

«Supermarket Esselunga i più amati dagli italiani»

L'INDAGINE ANNUALE DI ALTROCONSUMO: SUL PODIO PURE COOP E NATURASI, TRA I DISCOUNT IN CIMA EUROSPIN E ALDI

LA CLASSIFICA

ROMA Sul podio si confermano Esselunga, Ipercoop e NaturaSi, insegna votata all'alimentazione biologica, per i supermercati, mentre sono Eurospin e Aldi i discount preferiti dai consumatori secondo l'indagine annuale di Altroconsumo stilata sentendo oltre 9.500 soci. 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.

LE PREFERENZE

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.

Una considerazione a parte merita la classifica dei supermercati online, non tanto per la classifica in sé, che vede sempre 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. Alla fine del mese, il carrello della spesa è una delle voci di maggior incidenza sul portafoglio delle famiglie. E risulta che in media una famiglia spende 409 euro, ben 27 euro in più rispetto al 2022.

R. Amo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Un supermercato Esselunga

