



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

**"REALIZZATO NELL'AMBITO DEL PROGRAMMA DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA CON L'UTILIZZO DEI FONDI DEL MINISTERO
DELLE IMPRESE E DEL MADE IN ITALY AI SENSI DEL D.M.6MAGGIO 2022"**

OSSERVATORIO SUI 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

XXX edizione

Coordinamento generale: Marzio Govoni — Presidente Federconsumatori Modena

A cura di: Giuseppe Sandro Dima e Pamela Bussetti

Gruppo di lavoro:

Luca Del Regno e Piera Donnici

"Realizzato nell'ambito del Programma della Regione Emilia-Romagna con l'utilizzo dei fondi del Ministero
delle Imprese e del Made in Italy ai sensi del D.M.6maggio 2022"

"

In collaborazione con:



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>



Istituto
Studi
Sul
Consumo

Presentazione	4
Nota metodologica	8
1 La congiuntura economica e i consumi delle famiglie	14
1.1 Gli indici (ISTAT), dei prezzi al consumo	15
1.2 L'evoluzione dei prezzi registrata da Federconsumatori	16
1.3 I dati delle vendite al dettaglio	20
2 I risultati dell'indagine: il costo dei "carrelli della spesa"	22
2.1 Analisi per tipologia e dimensioni del punto vendita	22
2.2 Prezzi dei "carrelli della spesa" per Area POIC	28
2.3 Costo del paniere "Grandi Marche" per Catena Commerciale e Punto Vendita	31
2.4 Costo del paniere "Private Label" per Catena Commerciale e Punto Vendita	38
2.5 Prezzi del paniere "Primi Prezzi" per Catena Commerciale e Punto Vendita	45
2.6 Costo del paniere "Prodotti Freschi" per Punto Vendita	52

PRESENTAZIONE

Dopo un anno di assenza torna la storica indagine di Federconsumatori Modena sui prezzi praticati negli ipermercati e supermercati della grande distribuzione della provincia di Modena. Sono ormai passati trent'anni dalla prima edizione, il mondo del commercio è profondamente mutato e di conseguenza l'indagine è diventata più complessa; lo spirito che ci anima è però quello delle origini. Quello che cerchiamo di fare, con questo faticoso e lungo lavoro, è fornire a consumatori e consumatrici una mappa dei consumi alimentari nel proprio Comune e territorio; una mappa che consenta di conoscere i fenomeni, le opportunità, le differenze e le anomalie. La nostra indagine non può essere limitata quindi alla classica domanda "qual è il negozio più conveniente?" Cerchiamo di parlare anche alle insegne commerciali, alle quali crediamo faccia bene essere osservate e studiate da un soggetto indipendente, come noi siamo, che conosce e rispetta profondamente l'importante ruolo di questo settore economico.

Siamo nel trentennale di questa indagine e ringraziamo con calore tutti coloro che in questo lungo tempo hanno raccolto, elaborato ed analizzato i dati, a partire dal Prof. Sandro Dima e dai presidenti di Federconsumatori Modena che nel tempo si sono succeduti. L'edizione del trentennale aggiunge nuovi elementi d'indagine. L'enorme crescita dell'inflazione, a partire dal 2021, ha appesantito gli scontrini ed alleggerito i carrelli; esaminiamo qui anche l'evoluzione dei prezzi di un campione di prodotti nell'arco degli ultimi anni. I consumatori hanno percepito aumenti al di sopra di quelli ufficiali forniti da ISTAT; chi ha ragione?

L'altro elemento, del tutto nuovo, è il tentativo di scattare una fotografia dei punti vendita modenesi dal punto di vista della qualità: un gruppo di nostri volontari, sulla base di un questionario, ha valutato molti aspetti. Tra questi lo stato degli spazi esterni ed interni, l'agibilità per persone con limiti motori, il livello di igiene, la chiarezza nell'esposizione dei prezzi, la presenza di aspetti innovativi ed il livello tecnologico. Una indagine nell'indagine i cui esiti, ancora in elaborazione, presenteremo tra qualche settimana.

Alcuni fenomeni generali

Cambiano i consumi e cambiano le proposte commerciali. Alla crescita vorticoso dei prezzi i consumatori hanno risposto con una minore fedeltà ad una sola insegna, cercando le offerte ma allo stesso tempo dubitando del loro effettivo peso. Cresce la quota di mercato dei discount, che a livello nazionale ha raggiunto il 23%, con ritmi di crescita impressionanti soprattutto al Sud, dove in alcune regioni si è superato il 40%, mentre in Emilia Romagna e a Modena siamo ancora al di sotto della media nazionale. In tutta la grande distribuzione cresce in modo rilevante il consumo di prodotti a marchio dell'insegna, ormai al 31,5% del mercato (discount compresi); un risultato ottenuto, a volte, mettendo fuori assortimento i prodotti a prezzo intermedio. In tutto questo va segnalato anche il perverso fenomeno della shrinkinflation, o meglio sgrammatura dei prodotti, che aggiunge incertezza e confusione tra i consumatori.

Meno competitiva e poco dinamica. La rete della grande distribuzione in provincia di Modena.

Siamo lontani anni luce dalla grande crescita di superfici commerciali che ha caratterizzato per decenni la nostra provincia. Una crescita che oggi è modesta, concentrata in alcuni Comuni (Carpi, Castelfranco) e nell'area Discount. Sono poche le ristrutturazioni profonde della rete esistente, mentre si assiste alla riduzione dimensionale delle superfici più grandi. Allo stesso tempo non sono poche le chiusure di strutture commerciali medie e piccole, a volte sguarnendo Comuni e quartieri, mentre alcuni progetti di grandi strutture sono fermi. Un fenomeno nazionale, in parte frutto degli eccessi passati, che però congela la situazione esistente, rendendola davvero poco dinamica e poco favorevole ai consumatori. In questo senso segnaliamo, tra gli effetti, la riduzione della tensione competitiva tra le insegne, con addensamenti nelle classifiche ed il forte restringimento del differenziale tra l'insegna coi prezzi più bassi e quella coi prezzi più alti. Sempre meno abbiamo competizione tra le insegne storiche; oggi per Coop, Conad e Esselunga la "lepre", il soggetto da inseguire, sono diventati i discount.

Il deragliamenti dei prezzi. Chi ha fatto meglio e chi peggio a Modena?

Per la prima volta abbiamo misurato l'evoluzione dei prezzi di un gruppo di prodotti Grandi Marche che testiamo da anni. Premettiamo che si tratta di un campione, ma la costanza dei dati e la loro coerenza rende la nostra valutazione un serio riferimento. Secondo i dati Istat a Modena nel periodo che va dalla precedente rilevazione (luglio 2022) all'attuale (maggio 2024) si è registrata in questo segmento una inflazione del 10,7%. **Il paniere di Federconsumatori si è purtroppo mosso con molta più velocità, raggiungendo il 15,5%**. Uno scarto notevole, del 45%, decisamente più vicino alla percezione dei consumatori, ma fortemente diversificato per insegna. I prezzi di supermercati ed ipermercati si sono mediamente evoluti nello stesso modo, non modificando la forbice di prezzo tra queste tipologie, mentre **nella categoria Iper la palma di insegna più virtuosa spetta a Iperfamila di Fiorano, con una crescita dell'8,7%**, che rispetto ai prodotti Grandi Marche si è allineato al vicino supermercato Rossetto. Al di là di vicende locali e di catene con una sola struttura in provincia, sono gli ipermercati di Coop Alleanza (+11,4%) a far registrare i dati migliori, in particolare Formigine (+9,1%), Castelfranco (11,2%) e Sassuolo (11,5%). Nel raffronto 2022-2024 sono al di sopra della media Grandemilia (16,1%), Portali (16,7%), Esselunga di Sassuolo (17,7%) ed Esselunga di Soliera (18,6%). Davvero negativo il risultato dell'ipermercato Conad di Modena, che dopo aver inanellato nel tempo risultati positivi, in poco meno di due anni ha visto una crescita dei prezzi, almeno di quelli del nostro paniere, di un sorprendente 22,4%. Venendo ai supermercati è Coop (+11,4, stesso dato degli Iper) a registrare nel biennio gli aumenti più contenuti, mentre i dati peggiori sono di Esselunga (+19,6%) e Unes (21,1%), protagonista quest'ultima di diversi risultati negativi. Ma se spingiamo l'esame agli ultimi 4 anni i differenziali si riducono, quasi ad azzerarsi tra Coop e Conad, mentre spiccano i pessimi numeri di Esselunga Modena (+24,2%), Sigma (+26,9%) e Unes (+30,6%).

Le anomalie territoriali si riducono, ma con un allineamento in alto.

Si restringono le differenze tra aree territoriali. Nella performance complessiva anche quest'anno, dopo la sorpresa del 2022, si conferma **al primo posto il distretto delle Terre d'Argine**, grazie al buon risultato nei segmenti Grandi Marche, Primi Prezzi e prodotti freschi. Un dato sul quale ha certamente influito la vivacità negli ultimi anni della rete commerciale. Il **distretto ceramico**, che per diversi anni è stato il più conveniente, è alla pari delle Terre d'Argine per ciò che riguarda le Grandi Marche, ma arranca negli altri segmenti esaminati. In generale, dal punto di vista territoriale, le differenze sulla parte più importante del paniere, le Grandi Marche, si riducono di parecchio, cosa che potrebbe segnalare il ridotto livello concorrenziale. Restano inspiegabili differenze in alcuni distretti, come l'Area Nord, che deve essere "attenzionata" sul fronte prezzi. Siamo probabilmente di fronte ad un allineamento "in alto", contemporaneo alla forte crescita generale dei prezzi. **Non bene la città di Modena** che è in testa sulle Private Label, ma registra un dato discreto nelle Grandi Marche e modesto su primi prezzi e prodotti freschi. Su Modena, va ricordato, pesa il dato negativo della rete tradizionale, di quartiere, non compensato a sufficienza dai buoni risultati dei due maggiori Iper a insegna Coop. A Modena continuiamo a registrare i prezzi più alti nella rete discount, con il Lidl del capoluogo che ha prezzi più elevati del 5% rispetto a quello di Carpi.

Si registrano invece segnali di ripresa da parte dei Comuni del Sorbara, con il miglior dato provinciale nel segmento freschi, mentre il Frignano resta il fanalino di coda, con un differenziale medio oltre il 7% nelle Grandi Marche e del 15,5% nei primi prezzi, rispetto all'area coi migliori dati. **Il Comune più conveniente della provincia è largamente Fiorano Modenese**; dei 18 Comuni da noi esaminati **l'ultimo per livello di prezzi è Bomporto**, che nel segmento grandi Marche è distante quasi 20 punti percentuali da Fiorano.

Qualcosa è cambiato. Le classifiche delle catene e dei singoli ipermercati e supermercati.

In tre delle quattro tipologie di prodotti esaminati gli ipermercati prevalgono nei prezzi (grandi marche, private label, freschi), mentre la quarta (primi prezzi) è guidata ovviamente dai discount. Si può quindi dire che **nonostante la crisi del formato Iper è in queste strutture che mediamente si trovano i prezzi più contenuti**. Per la prima volta da quando è presente nel modenese Rossetto di Fiorano non è solitario in vetta, anzi risulta nelle Grandi Marche di poco superato dal diretto concorrente, **Iperfamila di Fiorano**. Un territorio dove la concorrenza è fortissima, e dove si allarga di molto il raggio d'attrazione delle due strutture, ben oltre il distretto. Ma stiamo parlando di insegne con una sola presenza nel territorio (ma Famila ha anche 4 supermercati) che peraltro si concentrano su due dei quattro segmenti; difatti su primi prezzi e private label le performance di Iperfamila e Rossetto sono molto modeste.

Cos'è accaduto alle dinamiche tra i tre principali player di questo territorio? Cos'è successo a Coop, Conad e Esselunga? In una classifica che nel 2022 aveva visto prevalere Conad, in area Grandi Marche, cambia tutto. **Sulle Grandi Marche bene Coop, delude Esselunga, male Conad**. E' Coop a registrare nettamente i dati migliori, sia negli Iper che nei supermercati, mentre in questo segmento è deludente il comportamento di Esselunga, in particolare della struttura di Modena (non nuova a dati negativi) e soprattutto del sistema Conad. Dopo la sorprendente vetta del 2022, con la scelta di avere in ogni Comune capo distretto un negozio con i prezzi migliori, Conad crolla nella fascia centrale ed in quella bassa, dove si trova il proprio unico ipermercato, ad una distanza superiore ai 5 punti dagli Iper di Coop Alleanza. Unica eccezione Mirandola, dove Conad compete alla pari con Coop, anche per i prezzi elevati di quest'ultima insegna.

Sulle Private label ottimo Conad, bene Coop, male Esselunga. Decisamente Conad sembra puntare tutto su di un segmento, quello dei prodotti a proprio marchio, in crescita da tempo. Ma si tratta di un gruppo di prodotti ancora minoritario, rispetto alle Grandi Marche. Nel gruppo di testa troviamo quattro negozi Conad ai primi posti, seguiti a poca distanza dagli Ipercoop. Come prevedibile lontanissima Esselunga, da sempre poco attiva su questo segmento di prodotti.

Sui primi prezzi vincono largamente i discount, bene Coop, delude Esselunga, molto male Conad. Classifica ovviamente dominata dai discount, e molto ristretta in alto: vince Lidl, tallonata da Eurospin. Il punto vendita più economico è il Lidl di Carpi, appaiato al Lidl di Finale Emilia. I dati peggiori sono quelli di MD, sorpassata anche da catene tradizionali. Nella classifica dei negozi non specializzati va segnalato il buon risultato degli Ipermercati Coop e di alcuni negozi della stessa insegna, mentre Esselunga si trova a metà classifica. Molto male, sul fronte dei prodotti a basso prezzo, il dato di Conad, a 20/30 punti di distanza dai diretti concorrenti.

Sui prodotti freschi tra gli ipermercati vince Iperfamila di Fiorano, bene Esselunga Soliera (meno bene Modena e Sassuolo), quindi Coop e Conad. Eccessive le differenze tra gli ipermercati di Coop Alleanza, con 15 punti di differenza tra Portali e Sassuolo.

Le altre insegne. Famila fa bene ovunque è presente, in ambito Grandi Marche; oltre che nel Distretto ceramico è prima nel Frignano, ed è a poca distanza da Coop nel Sorbara e Carpi. Nei fatti Famila è diventata il terzo soggetto del commercio modenese (non ci riferiamo ai fatturati, che non conosciamo), scalzando Esselunga, che non solo ha meno punti vendita, ma che sul fronte prezzi è lontana dal soggetto che è stato, capace di influire in profondità nel mercato modenese. Sigma non combatte più, da molto tempo, la battaglia dei prezzi, concentrandosi su qualità e servizio; ma distanze che vanno tra i 20 ed i 40 punti rispetto al primo in classifica sono francamente eccessive. In caduta libera invece Unes di Modena (U2) che nel passato aveva registrato buone performance.

Il punto vendita dell'anno. E' **Iperfamila di Fiorano**, che con una spinta competitiva importante ha raggiunto, e forse superato di poco, il supermercato Rossetto nello stesso Comune, che da sei anni dominava nettamente ed in solitaria la classifica provinciale. Una competizione tutta a favore dei consumatori. A questo si aggiunge, per Iperfamila, la minor crescita, da noi registrata, nei prezzi dell'ultimo biennio. Il consiglio che diamo a Famila, ma anche a Rossetto è quello di impegnarsi maggiormente sul fronte dei prodotti a proprio marchio e primo prezzo.

La catena dell'anno. E' **Coop Alleanza**, che si esprime bene in tutti i segmenti misurati: evoluzione dei prezzi, ipermercati, supermercati, tipologie di prodotti. Nonostante la crisi del formato, gli Ipercoop, oggetto di diverse ristrutturazioni negli anni, sono generalmente le strutture con i prezzi più contenuti. Come sempre insistiamo perché Coop Alleanza faccia di più, sul fronte prezzi, in alcune parti della provincia, a partire dall'Area Nord.

Il consiglio dell'anno. Il consiglio dell'anno non lo diamo né ai consumatori né alle insegne presenti a Modena, ma agli Amministratori locali. Un tempo nel modenese la politica parlava molto di commercio, di insediamenti, di dimensioni e quindi anche di prezzi. Dopo le ripetute liberalizzazioni il commercio è come sparito dal dibattito pubblico, limitandosi al pure importante tema di quello extralimite dei centri storici e, a volte, dei quartieri. La qualità della rete distributiva, i suoi prezzi, impattano in modo relevantissimo sulla condizione dei cittadini e delle cittadine dei 47 comuni modenesi, a partire da quelli con reddito medio e basso. Gli strumenti d'intervento, quando si registrano anomalie e problemi, sono certamente limitati, ma esistono. Analizzare i prezzi nel proprio Comune e nella propria Unione, valutare le dimensioni della presenza commerciale e la sua qualità, confrontarsi con chi è presente oggi, sono a nostro parere possibili aree di lavoro per un Sindaco, per una amministrazione locale, per un consiglio comunale.

Infine ci rivedremo tra qualche settimana, quando presenteremo l'indagine sulla qualità dei punti vendita della grande distribuzione modenese, citata in premessa. Sarà di certo un'indagine che non passerà inosservata.

Marzio Govoni – Presidente Federconsumatori Provincia di Modena APS

Nota metodologica

Introduzione

L'indagine sui Prezzi praticati da ipermercati, supermercati e discount di Modena e provincia ha come scopo principale 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.

Sono 30 anni che Federconsumatori ripete l'indagine basata 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 279 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 55 punti vendita operanti sul territorio della provincia di Modena, ridotti a 54 in quanto nel momento della rilevazione prezzi il punto vendita "Panorama" di Sassuolo era in fase di chiusura locali,

I dati della rilevazione prezzi, della corrente edizione, sono stati rilevati nel periodo che va dal 9 al 30 aprile 2024.

L'analisi della dinamica dei prezzi è condotta sia sulla base dei dati dei prezzi al consumo rilevati dal Comune di Modena nell'ambito dell'indagine ISTAT "Prezzi al consumo", sia sulla base delle nostre banche dati costituite ed alimentate dai dati rilevati nelle precedenti edizioni dell'indagine.

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 2004".

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.

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 rilevati i dati in 54 punti vendita di cui:

- ◆ 12 ipermercati
- ◆ 27 supermercati
- ◆ 15 discount

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
Concordia s. S.	Eurospin	Via Pastore, 1	DIS
Finale E.	Lidl	Via per Modena, 15/2	DIS
Finale E.	Coop	Viale Stazione, 4	SUP
Mirandola	MD	Via Fregni	DIS
Mirandola	Ipercoop	Via Agnini, 37	IPR
Mirandola	Conad	Via Libertà, 5	SUP
Mirandola	Famila	Via Bernardi, 4	SUP
Terre d'Argine			
COMUNE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Carpi	Eurospin	Via Guastalla, 2/D	DIS
Carpi	Lidl	Via Bollitora Interna, 80	DIS
Carpi	Ipercoop	Viale Industria, 31	IPR
Carpi	Conad	Via C. Marx, 99	SUP
Carpi	Coop	Via C. Sigonio, 15	SUP
Carpi	Despar	Tang. B. Losi	SUP

(Segue)

(Continua)

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

Terre d'Argine			
COMUNE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Carpi	Famila	Via Giovanni XXIII, 185	SUP
Novi di M.	Coop	Via C. Zoldi, 138-D	SUP
Soliera	Esselunga Superstore	Via Modena-Carpi, 250	IPR
Modena			
Modena	Aldi	Via Canaletto Sud, 6	DIS
Modena	Lidl	Via E. Bertoli, 55	DIS
Modena	MD	Via V. Alfieri, 28	DIS
Modena	Conad	Srada Morane, 500	IPR
Modena	Ipercoop	Via dello Sport, 50	IPR
Modena	Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	IPR
Modena	Conad	Via Emilia Ovest, 621	SUP
Modena	Coop	Via Vignolese, 835	SUP
Modena	Despar	Via Sandro Cabassi, 41	SUP
Modena	Esselunga	Via delle Morane, 240	SUP
Modena	Sigma	Via Nobili, 91-C	SUP
Modena	U2 Edlp	Via Allegri, 79	SUP
Comuni del Sorbara			
COMUNE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Bomporto	Sigma	Via Falcone e Borsellino, 40/C	SUP
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
Vignola	Eurospin	Via Gobetti, 50	DIS
Vignola	Coop	Via Di Mezzo, 142	IPR
Vignola	Pam	Via Falcone e Borsellino, 94	SUP
Distretto Ceramic			
COMUNE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Fiorano M.	Eurospin	Via P. Micca, 1	DIS
Fiorano M.	Iperfamila	Circ.le S. Franceco, 134	IPR
Fiorano M.	Rossetto Group	Via Statale (Loc. Spezzano), 246	SUP
Formigine	Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	IPR
Formigine	Conad	Via C. Treves, 54	SUP
Maranello	MD	Via Vignola	DIS
Maranello	Coop	Via V. Woolf, 1	SUP
Sassuolo	Lidl	Via Radici in Piano, 145	DIS
Sassuolo	Coop	Via Adda, 73	IPR
Sassuolo	Esselunga Superstore	Via Circ.ne N/E, 231/249	IPR

Campionamento delle referenze costituenti il paniere della spesa

Nel corso della presente edizione sono stati campionati 279 prodotti appartenenti alle categorie degli alimentari, prodotti per la pulizia e manutenzione della casa, articoli non durevoli per la casa ed articoli per l'igiene personale. Tali prodotti sono acquistabili nella maggior parte degli esercizi commerciali e sono ritenuti rappresentativi dei consumi e delle spese da parte delle famiglie.

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 279 referenze di cui:

- ◆ 83 Prodotti Grandi Marche
- ◆ 78 Prodotti a marchio (Private Label)
- ◆ 83 Primi prezzi.
- ◆ 35 Prodotti freschi

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

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

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 di negozio, 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 provinciale 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 XXIX 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 2022, in materia di spesa per consumi delle famiglie Italiane, evidenziano un variazione positiva complessiva, rispetto al 2021, valutabile su scala nazionale intorno al +7,7%.

Le stime preliminari per il 2023, registrano una ulteriore crescita pari al 3,9% rispetto al 2022. A tali incrementi non corrispondono ad un maggior livello di spesa per consumi anche in termini reali. Infatti, tenuto conto delle forti spinte inflazionistiche registrate nel 2022 (+8,8% variazione dell'indice armonizzato dei prezzi al consumo, IPCA rispetto al 2021) e nel 2023 (+5,9%, variazione dell'indice armonizzato dei prezzi al consumo, IPCA rispetto al 2022) la spesa in termini risulta ridimensionata.

Nel dettaglio, rispetto al 2021, le variazioni sono pari +2,5% per i generi alimentari e +9,0%, per i prodotti non alimentari.

Le famiglie Italiane destinano una quota % di 18,4 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 21,5% della spesa alimentare.

In particolare per la regione Emilia Romagna si registrano variazioni complessive pari a -0,3% rispetto al 2019, +9,4% rispetto al 2020 e +9,0% rispetto al 2021.

Tab.1.1—Spesa media mensile delle famiglie per alimentari e non alimentari per regione. Periodo 2019-2022. Valori espressi in euro a valori correnti. Fonte: Istat

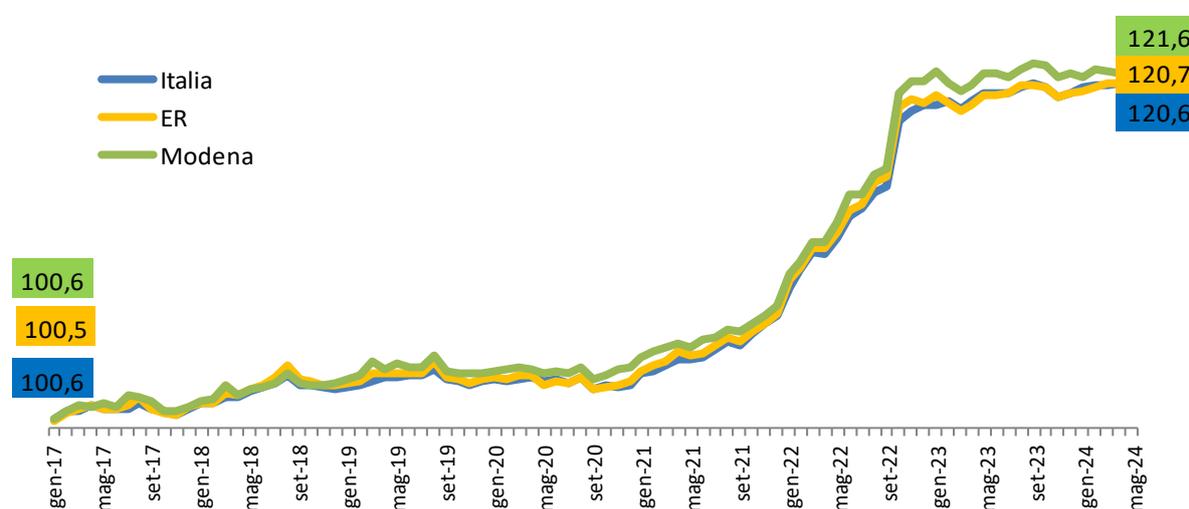
Regioni	Alimentari				Non alimentari				Var.% 2022/2021	
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022	Alimentari	Non Alimentari
Piemonte	475	461	469	481	2.108	1.798	1.904	2.128	2,6	11,7
Valle d'Aosta	496	513	474	511	2.310	2.015	2.247	2.361	7,7	5,1
Lombardia	463	453	477	468	2.502	2.221	2.428	2.584	-2,0	6,4
Trentino Alto Adige	453	460	466	445	2.539	2.282	2.484	3.022	-4,6	21,7
Veneto	427	453	450	469	2.254	1.934	2.112	2.240	4,2	6,0
Friuli Venezia Giulia	439	462	485	471	2.172	1.956	2.091	2.175	-2,8	4,0
Liguria	444	424	446	457	2.056	1.900	1.893	2.313	2,4	22,2
Emilia Romagna	460	461	445	466	2.446	2.187	2.213	2.432	4,6	9,9
Toscana	482	474	468	491	2.440	2.009	2.126	2.388	5,0	12,3
Umbria	438	451	500	499	2.009	1.799	1.914	2.040	-0,2	6,6
Marche	474	516	454	473	1.928	1.682	1.717	1.893	4,1	10,3
Lazio	477	483	464	466	2.302	2.159	2.248	2.418	0,4	7,6
Abruzzo	419	446	446	484	1.774	1.637	1.781	1.960	8,6	10,0
Molise	487	439	471	499	1.685	1.444	1.606	1.790	6,0	11,4
Campania	512	525	534	552	1.602	1.434	1.501	1.666	3,3	11,0
Puglia	453	401	404	455	1.543	1.397	1.404	1.528	12,5	8,9
Basilicata	493	436	486	491	1.510	1.299	1.543	1.720	1,1	11,5
Calabria	500	544	539	492	1.499	1.309	1.376	1.347	-8,7	-2,1
Sicilia	448	501	506	546	1.570	1.446	1.486	1.639	7,9	10,3
Sardegna	427	411	383	389	1.789	1.545	1.684	1.837	1,7	9,1
Italia	464	468	470	482	2.096	1.861	1.967	2.144	2,5	9,0

¹ ISTAT: I consumi delle famiglie anno 2022

1.1— Gli indici (ISTAT), dei prezzi al consumo

Gli indici dei prezzi al consumo registrati nel periodo che va dal mese di gennaio 2017 al mese di maggio 2024 evidenziano la fortissima spinta inflazionista registrata nell'ultimo triennio. Sebbene la corsa sia rallentata negli ultimi 24 mesi il trend appare ancora al rialzo. I dati dei prezzi al consumo registrati a maggio 2024, nel comune di Modena, attestano una variazione tendenziale dei prezzi, rispetto allo scorso anno pari a +0,6%, leggermente inferiore al dato regionale e a quello nazionale. Tra le voci di prodotto che presentano variazioni % positive più significative si evidenziano “ Servizi Ricettivi e di ristorazione” (+4,1%), “Trasporti” (+2,5%) e “Altri beni e servizi” (+2,0%). Per contro le voci “Abitazione, acqua, elettricità e combustibile” e “Comunicazioni” registrano variazioni negative pari a -7,4% e -7,2% rispettivamente.

Graf. 1.1 — Andamento dell'Indice dei prezzi al consumo per l'intera collettività (base 2015=100) - dati mensili,



Tab. 1.2 — Variazioni % maggio 2024 su maggio 2023, 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	0,7	1,1	2,0
Bevande alcoliche e tabacchi	1,2	1,8	2,2
Abbigliamento e calzature	0,8	1,2	1,2
Abitazione, acqua, elettricità e combustibile	-7,4	-7,3	-9,1
Mobili, articoli e servizi per la casa	0,7	0,5	0,7
Servizi Sanitari e spese per la salute	1,2	2,1	1,6
Trasporti	2,5	2,5	2,2
Comunicazioni	-7,2	-7,2	-6,1
Ricreazione spettacolo e cultura	1,7	1,9	1,3
Istruzione	0,9	2,3	1,8
Servizi Ricettivi e di ristorazione	4,1	4,0	5,6
Altri beni e servizi	2,0	2,9	2,8
Indice Generale NIC	0,6	0,9	0,8

1.2 - L'evoluzione dei prezzi registrata da Federconsumatori

Restringendo l'analisi dei prezzi rilevati su un carrello di 66 prodotti grandi marche di referenze alimentari, Federconsumatori è in grado di delineare la dinamica dei prezzi registrati nel territorio della provincia di Modena.

Rispetto alla precedente rilevazione effettuata nel mese di luglio 2022, si registra un aumento dei prezzi pari al 15,5%. I dati Istat riferiti allo stesso periodo, per i prodotti alimentari e bevande analcoliche, hanno registrato, per il comune di Modena, una variazione complessiva di 10,7 punti percentuali.

Tab. 1.3 — Paniere "Grandi Marche" per sottoclasse di prodotti utilizzato da Federconsumatori per determinare l'evoluzione dei prezzi registrato nel territorio di Modena e provincia.

Categoria e n° prodotti		Categoria e n° prodotti	
Acque minerali	1	Formaggi e latticini	5
Alcolici e liquori	3	Frutta surgelata, conserve di frutta e prodotti a base di frutta	2
Altri oli alimentari	2	Gelati	2
Altri pesci e frutti di mare conservati o lav.	2	Latte conservato	1
Altri preparati a base di carne	2	Latte fresco	1
Altri preparati alimentari n.a.c.	2	Margarina e altri grassi vegetali	1
Altri prodotti a base di cereali	2	Olio di oliva	1
Altri prodotti a base di latte	1	Pasta secca, fresca e preparati di pasta	1
Altri prodotti di panetteria	4	Patatine fritte	1
Altri prodotti di panetteria e pasticceria	2	Riso	1
Bevande analcoliche	3	Sale, spezie ed erbe aromatiche	1
Birre lager	1	Salse, condimenti e spezie	3
Burro	1	Succhi di frutta e verdura	1
Cacao e cioccolato in polvere	1	Vegetali secchi, trasformati o conserv.	6
Caffè	2	Vegetali surgelati	3
Cioccolato	1	Vini da uve	1
Confetture, marmellate e miele	2	Yogurt	1
Farina ed altri cereali	1	Zucchero	1
Totale referenze utilizzate per la descrizione della dinamica dei prezzi:			66

Tab. 1.4 — Dinamica calcolata sugli indici dei prezzi al consumo per l'intera collettività registrati da ISTAT, nei mesi delle ultime quattro rilevazioni di Federconsumatori, in Italia, Emilia Romagna e Modena., rispetto all'“Indice Generale” ed ai “prodotti alimentari e bevande analcoliche”. Variazioni 2024 su 2020 e 2024 su 2022. Fonte: Nostri calcoli su dati ISTAT

Capitoli di spesa	Mese ed anno di riferimento				Variazioni	
	07-20	07-21	07-22	04-24	2024/2020	2024/2022
ITALIA						
Generale	100,0	102,3	110,0	117,1	17,1	6,5
Prodotti alimentari	100,0	100,5	110,1	123,2	23,2	12,0
EMILIA ROMAGNA						
Generale	100,0	102,1	110,2	117,1	17,1	6,3
Prodotti alimentari	100,0	100,1	109,8	122,1	22,1	11,2
MODENA						
Generale	100,0	102,1	110,3	117,2	17,2	6,2
Prodotti alimentari	100,0	98,9	107,6	119,0	19,0	10,7

Non si evidenzia una particolare differenza tra le dinamiche dei prezzi registrate nei supermercati ed ipermercati. Per entrambe le categorie l'incremento medio rispetto al 2022 è pari a circa 15,5 punti percentuali, ben al di sopra della variazione media registrata da Istat pari al 10,7%.

Tab. 1.5 — Dinamica dei prezzi relativa al paniere 66 prodotti (ved. Tab. 1.3) per il consumo alimentare, sulla base delle rilevazioni prezzi effettuate da Federconsumatori nel periodo luglio 2020—maggio 2024, in un campione di ipermercati e supermercati di Modena e provincia

Tipologia di punti Vendita	Mese ed anno di riferimento				Variazioni	
	07-20	07-21	07-22	04-24	2024/2020	2024/2022
Ipermercati	100,0	95,7	104,0	119,9	19,9	15,4
Supermercati	100,0	97,9	104,9	121,1	21,1	15,5
Totale	100,0	96,4	104,2	120,4	20,4	15,5

Nella categoria degli ipermercati l'insegna commerciale più virtuosa, in termini di contenimento dei prezzi rispetto al periodo 2024-2022 risulta essere Iperfamila, con un incremento medio del 8,7% contro una media provinciale di 15,4%.

A livello di singolo punto vendita, oltre ad Iperfamila di Fiorano si segnala la buona performance dell'ipermercato Ipercoop di Formigine con un incremento pari a 9,1 punti percentuali.

Tra catene commerciali di supermercati che hanno fatto registrare un aumento prezzi più contenuto nel periodo 2022-2024 risultano essere Coop , +11,4% e Famila, +14,2%, contro una media provinciale pari a +15,5%.

Tab. 1.6 — Dinamica dei prezzi relativa al paniere 66 prodotti (ved. Tab. 1.3) per il consumo alimentare, sulla base delle rilevazioni prezzi effettuate da Federconsumatori nel periodo luglio 2020—maggio 2024, negli ipermercati di Modena e provincia aggregati per catena commerciale

Catene commerciali	Mese ed anno di riferimento				Variazioni	
	07-20	07-21	07-22	04-24	2024/2020	2024/2022
Conad	100,0	93,7	99,9	122,3	22,3	22,4
Coop	100,0	97,2	104,9	118,2	18,2	12,7
Esselunga S.	100,0	94,8	102,0	120,5	20,5	18,2
Ipercoop	100,0	96,2	105,2	120,9	20,9	14,9
Iperfamila	100,0	98,0	105,7	115,0	15,0	8,7
Panorama	100,0	92,0	99,3	n.r.	n.c.	n.c.
Totale Ipermercati	100,0	95,7	104,0	119,9	19,9	15,4

n.r. = dato non rilevato — n.c. dato non calcolabile

Tab. 1.7 — Dinamica dei prezzi relativa al paniere 66 prodotti prodotti (ved. Tab. 1.3) per il consumo alimentare, sulla base delle rilevazioni prezzi effettuate da Federconsumatori nel periodo luglio 2020—maggio 2024, in un campione di supermercati di Modena e provincia aggregati per catena commerciale

Catene commerciali	Mese ed anno di riferimento				Variazioni	
	07-20	07-21	07-22	04-24	2024/2020	2024/2022
Conad	100,0	96,1	103,5	122,1	22,1	17,9
Coop	100,0	99,8	108,6	121,0	21,0	11,4
Despar	100,0	94,8	103,1	120,1	20,1	16,5
Esselunga	100,0	97,0	103,9	124,2	24,2	19,6
Famila	100,0	97,5	102,3	116,8	16,8	14,2
Pam	100,0	n.r.	102,5	119,1	19,1	16,2
Rossetto	100,0	96,9	105,1	123,1	23,1	17,1
Sigma	100,0	99,8	107,4	126,9	26,9	18,1
U2 Edlp	100,0	101,0	107,8	130,6	30,6	21,1
Totale Supermercati	100,0	97,9	104,9	121,1	21,1	15,5

n.r. = dato non rilevato

Tab. 1.8 — Dinamica dei prezzi relativa al paniere 66 prodotti (ved. Tab. 1.3) per il consumo alimentare, sulla base delle rilevazioni prezzi effettuate da Federconsumatori nel periodo luglio 2020—maggio 2024, negli ipermercati di Modena e provincia

Insegna	Indirizzo	Comune	Mese ed anno di riferimento				Variazioni	
			07-20	07-21	07-22	04-24	2024 2020	2024 2022
Conad	Strada Morane, 500	Modena	100,0	93,7	99,9	122,3	22,3	22,4
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	100,0	96,8	105,3	117,1	17,1	11,2
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	100,0	95,6	104,9	117,1	17,1	11,5
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	100,0	99,4	104,4	120,5	20,5	15,5
Esselunga	Via Circon.ne N/E	Sassuolo	100,0	95,3	103,4	121,7	21,7	17,7
Esselunga	Via Modena Carpi, 250	Soliera	100,0	94,3	100,8	119,5	19,5	18,6
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	100,0	94,2	103,1	120,1	20,1	16,5
Ipercoop	Via San Giacomo, 40	Formigine	100,0	98,8	110,6	120,7	20,7	9,1
Ipercoop	Via G. Agnini, 37	Mirandola	100,0	95,9	107,3	121,0	21,0	12,8
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	100,0	97,3	105,0	122,5	22,5	16,7
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	100,0	96,3	103,6	120,2	20,2	16,1
Iperfamila	Circ.le S. Francesco	Fiorano M.	100,0	98,0	105,7	115,0	15,0	8,7
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	100,0	92,0	99,3	n.r.	n.c.	n.c.
Totale Ipermercati			100,0	95,7	104,7	119,9	19,9	14,5

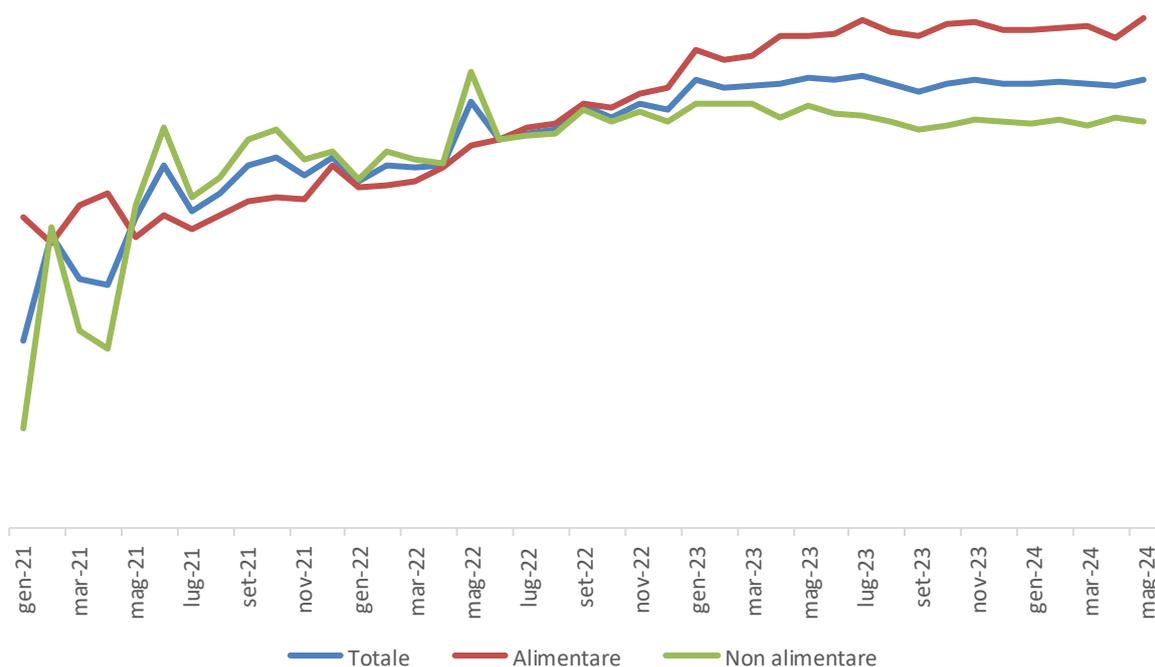
n.r. = dato non rilevato — n.c. dato non calcolabile

1.3 — I dati delle vendite al dettaglio

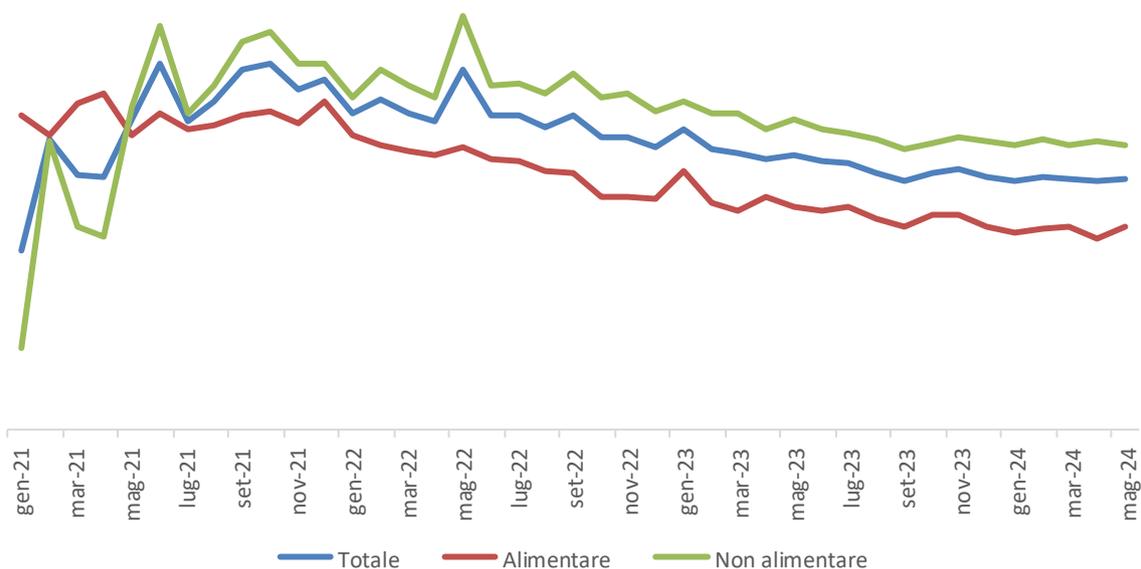
I dati del valore e del volume alle vendite al dettaglio registrati dall'Istat nell'ultimo periodo certificano che agli incrementi di spesa da parte delle famiglie non corrispondono ad un maggior livello di spesa per consumi, infatti ad un evidente trend al rialzo del valore delle vendite corrisponde un altrettanto evidente trend al ribasso del volume delle vendite.

Nel corso degli ultimi mesi il valore delle vendite registrate nei discount ha decisamente superato i corrispondenti valori registrati nei supermercati ed ipermercati. Rispetto a gennaio del 2020 il giro delle vendite dei discount è aumentato di circa 50 punti percentuali, contro i 20 punti dei supermercati ed i 12 degli ipermercati.

Graf. 1.2—Valore delle vendite del commercio al dettaglio (base 2021=100) per settore merceologico, dati destagionalizzati. Periodo gennaio 2021 – maggio 2024. Fonte: Istat



Graf. 1.3— Volume delle vendite del commercio al dettaglio (base 2021=100) per settore merceologico, dati destagionalizzati. Periodo gennaio 2021 – maggio 2024. Fonte: Istat



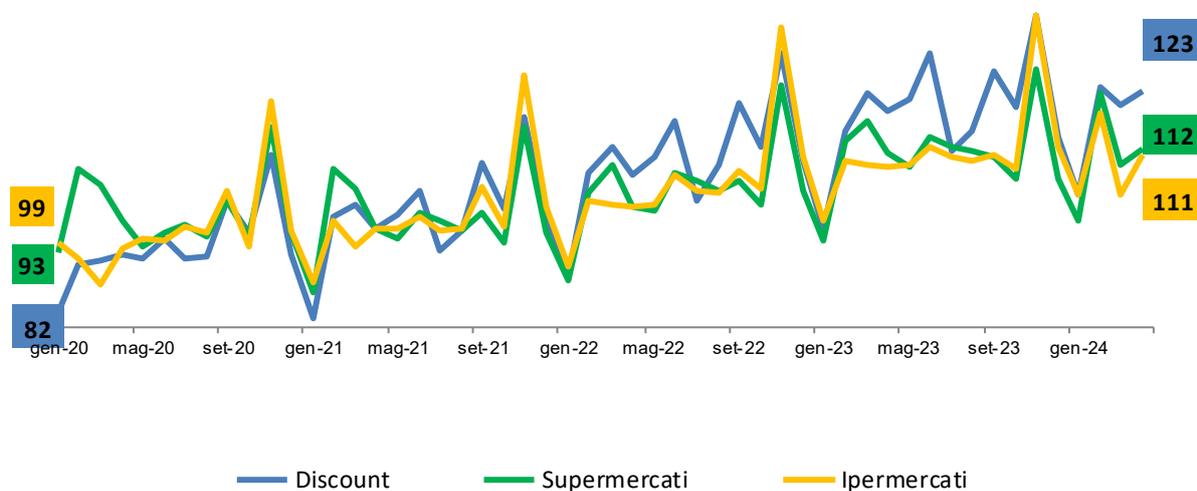
Tab. 1.9— Commercio al dettaglio per forma distributiva e settore merceologico maggio 2024, variazioni percentuali tendenziali su dati in valore (base 2021 = 100). Dati provvisori - Fonte: Istat

FORMA DISTRIBUTIVA E SETTORE MERCEOLOGICO	mag 24 mag 23	gen-mag 24 gen-mag 23
Grande distribuzione	+0,9	+1,6
Alimentari	+1,7	+2,2
Non alimentari	-0,6	+0,2
Imprese operanti su piccole superfici	+0,2	0,0
Alimentari	+1,1	+1,0
Non alimentari	0,0	-0,3
Vendite al di fuori dei negozi	-1,6	-0,8
Commercio elettronico	-1,4	+1,2
Totale	+0,4	+0,8

Tab. 1.10 — Commercio al dettaglio per tipologia di esercizio della Grande distribuzione, maggio 2024, variazioni percentuali tendenziali su dati valore (base 2021 = 100). Dati provvisori. Fonte: Istat

TIPOLOGIE DI ESERCIZIO	mag 24 mag 23	gen-mag 24 gen-mag 23
Esercizi non specializzati	+1,2	+1,8
A prevalenza alimentare	+1,6	+2,0
Ipermercati	+1,8	+2,2
Supermercati	+0,8	+1,5
Discount Alimentari	+3,3	+3,5
A prevalenza non alimentare	-2,8	-1,8
Esercizi specializzati	-0,1	+0,8
Grande distribuzione	+0,9	+1,5

Graf. 1.4— Valore delle vendite per forma distributiva del commercio al dettaglio (base 2021=100). Periodo gennaio 2020 – maggio 2024. Fonte: Istat



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

La rilevazione dei prezzi praticati dai supermercati, ipermercati e discount della provincia di Modena è stata realizzata nel periodo che compreso tra il 9 ed il 30 aprile 2024.

La rilevazione ha impegnato due soli rilevatori esperti ed hanno utilizzato uno scanner elettronico per la rilevazione dei prezzi. I rilevatori hanno visitato complessivamente 54 punti vendita, rilevando i prezzi “interi”, “scontati” e “riservati” relativi a 279 referenze.

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 “Private Label” sono stati registrati negli ipermercati, mentre per il carrello dei prodotti “Primi Prezzi” i prezzi più contenuti sono stati rilevati nei discount.

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” appaiono trascurabili mentre per i “Private Label” oscillano intorno al 3,5%.

L'ampiezza della superficie di vendita degli ipermercati non risulta particolarmente rilevante nella definizione dei prezzi dei prodotti freschi e grandi marche, mentre per i private label e primi prezzi, facendo la spesa presso gli ipermercati di maggior dimensioni, si può realizzare un risparmio valutabile in un range compreso tra i 3 ed i 6 punti percentuali.

Rispetto ad i i supermercati sono i negozi di dimensione medio grande ad offrire un livello prezzi più contenuto. I differenziali più significativi si registrano per i carrelli “Primi Prezzi” (oltre il 14%) ed il carrello “Grandi Marche”, (oltre 10 punti percentuali).

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” per tipologia di punto vendita. Costo base = minimo costo intero. Periodo 9 –30 aprile 2024.

Tipologia punto vendita	Costo			% di sconto	
	Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Grandi Marche					
Ipermercati	100,0	98,4	95,9	1,6	4,1
Supermercati	102,3	101,1	100,5	1,2	1,8
Valore medio provinciale	100,8	99,4	97,5	1,4	3,3
Private Label					
Ipermercati	100,0	99,6	98,9	0,4	1,1
Supermercati	103,9	102,8	102,4	1,0	1,4
Valore medio provinciale	101,4	100,8	100,2	0,6	1,2
Primi Prezzi					
Discount	100,0	99,0	99,0	1,0	1,0
Ipermercati	107,8	107,5	106,9	0,3	0,8
Supermercati	119,7	119,0	118,7	0,6	0,8
Valore medio provinciale	110,4	109,9	109,5	0,5	0,8

Tab. 2.2 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo, per l'acquisto dei panieri “Grandi Marche”, “Private Label”, “Primi Prezzi”, dalla tipologia di punto vendita più conveniente e dalla media provinciale. Periodo 9 –30 aprile 2024.

Tipologia punto 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	-0,8	-1,0	-1,7
Supermercati	2,3	2,7	4,7	1,5	1,7	3,0
Scostamento medio provinciale	0,8	1,0	1,7	0,0	0,0	0,0
Private Label						
Ipermercati	0,0	0,0	0,0	-1,4	-1,2	-1,3
Supermercati	3,9	3,3	3,6	2,4	2,1	2,3
Scostamento medio provinciale	1,4	1,2	1,3	0,0	0,0	0,0
Primi Prezzi						
Discount	0,0	0,0	0,0	-9,5	-9,9	-9,6
Ipermercati	7,8	8,6	8,0	-2,4	-2,2	-2,4
Supermercati	19,7	20,2	20,0	8,4	8,3	8,4
Scostamento medio provinciale	10,4	11,0	10,6	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 9 –30 aprile 2024.

Classe di ampiezza	Costo			% di sconto	
	Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Grandi Marche					
Oltre 5.000 mq	100,6	98,9	96,4	1,7	4,1
Fino a 5.000 mq.	100,0	98,5	96,0	1,5	4,0
Valore medio provinciale	100,4	98,8	96,3	1,6	4,1
Private Label					
Oltre 5.000 mq	100,0	99,9	99,1	0,1	0,9
Fino a 5.000 mq.	106,1	105,2	104,5	0,9	1,5
Valore medio provinciale	102,2	101,8	101,0	0,4	1,1
Primi Prezzi					
Oltre 5.000 mq	100,0	100,0	99,6	0,0	0,4
Fino a 5.000 mq.	104,4	103,5	102,8	0,8	1,5
Valore medio provinciale	101,6	101,3	100,7	0,3	0,8
Prodotti Freschi					
Oltre 5.000 mq	102,2	99,6	99,6	2,5	2,6
Fino a 5.000 mq.	100,0	96,5	96,2	3,5	3,8
Valore medio provinciale	101,4	98,5	98,4	2,9	3,0

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 punto vendita più conveniente e dalla media provinciale. Periodo 9 –30 aprile 2024.

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	0,6	0,4	0,4	0,2	0,1	0,2
Fino a 5.000 mq.	0,0	0,0	0,0	-0,4	-0,2	-0,3
Scostamento medio provinciale	0,4	0,2	0,3	0,0	0,0	0,0
Private Label						
Oltre 5.000 mq	0,0	0,0	0,0	-2,1	-1,9	-1,9
Fino a 5.000 mq.	6,1	5,3	5,4	3,8	3,3	3,4
Scostamento medio provinciale	2,2	1,9	1,9	0,0	0,0	0,0
Primi Prezzi						
Oltre 5.000 mq	0,0	0,0	0,0	-1,6	-1,2	-1,1
Fino a 5.000 mq.	4,4	3,5	3,2	2,8	2,2	2,0
Scostamento medio provinciale	1,6	1,3	1,2	0,0	0,0	0,0
Prodotti Freschi						
Oltre 5.000 mq	2,2	3,2	3,5	0,8	1,1	1,2
Fino a 5.000 mq.	0,0	0,0	0,0	-1,4	-2,0	-2,2
Scostamento medio provinciale	1,4	2,0	2,2	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, dal tipo di punti vendita più conveniente e dalla media provinciale. Periodo 9 –30 aprile 2024.

Classe di ampiezza	Costo			% di sconto	
	Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Grandi Marche					
1.600 ed oltre	100,0	98,0	97,5	2,0	2,5
1.200 —— 1.600	101,8	101,0	100,3	0,8	1,6
800 —— 1.200	105,6	104,8	104,1	0,8	1,4
400 —— 800	110,1	108,5	107,8	1,5	2,1
Valore medio provinciale	102,1	100,9	100,2	1,2	1,8
Private Label					
1.600 ed oltre	105,3	103,0	102,9	2,1	2,2
1.200 —— 1.600	100,0	99,5	98,9	0,5	1,1
800 —— 1.200	100,6	100,5	100,1	0,1	0,6
400 —— 800	105,2	105,1	104,8	0,1	0,4
Valore medio provinciale	102,1	101,1	100,7	1,0	1,4
Primi Prezzi					
1.600 ed oltre	104,5	103,2	103,2	1,2	1,3
1.200 —— 1.600	100,0	99,7	99,4	0,3	0,6
800 —— 1.200	109,2	108,9	108,5	0,3	0,6
400 —— 800	114,3	114,1	114,0	0,2	0,3
Valore medio provinciale	103,4	102,8	102,6	0,6	0,8

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. Periodo 9 –30 aprile 2024.

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	-2,2	-2,9	-2,7
1.200 —— 1.600	2,0	3,1	2,8	-0,2	0,1	0,0
800 —— 1.200	5,8	6,9	6,8	3,4	3,8	3,9
400 —— 800	10,3	10,7	10,5	7,9	7,5	7,5
Scostamento medio provinciale	2,3	2,9	2,8	0,0	0,0	0,0
Private Label						
1.600 ed oltre	5,3	3,5	4,0	3,1	1,9	2,2
1.200 —— 1.600	0,0	0,0	0,0	-2,1	-1,6	-1,8
800 —— 1.200	0,6	1,0	1,1	-1,5	-0,6	-0,7
400 —— 800	5,2	5,6	5,9	3,0	3,9	4,0
Scostamento medio provinciale	2,1	1,6	1,8	0,0	0,0	0,0
Primi Prezzi						
1.600 ed oltre	4,5	3,5	3,8	1,0	0,4	0,6
1.200 —— 1.600	0,0	0,0	0,0	-3,3	-3,0	-3,1
800 —— 1.200	9,2	9,2	9,2	5,6	5,9	5,8
400 —— 800	14,3	14,5	14,7	10,6	11,0	11,1
Scostamento medio provinciale	3,4	3,1	3,2	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 9 –30 aprile 2024.

Classe di ampiezza	Costo		% di sconto
	Intero	Scontato	Scontato/intero
Primi Prezzi			
Oltre 1.200 mq.	100,0	98,6	1,4
800 —— 1.200 mq.	102,1	101,3	0,7
Valore medio provinciale	101,2	100,2	1,0

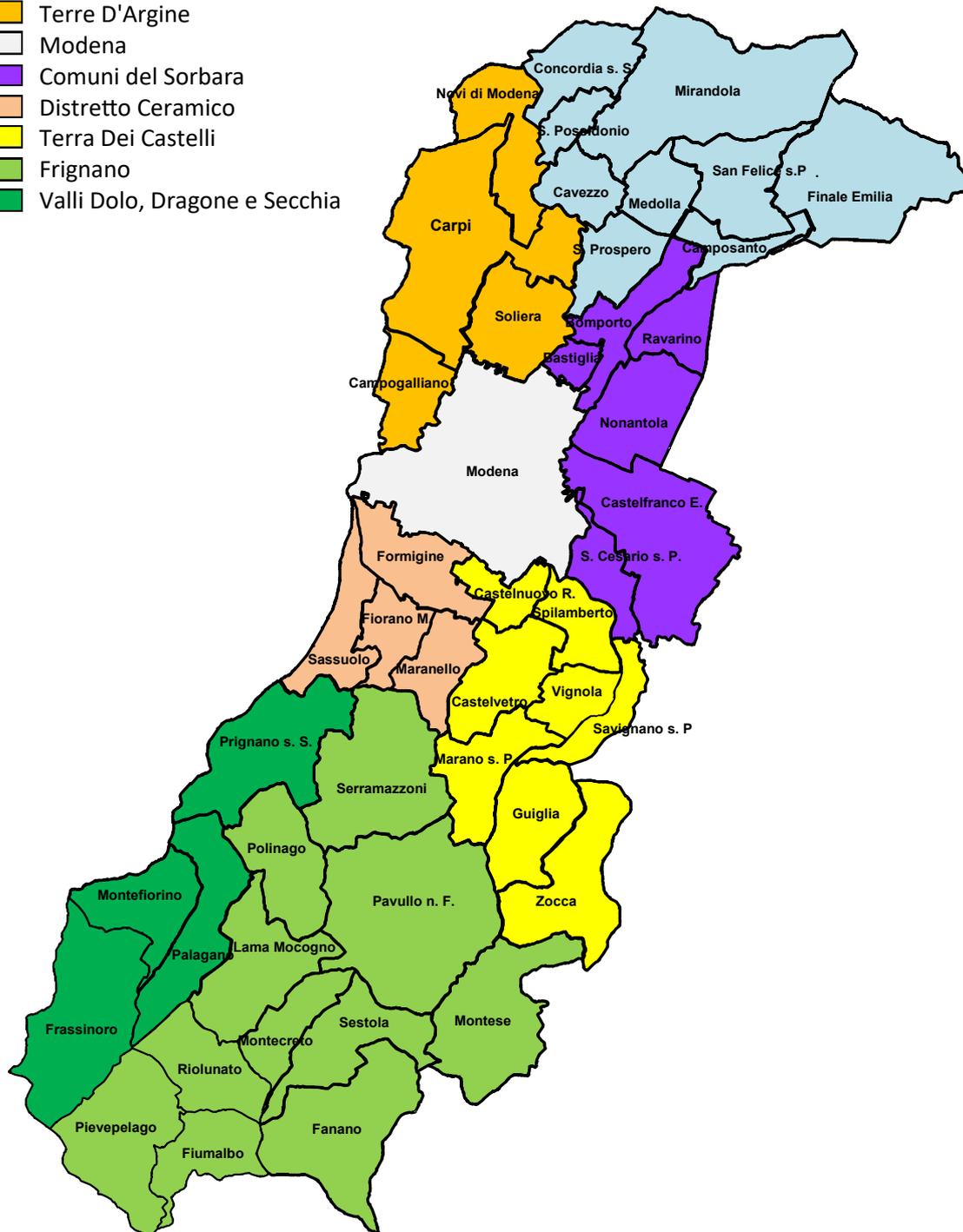
Tab. 2.8 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo, del paniere “**Primi Prezzi**” e per classe di ampiezza dei discount, dal tipo di punto vendita più conveniente e dalla media provinciale. Periodo 9 –30 aprile 2024.

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 1200 mq.	0,0	0,0	-1,2	-1,6
800 —— 1.200 mq.	2,1	2,8	0,8	1,1
Scostamento medio provinciale	1,2	1,7	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

- Unione Area Nord
- Terre D'Argine
- Modena
- Comuni del Sorbara
- Distretto Ceramico
- Terra Dei Castelli
- Frignano
- Valli Dolo, Dragone e Secchia



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 del livello prezzi per aggregato territoriale emerge che nel complesso l’area con i prezzi più contenuti è Terre D’argine.

Nella categoria dei prodotti “Grandi Marche” prevalgono le aree del Distretto ceramico e Terre D’Argine. Modena ed i Comuni del Sorbara presentano un livello prezzi altrettanto competitivi.

Per il carrello “Private Label” sono l’area di Modena e l’area Nord a presentare i livelli prezzi più concorrenziali.

Gli scontrini per i carrelli “Primi Prezzi” e “Prodotti Freschi” presentano la maggior variabilità. Anche in questi casi è l’area di Terre D’argine ad offrire il livello di prezzi più contenuto.

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 9 –30 aprile 2024.

Ambito Territoriale	Costo			% di sconto	
	Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Grandi Marche					
Unione Area Nord	103,7	101,8	99,2	1,8	4,3
Terre D'Argine	100,8	99,8	97,8	1,0	3,0
Modena	101,8	100,0	98,1	1,8	3,6
Comuni del Sorbara	101,6	99,8	98,4	1,8	3,2
Frignano	106,7	105,8	105,3	0,9	1,3
Terre dei Castelli	102,6	101,7	99,7	0,9	2,8
Distretto Ceramico	100,0	98,8	97,2	1,2	2,8
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Valore medio provinciale	101,7	100,2	98,4	1,4	3,3
Private Label					
Unione Area Nord	100,9	99,7	99,2	1,2	1,7
Terre D'Argine	102,6	101,9	100,8	0,7	1,7
Modena	100,0	99,8	99,5	0,2	0,5
Comuni del Sorbara	102,9	102,9	102,0	0,0	0,9
Frignano	107,1	105,3	105,0	1,7	1,9
Terre dei Castelli	101,1	101,1	100,6	0,0	0,5
Distretto Ceramico	104,2	103,2	102,6	1,0	1,6
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Valore medio provinciale	102,0	101,4	100,8	0,6	1,2
Primi Prezzi					
Unione Area Nord	100,6	99,7	99,3	0,9	1,3
Terre D'Argine	100,0	99,5	98,9	0,5	1,1
Modena	103,2	103,2	103,0	0,1	0,3
Comuni del Sorbara	104,1	103,6	103,2	0,5	0,9
Frignano	115,5	113,8	113,7	1,5	1,6
Terre dei Castelli	102,3	102,3	102,0	0,0	0,3
Distretto Ceramico	106,4	105,6	105,3	0,8	1,1
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Valore medio provinciale	103,4	102,9	102,5	0,5	0,8
Prodotti Freschi					
Unione Area Nord	102,5	100,8	100,8	1,7	1,7
Terre D'Argine	102,0	96,3	96,3	5,6	5,6
Modena	104,3	102,2	102,1	2,0	2,1
Comuni del Sorbara	100,0	99,3	99,3	0,7	0,7
Frignano	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Terre dei Castelli	107,0	106,6	106,6	0,4	0,4
Distretto Ceramico	102,6	99,2	98,8	3,3	3,7
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Valore medio provinciale	103,2	100,2	100,1	2,9	3,0

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 9 –30 aprile 2024.

Ambito Territoriale	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	3,7	3,0	2,1	1,9	1,5	0,8
Terre D'Argine	0,8	1,0	0,7	-0,9	-0,4	-0,6
Modena	1,8	1,1	1,0	0,1	-0,3	-0,2
Comuni del Sorbara	1,6	1,0	1,3	0,0	-0,4	0,1
Frignano	6,7	7,1	8,4	5,0	5,6	7,1
Terre dei Castelli	2,6	2,9	2,7	0,9	1,5	1,4
Distretto Ceramico	0,0	0,0	0,0	-1,7	-1,4	-1,2
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.
Scostamento medio provinciale	1,7	1,4	1,3	0,0	0,0	0,0
Private Label						
Unione Area Nord	0,9	0,0	0,0	-1,1	-1,7	-1,6
Terre D'Argine	2,6	2,2	1,7	0,6	0,5	0,1
Modena	0,0	0,2	0,3	-2,0	-1,5	-1,3
Comuni del Sorbara	2,9	3,2	2,8	0,9	1,5	1,2
Frignano	7,1	5,7	5,9	5,0	3,9	4,2
Terre dei Castelli	1,1	1,5	1,4	-0,9	-0,3	-0,2
Distretto Ceramico	4,2	3,6	3,4	2,2	1,8	1,8
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.
Scostamento medio provinciale	2,0	1,7	1,6	0,0	0,0	0,0
Primi Prezzi						
Unione Area Nord	0,6	0,2	0,4	-2,7	-3,1	-3,1
Terre D'Argine	0,0	0,0	0,0	-3,3	-3,3	-3,5
Modena	3,2	3,7	4,1	-0,1	0,3	0,5
Comuni del Sorbara	4,1	4,1	4,3	0,7	0,7	0,6
Frignano	15,5	14,4	14,9	11,8	10,7	10,9
Terre dei Castelli	2,3	2,8	3,1	-1,0	-0,5	-0,5
Distretto Ceramico	6,4	6,1	6,4	2,9	2,7	2,7
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.
Scostamento medio provinciale	3,4	3,4	3,7	0,0	0,0	0,0
Prodotti Freschi						
Unione Area Nord	2,5	4,6	4,6	-0,6	0,6	0,7
Terre D'Argine	2,0	0,0	0,0	-1,1	-3,9	-3,8
Modena	4,3	6,1	6,0	1,1	1,9	2,0
Comuni del Sorbara	0,0	3,1	3,1	-3,1	-0,9	-0,8
Frignano	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.
Terre dei Castelli	7,0	10,7	10,7	3,7	6,4	6,5
Distretto Ceramico	2,6	3,0	2,5	-0,5	-1,0	-1,3
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.
Scostamento medio provinciale	3,2	4,0	3,9	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 e supermercati, sono complessivamente 83 referenze di cui, ai fini dell’analisi comparativa, sono stati validati 82 prodotti. Ciascuna referenza è presente in almeno 36 punti vendita dei 39 campionati. In ciascun punto vendita sono assenti al più 6 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 conservato	1
Alcolici e liquori	3	Latte fresco	1
Altri oli alimentari	2	Margarina e altri grassi vegetali	1
Altri pesci, frutti di mare cons. o lav.	2	Olio di oliva	1
Altri preparati a base di carne	2	Pasta secca, fresca e prep. di pasta	1
Altri preparati alimentari n.a.c.	2	Patatine fritte	1
Altri prodotti a base di cereali	2	Pesce fresco, refrigerato o surg.	1
Altri prodotti a base di latte	1	Riso	1
Altri prodotti di panetteria	4	Sale, spezie ed erbe aromatiche	1
Altri prodotti di panetteria e past.	2	Salse, condimenti e spezie	3
Bevande analcoliche	3	Succhi di frutta e verdura	1
Birre lager	2	Tè	1
Burro	1	Vegetali freschi, refrigerati	1
Cacao e cioccolato in polvere	1	Vegetali secchi, trasf. o cons.	6
Caffè	2	Vegetali surgelati	3
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 manutenz. della casa	3
Frutta secca	1	Altri articoli non durevoli per la casa	4
Frutta surg., cons.di frutta e prod. a base di frutta	2	Articoli per l'igiene personale	4
Gelati	2		
Totale referenze “Grandi Marche” validate:		82	

Per acquistare gli 80 prodotti “Grandi Marche” costituenti il paniere analizzato si spende mediamente 252,30 euro **(+15,4% rispetto a luglio 2022)**. 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 4,1%.

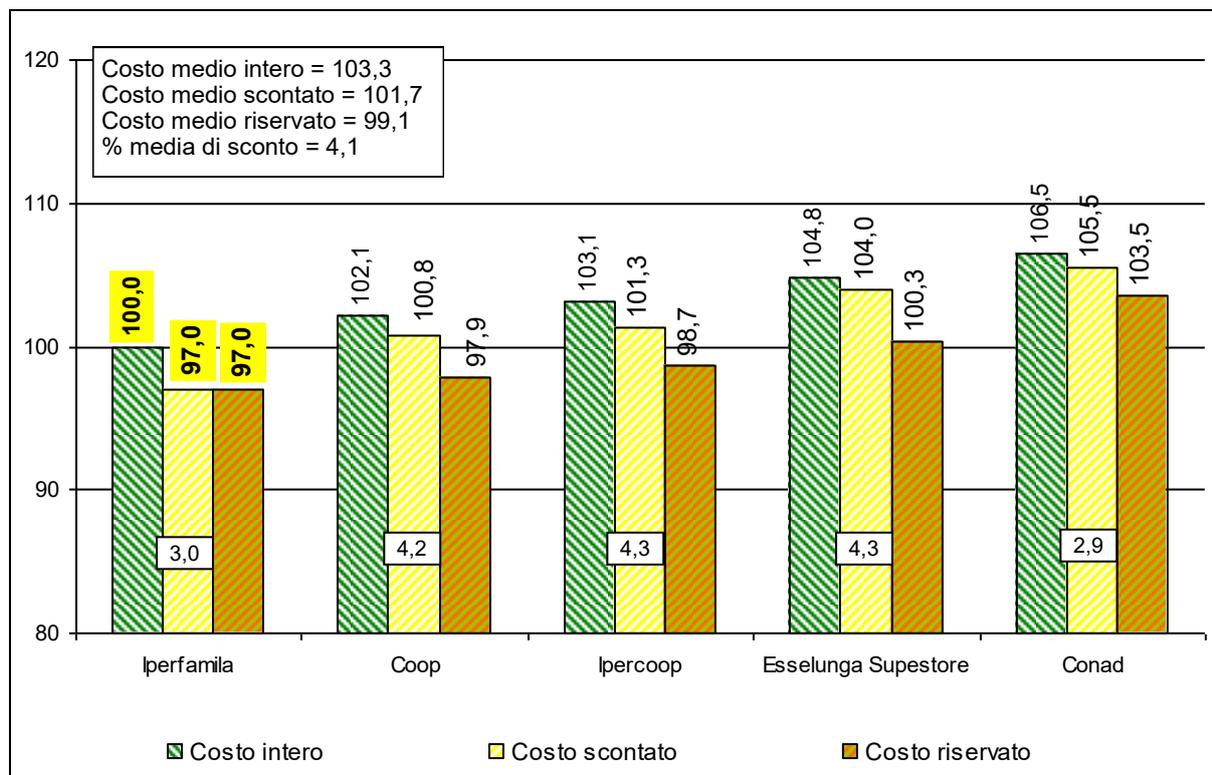
Nella categoria degli Ipermercati, la catena commerciale più conveniente è risultata essere Iperfamila, rappresentato da un unico punto vendita con sede a Fiorano Modenese, che permette di realizzare un risparmio, rispetto al valor medio provinciale, di poco inferiore ai 5 punti percentuali.

Tenendo conto delle scontistiche riservate, Coop ed Ipercoop presentano un livello prezzi simile a quello di Iperfamila.

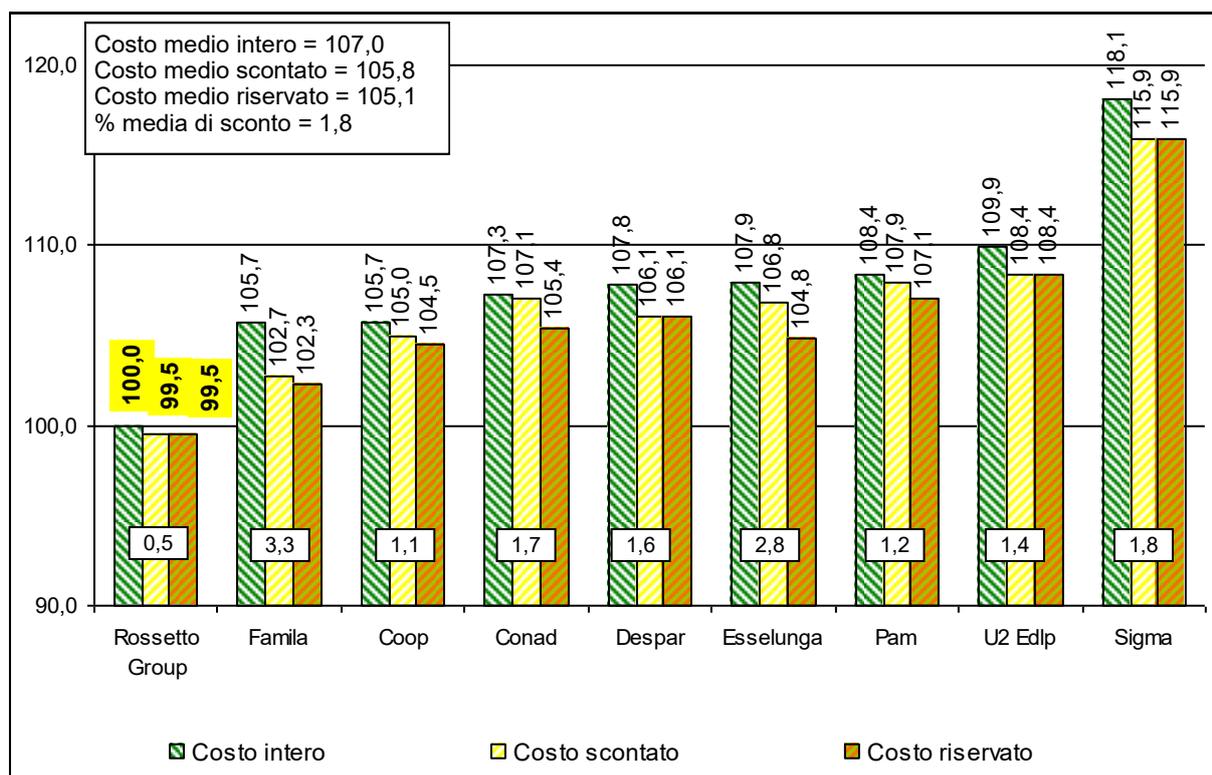
Tra i supermercati l’insegna più conveniente risulta essere Rossetto, anche in questo caso rappresentato da un unico punto vendita con sede a Fiorano Modenese, permette di realizzare un risparmio, rispetto al valor medio provinciale, di circa 6 percentuali.

Il punto vendita in cui si rileva lo scontrino con il costo più contenuto sono appunto il negozio Super Rossetto ed Iperfamila, entrambi con sede di vendita nel comune di Fiorano Modenese.

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 **ipermercati** con sede nel territorio della provincia di Modena. Costo base = minimo costo intero. Periodo 9 –30 aprile 2024.



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 **supermercati** con sede nel territorio della provincia di Modena. Costo base = minimo costo intero. Periodo 9 –30 aprile 2024.



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 9 –30 aprile 2024.

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						
Iperfamila	0,0	0,0	0,0	-3,2	-4,6	-2,1
Coop	2,1	3,8	0,9	-1,2	-0,9	-1,2
Ipercoop	3,1	4,4	1,7	-0,2	-0,4	-0,4
Esselunga Supestore	4,8	7,2	3,4	1,4	2,3	1,2
Conad	6,5	8,7	6,6	3,1	3,7	4,4
Scostamento medio provinciale	3,3	4,8	2,1	0,0	0,0	0,0
Supermercati						
Rossetto Group	0,0	0,0	0,0	-6,5	-5,9	-5,3
Famila	5,7	3,2	2,7	-1,2	-2,9	-2,7
Coop	5,7	5,5	5,0	-1,2	-0,7	-0,5
Conad	7,3	7,6	5,9	0,2	1,3	0,3
Despar	7,8	6,6	6,6	0,8	0,4	1,0
Esselunga	7,9	7,3	5,3	0,8	1,0	-0,3
Pam	8,4	8,4	7,6	1,3	2,0	1,9
U2 Edlp	9,9	8,9	8,9	2,7	2,5	3,2
Sigma	18,1	16,5	16,5	10,4	9,6	10,3
Scostamento medio provinciale	7,0	6,2	5,6	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 9 –30 aprile 2024.

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Costo			% di sconto	
			Intero	Scontato	Riservato	Scon/ intero	Riser/ Intero
Rossetto Group	Via Statale, 246	Fiorano M.	100,0	99,5	99,5	0,5	0,5
Iperfamila	Circ.le S. Franceco, 134	Fiorano M.	101,2	98,2	98,2	3,0	3,0
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	102,4	101,1	98,6	1,3	3,7
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	102,7	101,6	98,8	1,1	3,7
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	103,0	99,7	99,6	3,1	3,3
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	103,0	102,0	99,5	1,0	3,4
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	103,4	101,0	98,7	2,3	4,5
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	104,1	101,7	99,4	2,3	4,5
Coop	Via C. Zoldi, 138-D	Novi di M.	104,1	103,6	103,4	0,5	0,7
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	104,5	101,7	100,1	2,7	4,2
Coop	P.zza A. Bianchini, 6	Spilamberto	105,1	104,6	104,4	0,5	0,7
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	105,2	103,4	99,8	1,7	5,1
Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	Formigine	105,2	103,5	101,0	1,7	4,0
Coop	Via V. Woolf, 1	Maranello	105,3	104,8	104,1	0,5	1,2
Coop	Via Alpi, 15	Nonantola	105,5	103,3	101,7	2,2	3,6
Esselunga S.	Via Modena-Carpi, 250	Soliera	105,9	104,6	100,7	1,3	4,9
Conad	Via C. Treves, 54	Formigine	105,9	105,9	104,4	0,0	1,5
Coop	Via C. Sigonio, 15	Carpi	106,0	105,5	105,3	0,5	0,7
Conad	Via Emilia Ovest, 621	Modena	106,1	105,9	103,7	0,2	2,2
Esselunga S.	Via Circ.ne N/E, 231/249	Sassuolo	106,3	106,1	102,4	0,2	3,7
Despar	Tang. B. Losi	Carpi	106,5	105,6	105,6	0,8	0,8
Conad	Via Libertà, 5	Mirandola	106,7	106,7	105,1	0,0	1,5
Conad	Via C. Marx, 99	Carpi	106,8	106,7	105,4	0,1	1,3
Coop	Via Vignolese, 835	Modena	106,8	106,6	106,4	0,2	0,4
Famila	Via Giardini Nord	Pavullo n. F.	107,3	106,3	106,3	1,0	1,0
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	107,5	105,9	101,9	1,5	5,2
Famila	Via Bernardi, 4	Mirandola	107,7	103,4	103,3	3,9	4,1
Coop	Viale Stazione, 4	Finale E.	107,8	107,1	106,9	0,6	0,8
Conad	Srada Morane, 500	Modena	107,8	106,7	104,7	1,0	2,9
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	107,9	106,8	104,8	1,0	2,8
Pam	Via Falcone/Borsellino, 94	Vignola	108,4	107,9	107,1	0,4	1,2
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo n. F.	108,4	108,0	106,7	0,4	1,6
Conad	Via L. da Vinci, 2	Castelfranco E.	109,1	108,9	107,0	0,2	1,9
U2 Edlp	Via Allegri, 79	Modena	109,9	108,4	108,4	1,4	1,4
Despar	Via Sandro Cabassi, 41	Modena	110,1	106,9	106,9	2,9	2,9
Conad	Via Rodari, 160	Marano s. P.	110,4	110,4	108,2	0,0	2,1
Sigma	Via Nobili, 91-C	Modena	116,8	113,5	113,5	2,9	2,9
Sigma	Via Falcone/Borsellino, 40	Bomporto	118,6	116,8	116,8	1,5	1,5
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo n. F.	118,7	117,0	117,0	1,4	1,4
Valore medio provinciale			105,5	103,9	102,0	1,4	3,3

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 9 –30 aprile 2024.

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, 246	Fiorano M.	0,0	1,3	1,3	-5,2	-4,2	-2,4
Iperfamila	Circ.le S. Franceco, 134	Fiorano M.	1,2	0,0	0,0	-4,0	-5,5	-3,7
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	2,4	3,0	0,4	-2,9	-2,7	-3,3
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	2,7	3,4	0,6	-2,7	-2,3	-3,1
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	3,0	1,5	1,4	-2,4	-4,1	-2,4
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	3,0	3,9	1,3	-2,3	-1,9	-2,5
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	3,4	2,8	0,5	-2,0	-2,8	-3,2
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	4,1	3,5	1,2	-1,3	-2,2	-2,5
Coop	Via C. Zoldi, 138-D	Novi di M.	4,1	5,5	5,3	-1,3	-0,3	1,3
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	4,5	3,5	1,9	-0,9	-2,1	-1,9
Coop	P.zza A. Bianchini, 6	Spilamberto	5,1	6,5	6,3	-0,3	0,7	2,4
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	5,2	5,2	1,7	-0,3	-0,5	-2,1
Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	Formigine	5,2	5,3	2,9	-0,2	-0,4	-1,0
Coop	Via V. Woolf, 1	Maranello	5,3	6,7	6,0	-0,1	0,8	2,0
Coop	Via Alpi, 15	Nonantola	5,5	5,1	3,6	0,1	-0,7	-0,3
Esselunga S.	Via Modena-Carpi, 250	Soliera	5,9	6,4	2,5	0,4	0,6	-1,3
Conad	Via C. Treves, 54	Formigine	5,9	7,8	6,3	0,4	1,9	2,3
Coop	Via C. Sigonio, 15	Carpi	6,0	7,4	7,2	0,5	1,5	3,2
Conad	Via Emilia Ovest, 621	Modena	6,1	7,8	5,6	0,6	1,9	1,6
Esselunga S.	Via Circ.ne N/E, 231/249	Sassuolo	6,3	8,0	4,3	0,8	2,1	0,4
Despar	Tang. B. Losi	Carpi	6,5	7,6	7,6	1,0	1,6	3,5
Conad	Via Libertà, 5	Mirandola	6,7	8,6	7,0	1,2	2,7	3,0
Conad	Via C. Marx, 99	Carpi	6,8	8,6	7,3	1,3	2,6	3,3
Coop	Via Vignolese, 835	Modena	6,8	8,5	8,4	1,3	2,6	4,3
Famila	Via Giardini Nord	Pavullo n. F.	7,3	8,2	8,2	1,7	2,2	4,2
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	7,5	7,8	3,8	1,9	1,8	-0,1
Famila	Via Bernardi, 4	Mirandola	7,7	5,3	5,1	2,1	-0,5	1,2
Coop	Viale Stazione, 4	Finale E.	7,8	9,0	8,8	2,2	3,0	4,8
Conad	Srada Morane, 500	Modena	7,8	8,7	6,6	2,2	2,7	2,7
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	7,9	8,7	6,7	2,3	2,8	2,7
Pam	Via Falcone/Borsellino, 94	Vignola	8,4	9,9	9,0	2,8	3,8	4,9
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo n. F.	8,4	10,0	8,6	2,8	3,9	4,5
Conad	Via L. da Vinci, 2	Castelfranco E.	9,1	10,8	9,0	3,5	4,7	4,9
U2 Edlp	Via Allegri, 79	Modena	9,9	10,4	10,4	4,2	4,3	6,3
Despar	Via Sandro Cabassi, 41	Modena	10,1	8,9	8,9	4,4	2,9	4,8
Conad	Via Rodari, 160	Marano s. P.	10,4	12,4	10,1	4,7	6,3	6,0
Sigma	Via Nobili, 91-C	Modena	16,8	15,5	15,6	10,8	9,2	11,2
Sigma	Via Falcone/Borsellino	Bomporto	18,6	19,0	19,0	12,4	12,4	14,5
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo n. F.	18,7	19,1	19,1	12,5	12,6	14,7
Scostamento medio provinciale			5,5	5,8	3,9	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 2009-2024.

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
2024	6,5	8,7	6,6
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
2024	18,1	16,5	16,5
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
2024	18,7	19,1	19,1

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

I prodotti “Private Label” rilevati, negli ipermercati e supermercati, sono complessivamente 78 referenze, di cui 75 validati ai fini della comparazione del presente carrello.

Ciascuna referenza è presente in almeno 34 dei 39 punti vendita campionati. Fatta eccezione per il punto vendita Super Rossetto, in ogni altro negozio sono assenti al più 9 referenze. Il punto vendita Rossetto presenta una limitata disponibilità di prodotti “Private Label” pertanto pur rientrando nelle tabelle che seguono il rispettivi valori sono da considerarsi puramente teorici e non indicativi del livello prezzi praticati dal punto vendita SuperRossetto.

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	Latte fresco	1
Altri oli alimentari	2	Margarina e altri grassi vegetali	1
Altri pesci e frutti di mare conservati o lavorati	2	Olio di oliva	1
Altri preparati alimentari n.a.c.	2	Pasta secca, fresca e prep. di pasta	1
Altri prodotti a base di cereali	2	Patatine fritte	1
Altri prodotti a base di latte	1	Pesce fresco, refrigerato o surgelato	1
Altri prodotti di panetteria	4	Riso	1
Altri prodotti di panetteria e pasticceria	2	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, trasf. o cons.	6
Farina ed altri cereali	2	Vegetali surgelati	3
Formaggi e latticini	5	Vini da uve	1
Frutta secca	1	Yogurt	1
Frutta surg, cons di frutta e prod a base di frut	2	Prodotti per la pulizia e manutenz. della casa	3
Gelati	2	Altri articoli non durevoli per la casa	4
Latte conservato	1	Articoli per l'igiene personale	3
		Totale referenze “Private Label” validate	75

Per acquistare i 75 prodotti "Private Label", ossia i prodotti a marchio della catena commerciale, costituenti il paniere analizzato si spende mediamente 150,24 euro

La % di sconto media, valida per tutte le categorie di consumatori, è pari allo 0,6%.

L'insegna distributiva più conveniente per l'acquisto del paniere costituito da 75 prodotti "Private Label", è Conad, sia nell'ambito della tipologia dei punti vendita Ipermercati, mentre tra i supermercati risulta essere sempre Conad ma condividendo il primato con Unes.

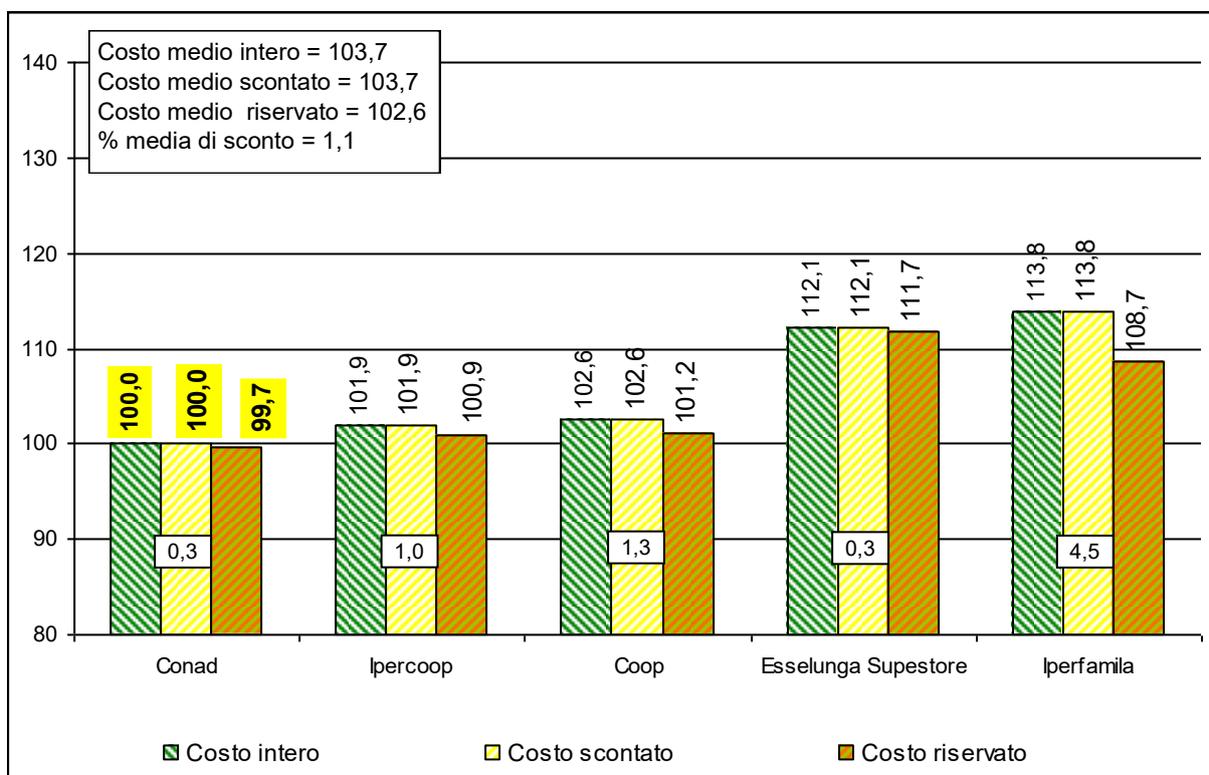
Gli scostamenti, espressi in termini % di Conad ipermercato rispetto alle altre catene di pari categoria si può realizzare un risparmio medio di circa 3,5 punti percentuali.

Rispetto ai supermercati il risparmio che si realizza da Conad ed Unes, rispetto al costo medio scontato provinciale e nell'ambito delle rispettive categorie, valutabile intorno al 6%.

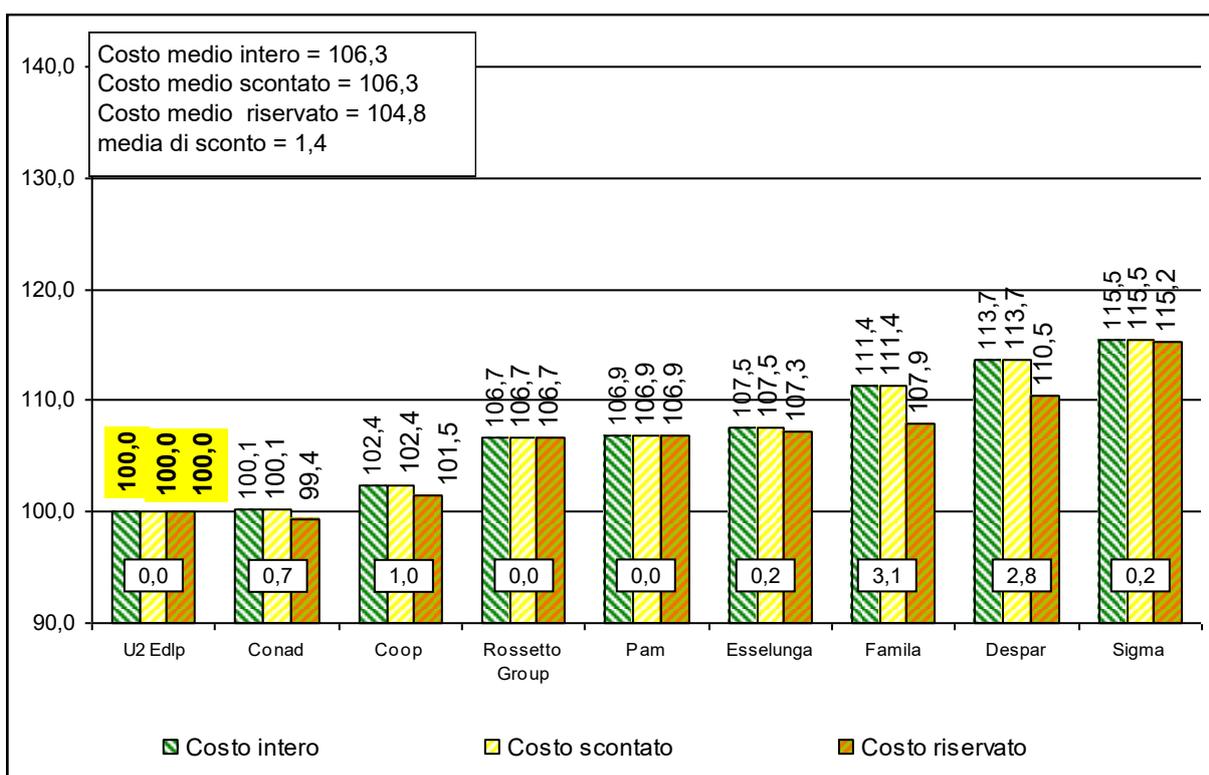
I punti vendita in cui risulta uno scontrino con importo più contenuto sono i Conad di vendita di Carpi, Mirandola, Modena e Marano. Cinque tra le prime sette posizioni sono occupate da punti vendita Conad.

Da segnalare anche il posizionamento dei punti vendita con insegna Coop ed Ipercoop.

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 9 –30 aprile 2024.



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 9 –30 aprile 2024.



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 9 –30 aprile 2024.

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	0,0	0,0	0,0	-3,6	-3,6	-2,8
Ipercoop	1,9	1,9	1,2	-1,8	-1,8	-1,6
Coop	2,6	2,6	1,6	-1,1	-1,1	-1,3
Esselunga Supestore	12,1	12,1	12,1	8,1	8,1	8,9
Iperfamila	13,8	13,8	9,0	9,8	9,8	5,9
Scostamento medio provinciale	3,7	3,7	2,9	0,0	0,0	0,0
Supermercati						
U2 Edlp	0,0	0,0	0,6	-5,9	-5,9	-4,6
Conad	0,1	0,1	0,0	-5,8	-5,8	-5,2
Coop	2,4	2,4	2,1	-3,6	-3,6	-3,2
Rossetto Group	6,7	6,7	7,3	0,4	0,4	1,8
Pam	6,9	6,9	7,6	0,6	0,6	2,0
Esselunga	7,5	7,5	7,9	1,2	1,2	2,3
Famila	11,4	11,4	8,6	4,8	4,8	2,9
Despar	13,7	13,7	11,2	7,0	7,0	5,4
Sigma	15,5	15,5	16,0	8,7	8,7	9,9
Scostamento medio provinciale	6,3	6,3	5,5	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 9 –30 aprile 2024.

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Costo			% di sconto	
			Intero	Scontato	Riservato	Scon/ intero	Riser/ Intero
Conad	Via C. Marx, 99	Carpi	100,0	100,0	99,1	0,0	0,9
Conad	Via Libertà, 5	Mirandola	100,3	100,3	99,5	0,0	0,8
Conad	Srada Morane, 500	Modena	100,5	100,5	100,1	0,0	0,3
Conad	Via Rodari, 160	Marano s. P.	101,1	101,1	100,1	0,0	1,0
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	101,5	101,5	101,0	0,0	0,5
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	101,5	101,4	99,3	0,2	2,2
Conad	Via Emilia Ovest, 621	Modena	101,6	101,6	100,7	0,0	0,8
U2 Edlp	Via Allegri, 79	Modena	101,9	101,9	101,9	0,0	0,0
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	102,5	102,5	100,7	0,0	1,7
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	102,9	102,8	102,3	0,2	0,6
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	102,9	102,8	102,4	0,2	0,5
Coop	Via Alpi, 15	Nonantola	103,0	102,7	101,5	0,2	1,5
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	103,0	102,9	101,2	0,1	1,7
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo n. F.	103,0	103,0	102,3	0,0	0,7
Conad	Via C. Treves, 54	Formigine	103,2	103,2	102,3	0,0	0,8
Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	Formigine	103,7	103,7	102,6	0,0	1,1
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	103,8	103,8	103,4	0,0	0,4
Coop	P.zza A. Bianchini, 6	Spilamberto	104,1	104,1	103,2	0,0	0,9
Coop	Via C. Sigonio, 15	Carpi	104,2	104,2	103,5	0,0	0,7
Conad	Via L. da Vinci, 2	Castelfranco E.	104,3	104,3	104,3	0,0	0,0
Coop	Via Vignolese, 835	Modena	104,4	104,4	103,9	0,0	0,5
Coop	Via C. Zoldi, 138-D	Novi di M.	104,5	104,5	104,0	0,0	0,5
Coop	Via V. Woolf, 1	Maranello	105,3	105,3	103,7	0,0	1,5
Coop	Viale Stazione, 4	Finale E.	105,5	105,3	104,0	0,2	1,4
Rossetto G.	Via Statale, 246	Fiorano M.	108,7	108,7	108,7	0,0	0,0
Pam	Via Falcone/Borsellino, 94	Vignola	108,9	108,9	108,9	0,0	0,0
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	109,5	109,5	109,3	0,0	0,2
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	111,9	109,8	109,8	1,8	1,8
Esselunga S.	Via Circ.ne N/E, 231/249	Sassuolo	112,4	112,4	112,2	0,0	0,2
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	112,5	112,5	112,5	0,0	0,0
Esselunga S.	Via Modena-Carpi, 250	Soliera	112,9	112,5	112,4	0,3	0,5
Famila	Via Giardini Nord	Pavullo n. F.	112,9	108,2	108,2	4,1	4,1
Iperfamila	Circ.le S. Franceco, 134	Fiorano M.	114,4	109,2	109,2	4,5	4,5
Despar	Via Sandro Cabassi, 41	Modena	115,4	114,0	114,0	1,2	1,2
Famila	Via Bernardi, 4	Mirandola	115,7	109,1	109,1	5,6	5,6
Despar	Tang. B. Losi	Carpi	116,2	111,8	111,8	3,8	3,8
Sigma	Via Nobili, 91-C	Modena	116,8	116,5	116,5	0,3	0,3
Sigma	Via Falcone/Borsellino, 40	Bomporto	117,2	117,1	117,1	0,1	0,1
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo n. F.	118,7	118,3	118,3	0,3	0,3
Valore medio provinciale			105,7	105,0	104,4	0,6	1,2

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 9 –30 aprile 2024.

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
Conad	Via C. Marx, 99	Carpi	0,0	0,0	0,0	-5,4	-4,8	-5,0
Conad	Via Libertà, 5	Mirandola	0,3	0,3	0,3	-5,1	-4,5	-4,7
Conad	Srada Morane, 500	Modena	0,5	0,5	1,0	-4,9	-4,3	-4,1
Conad	Via Rodari, 160	Marano s. P.	1,1	1,1	1,0	-4,4	-3,8	-4,1
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	1,5	1,5	1,9	-4,0	-3,4	-3,3
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	1,5	1,4	0,1	-3,9	-3,5	-4,9
Conad	Via Emilia Ovest, 621	Modena	1,6	1,6	1,6	-3,9	-3,3	-3,5
U2 Edlp	Via Allegri, 79	Modena	1,9	1,9	2,8	-3,6	-3,0	-2,4
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	2,5	2,5	1,6	-3,1	-2,5	-3,6
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	2,9	2,8	3,2	-2,6	-2,2	-2,0
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	2,9	2,8	3,3	-2,6	-2,2	-1,9
Coop	Via Alpi, 15	Nonantola	3,0	2,7	2,3	-2,6	-2,2	-2,8
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	3,0	2,9	2,1	-2,5	-2,0	-3,1
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo n. F.	3,0	3,0	3,2	-2,5	-1,9	-2,0
Conad	Via C. Treves, 54	Formigine	3,2	3,2	3,2	-2,4	-1,8	-2,0
Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	Formigine	3,7	3,7	3,5	-1,9	-1,3	-1,7
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	3,8	3,8	4,3	-1,7	-1,1	-1,0
Coop	P.zza A. Bianchini, 6	Spilamberto	4,1	4,1	4,1	-1,5	-0,9	-1,1
Coop	Via C. Sigonio, 15	Carpi	4,2	4,2	4,4	-1,4	-0,8	-0,8
Conad	Via L. da Vinci, 2	Castelfranco E.	4,3	4,3	5,2	-1,3	-0,7	-0,1
Coop	Via Vignolese, 835	Modena	4,4	4,4	4,8	-1,2	-0,6	-0,5
Coop	Via C. Zoldi, 138-D	Novi di M.	4,5	4,5	4,9	-1,1	-0,5	-0,4
Coop	Via V. Woolf, 1	Maranello	5,3	5,3	4,6	-0,4	0,2	-0,7
Coop	Viale Stazione, 4	Finale E.	5,5	5,3	4,9	-0,2	0,3	-0,4
Rossetto G.	Via Statale, 246	Fiorano M.	8,7	8,7	9,6	2,9	3,5	4,1
Pam	Via Falcone/Borsellino, 94	Vignola	8,9	8,9	9,9	3,1	3,7	4,3
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	9,5	9,5	10,2	3,6	4,3	4,7
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	11,9	9,8	10,8	5,8	4,5	5,2
Esselunga S.	Via Circ.ne N/E, 231/249	Sassuolo	12,4	12,4	13,2	6,4	7,0	7,5
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	12,5	12,5	13,5	6,4	7,1	7,7
Esselunga S.	Via Modena-Carpi, 250	Soliera	12,9	12,5	13,3	6,8	7,1	7,6
Famila	Via Giardini Nord	Pavullo n. F.	12,9	8,2	9,2	6,8	3,0	3,7
Iperfamila	Circ.le S. Franceco, 134	Fiorano M.	14,4	9,2	10,1	8,2	4,0	4,6
Despar	Via Sandro Cabassi, 41	Modena	15,4	14,0	15,0	9,2	8,5	9,2
Famila	Via Bernardi, 4	Mirandola	15,7	9,1	10,1	9,4	3,9	4,5
Despar	Tang. B. Losi	Carpi	16,2	11,8	12,7	9,9	6,4	7,1
Sigma	Via Nobili, 91-C	Modena	16,8	16,5	17,5	10,5	10,9	11,5
Sigma	Via Falcone/Borsellino, 40	Bomporto	17,2	17,1	18,1	10,9	11,5	12,2
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo n. F.	18,7	18,3	19,4	12,3	12,7	13,4
Scostamento medio provinciale			5,7	5,0	5,3	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 — 2024.

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
2024	13,8	13,8	8,7
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
2024	15,5	15,5	16,0
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
2024	18,7	18,3	19,4

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 83 referenze. Ciascuna referenza è presente in almeno 48 dei 54 punti vendita. In ciascun punto vendita sono assenti al più 6 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 conservato	1
Alcolici e liquori	2	Latte fresco	1
Altri oli alimentari	2	Margarina e altri grassi vegetali	2
Altri pesci e frutti di mare conservati o lavorati	2	Olio di oliva	1
Altri preparati a base di carne	2	Pasta secca, pasta fresca e prep. di pasta	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. conservati	6
Cioccolato	1	Vegetali surgelati	2
Confetture, marmellate e miele	2	Vini da uve	1
Farina ed altri cereali	2	Yogurt	1
Formaggi e latticini	4	Zucchero	1
Frutta secca	1	Prodotti per la pulizia e manutenz. della casa	3
Frutta surg, cons di frutta e prod a base di frutta	2	Altri articoli non durevoli per la casa	4
Gelati	2	Articoli per l'igiene personale	7
		Totale referenze “Primi Prezzi” validate	83

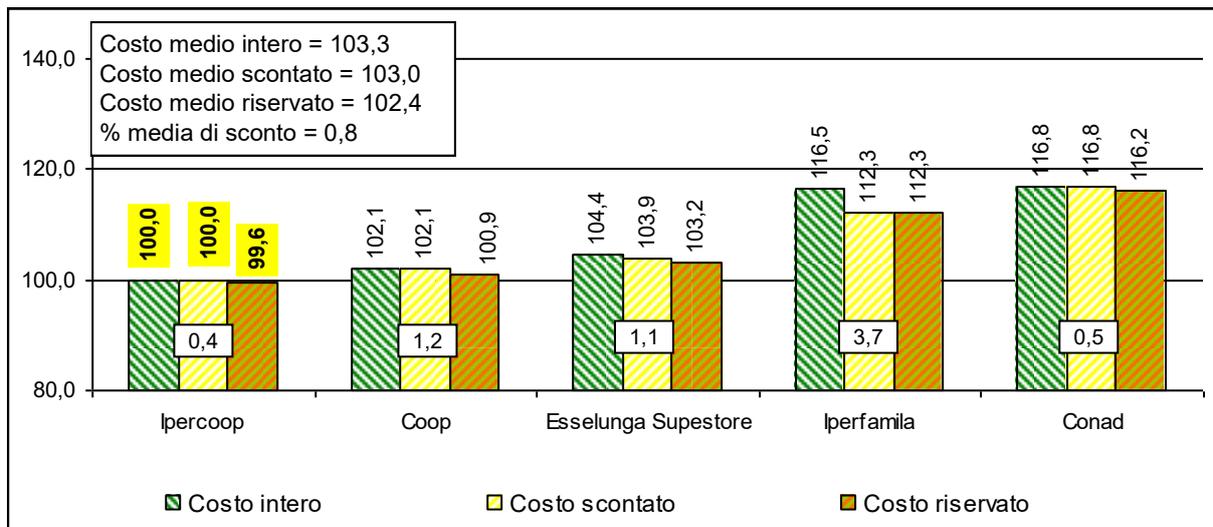
Per acquistare gli 83 prodotti “Primi Prezzi”, ossia prodotti che per caratteristiche e grammature corrispondono al paniere dei prodotti “Primi Prezzi”, costituenti il carrello analizzato si spende mediamente 160,95 euro **(+9,1% rispetto a luglio 2022)**. La % di sconto media, valida per tutte le categorie di consumatori, è pari allo 0,5%.

Le insegne distributive più convenienti per l’acquisto del paniere costituito dagli 85 prodotti primi prezzi, è Ipercoop per la categoria dei Ipermercati e Coop nella categoria dei supermercati. Lidl prevale nella categoria dei Discount, con un risparmio medio rispetto al costo scontato provinciale pari a 3,2%, 8,5% e 2,5% rispettivamente.

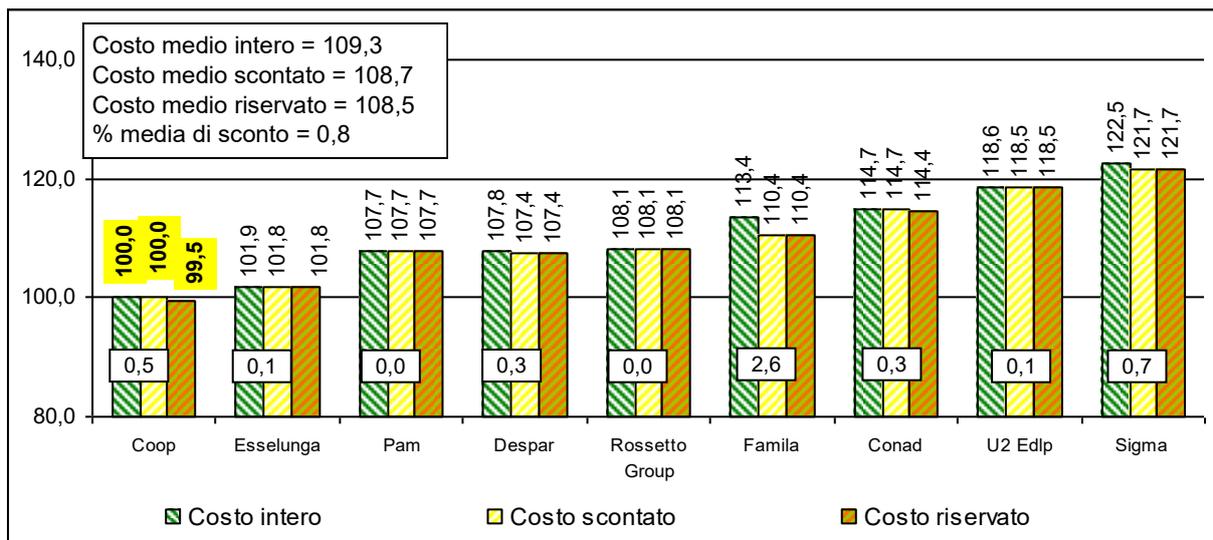
I punti vendita in cui risulta uno scontrino con importo più contenuto sono i Lidl di Carpi e di Finale Emilia, presso cui si possono realizzare dei risparmi, rispetto alla media provinciale di oltre 14 punti percentuali sul costo medio scontato.

Da evidenziare che i primi undici negozi con le migliori offerte per il carrello preso a riferimento appartengono alla categoria dei discount.

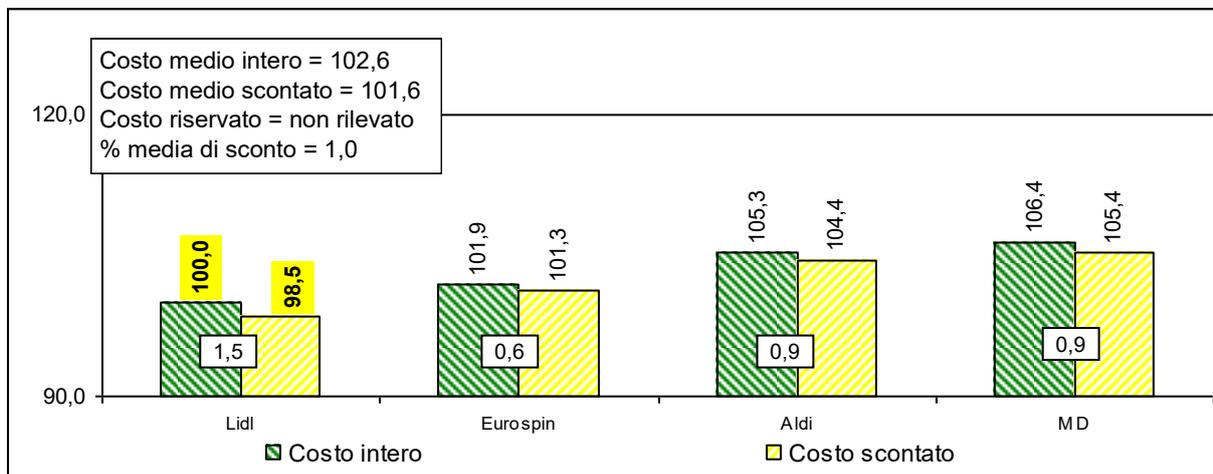
Graf. 2.5 — Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto del costo riservato sul costo intero, per l'acquisto del paniere **Primi Prezzi** nelle catene distributive aggregate per insegna rilevato negli **Ipomercati** con sede nel territorio della provincia di Modena. Costo base = minimo costo intero. Periodo 9 –30 aprile 2024.



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 9 –30 aprile 2024.



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 9 –30 aprile 2024.



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 9 –30 aprile 2024.

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						
Ipercoop	0,0	0,0	0,0	-3,2	-2,9	-2,8
Coop	2,1	2,1	1,3	-1,1	-0,8	-1,5
Esselunga Superstore	4,4	3,9	3,6	1,0	0,9	0,7
Iperfamila	16,5	12,3	12,7	12,8	9,0	9,6
Conad	16,8	16,8	16,7	13,0	13,4	13,4
Scostamento medio provinciale	3,3	3,0	2,9	0,0	0,0	0,0
Supermercati						
Coop	0,0	0,0	0,0	-8,5	-8,0	-8,3
Esselunga	1,9	1,8	2,3	-6,8	-6,4	-6,2
Pam	7,7	7,7	8,3	-1,5	-0,9	-0,7
Despar	7,8	7,5	8,0	-1,4	-1,1	-0,9
Rossetto Group	8,1	8,1	8,6	-1,2	-0,6	-0,4
Famila	13,4	10,4	11,0	3,7	1,6	1,8
Conad	14,7	14,7	15,0	4,9	5,6	5,5
U2 Edlp	18,6	18,5	19,1	8,4	9,0	9,2
Sigma	22,5	21,7	22,3	12,0	12,0	12,2
Scostamento medio provinciale	9,3	8,7	9,0	0,0	0,0	0,0
Discount						
Lidl	0,0	0,0	n.c.	-2,5	-3,0	n.c.
Eurospin	1,9	2,9	n.c.	-0,6	-0,2	n.c.
Aldi	5,3	6,0	n.c.	2,6	2,8	n.c.
MD	6,4	7,1	n.c.	3,7	3,8	n.c.
Scostamento medio provinciale	2,6	3,1	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 9 –30 aprile 2024.

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Costo			% di sconto	
			Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Lidl	Via Bollitora Interna, 80	Carpi	100,0	98,3	98,3	1,7	1,7
Lidl	Via per Modena, 15/2	Finale E.	100,4	98,9	98,9	1,5	1,5
Eurospin	Via Pastore, 1	Concordia s. S.	101,1	101,1	101,1	0,0	0,0
Lidl	Via Radici in Piano, 145	Sassuolo	101,6	100,1	100,1	1,5	1,5
Eurospin	Via Gobetti, 50	Vignola	101,8	101,6	101,6	0,1	0,1
Lidl	Via Cartiera, 2	Castelfranco E.	101,8	100,2	100,2	1,6	1,6
Eurospin	Via Guastalla, 2/D	Carpi	102,0	100,4	100,4	1,6	1,6
Lidl	Via E. Bertoli, 55	Modena	105,0	103,8	103,8	1,1	1,1
Eurospin	Via P. Micca, 1	Fiorano M.	105,0	104,8	104,8	0,2	0,2
Aldi	Via Canaletto Sud, 6	Modena	105,1	105,1	105,1	0,0	0,0
MD	Via Fregni	Mirandola	106,4	104,8	104,8	1,5	1,5
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	106,5	106,5	106,4	0,0	0,1
Eurospin	Via Giardini Sud	Pavullo n. F.	106,9	105,6	105,6	1,2	1,2
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	107,0	107,0	106,4	0,0	0,6
MD	Via Vignola	Maranello	107,2	107,0	107,0	0,2	0,2
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	107,3	107,3	106,5	0,0	0,8
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	108,0	108,0	106,3	0,0	1,5
Aldi	Via Carracci, 1	Castelfranco E.	108,6	106,8	106,8	1,7	1,7
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	109,0	109,0	108,3	0,0	0,6
Esselunga S.	Via Modena-Carpi, 250	Soliera	109,4	108,4	107,0	0,9	2,2
Coop	Via C. Zoldi, 138-D	Novi di M.	109,8	109,8	109,4	0,0	0,3
MD	Via V. Alfieri, 28	Modena	109,8	108,7	108,7	1,0	1,0
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	110,7	110,7	110,5	0,0	0,1
Coop	Via Alpi, 15	Nonantola	111,4	111,4	111,2	0,0	0,2
Coop	Via C. Sigonio, 15	Carpi	112,2	112,2	111,2	0,0	0,8
Coop	P.zza A. Bianchini, 6	Spilamberto	113,7	113,7	113,3	0,0	0,3
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	115,6	115,6	114,0	0,0	1,4
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	116,1	116,0	116,0	0,1	0,1
Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	Formigine	116,9	116,9	116,4	0,0	0,4
Coop	Via V. Woolf, 1	Maranello	117,1	117,0	115,9	0,0	1,0
Coop	Via Vignolese, 835	Modena	117,1	117,1	116,8	0,0	0,3
Coop	Viale Stazione, 4	Finale E.	117,2	117,2	116,0	0,0	1,0
Esselunga S.	Via Circ.ne N/E, 231/249	Sassuolo	117,9	117,9	117,9	0,0	0,0
Despar	Tang. B. Losi	Carpi	121,0	120,5	120,5	0,4	0,4
Pam	Via Falcone/Borsellino, 94	Vignola	122,8	122,8	122,8	0,0	0,0
Rossetto Group	Via Statale, 246	Fiorano M.	123,2	123,2	123,2	0,0	0,0
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	125,8	124,8	124,8	0,8	0,8
Despar	Via Sandro Cabassi, 41	Modena	126,0	125,7	125,7	0,2	0,2
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	126,5	123,6	123,6	2,3	2,3
Iperfamila	Circ.le S. Franceco, 134	Fiorano M.	126,6	121,9	121,9	3,7	3,7
Conad	Srada Morane, 500	Modena	126,8	126,8	126,2	0,0	0,5
Conad	Via C. Marx, 99	Carpi	128,4	128,4	128,1	0,0	0,3
Conad	Via C. Treves, 54	Formigine	128,9	128,9	128,6	0,0	0,3
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo n. F.	130,2	130,2	129,8	0,0	0,4
Conad	Via Emilia Ovest, 621	Modena	130,6	130,6	130,2	0,0	0,3
Famila	Via Bernardi, 4	Mirandola	130,9	126,0	126,0	3,7	3,7
Conad	Via Libertà, 5	Mirandola	131,8	131,8	131,5	0,0	0,2
Conad	Via Rodari, 160	Marano s. P.	132,3	132,3	131,8	0,0	0,4
Famila	Via Giardini Nord	Pavullo n. F.	133,7	129,4	129,4	3,3	3,3
U2 Edlp	Via Allegri, 79	Modena	135,1	135,0	135,0	0,1	0,1
Conad	Via L. da Vinci, 2	Castelfranco E.	137,8	137,8	137,8	0,0	0,0
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo n. F.	138,6	137,1	136,9	1,1	1,2
Sigma	Via Falcone/Borsellino, 40/C	Bomporto	139,5	139,2	139,2	0,2	0,2
Sigma	Via Nobili, 91-C	Modena	141,0	140,6	140,6	0,3	0,3
Valore medio provinciale			115,0	114,4	114,0	0,5	0,8

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 9 –30 aprile 2024.

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
Lidl	Via Bollitora Interna, 80	Carpi	0,0	0,0	0,0	-13,0	-14,1	-13,8
Lidl	Via per Modena, 15/2	Finale E.	0,4	0,7	0,7	-12,7	-13,5	-13,2
Eurospin	Via Pastore, 1	Concordia s. S.	1,1	2,9	2,9	-12,1	-11,6	-11,3
Lidl	Via Radici in Piano, 145	Sassuolo	1,6	1,8	1,8	-11,7	-12,5	-12,2
Eurospin	Via Gobetti, 50	Vignola	1,8	3,4	3,4	-11,5	-11,2	-10,9
Lidl	Via Cartiera, 2	Castelfranco E.	1,8	1,9	1,9	-11,5	-12,4	-12,1
Eurospin	Via Guastalla, 2/D	Carpi	2,0	2,2	2,2	-11,3	-12,2	-11,9
Lidl	Via E. Bertoli, 55	Modena	5,0	5,6	5,6	-8,7	-9,3	-9,0
Eurospin	Via P. Micca, 1	Fiorano M.	5,0	6,7	6,7	-8,7	-8,4	-8,1
Aldi	Via Canaletto Sud, 6	Modena	5,1	7,0	7,0	-8,6	-8,1	-7,8
MD	Via Fregni	Mirandola	6,4	6,6	6,6	-7,5	-8,4	-8,1
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	6,5	8,4	8,2	-7,4	-6,9	-6,7
Eurospin	Via Giardini Sud	Pavullo n. F.	6,9	7,5	7,5	-7,0	-7,7	-7,4
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	7,0	8,9	8,3	-6,9	-6,4	-6,7
MD	Via Vignola	Maranello	7,2	8,8	8,8	-6,8	-6,5	-6,2
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	7,3	9,2	8,4	-6,6	-6,2	-6,6
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	8,0	9,9	8,2	-6,1	-5,6	-6,8
Aldi	Via Carracci, 1	Castelfranco E.	8,6	8,6	8,6	-5,6	-6,7	-6,4
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	9,0	10,9	10,2	-5,2	-4,7	-5,0
Esselunga S.	Via Modena-Carpi, 250	Soliera	9,4	10,3	8,9	-4,8	-5,2	-6,1
Coop	Via C. Zoldi, 138-D	Novi di M.	9,8	11,7	11,4	-4,5	-4,1	-4,0
MD	Via V. Alfieri, 28	Modena	9,8	10,6	10,6	-4,5	-5,0	-4,7
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	10,7	12,6	12,4	-3,8	-3,3	-3,1
Coop	Via Alpi, 15	Nonantola	11,4	13,3	13,2	-3,1	-2,6	-2,5
Coop	Via C. Sigonio, 15	Carpi	12,2	14,1	13,2	-2,4	-2,0	-2,4
Coop	P.zza A. Bianchini, 6	Spilamberto	13,7	15,7	15,3	-1,1	-0,6	-0,6
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	15,6	17,6	16,0	0,5	1,0	0,0
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	16,1	18,0	18,0	1,0	1,4	1,7
Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	Formigine	16,9	18,9	18,4	1,7	2,2	2,1
Coop	Via V. Woolf, 1	Maranello	17,1	19,1	17,9	1,8	2,3	1,7
Coop	Via Vignolese, 835	Modena	17,1	19,2	18,9	1,9	2,4	2,5
Coop	Viale Stazione, 4	Finale E.	17,2	19,3	18,1	1,9	2,4	1,8
Esselunga S.	Via Circ.ne N/E, 231/249	Sassuolo	17,9	19,9	19,9	2,5	3,0	3,4
Despar	Tang. B. Losi	Carpi	21,0	22,6	22,6	5,2	5,3	5,7
Pam	Via Falcone/Borsellino, 94	Vignola	22,8	24,9	24,9	6,8	7,3	7,7
Rossetto Group	Via Statale, 246	Fiorano M.	23,2	25,3	25,3	7,1	7,7	8,0
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	25,8	27,0	27,0	9,4	9,1	9,5
Despar	Via Sandro Cabassi, 41	Modena	26,0	28,0	28,0	9,6	9,9	10,3
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	26,5	25,7	25,7	10,1	8,0	8,4
Iperfamila	Circ.le S. Franceco, 134	Fiorano M.	26,6	24,1	24,1	10,1	6,6	7,0
Conad	Srada Morane, 500	Modena	26,8	29,1	28,4	10,3	10,9	10,7
Conad	Via C. Marx, 99	Carpi	28,4	30,7	30,4	11,7	12,3	12,4
Conad	Via C. Treves, 54	Formigine	28,9	31,2	30,9	12,1	12,7	12,8
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo n. F.	30,2	32,5	32,0	13,3	13,8	13,8
Conad	Via Emilia Ovest, 621	Modena	30,6	32,8	32,5	13,5	14,1	14,2
Famila	Via Bernardi, 4	Mirandola	30,9	28,2	28,2	13,8	10,1	10,5
Conad	Via Libertà, 5	Mirandola	31,8	34,1	33,8	14,6	15,2	15,3
Conad	Via Rodari, 160	Marano s. P.	32,3	34,6	34,1	15,1	15,6	15,6
Famila	Via Giardini Nord	Pavullo n. F.	33,7	31,6	31,6	16,3	13,1	13,5
U2 Edlp	Via Allegri, 79	Modena	35,1	37,4	37,4	17,5	18,0	18,4
Conad	Via L. da Vinci, 2	Castelfranco E.	37,8	40,3	40,3	19,9	20,5	20,9
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo n. F.	38,6	39,5	39,3	20,6	19,8	20,1
Sigma	Via Falcone/Borsellino, 40/C	Bomporto	39,5	41,6	41,6	21,3	21,7	22,1
Sigma	Via Nobili, 91-C	Modena	41,0	43,0	43,0	22,7	22,9	23,3
Scostamento medio provinciale			15,0	16,4	16,0	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 — 2024.

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
2024	16,8	16,8	16,7
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
2024	22,5	21,7	22,3
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.
2024	6,4	7,1	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
2024	41,0	43,0	43,0

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 sono complessivamente 35 referenze, di cui, ai fini dell’analisi comparativa, sono stati validati 34 prodotti. Ciascuna referenza è presente in almeno 8 dei 12 punti vendita campionati. In ciascun punto vendita sono assenti al più 5 referenze. Il paniere validato è così composto:

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	7
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:	34

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 334,08 euro **(+23,2% rispetto a luglio 2022)**.

La % di sconto media, valida per tutte le categorie di consumatori, è pari al 2,9%.

Gli Ipermercati più economici, per l’acquisto del paniere costituito dai 34 “Prodotti Freschi”, sono il punto vendita Iperfamilia di Fiorano e, considerando le offerte promozionali, Esselunga di Soliera, dove si può spendere oltre l’11% 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 — 2024.

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
2024	25,4	26,6	25,9

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 9 –30 aprile 2024

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Costo			% di sconto	
			Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Iperfamila	Circ.le S. Franceco, 134	Fiorano M.	100,0	98,8	98,8	1,2	1,2
Esselunga S.	Via Modena-Carpi, 250	Soliera	108,0	99,0	99,0	8,3	8,3
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	110,4	108,5	108,5	1,7	1,7
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	111,7	111,0	111,0	0,7	0,7
Conad	Srada Morane, 500	Modena	113,8	112,7	112,5	1,0	1,2
Esselunga S	Via Circ.ne N/E, 231/249	Sassuolo	114,2	104,4	104,4	8,6	8,6
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	114,5	112,6	112,6	1,7	1,7
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	116,6	111,4	111,4	4,5	4,5
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	119,6	119,1	119,1	0,4	0,4
Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	Formigine	122,4	119,0	117,6	2,8	3,9
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	122,6	119,2	119,2	2,8	2,8
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	125,4	125,2	124,4	0,2	0,8
Valore medio provinciale			115,3	112,0	111,8	2,9	3,0

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 9 –30 aprile 2024

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
Iperfamila	Circ.le S. Franceco, 134	Fiorano M.	0,0	0,0	0,0	-13,3	-11,7	-11,6
Esselunga S.	Via Modena-Carpi, 250	Soliera	8,0	0,2	0,2	-6,3	-11,6	-11,5
Ipercoop	Via dello Sport, 50	Modena	10,4	9,7	9,7	-4,3	-3,1	-3,0
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	11,7	12,3	12,3	-3,1	-0,9	-0,8
Conad	Srada Morane, 500	Modena	13,8	14,1	13,8	-1,3	0,7	0,6
Esselunga S	Via Circ.ne N/E, 231/249	Sassuolo	14,2	5,7	5,7	-0,9	-6,7	-6,6
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	14,5	13,9	13,9	-0,6	0,6	0,7
Ipercoop	Viale Industria, 31	Carpi	16,6	12,7	12,7	1,1	-0,5	-0,4
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	19,6	20,5	20,5	3,7	6,4	6,5
Ipercoop	Via S. Giacomo, 40	Formigine	22,4	20,4	19,0	6,2	6,3	5,1
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	22,6	20,6	20,6	6,3	6,4	6,5
Coop	Via Adda, 73	Sassuolo	25,4	26,6	25,9	8,7	11,8	11,2
Valore medio provinciale			15,3	13,3	13,2	0,0	0,0	0,0