

Supermercati, la classifica Altroconsumo 2026: risparmio annuo fino a 3.790 euro scegliendo l'insegna giusta

L'indagine ha riguardato 1.158 punti vendita in 67 città e oltre 1,5 milioni di prezzi rilevati su 124 categorie di prodotto. Risparmi fino al 40% per una famiglia di quattro persone

Eurospin è l'insegna più conveniente delle rilevazioni per la spesa con i prodotti più economici e, insieme a In's, per la spesa mista nei discount. Dok guida la classifica di supermercati e ipermercati per la spesa mista, mentre Ipercoop e Spazio Conad conquistano il primo posto per i prodotti di marca. Spazio Conad è anche al vertice per le private label

Tra le città più convenienti spiccano Pistoia, Lucca, Firenze e Prato, mentre a Milano scegliere il punto vendita giusto può far risparmiare fino a 1.390 euro l'anno

Milano, 1 settembre 2026 – Acquistare in determinati discount o combinare i canali di acquisto, ossia scegliere discount per i prodotti di largo consumo e l'igiene della casa, prodotti a marchio dell'insegna per la spesa quotidiana e prodotti di marca per le categorie preferite o in promozione, consente di risparmiare maggiormente sul carrello della spesa. È quanto emerge dall'indagine annuale di **Altroconsumo sulla convenienza di supermercati, ipermercati e discount**. La più grande organizzazione indipendente di consumatori in Italia, parte di **Euroconsumers**, ha rilevato che, scegliendo con attenzione l'insegna e i prodotti più economici, **una famiglia di quattro persone può risparmiare fino a 3.790 euro l'anno**, a fronte di una spesa complessiva stimata in 9.450 euro, ossia **fino al 40%**. Un dato incoraggiante, a fronte di prezzi che restano comunque elevati, ma che crescono a un ritmo più contenuto rispetto al passato: +1% a febbraio-marzo 2026 contro +2% rilevato nel 2025. Al momento della rilevazione, inoltre, non emergevano ancora possibili effetti legati ai rincari del petrolio e dell'energia conseguenti al conflitto in Iran. Il risparmio è significativo anche **per le coppie, fino a 3.355 euro** (su 8.360 euro di spesa media annua), e **per i single, fino a 2.305 euro** (su 5.740 euro).

QUANTO SI RISPARMIA CON LE INSEGNE VINCITRICI

Ecco quanto può risparmiare al massimo in un anno chi sceglie di andare a fare la spesa presso le catene con indice 100 (le più economiche dell'indagine). I risparmi sono suddivisi per tipo di famiglia e di spesa.

				
	SPESA MEDIA ANNUA AL SUPERMERCATO (ELABORAZIONE ALTROCONSUMO SU DATI ISTAT 2025)	5.740 € una persona	8.360 € coppia	9.450 € coppia con due figli
IL RISPARMIO POSSIBILE IN UN ANNO SCEGLIENDO L'INSEGNA PIÙ CONVENIENTE DELL'INDAGINE PER OGNI CARRELLO				
SPESA CON PRODOTTI PIÙ ECONOMICI	2.305 €	3.355 €	3.790 €	
SPESA CON PRODOTTI A MARCHIO COMMERCIALE (IN IPER E SUPER)	2.010 €	2.925 €	3.305 €	
SPESA MISTA (AL DISCOUNT)	1.695 €	2.470 €	2.790 €	
SPESA CON PRODOTTI DI MARCA (IN IPER E SUPER)	255 €	375 €	420 €	
SPESA MISTA (IN IPER E SUPER)	150 €	220 €	245 €	

Per stimare i risparmi abbiamo prima calcolato la spesa media al supermercato (sulla base dei dati Istat relativi alla spesa generale delle famiglie). Poi abbiamo calcolato la differenza tra questa spesa media e quella nella catena meno cara dell'indagine per ogni tipo di carrello.

L'indagine è stata condotta **tra il 16 febbraio e il 13 marzo 2026** e ha riguardato **1.158 punti vendita in 67 città italiane**, circa il 64% dei capoluoghi di provincia. Sono stati rilevati **1,5 milioni di prezzi**, relativi a **124 categorie di prodotto**, tra alimentari, prodotti per la cura della casa e della persona e alimenti per animali. L'analisi si basa su quattro panieri: **prodotti di marca, prodotti più economici, prodotti a marchio dell'insegna e spesa mista**, con l'obiettivo di restituire una fotografia completa del posizionamento di prezzo delle principali insegne della GDO.

Giunta alla **37ª edizione**, l'indagine si conferma uno strumento di riferimento per chi vuole **risparmiare sulla spesa**, una voce che incide **fino al 19% del budget familiare**. L'obiettivo è orientare i consumatori verso il punto vendita più conveniente, tramite un'analisi capillare dei prodotti più acquistati secondo Istat, selezionati per garantirne la rappresentatività nazionale.

RALLENTA LA CRESCITA DEI PREZZI NEI SUPERMERCATI

Tra febbraio e marzo 2026 i listini sono aumentati mediamente dell'1% rispetto all'anno precedente, contro il +2% registrato nel 2025. La dinamica inflazionistica si è attenuata, ma i prezzi restano elevati e le tensioni internazionali potrebbero ancora influire sul costo della spesa.

IL MASSIMO DEL RISPARMIO

La **catena più conveniente in assoluto**, secondo l'indagine Altroconsumo, è **Eurospin** che consente un **taglio della spesa di quasi il 40%** rispetto alla media nazionale. Una famiglia composta da quattro persone, la cui **spesa media annua è pari a 9.450 euro**, può arrivare a **risparmiare fino a 3.790 euro**, scegliendo i prodotti più economici presenti sugli scaffali. Optando per un carrello composto esclusivamente da prodotti a marchio dell'insegna, il risparmio rimane notevole: **Spazio Conad** garantisce una **riduzione fino a 3.305 euro**. Acquistando un mix di prodotti di marca, private label e articoli economici – il cosiddetto paniere della spesa mista – il risparmio dipende dal canale distributivo scelto: scegliendo le catene più convenienti **Eurospin e In's Discount** il risparmio può arrivare a **2.790 euro**. Il vantaggio si riduce però sensibilmente se si acquistano gli stessi prodotti in un ipermercato o supermercato tradizionale: anche nella migliore delle ipotesi, **con Dok, il risparmio si ferma a 245 euro**. Infine, chi predilige prodotti di marca può ottenere **un risparmio massimo di 420 euro, rivolgendosi a Ipercoop e Spazio Conad**.

SPESA CON I PRODOTTI PIU' ECONOMICI DI IPER, SUPER E DISCOUNT

Eurospin si conferma anche quest'anno la catena più conveniente per la spesa con i prodotti più economici, secondo l'indagine. I discount consolidano il vantaggio, migliorando ulteriormente rispetto al 2025. La prima insegna tradizionale è **Ipercoop**, con prezzi superiori del 17% a Eurospin; **Carrefour Market**, ultima, registra prezzi più alti del 35%.

SPESA MISTA: EUROSPIN E IN'S IN TESTA TRA I DISCOUNT, DOK GUIDA TRA SUPER E IPERMERCATI

Lo scenario che ben rappresenta le abitudini di acquisto degli italiani è quello della **spesa mista**, composta da prodotti di marca, private label e primi prezzi. Tra i **discount**, la leadership è condivisa da **Eurospin e In's**, che consentono un risparmio di circa il 16% rispetto all'insegna più costosa della categoria, **Todis**. Il secondo e il terzo gradino del podio sono occupati rispettivamente da **Lidl e Aldi**. Tra **supermercati e ipermercati**, invece, il miglior risultato è quello di **Dok** che debutta ai vertici della classifica permettendo di spendere circa il 10% in meno rispetto a **Carrefour Market**. Seguono a brevissima distanza **Coop, Famila Superstore e Famila**.

SPAZIO CONAD GUIDA LA CLASSIFICA DELLE PRIVATE LABEL

Nel paniere dei **prodotti a marchio dell'insegna** il primo posto spetta a **Spazio Conad**. Il vantaggio economico rispetto all'insegna meno conveniente, **Eurospar**, raggiunge il **19%**, confermando come le **private label** rappresentino una delle principali opportunità di risparmio per le famiglie. Da evidenziare anche il deciso miglioramento di **Esselunga**, mentre **Carrefour**, che nel 2025 occupava il primo posto, perde competitività.

PRODOTTI DI MARCA: IPERCOOP E SPAZIO CONAD AL VERTICE

Per quanto riguarda i **prodotti di marca**, la graduatoria conferma un mercato caratterizzato da differenze di prezzo più contenute rispetto alle altre tipologie di carrello. A conquistare il primo posto sono **Ipercoop** e **Spazio Conad**, seguite da **Famila** ed **Esselunga**, già protagoniste dell'edizione precedente. In questa categoria il margine di risparmio massimo raggiunge il **7%**, a dimostrazione di una maggiore omogeneità dei prezzi tra le insegne.

COMBINARE I CANALI PER RISPARMIARE

Una strategia d'acquisto efficace per i consumatori può passare dalla combinazione di più canali: i discount meno cari dell'indagine per i prodotti di largo consumo e l'igiene della casa, private label per i prodotti d'uso quotidiano e prodotti di marca per le categorie preferite o disponibili in promozione.

SPESA MISTA (IPER E SUPER)		SPESA CON I PRODOTTI PIÙ ECONOMICI (IPER, SUPER E DISCOUNT)	
DOK	100	EUROSPIN	100
COOP	102	IN'S DISCOUNT	102
FAMILA SUPERSTORE	102	LIDL	102
FAMILA	103	PRIX DISCOUNT	102
IPERCOOP	103	ALDI	103
CONAD	104	MD	105
PAM	105	PENNY	108
CONAD SUPERSTORE	106	D-PIU' DISCOUNT	115
ESSELUNGA	106	IPERCOOP	117
TIGRE	106	TODIS	117
ESSELUNGA SUPERSTORE	108	INTERSPAR	118
EUROSPAR	109	ESSELUNGA SUPERSTORE	120
INTERSPAR	109	ESSELUNGA	122
SPAZIO CONAD	109	SPAZIO CONAD	123
CARREFOUR	110	COOP	124
CARREFOUR MARKET	110	CARREFOUR	125
SPESA MISTA (DISCOUNT)		SPESA CON PRODOTTI DI MARCA (IPER E SUPER)	
EUROSPIN	100	IPERCOOP	100
IN'S DISCOUNT	100	SPAZIO CONAD	100
LIDL	104	ESSELUNGA SUPERSTORE	101
ALDI	106	FAMILA	101
MD	108	FAMILA SUPERSTORE	101
PRIX DISCOUNT	108	COOP	102
D-PIU' DISCOUNT	112	ESSELUNGA	102
PENNY	112	CARREFOUR	103
TODIS	116	CONAD SUPERSTORE	103
		DOK	103
		INTERSPAR	103
		TIGRE	103
		CONAD	104
		EUROSPAR	104
		PAM	105
		CARREFOUR MARKET	107

La classifica riguardante le catene meno care dell'indagine per una spesa con tutti i tipi di prodotto (più economici, di marca, a marchio commerciale) è divisa in due parti. I discount, non avendo in assortimento molte marche, non sono confrontabili con Iper e Super.

Questa classifica è per chi cerca la spesa più economica in assoluto in super, Iper e discount. Abbiamo individuato i prezzi più bassi per ognuna delle 124 categorie di prodotto; in questo modo si può confrontare la spesa minima possibile in ciascuna catena.

In questa classifica trovi i super o Iper migliori per i prodotti con il marchio delle aziende leader di mercato (abbiamo aggiunto anche alcuni tipi di prodotti freschi stufi). Riguarda solo Iper e Super perché i prodotti di marca sono meno diffusi nei discount.

Questa è la classifica per la spesa di prodotti con il logo della catena o private label (linea standard, non primo prezzo o premium). Include solo super e Iper (i prodotti a marchio del discount, infatti, sono inclusi nella spesa dei prodotti più economici).

TREVI SO GUIDA LA CLASSIFICA DEI PUNTI VENDITA PIÙ CONVENIENTI

L'indagine individua anche i singoli punti vendita dove è possibile acquistare i **prodotti di marca** ai prezzi più convenienti nelle **67 città monitorate**. Il primo posto tra i singoli punti vendita va al **Mega di Treviso**, seguito da due **Coop di Lucca** e dall'**Iperal di Cinisello Balsamo (Milano)**. **Rossetto**, pur perdendo la leadership storica, resta competitiva con quattro punti vendita in top ten tra Veneto e Lombardia. Tra i primi dieci si distinguono - anche come la novità del 2026 - altri negozi toscani, oltre a quelli di Lucca: **Coop** e **Ipercoop**, ma anche **Esselunga**, tra **Pistoia**, **Arezzo**, **Firenze**, **Pisa** e **Prato**. Nel Centro-Sud primeggia lo **Spazio Conad di Cavallino (Lecce)**, seguito da quello di **Taranto** e dall'**Ipercoop di Foggia**. Chiudono due **Carrefour Market**, a **Bologna** e **Genova**, e un **Despar di Cagliari**.

IN TOSCANA LE CITTÀ PIÙ ECONOMICHE. MILANO TRA QUELLE DOVE SI RISPARMIA DI PIÙ

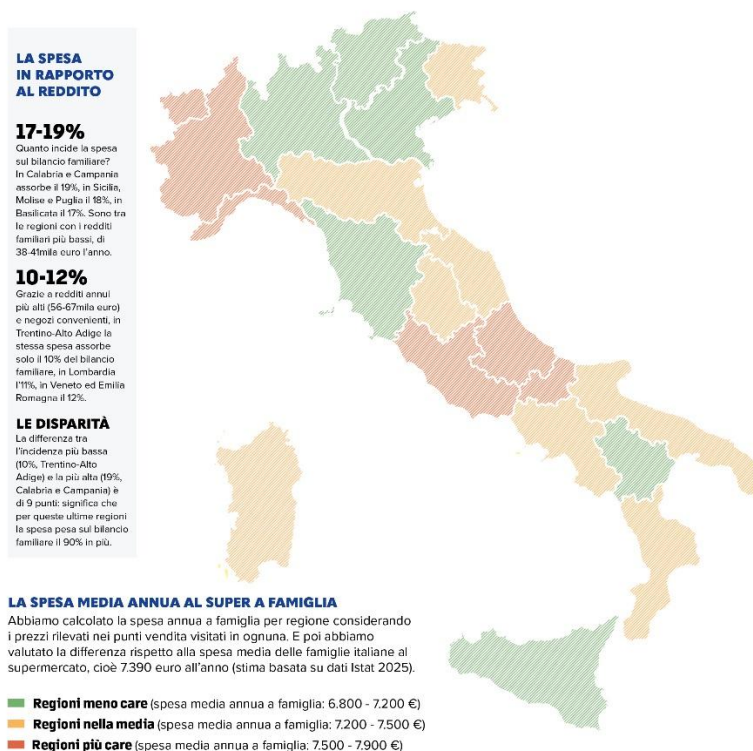
In **Toscana** si concentrano le città più convenienti: **Pistoia**, **Lucca**, **Firenze** e **Prato** spendono in media circa **6.900 euro** l'anno, seguite da **Mantova** e altre città di **Veneto** e **Toscana**. All'opposto **Genova**, **Sassari**, **Aosta** e **Teramo** superano i **7.700 euro** annui. **Milano** è la città dove scegliere il supermercato

giusto fa risparmiare di più, fino a **1.390 euro** l'anno (18% della spesa). Seguono **Bologna, Treviso, Reggio Emilia e Venezia**, oltre **1.100 euro** di vantaggio annuo. Nel Mezzogiorno la concorrenza è più contenuta: a **Potenza, Reggio Calabria, Cosenza, Caserta e Catanzaro** le differenze che abbiamo potuto registrare si riducono a poche decine di euro l'anno, anche per la presenza di meno punti vendita e, in alcuni casi, per l'impossibilità di accedervi per le rilevazioni.

LA MAPPA DELLA SPESA

Il **Nord-Est** si conferma l'area più conveniente per fare la spesa. Al Centro si distingue la **Toscana**, mentre al Sud migliora la **Basilicata**, che si affianca alla **Sicilia** tra le aree relativamente più convenienti. Le famiglie del Veneto e del **Trentino-Alto Adige** spendono in media nell'arco di un anno il **13% in meno rispetto a quelle della Val D'Aosta e del Lazio**.

In **Calabria e Campania** la spesa al supermercato assorbe circa il **19%** del bilancio familiare, mentre in **Sicilia, Molise e Puglia** il **18%** e in **Basilicata** il **17%**, riflettendo livelli di reddito mediamente più bassi. Al contrario, in **Trentino-Alto Adige** la stessa voce pesa per circa il **10%**, in **Lombardia** per l'**11%** e in **Veneto ed Emilia-Romagna** per il **12%**, grazie a redditi medi più elevati e a una maggiore convenienza dei punti vendita. La differenza tra l'incidenza più bassa e quella più alta è di **9 punti percentuali**: ciò significa che, per le famiglie di Calabria e Campania, la spesa alimentare pesa sul bilancio **circa il 90% in più** rispetto a quelle del Trentino-Alto Adige.



TRE STRADE PER LA CONVENIENZA: PRIMO PREZZO, PRIVATE LABEL E RALLENTAMENTO DEI RINCARI

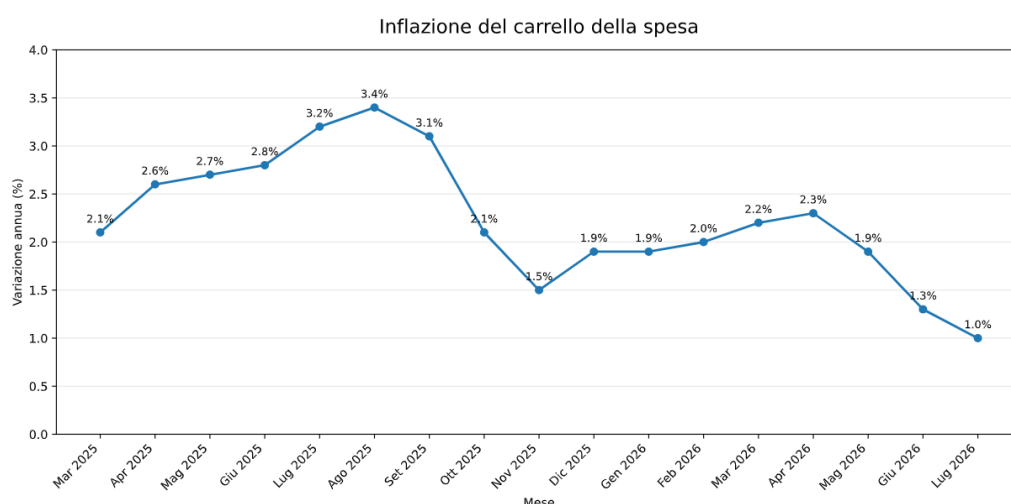
La convenienza nella grande distribuzione sta cambiando volto. Il **discount continua a dominare la fascia del primo prezzo**, ma la competizione si fa sempre più articolata e si gioca anche sul terreno delle **marche del distributore** e sulla capacità delle insegne di offrire un mix competitivo di prodotti e prezzi.

La "supermercatizzazione" dei discount prosegue: le insegne del canale si sono progressivamente ampliate, avvicinandosi per assortimento e proposta ai supermercati tradizionali, ma **mantengono un vantaggio netto sui prodotti più economici**. Nella classifica Altroconsumo, i discount occupano infatti

tutte le prime posizioni per il carrello dei prodotti più economici, mentre la prima insegna tradizionale, **Ipercoop**, raggiunge un indice di 117. Per super e ipermercati diventa quindi sempre più difficile competere sul terreno del prezzo minimo. Alcune catene tradizionali stanno provando a presidiare questo segmento con linee dedicate, come **Esselunga Smart**, pensata per confrontarsi con l'offerta dei discount: un fenomeno ancora troppo limitato per incidere significativamente sulla classifica dei prodotti più economici. **Per ora, dunque, il primo prezzo resta saldamente nelle mani dei discount.**

Ma la convenienza non si esaurisce nel discount. Un secondo terreno di competizione è quello della **marca del distributore**, che non rappresenta più soltanto un'alternativa meno costosa alla marca industriale, ma una vera leva strategica per le insegne. Le **MDD mainstream** sono diventate un campo di confronto sempre più rilevante: l'indagine mostra la forte competitività di **Spazio Conad**, **Famila** ed **Esselunga**, in un mercato nel quale la marca del distributore continua a crescere e ha raggiunto quote record.

A completare il quadro è il **rallentamento della crescita dei prezzi**. Tra marzo 2025 e marzo 2026 i listini aumentano ancora, ma a un ritmo inferiore rispetto agli anni precedenti, confermando una progressiva attenuazione della dinamica inflazionistica sul carrello della spesa.



Il quadro che emerge è quindi quello di un consumatore sempre più attento e di una competizione che si sposta dal semplice “dove costa meno” al “come costruire il carrello più conveniente”: discount per il primo prezzo, private label per un equilibrio tra qualità e convenienza e confronto tra insegne e punti vendita per massimizzare il risparmio.

[I supermercati più convenienti dell'indagine 2026: le classifiche. Risparmi fino a 3.790 euro](#)

NOTA METODOLOGICA

La rilevazione dei prezzi è stata fatta tra il 16 febbraio e il 13 marzo 2026.

LA SCELTA DEI PUNTI VENDITA. Sono stati registrati i prezzi di 1.158 punti vendita, selezionati sulla base di criteri che ne garantiscono la rappresentatività sul territorio. Per ciascuna delle 124 categorie di prodotto considerate (le più acquistate secondo l'Istat) sono stati considerati i prezzi (promozioni incluse) dei prodotti presenti a scaffale. Ciò consente di ricostruire un'esperienza di acquisto realistica, dato che l'indisponibilità di un prodotto potenzialmente conveniente limita le possibilità di risparmio.

L'INDICE SU BASE 100. I prezzi vengono elaborati sulla base di calcoli e ponderazioni. Si ottiene così un indice su base 100, che misura il posizionamento di prezzo di insegne e punti vendita rispetto alla loro piazza competitiva. 100 indica la catena più conveniente. Se l'indice è 110, per esempio, significa che i prezzi sono del 10% più cari rispetto all'insegna più economica che ha, appunto, indice 100.

LE CLASSIFICHE PER CITTÀ. Nelle tabelle del dossier completo, per ciascuna delle 67 città, è riportata la classifica degli iper e dei super più competitivi dell'indagine per una spesa con prodotti di marca. Il “risparmio massimo in città” indica quanto può risparmiare una famiglia italiana all'anno rispetto alla sua spesa media ed è relativo al risparmio possibile facendo la spesa nel punto vendita primo in classifica (il meno caro visitato) invece che nell'ultimo (il più caro visitato). La differenza di spesa tra i due punti vendita è calcolata traducendo gli indici su base 100 in spesa annua.

Altroconsumo è la più grande organizzazione indipendente di consumatori in Italia. Fa parte di Euroconsumers, la principale rete internazionale di organizzazioni di consumatori, che rappresenta circa 1,5 milioni di persone solo in Italia ed è attiva anche in Belgio, Spagna, Polonia, Portogallo e Brasile. Da oltre 50 anni, Altroconsumo è un riferimento autorevole per i cittadini: tutela e promuove i diritti dei consumatori, li informa con spirito critico, indipendente e rigore scientifico. Soci, "fan" e simpatizzanti, formano la comunità di oltre un milione di persone, con cui l'organizzazione dialoga e interagisce. Con i suoi 240 professionisti lavora per costruire un mercato più equo e trasparente, promuovendo il confronto e la collaborazione con imprese, Istituzioni e Terzo settore. Altroconsumo.it

Ufficio Stampa ALTROCONSUMO

Close to Media – società fondata da Elisabetta Neuhoff

altroconsumo@closetomedia.it

+39 02.70006237

Cecilia Isella + 39 348 0990515 cecilia.isella@closetomedia.it

Mariella Speciale +39 349 2843110 mariella.speciale@closetomedia.it