

# **CAPITOLATO TECNICO**

**ATTIVITA' DELL'ENTE MONITORAGGIO PREZZI (EMP)  
PER I SERVIZI DI RISTORAZIONE**

## Sommario

<b>PREMESSA</b>	<b>2</b>
-----------------	----------

### **ATTIVITA' OGGETTO DELL'INCARICO**

<b>1. Rilevazione del PMM</b>	<b>4</b>
<b>2. Verifica del rispetto degli impegni contrattuali da parte degli Affidatari mediante accertamenti nelle Aree di Servizio</b>	<b>5</b>
<b>3. Monitoraggio delle dinamiche dei prezzi e analisi dei prodotti e del mercato</b>	<b>7</b>

### **ALLEGATI**

• <b>Allegato A: Convenzioni di Servizio ed Allegati Prezzi</b>	<b>8</b>
• <b>Allegato B: Aree di Servizio e Province</b>	<b>20</b>
Tab. 1 - Aree di Servizio con impegni convenzionali sui prezzi ristoro	21
Tab. 2 – Numero di Aree di Servizio per Affidatario	24
Tab. 3 - Province interessate dalle rilevazioni	25
• <b>Allegato C: Manuale Prezzi</b>	<b>26</b>
• <b>Allegato D: Scheda di censimento dei Bar fuori autostrada</b>	<b>55</b>
• <b>Allegato E: Scheda di rilevazione dei prezzi nei Bar fuori autostrada</b>	<b>57</b>
• <b>Allegato F: Schede di rilevazione nelle Aree di Servizio</b>	<b>59</b>

## PREMESSA

A partire dal 2009, al fine di assicurare alla clientela autostradale prezzi competitivi rispetto al mercato esterno per i prodotti della somministrazione di maggior consumo, nei contratti (Convenzioni di Servizio) stipulati tra Autostrade per l'Italia (di seguito "Aspi") e gli Affidatari dei servizi Ristoro o dei servizi integrati<sup>(\*)</sup> Oil e Ristoro (di seguito gli "Affidatari") sono state introdotte alcune disposizioni specifiche in materia di *pricing*: per alcune referenze considerate di prima e diffusa necessità - cd. Prodotti del Paniere - è stato infatti previsto l'obbligo per gli Affidatari (pena l'applicazione di penali da parte di Aspi e, in caso di gravi inottemperanze, la risoluzione delle Convenzioni) di assicurare prezzi non superiori a quelli praticati fuori dall'autostrada e in particolare, al **Prezzo Medio di Mercato – PMM** (cfr. **Allegato A** contenente lo stralcio sui prezzi delle somministrazioni).

Tali disposizioni prevedono **Panieri** differenti nei locali ristoro delle Aree di Servizio (AdS):

- Paniere di 10 prodotti nelle Convenzioni sottoscritte nel 2009-2010, applicabile al 21% del totale delle AdS Aspi;
- Paniere di 4 prodotti nelle Convenzioni sottoscritte a partire dal 2014, relativo al 79% delle AdS Aspi.

<b>Paniere di 10 prodotti</b> Affidamenti 2009-2010	<b>Paniere di 4 prodotti</b> Affidamenti a partire dal 2014
1 Caffè espresso	1 Caffè espresso
2 Cappuccino	2 Cappuccino
3 Cornetto semplice	3 Cornetto semplice
4 The caldo	4 Acqua minerale (50 cl)
5 Latte fresco (bicchiere)	
6 Panino base	
7 Toast	
8 Spremuta di arance	
9 Pasta semplice	
10 Acqua minerale (50 cl)	

L'**ambito di applicazione** dell'attività dell'EMP (come si evince dall'**Allegato B** al presente documento – Tab. 1 e Tab. 2) riguarda 182 AdS ed 1 Area di Parcheggio (AdP), in relazione alle quali le Convenzioni di affidamento dei Servizi di ristorazione<sup>(\*)</sup> contengono disposizioni sui prezzi dei prodotti della somministrazione (si tratta delle Convenzioni vigenti e che verranno attivate nel biennio 2020-21, mentre quelle antecedenti al 2009 non ancora scadute sono prive di disposizioni sul *pricing*). Nel corso di esecuzione del contratto la composizione del Paniere potrebbe variare a seguito della attivazione di nuove Convenzioni.

In base a quanto stabilito nelle Convenzioni di Servizio a partire dagli Affidamenti 2009, il PMM (che costituisce il termine di paragone per i prezzi praticati nelle AdS) va rilevato dall'EMP Ristoro negli esercizi commerciali presenti nella provincia in cui ricade l'AdS considerata, individuati nel rispetto dei seguenti criteri:

- a) prossimità geografica all'AdS ed agli accessi alla rete autostradale più vicini all'AdS stessa;
- b) appartenenza a segmenti della ristorazione commerciale con caratteristiche simili a quelle della ristorazione autostradale;
- c) analogia per complessità dell'offerta tipica degli esercizi commerciali ad alta gravitazione (ossia, con flussi e tipologia di clientela paragonabili alle AdS).

In ottemperanza alle previsioni convenzionali, un soggetto indipendente (scelto mediante idonee procedure di selezione tra primarie società del settore) ha definito il **Manuale Prezzi (Allegato C)**, che Aspi e gli Affidatari hanno adottato e in base al quale l'EMP dovrà conformare la propria attività. Detto Manuale ha individuato:

- i criteri tecnici e statistici di rilevazione del PMM per ciascun prodotto del Paniere;
- i parametri specifici di individuazione degli esercizi commerciali esterni alla rete autostradale (*panel* da porre a confronto con le AdS autostradali);
- la metodologia di campionamento del *panel* (definendone la numerosità e ripartizione).

Con particolare riferimento ai Prodotti del Paniere - indicati nell'Allegato Prezzi alle Convenzioni di Servizio (cfr. anche "Specifiche merceologiche di prodotto" del Manuale Prezzi al par. 3) - le disposizioni convenzionali (par. 3.3.1.2 let. c) prevedono che l'EMP possa - sulla base dei risultati di proprie analisi inerenti il settore della ristorazione fuori casa o a seguito di segnalazioni di Aspi o degli Affidatari volte a tutelare l'interesse del consumatore - proporre ad Aspi ed agli Affidatari di modificarne la composizione; rimanendo inteso che le eventuali modifiche all'Allegato Prezzi potranno essere apportate solo a seguito di un accordo sottoscritto tra Aspi e gli Affidatari.

A tal riguardo, al fine di disporre degli elementi di valutazione idonei a supportare le eventuali proposte di modifica all'attuale sistema di monitoraggio, l'EMP dovrà individuare i prodotti aggiuntivi rispetto all'attuale Paniere da monitorare e per i quali rilevare i PMM, da concordarsi nello specifico dopo il conferimento dell'incarico (cfr. successivo par. 3).

La **durata dell'incarico** è di 24 mesi, .

#### **Abbreviazioni, acronimi e termini utilizzati di frequente nel presente documento:**

**AdS:** Area/e di Servizio collocate sulla rete Aspi

**Affidatari:** società che, a seguito di procedure competitive, si sono aggiudicate l'affidamento dei servizi di ristorazione

**Aspi:** Autostrade per l'Italia S.p.A.

**Convenzioni:** contratti tra Aspi e gli Affidatari che regolano l'affidamento dei servizi

**EMP:** Ente Monitoraggio Prezzi

**Paniere:** prodotti indicati nell'Allegato Prezzi alle Convenzioni di Servizio e specificati nel Manuale Prezzi

**PMM:** Prezzo Medio di Mercato

**PV:** punti vendita esterni alla rete autostradale

---

(\*) A partire dal 2016 sono stati assegnati servizi integrati Oil e Ristoro: i cd. "*Oil driven*", in cui l'Affidatario Oil può svolgere il servizio Ristoro sotto pensilina, anche mediante affidamento in *franchising* ad altra società e "*Food driven*", in cui l'Affidatario Ristoro può svolgere il servizio Oil, anche mediante affidamento ad altra società. Inoltre, nel corso del 2017 è stata aperta un Bar all'interno dell'Area di Parcheggio (AdP) Villa Costanza (sosta gratuita la prima mezz'ora), che rientra nel perimetro di attività dell'EMP (di seguito, quando si parla delle AdS ci si riferisce anche a tale AdP).

# ATTIVITA' OGGETTO DELL'INCARICO

## 1. RILEVAZIONE DEL PMM

Ai sensi delle Convenzioni, ai fini del calcolo del PMM, l'EMP dovrà effettuare le rilevazioni dei prezzi dei prodotti del Paniere (due volte l'anno a cadenza semestrale) in un numero adeguato di PV nell'ambito del mercato di riferimento, individuato in base ai criteri previsti nel Manuale Prezzi vigente. In particolare l'EMP dovrà:

**1.1 Definire il *panel* dei punti vendita (PV) esterni alla rete autostradale**, nelle province di appartenenza delle AdS, selezionando gli esercizi commerciali specifici<sup>(1)</sup> di *benchmarking* per l'AdS considerata; ciò sulla base della numerosità campionaria definita nel Manuale Prezzi (cfr. par. 1 Definizione del mercato di Riferimento e criteri di scelta dei punti vendita). A tal fine, dovrà essere compilata la "Scheda di censimento Bar" con l'anagrafica completa e tutte le indicazioni utili alla sua corretta individuazione (**Allegato D**). Tale attività dovrà essere svolta entro i primi 20 giorni lavorativi dall'avvio dell'incarico.

**1.2** Procedere, secondo quanto descritto nel Manuale Prezzi e con proprie modalità e strumenti operativi, a:

- a) la **rilevazione dei prezzi nell'ambito del mercato di riferimento individuato**<sup>(2)</sup> – ossia nei PV esterni - sulla base della "Scheda di rilevazione dei PMM nei Bar fuori autostrada" (**Allegato E**);
- b) **calcolare il PMM per ciascuna referenza del paniere** (cfr. par. 3 "Specifiche merceologiche di prodotto") e **per ogni AdS**, in base alla metodologia descritta nel Manuale Prezzi;
- c) **comunicare i PMM ad Aspi ed agli Affidatari** (a mezzo PEC), inserendoli contestualmente anche nell'applicativo Aspi (Portale Prezzi), le cui credenziali di accesso saranno rese disponibili successivamente al conferimento dell'incarico;
- d) trasmettere ad Aspi la **scheda di sintesi** sul processo di elaborazione e di rilevazione effettuato.

La comunicazione del PMM ad Aspi ed agli Affidatari e la trasmissione della scheda di sintesi ad Aspi a seguito di ciascuna delle due fasi di rilevazione (di cui ai precedenti punti c e d) dovranno essere effettuate entro 15 giorni lavorativi dall'avvio del *field* (ossia dell'attività di rilevazione dei prezzi nei PV esterni).

**1.3** Sintetizzare i risultati delle rilevazioni dei PMM in **report** di analisi per Affidatario e AdS, da trasmettere semestralmente ad Aspi al termine di ogni fase di rilevazione del PMM entro 25 giorni lavorativi dall'avvio del *field*, i cui contenuti specifici saranno concordati a seguito del conferimento dell'incarico.

---

(1) Nel Manuale vigente sono individuate due tipologie dei esercizi commerciali, i "Bar Top" e gli "Altro bar". Per "Bar Top" si intende un locale aperto al pubblico con almeno due addetti presenti stabilmente, almeno 13-14 ore di apertura ed almeno 6 giorni su 7 la settimana, superficie aperta al pubblico pari ad almeno 50 mq, un numero adeguato di tavolini/punti di appoggio, con banco di mescita di almeno 3,5 m, macchina da caffè dotata di almeno tre erogatori e bagno accessibile alla clientela. Per "Altro Bar" si intende un locale ubicato negli aeroporti, stazioni ferroviarie, centri commerciali/ipermercati e distributori di carburante dotati di bar/punto di ristoro nel contesto urbano e/o extra urbano (ad esclusione delle AdS autostradali).

(2) Per una lettura esaustiva di tale aspetto si rimanda al Manuale Prezzi (cfr. par. 2).

## 2. VERIFICA DEL RISPETTO DEGLI IMPEGNI CONTRATTUALI DA PARTE DEGLI AFFIDATARI NELLE ADS

A seguito della comunicazione del nuovo PMM, l'EMP dovrà effettuare degli **accertamenti nelle AdS** per i prodotti facenti parte del paniere, con visite in loco. In particolare dovranno essere verificati i seguenti **aspetti oggetto di costante monitoraggio** (cfr. **Allegato F**):

- a. il rispetto da parte dell'Affidatario dell'impegno sottoscritto dallo stesso nella Convenzione di non praticare prezzi superiori all'ultimo PMM comunicato dall'EMP agli Affidatari ed ad Aspi ed al listino approvato da Aspi (che Aspi trasmetterà all'EMP), in conformità ai tempi ed alle modalità previsti nelle Convenzioni e nel Manuale Prezzi;
- b. la corretta e puntuale esposizione dei prodotti del Paniere e delle connesse etichette segna-prezzo e la disponibilità ad offrirli su richiesta del cliente;
- c. la coerenza dei prezzi dei singoli prodotti tra listini prezzi, etichette segna-prezzo e prezzi battuti negli scontrini;
- d. il posizionamento e visibilità dei listini prezzi affissi all'interno dei locali, con particolare riferimento alla chiarezza delle informazioni in merito alle referenze del Paniere.

Ai fini dell'espletamento dell'attività di verifica, i rilevatori dell'EMP dovranno possedere le dotazioni tecniche idonee a consentire la rilevazione ed il controllo in tempo reale dei dati, delle foto/video e delle informazioni acquisite durante le visite (es. *smartphone/tablet* con geo-localizzazione, ecc.).

### 2.1 Prime visite in tutte le AdS

In particolare, entro i 15 giorni lavorativi da ciascuna comunicazione dei PMM (salvo diversa comunicazione da parte di Aspi), l'EMP dovrà svolgere delle **prime visite nella totalità delle AdS** le cui Convenzioni contengono disposizioni sul Paniere (cfr. Allegato B), sia in via "ufficiale", mediante il riconoscimento dell'EMP, sia in qualità di *mystery client*.

#### 2.1.1. Durante gli **accertamenti "ufficiali"** (almeno 2 volte l'anno e a cadenza semestrale) l'EMP dovrà:

- effettuare almeno **2 foto di tutti i listini** affissi all'interno del locale, uno da vicino (per la visualizzazione dei prezzi e prodotti) e un altro da lontano (per la comprensione del loro posizionamento);
- scattare le **foto delle vetrinette della gastronomia e degli scaffali bibite frigo**, prese per intero (per la visualizzazione dei prodotti esposti) e a distanza ravvicinata (specifici prodotti e connessi prezzi), dalle quali possano essere chiaramente rilevate la presenza o meno delle referenze del Paniere ed i relativi prezzi esposti nelle apposite etichette segna-prezzo – **almeno 4 foto**;
- girare **almeno 1 video all'interno del locale**, dal quale si evinca il posizionamento dei listini, delle vetrinette della gastronomia e degli scaffali frigo;
- certificare, mediante scontrini emessi, il prezzo praticato alla clientela di tutte le referenze (anche mediante la battitura dei prezzi senza esborso di denaro);
- contestare al direttore del locale o, in sua assenza, all'addetto avente funzioni di responsabile, le anomalie riscontrate, facendosi rilasciare dichiarazioni al riguardo.

#### 2.1.2. Le visite dell'EMP in qualità di "**mystery client**" (almeno 2 volte l'anno e a cadenza semestrale) hanno l'obiettivo di accertare i reali comportamenti tenuti dal personale del locale con la clientela in relazione all'effettivo livello dei prezzi praticati alla clientela nonché alla presenza delle referenze del Paniere e, in caso di temporaneo esaurimento

dalle vetrinette o dagli scaffali, alla concreta disponibilità ad offrirle, eventualmente preparandole espressamente su richiesta del cliente.

Durante tali accertamenti l'EMP - mediante l'impiego di più rilevatori (almeno 2), diversi da quelli impiegati per le visite ufficiali, in modo da evitare il riconoscimento da parte del personale del locale - dovrà:

- **acquistare le referenze del Paniere**, separatamente o accorpando alcune di esse (mai tutte insieme), acquisendo i relativi scontrini;
- chiedere i prodotti non esposti, sia quelli della gastronomia (facendoseli preparare appositamente) sia quelli cd. "da asporto" (ad es. l'Acqua 50 cl);
- accertare la facilità di individuazione e di acquisto per il cliente dei prodotti, prendendo nota della loro collocazione all'interno di vetrinette o appositi scaffali.

Nell'ambito degli aspetti monitorati, particolare attenzione andrà prestata ai due seguenti elementi, in merito ai quali le Convenzioni prevedono specifiche penali:

- a) l'allineamento o eventuale scostamento rispetto ai PMM vigenti;**
- b) la presenza o l'assenza delle referenze del Paniere.**

Nei casi di accertamento di eventuali violazioni - ossia a) applicazione da parte dell'Affidatario di un prezzo non conforme ai listini vigenti ovvero superiore al PMM e b) assenza di una delle referenze del Paniere - l'EMP dovrà informare tempestivamente e formalmente Aspi, fornendo alla stessa la documentazione comprovante l'eventuale inadempimento (nel Manuale Prezzi è indicata l'attuale modalità operativa). Tale documentazione dovrà comunque riportare gli estremi della violazione e tutti gli elementi a supporto della stessa, tali da consentire ad Aspi di esperire la procedura di contestazione prevista in Convenzione (cfr. artt. 3.3.1.2 lett. f e seg.).

## **2.2 Seconde visite in alcune AdS**

Inoltre, a seguito degli accertamenti citati nel precedente par. 2.1 e delle eventuali contestazioni da parte di Aspi agli Affidatari in relazione ai casi di inadempimento, l'EMP dovrà effettuare delle ulteriori **secondo verifiche** nelle modalità "ufficiali" e "mystery" unicamente **nelle AdS in cui** nei precedenti sopralluoghi **siano stati riscontrate** le violazioni da parte degli Affidatari in merito agli aspetti di cui alle sopra citate lettere a) e b), acquistando i soli prodotti per i quali sono stati rilevati prezzi non conformi ai PMM ovvero le referenze sono risultate assenti.

## **2.3 Documentazione da presentare a seguito delle visite nelle AdS**

Al termine degli accertamenti presso le AdS nelle due modalità Mystery e Palese, in relazione agli aspetti oggetto di verifica sopra citati, l'EMP dovrà trasmettere ad Aspi - entro 20 giorni lavorativi dalla data di avvio delle prime visite ed entro 15 giorni lavorativi dall'avvio delle seconde visite - la seguente documentazione:

- il prospetto con i risultati delle rilevazioni complessive;
- le schede di sintesi per ogni AdS e per singolo Affidatario;
- il riepilogo del numero di violazioni o inadempimenti riscontrati per ciascun Affidatario;
- le foto ed i video acquisiti nelle visite ufficiali catalogati per ciascuna AdS;
- copia di tutti gli scontrini emessi catalogati per ciascuna AdS;
- ogni utile indicazione emersa durante le rilevazioni "ufficiali e "mystery".

### 3. MONITORAGGIO DELLE DINAMICHE DEI PREZZI E ANALISI DEI PRODOTTI E DEL MERCATO

L'EMP dovrà inoltre supportare Aspi nell'analisi del contesto di riferimento del mercato, monitorando l'andamento dei prezzi delle referenze della somministrazione ed il consumo di taluni prodotti, al fine di:

- permettere ad Aspi di verificare l'ottemperanza all'impegno assunto dagli Affidatari di adottare un *pricing* competitivo, con adeguamenti di prezzi anche al di sotto e, comunque, in linea con le variazioni dei prezzi al consumo, coadiuvando Aspi nell'attività di riscontro delle richieste di aumento dei listini nelle AdS sulla rete Aspi formulate dagli Affidatari;
- consentire una valutazione in merito alle referenze di maggior consumo o desiderate dalla clientela autostradale e un'analisi sulle abitudini sulla spesa della ristorazione fuori casa anche in relazione alle più recenti tendenze alimentari, nell'ottica di verificare possibili modifiche (da sottoporre ad Aspi ed agli Affidatari) all'attuale sistema di *pricing*, della composizione del Paniere e/o degli impegni da parte degli Affidatari; a tal fine, come anticipato in Premessa, dovrà monitorare ulteriori prodotti rispetto al Paniere in uso.

Al riguardo, **l'EMP dovrà trasmettere periodicamente ad Aspi** (anche mediante l'ausilio di dispositivi informatici in grado di interloquire tecnicamente con il Portale prezzi Aspi):

**3.1** a cadenza semestrale, analisi e reportistica idonee a fornire ogni utile elemento di maggior comprensione in merito all'andamento dei **prezzi al consumo** dei prodotti della somministrazione, in relazione a:

- a) i prezzi rilevati dagli Uffici comunali di statistica nell'ambito della rilevazione dei prezzi al consumo coordinata dall'Istat (Osservatorio Prezzi e tariffe del MSE);
- b) l'indice NIC (Indice nazionale dei prezzi al consumo per l'intera collettività - Istat) riferito al settore dei Servizi ricettivi e Ristorazione;
- c) l'Indice FOI (Indice nazionale dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati - Istat) sulle variazioni dei prezzi delle materie prime e dei semilavorati riferiti ai prodotti del Paniere;
- d) l'ICC (Indicatore Consumi Confcommercio) relativo al comparto A. Pasti e Consumazioni fuori casa;

**3.2** a cadenza semestrale, analisi sul monitoraggio dei **prezzi applicati nelle totalità delle AdS** per i 10 prodotti del Paniere, distinguendo gli affidamenti con disposizioni sul Paniere da quelli al momento ancora privi di tali disposizioni (i prezzi di tali ultime AdS saranno forniti di volta in volta da Aspi in concomitanza delle rilevazioni dell'EMP nelle AdS con Paniere);

**3.3** nel primo anno dell'incarico, un'analisi sulle abitudini di spesa nella ristorazione fuori casa - rappresentativa della clientela autostradale e nell'ambito regionale in cui sono ubicate le AdS - finalizzata ad individuare i prodotti aggiuntivi e/o sostitutivi da proporre ad Aspi ed agli Affidatari rispetto all'attuale Paniere (di interesse per i consumatori e rispondenti a specifiche loro esigenze), anche mediante interviste alla clientela nei bar extra autostradali, agli operatori del settore e/o ad esperti del mercato, fornendo ad Aspi la documentazione di supporto al termine di tale indagine;

**3.4** a cadenza semestrale e in concomitanza con la rilevazione dei PMM dei prodotti del Paniere, la **rilevazione dei PMM delle nuove referenze** individuate (al massimo 5), corredata da un'analisi in merito alle caratteristiche delle stesse.