



OSSERVATORIO PREZZI PRATICATI DAI SUPERMERCATI, IPERMERCATI E DISCOUNT di MODENA e PROVINCIA

XXII edizione



OSSERVATORIO PREZZI PRATICATI DAI SUPERMERCATI, IPERMERCATI E DISCOUNT di Modena e provincia

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

XXII edizione

Coordinamento generale: Maurizio Guidotto — Presidente Federconsumatori Modena

A cura di: Giuseppe Sandro Dima e Pamela Bussetti

Gruppo di lavoro:

Giancarlo Fantuzzi, Piero Gasparini, Enrico Vezzalini, Paolo Manfredini

Con in contributo di diversi Comuni della provincia di Modena



Federconsumatori
Via Mar Ionio, 23 — Modena
Tel. +39 059/260384
Fax. +39 059/260446
E-Mail: info@federconsumatori-modena.it
www.federconsumatori-modena.it

PRESENTAZIONE

Quella che **Federconsumatori di Modena** presenta per l'anno 2016 con questa pubblicazione è la 22a edizione dell'“Osservatorio prezzi praticati nei supermercati, ipermercati e discount della provincia di Modena”.

La rilevazione è stata effettuata nel mese di ottobre e vuole fornire uno strumento informativo utile a cittadini e famiglie che devono far fronte ai gravi problemi derivanti ancora dalla rilevante crisi economica e che erodono il loro potere d'acquisto.

Le incertezze dovute al perdurare della disoccupazione e situazioni di crisi aziendali, nonché il generalizzato calo dei redditi delle famiglie, stanno continuando a determinare notevoli incertezze anche fra coloro che potrebbero contare su una certa stabilità. Il risultato è una notevole diminuzione dei consumi, anche alimentari, ed un profondo e mutevole cambiamento degli stili di vita e dei modi con cui si fa la spesa.

Si tratta di un osservatorio **unico** per la realtà della nostra Provincia e siamo convinti che proprio perché viene realizzata da una Associazione di Consumatori essa si distingua per l' **indipendenza** rispetto a quanti ne sono direttamente coinvolti e ciò rappresenti un valido elemento di supporto per i cittadini.

Per tutte queste ragioni, con questo rapporto la Federconsumatori di Modena, intende fornire ai cittadini-consumatori, alle istituzioni, alle organizzazioni economiche e alle imprese del settore elementi di informazione, comparazione e valutazione sul livello dei prezzi, dando modo e spronando queste ultime a giocare un ruolo più attivo nello sviluppo della competizione e della trasparenza del mercato.

Non ci stancheremo mai di rimarcare che il nostro obiettivo non è quello di definire classifiche o in modo superficiale individuare il punto vendita più conveniente in assoluto. Il nostro intento è quello di fare una “fotografia” del livello dei prezzi praticati dalle diverse catene commerciali in un determinato lasso di tempo (17 – 29 ottobre 2016), con la chiara intenzione di **stimolare ancora di più la concorrenza fra le diverse catene distributrici presenti** nella nostra provincia, favorendo così le famiglie ed i consumatori.

Siamo altrettanto consapevoli che questa indagine, qualunque sia la procedura seguita per la composizione di qualsiasi campione e dei sistemi di rilevazione, può essere passibile di osservazioni e critiche, più o meno fondate. Pur dimostrandoci sempre disponibili al confronto, riteniamo che l'esperienza maturata in questi ultimi 21 anni, ci abbia consentito di individuare, affinare ed adottare una solida metodologia che con scrupolo e metodo ne consente la realizzazione in modo corretto e trasparente.

L'indagine, nel corso degli anni, ha mantenuto, nonostante le difficoltà, l'interesse di Enti e Istituzioni che contribuiscono alla sua realizzazione e l'importante sostegno di diversi Comuni della provincia.

Continuiamo a pensare che possa essere utile effettuare più di una rilevazione nel corso dell'anno, ambizione che si potrà realizzare solo in presenza di maggiori risorse da destinare a questa attività, cosa che per il momento non possediamo.

Ringraziamo tutti i nostri interlocutori per la disponibilità che continuano a dimostrarci, ed i nostri collaboratori per lo sforzo e la competenza messe a disposizione nella realizzazione della 22a edizione dell'osservatorio.

Il Presidente di Federconsumatori Modena

Maurizio Guidotto

INDICE

Nota metodologica	5
I risultati dell'indagine: il costo dei “carrelli della spesa”	11
1 Analisi per tipologia e dimensioni del punto vendita	11
2 Prezzi dei “carrelli della spesa” per Area POIC	17
3 Costo del paniere “Grandi Marche” per Catena commerciale e punto vendita	20
4 Costo del paniere “Private Label” per Catena commerciale e punto vendita	27
5 Prezzi del pani “Primi Prezzi” per Catena commerciale e punto vendita	34
6 Costo del paniere “Prodotti Freschi” per punto vendita	41

Nota metodologica

Introduzione

L'indagine sui Prezzi al Consumo praticati dagli Ipermercati e Supermercati di Modena e provincia si svolge da 21 anni ed ha come scopo quello di delineare un quadro sostanziale del livello dei prezzi, delle politiche di prezzo della grande distribuzione organizzata (GDO) e distribuzione organizzata (DO) con superfici di vendita di almeno 400 mq e che soddisfano i consumi alimentari.

L'indagine, ripetuta annualmente, si basa su dati rilevati in tutti gli ipermercati ed un campione di supermercati e hard discount con superficie di vendita nei comuni della provincia di Modena. Il progetto è realizzato attraverso un'indagine campionaria di prodotti confezionati ad uso alimentare. La presente edizione ha preso in esame 308 prodotti ed ha coinvolto complessivamente 41 punti vendita. Il periodo della rilevazione prezzi, della corrente edizione, va dal 17/10/2016 al 29/10/2016.

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 di seguito illustrata, riteniamo conseguito. Sarà poi ogni singolo consumatore, sulla base delle proprie abitudini e convinzioni personali a trarre le conclusioni e decidere le modalità di spesa più congeniali.

Fedeconsumatori tiene a ribadire che tra gli obiettivi della presente indagine non rientra quello di individuare il punto vendita più conveniente in assoluto e tantomeno di influenzare il mercato.

Campionamento dei punti vendita

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

La popolazione dei punti vendita è stratificata su tre livelli:

Ipermercati: esercizi di vendita al dettaglio di grande superficie (normalmente superiore o uguale 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 è stata finalizzata al raggiungimento di una adeguata copertura della popolazione dei punti vendita, sulla base di tre principali criteri di rappresentatività:

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

Complessivamente sono stati campionati 41 punti vendita di cui:

- ♦ 12 ipermercati
- ♦ 21 supermercati
- ♦ 8 hard discount

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

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

Area Nord				
COMUNE	GRUPPO COMMERCIALE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Mirandola	CONAD	CONAD	Via Liberta', 5	SUP
Mirandola	COOP ITALIA	IPERCOOP	Via Agnini, 37	IPR
Mirandola	LIDL ITALIA	LIDL	Via dell'industria, 1	DIS
Mirandola	SELEX COMMERCIALE	FAMILA	Via A. Bernardi, 4	IPR
Mirandola	SIGMA	SIGMA	Via Circ.zione, 111	SUP
S. Felice s.P.	COOP ITALIA	COOP	Piazzale M. Polo, 1	SUP
S. Possidonio	GRUPPO PAM	PAM	Via A. Moro, 5/7	SUP
Terre d'Argine				
COMUNE	GRUPPO COMMERCIALE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Carpi	CONAD	CONAD	Via Carlo Marx, 99	SUP
Carpi	COOP ITALIA	IPERCOOP	Via dell'industria, 32	IPR
Soliera	ESSELUNGA	ESSELUNGA	Via Carpi, Località Appalto, 250	IPR
Carpi	EUROSPIN	EUROSPIN	Via Guastalla, 2/2	DIS
Carpi	GESTIONI SRL	DIMEGLIO	Via Belgrado, 10	SUP
Carpi	SELEX COMMERCIALE	FAMILA	Via Giovanni XXIII, 185	SUP
Carpi	SIGMA	SIGMA	Via Cuneo, 47	SUP
Modena				
COMUNE	GRUPPO COMMERCIALE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Modena	CONAD	CONAD IPERMERCATO	Via delle Morane, 500	IPR
Modena	CONAD	CONAD	Via Settembrini, 201	SUP
Modena	COOP ITALIA	IPERCOOP	Viale dello Sport, 50	IPR
Modena	COOP ITALIA	IPERCOOP	Via Emilia Ovest, 1480	IPR
Modena	COOP ITALIA	COOP	Via Vignolese, 835	SUP
Modena	ESSELUNGA	ESSELUNGA	Via delle Morane, 240	SUP
Modena	FINIPER	UNES	Via Allegri, 179	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 = Hard Discount).

Modena				
COMUNE	GRUPPO COMMERCIALE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Modena	INTERDIS	DIMEGLIO	Via Anderlini, 71	SUP
Modena	SELEX COMMERCIALE	D-PIU' DISCOUNT	Via Emilia ovest, 386	DIS
Modena	SIGMA	E C U	Via Emilia est, 105	DIS
Modena	SIGMA	SIGMA	Via Nobili, 91-c	SUP
Comuni del Sorbara				
COMUNE	GRUPPO COMMERCIALE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Castelfranco E.	CONAD	CONAD	Piazza Aldo Moro, 7/b	SUP
Castelfranco E.	COOP ITALIA	COOP	Via Loda, 6	SUP
Castelfranco E.	GRUPPO LOMBARDINI	L.D.	Via Solimei, 121	DIS
Castelfranco E.	SELEX COMMERCIALE	FAMILA	Via Emilia Est, 60	SUP
Frignano				
COMUNE	GRUPPO COMMERCIALE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Pavullo nel F.	CONAD	CONAD	Via Minelli, 5	SUP
Pavullo nel F.	EUROSPIN	EUROSPIN	Via Giardini sud, 52	DIS
Pavullo nel F.	SIGMA	SIGMA	Via Giardini, 346	SUP
Terra dei Castelli				
COMUNE	GRUPPO COMMERCIALE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Spilamberto	CONAD	CONAD	Via Tacchini, 6	SUP
Vignola	COOP ITALIA	COOP	Via Di Mezzo, 142	IPR
Vignola	SELEX COMMERCIALE	D-PIU' DISCOUNT	Via per Spilamberto, 262	DIS
Distretto Ceramico				
COMUNE	GRUPPO COMMERCIALE	INSEGNA	INDIRIZZO	TIPOLOGIA
Fiorano M.	SELEX COMMERCIALE	IPERFAMILA	Circ.le S. Francesco, 134	IPR
Formigine	CONAD	CONAD	Via Quattro Passi	SUP
Sassuolo	COOP ITALIA	COOP	Via Circondariale SE	IPR
Sassuolo	ESSELUNGA	ESSELUNGA	Via Circ.zione NE, 231	IPR
Sassuolo	GRUPPO PAM	IN'S DISCOUNT	Via Ancora, 203	DIS
Sassuolo	GRUPPO PAM	PANORAMA	Via Archimede, 9	IPR

Campionamento delle referenze costituenti il paniere della spesa

Nel corso della presente edizione sono stati campionati 308 prodotti alimentari e non, acquistabili nella maggior parte degli esercizi commerciali e ritenuti rappresentativi dei consumi e delle spese da parte delle famiglie. I prodotti presi a campione rappresentano una gamma di prodotti alimentari confezionati, a lunga conservazione e prodotti alimentari freschi.

Le singole referenze, marca e grammatura, sono state scelte sulla base delle informazioni fornite dai gruppi commerciali (Conad Ipermercato, Coop Italia, Esselunga e Sigma) che, aderendo all'invito di costituire in modo partecipato il "paniere della spesa", hanno indicato per ogni categoria merceologica i prodotti maggiormente venduti e acquistati dai consumatori modenesi.

Di seguito si riporta la struttura merceologica del "Paniera della spesa" oggetto di analisi della presente edizione.

Tab. 2 — Struttura merceologica del paniere costituito dai prodotti oggetto di rilevazione della XXII 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

(Segue)

(Continua)

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

Gruppo	Divisioni	Sottoclasse
Bevande alcoliche e tabacchi		
<u>Bevande alcoliche:</u>		Alcolici e liquori Vini da uve Birre lager
Mobili, articoli e servizi per la casa		
<u>Beni e servizi per la manut. ordinaria della casa:</u>		Prodotti per la pulizia e manutenzione della casa Altri articoli non durevoli per la casa
Altri beni e servizi		
<u>Beni e servizi per l'igiene personale:</u>		Apparecchi non elettrici Articoli per l'igiene personale Prodotti di bellezza

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 308 referenze di cui:

- ◆ 94 Prodotti Grandi Marche
- ◆ 87 Prodotti a marchio (Private Label)
- ◆ 93 Primi prezzi.
- ◆ 34 Prodotti freschi

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

- ◆ Ipermercati
- ◆ Supermercati
- ◆ Hard Discount

Relativamente agli hard 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:
- ♦ $C_m = \text{Costo medio}$
 - ♦ $C_i = \text{Costo del paniere nello } i\text{-esimo punto vendita}$
 - ♦ $S_i = \text{Superficie di vendita dello } i\text{-esimo punto vendita}$

I dati mancanti sono stati stimati secondo la seguente procedura:

Il prezzo non rilevato di una determinata referencia e relativamente ad un punto vendita, è stato calcolato come valore medio del costo di quella stessa referencia rilevato per i punti vendita della stessa tipologia (ipermercato, supermercato e hard 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 referencia 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 referencia rilevato per i punti vendita della stessa tipologia del punto vendita in cui non è stato rilevato il prezzo.

Modalità di rappresentazione dei dati:

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

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

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

La rilevazione prezzi praticati dai supermercati, ipermercati e hard discount della provincia di Modena è stata realizzata nel periodo che va dal 17/10/2016 al 29/10/2016. La rilevazione ha impegnato 4 rilevatori preventivamente formati e che hanno utilizzato uno scanner elettronico per la rilevazione dei prezzi. I rilevatori hanno visitato complessivamente 41 punti vendita, rilevando i prezzi “interi”, “scontati” e “riservati” di 308 prodotti.

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

Maggiori dettagli sulla metodologia adottata sono riportati nella nota metodologica [cfr. Capitolo precedente].

1 — Analisi per tipologia e dimensioni del punto vendita

Il livello dei prezzi di importo più contenuto per i carrelli “Grandi Marche” e “Private Label” è stato registrato negli ipermercati, ossia nei punti vendita di dimensioni maggiori o uguali a 2.500mq. Lo scostamento medio % dei prezzi interi rilevati nei supermercati è di 7,1 punti % per i prodotti “Grandi Marche” e di 0,7 punti % per il carrello “Private Label”.

Il carrello “Primi Prezzi”, rilevato anche nei discount, presenta una variabilità più accentuata. Infatti, la tipologia di punti vendita più concorrenziale risultano essere i discount, seguiti dagli ipermercati dove si spende mediamente il 15,2% in più ed infine i supermercati che presentano un livello di prezzi che si discosta di 29,1 punti %.

L'ampiezza della superficie di vendita risulta determinante nella valutazione del livello dei prezzi. Per la tipologia “ipermercati” lo scostamento medio prezzi semplici tra Ipermercati di superficie maggiore uguale a 5.000mq. dai punti vendita di superficie compresa tra 2.500 e 5000mq. è trascurabile per i prodotti “Grandi Marche” e “Prodotti Freschi”, per contro per i prodotti “Private Label” e “Primi Prezzi” lo scostamento è di circa 4 punti percentuali di risparmio nei punti vendita di dimensioni maggiori o uguali a 5.000mq.

Rispetto ai supermercati il differenziale di prezzo semplice tra la classe che comprende i punti vendita di maggior dimensione e la classe di estensione più contenuta si attesta, per i prodotti “Grandi Marche” e “Private Label”, superiore ai 9 punti percentuali, mentre per i prodotti “Primi Prezzi” supera il 29%.

Nei Discount si registra una differenza di circa 7 punti percentuali del livello dei prezzi tra i punti vendita di ampiezza maggiore agli 800 metri quadrati e quelli di dimensione inferiore, compresa tra 400 e 800 metri quadrati.

Ulteriore fattore che sembra influire notevolmente sul livello dei prezzi è la localizzazione dei punti vendita. Infatti i punti vendita più competitivi sono localizzati tutti nell'ambito del comune di Modena, Carpi e Sassuolo e che corrispondono con i territori con la più elevata concentrazione di ipermercati.

Tab. 1.1 — Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto del costo riservato sul costo intero, per l'acquisto dei panieri, **Grandi Marche**, **Private Label** e **Primi Prezzi**, per tipo di punti vendita. Periodo ottobre 2016. Costo base = minimo costo intero.

Tipologia punti vendita	Costo			% di sconto	
	Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Grandi Marche					
Ipermercati	100,0	95,6	95,4	4,4	4,6
Supermercati	107,1	104,0	104,0	2,9	2,9
Valore medio provinciale	101,9	97,8	97,7	4,0	4,1
Private Label					
Ipermercati	100,0	99,4	99,4	0,6	0,6
Supermercati	100,7	99,8	99,8	0,8	0,9
Valore medio provinciale	100,2	99,5	99,5	0,6	0,6
Primi Prezzi					
Hard Discount	100,0	99,1	99,1	0,9	0,9
Ipermercati	115,2	114,7	114,6	0,5	0,5
Supermercati	129,1	128,1	128,1	0,8	0,8
Valore medio provinciale	117,5	116,8	116,8	0,6	0,6

Tab. 1.2 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo, per l'acquisto dei panieri **Grandi Marche**, **Private Label** e **Primi Prezzi**, dalla tipologia di punti vendita più conveniente e dalla media provinciale, per tipologia di punto vendita. Periodo ottobre 2016.

Tipologia punti vendita	Scostamento medio dalla tipologia di punti vendita più conveniente per tipo di costo			Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo		
	Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Grandi Marche						
Ipermercati	0,0	0,0	0,0	-1,8	-2,2	-2,3
Supermercati	7,1	8,8	9,0	5,2	6,4	6,5
Scostamento medio provinciale	1,9	2,3	2,3	0,0	0,0	0,0
Private Label						
Ipermercati	0,0	0,0	0,0	-0,2	-0,1	-0,1
Supermercati	0,7	0,4	0,4	0,5	0,3	0,3
Scostamento medio provinciale	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
Primi Prezzi						
Hard Discount	0,0	0,0	0,0	-14,9	-15,2	-15,2
Ipermercati	15,2	15,7	15,7	-2,0	-1,9	-1,9
Supermercati	29,1	29,3	29,3	9,9	9,7	9,7
Scostamento medio provinciale	17,5	17,9	17,9	0,0	0,0	0,0

Tab. 1.3 — Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto del costo riservato sul costo intero, per categoria di paniere e per classe di ampiezza degli ipermercati.

Periodo ottobre 2016. Costo base = minimo costo intero.

Classe di ampiezza	Costo			% di sconto	
	Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Grandi Marche					
Oltre 5.000 mq.	101,1	95,8	95,7	5,3	5,4
2.500 —— 5.000 mq.	100,0	97,7	97,4	2,3	2,6
Valore medio provinciale	100,8	96,3	96,2	4,4	4,6
Private Label					
Oltre 5.000 mq.	100,0	99,7	99,7	0,3	0,3
2.500 —— 5.000 mq.	104,2	103,1	103,1	1,1	1,1
Valore medio provinciale	101,2	100,7	100,7	0,6	0,6
Primi Prezzi					
Oltre 5.000 mq.	100,0	99,8	99,8	0,2	0,2
2.500 —— 5.000 mq.	103,8	102,8	102,6	1,0	1,1
Valore medio provinciale	101,1	100,7	100,6	0,5	0,5
Prodotti Freschi					
Oltre 5.000 mq.	100,0	99,4	99,4	0,6	0,6
2.500 —— 5.000 mq.	101,4	98,3	98,2	3,1	3,1
Valore medio provinciale	100,4	99,0	99,0	1,4	1,4

Tab. 1.4 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo, per categoria di paniere e per classe di ampiezza degli ipermercati, dal tipo di punti vendita più conveniente e dalla media provinciale, per tipologia di punto vendita. Periodo ottobre 2016.

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.	1,1	0,0	0,0	0,3	-5,0	-5,1
2.500 —— 5.000 mq.	0,0	2,0	1,8	-0,8	-3,0	-3,3
Scostamento medio provinciale	0,8	0,6	0,5	0,0	-4,4	-4,6
Private Label						
Oltre 5.000 mq.	0,0	0,0	0,0	-1,2	-1,0	-1,0
2.500 —— 5.000 mq.	4,2	3,5	7,8	2,9	2,4	2,4
Scostamento medio provinciale	1,2	1,0	5,2	0,0	0,0	0,0
Primi Prezzi						
Oltre 5.000 mq.	0,0	0,0	0,0	-1,1	-0,9	-0,8
2.500 —— 5.000 mq.	3,8	3,1	2,9	2,7	2,2	2,0
Scostamento medio provinciale	1,1	0,9	0,9	0,0	0,0	0,0
Prodotti Freschi						
Oltre 5.000 mq.	0,0	1,1	1,2	-0,4	0,3	0,3
2.500 —— 5.000 mq.	1,4	0,0	0,0	1,0	-0,8	-0,8
Scostamento medio provinciale	0,4	0,8	0,8	0,0	0,0	0,0

Tab. 1.5 — Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto del costo riservato sul costo intero, per categoria di paniere e per classe di ampiezza dei supermercati.
Periodo ottobre 2016. Costo base = minimo costo intero.

Classe di ampiezza	Costo			% di sconto	
	Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Grandi Marche					
1.600 ed oltre	100,4	97,4	97,4	3,1	3,1
1.200 —— 1.600	100,0	97,0	97,0	3,0	3,0
800 —— 1.200	104,1	101,5	101,5	2,5	2,5
400 —— 800	109,6	106,5	106,5	2,8	2,8
Valore medio provinciale	102,7	99,7	99,7	2,9	2,9
Private Label					
1.600 ed oltre	104,1	103,9	103,9	0,2	0,2
1.200 —— 1.600	100,0	99,4	99,4	0,6	0,6
800 —— 1.200	103,0	102,1	102,1	0,8	0,8
400 —— 800	109,9	107,9	107,7	1,9	2,0
Valore medio provinciale	103,6	102,7	102,7	0,8	0,9
Primi Prezzi					
1.600 ed oltre	100,0	99,9	99,9	0,1	0,1
1.200 —— 1.600	103,5	103,1	103,1	0,3	0,3
800 —— 1.200	111,0	109,3	109,3	1,5	1,5
400 —— 800	129,1	127,0	126,8	1,6	1,8
Valore medio provinciale	109,2	108,4	108,3	0,8	0,8

Tab. 1.6 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo, per categoria di paniere e per classe di ampiezza dei supermercati, dal tipo di punti vendita più conveniente e dalla media provinciale, per tipologia di punto vendita. Periodo ottobre 2016.

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	0,4	0,4	0,4	-2,2	-2,4	-2,4
1.200 —— 1.600	0,0	0,0	0,0	-2,7	-2,8	-2,8
800 —— 1.200	4,1	4,7	4,7	1,4	1,8	1,8
400 —— 800	9,6	9,9	9,9	6,7	6,8	6,8
Scostamento medio provinciale	2,7	2,9	2,9	0,0	0,0	0,0
Private Label						
1.600 ed oltre	4,1	4,5	4,5	0,5	1,1	1,2
1.200 —— 1.600	0,0	0,0	0,0	-3,5	-3,2	-3,2
800 —— 1.200	3,0	2,8	2,8	-0,6	-0,6	-0,5
400 —— 800	9,9	8,5	8,3	6,1	5,0	4,9
Scostamento medio provinciale	3,6	3,4	3,3	0,0	0,0	0,0
Primi Prezzi						
1.600 ed oltre	0,0	0,0	0,0	-8,4	-7,8	-7,7
1.200 —— 1.600	3,5	3,2	3,2	-5,2	-4,8	-4,8
800 —— 1.200	11,0	9,3	9,3	1,6	0,8	0,9
400 —— 800	29,1	27,1	26,8	18,2	17,2	17,0
Scostamento medio provinciale	9,2	8,4	8,4	0,0	0,0	0,0

Tab. 1.7 — Costo indice medio (intero, scontato) e % di sconto del costo riservato sul costo intero, del paniere “**Primi Prezzi**” per classe di ampiezza dei discount . Periodo ottobre 2016. Costo base = minimo costo intero. Costo base = minimo costo intero.

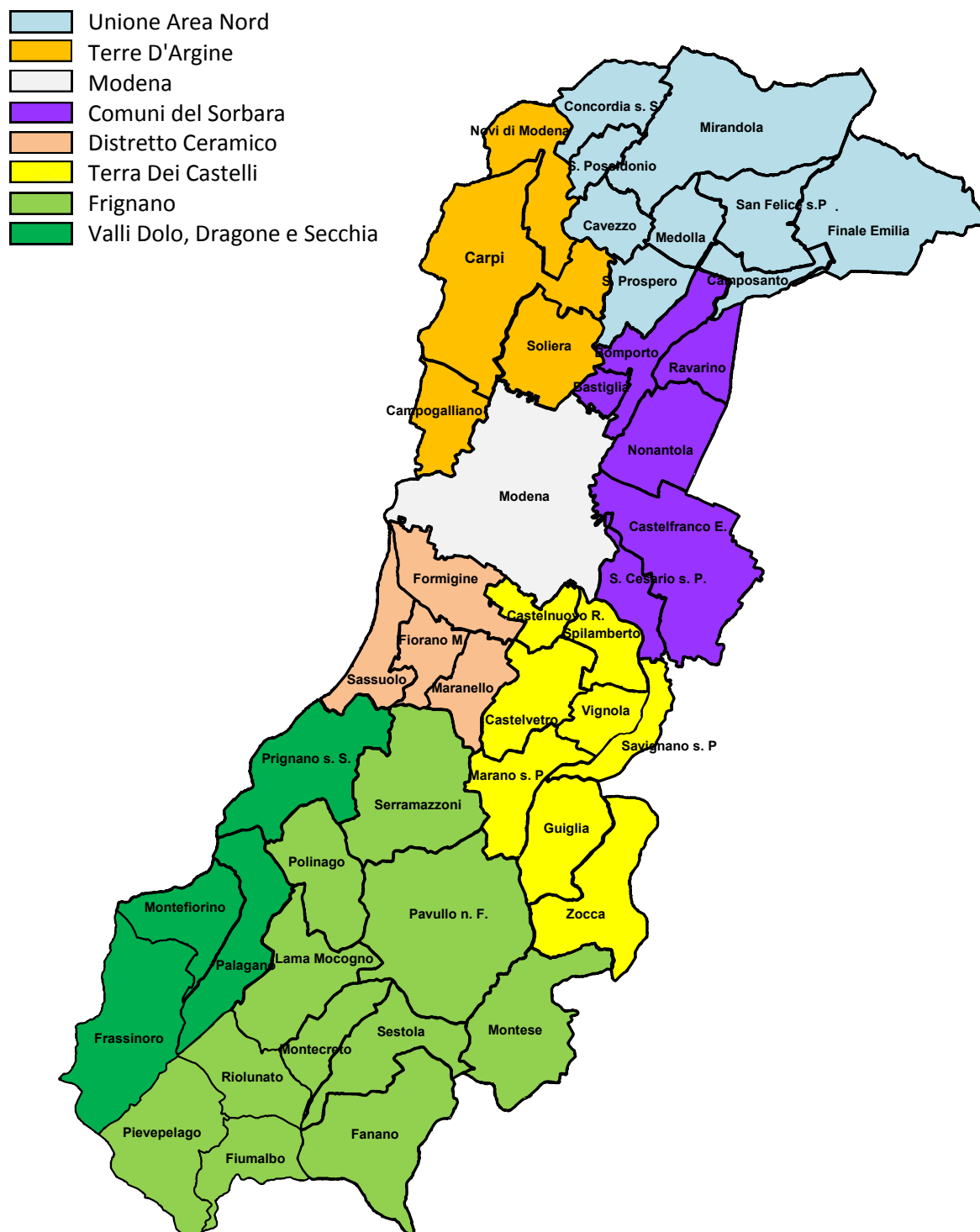
Classe di ampiezza	Costo		% di sconto
	Intero	Scontato	Scon/intero
Primi Prezzi			
Oltre 800 mq.	100,0	98,6	1,4
400 —— 800 mq.	107,2	106,7	0,4
Valore medio provinciale	103,4	102,5	0,9

Tab. 1.8 — Scostamenti % medi dai costi, per tipo di costo, del paniere “**Primi Prezzi**” e per classe di ampiezza dei discount, dal tipo di punto vendita più conveniente e dalla media provinciale, per tipologia di punto vendita. Periodo ottobre 2016.

Classe di ampiezza	Scostamento medio dalla tipologia di punti vendita più conveniente per tipo di costo		Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo	
	Intero	Scontato	Intero	Scontato
Primi Prezzi				
Oltre 800 mq.	0,0	0,0	-3,3	-3,8
400 —— 800 mq.	7,2	8,2	3,6	4,1
Scostamento medio provinciale	3,4	4,0	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



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. 2.1 — 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	Serramazzone, 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

L'analisi del livello prezzi per aggregato territoriale rileva che l'area più conveniente coincide con il comune di Modena, il distretto ceramico e Terre D'Argine d'altra parte sono i territori con la maggior concentrazione di punti vendita di grandi e medie dimensioni ossia con superficie maggiore o uguale a 2.500 mq.

L'acquisto dei panieri “Grandi marche” e “Primi Prezzi” risultano più conveniente nei comuni del distretto delle Terre D'Argine che permettono un risparmio medio di 1,3 punti e 4 punti rispetto alla media provinciale.

I costi dei panieri “Private Label” e “Primi Prezzi” registrano il costo Minimo nel comune di Modena: -3,0% e -0,7% rispettivamente e in riferimento alla media provinciale.

Tab. 2.2 — Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto del costo riservato sul costo intero, per categoria di paniere e per ambito territoriale POIC della provincia di Modena. Periodo ottobre 2016. Costo base = minimo costo intero.

Classe di ampiezza	Costo			% di sconto	
	Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Grandi Marche					
Unione Area Nord	105,0	98,5	98,5	6,2	6,2
Terre D'Argine	100,0	97,0	97,0	3,0	3,0
Modena	100,2	95,7	95,6	4,4	4,6
Comuni del Sorbara	104,5	100,9	100,9	3,4	3,4
Frignano	109,4	104,2	104,2	4,8	4,8
Terre dei Castelli	103,6	100,3	99,9	3,2	3,5
Distretto Ceramico	100,0	97,3	97,0	2,7	3,0
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Valore medio provinciale	101,3	97,3	97,2	4,0	4,1
Private Label					
Unione Area Nord	105,5	105,0	105,0	0,4	0,4
Terre D'Argine	103,4	102,2	102,2	1,1	1,1
Modena	100,0	99,9	99,8	0,1	0,2
Comuni del Sorbara	102,6	102,3	102,3	0,3	0,3
Frignano	104,7	103,6	103,6	1,0	1,0
Terre dei Castelli	100,7	99,6	99,6	1,1	1,1
Distretto Ceramico	107,6	106,4	106,3	1,2	1,2
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Valore medio provinciale	103,1	102,4	102,4	0,6	0,6
Primi Prezzi					
Unione Area Nord	104,1	103,6	103,6	0,5	0,5
Terre D'Argine	100,0	99,6	99,6	0,4	0,4
Modena	103,0	102,7	102,7	0,2	0,3
Comuni del Sorbara	103,3	103,2	103,2	0,1	0,1
Frignano	112,7	110,9	110,9	1,6	1,6
Terre dei Castelli	102,1	101,5	101,5	0,6	0,6
Distretto Ceramico	110,2	108,7	108,5	1,4	1,5
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Valore medio provinciale	104,2	103,6	103,5	0,6	0,6
Prodotti Freschi					
Unione Area Nord	100,0	99,4	99,4	0,6	0,6
Terre D'Argine	102,4	100,8	100,8	1,6	1,6
Modena	101,0	100,3	100,3	0,7	0,7
Comuni del Sorbara	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Frignano	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Terre dei Castelli	106,0	106,0	105,5	0,0	0,5
Distretto Ceramico	102,5	99,5	99,5	2,9	2,9
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Valore medio provinciale	101,7	100,3	100,3	1,4	1,4

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. 2.3 — 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 ottobre 2016.

Classe di ampiezza	Scostamento medio dalla tipologia di punti vendita più conveniente per tipo di costo			Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo		
	Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Grandi Marche						
Unione Area Nord	5,0	2,9	3,0	3,6	1,2	1,4
Terre D'Argine	0,0	1,3	1,5	-1,3	-0,3	-0,2
Modena	0,2	0,0	0,0	-1,2	-1,6	-1,6
Comuni del Sorbara	4,5	5,5	5,6	3,1	3,7	3,9
Frignano	9,4	8,9	9,0	8,0	7,1	7,2
Terre dei Castelli	3,6	4,8	4,6	2,2	3,1	2,8
Distretto Ceramico	0,0	1,7	1,5	-1,3	0,0	-0,2
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Scostamento medio provinciale	1,3	1,7	1,7	0,0	0,0	0,0
Private Label						
Unione Area Nord	5,5	5,5	5,5	2,3	2,5	2,6
Terre D'Argine	3,4	2,6	2,6	0,3	-0,2	-0,2
Modena	0,0	0,3	0,2	-3,0	-2,5	-2,5
Comuni del Sorbara	2,6	2,7	2,7	-0,4	-0,1	-0,1
Frignano	4,7	4,0	4,0	1,5	1,1	1,2
Terre dei Castelli	0,7	0,0	0,0	-2,4	-2,8	-2,8
Distretto Ceramico	7,6	6,8	6,8	4,4	3,8	3,8
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Scostamento medio provinciale	3,1	2,9	2,8	0,0	0,0	0,0
Primi Prezzi						
Unione Area Nord	4,1	4,0	4,0	-0,1	0,0	0,1
Terre D'Argine	0,0	0,0	0,0	-4,0	-3,8	-3,8
Modena	3,0	3,2	3,1	-1,1	-0,8	-0,8
Comuni del Sorbara	3,3	3,6	3,6	-0,9	-0,4	-0,3
Frignano	12,7	11,3	11,3	8,2	7,0	7,1
Terre dei Castelli	2,1	1,9	1,9	-2,0	-2,0	-2,0
Distretto Ceramico	10,2	9,1	8,9	5,8	4,9	4,8
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Scostamento medio provinciale	4,2	4,0	4,0	0,0	0,0	0,0
Prodotti Freschi						
Unione Area Nord	0,0	0,0	0,0	-1,7	-0,9	-0,9
Terre D'Argine	2,4	1,4	1,4	0,7	0,5	0,5
Modena	1,0	0,8	0,8	-0,7	0,0	0,0
Comuni del Sorbara	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Frignano	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Terre dei Castelli	6,0	6,6	6,1	4,2	5,7	5,2
Distretto Ceramico	2,5	0,1	0,1	0,8	-0,8	-0,8
Valli Dolo, Dragone e Secchia	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Scostamento medio provinciale	1,7	0,9	0,9	0,0	0,0	0,0

n.c. = dato calcolabile. Valori non rilevati

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

I prodotti “Grandi Marche” rilevati, negli ipermercati e supermercati, sono complessivamente 94 referenze, di cui, ai fini dell’analisi comparativa, sono state validate 91 referenze. Ciascuna referenza è presente in almeno 30 punti vendita dei 33 campionati. In ciascun punto vendita sono assenti al più 3 referenze.

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

Tab. 3.1 — Paniere rilevato prodotti “Grandi Marche” per categoria merceologia.

Categoria e n° prodotti		Categoria e n° prodotti	
Riso	1	Patatine fritte	1
Farina ed altri cereali	2	Confetture, marmellate e miele	2
Altri prodotti di panetteria e pasticceria	6	Cioccolato	1
Pasta secca, pasta fresca e preparati di pasta	1	Gelati	2
Cereali per colazione	1	Zucchero	1
Altri preparati a base di carne	2	Salse, condimenti e spezie	4
Pesce fresco, refrigerato o surgelato	1	Sale, spezie ed erbe aromatiche	1
Altri pesci e frutti di mare conservati o lavorati	2	Altri preparati alimentari n.a.c.	1
Latte fresco	1	Caffè	2
Latte conservato	1	Tè	1
Yogurt	1	Cacao e cioccolato in polvere	1
Formaggi e latticini	5	Acque minerali	1
Altri prodotti a base di latte	1	Bevande analcoliche	3
Uova	1	Succhi di frutta e verdura	1
Burro	1	Alcolici e liquori	3
Margarina e altri grassi vegetali	1	Aperitivi alcolici	
Olio di oliva	1	Vini da uve	1
Altri oli alimentari	2	Birre lager	2
Frutta secca	1	Prodotti per la pulizia e manutenz. della casa	3
Frutta surg, cons di frutta e prod a base di frutta	1	Altri articoli non durevoli per la casa	7
Vegetali freschi o refrigerati diversi da patate	2	Apparecchi non elettrici	2
Vegetali surgelati	3	Articoli per l'igiene personale	7
Vegetali secchi, altri veg trasform. o conservati	4	Prodotti di bellezza	2
		Totale referenze “Grandi Marche” validate: 91	

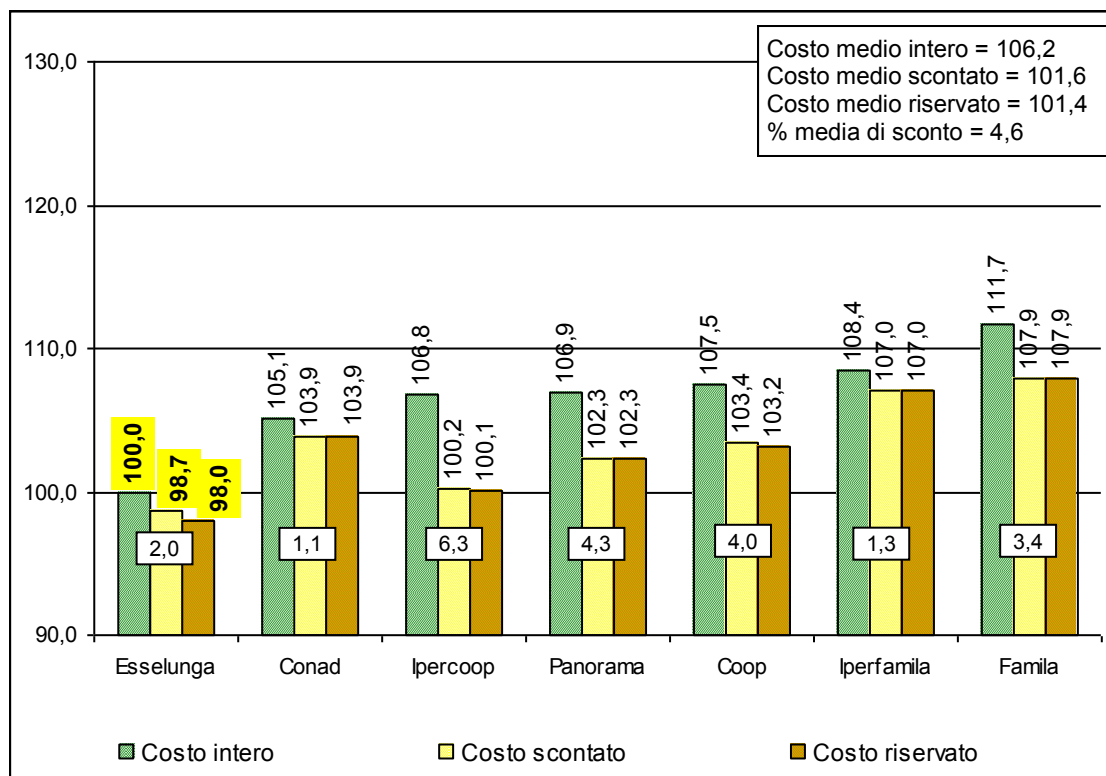
Per acquistare i 91 prodotti “Grandi Marche” costituenti il paniere analizzato si spende mediamente 242,58 euro. La % di sconto media, valida per tutte le categorie di consumatori, è pari allo 4,0% mentre la % di sconto riservata ai possessori di fidelity card o carta socio è pari al 4,1%.

Le insegne distributive più convenienti, per l'acquisto del paniere costituito dai 91 prodotti “Grandi Marche” è Esselunga, per la tipologia di punti vendita classificati come ipermercati e si conferma Esselunga anche per la categoria dei supermercati. Lo scostamento, espresso in termini % di Esselunga rispetto al costo medio provinciale è pari a -5,9% sui prezzi pieni rilevati negli ipermercati -12,1% sui prezzi pieni rilevati presso i supermercati.

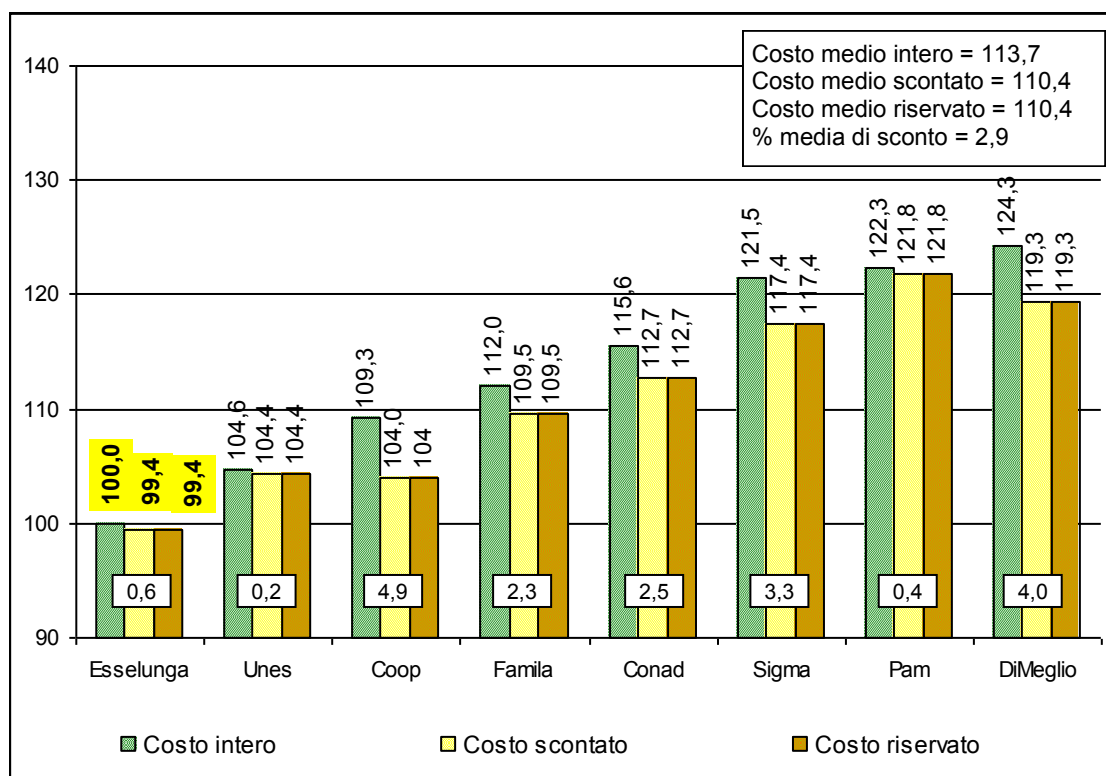
Il punto vendita in cui risulta lo scontrino con il costo più contenuto l'ipermercato Esselunga di Soliera (-8,2% rispetto alla media provinciale). Se si fa riferimento ai prezzi effettivi, ossia prezzi scontati e validi per tutte le categorie di acquirenti il punto vendita più conveniente è sempre Esselunga di Soliera, -5,9% rispetto alla media provinciale e -5,8% rispetto al prezzo scontato e riservato ai possessori di fidelity card.

La localizzazione territoriale dei punti vendita risulta determinante per contenere il costo del paniere. Infatti, le prime posizioni dei punti vendita con il prezzo più basso sono localizzati nell'area di Modena, Carpi e Sassuolo che sono le aree con la maggior concentrazione di punti vendita di vaste dimensioni.

Graf. 3.1 — 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 ottobre 2016.



Graf. 3.2 — 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. Periodo ottobre 2016. Costo base = minimo costo intero.



Tab. 3.2 — 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 ottobre 2016

Insegna	Scostamento medio dall'insegna più conveniente per tipo di costo			Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo		
	Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Ipermercati						
Esselunga	0,0	0,0	0,0	-5,9	-2,8	-3,4
Conad	5,1	5,3	6,1	-1,1	2,3	2,5
Ipercoop	6,8	1,5	2,1	0,5	-1,3	-1,3
Panorama	6,9	3,6	4,4	0,6	0,7	0,9
Coop	7,5	4,7	5,3	1,2	1,8	1,8
Iperfamila	8,4	8,4	9,2	2,0	5,3	5,5
Famila	11,7	9,3	10,2	5,1	6,3	6,4
Scostamento medio provinciale	6,2	2,9	3,5	0,0	0,0	0,0
Supermercati						
Esselunga	0,0	0,0	0,0	-12,1	-10,0	-10,0
Unes	4,6	5,0	5,0	-8,1	-5,5	-5,5
Coop	9,3	4,6	4,6	-3,9	-5,8	-5,8
Famila	12,0	10,1	10,1	-1,5	-0,9	-0,9
Conad	15,6	13,4	13,4	1,7	2,1	2,1
Sigma	21,5	18,2	18,2	6,8	6,4	6,4
Pam	22,3	22,5	22,5	7,5	10,3	10,3
DiMeglio	24,3	20,0	20,0	8,5	7,5	7,5
Scostamento medio provinciale	13,7	11,1	11,1	0,0	0,0	0,0

Tab. 3.3 — 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. Periodo ottobre 2016. Costo base = minimo costo intero.

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Costo			% di sconto	
			Intero	Scontato	Riservato	Scon/ intero	Riser/ Intero
Esselunga	Via Carpi, Loc. Appalto	Soliera	100,0	98,4	98,4	1,6	1,6
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	100,7	100,1	100,1	0,6	0,6
Esselunga	Via Circ.zione NE, 231	Sassuolo	101,6	100,7	98,9	0,9	2,6
Unes	Via Allegri, 179	Modena	105,3	105,1	105,1	0,2	0,2
Conad	Via delle Morane, 500	Modena	105,8	104,6	104,6	1,1	1,1
Ipercoop	Viale dello Sport, 50	Modena	106,6	99,7	99,2	6,4	6,9
Ipercoop	Via dell'industria, 32	Carpi	106,8	102,5	102,5	4,1	4,1
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	107,4	100,7	100,7	6,3	6,3
Coop	Via Circondariale SE	Sassuolo	107,5	102,5	102,5	4,6	4,6
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	107,6	103,0	103,0	4,3	4,3
Coop	Via Vignolese, 835	Modena	107,7	103,7	103,7	3,7	3,7
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	109,1	105,9	105,5	2,9	3,3
Iperfamila	Circ.le S. Francesco, 134	Fiorano M.	109,1	107,7	107,7	1,3	1,3
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	110,1	100,0	100,0	9,1	9,1
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	110,8	106,1	106,1	4,2	4,2
Coop	Piazzale M. Polo, 1	S. Felice s.P.	112,1	103,3	103,3	7,9	7,9
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	112,3	109,8	109,8	2,3	2,3
Famila	Via A. Bernardi, 4	Mirandola	112,4	108,6	108,6	3,4	3,4
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	113,5	110,9	110,9	2,3	2,3
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo nel F.	113,9	109,2	109,2	4,1	4,1
Conad	Via Quattro Passi	Formigine	115,5	113,8	113,8	1,5	1,5
Conad	Via Carlo Marx, 99	Carpi	115,7	115,3	115,3	0,4	0,4
Conad	Via Settembrini, 201	Modena	116,7	112,8	112,8	3,4	3,4
Conad	Piazza Aldo Moro, 7/b	Castelfranco E.	118,4	113,5	113,5	4,1	4,1
Conad	Via Liberta', 5	Mirandola	118,9	118,3	118,3	0,5	0,5
Conad	Via Tacchini, 6	Spilamberto	119,7	114,7	114,7	4,2	4,2
Sigma	Via Circ.zione, 111	Mirandola	121,9	118,8	118,8	2,6	2,6
Sigma	Via Nobili, 91-c	Modena	122,2	121,3	121,3	0,7	0,7
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo nel F.	122,6	115,7	115,7	5,6	5,6
Sigma	Via Cuneo, 47	Carpi	122,7	118,6	118,6	3,3	3,3
Pam	Via A. Moro, 5/7	S. Possidonio	123,2	122,7	122,7	0,4	0,4
DiMeglio	Via Anderlini, 71	Modena	124,4	119,2	119,2	4,2	4,2
DiMeglio	Via Belgrado, 10	Carpi	126,6	121,9	121,9	3,7	3,7
Valore medio provinciale			108,9	104,6	104,4	4,0	4,1

Tab. 3.4 — 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 ottobre 2016.

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	Sconta- to	Riser- vato
Esselunga	Via Carpi, Loc. Appalto	Soliera	0,0	0,0	0,0	-8,2	-5,9	-5,8
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	1,7	1,7	1,7	-7,5	-4,2	-4,1
Esselunga	Via Circ.zione NE, 231	Sassuolo	2,3	2,3	0,5	-6,7	-3,7	-5,3
Unes	Via Allegri, 179	Modena	6,8	6,8	6,8	-3,3	0,5	0,7
Conad	Via delle Morane, 500	Modena	6,3	6,3	6,3	-2,9	0,0	0,2
Ipercoop	Viale dello Sport, 50	Modena	1,3	1,3	0,8	-2,2	-4,6	-5,0
Ipercoop	Via dell'industria, 32	Carpi	4,2	4,2	4,2	-1,9	-2,0	-1,8
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	2,3	2,3	2,3	-1,4	-3,7	-3,6
Coop	Via Circondariale SE	Sassuolo	4,2	4,2	4,2	-1,3	-2,0	-1,9
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	4,7	4,7	4,7	-1,2	-1,5	-1,4
Coop	Via Vignolese, 835	Modena	5,4	5,4	5,4	-1,1	-0,8	-0,7
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	7,6	7,6	7,2	0,1	1,3	1,0
Iperfamila	Circ.le S. Francesco, 134	Fiorano M.	9,4	9,4	9,4	0,2	3,0	3,1
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	1,7	1,7	1,7	1,1	-4,3	-4,2
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	7,9	7,9	7,9	1,7	1,5	1,6
Coop	Piazzale M. Polo, 1	S. Felice s.P.	4,9	4,9	4,9	2,9	-1,2	-1,1
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	11,5	11,5	11,5	3,1	5,0	5,1
Famila	Via A. Bernardi, 4	Mirandola	10,4	10,4	10,4	3,2	3,9	4,0
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	12,7	12,7	12,7	4,2	6,0	6,2
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo nel F.	11,0	11,0	11,0	4,6	4,5	4,6
Conad	Via Quattro Passi	Formigine	15,6	15,6	15,6	6,1	8,8	8,9
Conad	Via Carlo Marx, 99	Carpi	17,2	17,2	17,2	6,3	10,3	10,4
Conad	Via Settembrini, 201	Modena	14,6	14,6	14,6	7,1	7,8	8,0
Conad	Piazza Aldo Moro, 7/b	Castelfranco E.	15,3	15,3	15,3	8,7	8,5	8,7
Conad	Via Libertà', 5	Mirandola	20,2	20,2	20,2	9,2	13,1	13,2
Conad	Via Tacchini, 6	Spilamberto	16,5	16,5	16,5	9,9	9,7	9,8
Sigma	Via Circ.zione, 111	Mirandola	20,7	20,7	20,7	11,9	13,6	13,7
Sigma	Via Nobili, 91-c	Modena	23,3	23,3	23,3	12,2	16,0	16,2
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo nel F.	17,6	17,6	17,6	12,6	10,6	10,8
Sigma	Via Cuneo, 47	Carpi	20,5	20,5	20,5	12,6	13,4	13,5
Pam	Via A. Moro, 5/7	S. Possidonio	24,7	24,7	24,7	13,1	17,3	17,5
DiMeglio	Via Anderlini, 71	Modena	21,1	21,1	21,1	14,2	14,0	14,1
DiMeglio	Via Belgrado, 10	Carpi	23,8	23,8	23,8	16,2	16,6	16,7
Scostamento medio provinciale			6,3	6,3	6,1	0,0	0,0	0,0

Tab. 3.5 — Differenziale % tra costi indici massimi e minimi, per tipo di costo, per l'acquisto dei panieri **Grandi Marche**, dalle insegne e dal punto vendita più conveniente. Periodo 2009-2016.

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
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
Singoli punti vendita Ipermercati e Supermercati			
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

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

I prodotti “Private Label” rilevati, negli ipermercati e supermercati, sono complessivamente 88 referenze, di cui, ai fini dell’analisi comparativa, sono stati validati 86 prodotti. Ciascuna referenza è presente in almeno 29 dei 33 punti vendita campionati. In ciascun punto vendita sono assenti al più 4 referenze.

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

Tab.4.1 — Paniere rilevato prodotti “Private Label” per categoria merceologia.

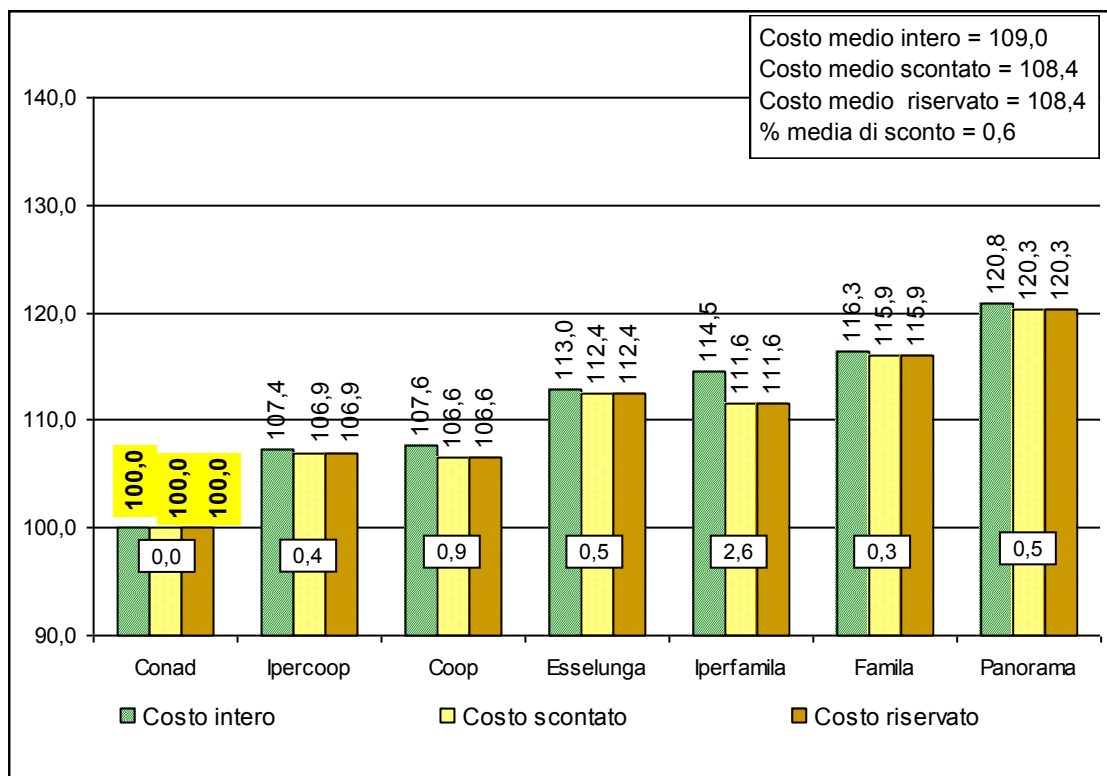
Categoria e n° prodotti		Categoria e n° prodotti	
Riso	1	Vegetali freschi o refrigerati diversi da patate	4
Farina ed altri cereali	2	Vegetali surgelati	2
Altri prodotti di panetteria e pasticceria	7	Vegetali secchi, trasformati o conservati	3
Pasta secca, pasta fresca e preparati di pasta	1	Patatine fritte	1
Pesce fresco, refrigerato o surgelato	1	Zucchero	1
Altri pesci e frutti di mare conservati o lavorati	2	Confetture, marmellate e miele	2
Latte fresco	1	Cioccolato	1
Latte conservato	1	Gelati	2
Yogurt	1	Salse, condimenti e spezie	3
Formaggi e latticini	5	Sale, spezie ed erbe aromatiche	1
Altri prodotti a base di latte	1	Altri preparati alimentari non altrimenti classificati	1
Uova	1	Caffè	2
Burro	1	Tè	1
Margarina e altri grassi vegetali	1	Cacao e cioccolato in polvere	1
Olio di oliva	1	Acque minerali	1
Altri oli alimentari	2	Bevande analcoliche	3
Frutta secca	1	Succhi di frutta e verdura	1
Frutta surg, cons di frutta e prod a base di frutta	2	Vini da uve	1
Totale referenze “Private Label” validate: 63			

Per acquistare gli 84 prodotti “Private Label”, ossia i prodotti a marchio della catena commerciale, costituenti il paniere analizzato si spende mediamente 143,40 euro. La % di sconto media, valida per tutte le categorie di consumatori, è pari al 0,6%.

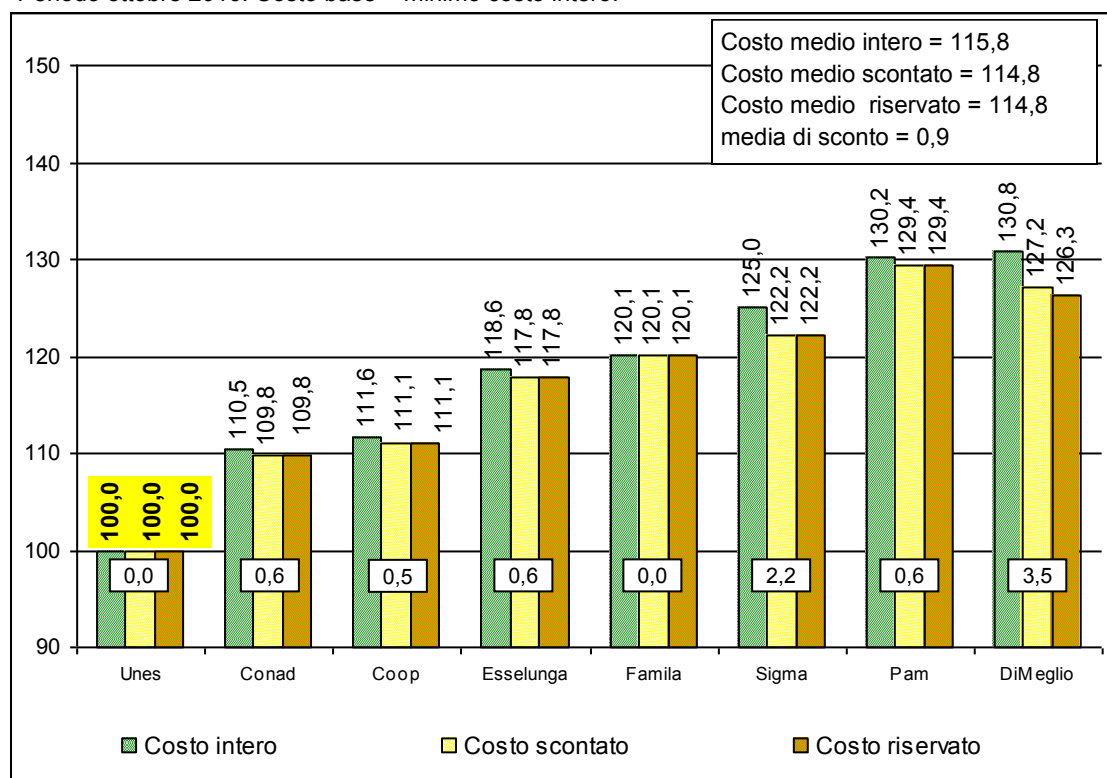
L’insegna distributiva più conveniente per l’acquisto, a prezzo pieno, del paniere costituito dagli 84 prodotti “Private Label”, Conad Ipermercato, nell’ambito della tipologia dei punti vendita ipermercati, ed Unes nella categoria dei supermercati. Gli scostamenti, espressi in termini % di Conad Ipermercato ed Unes rispetto al costo medio provinciale e nell’ambito delle rispettive categorie, sono pari -8,3% e -13,6% rispettivamente.

Il punto vendita in cui risulta uno scontrino con importo più contenuto è il supermercato Unes di Modena in cui si registra un costo medio inferiore al 13,2% rispetto al costo medio provinciale.

Graf. 4.1 — 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.
Periodo ottobre 2016. Costo base = minimo costo intero.



Graf. 4.2 — 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.
Periodo ottobre 2016. Costo base = minimo costo intero.



Tab. 4.2 — 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 ottobre 2016

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	-8,3	-7,8	-7,8
Ipercoop	7,4	6,9	6,9	-1,5	-1,4	-1,4
Coop	7,6	6,6	6,6	-1,3	-1,7	-1,7
Esselunga	13,0	12,4	12,4	3,6	3,7	3,7
Iperfamila	14,5	11,6	11,6	5,0	2,9	2,9
Famila	16,3	15,9	15,9	6,7	6,9	6,9
Panorama	20,8	20,3	20,3	10,8	10,9	10,9
Scostamento medio provinciale	9,0	8,4	8,4	0,0	0,0	0,0
Supermercati						
Unes	0,0	0,0	0,0	-13,6	-12,9	-12,9
Conad	10,5	9,8	9,8	-4,6	-4,4	-4,4
Coop	11,6	11,1	11,1	-3,6	-3,3	-3,2
Esselunga	18,6	17,8	17,8	2,4	2,6	2,6
Famila	20,1	20,1	20,1	3,7	4,6	4,6
Sigma	25,0	22,2	22,2	7,9	6,4	6,4
Pam	30,2	29,4	29,4	12,4	12,7	12,7
DiMeglio	30,8	27,3	26,3	11,5	9,7	9,1
Scostamento medio provinciale	15,8	14,9	14,8	0,0	0,0	0,0

Tab. 4.3 — 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. Periodo ottobre 2016. Costo base = minimo costo intero.

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Costo			% di sconto	
			Intero	Scontato	Riservato	Scon/ intero	Riser/ Intero
Unes	Via Allegri, 179	Modena	100,0	100,0	100,0	0,0	0,0
Conad	Via delle Morane, 500	Modena	105,5	105,5	105,5	0,0	0,0
Conad	Via Carlo Marx, 99	Carpi	108,8	108,6	108,6	0,1	0,1
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo nel F.	109,7	109,1	109,1	0,5	0,5
Conad	Via Tacchini, 6	Spilamberto	109,8	109,2	109,2	0,5	0,5
Conad	Via Settembrini, 201	Modena	109,9	109,4	109,4	0,5	0,5
Conad	Piazza Aldo Moro, 7/b	Castelfranco E.	110,0	109,5	109,5	0,5	0,5
Coop	Via Vignolese, 835	Modena	110,5	110,2	110,2	0,3	0,3
Conad	Via Quattro Passi	Formigine	110,6	108,8	108,8	1,7	1,7
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	111,0	110,5	110,5	0,5	0,5
Ipercoop	Via dell'industria, 32	Carpi	112,5	110,8	110,8	1,5	1,5
Ipercoop	Viale dello Sport, 50	Modena	113,1	113,1	113,1	0,0	0,0
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	113,2	113,2	113,2	0,0	0,0
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	113,2	111,9	111,9	1,2	1,2
Coop	Via Circondariale SE	Sassuolo	113,7	112,9	112,9	0,7	0,7
Coop	Piazzale M. Polo, 1	S. Felice s.P.	114,3	113,5	113,5	0,6	0,6
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	114,7	114,7	114,7	0,0	0,0
Conad	Via Libertà', 5	Mirandola	115,9	115,4	115,4	0,5	0,5
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	118,6	117,8	117,8	0,6	0,6
Esselunga	Via Circ.zione NE, 231	Sassuolo	118,7	117,9	117,9	0,7	0,7
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	118,9	118,9	118,9	0,0	0,0
Esselunga	Via Carpi, Località Appalto, 250	Soliera	119,5	119,1	119,1	0,3	0,3
Iperfamila	Circ.le S. Francesco, 134	Fiorano M.	120,8	117,7	117,7	2,6	2,6
Sigma	Via Nobili, 91-c	Modena	120,9	120,7	120,7	0,2	0,2
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	121,1	121,1	121,1	0,0	0,0
Famila	Via A. Bernardi, 4	Mirandola	122,7	122,3	122,3	0,3	0,3
Sigma	Via Circ.zione, 111	Mirandola	124,8	120,0	120,0	3,8	3,8
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo nel F.	126,8	124,7	124,7	1,6	1,6
Sigma	Via Cuneo, 47	Carpi	126,9	121,7	121,7	4,1	4,1
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	127,4	126,9	126,9	0,4	0,5
DiMeglio	Via Anderlini, 71	Modena	129,1	125,4	123,9	2,9	4,0
Pam	Via A. Moro, 5/7	S. Possidonio	130,2	129,4	129,4	0,6	0,6
DiMeglio	Via Belgrado, 10	Carpi	133,7	130,3	130,3	2,6	2,6
Valore medio provinciale			115,2	114,5	114,5	0,6	0,6

Tab. 4.4 — 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 ottobre 2016.

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
Unes	Via Allegri, 179	Modena	0,0	0,0	0,0	-13,2	-12,7	-12,7
Conad	Via delle Morane, 500	Modena	5,5	5,5	5,5	-8,5	-7,9	-7,9
Conad	Via Carlo Marx, 99	Carpi	8,7	8,7	8,7	-5,6	-5,1	-5,1
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo nel F.	9,1	9,1	9,1	-4,8	-4,7	-4,7
Conad	Via Tacchini, 6	Spilamberto	9,3	9,3	9,3	-4,7	-4,6	-4,6
Conad	Via Settembrini, 201	Modena	9,4	9,4	9,4	-4,6	-4,5	-4,4
Conad	Piazza Aldo Moro, 7/b	Castelfranco E.	9,5	9,5	9,5	-4,5	-4,4	-4,4
Coop	Via Vignolese, 835	Modena	10,2	10,2	10,2	-4,1	-3,7	-3,7
Conad	Via Quattro Passi	Formigine	8,8	8,8	8,8	-4,0	-5,0	-5,0
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	10,5	10,5	10,5	-3,7	-3,5	-3,5
Ipercoop	Via dell'industria, 32	Carpi	10,9	10,9	10,9	-2,4	-3,2	-3,2
Ipercoop	Viale dello Sport, 50	Modena	13,1	13,1	13,1	-1,8	-1,2	-1,2
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	13,2	13,2	13,2	-1,7	-1,1	-1,1
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	11,9	11,9	11,9	-1,7	-2,3	-2,3
Coop	Via Circondariale SE	Sassuolo	12,9	12,9	12,9	-1,3	-1,4	-1,4
Coop	Piazzale M. Polo, 1	S. Felice s.P.	13,6	13,6	13,6	-0,8	-0,8	-0,8
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	14,7	14,7	14,7	-0,5	0,2	0,2
Conad	Via Libertà, 5	Mirandola	15,4	15,4	15,4	0,6	0,8	0,8
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	17,8	17,8	17,8	2,9	2,9	2,9
Esselunga	Via Circ.zione NE, 231	Sassuolo	17,9	17,9	17,9	3,0	3,0	3,0
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	18,9	18,9	18,9	3,2	3,8	3,8
Esselunga	Via Carpi, Loc. Appalto	Soliera	19,1	19,1	19,1	3,7	4,0	4,0
Iperfamila	Circ.le S. Francesco, 134	Fiorano M.	17,7	17,7	17,7	4,8	2,8	2,8
Sigma	Via Nobili, 91-c	Modena	20,7	20,7	20,7	5,0	5,4	5,4
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	21,1	21,1	21,1	5,1	5,8	5,8
Famila	Via A. Bernardi, 4	Mirandola	22,3	22,3	22,3	6,5	6,8	6,8
Sigma	Via Circ.zione, 111	Mirandola	20,1	20,1	20,1	8,3	4,8	4,9
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo nel F.	24,8	24,8	24,8	10,1	9,0	9,0
Sigma	Via Cuneo, 47	Carpi	21,7	21,7	21,7	10,1	6,3	6,3
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	26,9	26,9	26,9	10,6	10,8	10,8
DiMeglio	Via Anderlini, 71	Modena	25,4	25,4	23,9	12,0	9,5	8,2
Pam	Via A. Moro, 5/7	S. Possidonio	29,4	29,4	29,4	13,0	13,0	13,0
DiMeglio	Via Belgrado, 10	Carpi	30,3	30,3	30,3	16,1	13,8	13,8
Scostamento medio provinciale			14,5	14,5	14,5	0,0	0,0	0,0

Tab. 4.5 — Differenziale % tra costi indici massimi e minimi, per tipo di costo, per l'acquisto dei panieri **Private Label**, dalle insegne e dal punto vendita più conveniente. Periodo 2009 — 2016.

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
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
Singoli punti vendita Ipermercati e Supermercati			
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

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

I prodotti “Primi Prezzi” rilevati, negli ipermercati, supermercati e discount, sono complessivamente 94 referenze tutte validate ai fini dell’analisi comparativa. Ciascuna referenza è presente in almeno 39 dei 41 punti vendita. In ciascun punto vendita sono assenti al più 6 referenze.

Il paniere dei prodotti validati è così composto:

Tab. 5.1 — Paniere rilevato prodotti “Primi Prezzi” per categoria merceologia.

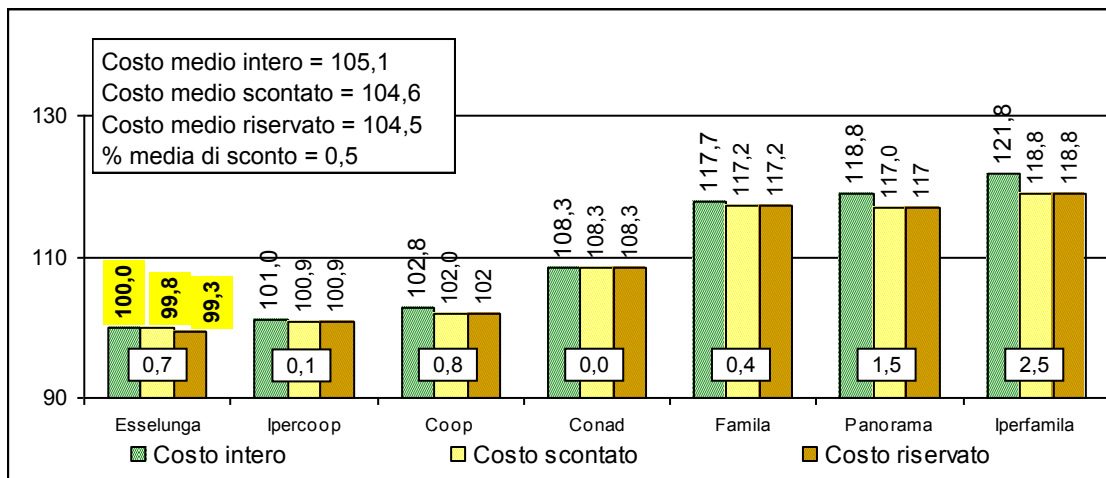
Categoria e n° prodotti		Categoria e n° prodotti	
Riso	1	Patatine fritte	1
Farina ed altri cereali	1	Zucchero	1
Pane	1	Confetture, marmellate e miele	2
Altri prodotti di panetteria e pasticceria	8	Cioccolato	1
Pasta secca, fresca e preparati di pasta	1	Gelati	2
Cereali per colazione	1	Salse, condimenti e spezie	3
Altri prodotti a base di cereali	1	Sale, spezie ed erbe aromatiche	1
Altri preparati a base di carne	2	Alimenti per bambini	1
Pesce fresco, refrigerato o surgelato	1	Altri preparati alimentari n.a.c.	1
Altri pesci e frutti di mare conservati o lav.	2	Caffè	2
Latte fresco	1	Tè	1
Latte Conservato	1	Cacao e cioccolato in polvere	1
Yogurt	1	Acque minerali	1
Formaggi e latticini	5	Bevande analcoliche	3
Altri prodotti a base di latte	1	Succhi di frutta e verdura	1
Uova	1	Alcolici e liquori	3
Burro	1	Vini da uve	1
Margarina e altri grassi vegetali	1	Birre lager	2
Olio di oliva	1	Prodotti per la pulizia e manutenz. della casa	4
Altri oli alimentari	2	Altri articoli non durevoli per la casa	5
Frutta surg, conserve e prod a base di frutta	2	Apparecchi non elettrici	2
Vegetali surgelati	3	Articoli per l'igiene personale	7
Vegetali secchi, trasformati o conservati	7	Prodotti di bellezza	2
Totale referenze “Primi Prezzi” validate: 94			

Per acquistare i 94 prodotti “Primi Prezzi”, ossia prodotti che per caratteristiche e grammature corrispondono al paniere dei prodotti “Grandi Marche”, costituenti il carrello analizzato si spende mediamente 144,15 euro. La % di sconto media, valida per tutte le categorie di consumatori, è pari al 0,6%.

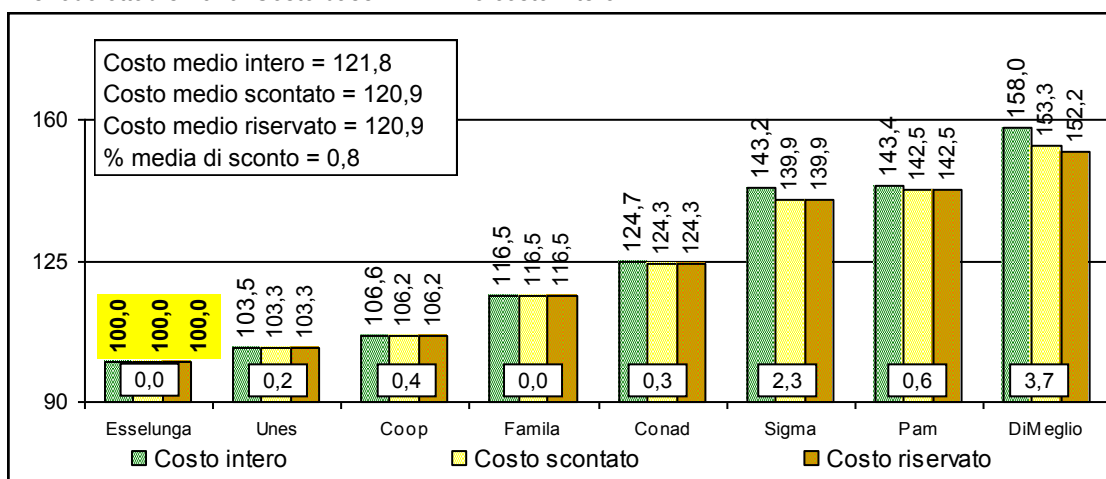
Le insegne distributive più convenienti per l'acquisto del paniere costituito dai 94 prodotti primi prezzi, sono Esselunga sia per la categoria degli ipermercati che per i supermercati ed Eurospin per i discount, con un risparmio medio rispetto al costo provinciale pari a -4,8%, -17,9% e -2,7% rispettivamente.

Il punto vendita in cui risulta uno scontrino con importo più contenuto è il discount Eurospin di Carpi, presso cui si può realizzare un risparmio rispetto alla media provinciale di 19,4 punti percentuali.

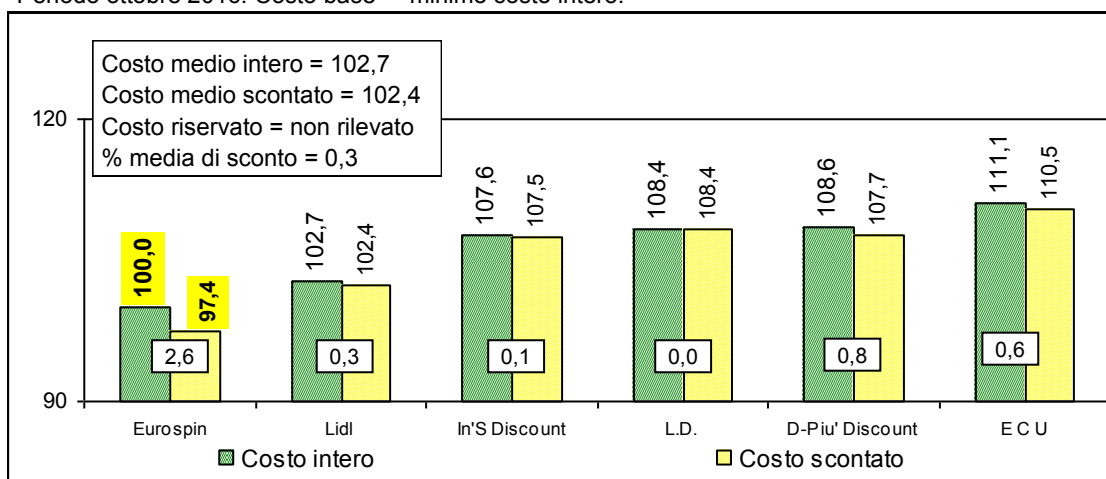
Graf. 5.1 — Costo indice medio (intero, scontato e riservato) e % di sconto del costo riservato sul costo intero, per l'acquisto del paniere **Primi Prezzi** nelle catene distributive aggregate per insegna rilevato negli **ipermercati** con sede nel territorio della provincia di Modena.
Periodo ottobre 2016. Costo base = minimo costo intero.



Graf. 5.2 — 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 **supermercati** con sede nel territorio della provincia di Modena.
Periodo ottobre 2016. Costo base = minimo costo intero.



Graf. 5.3 — 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 negli **hard discount** con sede nel territorio della provincia di Modena.
Periodo ottobre 2016. Costo base = minimo costo intero.



Tab. 5.2 — 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 ottobre 2016

Insegna	Scostamento medio dall'insegna più conveniente per tipo di costo			Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo		
	Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Ipermercati						
Esselunga	0,0	0,0	0,0	-4,8	-4,6	-5,0
Ipercoop	1,0	1,1	1,6	-3,9	-3,5	-3,5
Coop	2,8	2,2	2,7	-2,2	-2,5	-2,4
Conad	8,3	8,5	9,1	3,1	3,6	3,6
Famila	17,7	17,4	18,1	12,0	12,1	12,1
Panorama	18,8	17,2	17,8	13,0	11,8	11,9
Iperfamila	21,8	19,0	19,7	15,9	13,6	13,6
Scostamento medio provinciale	5,1	4,8	5,3	0,0	0,0	0,0
Supermercati						
Esselunga	0,0	0,0	0,0	-17,9	-17,3	-17,3
Unes	3,5	3,3	3,3	-15,0	-14,5	-14,5
Coop	6,6	6,2	6,2	-12,5	-12,2	-12,2
Famila	16,5	16,5	16,5	-4,3	-3,6	-3,6
Conad	24,7	24,3	24,3	2,3	2,8	2,8
Sigma	43,2	39,9	39,9	17,5	15,7	15,8
Pam	43,4	42,5	42,5	17,7	17,9	17,9
DiMeglio	58,0	53,3	52,2	22,9	21,1	20,6
Scostamento medio provinciale	21,8	20,9	20,9	0,0	0,0	0,0
Hard discount						
Eurospin	0,0	0,0	n.c.	-2,7	-4,9	n.c.
Lidl	2,7	5,2	n.c.	0,0	0,0	n.c.
In'S Discount	7,6	10,4	n.c.	4,8	5,0	n.c.
L.D.	8,4	11,3	n.c.	5,5	5,9	n.c.
D-Piu' Discount	8,6	10,6	n.c.	5,7	5,2	n.c.
E C U	11,1	13,4	n.c.	8,2	7,8	n.c.
Scostamento medio provinciale	2,7	5,2	n.c.	0,0	0,0	n.c.

Tab. 5.3 — Costo indice per l'acquisto del paniere **Primi prezzi** 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. Periodo ottobre 2016. Costo base = minimo costo intero.

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Costo			% di sconto	
			Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Eurospin	Via Guastalla, 2/2	Carpi	100,0	97,8	97,8	2,2	2,2
Eurospin	Via Giardini sud, 52	Pavullo nel F.	101,3	98,3	98,3	3,0	3,0
Lidl	Via dell'industria, 1	Mirandola	103,4	103,1	103,1	0,3	0,3
D-Piu' Discount	Via per Spilamberto, 262	Vignola	107,1	105,8	105,8	1,2	1,2
In'S Discount	Via Ancora, 203	Sassuolo	108,3	108,2	108,2	0,1	0,1
L.D.	Via Solimei, 121	Castelfranco E.	109,1	109,1	109,1	0,0	0,0
D-Piu' Discount	Via Emilia ovest, 386	Modena	111,0	110,5	110,5	0,5	0,5
E C U	Via Emilia est, 105	Modena	111,9	111,2	111,0	0,6	0,8
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	111,9	111,9	111,9	0,0	0,0
Esselunga	Via Carpi, Loc. Appalto	Soliera	112,4	112,0	112,0	0,4	0,4
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	113,7	113,7	113,7	0,0	0,0
Ipercoop	Via dell'industria, 32	Carpi	114,1	114,1	114,1	0,0	0,0
Unes	Via Allegri, 179	Modena	115,8	115,6	115,6	0,2	0,2
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	116,9	116,7	116,7	0,2	0,2
Ipercoop	Viale dello Sport, 50	Modena	116,9	116,5	116,5	0,4	0,4
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	118,0	117,3	117,3	0,6	0,6
Coop	Via Circondariale SE	Sassuolo	119,8	118,6	118,6	1,0	1,0
Esselunga	Via Circ.zione NE, 231	Sassuolo	120,3	120,3	118,9	0,0	1,2
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	120,8	120,8	120,8	0,0	0,0
Coop	Via Vignolese, 835	Modena	120,8	120,2	120,2	0,5	0,5
Coop	Piazzale M. Polo, 1	S. Felice s.P.	122,2	121,1	121,1	0,9	0,9
Conad	Via delle Morane, 500	Modena	125,4	125,4	125,4	0,0	0,0
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	129,8	129,8	129,8	0,0	0,0
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	131,0	131,0	131,0	0,0	0,0
Conad	Via Carlo Marx, 99	Carpi	133,9	133,7	133,7	0,1	0,1
Famila	Via A. Bernardi, 4	Mirandola	136,2	135,6	135,6	0,4	0,4
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	137,5	135,3	135,3	1,5	1,5
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo nel F.	138,9	138,9	138,9	0,0	0,0
Conad	Via Quattro Passi	Formigine	139,1	137,7	137,7	1,0	1,0
Conad	Via Settembrini, 201	Modena	139,4	139,4	139,4	0,0	0,0
Iperfamila	Circ.le S. Francesco, 134	Fiorano M.	141,0	137,5	137,5	2,5	2,5
Conad	Piazza Aldo Moro, 7/b	Castelfranco E.	141,4	141,4	141,4	0,0	0,0
Conad	Via Liberta', 5	Mirandola	141,4	140,1	140,1	0,9	0,9
Conad	Via Tacchini, 6	Spilamberto	147,7	147,5	147,5	0,2	0,2
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo nel F.	154,5	150,2	150,2	2,8	2,8
Sigma	Via Nobili, 91-c	Modena	156,7	156,3	156,3	0,3	0,3
Pam	Via A. Moro, 5/7	S. Possidonio	160,4	159,4	159,4	0,6	0,6
Sigma	Via Cuneo, 47	Carpi	164,6	159,6	159,6	3,0	3,0
Sigma	Via Circ.zione, 111	Mirandola	169,3	164,4	164,4	2,9	2,9
DiMeglio	Via Anderlini, 71	Modena	174,7	168,9	166,9	3,3	4,5
DiMeglio	Via Belgrado, 10	Carpi	180,1	175,8	175,8	2,4	2,4
Valore medio provinciale			124,0	123,3	123,3	0,6	0,6

Tab. 5.4 — 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 ottobre 2016.

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Scostamento medio dal P.V più conveniente per tipo di costo			Scostamento medio dalla media provinciale per tipo di costo		
			Intero	Scontato	Riservato	Intero	Scontato	Riservato
Eurospin	Via Guastalla, 2/2	Carpi	0,0	0,0	0,0	-19,4	-20,7	-20,7
Eurospin	Via Giardini sud, 52	Pavullo nel F.	1,3	0,5	0,5	-18,3	-20,3	-20,3
Lidl	Via dell'industria, 1	Mirandola	3,4	5,4	5,4	-16,6	-16,4	-16,4
D-Piu' Discount	Via per Spilamberto, 262	Vignola	7,1	8,2	8,2	-13,7	-14,2	-14,2
In'S Discount	Via Ancora, 203	Sassuolo	8,3	10,7	10,7	-12,7	-12,2	-12,2
L.D.	Via Solimei, 121	Castelfranco E.	9,1	11,6	11,6	-12,0	-11,5	-11,5
D-Piu' Discount	Via Emilia ovest, 386	Modena	11,0	13,0	13,0	-10,5	-10,4	-10,4
E C U	Via Emilia est, 105	Modena	11,9	13,7	13,5	-9,8	-9,9	-9,9
Esselunga	Via delle Morane, 240	Modena	11,9	14,4	14,4	-9,8	-9,3	-9,2
Esselunga	Via Carpi, Loc. Appalto	Soliera	12,4	14,5	14,5	-9,4	-9,2	-9,2
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	13,7	16,3	16,3	-8,3	-7,8	-7,8
Ipercoop	Via dell'industria, 32	Carpi	14,1	16,6	16,6	-8,1	-7,5	-7,5
Unes	Via Allegri, 179	Modena	15,8	18,2	18,2	-6,6	-6,3	-6,2
Coop	Via Loda, 6	Castelfranco E.	16,9	19,3	19,3	-5,8	-5,4	-5,3
Ipercoop	Viale dello Sport, 50	Modena	16,9	19,1	19,1	-5,8	-5,6	-5,5
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	18,0	20,0	20,0	-4,9	-4,9	-4,8
Coop	Via Circondariale SE	Sassuolo	19,8	21,3	21,3	-3,4	-3,8	-3,8
Esselunga	Via Circ.zione NE, 231	Sassuolo	20,3	23,0	21,6	-3,0	-2,5	-3,5
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	20,8	23,5	23,5	-2,6	-2,1	-2,0
Coop	Via Vignolese, 835	Modena	20,8	22,9	22,9	-2,6	-2,6	-2,5
Coop	Piazzale M. Polo, 1	S. Felice s.P.	22,2	23,8	23,8	-1,5	-1,8	-1,8
Conad	Via delle Morane, 500	Modena	25,4	28,2	28,2	1,1	1,6	1,7
Famila	Via Emilia Est, 60	Castelfranco E.	29,8	32,7	32,7	4,7	5,3	5,3
Famila	Via Giovanni XXIII, 185	Carpi	31,0	34,0	34,0	5,6	6,2	6,3
Conad	Via Carlo Marx, 99	Carpi	33,9	36,7	36,7	7,9	8,4	8,4
Famila	Via A. Bernardi, 4	Mirandola	36,2	38,7	38,7	9,8	10,0	10,0
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	37,5	38,4	38,4	10,8	9,7	9,8
Conad	Via Minelli, 5	Pavullo nel F.	38,9	42,0	42,0	12,0	12,6	12,7
Conad	Via Quattro Passi	Formigine	39,1	40,8	40,8	12,2	11,7	11,7
Conad	Via Settembrini, 201	Modena	39,4	42,5	42,5	12,3	13,0	13,0
Iperfamila	Circ.le S. Francesco, 134	Fiorano M.	41,0	40,6	40,6	13,7	11,5	11,5
Conad	Piazza Aldo Moro, 7/b	Castelfranco E.	41,4	44,6	44,6	14,0	14,6	14,7
Conad	Via Liberta', 5	Mirandola	41,4	43,3	43,3	14,0	13,6	13,7
Conad	Via Tacchini, 6	Spilamberto	47,7	50,8	50,8	19,1	19,6	19,6
Sigma	Via Giardini, 346	Pavullo nel F.	54,5	53,5	53,5	24,6	21,7	21,8
Sigma	Via Nobili, 91-c	Modena	56,7	59,8	59,8	26,3	26,7	26,7
Pam	Via A. Moro, 5/7	S. Possidonio	60,4	63,0	63,0	29,3	29,3	29,3
Sigma	Via Cuneo, 47	Carpi	64,6	63,2	63,2	32,7	29,4	29,5
Sigma	Via Circ.zione, 111	Mirandola	69,3	68,1	68,1	36,5	33,3	33,4
DiMeglio	Via Anderlini, 71	Modena	74,7	72,7	70,6	40,8	36,9	35,3
DiMeglio	Via Belgrado, 10	Carpi	80,1	79,8	79,8	45,2	42,5	42,6
Scostamento medio provinciale			24,0	26,1	26,0	0,0	0,0	0,0

Tab. 5.5 — Differenziale % tra costi indici massimi e minimi, per tipologia di punto vendita e per tipo di costo, per l'acquisto dei panieri **Primi prezzi**, dalle insegne e punto vendita più conveniente. Periodo 2009 — 2016.

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
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
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.
Singoli punti vendita Ipermercati — Supermercati—Discount			
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

n.c. = non calcolabile. Dato non rilevato

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

I “Prodotti Freschi” rilevati, nei punti vendita con superficie maggiore o uguale a 2.500 metri quadri, sono complessivamente 34 referenze, di cui, ai fini dell'analisi comparativa, sono state validate 32 referenze. Ciascuna referenza è presente in almeno 9 dei 12 punti vendita campionati. In ciascun punto vendita sono assenti al più 2 referenze. Il paniere validato è così composto:

Tab. 6.1 — Paniere rilevato prodotti “Prodotti Freschi” per categoria merceologia.

Categoria e n° prodotti	
Pane	1
Carne bovina	4
Carne suina	2
Pollame	3
Altre carni	1
Pesce fresco, refrigerato o surgelato	2
Pesci e frutti di mare secchi, affumicati o salati	2
Altri pesci e frutti di mare conservati o lavorati	1
Frutta fresca o refrigerata	7
Frutta con guscio	1
Vegetali freschi o refrigerati diversi da patate	7
Patate	1
Totale referenze “Prodotti Freschi” validate: 32	

I prezzi relativi ai “Prodotti Freschi” sono stati rilevati esclusivamente negli ipermercati ossia negli esercizi commerciali con superficie di vendita di 2.500 mq. ed oltre. 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 32 “Prodotti Freschi” costituenti il paniere analizzato è pari a 230,41 euro. La % di sconto media, valida per tutte le categorie di consumatori, è pari allo 1,4%. L'ipermercato più economico, per l'acquisto del paniere costituito dai 32 “Prodotti Freschi”, è risultato essere “Esselunga di Sassuolo, dove si spende il 9,8% in meno rispetto alla media provinciale.

Tab. 6.2 — Differenziale % tra costi indici massimi e minimi, per tipo di costo, per l'acquisto dei panieri **Prodotti Freschi**, da punto vendita più conveniente. Periodo 2009 — 2016.

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

Tab. 6.3 — Costo indice per l'acquisto del paniere **Prodotti Freschi** e % di sconto del costo scontato e riservato rispetto al costo intero, negli **ipermercati** campionati con sede nel territorio della provincia di Modena. Costo base = minimo costo intero. Periodo ottobre 2016.

INSEGNA	INDIRIZZO	COMUNE	Costo			% di sconto	
			Intero	Scontato	Riservato	Scon/intero	Riser/Intero
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	100,0	100,0	100,0	0,0	0,0
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	100,8	100,0	100,0	0,8	0,8
Esselunga	Via Circ.zione NE, 231	Sassuolo	101,9	92,3	92,3	9,4	9,4
Iperfamila	Circ.le S. Francesco	Fiorano M.	102,8	99,6	99,6	3,1	3,1
Esselunga	Via Carpi, Loc. Appalto	Soliera	103,1	98,5	98,5	4,5	4,5
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	104,4	103,8	103,8	0,6	0,6
Ipercoop	Viale dello Sport, 50	Modena	104,5	104,5	104,5	0,0	0,0
Famila	Via A. Bernardi, 4	Mirandola	104,8	104,8	104,8	0,0	0,0
Ipercoop	Via dell'industria, 32	Carpi	105,0	104,7	104,7	0,3	0,3
Conad	Via delle Morane, 500	Modena	106,4	103,5	103,5	2,8	2,8
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	108,1	108,1	107,6	0,0	0,5
Coop	Via Circondariale SE	Sassuolo	110,0	110,0	110,0	0,0	0,0
Valore medio provinciale			103,7	102,3	102,3	1,4	1,4

Tab. 6.4 — 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. Periodo ottobre 2016.

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
Ipercoop	Via Emilia Ovest, 1480	Modena	0,0	8,3	8,3	-3,6	-2,3	-2,2
Ipercoop	Via Agnini, 37	Mirandola	0,8	8,3	8,3	-2,8	-2,2	-2,2
Esselunga	Via Circ.zione NE, 231	Sassuolo	1,9	0,0	0,0	-1,8	-9,8	-9,7
Iperfamila	Circ.le S. Francesco, 134	Fiorano M.	2,8	7,9	7,9	-0,9	-2,6	-2,6
Esselunga	Via Carpi, Loc. Appalto	Soliera	3,1	6,6	6,6	-0,6	-3,8	-3,7
Panorama	Via Archimede, 9	Sassuolo	4,4	12,4	12,4	0,7	1,4	1,5
Ipercoop	Viale dello Sport, 50	Modena	4,5	13,2	13,2	0,8	2,2	2,2
Famila	Via A. Bernardi, 4	Mirandola	4,8	13,5	13,5	1,0	2,4	2,4
Ipercoop	Via dell'industria, 32	Carpi	5,0	13,4	13,4	1,2	2,4	2,4
Conad	Via delle Morane, 500	Modena	6,4	12,0	12,0	2,6	1,1	1,1
Coop	Via Di Mezzo, 142	Vignola	8,1	17,1	16,5	4,2	5,7	5,2
Coop	Via Circondariale SE	Sassuolo	10,0	19,1	19,1	6,0	7,5	7,5
Valore medio provinciale			3,7	10,8	10,8	0,0	0,0	0,0

