

# Supermercati, i consumatori premiano Esselunga

Coop e NaturaSi in seconda e terza posizione nella rilevazione condotta da Altroconsumo su 9.500 soci

Il carrello della spesa dei consumatori ha subito diverse variazioni nell'ultimo anno, avendo risentito primo fra tutti e più di altri settori del rincaro dei prezzi delle materie prime e quindi dei prodotti soprattutto alimentari. Come emerge dalla consueta fotografia dei supermercati preferiti dalla clientela in Italia realizzata da Altroconsumo (con il contributo di oltre 9.500 soci e includendo anche catene di ipermercati, discount e insegne locali), l'inflazione è stato il fattore che maggiormente e in modo diretto ha condizionato le scelte di acquisto. Ma, a questa, si aggiungono altri parametri, come la qualità in senso generale, ma anche la soddisfazione verso prodotti specifici e a marchio proprio, il comfort e l'ampiezza della gamma a disposizione.

Nonostante le incertezze del 2023, si confermano sul podio i grandi nomi della grande distribuzione made in Italy. Esselunga è in testa anche quest'anno, seguita a distanza per un solo punto da Ipercoop/Coop&Coop, mentre al terzo posto si trova NaturaSi, insegna per l'alimentazione biologica e scelta da acquirenti attenti all'impatto ambientale, in relazione alla qualità, dei prodotti. Esselunga si conferma il supermercato scelto dai consumatori anche per quanto riguarda la spesa online, a cui Altroconsumo ha dedicato un elenco a parte, non trattandosi di un settore in espansione sul territorio nazionale. Infatti, qua-

si otto intervistati su dieci dichiarano di non aver mai utilizzato il servizio. Seguono, poi, Coop (anche in questo caso con un punto di differenza), Carrefour e infine Conad.

Nella terza classifica, quella delle insegne locali (ovvero presenti soltanto in alcune regioni d'Italia), spicca in prima posizione Dem, una catena con diversi punti vendita dislocati tra Roma e Frosinone. Segue Tosano, un gruppo di 19 supermercati presenti nelle province di Verona, Vicenza, Brescia, Venezia, Mantova, Treviso, Ferrara, Padova e Udine. Infine, al vertice della lista dei discount, dove appunto sconti e ribassi sono i principali driver di acquisto, Eurospin e Aldi risultano essere i preferiti della clientela a pari punti, seguiti da Prix.

Fra le abitudini di acquisto analizzate dallo studio di Altroconsumo, emerge come il 62% degli intervistati dichiara di andare a fare la spesa al supermercato almeno una o due volte alla settimana, mentre quasi un quarto (23%) va anche più spesso. Inoltre, il 33% tende a scegliere il punto vendita principalmente per motivi pratici, come la vicinanza a casa oppure al luogo di lavoro. Il 25% lo fa, piuttosto, per motivi economici, orientandosi sempre sulle insegne più convenienti. Il carrello della spesa pesa alle famiglie (proporzionalmente al numero di componenti) per un valore medio di 409 euro, con un rincaro di 22 euro rispetto al 2022.

**Alessia Conzonato**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## 62%

**i clienti**  
che dichiarano di fare la spesa 2-3 volte la settimana

**Presidente**



● Marina Caprotti è presidente esecutivo di Esselunga. Insieme alla madre, Giuliana Albero, seconda moglie di Bernardo Caprotti, possiede il 100% delle azioni del gruppo della gdo

