

DOVE FARE LA SPESA CON SODDISFAZIONE

Oltre 22mila clienti hanno dato i voti ai supermercati. Tra le catene nazionali, NaturaSì è regina di preferenze. Eurospin e Aldi in testa tra i discount. Le insegne locali mietono consensi.

di Matteo Metta

Solo il 12% degli italiani fa la spesa via internet, e appena il 2% lo fa ogni settimana. L'avanzata del commercio online non sta investendo più di tanto il supermercato. Spingere il carrello tra gli scaffali rimane un rito rassicurante e la spesa una questione di vicinanza, fiducia e verifica diretta dei prodotti. Lo conferma la nostra indagine sulla soddisfazione dei supermercati, che ha coinvolto oltre 22mila consumatori. La spesa online resta un canale minoritario, ma non perché il servizio sia deludente. I clienti hanno valutato semplicità d'uso del sito, assortimento di prodotti, stato della merce recapitata, puntualità e precisione nella consegna e assistenza clienti. Il livello di soddisfazione è mediamente alto, non solo tra le catene nazionali, prima fra tutte Esselunga (77 punti su 100), ma anche tra le insegne locali (come Iperal e Bennet, entrambe a 75 punti), tutte accomunate da giudizi ottimi o buoni.

NATURASÌ AL TOP

Quanto ai punti vendita fisici, le graduatorie confermano la solidità del sistema distributivo italiano. In cima alla classifica delle catene nazionali più apprezzate troviamo NaturaSì, con 79 punti su 100, seguita da Ipercoop (e Coop&Coop), Esselunga e Coop: tutte nella fascia di qualità più alta. Vengono premiate dai clienti soprattutto perché offrono assortimenti ampi, punti vendita curati e un'elevata qualità dei prodotti. Le differenze, tuttavia, non mancano: Esselunga mantiene il primato per efficienza e ordine, oltre che per i limitati tempi d'attesa alle casse, mentre Ipercoop e Coop si distingue per la qualità di frutta e verdura e dei prodotti con il proprio marchio. Nell'apprezzamento dei clienti seguono a ruota Famila, Conad e Interspar, che scontano una leggera flessione nella percezione su assortimento e promozioni.

L'ASCESA DEI DISCOUNT

Tra i discount, si conferma il testa a testa dello scorso anno tra Eurospin e Aldi: entrambe le catene ottengono un voto ottimo (76), grazie alla combinazione tra convenienza e qualità crescente. La terza insegna che troviamo sul podio è Dpiù, a un solo punto di distanza (75) dalle prime due. Tutte le altre sono comunque nella fascia di qualità buona, segno che il discount è ormai apprezzato non soltanto per il risparmio: l'indagine mostra che il 71% dei clienti considera i prodotti a marchio di queste catene "buoni o molto buoni", mentre i loro punti vendita sono ritenuti comodi e puliti dal 65%. Inoltre, grazie alla chiarezza dei prezzi e alla rapidità della spesa, i discount attraggono sempre più famiglie giovani e nuclei di medie dimensioni.

INSEGNE LOCALI, LE PIÙ AMATE

Sono però le insegne locali a fare incetta dei giudizi mediamente più lusinghieri. La catena DEM (78), con punti vendita dislocati tra Lazio e Abruzzo, è quella più apprezzata, a un soffio di distanza da NaturaSì, l'insegna (nazionale) regina della nostra indagine. Seguono Visotto, Rossetto, Iperal, Tosano e Mercatò, tutte con 77 punti. Su 40 insegne locali prese in considerazione, sono 13 – cioè quasi una su tre – quelle giudicate di qualità ottima. I clienti le premiano per la vicinanza, la disponibilità del personale e la sensazione di familiarità. In diversi casi anche per la convenienza dei prezzi (Tosano) e per gli sconti e le promozioni (CTS e Iper).

QUALI ALTERNATIVE?

Quando non si rivolgono al supermercato, gli italiani scelgono alternative più tradizionali. Il negozio sotto casa resta la prima opzione: il 39% acquista pane, latte o salumi nelle botteghe di quartiere, soprattutto per comodità o per il rapporto diretto con il personale. I mercati rionali e i negozi di ortofrutta raccolgono il 33% delle preferenze, in particolare per frutta e verdura, percepite come più fresche e locali. Le macellerie e le pescherie resistono con il 22% degli intervistati che dichiarano di rifornirsi abitualmente, almeno una volta alla settimana. Più marginali, ma in crescita, i canali specializzati bio o a filiera corta (11%), e i negozi di prodotti tipici o gastronomici (8%). Insomma, se i cosiddetti esercizi di prossimità danno prova di resistenza, i supermercati, pur restando il perno della spesa, non ne detengono il monopolio.

64%

degli intervistati sceglie prodotti a marchio del supermercato, riconoscendone qualità e convenienza

80%

raggiunge il punto vendita in auto, segno di un'abitudine stabile e pianificata

12%

dei rispondenti fa la spesa online occasionalmente, quelli che la fanno una volta alla settimana sono solo il 2%

IL METODO DELL'INCHIESTA

IL CAMPIONE

L'indagine è stata condotta per mezzo di un questionario online inviato ai soci e ai fan registrati al sito di Altroconsumo. Gli intervistati hanno potuto valutare fino a due catene di cui sono clienti abituali. Nel complesso sono state presi in considerazione i risultati delle indagini svolte nel giugno 2024 e nel giugno 2025, con le quali sono stati raccolti complessivamente 22.616 questionari validi con risposte relative a 81 diverse insegne di supermercati, ipermercati e discount.

LE CLASSIFICHE

La soddisfazione complessiva è stata espressa su una scala da 1 (pessimo) a 10 (eccellente). I giudizi sono stati poi elaborati per ottenere un indice di soddisfazione su base 100, utilizzato per costruire le classifiche finali. Oltre al punteggio generale, ai partecipanti è stato chiesto di valutare aspetti specifici dell'esperienza di spesa: qualità dei prodotti, convenienza dei prezzi, assortimento, comfort del punto vendita, tempi di attesa alle casse, trasparenza delle promozioni e qualità dei prodotti a marchio del supermercato. Le insegne con indice pari o superiore a 75 punti rientrano nella fascia di qualità "ottima" e possono ottenere il sigillo "Supermercato preferito dai consumatori" rilasciato su licenza da Altroconsumo.

LE CLASSIFICHE DEI PIÙ APPREZZATI

Le quattro classifiche sono state elaborate a partire dai giudizi complessivi di soddisfazione espressi dai soci e dagli iscritti al sito di Altroconsumo. La prima classifica riguarda i supermercati e gli ipermercati a diffusione nazionale, presenti in almeno cinque regioni; la seconda è dedicata ai discount; la terza fotografa il mondo dei supermercati online, un canale ancora marginale ma in evoluzione; l'ultima comprende le catene locali o regionali, meno diffuse ma spesso tra le più apprezzate.

Qualità bassa — Qualità ottima



SUPER E IPER NAZIONALI	
NATURASI	79
IPERCOOP / COOP&COOP	77
ESSELUNGA	77
COOP	75
FAMILA SUPERSTORE / IPERFAMILA	74
FAMILA	73
CONAD SUPERSTORE/ SPAZIO CONAD	73
INTERSPAR	73
EUROSPAR	70
CARREFOUR IPER	70
A&O	69
CONAD	69
DESPAR	68
PANORAMA	68
CRAI	67
PAM	66
CONAD CITY / SAPORI E DINTORNI CONAD	65
SIGMA	65
CARREFOUR MARKET	63
SISA	61
CARREFOUR EXPRESS	60

DISCOUNT	
EUROSPIN	76
ALDI	76
DPIÙ	75
LIDL	74
TODIS	73
MD DISCOUNT	73
IN'S	73
PRIX	73
PENNY MARKET	69

SPESA ONLINE	
ESSELUNGA	77
EUROSPIN	76
COOP	76
IPERAL	75
BENNET	75
COSÌ COMODO (FAMILA, IL GIGANTE...)	73
TIGROS	71
TOSANO	71
IPER (LA GRANDE I)	70
CARREFOUR	67
CONAD	65

INSEGNE LOCALI	
DEM	78
VISOTTO	77
ROSSETTO	77
IPERAL	77
TOSANO	77
MERCATÒ	77
MEGA	76
LANDO	75
IPER (LA GRANDE I)	75
PEWEX	75
CADORO	75
MARTINELLI	75
TIGROS	75
EMISFERO / EMI	74
CTS	74
POLI, REGINA, ORVEA, AMORT	74
GULLIVER	73
BORELLO	73
ALÌ	73
SOLE 365	72
EKOM	72
IL GIGANTE	72
GALASSIA	72
OASI	72
UNES (U! E U2)	71
DOK	71
MA	71
SÌ CON TE	71
BASKO	71
PIM	70
PAN	70
ELITE	69
BENNET	69
ITALMARK	69
IL CASTORO	68
DECÒ	66
TIGRE	66
VG IL VIAGGIATOR GOLOSO	66
MIGROSS	66
COAL	64

I VINCITORI PER I SINGOLI ASPETTI

Chi ha il primato della soddisfazione per i diversi aspetti elencati (voto su 100).

COMFORT ALL'INTERNO DEL PUNTO VENDITA
87
Cadoro

QUALITÀ DELLA FRUTTA E VERDURA
80
Cadoro

TRASPARENZA DEI PREZZI
85
Cadoro

QUALITÀ DEI PRODOTTI ALIMENTARI A MARCHIO DEL SUPERMERCATO
84
NaturaSì

SCONTI E PROMOZIONI
80
CTS e Iper (la grande I)

QUALITÀ DEI PRODOTTI NON ALIMENTARI A MARCHIO DEL SUPERMERCATO
76
Coop e Ipercoop

ASSORTIMENTO
92
Tosano

QUALITÀ DEI PRODOTTI ACQUISTATI
82
NaturaSì e Borello

QUALITÀ DELLA CARNE
83
Borello

CONVENIENZA DEI PREZZI
81
Tosano

QUALITÀ DEL PESCE
82
Borello



IL SIGILLO "SUPERMERCATO PREFERITO DAI CONSUMATORI"
Le insegne che ottengono un giudizio ottimo (minimo 75 punti) nell'inchiesta di soddisfazione possono ottenere il sigillo "Supermercato preferito dai consumatori". Più informazioni su: altroconsumo.it/sigilli

PERCHÉ SI SPENDE DI PIÙ?

Nel 2025 la spesa media delle famiglie italiane è cresciuta del 5,7% rispetto all'anno precedente. Non si tratta però di un aumento dovuto a un maggiore volume di acquisti: al contrario, gli italiani continuano a spendere con oculatezza. La crescita riflette soprattutto il caro-prezzi del carrello della spesa, la voce maggiormente colpita dall'inflazione. Ciò significa che per garantirsi gli stessi prodotti di dodici mesi fa, le famiglie devono spendere di più, nonostante l'uso sempre più frequente di offerte, carte fedeltà e promozioni. Il risultato è un equilibrio fragile: le uscite aumentano, perché il potere d'acquisto è diminuito, non perché si consuma di più.

CONFRONTO SPESA MEDIA MENSILE 2024-2025

Numero di persone nel nucleo familiare	2024	2025	Variazione
UNA PERSONA	243 €	253 €	4,1%
DUE PERSONE	365 €	394 €	7,9%
TRE PERSONE	432 €	458 €	6%
QUATTRO PERSONE	504 €	527 €	4,6%
CINQUE O PIÙ PERSONE	516 €	604 €	17%
TOTALE MEDIO	**387** €	**409** €	**5,7%**

