

OSSERVATORIO PREZZI PRATICATI DAI SUPERMERCATI, IPERMERCATI E DISCOUNT DI MODENA E PROVINCIA



"Realizzato nell'ambito del Programma generale di intervento della Regione Emilia-Romagna con l'utilizzo dei fondi del Ministero dello sviluppo economico.
D.M. 10/08/2020"

OSSERVATORIO PREZZI PRATICATI DAI SUPERMERCATI, IPERMERCATI E DISCOUNT DI MODENA E PROVINCIA

ANALISI COMPARATIVA DEL LIVELLO DEI PREZZI PRATICATI DALLE CATENE
COMMERCIALI E DAI PUNTI VENDITA AL DETTAGLIO DELLA PROVINCIA DI MODENA

Coordinamento generale: Marzio Govoni — Presidente Federconsumatori Modena

A cura di: Giuseppe Sandro Dima e Pamela Bussetti

Gruppo di lavoro:

Giancarlo Fantuzzi, Enrico Vezzalini, Luca Del Regno

"Realizzato nell'ambito del Programma generale di intervento della
Regione Emilia-Romagna con l'utilizzo dei fondi del Ministero dello sviluppo
economico. D.M. 10/08/2020"



Federconsumatori

Via Mar Ionio, 23 — Modena

Tel. +39 059/260384

Fax. +39 059/260446

E-Mail: mo.info@federconsumatori.emr.it

<https://.modena.federconsumatorier.it>

Presentazione	4
Nota metodologica	8
1 La congiuntura economica e i consumi delle famiglie	14
1.1 I dati delle vendite al dettaglio	16
2 I risultati dell'indagine: il costo dei "carrelli della spesa"	18
2.1 Analisi per tipologia e dimensioni del punto vendita	18
2.2 Prezzi dei "carrelli della spesa" per Area POIC	24
2.3 Costo del paniere "Grandi Marche" per Catena Commerciale e Punto Vendita	27
2.4 Costo del paniere "Private Label" per Catena Commerciale e Punto Vendita	34
2.5 Prezzi del paniere "Primi Prezzi" per Catena Commerciale e Punto Vendita	41
2.6 Costo del paniere "Prodotti Freschi" per Punto Vendita	48
2.7 I Negozi On-Line	50

PRESENTAZIONE

La ventottesima indagine sui prezzi praticati dalla Grande Distribuzione in provincia di Modena è un unicum nel nostro paese. O meglio, è l'unica indagine indipendente e trasparente, promossa da un soggetto – Federconsumatori Modena – che non ha legami con le aziende che monitora. Federconsumatori non “acquista” i dati, ma in prima persona rileva migliaia di prezzi in decine di strutture commerciali della nostra provincia. Federconsumatori non “vende” i risultati dell'indagine e non propone, come altri fanno, bollini a pagamento per le insegne o i negozi più convenienti.

I MODENESI TRA INFLAZIONE E CONTRAZIONE DEI CONSUMI.

La nostra indagine è da sempre dedicata a misurare i prezzi applicati nella nostra provincia dalla grande distribuzione, e quindi il livello della concorrenza tra insegne. Per la prima volta in ventotto anni la nostra indagine esamina anche l'evoluzione dei prezzi del paniere da noi utilizzato, a distanza di 12 mesi. Non è un caso, ovviamente. Con l'inflazione che ad ottobre ha toccato a Modena il 12,8%, un punto al di sopra di quella nazionale, è evidente che si tratta di un tema prioritario. E' diffusa tra i consumatori la valutazione che il livello dei prezzi al consumo sia superiore ai dati misurati dall'ISTAT. La nostra fotografia risale allo scorso mese di luglio, e conferma quasi perfettamente, per ciò che riguarda i prodotti di marca, l'inflazione del carrello della spesa registrato a Modena da ISTAT (8,8% contro 8,9% dato Federconsumatori). E' quindi scorretta la percezione dei consumatori? Non del tutto, perché il dato clamoroso è quello dell'evoluzione registrata nelle altre due tipologie da noi monitorate: le private label e i primi prezzi. I prodotti a marchio del distributore, da tempo in forte crescita dentro il carrello della spesa, registrano un inatteso +13,8%, ben il 5,7% in più del dato “ufficiale”. Non diversa la condizione dei primi prezzi, dei prodotti a minor costo venduti sia nei discount che nei supermercati; l'inflazione qui ha raggiunto il 12,4%, 3,6% in più di quella del carrello spesa. Quindi hanno parzialmente ragione i consumatori, sulla base dei nostri dati: a Modena, nel mese di luglio, un paniere composto per metà da prodotti di marca, per un quarto da primi prezzi e per un quarto da private label, faceva registrare un differenziale inflattivo di circa il 2,4%. Per chi acquista in prevalenza primi prezzi o private label la differenza è ancora più importante. In questo senso va ricordato che a livello nazionale si registra una importante contrazione dei consumi alimentari, contemporanea alla crescita della spesa. Con questi chiari di luna, coi salari fermi e con l'inflazione impazzita, si compra di meno e si spende di più. Non è certo una sorpresa che il dato della fiducia dei consumatori crolli ai livelli della seconda ondata di Covid.

In sintesi, da queste tendenze resta penalizzata, ancora di più, una vasta area di consumatori. Sono le famiglie che fanno la spesa soprattutto nei discount, che favoriscono i primi prezzi, che considerano convenienti i prodotti a marchio del distributore. Sono le famiglie a reddito medio basso, quelle che hanno nel carrello della spesa uno dei principali costi, quelle che faticano con le bollette. E' un'area che esce da questo osservatorio ancora più debole, penalizzata tra i penalizzati.

CHI VINCE E CHI PERDE: LE AREE DELLA PROVINCIA.

La nostra tradizionale classifica per aree territoriali contiene diversi stimoli, a partire dall'ulteriore peggioramento del Distretto ceramico, che per anni aveva fatto registrare le migliori performance e gli scontrini più bassi. Un territorio a forte concentrazione di insegne della GDO, ma che alla luce dei dati evidenzia un netto calo di tensione concorrenziale tra insegne in questa area, un tempo attraversata da un livello concorrenziale altissimo. Un calo certamente da indagare, in un'area dove comunque svetta il supermercato coi prezzi più bassi in provincia, almeno sui prodotti di marca.

Nella classifica delle negatività vince, nettamente e con distacco, l'Area Nord. Clamoroso il sorpasso del Frignano sull'Area all'estremo opposto della provincia, che da quest'anno occupa lo sgradevole ultimo posto. Non c'è nessun motivo plausibile che giustifichi una condizione che vede i consumatori dei Comuni dell'Area Nord con scontrini molto appesantiti rispetto ai prodotti Grandi Marche, rispetto

all'Area più economica, e sui primi prezzi. E' indispensabile che nell'Area Nord cresca la competizione, eventualmente con nuove aperture in grado di promuoverla. Il 2021 era stato l'anno della "Sorpresa Carpi", con quella città che era diventata, per la prima volta, la più conveniente della provincia nella spesa alimentare. Un territorio dove negli ultimi anni si erano concentrate diverse aperture e ristrutturazioni, e dove soprattutto la presenza di numerosi discount aveva modificato la tradizionale offerta commerciale. La "Sorpresa Carpi" era stata tale anche per i cittadini di quella città; le polemiche non erano mancate, e non mancheranno nemmeno ora, visto che le Terre d'Argine sono per il secondo anno in testa alla classifica, pur con una classifica diversa tra insegne.

Pochissimo dietro Carpi troviamo Modena, di fatto appaiata, ma con una rete commerciale e possibilità decisamente più elevate di Carpi.

In sintesi: bene Carpi e Modena, dove la competizione resta alta, sempre peggio l'Area Nord, che deve ripensare la qualità e quantità della sua rete commerciale, da indagare quanto accade nel Distretto Ceramico, dove cala la tensione competitiva. Segnali di miglioramento a Pavullo, non più fanalino di coda.

CHI VINCE E CHI PERDE: LE INSEGNE.

Sempre più lontani i tempi del dualismo, a Modena, tra Coop ed Esselunga. La chiusura del supermercato Coop di via Canaletto descrive meglio di ogni altra cosa la fine di un'epoca. Ma assieme agli aspetti sgradevoli di quella lite, nelle aule giudiziarie e sul terreno, va ricordato lo scatenarsi di una competizione sui prezzi che favorì certamente i consumatori. Tempi lontani, a giudicare dall'esito della nostra indagine. L'anno scorso Coop Alleanza era uscita piuttosto bene dalla nostra analisi, facendo intuire scelte importanti sul fronte dei prezzi, almeno nel formato Iper, dove anche Conad era andata bene. Al contrario Esselunga faceva registrare, nelle sue tre strutture in provincia, numeri davvero poco esaltanti, perdendo il confronto con Coop in tutti i segmenti misurati.

Il quadro quest'anno è profondamente mutato, perché sul fronte delle insegne va registrato un vincitore netto quanto inatteso, che nel segmento Grandi Marche ha vinto la competizione in tutte le aree dove erano presenti proprie strutture monitorate. Conad è la prima struttura per livello di prezzi Grandi Marche, ma spesso non solo, a Modena e nelle Unioni delle Terre d'Argine, dell'Area Nord, delle Terre dei Castelli, del Sorbara, del Frignano. Un investimento importante per Conad Nord Ovest, che con le altre consorelle territoriali è prima per quote di mercato in Italia, e che è frutto a Modena anche di alcune nuove aperture e di qualche importante riposizionamento.

Se Conad è il netto vincitore quest'anno, con quattro super/Iper nei primi cinque posti assoluti (Paniere Grandi marche), è l'unico supermercato della catena Rossetto nel modenese, il SuperRossetto di Fiorano, a mantenere anche quest'anno la palma di negozio più conveniente della provincia di Modena, per ciò che riguarda le Grandi Marche, a forte distanza dagli altri competitori del territorio, e a minore distanza da altre realtà in altri distretti. Aperto nel dicembre 2016, dal 2017 Rossetto vince ininterrottamente la nostra classifica del Supermercato più conveniente. Quest'anno un supermercato in fase di avvio, e con prezzi conseguenti, il Conad nel quartiere Madonnina a Modena, si è avvicinato molto al SuperRossetto, ma senza riuscire in un sorpasso che sarebbe stato a suo modo storico. Va ricordato che Rossetto ha un limitato assortimento col proprio marchio rispetto ai Primi prezzi.

L'azienda veronese inoltre non tenta la competizione né coi discount né spinge in modo forte sulla promozionalità. Rossetto ha deciso che il proprio core business è concentrato nei prodotti Grandi Marche a prezzo intero. Una posizione interessante, di un soggetto che trasforma il commercio della GDO nelle aree dove si insedia. Ci chiediamo, anche quest'anno, cosa succederebbe se Rossetto si insediassero nell'Area Nord; ad esempio a Mirandola, dove il Supermercato più conveniente ha prezzi superiori del 12% a quelli di Rossetto di Fiorano.

Dopo l'appannamento degli ultimi due anni la Catena Esselunga ha in parte recuperato: seconda dietro Rossetto nel costo indice medio del paniere Grandi Marche, secondo Ipermercato dopo quello

Conad nello stesso segmento, prima nei Supermercati/Iper nel paniere primi prezzi, davanti ad Unes e Coop Alleanza, con la struttura di Soliera prima in provincia. Sono risultati legati essenzialmente alla maggiore omogeneità della rete Esselunga, a differenza delle profonde differenze registrate tra gli Ipermercati di Coop Alleanza. Limitando il confronto tra le tre strutture Esselunga e le prime tre strutture Coop (Iper di Modena e Carpi) esce vincente quest'ultima.

Esselunga vince anche sul fronte Prodotti Freschi, dove le due strutture più convenienti risultano essere le Esselunga di Soliera e Sassuolo, davanti ad Iperfamila, e Panorama di Sassuolo

Come detto Coop Alleanza piazza tre Ipermercati, nei Grandi Marche, davanti alle tre strutture di Esselunga. Ma per effetto dei prezzi praticati in tutti i segmenti nel resto della rete registra, nella nostra indagine, risultati modesti. Coop Alleanza è lontana dal primo posto in tutte le classifiche, sorpassata in tutti i distretti, con supermercati della concorrenza che sorpassano ovunque gli Ipermercati. Le migliori performance? Coop è sesta, con l'Iper di Carpi (sorpassato però dal supermercato Conad di via Marx) nella classifica dei punti vendita nel paniere Grandi marche; seconda nel paniere Private Label, dopo l'Iper Conad, con i propri Iper. Terza negli Iper e nei Super per il paniere Primi prezzi. La più importante catena distributiva nella nostra provincia, ad un anno di distanza da un discreto risultato, non conferma quindi i buoni segnali del 2021. Le peggiori performance sono quelle degli Ipermercati di Mirandola e Formigine, a 12/13 punti percentuali di distanza dal supermercato Rossetto, e a 9-10 punti dal punto vendita Coop più conveniente, l'Iper di Carpi.

E gli altri? Unes, che nel passato aveva conquistato il podio sulla città di Modena, si posiziona ora a metà classifica, ad eccezione dei prodotti a proprio marchio, dove si classifica, come nel 2021, al primo posto assoluto in provincia. Panorama, Pam, Famila e Despar occupano stabilmente il centro della classifica, senza eccellere in nessuna, ma con una evidente tendenza a seguire il livello di concorrenza del territorio di insediamento. Infine Sigma occupa da tempo il fondo delle classifiche, a 16/18 punti dai prezzi più convenienti nei Grandi Marche, a 15/20 punti nel segmento Private Label, a 34/37 punti nel segmento Primi prezzi.

In ultimo le **consegne a domicilio**. Troppo sbrigativamente sono state catalogate come il futuro della Grande Distribuzione. In realtà la crescita sono largamente al di sotto delle attese, e la marginalità in questo settore è cosa assai difficile da raggiungere. Inevitabile che i costi per i consumatori crescano, spingendo al ritorno al carrello fisico. L'indagine ha misurato tre soggetti diversi; i costi minori sono quelli di "Esselunga a casa", ma le distanze sono ridotte con il secondo "Hey Conad", e col terzo "Easy Coop". Più marcate le differenze di condizioni, con Conad che consegna gratuitamente agli over 70, e Coop che in determinate fasce orarie richiede il contributo di consegna più basso. Tutte e tre le insegne prevedono, meritoriamente, la consegna gratuita ai disabili. Rispetto al costo della spesa tradizionale va però detto che i costi della consegna a domicilio sono marcatamente superiori; tutti e tre i soggetti misurati si posizionano nelle parti basse delle classifiche.

In sintesi, la rete Conad è la grande sorpresa positiva del 2022, capace di imporsi pressoché in tutto il territorio provinciale come la "lepre" da inseguire. Un ruolo inedito ed impegnativo, che misureremo nella sua tenuta il prossimo anno. Rossetto si conferma in testa al segmento Grandi Marche con la sua unica struttura in provincia, marcato stretto quest'anno da un supermercato Conad in fase di lancio. La primazia di Rossetto va comunque ridimensionata tenendo conto dell'assenza di una propria Private Label e di primi prezzi assolutamente non competitivi.

Esselunga migliora in alcuni segmenti significativi, mentre soccombe nel confronto diretto con i primi tre Iper di Coop Alleanza. Dopo un 2021 interessante Coop peggiora, non risultando mai prima (e raramente seconda) nei diversi segmenti misurati. La performance 2022 di Coop Alleanza non pare in linea né con il peso, né col ruolo, né con la storia del maggior soggetto commerciale in provincia. Inoltre paiono eccessive, in Coop, le differenze territoriali di linee prezzo tra tipologie simili. Conferme dalle altre insegne, per lo più nella fascia medio bassa delle classifiche. Al di sotto delle attese il peso delle consegne a domicilio, penalizzate dagli inevitabili costi più elevati.

DISCOUNT E IPER

L'esame del formato Discount, accelerato nelle sue performance da Covid e crisi economica, renderebbe necessario molto spazio. Ci limitiamo a ricordare che quello dei Discount è in Italia un mercato fortemente concentrato attorno a tre soggetti, Eurospin, Lidl e MD, che assieme raggiungono il 70% di quanto venduto in questo canale. Un canale che cresce, con il 22% di quota di mercato raggiunto nel 2021 ed un'attesa per il 2023 del 24,7%. Pochi altri dati: nelle regioni ad economia debole i Discount hanno ormai superato il 30% di quota di mercato, mentre nei mercati europei "maturi", come la Germania, la presenza dei discount ha superato il 40% di quota di mercato. Il lento declino degli ipermercati, scesi al 26% di quota di mercato in Italia, segnala che non è lontano un sorpasso clamoroso. E a Modena? In assenza di dati precisi è evidente a tutti la grande vivacità di questo segmento, capace anche nella nostra provincia di sottrarre vendite al resto della rete, in particolare agli Ipermercati.

Tornando alla nostra indagine, per il secondo anno consecutivo un negozio in Appennino vince una classifica, di qualunque natura. L'Eurospin di Pavullo risulta il discount più conveniente della provincia, seguito dal Lidl di Finale Emilia e dal Lidl di Castelfranco. Non a caso tre aree "deboli" sul fronte dei prezzi. Ancora male il Lidl di Modena, più caro del 7,5% del gemello di Finale, mentre ALDI sembra ritagliarsi il ruolo di discount di qualità, restando distante dalle linee prezzo dei diretti concorrenti. Il mercato dei discount è decisamente più vivace in provincia rispetto al capoluogo; segno di spazi di crescita che potrebbero nel futuro movimentare gli scenari commerciali della città di Modena.

Infine gli Iper. Quello che fu il formato principe, quello attorno al quale si costruivano i piani commerciali, quello che doveva essere il futuro, soffre a Modena come altrove, ma a Modena si inserisce in una realtà dove la crescita delle grandi strutture è stata, assieme a Ferrara, la più forte in Regione. Le continue ristrutturazioni, il ridimensionamento degli assortimenti extralimentari e tanti altri interventi non paiono sufficienti ad arrestare un lento declino. Ciò nonostante gli Iper si difendono, riescendo a gravitare spesso nelle fasce alte delle classifiche. Ma il segnale di quest'anno è che nel paniere più importante, quello Grandi Marche, i primi tre classificati sono supermercati di medie dimensioni.

In sintesi, i Discount vanno forte, crescono ancora. Nell'unico segmento nel quale sono misurabili, i primi prezzi, ovviamente stravincono, anche se Esselunga di Soliera pare specializzarsi in questa competizione, e gli Ipercoop non stanno alla finestra. Preoccupa nei Discount la concentrazione eccessiva tra poche insegne, e la situazione negativa della città di Modena. Gli Ipermercati hanno comportamenti e politiche commerciali molto diverse tra di loro, svolgendo un ruolo positivo e determinante a Modena e Carpi, ma molto meno altrove. Giusto che si ripensino e si trasformino, seguendo le mutazioni nei comportamenti dei consumatori, a partire da quelli più deboli, che oggi si orientano verso i Discount.

INFINE. Infine i ringraziamenti. Al **Prof. Sandro Dima**, storica colonna di questa indagine, a **Pamela Bussetti** che ha tenuto i contatti con le insegne commerciali e coordinato i nostri collaboratori, che hanno macinato chilometri su e giù per la provincia, da Pavullo a Finale Emilia, per consentire a Federconsumatori di presentare questa ventottesima indagine sui prezzi praticati dai supermercati, ipermercati e discount della nostra provincia.

Ringraziamo anche tutti gli operatori del commercio che si sono prestati alla nostra indagine.

Un lavoro, quello del commercio, spesso non compreso nella sua grande complessità. Difficile far capire la grande quantità di cose e fatti che ci sono dietro ad un prodotto sullo scaffale, e dietro al suo prezzo. C'è soprattutto lavoro, tanto lavoro, che va sempre apprezzato. Le critiche e le osservazioni contenute nella nostra indagine vanno quindi interpretate con il necessario rispetto dovuto a chi lavora; non solo verso chi dirige o ne è proprietario, ma anche per chi consegna le merci, per chi lavora in magazzino, nei reparti assistiti, nell'allestimento, alle casse, per chi si occupa di igiene, facendo le pulizie. Nessuno ce ne voglia per qualche critica impertinente o qualche consiglio non richiesto; per parte nostra interpretiamo così il nostro ruolo di Associazione, rigorosamente dalla parte dei Consumatori.

Nota metodologica

Introduzione

L'indagine sui Prezzi al Consumo praticati dagli Ipermercati, Supermercati e Discount di Modena e provincia, svolta per il ventottesimo anno consecutivo, ha come scopo quello di delineare un quadro sostanziale del livello dei prezzi, delle politiche di prezzo della grande distribuzione organizzata (GDO) e distribuzione organizzata (DO) con superfici di vendita di almeno 400 mq e che soddisfano i consumi alimentari.

L'indagine, ripetuta annualmente, si basa su dati rilevati su un campione di ipermercati, supermercati e discount con superficie di vendita nei comuni della provincia di Modena. Il progetto è realizzato attraverso un'indagine campionaria di un paniere costituito complessivamente da 284 prodotti.

I prodotti costituenti il paniere appartengono alle categorie di generi alimentari (confezionati e freschi), prodotti per la pulizia e manutenzione della casa, articoli non durevoli per la casa ed articoli per l'igiene personale.

L'indagine ha interessato complessivamente 54 punti vendita di cui 51 tradizionali e 3 siti internet che consentono di effettuare la spesa online ed operano nel territorio della provincia di Modena.

I dati della rilevazione prezzi, della corrente edizione, sono stati rilevati nel periodo che va dal 3 al 24 luglio 2022.

L'analisi della dinamica dei prezzi è condotta sulla base dei dati dei prezzi al consumo rilevati dal Comune di Modena nell'ambito dell'indagine ISTAT "Prezzi al consumo".

Obiettivo dichiarato è quello di fornire ai consumatori, alle istituzioni, alle organizzazioni economiche ed alle imprese del settore, elementi di informazione, comparazione e valutazioni indipendenti e non di parte. Obiettivo, che alla luce della metodologia illustrata di seguito, riteniamo conseguito. Sarà poi ogni singolo consumatore, sulla base delle proprie abitudini e convinzioni personali a trarre le conclusioni e decidere le modalità di spesa più congeniali. Fedeconsumatori tiene a ribadire che tra gli obiettivi della presente indagine non rientra quello di individuare il punto vendita più conveniente in assoluto e tantomeno di influenzare il mercato.

Campionamento dei punti vendita

Oggetto di analisi della presente indagine sono i prezzi praticati dagli esercizi di vendita, al dettaglio, di generi alimentari e non. Il piano di campionamento dei punti vendita dell'indagine ha come riferimento la classificazione ISTAT "ATECO 2002".

La popolazione dei punti vendita è stratificata su più livelli:

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio di grande superficie (superiore a 2.500 mq.), articolati in reparti (alimentare e non alimentare), ciascuno dei quali avente, rispettivamente, le caratteristiche di supermercato e di grande magazzino.

Supermercati: esercizi di vendita al dettaglio operanti nel settore alimentare, organizzati prevalentemente a libero servizio e con pagamento all'uscita, che dispongono di una superficie di vendita normalmente superiore a 250 mq. e di un vasto assortimento di prodotti

alimentari in prevalenza preconfezionati nonché articoli del settore non alimentare per l'igiene e la pulizia della casa, della persona e degli animali.

Discount di alimentari: esercizi di vendita al dettaglio in sede fissa di superficie medio-grande che, attuando una politica di abbattimento dei costi di impianto, di gestione e di servizio, offrono in self-service una gamma limitata di prodotti, generalmente non "di marca", a prezzi contenuti rispetto alla media di mercato.

Negozi On-Line: siti internet di due delle principali catene distributive presenti sul territorio di Modena: Coop ed Esselunga, che offrono, tra gli altri servizi, la possibilità di effettuare la spesa on-line e ricevere la spesa al proprio domicilio.

La metodologia di campionamento dei punti vendita tradizionali è stata finalizzata al raggiungimento di una adeguata rappresentazione della popolazione dei punti vendita, sulla base di tre principali criteri di rappresentatività:

- ◆ gruppi e insegne commerciali
- ◆ struttura dimensionale dei punti vendita della rete commerciale.
- ◆ territoriale

Complessivamente sono stati campionati 54 punti vendita di cui:

- ◆ 13 ipermercati
- ◆ 26 supermercati
- ◆ 12 discount
- ◆ 3 Negozi online

Si riporta di seguito l'elenco dei punti vendita campionati:

Tab. 1 — Punti vendita campionati per ambito/Area POIC, Gruppo commerciale, insegna e tipologia di punto vendita (IPR = Ipermercato, SUP = Supermercato, DIS = Discount).

Area Nord			
COMUNE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Finale E.	Lidl	Via per Modena, 15/2	DIS
Mirandola	Ipercoop	Via Agnini, 37	IPR
Mirandola	Conad	Via Libertà, 5	SUP
Mirandola	Sigma	Via Circonvallazione, 111	SUP
San Felice S/P	Coop	P.le M. Polo, 1	SUP
San Felice S/P	Famila	Via della Repubblica	SUP
Terre d'Argine			
COMUNE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Carpi	Md	Via L. Di Lugano	DIS
Carpi	Ipercoop	Viale Industria, 31	IPR
Carpi	Conad	Via C. Marx, 99	SUP
Carpi	Coop	Via C. Sigonio, 15	SUP
Carpi	Despar	Tang.le B. Losi - Ang. Via N. Ponente	SUP
Carpi	Famila	Via Giovanni XXIII, 185	SUP
Novi di M.	Coop	Via C. Zoldi, 138-D	SUP
Soliera	Esselunga S.	Via Modena Carpi, 250	IPR

(Continua)

Tab. 1 — Punti vendita campionati per ambito/Area POIC, Gruppo commerciale, insegna e tipologia di punto vendita (IPR = Ipermercato, SUP = Supermercato, DIS = Discount).

Modena			
COMUNE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Modena	Lidl	Via E. Bertoli, 55	DIS
Modena	Md	Via V. Alfieri, 28	DIS
Modena	Conad Ipermercato	Strada Morane, 500	IPR
Modena	Ipercoop	Via dello Sport, 50	IPR
Modena	Ipercoop	Via Emilia O., 1480	IPR
Modena	Conad	Via Emilia O., 621	SUP
Modena	Coop	Via Giardini, 474 A	SUP
Modena	Despar	Via S. Cabassi, 41	SUP
Modena	Esselunga	Via delle Morane, 240	SUP
Modena	Sigma	Via Nobili, 91-C	SUP
Modena	U2 Edlp (Unes)	Via Allegri, 179	SUP
Comuni del Sorbara			
COMUNE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Castelfranco E.	Aldi	Via Carracci, 1	DIS
Castelfranco E.	Lidl	Via Cartiera, 2	DIS
Castelfranco E.	Coop	Via Loda, 6	IPR
Castelfranco E.	Conad	Via L. Da Vinci, 2	SUP
Castelfranco E.	Famila	Via Emilia Est, 60	SUP
Nonantola	Coop	Via Alpi, 15	SUP
Frignano			
COMUNE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Pavullo N.F.	Eurospin	Via Giardini Sud	DIS
Pavullo N.F.	Conad	Via Minelli, 5	SUP
Pavullo N.F.	Famila	Via Giardini Nord	SUP
Pavullo N.F.	Sigma	Via Giardini, 346	SUP
Terra dei Castelli			
COMUNE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Marano S.P.	Conad	Via Rodari, 160	SUP
Spilamberto	Coop	P.zza A. Bianchini, 6	SUP
Spilamberto	Lidl	Via Pilamiglio, 26	DIS
Vignola	Coop	Via di Mezzo, 142	IPR
Vignola	Eurospin	Via Gobetti, 50	DIS
Vignola	Pam	Via Falcone e Borsellino, 94	SUP
Distretto Ceramico			
COMUNE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Fiorano M.	Eurospin	Via P. Micca, 1	DIS
Fiorano M.	Iperfamila	Circ.le S. Francesco, 134	IPR
Fiorano M.	Rossetto Group	Via Statale (Località Spezzano), 246	SUP
Formigine	Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	IPR
Formigine	Conad	Via C. Treves, 54	SUP
Maranello	Md	Via Vignola	DIS
Sassuolo	Lidl	Via R. in Piano, 145	DIS
Sassuolo	Coop	Via Adda, 73	IPR
Sassuolo	Esselunga S.	Via Circonv.ne N/E, 231/249	IPR
Sassuolo	Panorama	Via Archimede, 9	IPR
NEGOZI ONLINE			
INSEGNA		INDIRIZZO INTERNET	
COOP ITALIA		www.easycoop.com	
ESSELUNGA		www.esselungacasa.it	
HEY CONAD		www.spesaonline.conad.it	

Campionamento delle referenze costituenti il paniere della spesa

Nel corso della presente edizione sono stati campionati 284 prodotti alimentari acquistabili nella maggior parte degli esercizi commerciali e ritenuti rappresentativi dei consumi e delle spese da parte delle famiglie. I prodotti presi a campione rappresentano una gamma di prodotti alimentari (confezionati, a lunga conservazione e prodotti alimentari freschi), prodotti per la pulizia e manutenzione della casa, articoli non durevoli per la casa ed articoli per l'igiene personale.

Modalità di rilevazione ed analisi dei dati

I dati relativi ai prezzi, praticati dai singoli punti vendita sono stati rilevati da nostri incaricati, appositamente istruiti, in modalità elettronica mediante l'inserimento in un apposito dispositivo dotato di lettore ottico (scanner) per la lettura dei codici EAN. Per ogni singolo prodotto è stato rilevato il prezzo esposto, il prezzo scontato o in promozione verso tutti i consumatori e il prezzo riservato ai possessori di fidelity card/carta socio.

L'analisi del costo del paniere si sviluppa classificando le referenze campionate in quattro categorie di prodotti:

- ◆ Prodotti Grandi Marche: prodotti leader di mercato, marche a diffusione nazionale, marche a diffusione geografica limitata (regionale, interregionale).
- ◆ Private Label: marche del distributore.
- ◆ Primi Prezzi: marche generiche il cui prezzo al momento della rilevazione risulta essere il più basso, a parità di prodotto e grammatura, tra quelli posti in vendita.
- ◆ Prodotti freschi: prodotti alimentari deperibili (pane, carne, pesce, verdura e frutta)

Nel complesso sono state campionate 284 referenze di cui:

- ◆ 85 Prodotti Grandi Marche
- ◆ 80 Prodotti a marchio (Private Label)
- ◆ 85 Primi prezzi.
- ◆ 34 Prodotti freschi

I dati relativi al costo del paniere sono presentati per aggregati di categorie dei punti vendita: Ipermercati, Negozi Online, Supermercati, Discount

Relativamente ai discount sono stati rilevati esclusivamente i prodotti "Primi Prezzi". I "Prodotti Freschi" sono stati rilevati esclusivamente negli ipermercati e negozi online.

La determinazione del costo del paniere per singolo punto vendita viene effettuato secondo 3 criteri:

- ◆ Prezzo pieno: prezzo del prodotto in vendita al lordo di sconti e promozioni.

- ◆ Prezzo scontato: prezzo del prodotto in vendita al netto di sconti e promozioni valide per tutti i consumatori e non vincolate al possesso di fidelity card o riservate ai soci.
- ◆ Prezzo riservato: prezzo del prodotto in vendita al netto di sconti e promozioni riservate ai possessori di fidelity card o riservate ai soci.

La determinazione del costo medio del paniere per catena/insegna distributiva ed area POIC è stato effettuato attribuendo a ciascun punto vendita un coefficiente di ponderazione proporzionale alla superficie di vendita secondo la formula:

$$C_m = \frac{\sum C_i S_i}{\sum S_i}$$

Dove:

- ◆ C_m = *Costo medio*
- ◆ C_i = *Costo del paniere nello i-esimo punto vendita*
- ◆ S_i = *Superficie di vendita dello i-esimo punto vendita*

I dati mancanti sono stati stimati secondo la seguente procedura:

Il prezzo non rilevato di una determinata referenza e relativamente ad un punto vendita, è stato calcolato come valore medio del costo di quella stessa referenza rilevato per i punti vendita della stessa tipologia (Ipermercato, Supermercato e Discount) e appartenente alla stessa catena distributiva del punto vendita in cui non è stato rilevato il prezzo.

In subordine, è stato calcolato come valore medio del costo di quella stessa referenza rilevato per i punti vendita della stessa catena distributiva del punto vendita in cui non è stato rilevato il prezzo.

In subordine, è stato calcolato come valore medio del costo di quella stessa referenza rilevato per i punti vendita della stessa tipologia del punto vendita in cui non è stato rilevato il prezzo.

Modalità di rappresentazione dei dati:

I dati sono stati aggregati ed analizzati rispetto alla tipologia, ambito territoriale, catena distributiva o punto vendita più conveniente (Costo del paniere più conveniente = 100). Gli scostamenti sono riportati sia in termini % di scostamento dal minor costo che rispetto al costo medio. Il costo medio è stato calcolato ponderando ciascun punto vendita rispetto alla superficie di vendita.

La natura campionaria dell'indagine porta a ritenere che le insegne/punti vendita con un scostamento %, rispetto al punto vendita più conveniente, di alcuni di punti % (3-4 punti) sono da considerarsi altrettanto convenienti.

Tab. 2 — Struttura merceologica del paniere costituito dai prodotti oggetto di rilevazione della XXVIII indagine sui Prezzi al Consumo e Qualità del Servizio negli Ipermercati, Supermercati e Discount di Modena e provincia.

Gruppo	Divisioni	Sottoclasse
Prodotti alimentari e bevande analcoliche		
	<u>Prodotti alimentari:e bevande analcoliche</u>	Riso Farina ed altri cereali Pane Altri prodotti di panetteria e pasticceria Pasta secca, pasta fresca e preparati di pasta Cereali per colazione Altri prodotti a base di cereali Carne bovina Carne suina Pollame Altre carni Salumi Altri preparati a base di carne Pesce fresco, refrigerato o surgelato Frutti di mare freschi, refrigerati o surgelati Pesci e frutti di mare secchi, affumicati o salati Altri pesci e frutti di mare conservati o lavorati Latte fresco Latte conservato Yogurt Formaggi e latticini Altri prodotti a base di latte
	<u>Prodotti alimentari:e bevande analcoliche</u>	Uova Burro Margarina e altri grassi vegetali Olio di oliva Altri oli alimentari Frutta fresca o refrigerata Frutta secca Frutta surg, cons di frutta e prod a base di frut Frutta con guscio Vegetali freschi o refrigerati diversi da patate Vegetali surgelati Vegetali secchi, altri veg trasform. O conservati Patate Patatine fritte Zucchero Confetture, marmellate e miele Cioccolato Confetteria Gelati Salse, condimenti e spezie Sale, spezie ed erbe aromatiche Alimenti per bambini Piatti pronti Altri preparati alimentari n.a.c. Caffè Tè Cacao e cioccolato in polvere Acque minerali Bevande analcoliche Succhi di frutta e verdura
Mobili, articoli e servizi per la casa		
	<u>Beni e servizi per la manutenzione ordinaria della casa:</u> <u>Prodotti per la pulizia e manutenzione della casa:</u>	Beni e servizi per la manutenzione ordinaria della casa: <i>Prodotti per la pulizia e manutenzione della casa</i> <i>Altri articoli non durevoli per la casa</i> Birre lager
Altri beni e servizi		
	<u>Beni e servizi per l'igiene personale:</u>	Articoli per l'igiene personale Prodotti di bellezza

1 — La congiuntura economica e i consumi delle famiglie

Gli ultimi dati disponibili di fonte Istat, anno 2021, in materia di spesa per consumi delle famiglie Italiane, evidenziano un variazione positiva complessiva, rispetto al 2020, valutabile su scala nazionale intorno al +4,6%. Livello che resta ampiamente inferiore alle spesa dalle famiglie registrate nel periodo pre-covid. Infatti, la differenza rispetto al 2019 è pari -4,8% e -5,2% rispetto al 2018.

Nel dettaglio, rispetto al 2020, le variazioni sono pari +0,4% per i generi alimentari e +5,7%, per i prodotti non alimentari.

Le famiglie Italiane destinano una quota % di 19,3 punti della spesa complessiva all'acquisto di generi alimentari e bevande analcoliche. La spesa per l'acquisto di carne si conferma la più alta tra le spese alimentari e rappresenta il 4,1% della spesa totale.

In particolare per la regione Emilia Romagna si registrano le flessioni complessive pari a +0,3% rispetto al 2020, -8,5% rispetto al 2019 e -8,2% rispetto al 2018.

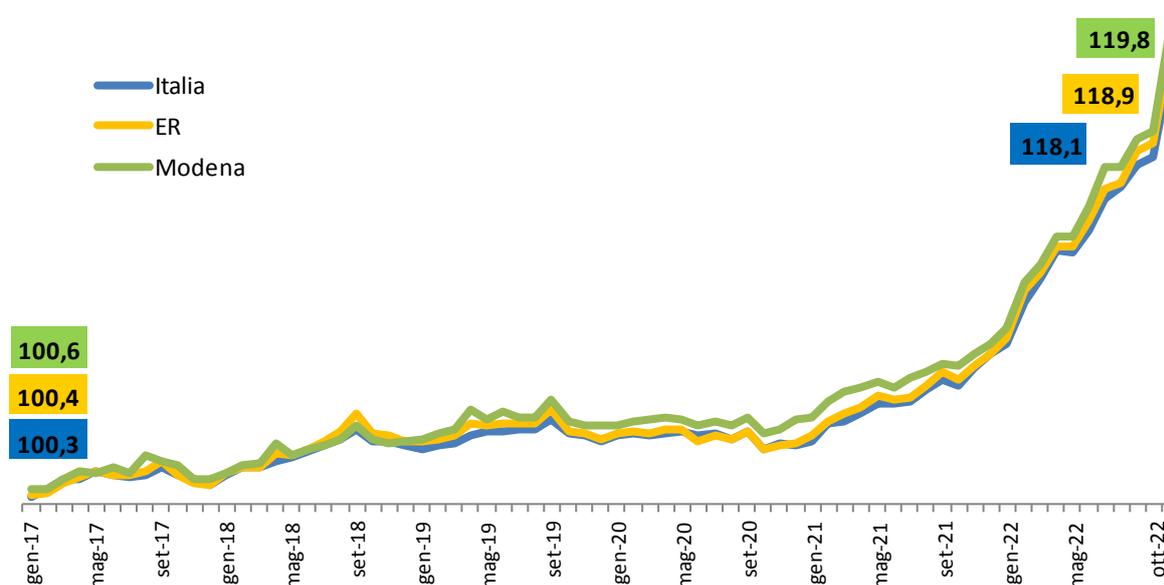
Tab.1.1—Spesa media mensile delle famiglie per alimentari e non alimentari per regione. Periodo 2018-2021. Valori espressi in euro a valori correnti. Fonte: Istat

Regioni	Alimentari				Non alimentari				Var.% 2021/2020	
	2018	2019	2020	2021	2018	2019	2020	2021	Alimentari	Non Alimentari
Piemonte	469	475	461	469	2.175	2.108	1.798	1.904	1,7	5,9
Valle d'Aosta	520	496	513	474	2.498	2.310	2.015	2.247	-7,6	11,5
Lombardia	476	463	453	477	2.544	2.502	2.221	2.428	5,3	9,3
Trentino Alto Adige	454	453	460	466	2.491	2.539	2.282	2.484	1,3	8,9
Veneto	433	427	453	450	2.269	2.254	1.934	2.112	-0,7	9,2
Friuli Venezia Giulia	412	439	462	485	2.125	2.172	1.956	2.091	5,0	6,9
Liguria	424	444	424	446	2.113	2.056	1.900	1.893	5,2	-0,4
Emilia Romagna	464	460	461	445	2.434	2.446	2.187	2.213	-3,5	1,2
Toscana	477	482	474	468	2.422	2.440	2.009	2.126	-1,3	5,8
Umbria	417	438	451	500	1.865	2.009	1.799	1.914	10,9	6,4
Marche	466	474	516	454	1.881	1.928	1.682	1.717	-12,0	2,1
Lazio	458	477	483	464	2.311	2.302	2.159	2.248	-3,9	4,1
Abruzzo	462	419	446	446	1.823	1.774	1.637	1.781	0,0	8,8
Molise	482	487	439	471	1.726	1.685	1.444	1.606	7,3	11,2
Campania	505	512	525	534	1.617	1.602	1.434	1.501	1,7	4,7
Puglia	459	453	401	404	1.596	1.543	1.397	1.404	0,7	0,5
Basilicata	499	493	436	486	1.579	1.510	1.299	1.543	11,5	18,8
Calabria	445	500	544	539	1.457	1.499	1.309	1.376	-0,9	5,1
Sicilia	448	448	501	506	1.588	1.570	1.446	1.486	1,0	2,8
Sardegna	420	427	411	383	1.738	1.789	1.545	1.684	-6,8	9,0
Italia	462	464	468	470	2.110	2.096	1.861	1.967	0,4	5,7

¹ ISTAT: I consumi delle famiglie anno 2021

Gli indici dei prezzi al consumo registrati nel periodo che va dal gennaio 2017 al mese di ottobre 2022 evidenziano la fortissima spinta inflazionista registrata negli ultimi 24 mesi. I dati dei prezzi al consumo registrati a ottobre 2022, nel comune di Modena, attestano una variazione tendenziale dei prezzi, rispetto allo scorso anno pari a +12,8%, leggermente superiore al dato regionale e nettamente superiore a quello nazionale. Tra le voci di prodotto che presentano variazioni % più significative si evidenziano “Abitazione, acqua, elettricità e combustibile” (+64,4%), “Prodotti alimentari e bevande analcoliche” (+13,0%) e “Trasporti” (+8,8%).

Graf. 1.1 — Andamento dell’Indice dei prezzi al consumo per l’intera collettività (base 2015=100) - dati mensili, nel comune di Modena, in Emilia Romagna e in Italia. Periodo gennaio 2017—ottobre 2022. Fonte: Istat



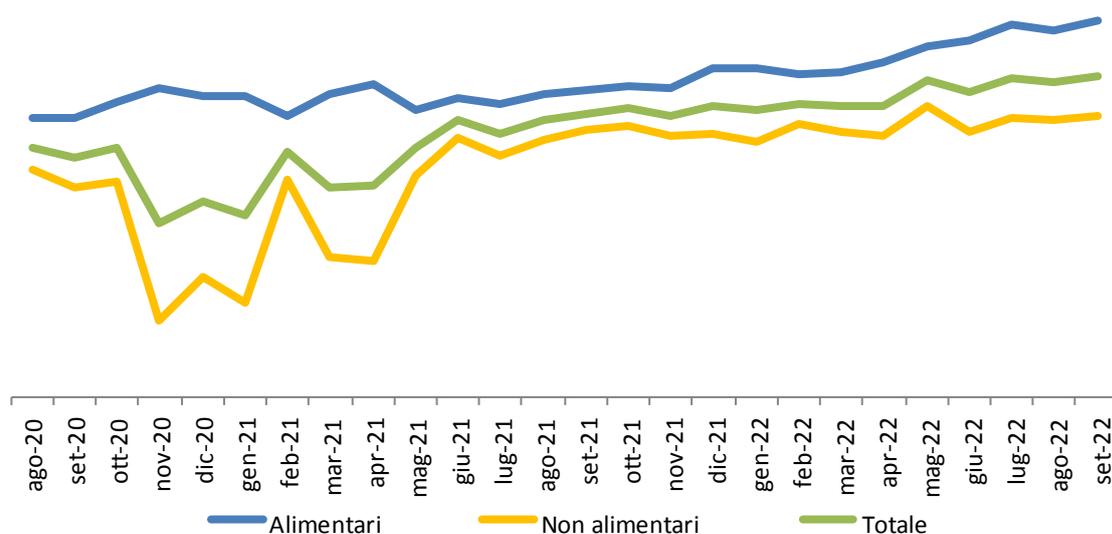
Tab. 1.2 — Variazioni % ottobre 2022 su ottobre 2021, registrate nel comune di Modena, in Emilia Romagna ed in Italia, dei prezzi al consumo per l’intera collettività (NIC) per divisione di spesa. Fonte: Istat.

Divisioni	Modena	Emilia Romagna	Italia
Prodotti alimentari e bevande analcoliche	13,0	13,8	13,5
Bevande alcoliche e tabacchi	3,9	2,9	2,2
Abbigliamento e calzature	4,6	3,9	3,0
Abitazione, acqua, elettricità e combustibile	64,4	62,4	57,0
Mobili, articoli e servizi per la casa	7,4	7,1	7,0
Servizi Sanitari e spese per la salute	2,4	2,3	0,8
Trasporti	8,8	7,9	8,1
Comunicazioni	-2,6	-2,6	-2,4
Ricreazione spettacolo e cultura	2,6	2,5	2,0
Istruzione	0,5	0,6	1,0
Servizi Ricettivi e di ristorazione	8,1	8,2	7,6
Altri beni e servizi	2,6	2,7	3,0
Indice Generale NIC	12,8	12,5	11,8

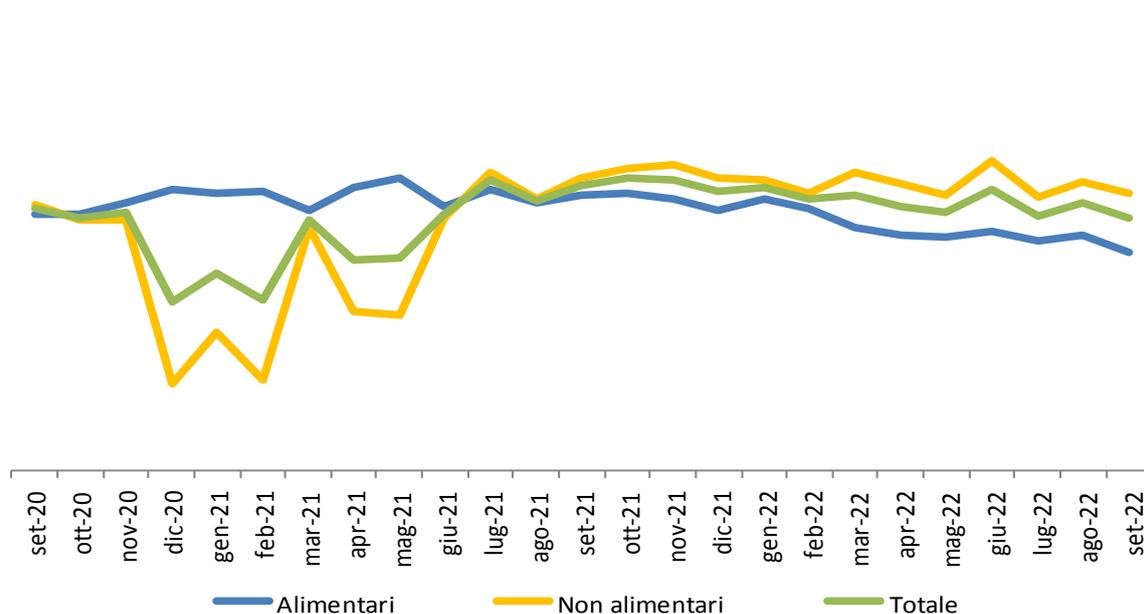
1.1— I dati delle vendite al dettaglio

I dati delle vendite al dettaglio registrati dall'Istat nel mese di settembre 2022 confermano una tendenza alla diminuzione del volume delle vendite ed al trend crescente delle vendite in valore in riflesso all'accelerazione della crescita dei prezzi al consumo registrata nello stesso periodo.

Graf. 1.2—Valore delle vendite del commercio al dettaglio (base 2015=100) per settore merceologico, dati destagionalizzati. Periodo agosto 2020 – settembre 2022. Fonte: Istat



Graf. 1.3— Volume delle vendite del commercio al dettaglio (base 2015=100) per settore merceologico, dati destagionalizzati. Periodo agosto 2020 – settembre 2022. Fonte: Istat



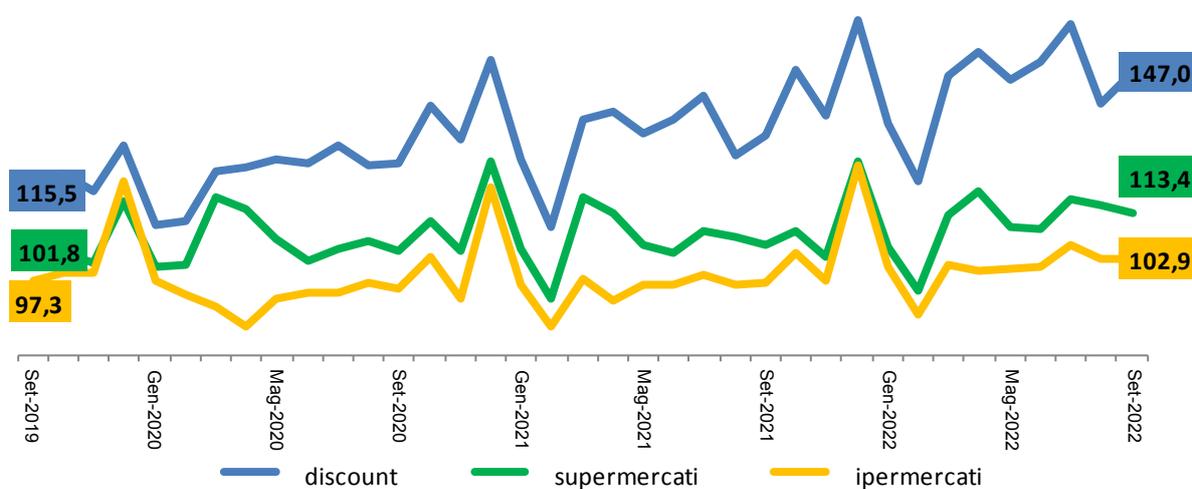
Tab. 1.3 — Commercio al dettaglio per forma distributiva e settore merceologico settembre 2022, variazioni percentuali tendenziali su dati in valore (base 2015 = 100) - Dati provvisori. Fonte: Istat

FORMA DISTRIBUTIVA E SETTORE MERCEOLOGICO	set 22 set 21	gen-set 22 gen-set 21
Grande distribuzione	+7,1	+6,0
Alimentari	+8,3	+5,5
Non alimentari	+5,0	+7,0
Imprese operanti su piccole superfici	+1,4	+4,7
Alimentari	+3,0	+0,9
Non alimentari	+0,8	+5,8
Vendite al di fuori dei negozi	+0,8	+2,6
Commercio elettronico	+3,8	+3,7
Totale	+4,1	+5,2

Tab. 1.4 — Commercio al dettaglio per tipologia di esercizio della Grande distribuzione, settembre 2022, variazioni percentuali tendenziali su dati valore (base 2015 = 100) - Dati provvisori. FONTE: ISTAT

TIPOLOGIE DI ESERCIZIO	set 22 set 21	gen-set 22 gen-set 21
Esercizi non specializzati	+7,0	+5,3
A prevalenza alimentare	+7,7	+5,3
Ipermercati	+6,2	+5,2
Supermercati	+7,1	+3,6
Discount Alimentari	+11,5	+9,7
A prevalenza non alimentare	-0,4	+4,0
Esercizi specializzati	+7,7	+9,1
Grande distribuzione	+7,1	+6,0

Graf. 1.3— Valore delle vendite per forma distributiva del commercio al dettaglio (base 2015=100). Periodo settembre 2019 – settembre 2022. Fonte: Istat



2 — I risultati dell'indagine: il costo dei “carrelli della spesa”

La rilevazione prezzi praticati dai Supermercati, Ipermercati e Discount della provincia di Modena è stata realizzata nel periodo che va dal 3 al 24 luglio 2022.

La rilevazione ha impegnato quattro rilevatori preventivamente formati e che hanno utilizzato uno scanner elettronico per la rilevazione dei prezzi. I rilevatori hanno visitato complessivamente 51 punti vendita fisici e 3 negozi virtuali di vendita on-line, rilevando i prezzi “interi”, “scontati” e “riservati” di 284 prodotti.

L'analisi del livello di prezzo viene condotta per ciascun carrello della spesa “Grandi Marche”, “Private Label”, “Primi Prezzi” e “Prodotti Freschi” rispetto agli aggregati di tipologia punto vendita, dimensioni del punto vendita e localizzazione territoriale. Sono, inoltre, riportati i dati per ciascuna catena commerciale e singolo punto vendita.

Maggiori dettagli sulla metodologia adottata sono riportati nella nota metodologica

2.1 — Analisi per tipologia e dimensioni del punto vendita

I livelli dei prezzi di importo più contenuto per la tipologia di prodotti “Grandi Marche” e “Prodotti Freschi”, questi ultimi rilevati solo negli ipermercati e nei negozi virtuali, sono stati registrati negli ipermercati, mentre per il carrello dei prodotti “Primi Prezzi” è stato rilevato nei discount. Il carrello “Private Label” presenta lo stesso livello di prezzi negli ipermercati e negozi on-line.

Nel complesso è il carrello “Primi Prezzi” a presentare la variabilità più accentuata tra le diverse categorie di punti vendita. Gli scostamenti per il carrello “Grandi Marche” assumono una certa rilevanza, solo per i negozi on-line e raggiungono scostamenti ben più consistenti per i “Primi Prezzi”.

L'ampiezza della superficie di vendita non risulta particolarmente rilevante nella valutazione del livello dei prezzi: per la tipologia “Ipermercati” lo scostamento medio dei prezzi semplici tra ipermercati di superficie maggiore a 5.000mq. dai punti vendita di superficie compresa tra 2.500 e 5000mq. è trascurabile per i prodotti “Grandi Marche”, “Primi Prezzi” e “Prodotti Freschi”, per contro per i prodotti “Private Label” lo scostamento assume percentuali di circa cinque punti percentuali.

Rispetto ai supermercati il differenziale di prezzo semplice tra la classe che comprende i punti vendita di maggior dimensione e la classe di estensione più contenuta si attesta, per i prodotti “Grandi Marche” e “Private Label”, al di sotto dei cinque punti percentuali, mentre per i prodotti “Primi Prezzi” è prossimo ai 16 punti percentuali.

Nel complesso i supermercati con i prezzi più contenuti risultano essere quelli dimensioni medio grandi.

Nei Discount non si registrano differenze sostanziali tra i punti vendita di dimensione medio piccola (800-1.200 metri quadri) e i discount di grandi dimensioni (superiori ai 1.200 metri quadri).

Tab. 2.1 — Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto sul costo intero, per l'acquisto dei panieri, “Grandi Marche”, “Private Label”, “Primi Prezzi” e “Prodotti Freschi” per tipo di punti vendita. Costo base = minimo costo intero. Periodo 3/07 - 24/07 2022

Tipologia punti vendita	Costo			% di sconto	
	Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Grandi Marche					
Ipermercati	100,0	98,4	97,9	1,6	2,1
Spesa On-Line	106,7	105,9	104,7	0,7	1,8
Supermercati	102,2	101,0	100,6	1,2	1,6
Valore medio provinciale	101,2	99,7	99,2	1,4	1,9
Private Label					
Ipermercati	100,2	100,2	99,8	0,1	0,4
Spesa On-Line	100,0	100,0	99,8	0,0	0,2
Supermercati	101,4	101,1	101,0	0,3	0,4
Valore medio provinciale	100,6	100,4	100,2	0,1	0,4
Primi Prezzi					
Discount	100,0	99,4	99,4	0,6	0,6
Ipermercati	108,1	108,0	107,8	0,1	0,2
Spesa On-Line	128,9	128,5	128,3	0,3	0,5
Supermercati	115,6	115,1	115,1	0,4	0,4
Valore medio provinciale	110,5	110,3	110,2	0,2	0,3
Prodotti Freschi					
Ipermercati	100,0	99,5	99,5	0,5	0,5
Spesa On-Line	103,8	102,5	102,5	1,3	1,3
Valore medio provinciale	100,7	100,0	100,0	0,7	0,7

Tab. 2.2 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo, per l'acquisto dei panieri “Grandi Marche”, “Private Label”, “Primi Prezzi” e “Prodotti Freschi”, dalla tipologia di punti vendita più conveniente e dalla media provinciale, per tipologia di punto vendita. Periodo 3/07 - 24/07 2022

Tipologia punti vendita	Scostamento medio dalla tipologia di punti vendita più conveniente per tipo di costo			Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo		
	Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Grandi Marche						
Ipermercati	0,0	0,0	0,0	-1,1	-1,4	-1,3
Spesa On-Line	6,7	7,7	7,0	5,4	6,2	5,6
Supermercati	2,2	2,7	2,7	1,0	1,3	1,4
Scostamento medio provinciale	1,2	1,4	1,3	0,0	0,0	0,0
Private Label						
Ipermercati	0,2	0,2	0,0	-0,3	-0,3	-0,4
Spesa On-Line	0,0	0,0	0,0	-0,6	-0,4	-0,4
Supermercati	1,4	1,1	1,2	0,8	0,7	0,8
Scostamento medio provinciale	0,6	0,4	0,4	0,0	0,0	0,0
Primi Prezzi						
Discount	0,0	0,0	0,0	-9,5	-9,8	-9,8
Ipermercati	8,1	8,6	8,5	-2,2	-2,1	-2,1
Spesa On-Line	28,9	29,3	29,1	16,6	16,6	16,5
Supermercati	15,6	15,8	15,8	4,6	4,4	4,5
Scostamento medio provinciale	10,5	10,9	10,8	0,0	0,0	0,0
Prodotti Freschi						
Ipermercati	0,0	0,0	0,0	-0,7	-0,6	-0,6
Spesa On-Line	3,8	3,0	3,0	3,1	2,4	2,4
Valore medio provinciale	0,7	0,6	0,6	0,0	0,0	0,0

Tab. 2.3 — Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto sul costo intero, per categoria di paniere e per classe di ampiezza degli ipermercati. Costo base = minimo costo intero.
Periodo 3/07 - 24/07 2022

Classe di ampiezza	Costo			% di sconto	
	Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Grandi Marche					
Oltre 5.000 mq	100,0	98,7	98,1	1,3	1,9
Fino a 5.000 mq.	102,0	99,8	99,4	2,1	2,5
Valore medio provinciale	100,8	99,2	98,7	1,6	2,1
Private Label					
Oltre 5.000 mq	100,0	100,0	99,7	0,0	0,3
Fino a 5.000 mq.	104,8	104,6	104,1	0,2	0,6
Valore medio provinciale	101,9	101,9	101,5	0,1	0,4
Primi Prezzi					
Oltre 5.000 mq	100,0	100,0	99,9	0,0	0,1
Fino a 5.000 mq.	100,5	100,3	100,1	0,2	0,4
Valore medio provinciale	100,2	100,1	100,0	0,1	0,2
Prodotti Freschi					
Oltre 5.000 mq	103,8	101,3	101,3	2,3	2,3
Fino a 5.000 mq.	100,0	96,7	96,7	3,3	3,3
Valore medio provinciale	102,3	99,5	99,5	2,7	2,7

Tab. 2.4 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo, per categoria di paniere e per classe di ampiezza degli ipermercati, dal tipo di punti vendita più conveniente e dalla media provinciale, per tipologia di punto vendita. Periodo 3/07 - 24/07 2022

Classe di ampiezza	Scostamento medio dalla tipologia di punti vendita più conveniente per tipo di costo			Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo		
	Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Grandi Marche						
Oltre 5.000 mq	0,0	0,0	0,0	-0,8	-0,4	-0,5
Fino a 5.000 mq.	2,0	1,1	1,3	1,2	0,7	0,8
Scostamento medio provinciale	0,8	0,5	0,5	0,0	0,0	0,0
Private Label						
Oltre 5.000 mq	0,0	0,0	0,0	-1,9	-1,8	-1,8
Fino a 5.000 mq.	4,8	4,6	4,4	2,8	2,7	2,6
Scostamento medio provinciale	1,9	1,9	1,8	0,0	0,0	0,0
Primi Prezzi						
Oltre 5.000 mq	0,0	0,0	0,0	-0,2	-0,1	-0,1
Fino a 5.000 mq.	0,5	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2
Scostamento medio provinciale	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
Prodotti Freschi						
Oltre 5.000 mq	3,7	4,8	4,8	1,5	1,9	1,9
Fino a 5.000 mq.	0,0	0,0	0,0	-2,2	-2,8	-2,8
Scostamento medio provinciale	2,2	2,9	2,9	0,0	0,0	0,0

Tab. 2.5 — Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto sul costo intero, per categoria di paniere e per classe di ampiezza dei supermercati. Costo base = minimo costo intero.
Periodo 3/07 - 24/07 2022

Classe di ampiezza	Costo			% di sconto	
	Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Grandi Marche					
1.600 ed oltre	100,0	98,8	98,8	1,2	1,2
1.200 —— 1.600	101,3	100,1	99,2	1,3	2,1
800 —— 1.200	101,1	100,4	100,4	0,8	0,8
400 —— 800	104,7	104,0	104,0	0,7	0,7
Valore medio provinciale	101,0	99,9	99,4	1,2	1,6
Private Label					
1.600 ed oltre	103,6	103,4	103,4	0,2	0,2
1.200 —— 1.600	100,0	99,8	99,6	0,2	0,4
800 —— 1.200	100,6	100,0	100,0	0,6	0,6
400 —— 800	104,4	103,8	103,8	0,5	0,5
Valore medio provinciale	101,4	101,2	101,0	0,3	0,4
Primi Prezzi					
1.600 ed oltre	105,9	105,4	105,4	0,5	0,5
1.200 —— 1.600	100,0	99,8	99,7	0,2	0,3
800 —— 1.200	109,5	108,7	108,7	0,7	0,7
400 —— 800	115,9	114,9	114,9	0,9	0,9
Valore medio provinciale	103,9	103,5	103,4	0,4	0,4

Tab. 2.6 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo, per categoria di paniere e per classe di ampiezza dei supermercati, dal tipo di punti vendita più conveniente e dalla media provinciale, per tipologia di punto vendita. Periodo 3/07 - 24/07 2022

Classe di ampiezza	Scostamento medio dalla tipologia di punti vendita più conveniente per tipo di costo			Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo		
	Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Grandi Marche						
1.600 ed oltre	0,0	0,0	0,0	-1,0	-1,1	-0,6
1.200 —— 1.600	1,3	1,3	0,4	0,3	0,2	-0,3
800 —— 1.200	1,1	1,6	1,6	0,1	0,5	0,9
400 —— 800	4,7	5,2	5,2	3,6	4,1	4,6
Scostamento medio provinciale	1,0	1,1	0,6	0,0	0,0	0,0
Private Label						
1.600 ed oltre	3,6	3,6	3,8	2,2	2,2	2,3
1.200 —— 1.600	0,0	0,0	0,0	-1,4	-1,3	-1,4
800 —— 1.200	0,6	0,2	0,4	-0,8	-1,1	-1,0
400 —— 800	4,4	4,0	4,2	2,9	2,6	2,8
Scostamento medio provinciale	1,4	1,3	1,4	0,0	0,0	0,0
Primi Prezzi						
1.600 ed oltre	5,9	5,6	5,7	2,0	1,9	1,9
1.200 —— 1.600	0,0	0,0	0,0	-3,7	-3,6	-3,6
800 —— 1.200	9,5	9,0	9,0	5,4	5,1	5,1
400 —— 800	15,9	15,1	15,2	11,5	11,0	11,0
Scostamento medio provinciale	3,9	3,7	3,7	0,0	0,0	0,0

Tab. 2.7 — Costo indice medio (intero, scontato) e % di sconto sul costo intero, del paniere “**Primi Prezzi**” per classe di ampiezza dei discount . Costo base = minimo costo intero. Costo base = minimo costo intero.
Periodo 3/07 - 24/07 2022

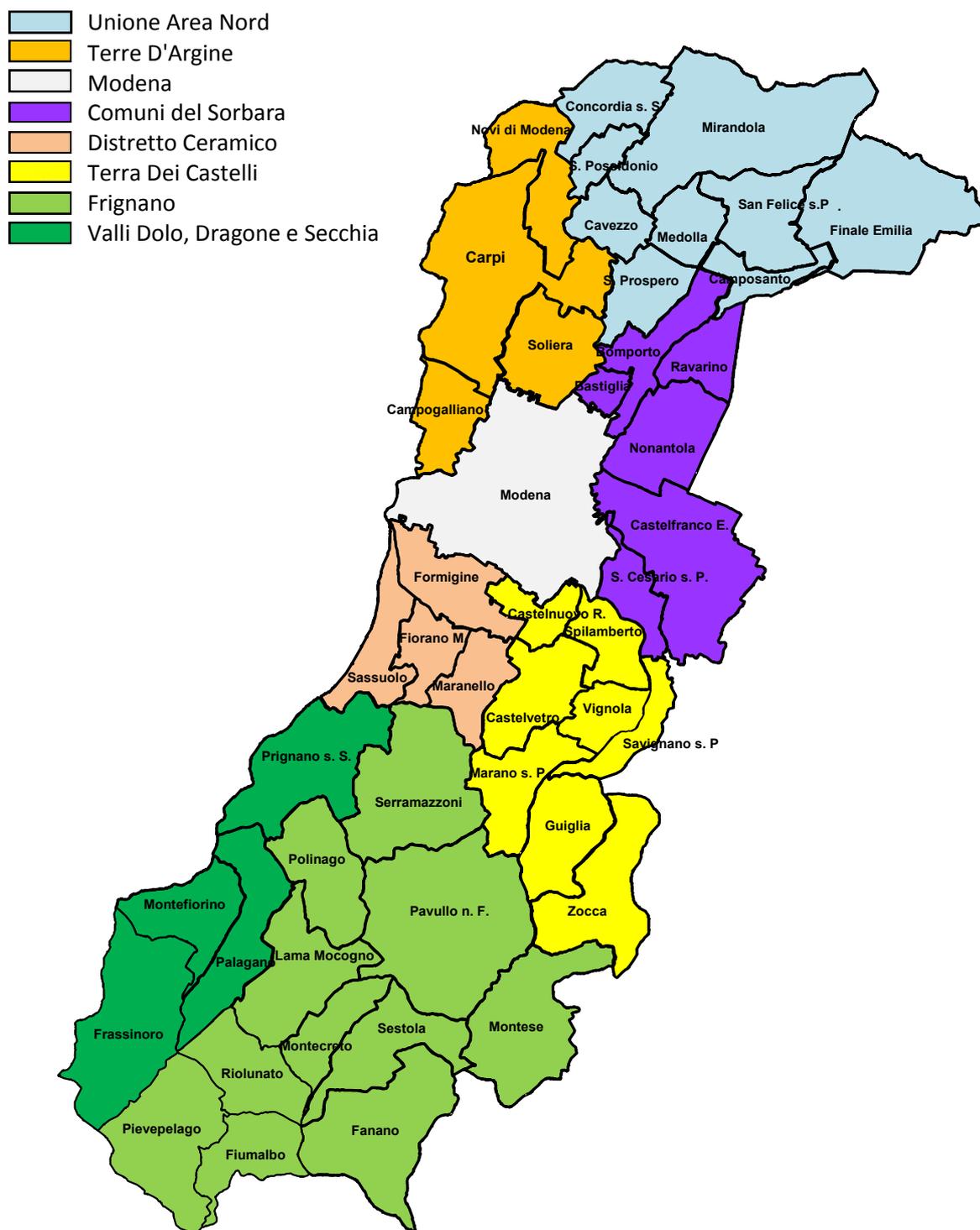
Classe di ampiezza	Costo		% di sconto
	Intero	Scontato	Scontato/intero
Primi Prezzi			
Oltre 1.200 mq.	100,0	99,2	0,8
800 —— 1.200 mq.	100,5	100,1	0,4
Valore medio provinciale	100,3	99,7	0,6

Tab. 2.8 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo, del paniere “**Primi Prezzi**” e per classe di ampiezza dei discount, dal tipo di punto vendita più conveniente e dalla media provinciale, per tipologia di punto vendita.
Periodo 3/07 - 24/07 2022

Classe di ampiezza	Scostamento medio dalla tipologia di punti vendita più conveniente per tipo di costo		Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo	
	Intero	Scontato	Intero	Scontato
Primi Prezzi				
Oltre 800 mq.	0,0	0,0	-0,3	-0,4
800 —— 1.200 mq.	0,5	0,9	0,2	0,4
Scostamento medio provinciale	0,3	0,4	0,0	0,0

Fig. 2.1 — Comuni della provincia di Modena per area del Piano Operativo per gli insediamenti commerciali di interesse provinciale e sovracomunale (POIC), approvato con delibera del Consiglio Provinciale n. 324 del 14 dicembre 2011. Fonte: Provincia di Modena.

AMBITI SOVRACOMUNALI
PER LA PIANIFICAZIONE
COMMERCIALE



2.2 — Prezzi dei “carrelli della spesa” per Area POIC

La ripartizione territoriale utilizzata come aggregati per l’analisi a livello territoriale nella presente indagine è quella individuata dalla Provincia di Modena nel Piano Operativo per gli Insediamenti Commerciali di rilevanza provinciale e sovracomunale (P.O.I.C.). Piano approvato con Delibera del Consiglio Provinciale n. 324 del 14 dicembre 2011. Il piano individua i seguenti ambiti territoriali:

Tab. 2.9 — Ripartizione territoriale della provincia di Modena prevista nel P.O.I.C. approvato con Delibera del Consiglio Provinciale n. 324 del 14 dicembre 2011.

Fonte: Provincia di Modena.

Denominazione Ambito Territoriale	Comuni compresi
Area Nord	Concordia sulla S., San Possidonio, Cavezzo, San Prospero sulla S., Mirandola, Medolla, San Felice sul P., Camposanto, Finale Emilia
Terre d’Argine	Campogalliano, Soliera, Carpi, Novi di Modena
Modena	Modena
Comuni del Sorbara	San Cesario sul P., Castelfranco Emilia, Nonantola, Bastiglia, Bomporto, Ravarino
Frignano	Serramazzoni, Polinago, Pavullo nel F., Lama Mocogno, Montecreto, Sestola, Montese, Fanano, Fiumalbo, Pievepelago, Riolunato
Terre di Castelli	Castelnuovo R., Spilamberto, Castelvetro, Vignola, Savignano, Marano sul P., Guiglia, Zocca
Distretto Ceramico	Formigine, Fiorano, Maranello, Sassuolo
Valli Dolo Dragone Secchia	Prignano sulla S., Montefiorino, Palagano, Frassinoro

Dall’analisi territoriale sono esclusi i negozi on-line, che per loro natura non sono ascrivibili ad alcuna area.

L’analisi del livello prezzi per aggregato territoriale rileva che le aree con i prezzi più contenuti sono quella delle Terre D’argine e l’area di Modena.

Nella categoria dei freschi prevalgono le aree del Distretto ceramico e Terre D’Argine.

La caratteristica che accomuna gli ambiti territoriali con i carrelli che presentano lo scontrino con i totali minimi è l’ampia variabilità delle insegne presenti nei rispettivi territori.

Tab. 2.10 — Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto sul costo intero, per categoria di paniere e per ambito territoriale POIC della provincia di Modena. Costo base = minimo costo intero. Periodo 3/07 - 24/07 2022

Classe di ampiezza	Costo			% di sconto	
	Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Grandi Marche					
Unione Area Nord	106,3	103,9	103,0	2,2	3,0
Terre D'Argine	100,0	98,7	98,3	1,4	1,8
Modena	100,0	99,3	98,8	0,7	1,2
Comuni del Sorbara	102,7	101,3	100,8	1,4	1,9
Frignano	105,1	103,2	103,2	1,8	1,8
Terre dei Castelli	102,7	100,1	99,2	2,6	3,4
Distretto Ceramico	102,8	100,9	100,6	1,8	2,1
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Valore medio provinciale	101,9	100,4	99,9	1,5	2,0
Private Label					
Unione Area Nord	101,7	101,6	100,7	0,0	0,9
Terre D'Argine	100,7	100,7	100,5	0,0	0,2
Modena	100,0	99,9	99,9	0,1	0,1
Comuni del Sorbara	100,3	100,1	100,0	0,1	0,2
Frignano	103,5	102,6	102,6	0,9	0,9
Terre dei Castelli	103,4	103,4	103,4	0,1	0,1
Distretto Ceramico	103,9	103,7	103,2	0,2	0,7
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Valore medio provinciale	101,4	101,3	101,1	0,1	0,4
Primi Prezzi					
Unione Area Nord	108,2	108,0	107,7	0,2	0,5
Terre D'Argine	100,0	99,8	99,6	0,2	0,4
Modena	105,5	105,4	105,4	0,2	0,2
Comuni del Sorbara	106,6	106,1	106,1	0,4	0,4
Frignano	113,7	112,8	112,8	0,8	0,8
Terre dei Castelli	106,8	106,7	106,7	0,0	0,0
Distretto Ceramico	105,9	105,6	105,5	0,3	0,4
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Valore medio provinciale	105,4	105,1	105,0	0,2	0,3
Prodotti Freschi					
Unione Area Nord	101,2	100,6	100,6	0,6	0,6
Terre D'Argine	100,2	99,5	99,5	0,7	0,7
Modena	105,5	105,4	105,4	0,0	0,0
Comuni del Sorbara	105,2	105,2	105,2	0,0	0,0
Frignano	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Terre dei Castelli	104,3	104,3	104,3	0,0	0,0
Distretto Ceramico	100,0	98,9	98,9	1,1	1,1
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Valore medio provinciale	102,5	101,9	101,9	0,5	0,5

n.r. = dato non rilevato per assenza di punti vendita con superficie maggiore o uguale a 400 mq o per assenza di punti vendita della tipologia "Ipermercati".

Tab. 2.11 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo, per categoria di paniere e per ambito territoriale POIC della provincia di Modena dalla ambito territoriale con media di prezzo più contenuto e dalla media provinciale. Periodo 3/07 - 24/07 2022

Classe di ampiezza	Scostamento medio dalla tipologia di punti vendita più conveniente per tipo di costo			Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo		
	Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Grandi Marche						
Unione Area Nord	6,2	5,3	4,8	4,3	3,5	3,2
Terre D'Argine	0,0	0,0	0,0	-1,8	-1,7	-1,6
Modena	0,0	0,6	0,5	-1,8	-1,1	-1,1
Comuni del Sorbara	2,7	2,6	2,5	0,8	0,9	0,9
Frignano	5,1	4,6	5,0	3,2	2,8	3,3
Terre dei Castelli	2,7	1,4	1,0	0,8	-0,3	-0,7
Distretto Ceramico	2,8	2,3	2,4	0,9	0,6	0,7
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.
Scostamento medio provinciale	1,8	1,7	1,6	0,0	0,0	0,0
Private Label						
Unione Area Nord	1,7	1,7	0,8	0,2	0,3	-0,4
Terre D'Argine	0,7	0,8	0,6	-0,8	-0,7	-0,6
Modena	0,0	0,0	0,0	-1,5	-1,4	-1,2
Comuni del Sorbara	0,3	0,2	0,2	-1,2	-1,2	-1,1
Frignano	3,5	2,7	2,8	2,1	1,3	1,6
Terre dei Castelli	3,4	3,5	3,5	2,0	2,1	2,4
Distretto Ceramico	3,9	3,8	3,4	2,6	2,4	2,2
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.
Scostamento medio provinciale	6,2	6,3	6,5	0,0	0,0	0,0
Primi Prezzi						
Unione Area Nord	8,2	8,2	8,1	2,7	2,8	2,6
Terre D'Argine	0,0	0,0	0,0	-5,1	-5,1	-5,1
Modena	5,5	5,6	5,7	0,1	0,2	0,3
Comuni del Sorbara	6,6	6,4	6,5	1,2	1,0	1,1
Frignano	13,7	13,0	13,2	7,9	7,3	7,4
Terre dei Castelli	6,8	6,9	7,1	1,3	1,5	1,6
Distretto Ceramico	5,9	5,8	5,9	0,5	0,4	0,4
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.
Scostamento medio provinciale	5,4	5,3	5,4	0,0	0,0	0,0
Prodotti Freschi						
Unione Area Nord	1,2	1,8	1,8	-1,2	-1,3	-1,3
Terre D'Argine	0,2	0,6	0,6	-2,2	-2,4	-2,4
Modena	5,5	6,7	6,7	2,9	3,4	3,4
Comuni del Sorbara	5,2	6,5	6,5	2,7	3,2	3,2
Frignano	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.
Terre dei Castelli	4,3	5,5	5,5	1,8	2,3	2,3
Distretto Ceramico	0,0	0,0	0,0	-2,4	-3,0	-3,0
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.
Scostamento medio provinciale	2,5	3,1	3,1	0,0	0,0	0,0

n.c. = dato calcolabile. Valori non rilevati

2.3 — Costo del paniere “Grandi Marche” per Catena Commerciale e Punto Vendita

I prodotti “Grandi Marche” rilevati, negli Ipermercati, Supermercati e negozi On-Line, sono complessivamente 85 referenze, di cui, ai fini dell’analisi comparativa, sono stati validati 84 prodotti. Ciascuna referenza è presente in almeno 39 punti vendita dei 43 campionati. In ciascun punto vendita sono assenti al più 7 referenze.

Il paniere dei prodotti “Grandi Marche” validati è così composto:

Tab. 2.12 — Paniere rilevato prodotti “Grandi Marche” per sottoclasse di prodotti.

Categoria e n° prodotti		Categoria e n° prodotti	
Acque minerali	1	Latte fresco	1
Alcolici e liquori	3	Margarina e altri grassi vegetali	1
Altri oli alimentari	2	Olio di oliva	1
Altri pesci e frutti di mare conservati o lavorati	2	Pasta secca, pasta fresca e preparati di pasta	1
Altri preparati a base di carne	2	Patate	1
Altri preparati alimentari n.a.c.	1	Patatine fritte	1
Altri prodotti a base di cereali	1	Pesce fresco, refrigerato o surgelato	1
Altri prodotti a base di latte	1	Riso	1
Altri prodotti di panetteria	1	Sale, spezie ed erbe aromatiche	1
Altri prodotti di panetteria e pasticceria	1	Salse, condimenti e spezie	3
Bevande analcoliche	3	Succhi di frutta e verdura	1
Birre lager	2	Tè	1
Burro	1	Vegetali freschi o refrigerati diversi da patate	1
Cacao e cioccolato in polvere	1	Vegetali secchi, altri veg trasformati o conservati	6
Caffè	2	Vegetali surgelati	2
Cioccolato	1	Vini da uve	1
Confetture, marmellate e miele	2	Yougurt	1
Farina ed altri cereali	2	Zucchero	1
Formaggi e latticini	5	Prodotti per la pulizia e manutenzione della casa	2
Frutta secca	1	Altri articoli non durevoli per la casa	3
Frutta surgelata, conserve di frutta e prodotti a base di frutta	2	Articoli per l'igiene personale	1
Gelati	2	Prodotti sanitari	2
Latte conservato	1		
Totale referenze “Grandi Marche” validate:		84	

Per acquistare gli 84 prodotti “Grandi Marche” costituenti il paniere analizzato si spende mediamente 235,87 euro **(+8,9% rispetto a luglio 2021)**. La % di sconto media, valida per tutte le categorie di consumatori, è pari al 1,4% mentre la % di sconto riservata ai possessori di fidelity card o carta socio è pari al 1,9%.

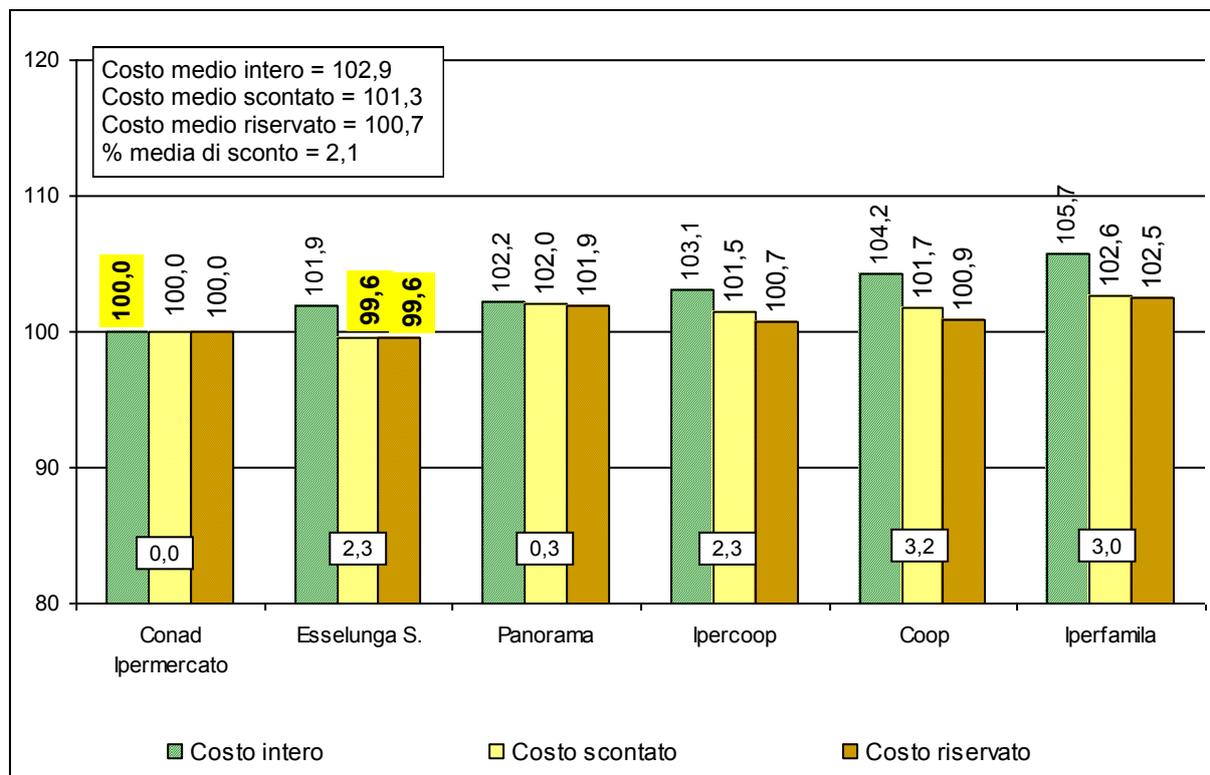
Nella categoria degli Ipermercati, tutte le insegne, presentano scostamenti del livello dei costi dei prezzi praticati contenuti entro i tre punti percentuali.

Tra i supermercati le insegne più convenienti risultano essere Conad per il prezzo “intero” ed Esselunga per il prezzo “scontato”, ossia il prezzo effettivamente praticato e valido per tutte le categorie di consumatori.

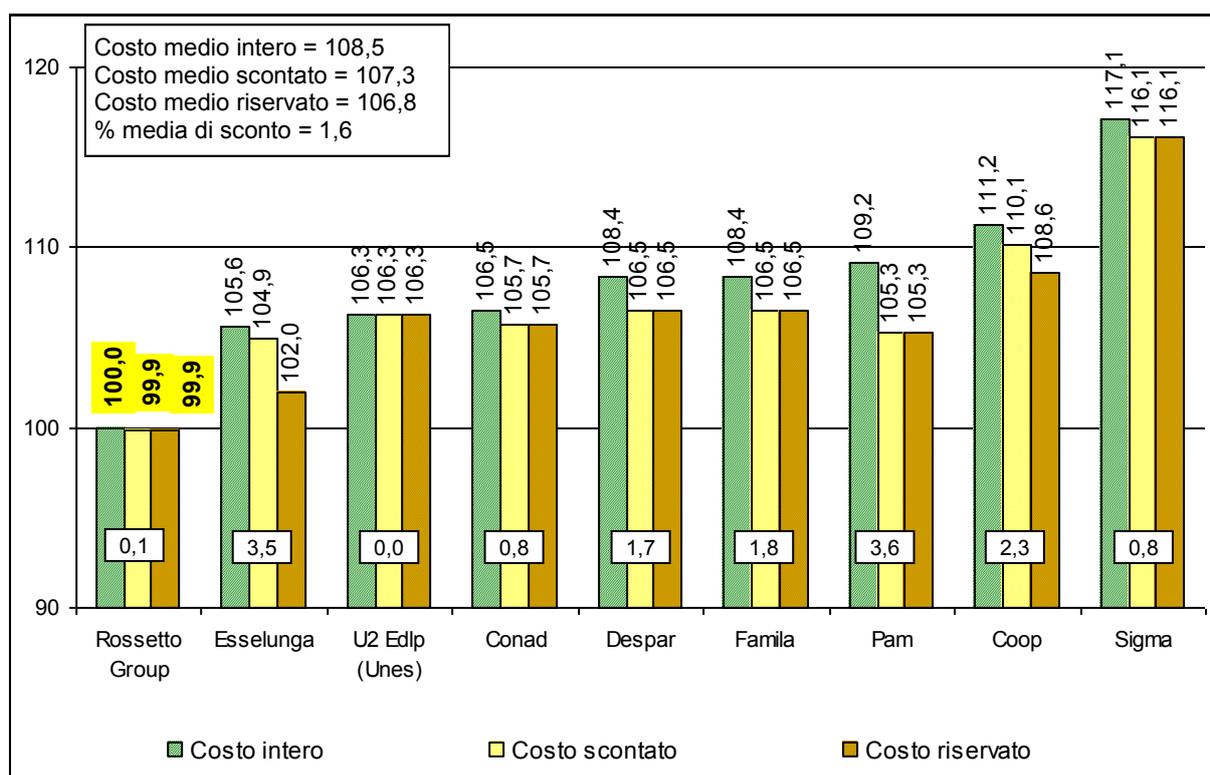
Mentre nella categoria dei Supermercati la catena più competitiva risulta essere Super Rossetto, rappresentato da un unico punto vendita con sede a Fiorano Modenese. In questo caso il risparmio medio, rispetto al costo (scontato) medio provinciale è del 7,8%.

Il punto vendita in cui si rileva lo scontrino con il costo più contenuto è appunto il negozio Super Rossetto di Fiorano Modenese (località Spezzano) che nell’insieme dei punti vendita campionati permette di realizzare un risparmio medio, rispetto al costo medio provinciale, pari al 6,9%.

Graf. 2.1 — Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto del costo riservato sul costo intero, per l'acquisto del paniere **Grandi Marche** nelle catene distributive aggregate per insegna, rilevato negli **iper-mercati** con sede nel territorio della provincia di Modena. Costo base = minimo costo intero. Periodo 3/07 - 24/07 2022



Graf. 2.2 — Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto del costo riservato sul costo intero, per l'acquisto del paniere **Grandi Marche** nelle catene distributive aggregate per insegna, rilevato nei **super-mercati** con sede nel territorio della provincia di Modena. Costo base = minimo costo intero. Periodo 3/07 - 24/07 2022



Tab. 2.13 — Scostamenti % medi dai costi per tipo di costo e, per l'acquisto del paniere **Grandi Marche**, dall'insegna più conveniente e dalla media provinciale, per tipologia di punto vendita.
Periodo 3/07 - 24/07 2022.

Insegna	Scostamento medio dall'insegna più conveniente per tipo di costo			Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo		
	Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Ipermercati						
Conad Ipermercato	0,0	0,4	0,4	-2,8	-1,3	-0,8
Esselunga S.	1,9	0,0	0,0	-1,0	-1,7	-1,2
Panorama	2,2	2,4	2,3	-0,7	0,7	1,1
Ipercoop	3,1	1,9	1,2	0,2	0,2	0,0
Coop	4,2	2,1	1,3	1,2	0,4	0,1
Iperfamila	5,7	3,1	3,0	2,7	1,3	1,8
Scostamento medio provinciale	2,9	1,7	1,2	0,0	0,0	0,0
Supermercati						
Rossetto Group	0,0	0,0	0,0	-7,8	-6,9	-6,5
Esselunga	5,6	5,0	2,1	-2,6	-2,2	-4,5
U2 Edlp (Unes)	6,3	6,4	6,4	-2,0	-0,9	-0,5
Conad	6,5	5,8	5,8	-1,8	-1,4	-1,0
Despar	8,4	6,6	6,6	-0,1	-0,7	-0,2
Famila	8,4	6,6	6,6	-0,1	-0,7	-0,3
Pam	9,2	5,4	5,4	0,6	-1,8	-1,4
Coop	11,2	10,3	8,7	2,4	2,7	1,7
Sigma	17,1	16,3	16,3	7,9	8,3	8,8
Scostamento medio provinciale	8,5	7,4	6,9	0,0	0,0	0,0

Tab. 2.14 — Costo indice per l'acquisto del paniere **Grandi Marche** e % di sconto del costo scontato e riservato rispetto al costo intero, nei supermercati ed ipermercati campionati con sede nel territorio della provincia di Modena. Costo base = minimo costo intero. Periodo 3/07 - 24/07 2022.

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Costo			% di sconto	
			Intero	Scontato	Riservato	Scon/ intero	Riser/ Intero
Rossetto Group	Via Statale (Loc. Spezzano),	Fiorano M.	100,0	99,9	99,9	0,1	0,1
Conad	Via Emilia O., 621	Modena	101,3	101,2	101,2	0,1	0,1
Conad	Via C. Marx, 99	Carpi	102,8	101,8	101,8	1,0	1,0
Conad Iperm.	Strada Morane, 500	Modena	103,2	103,1	103,1	0,0	0,0
Conad	Via Rodari, 160	Marano S/P	103,4	102,6	102,6	0,8	0,8
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	103,5	102,5	102,1	1,0	1,4
Conad	Via Libertà, 5	Mirandola	103,7	102,9	102,9	0,8	0,8
Ipercoop	Via Emilia O., 1480	Modena	104,3	103,4	102,7	0,8	1,5
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	104,4	103,2	102,8	1,2	1,6
Esselunga S.	Via Modena Carpi, 250	Soliera	104,6	102,8	102,8	1,8	1,8
Conad	Via L. Da Vinci, 2	Castelfranco E.	104,7	103,5	103,5	1,1	1,1
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	105,5	105,2	105,1	0,2	0,3
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	105,6	103,6	103,6	1,9	1,9
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo n.F.	105,6	104,7	104,7	0,9	0,9
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	105,6	104,9	102,0	0,7	3,5
Esselunga S.	Via Circonv.ne N/E, 231/249	Sassuolo	105,8	102,6	102,6	3,0	3,0
Despar	Tang.le B. Losi	Carpi	106,1	103,9	103,9	2,1	2,1
U2 Edlp (Unes)	Via Allegri, 179	Modena	106,3	106,3	106,3	0,0	0,0
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	106,4	104,0	104,0	2,2	2,2
Coop	Via di Mezzo, 142	Vignola	106,7	103,1	102,1	3,4	4,3
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	107,8	105,2	104,1	2,4	3,4
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	107,9	106,3	105,8	1,5	2,0
Iperfamila	Circ.le S. Francesco, 134	Fiorano M.	109,0	105,9	105,8	2,9	3,0
Pam	Via Falcone e Borsellino, 94	Vignola	109,2	105,3	105,3	3,6	3,6
Coop	Via C. Sigonio, 15	Carpi	109,6	108,4	106,8	1,1	2,6
Coop	Via Giardini, 474 A	Modena	109,6	108,5	106,9	1,0	2,4
Famila	Via Giardini Nord	Pavullo n.F.	109,8	106,2	106,2	3,3	3,3
Coop	P.zza A. Bianchini, 6	Spilamberto	110,9	109,7	107,7	1,1	2,9
Famila	Via della Repubblica	San Felice S/P	111,1	110,5	110,5	0,5	0,5
Coop	Via Alpi, 15	Nonantola	111,3	110,9	109,3	0,3	1,8
Coop	Via C. Zoldi, 138-D	Novi di M.	111,3	109,7	107,7	1,4	3,2
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	111,6	108,1	106,6	3,2	4,5
Hey Conad		On-Line	112,2	112,1	111,5	0,1	0,6
Despar	Via S. Cabassi, 41	Modena	112,2	110,9	110,9	1,1	1,1
Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	Formigine	112,9	110,0	108,9	2,6	3,6
Esselunga a casa		On-Line	113,2	111,3	110,1	1,7	2,7
Coop-online		On-Line	114,5	114,0	111,9	0,4	2,2
Coop	P.le M. Polo, 1	San Felice S/P	115,1	114,5	114,3	0,6	0,7
Sigma	Via Circonvallazione, 111	Mirandola	115,7	114,9	114,9	0,6	0,6
Conad	Via C. Treves, 54	Formigine	116,1	115,3	115,3	0,7	0,7
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo n.F.	117,5	116,3	116,3	1,0	1,0
Sigma	Via Nobili, 91-C	Modena	117,8	117,0	117,0	0,7	0,7
Valore medio provinciale			107,4	105,9	105,3	1,4	1,9

Tab. 2.15 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo, per l'acquisto del paniere **Grandi Marche**, dal punto vendita più conveniente e dalla media provinciale, per punto vendita. Periodo 3/07 - 24/07 2022.

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Scostamento medio dal P.V più conveniente per tipo di costo			Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo		
			Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Rossetto Group	Via Statale (Loc. Spezzano),	Fiorano M.	0,0	0,0	0,0	-6,9	-5,7	-5,2
Conad	Via Emilia O., 621	Modena	1,3	1,3	1,3	-5,7	-4,4	-3,9
Conad	Via C. Marx, 99	Carpi	2,8	1,9	1,9	-4,3	-3,8	-3,3
Conad Ipermercato	Strada Morane, 500	Modena	3,2	3,3	3,3	-4,0	-2,6	-2,1
Conad	Via Rodari, 160	Marano S/P	3,4	2,7	2,7	-3,8	-3,1	-2,6
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	3,5	2,6	2,2	-3,6	-3,2	-3,1
Conad	Via Libertà, 5	Mirandola	3,7	3,0	3,0	-3,4	-2,9	-2,3
Ipercoop	Via Emilia O., 1480	Modena	4,3	3,6	2,8	-2,9	-2,3	-2,5
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	4,4	3,3	2,9	-2,8	-2,6	-2,4
Esselunga S.	Via Modena Carpi, 250	Soliera	4,6	2,9	2,9	-2,6	-3,0	-2,4
Conad	Via L. Da Vinci, 2	Castelfranco E.	4,7	3,6	3,6	-2,6	-2,3	-1,8
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	5,5	5,3	5,2	-1,8	-0,6	-0,2
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	5,6	3,7	3,7	-1,7	-2,2	-1,6
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo n.F.	5,6	4,8	4,8	-1,7	-1,2	-0,6
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	5,6	5,0	2,1	-1,6	-0,9	-3,2
Esselunga S.	Via Circonv.ne N/E, 231/249	Sassuolo	5,8	2,8	2,8	-1,5	-3,1	-2,5
Despar	Tang.le B. Losi	Carpi	6,1	4,0	4,0	-1,2	-1,9	-1,4
U2 Edlp (Unes)	Via Allegri, 179	Modena	6,3	6,4	6,4	-1,0	0,4	0,9
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	6,4	4,2	4,2	-1,0	-1,8	-1,2
Coop	Via di Mezzo, 142	Vignola	6,7	3,2	2,3	-0,7	-2,7	-3,0
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	7,8	5,3	4,2	0,3	-0,7	-1,1
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	7,9	6,4	5,9	0,5	0,4	0,4
Iperfamila	Circ.le S. Francesco, 134	Fiorano M.	9,0	6,0	5,9	1,5	0,0	0,4
Pam	Via Falcone e Borsellino, 94	Vignola	9,2	5,4	5,4	1,7	-0,6	0,0
Coop	Via C. Sigonio, 15	Carpi	9,6	8,5	6,9	2,0	2,4	1,4
Coop	Via Giardini, 474 A	Modena	9,6	8,6	7,0	2,0	2,4	1,5
Famila	Via Giardini Nord	Pavullo n.F.	9,8	6,4	6,4	2,3	0,3	0,9
Coop	P.zza A. Bianchini, 6	Spilamberto	10,9	9,8	7,8	3,2	3,6	2,2
Famila	Via della Repubblica	San Felice S/P	11,1	10,6	10,6	3,4	4,3	4,9
Coop	Via Alpi, 15	Nonantola	11,3	11,1	9,4	3,6	4,8	3,8
Coop	Via C. Zoldi, 138-D	Novi di M.	11,3	9,9	7,9	3,7	3,6	2,3
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	11,6	8,2	6,7	3,9	2,1	1,2
Hey Conad		On-Line	12,2	12,2	11,7	4,4	5,8	5,9
Despar	Via S. Cabassi, 41	Modena	12,2	11,0	11,0	4,4	4,7	5,3
Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	Formigine	12,9	10,1	9,0	5,1	3,8	3,4
Esselunga a casa		On-Line	13,2	11,4	10,2	5,4	5,1	4,5
Coop-online		On-Line	14,5	14,1	12,1	6,6	7,6	6,3
Coop	P.le M. Polo, 1	San Felice S/P	15,1	14,6	14,4	7,2	8,1	8,5
Sigma	Via Circonvallazione, 111	Mirandola	15,7	15,1	15,1	7,7	8,5	9,1
Conad	Via C. Treves, 54	Formigine	16,1	15,4	15,4	8,1	8,9	9,5
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo n.F.	17,5	16,4	16,4	9,4	9,8	10,4
Sigma	Via Nobili, 91-C	Modena	17,8	17,1	17,1	9,7	10,5	11,1
Scostamento medio provinciale			7,4	6,0	5,4	0,0	0,0	0,0

Tab. 2.16 — Differenziale % tra costi indici massimi e minimi, per tipo di costo, per l'acquisto dei panieri **Grandi Marche**, per tipo di punto vendita e singolo punto vendita. . Periodo 2009-2022.

Anno	Differenziale % sui prezzi		
	Intero	Scontato	Riservato
Insegne — Ipermercati			
2009	11,7	11,2	12,2
2010	11,8	9,6	9,9
2011	10,8	9,0	10,1
2012	9,1	8,3	10,2
2013	6,6	7,3	8,5
2014	3,7	3,7	3,6
2015	3,8	7,2	6,3
2016	11,7	9,3	10,2
2017	12,8	9,0	9,0
2018	7,7	9,2	5,9
2019	5,7	5,3	6,7
2020	5,0	8,4	9,2
2021	4,4	4,1	6,2
2022	5,7	3,1	3,0
Insegne — Supermercati			
2009	21,8	20,3	21,3
2010	18,9	17,7	17,7
2011	21,8	20,9	22,2
2012	17,2	14,7	15,5
2013	19,9	22,5	22,3
2014	15,4	14,1	14,6
2015	15,6	18,0	19,4
2016	24,3	20,0	20,0
2017	23,6	23,4	23,4
2018	14,4	16,4	15,7
2019	20,0	18,3	16,8
2020	14,6	11,4	10,0
2021	18,0	15,9	15,4
2022	17,1	16,3	16,3
Singoli punti vendita			
2009	24,4	24,0	28,2
2010	20,4	19,9	20,2
2011	26,2	25,9	26,2
2012	28,4	24,6	26,8
2013	19,9	22,5	22,3
2014	15,6	15,5	17,0
2015	16,0	20,1	20,0
2016	23,8	23,8	23,8
2017	27,4	25,4	28,3
2018	16,8	16,4	15,7
2019	21,6	23,0	22,6
2020	13,2	12,5	10,5
2021	19,5	18,9	18,9
2022	17,8	17,1	17,1

2.4 — Costo del paniere “Private Label” per Catena Commerciale e Punto Vendita

I prodotti “Private Label” rilevati, negli Ipermercati, Supermercati e negozi On-Line, sono complessivamente 80 referenze, di cui 77 validati ai fini della comparazione del presente carrello.

Ciascuna referenza è presente in almeno 36 dei 42 punti vendita campionati. Fatta eccezione per il punto vendita Super Rossetto, in ogni altro negozio sono assenti al più 6 referenze. Per contro Super Rossetto presenta una limitata disponibilità di prodotti “Private Label” pari a 12 unità rispetto alle 77 validate, pertanto il punto vendita SuperRossetto non rientra nell’analisi dati della dimensione prezzi “Private Label”.

Il paniere dei prodotti “Private Label” validati è così composto:

Tab. 2.17— Paniere rilevato prodotti “Private Label” per categoria merceologia.

Categoria e n° prodotti		Categoria e n° prodotti	
Acque minerali	1	Margarina e altri grassi vegetali	2
Altri oli alimentari	2	Olio di oliva	1
Altri pesci e frutti di mare conservati o lavorati	2	Pasta secca, pasta fresca e preparati di pasta	1
Altri preparati alimentari n.a.c.	2	Patate	1
Altri prodotti a base di cereali	1	Patatine fritte	1
Altri prodotti a base di latte	1	Pesce fresco, refrigerato o surgelato	1
Altri prodotti di panetteria	1	Riso	1
Altri prodotti di panetteria e pasticceria	6	Sale, spezie ed erbe aromatiche	1
Bevande analcoliche	3	Salse, condimenti e spezie	3
Burro	1	Succhi di frutta e verdura	1
Cacao e cioccolato in polvere	1	Tè	1
Caffè	2	Uova	1
Cioccolato	1	Vegetali freschi o refrigerati diversi da patate	1
Confetture, marmellate e miele	2	Vegetali secchi, altri veg trasform. O conservati	6
Farina ed altri cereali	2	Vegetali surgelati	2
Formaggi e latticini	5	Vini da uve	1
Frutta secca	1	Yougurt	1
Frutta surg, cons di frutta e prod a base di frut	2	Prodotti per la pulizia e manutenz. della casa	2
Gelati	2	Altri articoli non durevoli per la casa	2
Latte conservato	1	Articoli per l'igiene personale	5
Latte fresco	1	Prodotti sanitari	2
Totale referenze “Private Label” validate			77

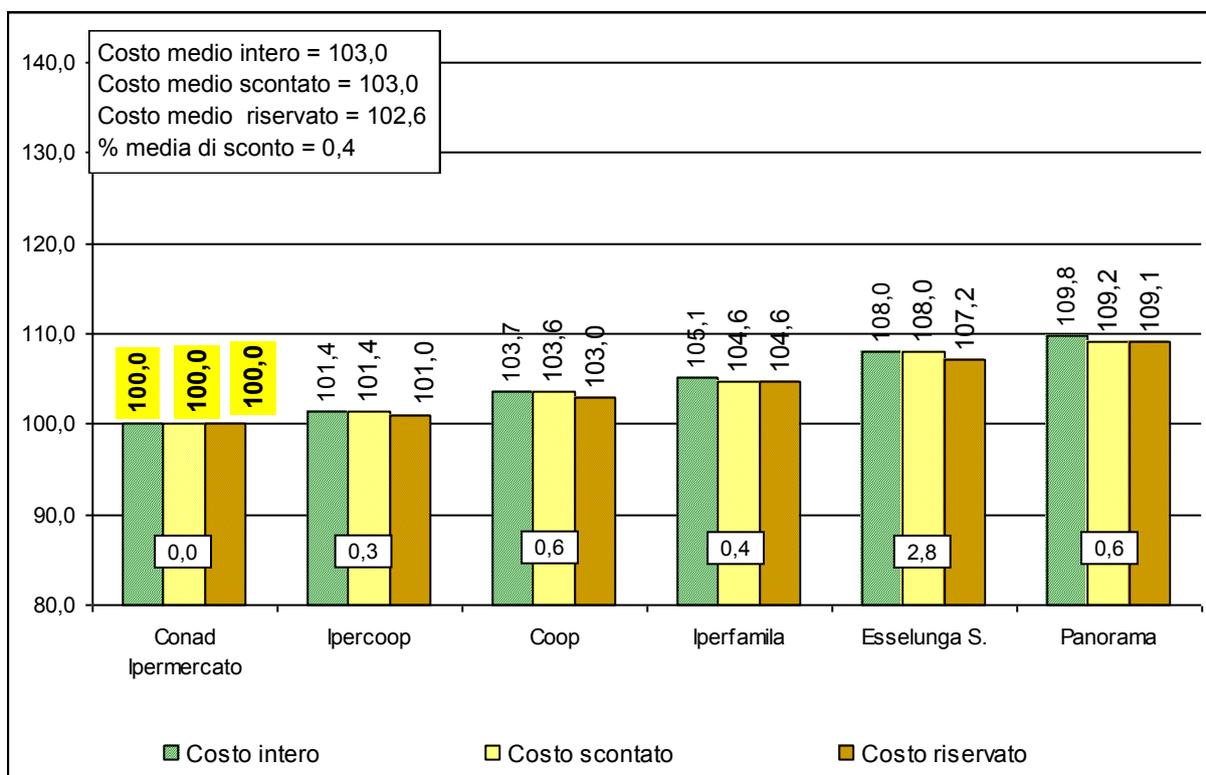
Per acquistare gli 80 prodotti “Private Label”, ossia i prodotti a marchio della catena commerciale, costituenti il paniere analizzato si spende mediamente 137,10 euro **(+13,8% rispetto a luglio 2021)**. La % di sconto media, valida per tutte le categorie di consumatori, è pari allo 0,1%.

L’insegna distributiva più conveniente per l’acquisto, a prezzo pieno, del paniere costituito da 64 prodotti “Private Label”, è Conad, nell’ambito della tipologia dei punti vendita Ipermercati, ed Unes nella categoria dei Supermercati.

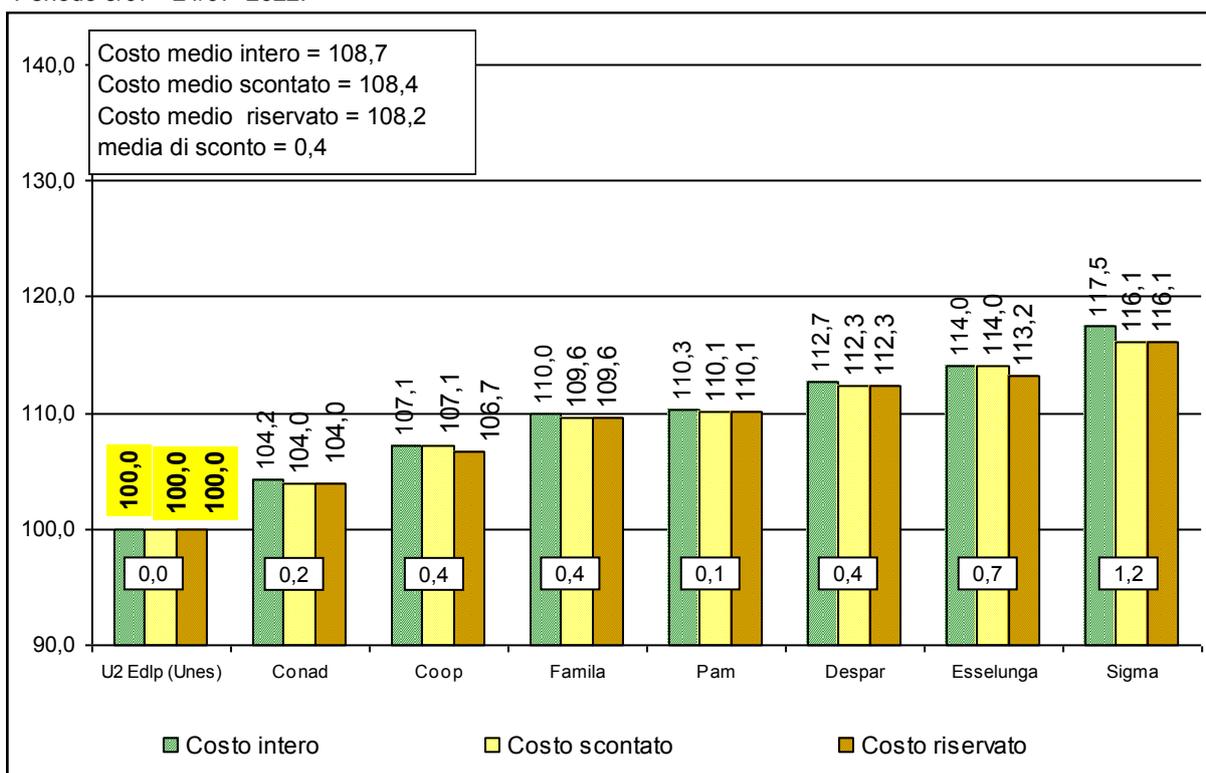
Gli scostamenti, espressi in termini % di Conad ed Unes rispetto al costo medio scontato provinciale e nell’ambito delle rispettive categorie, sono pari -2,9% e -8,0% rispettivamente.

Il punto vendita in cui risulta uno scontrino con importo più contenuto è vendita Unes di Modena in cui si registra un costo medio inferiore di oltre sette punti percentuali rispetto al costo medio provinciale.

Graf. 2.3 — Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto del costo riservato sul costo intero, per l'acquisto del paniere **Private Label** nelle catene distributive aggregate per insegna rilevato negli **Ipermercati** con sede nel territorio della provincia di Modena. Costo base = minimo costo intero. Periodo 3/07 - 24/07 2022.



Graf. 2.4 — Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto del costo riservato sul costo intero, per l'acquisto del paniere **Private Label** nelle catene distributive aggregate per insegna rilevato nei **Supermercati** con sede nel territorio della provincia di Modena. Costo base = minimo costo intero. Periodo 3/07 - 24/07 2022.



Tab. 2.18 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo e, per l'acquisto del paniere "**Private Label**", dall'insegna più conveniente e dalla media provinciale, per tipologia di punto vendita.
Periodo 3/07 - 24/07 2022.

Insegna	Scostamento medio dall'insegna più conveniente per tipo di costo			Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo		
	Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Ipermercati						
Conad Ipermercato	0,0	0,0	0,0	-2,9	-2,9	-2,5
Ipercoop	1,4	1,4	1,0	-1,6	-1,5	-1,5
Coop	3,7	3,6	3,0	0,6	0,7	0,4
Iperfamila	5,1	4,6	4,6	2,0	1,6	2,0
Esselunga S.	8,0	8,0	7,2	4,8	4,9	4,4
Panorama	9,8	9,2	9,1	6,6	6,1	6,4
Scostamento medio provinciale	3,0	3,0	2,6	0,0	0,0	0,0
Supermercati						
U2 Edlp (Unes)	0,0	0,0	0,0	-8,0	-7,7	-7,6
Conad	4,2	4,0	4,0	-4,1	-4,0	-3,9
Coop	7,1	7,1	6,7	-1,4	-1,2	-1,4
Famila	10,0	9,6	9,6	1,2	1,1	1,2
Pam	10,3	10,1	10,1	1,5	1,6	1,7
Despar	12,7	12,3	12,3	3,7	3,6	3,7
Esselunga	14,0	14,0	13,2	4,9	5,2	4,6
Sigma	17,5	16,1	16,1	8,2	7,2	7,3
Scostamento medio provinciale	8,7	8,4	8,2	0,0	0,0	0,0

Tab. 2.19 — Costo indice per l'acquisto del paniere **Private Label** e % di sconto del costo scontato e riservato rispetto al costo intero, nei Supermercati ed Ipermercati campionati con sede nel territorio della provincia di Modena. Costo base = minimo costo intero. Periodo 3/07 - 24/07 2022

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Costo			% di sconto	
			Intero	Scontato	Riservato	Scon/ intero	Riser/ Intero
U2 Edlp (Unes)	Via Allegri, 179	Modena	100,0	100,0	100,0	0,0	0,0
Coop-online		On-Line	101,9	101,9	101,9	0,0	0,0
Conad	Via L. Da Vinci, 2	Castelfranco E.	103,0	103,0	103,0	0,0	0,0
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	103,2	103,2	103,2	0,0	0,0
Conad	Via C. Marx, 99	Carpi	103,4	103,4	103,4	0,0	0,0
Conad	Via Emilia O., 621	Modena	103,4	103,4	103,4	0,0	0,0
Hey Conad		On-Line	104,0	104,0	104,0	0,0	0,0
Conad	Via Rodari, 160	Marano S/P	104,1	104,1	104,1	0,0	0,0
Conad Ipermercato	Strada Morane, 500	Modena	104,3	104,3	104,3	0,0	0,0
Coop	Via C. Sigonio, 15	Carpi	104,6	104,6	104,6	0,0	0,0
Conad	Via Libertà, 5	Mirandola	104,7	104,7	104,7	0,0	0,0
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	104,9	104,9	104,9	0,0	0,0
Conad	Via C. Treves, 54	Formigine	104,9	104,6	104,6	0,3	0,3
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo n.F.	105,3	104,7	104,7	0,6	0,6
Despar	Via S. Cabassi, 41	Modena	105,8	104,6	104,6	1,1	1,1
Coop	Via Giardini, 474 A	Modena	105,9	105,9	105,9	0,0	0,0
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	105,9	105,9	105,9	0,1	0,1
Coop	Via C. Zoldi, 138-D	Novi di M.	106,1	106,1	105,3	0,0	0,8
Ipercoop	Via Emilia O., 1480	Modena	106,6	106,6	106,6	0,0	0,0
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	106,7	106,7	105,2	0,0	1,4
Coop	P.le M. Polo, 1	San Felice S/P	107,0	107,0	106,0	0,1	1,0
Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	Formigine	107,1	107,0	106,4	0,1	0,6
Famila	Via Giardini Nord	Pavullo n.F.	107,4	106,8	106,8	0,5	0,5
Coop	Via Alpi, 15	Nonantola	107,9	107,9	107,3	0,0	0,5
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	108,9	108,8	107,0	0,1	1,7
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	109,4	108,8	108,8	0,5	0,5
Iperfamila	Circ.le S. Francesco, 134	Fiorano M.	109,6	109,1	109,1	0,4	0,4
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	110,1	109,5	109,5	0,5	0,5
Pam	Via Falcone e Borsellino, 94	Vignola	110,3	110,1	110,1	0,1	0,1
Coop	Via di Mezzo, 142	Vignola	110,8	110,7	110,7	0,1	0,1
Coop	P.zza A. Bianchini, 6	Spilamberto	111,1	111,1	111,1	0,0	0,0
Esselunga S.	Via Modena Carpi, 250	Soliera	111,1	111,1	110,3	0,0	0,7
Famila	Via della Repubblica	San Felice S/P	112,0	111,9	111,9	0,1	0,1
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	114,0	114,0	113,2	0,0	0,7
Esselunga S.	Via Circonv.ne N/E, 231/249	Sassuolo	114,3	114,3	113,4	0,0	0,8
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	114,5	113,9	113,8	0,5	0,6
Sigma	Via Circonvallazione, 111	Mirandola	115,4	114,9	114,9	0,4	0,4
Esselunga a casa		On-Line	115,6	115,6	114,9	0,0	0,7
Sigma	Via Nobili, 91-C	Modena	115,6	114,4	114,4	1,1	1,1
Despar	Tang.le B. Losi	Carpi	116,9	116,9	116,9	0,0	0,0
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo n.F.	120,3	118,2	118,2	1,8	1,8
Valore medio provinciale			107,8	107,7	107,4	0,1	0,4

Tab. 2.20 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo, per l'acquisto del paniere **Private Label**, dal punto vendita più conveniente e dalla media provinciale, per punto vendita. Periodo 3/07 - 24/07 2022

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Scostamento medio dal P.V. più conveniente per tipo di costo			Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo		
			Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
U2 Edlp (Unes)	Via Allegri, 179	Modena	0,0	0,0	0,0	-7,2	-7,1	-6,9
Coop-online		On-Line	1,9	1,9	1,9	-5,5	-5,3	-5,1
Conad	Via L. Da Vinci, 2	Castelfranco E.	3,0	3,0	3,0	-4,5	-4,4	-4,1
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	3,2	3,2	3,2	-4,3	-4,2	-3,9
Conad	Via C. Marx, 99	Carpi	3,4	3,4	3,4	-4,1	-4,0	-3,7
Conad	Via Emilia O., 621	Modena	3,4	3,4	3,4	-4,0	-3,9	-3,6
Hey Conad		On-Line	4,0	4,0	4,0	-3,5	-3,4	-3,1
Conad	Via Rodari, 160	Marano S/P	4,1	4,1	4,1	-3,4	-3,3	-3,0
Conad Ipermerc.	Strada Morane, 500	Modena	4,3	4,3	4,3	-3,2	-3,1	-2,9
Coop	Via C. Sigonio, 15	Carpi	4,6	4,6	4,6	-2,9	-2,8	-2,6
Conad	Via Libertà, 5	Mirandola	4,7	4,7	4,7	-2,8	-2,7	-2,4
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	4,9	4,9	4,9	-2,7	-2,6	-2,3
Conad	Via C. Treves, 54	Formigine	4,9	4,6	4,6	-2,7	-2,9	-2,6
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo n.F.	5,3	4,7	4,7	-2,3	-2,8	-2,5
Despar	Via S. Cabassi, 41	Modena	5,8	4,6	4,6	-1,9	-2,8	-2,6
Coop	Via Giardini, 474 A	Modena	5,9	5,9	5,9	-1,8	-1,6	-1,4
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	5,9	5,9	5,9	-1,7	-1,7	-1,4
Coop	Via C. Zoldi, 138-D	Novi di M.	6,1	6,1	5,3	-1,5	-1,4	-2,0
Ipercoop	Via Emilia O., 1480	Modena	6,6	6,6	6,6	-1,1	-0,9	-0,7
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	6,7	6,7	5,2	-1,0	-0,8	-2,0
Coop	P.le M. Polo, 1	San Felice S/P	7,0	7,0	6,0	-0,7	-0,6	-1,3
Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	Formigine	7,1	7,0	6,4	-0,7	-0,6	-0,9
Famila	Via Giardini Nord	Pavullo n.F.	7,4	6,8	6,8	-0,4	-0,8	-0,5
Coop	Via Alpi, 15	Nonantola	7,9	7,9	7,3	0,1	0,2	-0,1
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	8,9	8,8	7,0	1,0	1,1	-0,3
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	9,4	8,8	8,8	1,5	1,1	1,4
Iperfamila	Circ.le S. Francesco, 134	Fiorano M.	9,6	9,1	9,1	1,6	1,4	1,7
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	10,1	9,5	9,5	2,2	1,8	2,0
Pam	Via Falcone e Borsellino, 94	Vignola	10,3	10,1	10,1	2,3	2,3	2,6
Coop	Via di Mezzo, 142	Vignola	10,8	10,7	10,7	2,8	2,8	3,1
Coop	P.zza A. Bianchini, 6	Spilamberto	11,1	11,1	11,1	3,1	3,2	3,5
Esselunga S.	Via Modena Carpi, 250	Soliera	11,1	11,1	10,3	3,1	3,2	2,8
Famila	Via della Repubblica	San Felice S/P	12,0	11,9	11,9	3,9	3,9	4,2
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	14,0	14,0	13,2	5,8	5,9	5,5
Esselunga S.	Via Circonv.ne N/E, 231/249	Sassuolo	14,3	14,3	13,4	6,1	6,2	5,6
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	14,5	13,9	13,8	6,2	5,8	6,0
Sigma	Via Circonvallazione, 111	Mirandola	15,4	14,9	14,9	7,0	6,8	7,0
Esselunga a casa		On-Line	15,6	15,6	14,9	7,3	7,4	7,0
Sigma	Via Nobili, 91-C	Modena	15,6	14,4	14,4	7,3	6,3	6,6
Despar	Tang.le B. Losi	Carpi	16,9	16,9	16,9	8,5	8,6	8,9
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo n.F.	20,3	18,2	18,2	11,6	9,8	10,1
Scostamento medio provinciale			7,8	7,7	7,4	0,0	0,0	0,0

Tab. 2.21 — Differenziale % tra costi indici massimi e minimi, per tipo di costo, per l'acquisto dei panieri **Private Label**, per tipo di punto vendita e singolo punto vendita. Periodo 2009 — 2022.

Anno	Differenziale % sui prezzi		
	Intero	Scontato	Riservato
Insegne di Ipermercati			
2009	6,3	5,4	6,2
2010	7,7	7,7	7,8
2011	10,9	7,9	7,9
2012	3,5	12,3	10,2
2013	8,1	13,2	12,5
2014	4,7	9,6	8,9
2015	12,2	12,0	14,7
2016	20,8	20,3	20,3
2017	15,1	13,8	13,8
2018	12,9	13,0	13,0
2019	13,9	14,4	14,4
2020	12,5	12,9	12,0
2021	12,6	12,2	12,7
2022	9,8	9,2	9,1
Insegne di Supermercati			
2009	15,5	15,5	15,5
2010	10,3	8,6	8,6
2011	14,6	14,5	14,9
2012	18,1	19,0	19,0
2013	16,6	17,4	17,4
2014	18,2	17,4	18,8
2015	24,2	23,5	23,5
2016	30,8	27,3	26,3
2017	31,3	27,7	27,7
2018	27,7	25,6	25,6
2019	23,7	22,2	19,3
2020	22,4	22,4	22,5
2021	20,7	20,6	20,6
2022	17,5	16,1	16,1
Singoli punti vendita			
2009	18,1	20,0	19,9
2010	17,5	18,0	18,1
2011	22,0	23,8	23,9
2012	22,3	33,8	33,8
2013	16,8	22,4	22,4
2014	18,7	21,0	21,0
2015	26,2	25,1	30,5
2016	30,3	30,3	30,3
2017	32,9	29,7	29,7
2018	20,7	18,8	18,8
2019	24,7	22,9	20,4
2020	23,7	23,3	23,4
2021	24,0	21,4	21,4
2022	20,3	18,2	18,2

2.5 — Prezzi del paniere “Primi Prezzi” per Catena Commerciale e Punto Vendita

I prodotti “Primi Prezzi” rilevati, in tutti i punti vendita campionati, sono complessivamente 85 referenze. Ciascuna referenza è presente in almeno 48 dei 54 punti vendita. In ciascun punto vendita sono assenti al più 7 referenze.

Il paniere dei prodotti validati è così composto:

Tab. 2.22 — Paniere rilevato prodotti “Primi Prezzi” per categoria merceologia.

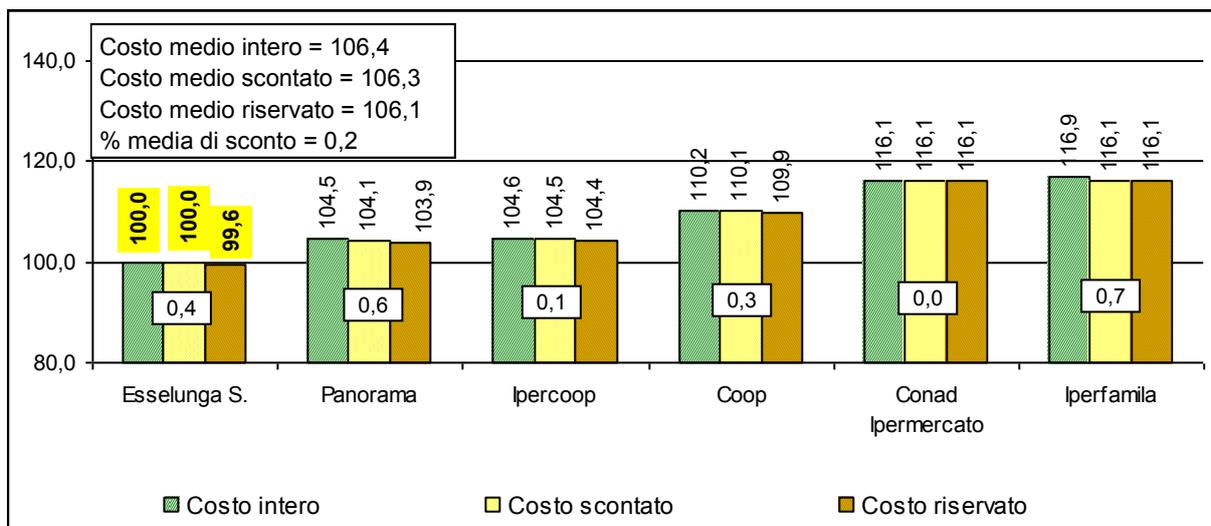
Categoria e n° prodotti		Categoria e n° prodotti	
Acque minerali	1	Latte fresco	1
Alcolici e liquori	2	Margarina e altri grassi vegetali	2
Altri oli alimentari	2	Olio di oliva	1
Altri pesci e frutti di mare conservati o lavorati	2	Pasta secca, pasta fresca e preparati di pasta	1
Altri preparati a base di carne	2	Patate	1
Altri preparati alimentari n.a.c.	2	Patatine fritte	1
Altri prodotti a base di cereali	1	Pesce fresco, refrigerato o surgelato	1
Altri prodotti a base di latte	1	Riso	1
Altri prodotti di panetteria	1	Sale, spezie ed erbe aromatiche	1
Altri prodotti di panetteria e pasticceria	4	Salse, condimenti e spezie	3
Bevande analcoliche	3	Succhi di frutta e verdura	1
Birre lager	2	Tè	1
Burro	1	Uova	1
Cacao e cioccolato in polvere	1	Vegetali freschi o refrigerati diversi da patate	1
Caffè	2	Vegetali secchi, altri veg trasform. O conservati	6
Cioccolato	1	Vegetali surgelati	2
Confetture, marmellate e miele	2	Vini da uve	1
Farina ed altri cereali	2	Yougurt	1
Formaggi e latticini	4	Zucchero	1
Frutta secca	1	Prodotti per la pulizia e manutenz. della casa	2
Frutta surg, cons di frutta e prod a base di frutta	2	Altri articoli non durevoli per la casa	3
Gelati	2	Articoli per l'igiene personale	8
Latte conservato	1	Prodotti sanitari	2
Totale referenze “Primi Prezzi” validate			85

Per acquistare i 70 prodotti “Primi Prezzi”, ossia prodotti che per caratteristiche e grammature corrispondono al paniere dei prodotti “Primi Prezzi”, costituenti il carrello analizzato si spende mediamente 146,28 euro **(+12,4% rispetto a luglio 2021)**. La % di sconto media, valida per tutte le categorie di consumatori, è pari allo 0,2%.

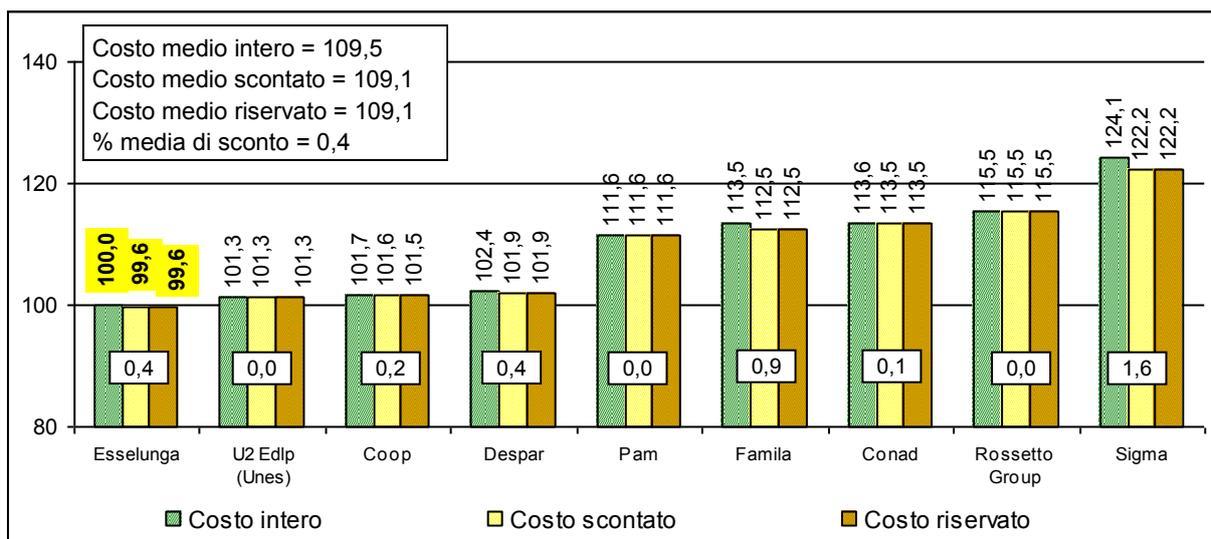
Le insegne distributive più convenienti per l’acquisto del paniere costituito dai 70 prodotti primi prezzi, è Esselunga sia per la categoria dei Supermercati che degli Ipermercati. Eurospin prevale nella categoria dei Discount, con un risparmio medio rispetto al costo scontato provinciale pari a 6,0%, 8,7% e 2,2% rispettivamente.

I punti vendita in cui risulta uno scontrino con importo più contenuto è il Discount Eurospin di Pavullo, presso cui si può realizzare un risparmio rispetto alla media provinciale di oltre 15 punti percentuali sul costo medio scontato.

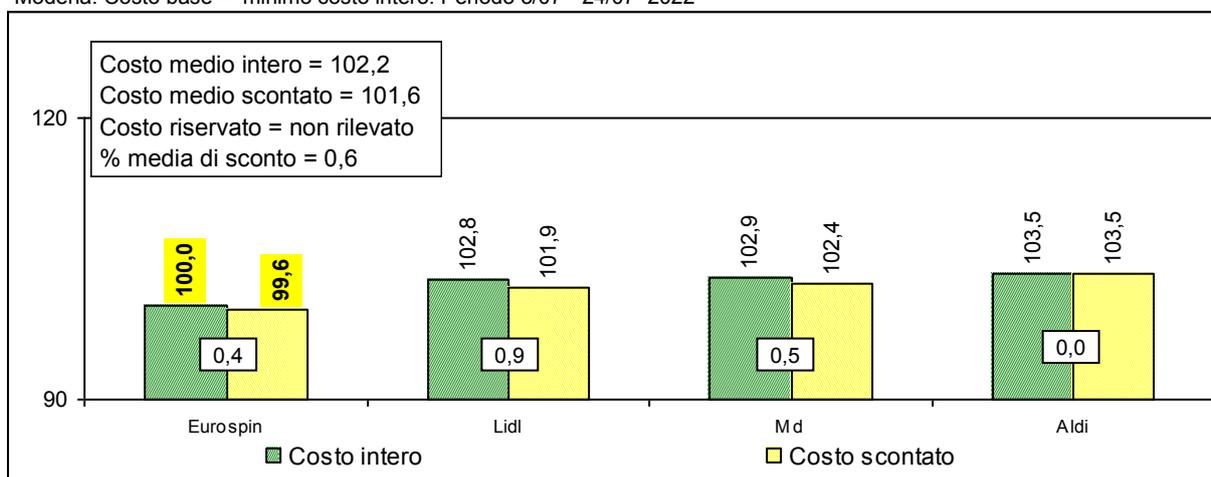
Graf. 2.5 — Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto del costo riservato sul costo intero, per l'acquisto del paniere **Primi Prezzi** nelle catene distributive aggregate per insegna rilevato negli **lpermercati** con sede nel territorio della provincia di Modena. Costo base = minimo costo intero. Periodo 3/07 - 24/07 2022



Graf. 2.6 — Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto del costo riservato sul costo intero, per l'acquisto del paniere **Primi Prezzi** nelle catene distributive aggregate per insegna rilevato nei **Supermercati** con sede nel territorio della provincia di Modena. Costo base = minimo costo intero. Periodo 3/07 - 24/07 2022



Graf. 2.7 — Costo indice medio (intero e scontato) e % di sconto del costo scontato sul costo intero, per l'acquisto del paniere **Primi Prezzi** nelle catene distributive aggregate per insegna rilevato nei **Discount** con sede nel territorio della provincia di Modena. Costo base = minimo costo intero. Periodo 3/07 - 24/07 2022



Tab. 2.23 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo e, per l'acquisto del paniere **Primi Prezzi**, dall'insegna più conveniente e dalla media provinciale, per tipologia di punto vendita.

Periodo 3/07 - 24/07 2022

Insegna	Scostamento medio dall'insegna più conveniente per tipo di costo			Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo		
	Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Ipermercati						
Esselunga S.	0,0	0,0	0,0	-6,0	-5,9	-6,2
Panorama	4,5	4,1	4,3	-1,8	-2,1	-2,1
Ipercoop	4,6	4,6	4,9	-1,7	-1,6	-1,6
Coop	10,2	10,1	10,4	3,6	3,6	3,5
Conad Ipermercato	16,1	16,1	16,6	9,1	9,2	9,4
Iperfamila	16,9	16,2	16,6	9,9	9,3	9,4
Scostamento medio provinciale	6,4	6,3	6,6	0,0	0,0	0,0
Supermercati						
Esselunga	0,0	0,0	0,0	-8,7	-8,7	-8,7
U2 Edlp (Unes)	1,3	1,7	1,7	-7,5	-7,1	-7,1
Coop	1,7	1,9	1,8	-7,2	-6,9	-7,0
Despar	2,4	2,3	2,3	-6,5	-6,6	-6,6
Pam	11,6	12,0	12,0	1,8	2,2	2,3
Famila	13,5	12,9	12,9	3,6	3,1	3,2
Conad	13,6	13,9	13,9	3,7	4,0	4,1
Rossetto Group	15,5	16,0	16,0	5,5	5,9	5,9
Sigma	24,1	22,6	22,6	13,3	12,0	12,0
Scostamento medio provinciale	9,5	9,5	9,5	0,0	0,0	0,0
Discount						
Eurospin	0,0	0,0	n.c.	-2,2	-2,0	n.c.
Lidl	2,8	2,3	n.c.	0,6	0,3	n.c.
Md	2,9	2,8	n.c.	0,7	0,8	n.c.
Aldi	3,5	3,9	n.c.	1,3	1,9	n.c.
Scostamento medio provinciale	2,2	2,0	n.c.	0,0	0,0	n.c.

Tab. 2.24 — Costo indice per l'acquisto del paniere **Primi prezzi** e % di sconto del costo scontato e riservato rispetto al costo intero, nei Supermercati, Ipermercati e Discount campionati con sede nel territorio della provincia di Modena. Costo base = minimo costo intero. Periodo 3/07 - 24/07 2022

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Costo			% di sconto	
			Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Eurospin	Via Giardini Sud	Pavullo n.F.	100,0	99,8	99,8	0,2	0,2
Lidl	Via per Modena, 15/2	Finale E.	101,6	100,9	100,9	0,6	0,6
Lidl	Via Cartiera, 2	Castelfranco E.	102,5	101,4	101,4	1,1	1,1
Eurospin	Via P. Micca, 1	Fiorano M.	102,5	101,7	101,7	0,9	0,9
Eurospin	Via Gobetti, 50	Vignola	103,2	103,2	103,2	0,0	0,0
Md	Via V. Alfieri, 28	Modena	103,3	103,0	103,0	0,3	0,3
Md	Via L. Di Lugano	Carpi	103,7	103,4	103,4	0,3	0,3
Esselunga S.	Via Modena Carpi, 250	Soliera	104,8	104,8	104,0	0,1	0,8
Coop	Via Alpi, 15	Nonantola	105,6	105,3	105,3	0,2	0,2
Aldi	Via Carracci, 1	Castelfranco E.	105,6	105,6	105,6	0,0	0,0
Lidl	Via R. in Piano, 145	Sassuolo	105,8	104,0	104,0	1,7	1,7
Ipercoop	Via Emilia O., 1480	Modena	106,0	105,9	105,9	0,1	0,1
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	106,4	106,4	106,4	0,0	0,0
Lidl	Via Pilamiglio, 26	Spilamberto	106,8	106,4	106,4	0,3	0,3
Esselunga S.	Via Circonv.ne N/E, 231/249	Sassuolo	107,1	107,1	107,1	0,0	0,0
Md	Via Vignola	Maranello	108,1	107,0	107,0	1,0	1,0
Coop	Via C. Sigonio, 15	Carpi	108,5	108,4	108,4	0,1	0,1
Coop	Via C. Zoldi, 138-D	Novi di M.	108,9	108,7	108,4	0,1	0,4
Lidl	Via E. Bertoli, 55	Modena	109,1	108,5	108,5	0,5	0,5
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	110,0	109,6	109,6	0,4	0,4
Despar	Tang.le B. Losi	Carpi	110,4	110,2	110,2	0,2	0,2
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	110,7	110,2	110,0	0,4	0,6
Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	Formigine	111,3	111,3	111,3	0,0	0,0
U2 Edlp (Unes)	Via Allegri, 179	Modena	111,5	111,5	111,5	0,0	0,0
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	113,7	113,7	113,2	0,0	0,5
Coop	Via Giardini, 474 A	Modena	113,7	113,7	113,7	0,0	0,0
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	115,6	115,6	114,9	0,0	0,5
Coop	Via di Mezzo, 142	Vignola	116,2	116,2	116,2	0,0	0,0
Despar	Via S. Cabassi, 41	Modena	116,3	115,3	115,3	0,9	0,9
Coop	P.zza A. Bianchini, 6	Spilamberto	116,8	116,8	116,8	0,0	0,0
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	118,2	118,0	118,0	0,2	0,2
Coop	P.le M. Polo, 1	San Felice S/P	118,7	118,7	118,4	0,0	0,3
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	118,8	116,5	116,5	2,0	2,0
Conad	Via C. Marx, 99	Carpi	119,2	119,2	119,2	0,0	0,0
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	119,2	119,1	119,1	0,1	0,1
Conad	Via Emilia O., 621	Modena	120,4	120,4	120,4	0,0	0,0
Pam	Via Falcone e Borsellino, 94	Vignola	122,7	122,7	122,7	0,0	0,0
Conad Ipermercato	Strada Morane, 500	Modena	123,0	123,0	123,0	0,0	0,0
Iperfamila	Circ.le S. Francesco, 134	Fiorano M.	123,8	123,0	123,0	0,7	0,7
Famila	Via Giardini Nord	Pavullo n.F.	124,2	123,6	123,6	0,4	0,4
Conad	Via C. Treves, 54	Formigine	126,4	126,4	126,4	0,0	0,0
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo n.F.	126,9	126,2	126,2	0,5	0,5
Conad	Via Libertà, 5	Mirandola	127,0	127,0	127,0	0,0	0,0
Rossetto Group	Via Statale (Loc. Spezzano)	Fiorano M.	127,1	127,1	127,1	0,0	0,0
Famila	Via della Repubblica	San Felice S/P	127,3	126,8	126,8	0,4	0,4
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	127,4	126,2	126,2	0,9	0,9
Conad	Via L. Da Vinci, 2	Castelfranco E.	128,6	128,6	128,6	0,0	0,0
Conad	Via Rodari, 160	Marano S/P	130,2	130,2	130,2	0,0	0,0
Esselunga a casa		On-Line	131,3	130,1	129,6	0,9	1,3
Sigma	Via Nobili, 91-C	Modena	134,3	132,6	132,6	1,2	1,2
Hey Conad		On-Line	134,9	134,9	134,9	0,0	0,0
Coop-online		On-Line	137,0	137,0	136,7	0,0	0,2
Sigma	Via Circonvallazione, 111	Mirandola	137,3	135,7	135,7	1,2	1,2
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo n.F.	137,6	134,8	134,8	2,0	2,0
Valore medio provinciale			115,2	114,9	114,8	0,2	0,3

Tab. 2.25 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo, per l'acquisto del paniere **Primi Prezzi** dal punto vendita più conveniente e dalla media provinciale, per punto vendita. Periodo 3/07 - 24/07 2022

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Scostamento medio dal P.V più conveniente per tipo di costo			Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo		
			Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Eurospin	Via Giardini Sud	Pavullo n.F.	0,0	0,0	0,0	-13,2	-13,2	-13,1
Lidl	Via per Modena, 15/2	Finale E.	1,6	1,1	1,1	-11,8	-12,2	-12,1
Lidl	Via Cartiera, 2	Castelfranco E.	2,5	1,6	1,6	-11,1	-11,8	-11,7
Eurospin	Via P. Micca, 1	Fiorano M.	2,5	1,9	1,9	-11,0	-11,5	-11,5
Eurospin	Via Gobetti, 50	Vignola	3,2	3,4	3,4	-10,5	-10,2	-10,2
Md	Via V. Alfieri, 28	Modena	3,3	3,2	3,2	-10,3	-10,4	-10,3
Md	Via L. Di Lugano	Carpi	3,7	3,6	3,6	-10,0	-10,0	-9,9
Esselunga S.	Via Modena Carpi, 250	Soliera	4,8	5,0	4,2	-9,0	-8,8	-9,4
Coop	Via Alpi, 15	Nonantola	5,6	5,5	5,5	-8,4	-8,4	-8,3
Aldi	Via Carracci, 1	Castelfranco E.	5,6	5,8	5,8	-8,4	-8,1	-8,1
Lidl	Via R. in Piano, 145	Sassuolo	5,8	4,3	4,3	-8,1	-9,5	-9,4
Ipercoop	Via Emilia O., 1480	Modena	6,0	6,1	6,1	-8,0	-7,8	-7,8
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	6,4	6,6	6,6	-7,7	-7,4	-7,4
Lidl	Via Pilamiglio, 26	Spilamberto	6,8	6,7	6,7	-7,3	-7,4	-7,3
Esselunga S.	Via Circonv.ne N/E, 231/249	Sassuolo	7,1	7,3	7,3	-7,0	-6,8	-6,7
Md	Via Vignola	Maranello	8,1	7,3	7,3	-6,2	-6,9	-6,8
Coop	Via C. Sigonio, 15	Carpi	8,5	8,6	8,6	-5,8	-5,7	-5,6
Coop	Via C. Zoldi, 138-D	Novi di M.	8,9	8,9	8,6	-5,5	-5,4	-5,6
Lidl	Via E. Bertoli, 55	Modena	9,1	8,7	8,7	-5,3	-5,6	-5,5
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	10,0	9,8	9,8	-4,5	-4,6	-4,6
Despar	Tang.le B. Losi	Carpi	10,4	10,4	10,4	-4,2	-4,1	-4,0
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	10,7	10,4	10,3	-3,9	-4,1	-4,2
Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	Formigine	11,3	11,5	11,5	-3,4	-3,2	-3,1
U2 Edlp (Unes)	Via Allegri, 179	Modena	11,5	11,7	11,7	-3,3	-3,0	-2,9
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	13,7	13,9	13,4	-1,3	-1,1	-1,5
Coop	Via Giardini, 474 A	Modena	13,7	13,9	13,9	-1,3	-1,1	-1,0
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	15,6	15,8	15,2	0,3	0,6	0,1
Coop	Via di Mezzo, 142	Vignola	16,2	16,5	16,5	0,9	1,2	1,2
Despar	Via S. Cabassi, 41	Modena	16,3	15,5	15,5	0,9	0,3	0,4
Coop	P.zza A. Bianchini, 6	Spilamberto	16,8	17,0	17,0	1,4	1,7	1,7
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	18,2	18,2	18,2	2,6	2,7	2,8
Coop	P.le M. Polo, 1	San Felice S/P	18,7	18,9	18,6	3,0	3,3	3,1
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	18,8	16,7	16,7	3,1	1,4	1,4
Conad	Via C. Marx, 99	Carpi	19,2	19,4	19,4	3,5	3,7	3,8
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	19,2	19,3	19,3	3,5	3,6	3,7
Conad	Via Emilia O., 621	Modena	20,4	20,7	20,7	4,5	4,8	4,9
Pam	Via Falcone e Borsellino, 94	Vignola	22,7	22,9	22,9	6,5	6,8	6,9
Conad Ipermercato	Strada Morane, 500	Modena	23,0	23,2	23,2	6,7	7,0	7,1
Iperfamila	Circ.le S. Francesco, 134	Fiorano M.	23,8	23,2	23,2	7,5	7,0	7,1
Famila	Via Giardini Nord	Pavullo n.F.	24,2	23,9	23,9	7,8	7,6	7,7
Conad	Via C. Treves, 54	Formigine	26,4	26,6	26,6	9,7	10,0	10,0
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo n.F.	26,9	26,5	26,5	10,1	9,8	9,9
Conad	Via Libertà, 5	Mirandola	27,0	27,2	27,2	10,2	10,5	10,6
Rossetto Group	Via Statale (Loc. Spezzano)	Fiorano M.	27,1	27,3	27,3	10,3	10,6	10,7
Famila	Via della Repubblica	San Felice S/P	27,3	27,0	27,0	10,5	10,3	10,4
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	27,4	26,5	26,5	10,6	9,8	9,9
Conad	Via L. Da Vinci, 2	Castelfranco E.	28,6	28,9	28,9	11,6	11,9	12,0
Conad	Via Rodari, 160	Marano S/P	30,2	30,5	30,5	13,0	13,3	13,4
Esselunga a casa		On-Line	31,3	30,3	29,9	14,0	13,2	12,9
Sigma	Via Nobili, 91-C	Modena	34,3	32,9	32,9	16,5	15,4	15,5
Hey Conad		On-Line	34,9	35,2	35,2	17,1	17,4	17,5
Coop-online		On-Line	37,0	37,2	37,0	18,9	19,2	19,1
Sigma	Via Circonvallazione, 111	Mirandola	37,3	35,9	35,9	19,2	18,1	18,2
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo n.F.	37,6	35,1	35,1	19,5	17,3	17,4
Scostamento medio provinciale			15,2	15,1	15,1	0,0	0,0	0,0

Tab. 2.26 — Differenziale % tra costi indici massimi e minimi, per tipologia di punto vendita e per tipo di costo, per l'acquisto dei panieri "**Primi prezzi**", per tipo di punto vendita e singolo punto vendita. Periodo 2009 — 2022.

Anno	Differenziale % sui prezzi		
	Intero	Scontato	Riservato
Insegne di Ipermercati			
2009	31,8	31,2	31,6
2010	26,2	26,7	26,7
2011	35,7	33,2	33,2
2012	33,3	30,6	31,7
2013	21,4	16,6	16,6
2014	23,8	15,5	15,5
2015	24,4	22,5	24,5
2016	21,8	19,0	19,7
2017	21,9	20,2	20,2
2018	17,3	16,2	16,6
2019	12,1	12,2	12,8
2020	25,0	23,5	23,6
2021	23,0	22,6	22,6
2022	16,9	16,2	16,6
Insegne di Supermercati			
2009	67,2	67,6	67,7
2010	41,7	39,7	39,7
2011	46,4	43,4	44,5
2012	48,2	46,7	46,7
2013	39,3	38,6	38,6
2014	40,2	37,9	37,9
2015	66,8	63,9	62,5
2016	58,0	53,3	52,2
2017	35,8	33,1	33,3
2018	32,8	32,5	32,5
2019	31,9	29,7	28,1
2020	24,4	20,5	20,2
2021	33,5	31,2	30,7
2022	24,1	22,6	22,6
Insegne di Discount			
2009	12,0	12,9	n.c.
2010	4,2	4,9	n.c.
2011	8,3	8,7	n.c.
2012	10,7	12,1	n.c.
2013	6,9	6,1	n.c.
2014	5,7	5,4	n.c.
2015	11,8	10,6	n.c.
2016	11,1	13,4	n.c.
2017	11,6	12,3	n.c.
2018	9,3	9,0	n.c.
2019	11,7	12,2	n.c.
2020	8,2	9,9	n.c.
2021	5,0	6,2	n.c.
2022	3,5	3,9	n.c.
Singoli punti vendita			
2009	77,7	79,9	79,9
2010	65,1	65,2	65,4
2011	63,3	63,9	63,9
2012	78,3	77,0	77,8
2013	67,1	67,4	67,4
2014	55,9	53,8	53,8
2015	78,6	74,2	76,8
2016	80,1	79,8	79,8
2017	54,0	52,9	52,9
2018	43,9	43,1	43,1
2019	48,8	51,0	48,4
2020	35,0	35,1	33,9
2021	55,3	51,8	51,8
2022	37,6	35,1	35,1

n.c. = non calcolabile. Dato non rilevato

2.6 — Costo del paniere “Prodotti Freschi” per Punto Vendita

I “Prodotti Freschi” rilevati, nei punti vendita con superficie maggiore a 2.500 metri quadri, e nei negozi on-line, sono complessivamente 34 referenze, di cui, ai fini dell’analisi comparativa, sono stati validati 33 prodotti. Ciascuna referenza è presente in almeno 14 dei 16 punti vendita campionati. In ciascun punto vendita sono assenti al più 4 referenze. Il paniere validato è così composto:

Tab. 2.27 — Paniere rilevato prodotti “Prodotti Freschi” per categoria merceologia.

Categoria e n° prodotti	
Altre carni	2
Altri pesci e frutti di mare conservati o lavorati	4
Carne bovina	4
Carne suina	2
Frutta con guscio	1
Frutta fresca o refrigerata	6
Pane	1
Patate	1
Pesce fresco, rinfreddato o surgelato	1
Pollame	3
Vegetali freschi o refrigerati diversi da patate	8
Totale referenze “Prodotti Freschi” validate: 33	

Tra i punti vendita campionati gli unici che possono essere aggregati, in termini di catena commerciale, sono gli Ipermercati Coop ed Ipercoop ed Esselunga. Per tale motivo si sceglie di presentare i prezzi rilevati, per i “Prodotti Freschi”, soltanto con riferimento a ciascun punto vendita campionato. La spesa media per l’acquisto dei 34 “Prodotti Freschi” costituenti il paniere analizzato è pari a 270,63 euro **(+5,8% rispetto a luglio 2021)**.

La % di sconto media, valida per tutte le categorie di consumatori, è pari allo 0,7%.

Gli Ipermercati più economici, per l’acquisto del paniere costituito dai 33 “Prodotti Freschi”, sono i punti vendita di Soliera e Sassuolo, dove si può spendere rispettivamente il 9,4% ed il 12,3% in meno rispetto alla media provinciale.

Tab. 2.28 — Differenziale % tra costi indici massimi e minimi, per tipo di costo, per l’acquisto dei panieri **Prodotti Freschi**. Periodo 2009 — 2022.

Anno	Differenziale % sui prezzi		
	Intero	Scontato	Riservato
2009	19,5	19,0	26,8
2010	19,4	20,5	20,3
2011	34,9	35,2	35,2
2012	18,8	19,0	19,0
2013	11,9	10,7	10,7
2014	10,3	13,0	13,0
2015	14,4	13,3	13,3
2016	10,0	19,1	19,1
2017	16,0	15,9	15,6
2018	19,7	19,9	19,9
2019	21,2	27,6	27,6
2020	16,2	16,2	16,3
2021	21,2	22,6	22,5
2022	15,9	23,0	23,0

Tab. 2.29 — Costo indice per l'acquisto del paniere **Prodotti Freschi** e % di sconto del costo scontato e riservato rispetto al costo intero, negli **Ipermercati** e negozi **On-line** campionati con sede nel territorio della provincia di Modena. Costo base = minimo costo intero. Periodo 3/07 - 24/07 2022

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Costo			% di sconto	
			Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Esselunga S.	Via Modena Carpi, 250	Soliera	100,0	97,4	97,4	2,6	2,6
Esselunga S.	Via Circ.ne N/E, 231/249	Sassuolo	100,3	94,3	94,3	6,1	6,1
Iperfamila	Circ.le S. Francesco, 134	Fiorano M.	101,8	101,8	101,8	0,0	0,0
Esselunga a casa		On-Line	105,0	100,6	100,6	4,2	4,2
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	105,9	105,9	105,9	0,0	0,0
Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	Formigine	106,1	106,0	106,0	0,2	0,2
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	106,2	105,5	105,5	0,6	0,6
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	107,3	107,3	107,3	0,0	0,0
Conad Ipermercato	Strada Morane, 500	Modena	107,6	107,4	107,4	0,2	0,2
Coop	Via di Mezzo, 142	Vignola	109,4	109,4	109,4	0,0	0,0
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	110,4	110,4	110,4	0,0	0,0
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	110,6	110,6	110,6	0,0	0,0
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	111,5	111,5	111,5	0,0	0,0
Ipercoop	Via Emilia O., 1480	Modena	112,4	112,4	112,4	0,0	0,0
Hey Conad		On-Line	113,8	113,8	113,8	0,0	0,0
Coop-online		On-Line	115,9	115,9	115,9	0,0	0,0
Valore medio provinciale			108,2	107,5	107,5	0,7	0,7

Tab. 2.30 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo, per l'acquisto del paniere **Prodotti Freschi**, dal punto vendita più conveniente e dalla media provinciale, per punto vendita. Costo base = minimo costo. Periodo 3/07 - 24/07 2022

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Scostamento medio dal P.V più conveniente per tipo di costo			Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo		
			Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Esselunga S.	Via Modena Carpi, 250	Soliera	0,0	3,3	3,3	-7,6	-9,4	-9,4
Esselunga S.	Via Circ.ne N/E, 231/249	Sassuolo	0,3	0,0	0,0	-7,3	-12,3	-12,3
Iperfamila	Circ.le S. Francesco, 134	Fiorano M.	1,8	8,0	8,0	-5,9	-5,3	-5,3
Esselunga a casa		On-Line	5,0	6,7	6,7	-3,0	-6,4	-6,4
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	5,9	12,4	12,4	-2,1	-1,5	-1,5
Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	Formigine	6,1	12,4	12,4	-2,0	-1,5	-1,5
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	6,2	11,9	11,9	-1,9	-1,9	-1,9
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	7,3	13,9	13,9	-0,8	-0,2	-0,2
Conad Ipermercato	Strada Morane, 500	Modena	7,6	13,9	13,9	-0,6	-0,1	-0,1
Coop	Via di Mezzo, 142	Vignola	9,4	16,0	16,0	1,0	1,7	1,7
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	10,4	17,1	17,1	2,0	2,7	2,7
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	10,6	17,3	17,3	2,1	2,8	2,8
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	11,5	18,3	18,3	3,0	3,7	3,7
Ipercoop	Via Emilia O., 1480	Modena	12,4	19,2	19,2	3,8	4,5	4,5
Hey Conad		On-Line	13,8	20,8	20,8	5,2	5,9	5,9
Coop-online		On-Line	15,9	23,0	23,0	7,1	7,8	7,8
Valore medio provinciale			8,2	14,1	14,1	0,0	0,0	0,0

2.7— I negozi online

Due delle principali catene commerciali presenti sul territorio della provincia di Modena: Esselunga e Coop hanno, ormai da tempo, ampliato la loro offerta commerciale affiancando al tradizionale canale di vendita la possibilità di effettuare la Spesa online. Alle due insegne si è unita Conad con il servizio “Hey Conad”, altre catene hanno siglato un accordo commerciale con il marketplace che nelle zone coperte dal servizio, permette di acquistare la spesa online e di riceverla a casa. Di seguito si presenta una breve sintesi comparativa del livello dei prezzi tra i servizi delle tre catene commerciali che offrono il servizio di Spesa online utilizzando un proprio canale di vendita.



- ◆ Il contributo di consegna varia tra 3,90 e 7,90 euro in base alla fascia oraria di consegna scelta
- ◆ Consegna gratuita per i disabili
- ◆ Spesa minima 50 euro



- ◆ Contributo di consegna: I costi non supereranno l'importo di Euro 6,90, più un eventuale sovrapprezzo di Euro 3 per spese al di sotto della soglia minima.
- ◆ Consegna gratuita per cliente over 70 o con invalidità superiore al 60%
- ◆ Spesa minima 40 euro.
- ◆ Il ritiro della spesa presso il Punto di Vendita non è assoggettata al pagamento di costi aggiuntivi per la preparazione dell'Ordine.



- ◆ Il contributo di consegna è di 7,90 euro (6,90 per ordini di importo superiore a 110 euro).
- ◆ Consegna gratuita per i disabili
- ◆ Contributo consegna ridotto a 3,45 per le persone di 70 anni o più
- ◆ Spesa minima 40 euro
- ◆ Clicca e vai: Gratis presso i centri di ritiro indicati

La differenza media complessiva di costo effettivamente pagato tra i tre servizi è inferiore al 5%. Le disparità più rilevanti si registrano per i carrelli “Primi Prezzi” ed i “Prodotti Freschi”

Tab. 2.34 — Costo espresso in euro dei panieri online nei negozi Coop, Conad ed Esselunga.
Periodo 3/07 - 24/07 2022

Panieri	Easy Coop			Hey Conad			Esselunga a casa		
	Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Grandi Marche	251	250	246	246	246	245	248	244	242
Private Label	130	130	130	132	132	132	147	147	146
Primi Prezzi	174	174	174	171	171	171	167	165	165
Prodotti Freschi	291	291	291	285	285	285	263	252	252
Totale	845	844	840	835	835	834	825	809	805

Tab. 2.35—Scostamento % costo panieri nei negozi on-line dal negozio virtuale più conveniente.
Periodo 3/07 - 24/07 2022

Panieri	Easy Coop			Hey Conad			Esselunga a casa		
	Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Grandi Marche	2,1	2,4	1,7	0,0	0,7	1,3	0,9	0,0	0,0
Private Label	0,0	0,0	0,0	2,1	2,0	2,0	13,5	13,5	12,7
Primi Prezzi	4,3	5,3	5,5	2,7	3,7	4,1	0,0	0,0	0,0
Prodotti Freschi	10,4	15,2	15,2	8,4	13,1	13,1	0,0	0,0	0,0
Totale	2,4	4,4	4,3	1,2	3,2	3,6	0,0	0,0	0,0