

HOME / SOCIETÀ

Risparmio via web: trova quello che costa di meno e vi dice dove si vende

Publicato il 5 febbraio 2010 16.37 | Ultimo aggiornamento: 6 febbraio 2010 21.03



TAG: [auchan](#), [carrefour](#), [database](#), [diperdi](#), [esselunga](#), [euronics](#), [expert](#), [gs](#), [il figante](#), [lidl](#), [lista della spesa](#), [meadiaworld](#), [pam](#), [risparmiosuper](#), [risparmiosuper.it](#), [trony](#), [unieuro](#)



Volete fare la spesa risparmiando veramente? Il sistema c'è e non si tratta, stavolta, di un "semplice" slalom tra punti vendita a caccia dell'offerta migliore. La soluzione viene dalla rete ed è un sito che fa, da solo e in pochi secondi, un'operazione che molti di noi non hanno il tempo, le competenze e la voglia di fare: trova quello che costa di meno e vi dice dove si vende. Potete anche inviare la vostra lista, il vostro "carrello" della spesa e il sito fornisce risposta personalizzata.

Su [www.risparmiosuper.it](#), infatti, sono catalogati oltre 5000 prodotti con i rispettivi prezzi in tredici catene di grande distribuzione. Basta collegarsi, registrarsi, compilare la lista della spesa e il motore interno vi dirà subito in che supermercato dirigersi per spendere meno. Anche decine di euro in meno: un giochetto che sembra valere la candela anche perché il sito è completamente gratuito.

Il lavoro è ancora in progress: i beni da vagliare sono destinati ad aumentare così come le catene di distribuzione che, fanno sapere dal sito, in breve tempo passeranno da 13 a 17. Intanto, almeno a Milano, l'esperimento sembra funzionare e Risparmiosuper viaggia ad oltre 3500 pagine visitate ogni ora. A breve, già dalla settimana tra l'otto e il quindici febbraio, il sito coprirà anche Roma, Torino e Palermo. Le catene di supermercati "monitorate" sono tra le più grandi e diffuse sul territorio nazionale: Auchan, Carrefour, Diperdi, Esselunga, Euronics, Expert, Gs, Il Gigante, Lidl, Mediaworld, Pam, Trony e Unieuro.

Il software prende in esame non solo il prezzo del momento ma anche le variazioni nel tempo (anche il 10 per cento a parità di prodotto, marca e quantità, su olio, birra, vino, banane, per esempio), e non si lascia ingannare da piccole differenze di peso o confezione.

C'è anche una sezione "storica" dove sono registrate le fluttuazioni del singolo prodotto dall'agosto 2009. L'intervallo di tempo è ancora ridotto ma rivela le tendenze in atto e fa vedere, impietosamente, chi ha davvero tagliato i prezzi e chi, invece, si è "nascosto" dietro le super offerte

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE:

[Mutui e prestiti direttamente al supermercato, diremo addio alle banche?](#)

[Commercio: Esselunga batte Coop, indietro i big esteri](#)

[Supermercati e lo sciopero dei buoni pasto: non ci convengono, non li prendiamo più](#)

[Anna Tatangelo all'Auchan di Napoli. Ragazzone in delirio \(video\)](#)

[Topo morto nei fagiolini Carrefour: foto choc](#)

per alzarli.

E le scoperte, a scandagliare il database, sono tante e sorprendenti. A cominciare dal fatto che una buona parte delle "offerte speciali" non sono poi così speciali. Racconta al quotidiano La Stampa Barbara Labate, una di quelle che ha lavorato al sito web per un paio d'anni: «Un'acqua minerale strillata per offerta era più cara di altre, la stessa confezione di pomodori aveva variazioni sorprendenti da una catena all'altra».

Sia chiaro, per chi ha tempo da investire nella consultazione dei volantini pubblicitari e nella pratica della spesa fa bene a destreggiarsi tra un supermarket e l'altro. Ma si tratta di una minoranza. Chi non ha tempo e ha bisogno di risparmiare, invece, ha a disposizione un servizio in più. L'utente medio registrato nel sito mette nel carrello prodotti per 80 euro, in maggioranza generi di prima necessità. La crisi, insomma, sembra esserci ancora ed ogni modo per risparmiare, come dimostra il grande successo della pagina dedicata ai prodotti sotto i due euro di costo, la schermata più visitata del sito.