

Quali sono i supermercati preferiti dai consumatori? L'indagine annuale Altroconsumo fotografa abitudini di acquisto e livello di soddisfazione

Sul podio si confermano Esselunga, Ipercoop e NaturaSi per i supermercati, mentre sono Eurospin e Aldi i discount preferiti.

I consumatori amano fare la spesa di persona: il 62% degli intervistati va al supermercato almeno 1 o 2 volte alla settimana, mentre quasi il 23% ci va anche più spesso; non decolla invece la spesa online.

In media il costo del carrello della spesa per famiglia è di 409 euro, ben 27 euro in più rispetto al 2022, un rincaro che pesa di più per i nuclei numerosi.

16 gennaio 2024 – Sulla spesa il consumatore italiano è molto esigente e anche a fronte dei rincari generalizzati, nella scelta e nel giudizio sul luogo di acquisto fanno la differenza, oltre ai prezzi, anche fattori come l'assortimento, la qualità dei prodotti, la velocità e l'efficienza delle casse.

Altroconsumo ha intervistato oltre 9.500 soci e ha stilato le [classifiche](#) delle catene di supermercati/ipermercati, discount e insegne locali preferite dai clienti. Fra i parametri utilizzati per valutare l'esperienza d'acquisto, il prezzo risulta quello più importante, seguito dalla soddisfazione per i prodotti acquistati, la qualità generale dei prodotti a marchio proprio, il comfort e l'ampiezza della gamma disponibile.

Guardando ai risultati complessivi il podio della categoria iper&super nazionali è occupato anche quest'anno da **Esselunga**, seguita a brevissima distanza da **Ipercoop/Coop&Coop** e **NaturaSi**, un'insegna votata all'alimentazione biologica, che conquista i consumatori più attenti all'ambiente con la qualità dei prodotti. Fra le insegne locali (ovvero presenti soltanto in alcune regioni) spiccano invece **Dem**, una catena con diversi supermercati dislocati tra Roma e Frosinone, che si aggiudica il primo posto, seguita da **Tosano**, un gruppo di 19 supermercati presenti nelle province di Verona, Vicenza, Brescia, Venezia, Mantova, Treviso, Ferrara, Padova e Udine, particolarmente attraenti per i loro prezzi. Passando poi ai discount, dove è il prezzo è il driver principale di acquisto, i preferiti risultano essere **Eurospin** e **Aldi**.

Andando a guardare nel dettaglio i singoli aspetti presi in considerazione per costruire il giudizio complessivo, vediamo che **NaturaSi** si colloca sempre in testa nelle categorie Trasparenza dei prezzi, Qualità dei prodotti a marchio del supermercato, Tempi di attesa alla cassa, Qualità dei prodotti acquistati e Qualità della carne, mentre **Tosano** primeggia per Assortimento e Convenienza dei prezzi e **VG** – il Viaggiator Goloso per Qualità dei prodotti a marchio del supermercato e Qualità del pesce.

Un considerazione a parte merita la classifica dei supermercati online, non tanto per la classifica in sé, che vede in testa Esselunga e al secondo posto Coop, quanto per il fatto che la spesa online non sembra proprio decollare nelle preferenze dei consumatori: quasi otto intervistati su dieci, infatti, non hanno mai utilizzato questo servizio. Fra le altre abitudini di acquisto verificate nell'indagine, si evidenzia come il 62% degli intervistati va a fare la spesa al supermercato almeno una o due volte alla settimana, mentre quasi un quarto (23%) ci va anche più spesso. Inoltre, il 33% degli intervistati sceglie il punto vendita principalmente per motivi pratici, come la vicinanza a casa oppure al lavoro. Il 25%, invece lo fa per motivi economici, orientandosi sempre sulle insegne più convenienti.

Sono quattro le classifiche che abbiamo realizzato in base alle risposte di 9.519 soci: una per supermercati e ipermercati a carattere nazionale (presenti cioè in almeno cinque regioni); una per i discount; una per le catene locali (insegne che, benché conosciute, sono meno diffuse sul territorio); una per i supermercati online.

Qualità bassa Qualità ottima



SUPERMERCATI ONLINE	
ESSELUNGA	78
COOP	77
CARREFOUR	72
CONAD	66

DISCOUNT	
EUROSPIN	76
ALDI	76
PRIX	75
LIDL	74
MD DISCOUNT	74
TODIS	74
DPIÙ	72
IN'S MERCATO	72
PENNY MARKET	72
TUODÌ	64

IPER & SUPER NAZIONALI	
ESSELUNGA	79
IPERCOOP/ COOP&COOP	78
NATURASI	78
COOP	75
FAMILA SUPERSTORE/ IPERFAMILA	74
INTERSPAR	74
TIGROS	74
CONAD SUPERSTORE/ SPAZIO CONAD	72
EMISFERO	72
EUROSPAR	72
FAMILA	72
CARREFOUR IPER	71
IL GIGANTE	71
SIGMA	71
BENNET	69
CONAD	69
INCOOP	69
SISA	69
CONAD CITY/SAPORI E DINTORNI CONAD	68
CRAI	68
DESPAR	68
DOK	68
PAM	68
PANORAMA	68
A&O	66
FAMILA MARKET	64
CARREFOUR MARKET	63
CARREFOUR EXPRESS	61

INSEGNE LOCALI	
DEM	79
TOSANO	78
LANDO	76
MEGA	76
PEWEX	76
ALÌ	75
CTS	75
IPERAL	75
MARTINELLI	75
MERCATÒ	75
ROSSETTO	75
SOLE 365	75
VISOTTO	75
IPER (LA GRANDE I)	74
PIM	74
POLI (REGINA E ORVEA)	74
VG IL VIAGGIATOR GOLOSO	74
GALASSIA	72
OASI	72
UNES (U1/U2)	72
BASKO	71
CADORO	71
ELITE	71
ITALMARK	71
MAXI	71
IL CASTORO	69
BORELLO	68
DECÒ	68
EKOM	68
MIGROSS	68
TIGRE	68
PAN	66
SÌ CON TE	66
GULLIVER	65

Alla fine del mese, il carrello della spesa è una delle voci di maggior incidenza sul portafoglio delle famiglie, soprattutto di quelle meno abbienti. In media una famiglia spende 409 euro, ben 27 euro in più rispetto al 2022, un rincaro che risulta via via più significativo tanto più aumenta il numero dei componenti del nucleo familiare (vedi tabella).

Per risparmiare - ed evitare sprechi - bisogna allora puntare a fare la spesa in modo più razionale: di seguito alcuni stratagemmi semplici, ma di comprovata efficacia.

- Il primo, fondamentale, è quello di portare sempre con sé sempre una lista della spesa, fatta dopo aver verificato quali prodotti abbiamo già in casa e quali sono vicini alla scadenza.
- Meglio andare al supermercato a stomaco pieno, preferendo la fascia oraria dopo colazione o dopo pranzo, quando le materie prime sono ancora più fresche.

- Quando si deve comprare poco, **prendere il cestello**: i carrelli sono in genere più grandi, il che può indurre a riempirli maggiormente, comprando anche più di quello che serve.
- Prima di pagare, un ultimo **controllo ai prodotti comprati** per verificare se tutto quello che è stato messo nel carrello serve davvero.

LA SPESA PESA DI PIÙ

Abbiamo chiesto agli intervistati quanto spendono in media al mese per fare la spesa. Abbiamo raccolto il dato di quest'anno e lo abbiamo confrontato con quello dell'anno scorso: dal 2022 al 2023 la spesa media mensile è aumentata del 7% passando da 382 euro a 409 euro. L'impatto maggiore degli aumenti ricade sui nuclei di 5 o più persone.

CONFRONTO 2022-2023			
	spesa media mensile nel 2022 (euro)	spesa media mensile nel 2023 (euro)	aumento spesa media mensile in un anno (euro)
UNA PERSONA	235	244	9
DUE PERSONE	359	383	24
TRE PERSONE	421	458	37
4 PERSONE	488	532	44
5 O PIÙ PERSONE	540	598	58
TOTALE	382	409	27

Nota metodologica (Indagine soddisfazione supermercati)

L'indagine si è svolta attraverso un questionario online. I soci avevano la possibilità di valutare fino a due catene di cui sono clienti abituali. I dati di soddisfazione si basano su 41.356 differenti esperienze d'acquisto raccolte tra il 2022 e il 2023. Nella valutazione finale è stato dato un peso doppio alle esperienze più recenti.

Per elaborare le classifiche generali è stato chiesto agli intervistati qual è la soddisfazione complessiva per le catene di cui si è clienti: era possibile dare un giudizio da 1 (pessimo) a 10 (eccellente). I giudizi sono stati poi elaborati per ottenere un indice su base 100, con cui sono state realizzate le classifiche.



Altroconsumo, la **più grande organizzazione indipendente di consumatori in Italia**. Conta sul sostegno di 314 mila soci, che insieme ai nostri fan e simpatizzanti porta a oltre un milione di persone la comunità con cui Altroconsumo dialoga. Da **50 anni** è il punto di riferimento per i cittadini. Con **240 professionisti** al servizio delle persone offre strumenti innovativi per scelte sicure e convenienti. Informa con autorevolezza e indipendenza attraverso le proprie pubblicazioni. Si impegna per difendere i diritti collettivi attraverso l'istituto della class action e per migliorare il quadro normativo e la rappresentanza delle istanze nelle sedi istituzionali, anche in Europa. Interviene nelle dinamiche di mercato, condizionandole a favore dello sviluppo e dell'innovazione, come con i Gruppi d'acquisto sull'energia, sui carburanti, con oltre 500mila adesioni.

Laura Piovesan
laura.piovesan@mslgroup.com
 +39 335 7390159

Elena Oricelli
elena.oricelli@mslgroup.com
 +39 342 1486191