

**INDAGINE ALTROCONSUMO**

**Spesa, la mappa del risparmio: fino a 3.700 euro in meno a famiglia**

Una famiglia di quattro persone può risparmiare fino a 3.700 euro in 12 mesi sulla spesa annuale, mettendo nel carrello i prodotti più economici del punto vendita più conveniente. È quanto emerge dalla 36esima indagine di Altroconsumo sui

prezzi della Gdo, realizzata su 1.150 supermercati, ipermercati e discount in 67 città. Al Nord – per la concorrenza tra catene – le chance di risparmio maggiori.

**Alexis Paparo** — a pag. 5

# La mappa della spesa: come il costo scende fino a 3.700 euro a famiglia

**L'indagine Altroconsumo.** I rincari alimentari superano l'inflazione, ma con scelte mirate è possibile tagliare lo scontrino annuo di circa il 40%. Al Nord la concorrenza premia i consumatori, al Sud il carrello pesa di più sul reddito, con punte di oltre il 19% in Puglia e Calabria



**I PUNTI VENDITA**  
Dal 2021 al 2025, Altroconsumo ha registrato in media un aumento che va dal 23 al 26%



**LA CONVENIENZA**  
In testa per il rapporto fra carrello della spesa e reddito il Trentino (10,7%), poi Lombardia ed Emilia Romagna

Pagina a cura di  
**Alexis Paparo**

Fino a 3.700 euro. Ecco quanto una famiglia di quattro persone può risparmiare in 12 mesi sulla spesa, mettendo nel carrello i prodotti più economici del punto vendita più conveniente. Uno scontrino più leggero di circa il 38%, considerando che l'Istat stima in 9.276 euro la spesa annua per un nucleo familiare di quattro componenti. È quanto emerge dalla 36esima indagine di Altroconsumo sui prezzi della Gdo, che il Sole 24 Ore è in grado di anticipare, realizzata visitando 1.150 punti vendita in 67 città italiane e registrando i prezzi di tutti i prodotti a scaffale di 125 categorie tra quelle più acquistate. Una coppia può arrivare a risparmiare un massimo di 3.273 euro, su una spesa media annuale di 8.208 euro, e un single 2.249 euro su una spesa di 5.638 euro, quasi il 40 per cento.

Gli ultimi dati Istat di agosto segnalano un'inflazione in calo all'1,6%, grazie alla continua diminuzione dei prezzi dell'energia, ma il settore alimentare non frena la crescita dei prezzi, aumentati del 4% rispetto all'anno scorso (a luglio erano aumentati del 3,7%), segno che la spesa per cibo e prodotti essenziali continua a crescere molto più velocemente rispetto all'inflazione gene-

rale. Anche il cosiddetto carrello della spesa – composto dai beni che le famiglie acquistano più frequentemente, come alimentari, pulizia e cura personale – è salito del 3,5 per cento su base annua.

## Massimizzare il risparmio

Secondo Altroconsumo, il tetto massimo del risparmio viene toccato facendo acquisti nella catena Eurospin, risultata la più conveniente. Si toccano invece i 3.308 euro di risparmio se si scelgono prodotti a marchio del supermercato, in iper e supermercati e la catena più conveniente risulta Carrefour; 2.838 euro facendo una spesa mista al discount (da In's Mercato) e 506 euro per quella con prodotti di marca (nella catena Famila). Non poco, considerati gli aumenti dei prezzi: in media 2,2% rispetto alla rilevazione dello scorso anno.

«L'inflazione ha rallentato rispetto al 2022-23, ma nei supermercati i prezzi non sono tornati indietro: l'aumento, quest'anno, è stato abbastanza contenuto, ma è difficile che si verifichi quell'allineamento verso il basso dei prezzi che sarebbe stato lecito aspettarsi dopo i picchi del biennio 2022-2023», spiega Matteo Marano, analista Altroconsumo.

## La mappatura

Per calcolare l'impatto della spesa sul reddito familiare nelle varie regioni italiane, Altroconsumo è partito dal dato della spesa annua per una famiglia composta da 2,3 persone (media Istat della composizione delle famiglie italiane di ottobre 2024) – ovvero 7.250 euro – e sommando le spese per le categorie di prodotto vendute nei super, iper e discount. Emerge che il carrello grava molto di più sul reddito medio familiare al Sud rispetto al Nord.

In testa per il rapporto migliore Trentino Alto Adige (10,7%), Lombardia (11,1%) ed Emilia Romagna (12,4%). L'incidenza è massima in Puglia (19,3%), Calabria (19,2%) e Basilicata (18,3%), dove redditi bassi e prezzi più elevati pesano fortemente sul bilancio familiare. Il divario è netto: l'incidenza per un nucleo pugliese è quasi l'80% superiore rispetto a una famiglia trentina (si veda l'infografica con i dettagli). «Al Nord – dove la con-



correnza tra catene è molto forte – le possibilità di risparmio sono maggiori, mentre al Sud la bassa presenza di grandi operatori mantiene alti i prezzi. Dove ci sono pochi gruppi di distribuzione, i prezzi sono meno competitivi e il risparmio reale si riduce», ribadisce l'analista di Altroconsumo.

Il divario più ampio è a Como, dove una famiglia può risparmiare fino a 1.385 euro l'anno scegliendo il punto vendita più conveniente ma acquistando sempre prodotti di marca, seguita da Bologna (1.360 euro) e Roma (1.359 euro). Al contrario, il risparmio minimo si registra a Caserta (31 euro), Napoli (44 euro) e Potenza e Matera (56 euro), «anche se il gap tende a ridursi per il progressivo rialzo dei prezzi nei discount e la polarizzazione dell'offerta», chiarisce l'analista. Per quanto riguarda la convenienza dei punti vendita (calcolata sui prodotti di marca) primeggia l'Iper Rossetto di Marcon (Venezia), catena con cinque negozi nelle prime dieci posizioni, seguono l'Iperal di Como e tre punti vendita Mega a Pordenone, Udine e Treviso.

### La scalata dei prezzi

Dal 2021 al 2025, Altroconsumo ha registrato un aumento dei prezzi che va dal 23 al 26%, con i discount che hanno visto i rialzi più evidenti anche se restano la categoria più economica. Valori superiori rispetto all'inflazione generale, che si è fermata al +19% nello stesso periodo.

Dall'indagine emergono aumenti ben oltre l'inflazione per tutte le insegne: MD (+31%), Eurospin (+28%), Aldi e IN'S Discount (+27%) guidano la crescita dei prezzi, seguiti da Lidl (+24%), Penny e Todis (+23%). Nei supermercati, EuroSpar, Conad e Conad Superstore segnano tutti un +27%, Carrefour Market e Coop il +25%, Esselunga il +24 per cento. Fra le categorie più colpite dai rialzi spicca l'olio d'oliva da un litro, con un +94% (articolo a fianco).

### Consigli pratici

Come può muoversi allora una famiglia per cercare di risparmiare, in un contesto strutturalmente più costoso? «Fare la lista prima della spesa, informarsi sulle offerte reali nei punti vendita, confrontare ogni volta il prezzo al chilo, scegliere prodotti in promozione solo se servono davvero e conoscere i test di qualità sui prodotti» – sono i suggerimenti di Altro-

consumo. «Conoscere e confrontare le insegne fa la differenza, perché le variazioni tra una e l'altra sono diventate ancora più marcate negli ultimi anni. Il consumatore non dovrebbe poi lasciarsi catturare dalle offerte fuori corsia e confrontarle sempre con i prodotti a scaffale», suggerisce Marano.

Infine, «non escludere a priori un prodotto private label o del discount: spesso nei test che conduciamo emergono come migliori acquisti, persino rispetto ai prodotti di marca», conclude Marano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Dall'olio d'oliva alla candeggina, il caro vita oltre la tavola

### La top 10 degli aumenti

#### Pesano i fenomeni climatici estremi, i prezzi dell'energia e di trasporto

Con un aumento di prezzo del 94% dal 2021, l'olio d'oliva da un litro è campione dei rincari nella cavalcata dei prezzi nei supermercati italiani, con aumenti che arrivano a superare il doppio della media e in alcuni casi, quasi a raddoppiare il prezzo di partenza.

Secondo l'indagine di Altroconsumo, fra le dieci voci che hanno registrato l'incremento più marcato tra il 2021 e il 2025 – dopo l'olio d'oliva – seguono le fragole, che hanno registrato un +68%, il pecorino confezionato a trancio (+51%), mentre alimenti come caffè macinato (+48%), riso bianco (+46%), macinato di bovino (+45%) e spezzatino di vitello (+44%) hanno seguito la stessa traiettoria, superando il ritmo dell'inflazione generale, che si attesta al 19% fra 2021 e 2025. A seguire, burro (+38%) e zucchero bianco (+38%).

L'aumento di prezzo del 36%

della candeggina classica mostra rincari ben al di sopra della media anche per categorie non alimentari di larghissimo consumo. E i discount, pur restando il canale più economico in termini assoluti (si veda il grafico a fianco per i dettagli), sono stati quelli che hanno visto i maggiori aumenti dei prezzi.

Questi incrementi sono la sintesi di fattori globali e strutturali. Oltre all'impennata dei costi energetici e di trasporto, si sono sommati fenomeni climatici estremi che hanno inciso su raccolti e reperibilità delle materie prime, specie nel settore ortofrutticolo e degli oli vegetali. «Impennate di prezzo, come per l'olio d'oliva o le fragole sono state eccezionali e legate ai raccolti più scarsi e quindi a produzione minore a livello globale, ma nel 2024-2025 si notano primi segnali di assestamento, supportati da una leggera ripresa della produzione globale», spiega Matteo Marano. Tuttavia, sottolinea, «questa è la nuova normalità: difficilmente torneremo ai prezzi pre-crisi, salvo per casi molto particolari».

Si tratta di rincari che colpiscono trasversalmente tutte le famiglie, perché si tratta di beni spesso presenti nella spesa settimanale.

L'analisi di Altroconsumo conferma che l'impatto dell'inflazione non è stato uniforme, non tutti i beni crescono alla stessa velocità, ragione per cui l'analisi del carrello della spesa deve andare oltre le medie aggregate. Anche perché oggi non solo si spende di più, ma lo si fa anche nei canali che fino a poco tempo fa garantivano un risparmio certo, che però hanno un margine più basso rispetto agli altri, e non riescono più a contenere nessun tipo di aumento.

Per questo oggi, più che in passato, è importante confrontare i prezzi non solo tra formati diversi, ma anche tra insegne e tra singole categorie di prodotto, per difendere la propria capacità di acquisto.

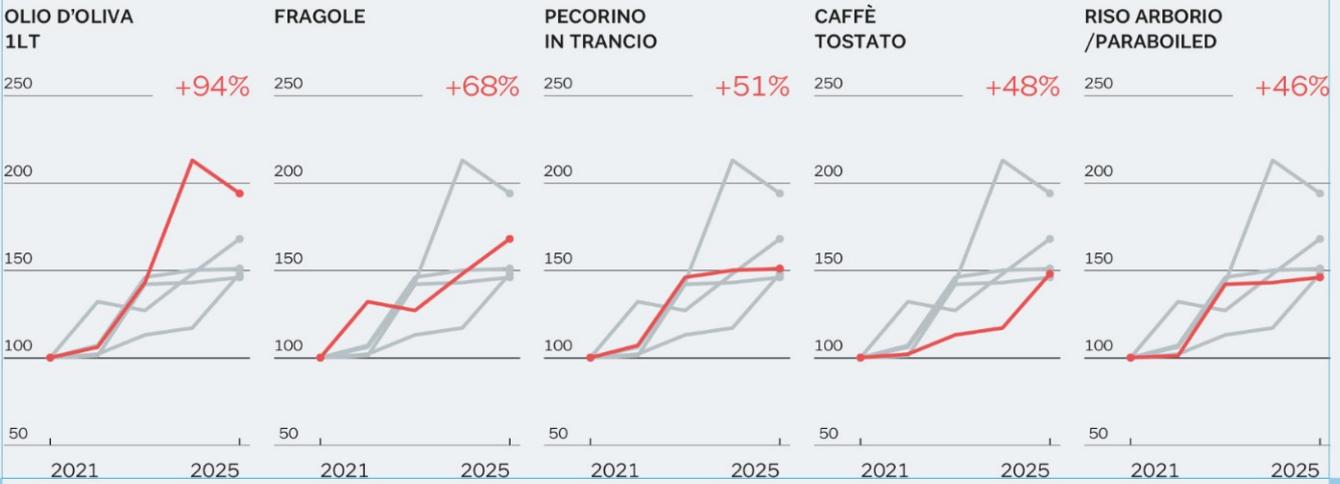
© RIPRODUZIONE RISERVATA

**La fotografia**

DS6901 DS6901

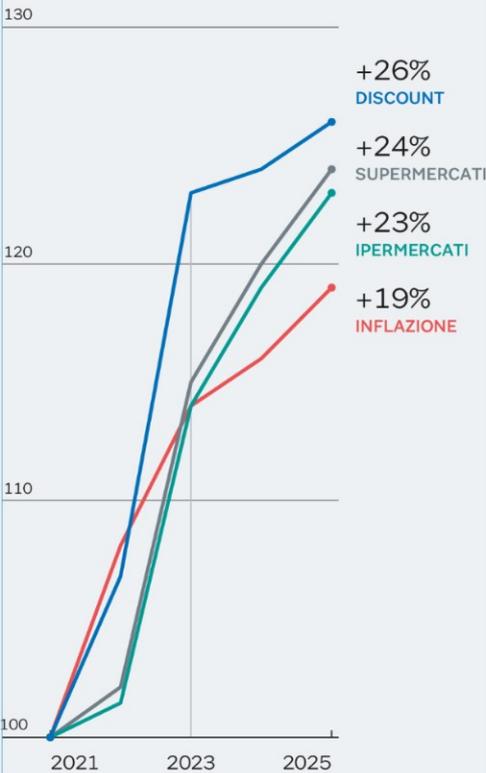
**LE CATEGORIE PIÙ COLPITE DAI RINCARI**

Nel periodo 2021-2025 gli aumenti vanno oltre l'inflazione generale (19%). Dato 2021=100



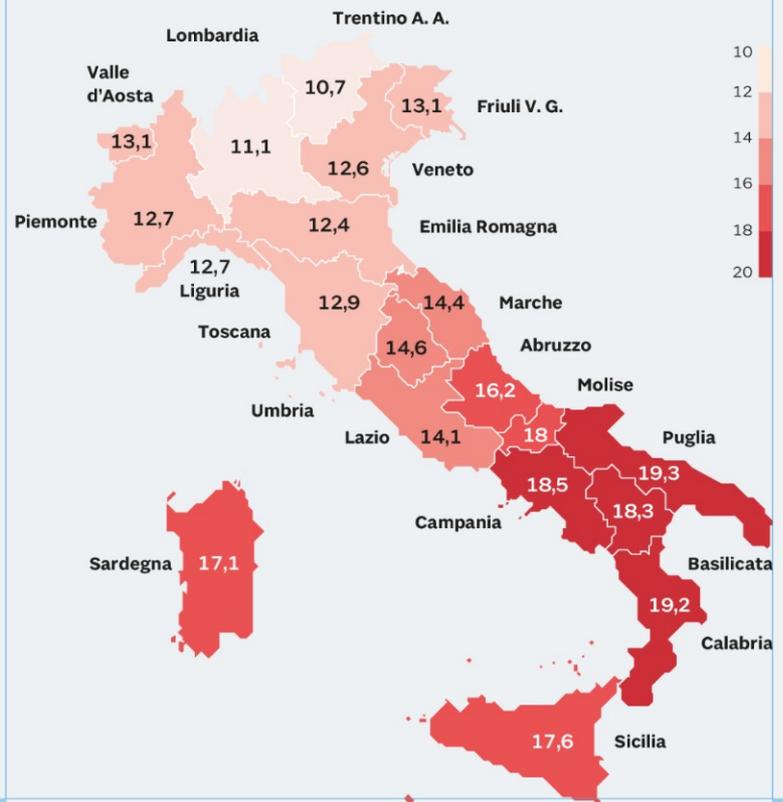
**LA CRESCITA DEI PREZZI**

La differenza fra le categorie di punti vendita  
Dato 2021=100



**L'IMPATTO DELLA SPESA SUL REDDITO FAMILIARE**

La percentuale\* di incidenza nelle varie regioni italiane



(\*) calcolo basato sulla stima Istat della dimensione media delle famiglie italiane: 2,3 membri. Fonte: Indagine annuale sulla convenienza dei supermercati in Italia di Altroconsumo (36ª edizione)

**+3,5%**  
Le stime Istat

**Carrello della spesa**

Su agosto 2024 beni alimentari, cura della casa e della persona salgono da +3,2 a +3,5 per cento

**LA CONCORRENZA**

Le cinque città dove si massimizza il risparmio della spesa di marca scegliendo il punto vendita più economico e le ultime cinque

Fonte: Altroconsumo

| CITTÀ MIGLIORI   | RISPARMIO | CITTÀ PEGGIORI     | RISPARMIO |
|------------------|-----------|--------------------|-----------|
| <b>N</b> Como    | 1.386€    | <b>S</b> Caserta   | 31€       |
| <b>N</b> Bologna | 1.361€    | <b>S</b> Napoli    | 44€       |
| <b>C</b> Roma    | 1.359€    | <b>S</b> Potenza   | 56€       |
| <b>N</b> Milano  | 1.270€    | <b>C</b> Livorno   | 149€      |
| <b>N</b> Cremona | 1.202€    | <b>S</b> Reggio C. | 164€      |