

Supermercati, i più convenienti secondo la classifica 2025 di Altroconsumo: fino a 3.700 euro di risparmio all'anno

Risparmi considerevoli nel carrello della spesa a fronte di un aumento dei prezzi del 2,2% rispetto alla rilevazione 2024: +2,1% nei discount, +2,4% nei super e +1,9% negli iper

L'indagine ha interessato 1.150 punti vendita in 67 città e 125 categorie di prodotti

Eurospin è l'insegna che al momento delle rilevazioni offre i prezzi più vantaggiosi per i prodotti più economici. Familia primeggia nelle categorie spesa mista per iper e super e, insieme a Familia Superstore, spesa di prodotti di marca. In's Mercato è il più conveniente nella categoria spesa mista per discount. Carrefour si aggiudica il primo posto nella categoria spesa con prodotti a marchio dell'insegna

La Sicilia è la regione più economica secondo l'indagine, la Val d'Aosta la più cara. A Venezia va il primato del risparmio, seguita da Como e Verona. Sul fronte opposto, Sassari che si posiziona come la città meno economica

Milano, 2 settembre 2025 – Altroconsumo, la più grande organizzazione indipendente di consumatori in Italia e parte di Euroconsumers, ha pubblicato la sua indagine annuale sulla convenienza dei supermercati, ipermercati e discount nel Belpaese. Dall'analisi emerge che, scegliendo con attenzione l'insegna e puntando sui prodotti più economici in vendita, **una famiglia composta da quattro persone può arrivare a risparmiare fino a 3.700 euro in dodici mesi**, considerando che l'Istat stima in 9.276 euro la spesa annua per un nucleo familiare di questa dimensione. Un dato incoraggiante a fronte degli **aumenti medi dei prezzi del 2,2%** rispetto alla rilevazione dello scorso anno. Il risparmio è significativo anche **per le coppie, fino a 3.273 euro** (su una spesa media annuale di 8.208 euro), e **per i single, fino a 2.249 euro** (su una spesa media annuale di 5.638 euro).



Giunta alla **36^a edizione**, l'indagine supermercati di Altroconsumo si conferma uno strumento di riferimento per i consumatori che vogliono **risparmiare sulla spesa**, una voce che può arrivare a

incidere **fino al 19% del budget familiare**. L'obiettivo è orientare i cittadini nella scelta del punto vendita più conveniente, grazie a un'analisi capillare dei prezzi dei prodotti più acquistati – secondo Istat – selezionati in base a criteri che ne assicurano la rappresentatività sul territorio nazionale.

L'indagine, condotta tra il 3 e il 31 marzo 2025, ha coinvolto **1.150 punti vendita** distribuiti in **67 città italiane**, coprendo circa il 64% dei capoluoghi di provincia. Sono stati rilevati **1,6 milioni di prezzi**, relativi a **125 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 di spesa differenti: spesa mista, prodotti di marca, prodotti più economici e prodotti a marchio dell'insegna, con l'obiettivo di restituire una fotografia completa del posizionamento di prezzo delle principali insegne della GDO.

I PREZZI NEI SUPERMERCATI IN LIEVE AUMENTO

Da marzo 2024 a marzo 2025 i prezzi nei supermercati presi in esame hanno mostrato mediamente un lieve aumento (+2,2%). La tipologia di punto vendita che ha aumentato maggiormente i prezzi è quella dei **super con un incremento del 2,4%, seguiti dai discount +2,1% e dagli iper +1,9%**. Si tratta di incrementi contenuti ma comunque più alti di quelli registrati nella precedente rilevazione.

IL MASSIMO DEL RISPARMIO CON EUROSPIN

La **catena più conveniente in assoluto 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 9.276 euro secondo l'Istat, può arrivare a risparmiare fino a 3.700 euro in dodici mesi, orientandosi verso i prodotti più economici presenti sugli scaffali. Anche optando per un carrello composto esclusivamente da prodotti a marchio dell'insegna, il risparmio rimane consistente. In questo caso, è **Carrefour** a garantire il maggiore vantaggio economico, con una **riduzione fino a 3.308 euro** l'anno. Per le famiglie che adottano un approccio più flessibile, acquistando un mix di prodotti di marca, private label e articoli economici – il cosiddetto paniere della spesa mista – il risparmio dipende fortemente dal canale distributivo scelto. Fare una spesa mista presso un discount può tradursi in un **risparmio annuo di 2.838 euro, scegliendo In's Mercato**, la catena più conveniente in questa categoria. Il vantaggio si riduce però sensibilmente se si acquistano gli stessi prodotti in un ipermercato o supermercato tradizionale: anche nella migliore delle ipotesi, **con Famila, il risparmio si ferma a 208 euro** annui. Infine, chi predilige prodotti di marca può ottenere **un risparmio massimo di 506 euro l'anno, ancora una volta rivolgendosi a Famila**. Tuttavia, si tratta di un risultato modesto rispetto alla variabilità dei prezzi riscontrata nel corso dell'indagine: gli articoli dei marchi più noti sono quelli che mostrano le oscillazioni di prezzo più ampie, con differenze che in alcuni casi superano il 100% tra un punto vendita e l'altro. In altre parole, lo stesso prodotto può costare il doppio a seconda del supermercato scelto.

FAMILA E IN'S MERCATO LE PIÙ CONVENIENTI PER LA SPESA MISTA

Entrando nel dettaglio delle classifiche per tipologia di acquisto, lo scenario più rappresentativo dei comportamenti reali è quello della spesa mista. **Tra ipermercati e supermercati, a confermare la leadership nella convenienza è Famila (insieme a Famila Superstore)**, che anche quest'anno si posiziona in vetta (indice 100). Seguono a brevissima distanza **Coop** (indice 101) e **Conad** (102). **Per quanto riguarda invece la spesa mista effettuata nei discount, la prima posizione è occupata da In's Mercato** (indice 100), che si distingue per l'elevata competitività dei suoi prezzi. In assenza di un punto vendita In's nelle vicinanze, sono **valide alternative Eurospin** (indice 102) e **Lidl** (indice 106).

EUROSPIN AL PRIMO POSTO TRA I DISCOUNT

Sono i **discount a detenere stabilmente la leadership in termini di convenienza**. **A primeggiare quest'anno nella categoria dei prodotti più economici è Eurospin**, che torna in vetta dopo aver perso terreno nelle ultime due edizioni dell'indagine Altroconsumo. **Il secondo gradino del podio è occupato da Aldi** (indice 101), mentre al **terzo posto si collocano In's Mercato e Lidl** (ex aequo, indice 102). Il confronto tra discount e catene della distribuzione tradizionale evidenzia in questa categoria la forbice di prezzo più ampia: una distanza significativa che riflette la diversa strategia commerciale e il forte

orientamento al risparmio dei discount. Per trovare una catena non discount bisogna scorrere fino alla settima posizione, occupata da **Ipercoop** (indice 115), a testimonianza del divario che ancora persiste tra modelli distributivi diversi.

PRODOTTI DI MARCA E A MARCHIO DEL DISTRIBUTORE: IN VETTA FAMILA E CARREFOUR

Per quanto riguarda i **prodotti di marca**, è ancora **Famila** (e **Famila Superstore**) a ottenere il **miglior posizionamento** in classifica (indice 100). Seguono a brevissima distanza tre titani del settore: **Esselunga** e **Esselunga Superstore**, **Ipercoop** e **Spazio Conad** (tutti con indice 101), a dimostrazione di un mercato molto competitivo in questa categoria. **Nel paniere dei prodotti a marchio dell'insegna, il primato spetta nuovamente a Carrefour** (indice 100). Segue l'offerta a marchio **Conad** e in particolare **Spazio Conad** che si distingue per la maggiore convenienza (101), mentre le altre insegne del gruppo - **Conad** (103) e **Conad Superstore** (104) - presentano livelli di prezzo meno competitivi. Da evidenziare, anche in questa categoria, la forte variabilità dei prezzi: **tra i prodotti a marchio Carrefour e i più costosi, firmati Eurospar, si registra infatti un divario di prezzo del 18%**.

| SPESA MISTA (IPER E SUPER) | | SPESA CON I PRODOTTI PIÙ ECONOMICI (IPER, SUPER E DISCOUNT) | | INDICE 100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----|--|-----|--|--|--|--|--|--|--------|-----|-----------|-----|-------------------|-----|--------------|-----|-----------|-----|-------|-----|----------------------|-----|------------------|-----|----------|-----|--------|-----|--------------|-----|-----|-----|-----------|-----|----------|-----|-----------|-----|-------|-----|----------|-----|------------------|-----|------------------|-----|----------|-----|------|-----|-------------------|-----|----------|-----|------|-----|-----|-----|-----------|-----|-------|-----|----------------------|-----|-------|-----|-----------|-----|------------------|-----|----------|-----|
| FAMILA | 100 | EUROSPIN | 100 | Assegniamo l'indice 100 alla catena più economica di ogni classifica. Gli altri indici sono attribuiti su base percentuale. Pertanto, indice 110 significa che la catena è più cara del 10% rispetto a quella più economica. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FAMILA SUPERSTORE | 100 | ALDI | 101 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| COOP | 101 | LIDL | 102 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CONAD | 102 | IN'S MERCATO | 102 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PANORAMA | 103 | MD | 109 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TIGRE | 103 | PENNY | 110 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CONAD SUPERSTORE | 104 | TODIS | 114 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| IPERCOOP | 104 | IPERCOOP | 115 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PAM | 105 | INTERSPAR | 117 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| EUROSPAR | 106 | CARREFOUR | 120 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SPAZIO CONAD | 106 | PANORAMA | 120 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CARREFOUR | 107 | ESSELUNGA SUPERSTORE | 121 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ESSELUNGA | 107 | ESSELUNGA | 121 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| INTERSPAR | 107 | SPAZIO CONAD | 122 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ESSELUNGA SUPERSTORE | 108 | COOP | 123 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CARREFOUR MARKET | 109 | CONAD | 125 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SPESA MISTA (DISCOUNT) | | CONAD SUPERSTORE | 126 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| IN'S MERCATO | 100 | PAM | 127 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| EUROSPIN | 102 | FAMILA SUPERSTORE | 128 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| LIDL | 106 | EUROSPAR | 129 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ALDI | 110 | TIGRE | 130 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MD | 110 | FAMILA | 130 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PENNY | 114 | CARREFOUR MARKET | 135 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TODIS | 114 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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. Il 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 125 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 sfusi). Riguarda solo Iper e Super perché i prodotti di marca sono meno diffusi nei Discount. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">SPESA CON PRODOTTI DI MARCA (IPER E SUPER)</th> <th colspan="2">SPESA CON PRODOTTI A MARCHIO DELL'INSEGNA (IPER E SUPER)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>FAMILA</td> <td>100</td> <td>CARREFOUR</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>FAMILA SUPERSTORE</td> <td>100</td> <td>SPAZIO CONAD</td> <td>101</td> </tr> <tr> <td>ESSELUNGA</td> <td>101</td> <td>CONAD</td> <td>103</td> </tr> <tr> <td>ESSELUNGA SUPERSTORE</td> <td>101</td> <td>CONAD SUPERSTORE</td> <td>104</td> </tr> <tr> <td>IPERCOOP</td> <td>101</td> <td>FAMILA</td> <td>104</td> </tr> <tr> <td>SPAZIO CONAD</td> <td>101</td> <td>PAM</td> <td>104</td> </tr> <tr> <td>CARREFOUR</td> <td>102</td> <td>PANORAMA</td> <td>105</td> </tr> <tr> <td>INTERSPAR</td> <td>102</td> <td>TIGRE</td> <td>106</td> </tr> <tr> <td>PANORAMA</td> <td>102</td> <td>CARREFOUR MARKET</td> <td>108</td> </tr> <tr> <td>CONAD SUPERSTORE</td> <td>103</td> <td>IPERCOOP</td> <td>108</td> </tr> <tr> <td>COOP</td> <td>103</td> <td>FAMILA SUPERSTORE</td> <td>109</td> </tr> <tr> <td>EUROSPAR</td> <td>104</td> <td>COOP</td> <td>111</td> </tr> <tr> <td>PAM</td> <td>104</td> <td>INTERSPAR</td> <td>111</td> </tr> <tr> <td>TIGRE</td> <td>104</td> <td>ESSELUNGA SUPERSTORE</td> <td>116</td> </tr> <tr> <td>CONAD</td> <td>105</td> <td>ESSELUNGA</td> <td>117</td> </tr> <tr> <td>CARREFOUR MARKET</td> <td>108</td> <td>EUROSPAR</td> <td>118</td> </tr> </tbody> </table> | | SPESA CON PRODOTTI DI MARCA (IPER E SUPER) | | SPESA CON PRODOTTI A MARCHIO DELL'INSEGNA (IPER E SUPER) | | FAMILA | 100 | CARREFOUR | 100 | FAMILA SUPERSTORE | 100 | SPAZIO CONAD | 101 | ESSELUNGA | 101 | CONAD | 103 | ESSELUNGA SUPERSTORE | 101 | CONAD SUPERSTORE | 104 | IPERCOOP | 101 | FAMILA | 104 | SPAZIO CONAD | 101 | PAM | 104 | CARREFOUR | 102 | PANORAMA | 105 | INTERSPAR | 102 | TIGRE | 106 | PANORAMA | 102 | CARREFOUR MARKET | 108 | CONAD SUPERSTORE | 103 | IPERCOOP | 108 | COOP | 103 | FAMILA SUPERSTORE | 109 | EUROSPAR | 104 | COOP | 111 | PAM | 104 | INTERSPAR | 111 | TIGRE | 104 | ESSELUNGA SUPERSTORE | 116 | CONAD | 105 | ESSELUNGA | 117 | CARREFOUR MARKET | 108 | EUROSPAR | 118 |
| SPESA CON PRODOTTI DI MARCA (IPER E SUPER) | | SPESA CON PRODOTTI A MARCHIO DELL'INSEGNA (IPER E SUPER) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FAMILA | 100 | CARREFOUR | 100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FAMILA SUPERSTORE | 100 | SPAZIO CONAD | 101 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ESSELUNGA | 101 | CONAD | 103 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ESSELUNGA SUPERSTORE | 101 | CONAD SUPERSTORE | 104 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| IPERCOOP | 101 | FAMILA | 104 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SPAZIO CONAD | 101 | PAM | 104 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CARREFOUR | 102 | PANORAMA | 105 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| INTERSPAR | 102 | TIGRE | 106 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PANORAMA | 102 | CARREFOUR MARKET | 108 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CONAD SUPERSTORE | 103 | IPERCOOP | 108 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| COOP | 103 | FAMILA SUPERSTORE | 109 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| EUROSPAR | 104 | COOP | 111 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PAM | 104 | INTERSPAR | 111 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TIGRE | 104 | ESSELUNGA SUPERSTORE | 116 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CONAD | 105 | ESSELUNGA | 117 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CARREFOUR MARKET | 108 | EUROSPAR | 118 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | 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). | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

LE CITTÀ CON MAGGIORE POSSIBILITÀ DI RISPARMIO DELL'INDAGINE

Dopo l'analisi per insegne, l'indagine annuale di Altroconsumo svela gli indirizzi dei negozi in cui risiede la **convenienza nelle 67 città considerate**. Le classifiche dei punti vendita si basano sui **prezzi dei prodotti di marca rilevati in supermercati e ipermercati**. A ottenere il **miglior posizionamento** (indice 100) è l'**Iper Rossetto di Marcon, in provincia di Venezia**. La catena Rossetto domina stabilmente la classifica da anni: cinque dei suoi negozi rientrano nelle prime dieci posizioni. Tra le città del Veneto è **Verona a distinguersi per l'alta concentrazione di negozi competitivi**, con numerosi punti vendita presenti nella top 30. **Al secondo posto nella classifica generale si piazza l'Iperal di Como**, seguito da **tre punti vendita Mega a Pordenone, Udine e Treviso**. Per il Centro e Sud Italia, si segnalano rispettivamente **Coop.fi di Sesto Fiorentino** e un punto vendita **Dok Supermercati di Taranto**.

(entrambi con indice 107). In fondo alla classifica, i punti vendita con i prezzi più elevati sono un **Despar di Cagliari** (indice 131) e un **Sigma di Bologna** (indice 132).

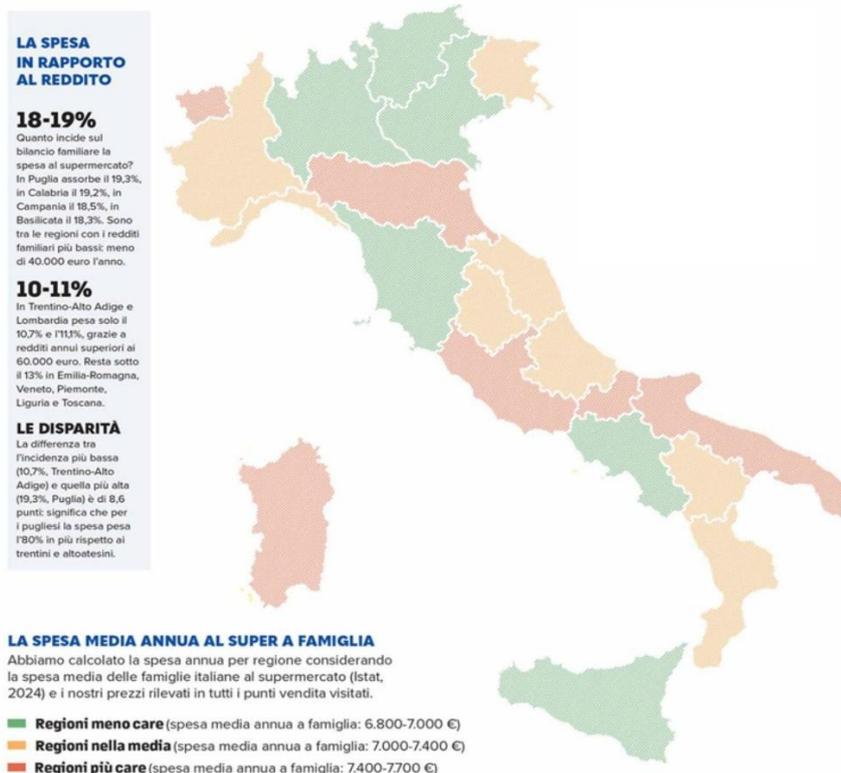
VENEZIA, COMO E VERONA LE PIÙ VIRTUOSE. SASSARI LA MENO ECONOMICA

Le città del Nord Italia si confermano le più dinamiche da un punto di vista della concorrenza. **A Como**, per esempio, si può risparmiare fino a **1.386 euro** l'anno scegliendo il punto vendita più conveniente. Margini importanti si registrano a **Roma e Bologna**, dove la differenza tra l'insegna più economica e quella più costosa supera i **1.300 euro** annui; a **Milano** il divario è leggermente inferiore, ma comunque rilevante. Scenario opposto al Sud, dove la competizione tra catene è molto più contenuta. A **Napoli e Caserta**, il risparmio massimo ottenibile in un anno scegliendo il punto vendita migliore si ferma addirittura al di sotto dei **50 euro**. Per quanto riguarda il Centro Italia, a **Firenze** il risparmio potenziale può arrivare fino a **970 euro**, mentre in altre città come **Perugia, Arezzo, Pisa, Pescara, Latina e Prato** la forbice di prezzo oscilla tra i circa **400 e i 700 euro** annui. A sorpresa, il primato del risparmio va a **Venezia**, dove una famiglia attenta può contenere la spesa annuale entro i **6.260 euro**. Bene anche **Como** (6.282 euro) e **Verona** (6.386 euro). Sul fronte opposto, **Sassari** si posiziona come la città meno economica, con un minimo di spesa che non scende sotto i **7.410 euro** all'anno.

LA MAPPA DELLA SPESA

Le regioni più convenienti sono quelle del Nord Italia. Al Sud, invece, prezzi alti e redditi bassi aggravano il peso della spesa sul bilancio familiare. Il Centro resta in una posizione di mezzo. **Sicilia e Val d'Aosta** si collocano agli estremi, e non solo geografici. **Una famiglia siciliana spende in media nell'arco di un anno il 10% in meno rispetto ad una famiglia valdostana.**

La spesa al supermercato può arrivare a incidere fino al 19% del budget familiare. In **Puglia** assorbe il 19,3%, in **Calabria** il 19,2%, in **Campania** il 18,5%, in **Basilicata** il 18,3%. Sono tra le regioni con i redditi familiari più bassi: meno di 40.000 euro l'anno. In **Trentino-Alto Adige** e **Lombardia** pesa solo il 10,7% e l'11,1%, grazie a redditi annui superiori ai 60.000 euro. Resta sotto il 13% in **Emilia-Romagna, Veneto, Piemonte, Liguria e Toscana**. La differenza tra l'incidenza più bassa (10,7%, Trentino-Alto Adige) e quella più alta (19,3%, Puglia) è di 8,6 punti: significa che per i pugliesi la spesa pesa l'80% in più rispetto ai trentini e altoatesini.



Supermercati più convenienti, le insegne dove puoi risparmiare fino al 40%

NOTA METODOLOGICA

La rilevazione dei prezzi è stata fatta tra il 3 e il 31 marzo 2025.

LA SCELTA DEI PUNTI VENDITA. Sono stati registrati i prezzi di 1.150 punti vendita, selezionati sulla base di criteri che ne garantiscono la rappresentatività sul territorio. Per ciascuna delle 125 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, 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 e parte di Euroconsumers, la principale rete di consumatori al mondo che rappresenta circa 1,5 milioni di persone in Italia, Belgio, Spagna e Portogallo. 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.

È inoltre membro del BEUC (Bureau Européen des Unions de Consommateurs), organizzazione ombrello che riunisce 46 sigle indipendenti di consumatori in 32 Paesi europei ed è parte di ICRT (International Consumer Research & Testing), consorzio mondiale per ricerche e test indipendenti su beni e servizi.

Altroconsumo.it

Ufficio Stampa ALTROCONSUMO

Close to Media – società fondata da Elisabetta Neuhoff

altroconsumo@closetomedia.it

+39 02.70006237

Cecilia Isella + 39 3480990515 cecilia.isella@closetomedia.it

Mariella Speciale +39 3492843110 mariella.speciale@closetomedia.it