendita di rete ordinaria, presso i quali svolgere le rilevazioni on-site ai fini del calcolo del PMM.

Ai fini della metodologia di calcolo del PMM, nei casi in cui più punti vendita appartengano alla medesima categoria e ricadano nella stessa area geografica circoscritta, tali punti saranno accorpati statisticamente in cluster per evitare di sovrarappresentare dati rilevati in un'unica area geografica, evitando l'eventualità di

falsare i risultati della metodologia di calcolo del PMM. Pertanto, le circa 500 rilevazioni saranno successivamente accorpate in 127 cluster strategici di interesse, distribuiti nelle diverse macroaree.

La distribuzione geografica dei 127 cluster di interesse sul territorio nazionale è coerente con la distribuzione sul territorio nazionale della rete autostradale in gestione ad autostrade per l'Italia; pertanto, risulta molto significativa in termini di coerenza geografica per il calcolo dei PMM per macro-area.

Figura 1 – Localizzazione dei cluster strategici di interesse sul territorio nazionale



Criteri di selezione dei cluster strategici

Stazioni Ferroviarie

Per selezionare le stazioni ferroviarie sono stati utilizzati i dati di Rete Ferroviaria Italiana - RFI (Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane) relativi alla frequentazione delle stazioni ferroviarie nazionali, con l'obiettivo di selezionare le stazioni con maggior affluenza di passeggeri.

Con riferimento ai dati 2023 (disponibili alla data di redazione del presente manuale prezzi) le stazioni ferroviarie sono raggruppate nei seguenti cluster per frequentazione media giornaliera:

- bassa (fino a 400 passeggeri/giorno);
 - medio bassa (da 400 a 1.500 passeggeri/giorno);
 - media (da 1.500 a 5.000 passeggeri/giorno);
 - medio alta (da 5.000 a 10.000 passeggeri/giorno);
 - alta (da 10.000 a 20.000 passeggeri/giorno);
-

- molto alta (da 20.000 a 45.000 passeggeri/giorno);
- top (oltre 45.000 passeggeri/giorno).

Per le finalità della presente metodologia, sono state selezionate solo le stazioni ferroviarie caratterizzate da frequentazione “medio alta” fino a “top”.

Il numero complessivo dei punti di rilevazione sono pari a 134 stazioni ferroviarie, presso le quali trovare una presenza media di almeno due punti vendita ristoro, il che porta a definire un campione di punti vendita presso le stazioni ferroviarie di almeno 268 punti vendita ristoro per le rilevazioni on-site.

Successivamente alle rilevazioni on-site, i dati rilevati saranno rielaborati in considerazione della prossimità territoriale di molte stazioni ferroviarie incluse nella selezione dei potenziali punti strategici, con un raggruppamento in cluster basato sulla loro prossimità territoriale. Questo approccio riduce la ridondanza derivante dalla presenza di più stazioni all'interno della stessa città o di gruppi di aree urbane contigue. A seguito di questa elaborazione sono stati individuati 72 cluster di stazioni ferroviarie nelle regioni di interesse per il calcolo del PMM, distribuiti sul territorio nazionale come da *Figura 3*, in funzione dei quali saranno rielaborati i dati rilevati su oltre 268 punti vendita. Tali cluster rappresentano quelli selezionati e che saranno utilizzati ai fini della metodologia di calcolo del PMM.

Aeroporti

Per selezionare gli aeroporti sono state utilizzate le statistiche diffuse dall'Associazione Italiana Gestori Aeroporti in merito al numero di passeggeri che hanno transitato negli aeroporti italiani nel corso del 2024.

Per garantire un'analisi focalizzata su aeroporti dotati di infrastrutture avanzate, elevata connettività e un impatto commerciale significativo, sono stati considerati esclusivamente gli aeroporti che superano il milione di passeggeri annui e che sono localizzati all'interno delle macroaree attive del PMM. Questo criterio identifica le strutture che coprono oltre il 97% del traffico aereo nazionale registrato nel 2024, assicurando una rappresentazione accurata e affidabile dei nodi principali del sistema aereo italiano. In ciascuno di questi aeroporti sono presenti molteplici punti vendita ristoro presso i quali fare le rilevazioni on-site per oltre 35 punti vendita.

Outlet Commerciali

Per selezionare gli outlet più rilevanti nelle regioni di interesse ai fini della definizione del PMM è stata condotta un'analisi sulle principali catene a livello nazionale. Successivamente, per ogni regione sono state esaminate le localizzazioni di tutti gli outlet, selezionando solo quelli ritenuti maggiormente rappresentativi per ciascuna area territoriale rilevante ai fini della presente metodologia del PMM. Il criterio adottato ha espresso il multi-brand come tipologia di outlet maggiormente affini al comparto Market delle Aree di Servizio autostradali. Questa tipologia di Outlet sono caratterizzati da una varietà di negozi e punti ristoro. Inoltre, sono stati considerati gli outlet situati in prossimità delle uscite autostradali rispetto a quelli in grandi centri città, poiché rappresentano un potenziale punto di sosta per i viaggiatori e sono maggiormente assimilabili ai punti di ristoro delle Aree di Servizio Autostradali.

Presso gli outlet commerciali selezionati sulla base dei criteri appena descritti nelle regioni di interesse per il calcolo del PMM, sarà possibile rilevare almeno due punti vendita ristoro, per un campione di oltre 50 punti vendita per le rilevazioni on-site.

Stazioni di rifornimento carburanti

Un'ulteriore tipologia di cluster strategico per la definizione del PMM sono le aree di ristoro presenti presso importanti stazioni di servizio per la distribuzione carburanti in rete ordinaria, caratterizzate da un brand ristoro di rilevanza nazionale e che forniscano standard di qualità di servizio assimilabile a quello di un'area di ristoro autostradale, situate in prossimità di svincoli autostradali.

Al fine di escludere i bar interni di piccole stazioni di rifornimento, sono stati selezionati solo i punti vendita che, fra i loro servizi, offrono almeno sia il rifornimento standard di benzina e gasolio che dei carburanti additivati/performanti o ecologici.

L'applicazione di questi criteri di selezione consente di individuare aree di ristoro del tutto comparabili con quelle presenti in ambito autostradale, sia per posizione strategica lungo le principali direttrici di traffico, sia per la tipologia di servizio offerto, sia per la similarità di comportamento dei clienti.

L'applicazione dei criteri di selezione ha individuato le stazioni di rifornimento carburante nelle regioni di interesse per il calcolo del PMM che soddisfano pienamente i criteri di congruenza stabiliti, presso le quali trovare i punti vendita ristoro idonei per le rilevazioni on-site.