



Il Garante per la sorveglianza dei prezzi

Ministero delle Imprese e del Made in Italy



Ministero delle Imprese
e del Made in Italy



MINISTERO
DELL'INTERNO



UNIONCAMERE

“Progetto sperimentale di monitoraggio dei prezzi al consumo di prodotti alimentari ed agroalimentari commercializzati nei principali mercati al dettaglio dei comuni capoluogo di regione o di provincia autonoma”

Potenza

marzo – aprile 2025

Report a cura del Garante per la sorveglianza dei prezzi con il supporto tecnico di:



BMTI



CAMERA DI COMMERCIO
DELLA BASILICATA



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

Dati condivisi per la loro valorizzazione con:



MINISTERO DELL'AGRICOLTURA
DELLA SOVRANITÀ ALIMENTARE
E DELLE FORESTE



ISMEA



Sommario

Premessa	3
1. L'inflazione in Italia e nel territorio	5
1.1 <i>L'inflazione generale.....</i>	5
1.2 <i>L'inflazione dei prodotti alimentari</i>	5
2. I prezzi dei prodotti ortofrutticoli, agroalimentari e ittici.....	6
2.1 <i>Il settore ortofrutticolo</i>	6
2.1.1 <i>L'andamento della domanda e dell'offerta all'ingrosso dell'ortofrutta nel Sud Italia e nelle Isole</i>	6
2.1.2 <i>L'andamento dei prezzi al consumo ortofrutticoli in Italia</i>	7
2.2 <i>Il settore ittico</i>	7
2.2.1 <i>L'andamento della domanda e dell'offerta all'ingrosso dei prodotti ittici nel Sud Italia e nelle Isole</i>	7
2.2.2 <i>L'andamento dei prezzi al consumo ittici in Italia</i>	8
2.3 <i>Il settore agroalimentare</i>	8
2.3.1 <i>L'andamento dei prezzi all'ingrosso delle carni in Italia.....</i>	8
2.3.2 <i>L'andamento dei prezzi al consumo delle carni in Italia</i>	9
2.3.3 <i>L'andamento dei prezzi all'ingrosso di latte, formaggi e uova in Italia</i>	9
2.3.4 <i>L'andamento dei prezzi al consumo di latte, formaggi e uova in Italia.....</i>	10
3. I dati territoriali e il monitoraggio del Garante per la sorveglianza dei prezzi nei principali mercati al dettaglio	10
4. Il sistema distributivo del commercio al dettaglio di prodotti alimentari	12



Premessa

Su impulso del Ministro delle Imprese e del *Made in Italy*, il Garante per la sorveglianza dei prezzi ha promosso la sottoscrizione degli Accordi interistituzionali tra il **Ministero delle Imprese e del Made in Italy**, il **Ministero dell'Interno** ed il **Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste**, con la partecipazione di **Unioncamere**, nonché dei partner tecnici **BMTI** ed **ISMEA**, con l'obiettivo di avviare un progetto di monitoraggio sperimentale dei prezzi al consumo di alcuni prodotti alimentari e agroalimentari, commercializzati nei principali mercati al dettaglio nei comuni capoluogo di Regione e di Provincia autonoma.

L'iniziativa, nello specifico, ha l'obiettivo di favorire un monitoraggio più capillare delle dinamiche dei prezzi dei prodotti che hanno maggiore impatto sui consumi delle famiglie.

Nel presente *report* bimestrale – realizzato, altresì, con la partecipazione del sistema camerale ed il supporto tecnico del Centro Studi Guglielmo Tagliacarne - si analizzano le dinamiche inflative al livello nazionale prima e nel territorio poi, con una rappresentazione di quanto sta avvenendo nelle singole filiere. L'iniziativa consente infatti di complementare i dati della statistica ufficiale e dei principali punti di rilevazione dei prezzi, con dati raccolti direttamente nei territori e in particolare nei mercati al dettaglio: dopo una prima disamina a livello nazionale e delle singole filiere, viene realizzato un approfondimento a livello provinciale, utilizzando come base della lettura territoriale delle dinamiche sia i dati degli indici provinciali dei prezzi al consumo (NIC) messi a disposizione dall'Istat, sia la nuova rilevazione avviata alla fine di ottobre anche con la collaborazione delle



Associazioni dei consumatori. Quest'ultima consente di poter arricchire l'analisi delle dinamiche di mercato con dati sui prezzi rilevati settimanalmente su un paniere di prodotti ortofrutticoli, agroalimentari ed ittici.

I dati acquisiti, nonché le successive analisi e le elaborazioni, che saranno sviluppate in collaborazione con il MASAF e con l'ISMEA, costituiranno un importante patrimonio informativo rispetto alle dinamiche dei prezzi osservate nei mercati al dettaglio.

La sinergia tra tutte le sopra citate Istituzioni garantirà una comprensione più efficace del contesto locale e consentirà la costruzione di una rete capillare in grado intercettare i segnali e gli *alert* dei territori, costituendo un importante presidio utile a contrastare eventuali anomalie locali che potrebbero non emergere dalla lettura delle sole dinamiche nazionali.

A tale scopo, le osservazioni e gli spunti emergenti dalle relazioni territoriali sono analizzate dagli Uffici del Garante, nell'ottica di un costante miglioramento delle attività di monitoraggio.

Il Garante per la sorveglianza dei prezzi

Benedetto Mineo



1. L'inflazione in Italia e nel territorio

1.1 L'inflazione generale

In Italia, il secondo bimestre dell'anno ha registrato una variazione positiva del +1,9% rispetto al bimestre marzo-aprile del 2024. Si è documentata, invece, una variazione congiunturale del +0,5% rispetto al bimestre precedente.

L'inflazione generale a livello regionale è stata inferiore a quella nazionale (+1,7% mar-apr 25/mar-apr 24). Inoltre, i prezzi hanno registrato un calo (-0,1%) rispetto al bimestre precedente.

Potenza ha mostrato nel bimestre marzo-aprile 2025 un'inflazione generale superiore a quella regionale e nazionale (+2,0% rispetto al secondo bimestre dell'anno precedente). Inoltre, i prezzi hanno registrato una variazione nulla rispetto al bimestre precedente. (Tabella 1).

Tabella 1 - Var.% dell'indice generale dei prezzi al consumo

Territorio	mar-apr 25/gen-feb 25	mar-apr 25/mar-apr 24
Italia	0,5%	1,9%
Basilicata	-0,1%	1,7%
Potenza	0,0%	2,0%

Fonte: elaborazioni Unità di Missione del Garante per la sorveglianza dei prezzi e BMTI su dati Istat (NIC)

1.2 L'inflazione dei prodotti alimentari

In Italia, il secondo bimestre dell'anno ha registrato una crescita del +2,4% rispetto al bimestre marzo-aprile del 2024 per i prodotti alimentari. Inoltre, i prezzi sono aumentati del +0,3% rispetto al bimestre precedente.

L'inflazione dei prodotti alimentari a livello regionale è stata inferiore a quella nazionale (+1,3% mar-apr 25/mar-apr 24). Si è registrato, inoltre, un incremento (+0,2%) rispetto al bimestre precedente.



Potenza ha mostrato nel bimestre marzo-aprile 2025 un'inflazione per i prodotti alimentari inferiore a quella regionale e nazionale (+1,2% rispetto al secondo bimestre dell'anno precedente). Si è documentato, inoltre, un aumento congiunturale in linea con quanto rilevato a livello regionale (+0,2%). (Tabella 2).

Tabella 2 - Var.% dell'indice dei prezzi al consumo dei prodotti alimentari

Territorio	mar-apr 25/gen-feb 25	mar-apr 25/mar-apr 24
Italia	0,3%	2,4%
Basilicata	0,2%	1,3%
Potenza	0,2%	1,2%

Fonte: elaborazioni Unità di Missione del Garante per la sorveglianza dei prezzi e BMTI su dati Istat (NIC)

2. I prezzi dei prodotti ortofrutticoli, agroalimentari e ittici

2.1 Il settore ortofrutticolo

2.1.1 L'andamento della domanda e dell'offerta all'ingrosso dell'ortofrutta nel Sud Italia e nelle Isole

La prima fase primaverile, caratterizzata nel Sud Italia da temperature miti, ha equilibrato i volumi produttivi disponibili nei mercati: per quanto riguarda le specie **orticole**, in Sicilia si è normalizzata la produzione ed è aumentata considerevolmente l'offerta di **pomodori, melanzane e zucchine** con prezzi che sono scesi rapidamente. Solo verso la metà del mese di marzo, a causa del repentino e sensibile calo termico, si è verificato un moderato aumento dei prezzi per la temporanea minor disponibilità di prodotto. Contenuta l'offerta di **peperoni**, le cui quotazioni sono rimaste sostenute.

Anche per altre produzioni orticole, quali **finocchi e cavolfiori**, è aumentata la disponibilità dalle aree produttive del Sud; breve parentesi per gli **asparagi** con minor disponibilità temporanea, per le gelate tardive sopra menzionate.

Fasi finali della commercializzazione di **carciofi**, con un'offerta abbondante dal comparto produttivo: i prezzi dei capolini sono scesi di prezzo, come di consueto



nel periodo primaverile; si è registrato un temporaneo rialzo nella settimana oggetto di ritorno del freddo e in prossimità delle feste pasquali.

Il comparto **agrumi** ha registrato un'abbondante presenza di **limoni**, sia di provenienza siciliana che dalla Campania, Basilicata e Calabria. Tale abbondanza si è tradotta in un prezzo contenuto. Ha chiuso bene la campagna delle **arance Tarocco**, con prezzi in rialzo. Buone anche le quotazioni delle arance bionde nazionali, le ultime tardive del gruppo Navel e le prime Ovali e Valencia.

Per quanto riguarda le **fragole** l'andamento è stato altalenante, determinato dalla richiesta non sempre vivace: sono stati brevi i periodi di ristagno di prodotto e prezzi schiacciati.

Complessivamente l'andamento della domanda nelle regioni meridionali è risultato regolare.

2.1.2 L'andamento dei prezzi al consumo ortofrutticoli in Italia

Secondo l'indice Nazionale dei prezzi al consumo per l'Intera Collettività (NIC) pubblicato da Istat, nel bimestre marzo-aprile i prezzi al consumo della classe degli **ortaggi** sono diminuiti a livello nazionale del -1,6% rispetto al bimestre precedente. Su base annua la classe degli ortaggi ha messo a segno nei due mesi una variazione positiva del +3,4% rispetto al secondo bimestre dell'anno precedente.

Per quanto riguarda la classe della **frutta**, ha registrato nel bimestre marzo-aprile un aumento a livello nazionale del +0,7% rispetto al bimestre precedente. Su base annua i prezzi della classe della frutta hanno mostrato una crescita del +3,9% rispetto allo stesso bimestre dell'anno precedente.

2.2 Il settore ittico

2.2.1 L'andamento della domanda e dell'offerta all'ingrosso dei prodotti ittici nel Sud Italia e nelle Isole

Per quanto riguarda la **cozza**, nel periodo si è riscontrata una buona presenza di prodotto nazionale, proveniente prevalentemente dalla Puglia e dalla Sardegna. I prezzi sono risultati in forte crescita rispetto a quelli del prodotto spagnolo, presente nei mesi precedenti.



I **branzini o spigole** sono presenti in numerosi allevamenti nel Sud Italia e nelle Isole. Questa attività si è sviluppata grazie alla favorevole temperatura delle acque marine. Questo prodotto non ha subito importanti variazioni di prezzo all'ingrosso a marzo e aprile.

I prezzi delle **alici** nei mercati meridionali hanno mostrato una tendenza all'aumento, soprattutto ad aprile, dovuta al fatto che in questo periodo al Sud inizia la pesca con le lampare che fornisce un prodotto qualitativamente migliore.

Il **salmone fresco** ha mostrato quotazioni costanti nel periodo, che si mantengono su livelli più bassi rispetto a quelli raggiunti nel 2024.

Le quotazioni delle **seppie** nei mercati meridionali hanno mostrato un lieve incremento in marzo per poi mantenersi costanti in aprile. Vi è stata una crescita della domanda, infatti, ad inizio primavera il consumo delle seppie nelle regioni meridionali è stato molto alto.

2.2.2 L'andamento dei prezzi al consumo ittici in Italia

Secondo l'indice Nazionale dei prezzi al consumo per l'Intera Collettività (NIC) pubblicato da Istat, nel bimestre marzo-aprile i prezzi al consumo della classe relativa a **pesci e prodotti ittici** sono aumentati a livello nazionale (+0,6%) rispetto al bimestre precedente. Su base annua la classe dei pesci e prodotti ittici ha messo a segno nel bimestre una crescita del +1,8% rispetto allo stesso bimestre dell'anno precedente.

2.3 Il settore agroalimentare

2.3.1 L'andamento dei prezzi all'ingrosso delle carni in Italia

L'analisi dei prezzi all'ingrosso rilevati dalle Camere di commercio ha messo in evidenza nel secondo bimestre del 2025 un aumento per le carni (+3,3% rispetto al bimestre precedente), guidato dai rincari che si sono rilevati per le carni di bovino, di pollo e tacchino e, soprattutto, per la carne di suino. I prezzi rimangono più alti rispetto allo scorso anno (+11,6% rispetto al secondo bimestre del 2024). Dopo i ribassi rilevati in avvio d'anno, nel bimestre marzo – aprile i prezzi all'ingrosso dei **tagli freschi di suino da macelleria** hanno registrato un aumento del +12,5% rispetto al bimestre precedente, sostenuti anche dalla fisiologica crescita della domanda che si registra nelle settimane precedenti le festività pasquali e di fine



aprile/inizio maggio. Nonostante tale ripresa, il confronto con lo scorso anno rimane negativo, pari ad un -13,3% (rispetto al secondo bimestre 2024).

Tra le carni rosse, è proseguita nel secondo bimestre dell'anno la fase di rialzo delle **carni di bovino**, sebbene gli incrementi siano stati meno accentuati rispetto a quanto visto nel bimestre precedente. Il mercato ha continuato a risentire di una disponibilità di capi limitata. Su base congiunturale l'aumento per la carne di vitellone è del +2,1% mentre per la carne di vitello si attesta su un +0,9%. Per la carne di vitello, la crescita all'ingrosso rispetto al primo bimestre del 2024 supera il +15%. Positiva, ma meno marcata, la variazione su base annua per la carne di vitellone (+6%).

Tra le carni bianche, segno "più" nel secondo bimestre del 2025 anche per i prezzi all'ingrosso della **carne di pollo** (+2,3 rispetto al bimestre precedente) e della **carne di tacchino** (+2,2%), in un mercato che ha registrato una disponibilità di prodotto inferiore alle richieste. I prezzi di pollo e tacchino hanno mantenuto una forte crescita su base annua, pari rispettivamente ad un +27,7% e ad un +40,5% rispetto al secondo bimestre del 2024.

2.3.2 L'andamento dei prezzi al consumo delle carni in Italia

Secondo l'indice Nazionale dei prezzi al consumo per l'Intera Collettività (NIC) pubblicato da Istat, i prezzi al consumo delle **carni** sono aumentati a livello nazionale nel secondo bimestre del 2025 del +0,9% rispetto al bimestre precedente. Su base annua, la classe delle carni ha registrato una crescita del +3,4% rispetto al secondo bimestre del 2024.

2.3.3 L'andamento dei prezzi all'ingrosso di latte, formaggi e uova in Italia

L'analisi dei prezzi all'ingrosso rilevati dalle Camere di commercio ha messo in evidenza nel secondo bimestre del 2025 per i prezzi di **latte, formaggi e uova** un lieve calo (-0,7%) rispetto al bimestre precedente. Alla riduzione del latte si è contrapposto l'ulteriore apprezzamento dei formaggi e il rincaro delle uova. I prezzi di latte, formaggi e uova hanno messo a segno complessivamente un rincaro del +17,5% rispetto allo stesso bimestre del 2024. I prezzi del **latte spot**¹ di origine nazionale hanno registrato un calo nel bimestre in esame, legato anche all'incremento produttivo che si registra nei primi mesi dell'anno. I prezzi sono

¹ il latte in cisterna scambiato al di fuori dei contratti di fornitura tra allevatori e industria.



rimasti comunque su livelli elevati, segnando una crescita su base annua di quasi il +25%.

Tra i formaggi, nonostante dei segnali di maggiore stabilità in chiusura di periodo, i prezzi all'ingrosso dei **formaggi DOP a lunga stagionatura** hanno registrato un ulteriore aumento nel secondo bimestre dell'anno (+1,9% rispetto al bimestre precedente), sostenuti dagli incrementi per Grana Padano e Parmigiano Reggiano. Ulteriore stabilità per il Pecorino Romano. Sul fronte dell'export, si è registrata una frenata per l'aggregato Grana Padano – Parmigiano Reggiano: i dati disponibili, relativi al primo bimestre dell'anno, hanno mostrato un lieve calo in volume (-0,6%) rispetto all'analogo periodo del 2024. La crescita anno su anno per i prezzi dei formaggi stagionati si mantiene su un +18%. In rialzo nel secondo bimestre dell'anno anche i prezzi all'ingrosso dei **formaggi freschi**, cresciuti del +2,6% rispetto al bimestre precedente. Si è accentuata la crescita su base annua, passata dal +7,7% del primo bimestre al +10,5% del secondo bimestre.

Tra i prodotti zootecnici, incremento del +3,6% per i prezzi delle **uova** nel confronto con il bimestre precedente. Il mercato è stato sostenuto da una disponibilità di prodotto inferiore alla domanda, con quest'ultima accresciuta anche dalle maggiori richieste per le tipiche preparazioni pasquali. Su base annua, i prezzi hanno registrato una crescita del +14,5%.

2.3.4 L'andamento dei prezzi al consumo di latte, formaggi e uova in Italia

Secondo l'indice Nazionale dei prezzi al consumo per l'Intera Collettività (NIC) pubblicato da Istat, i prezzi al consumo della classe **latte, formaggi e uova** sono aumentati nel secondo bimestre dell'anno del +1,2% rispetto al bimestre precedente. I prezzi della classe latte, formaggi e uova hanno evidenziato una crescita del +3,5% rispetto al secondo bimestre del 2024.

3. I dati territoriali e il monitoraggio del Garante per la sorveglianza dei prezzi nei principali mercati al dettaglio

Dall'analisi delle dinamiche dei prezzi trasversali ai vari territori, di seguito si effettuerà un approfondimento a livello provinciale, utilizzando come base della lettura territoriale delle dinamiche sia i dati degli indici provinciali dei prezzi al



consumo dell'Istat (NIC) sia la nuova rilevazione avviata alla fine di ottobre nell'ambito del "Progetto sperimentale di monitoraggio dei prezzi al consumo di prodotti alimentari ed agroalimentari commercializzati nei principali mercati al dettaglio dei comuni capoluogo di regione o di provincia autonoma" che consente di poter arricchire l'analisi delle dinamiche di mercato con dati sui prezzi rilevati settimanalmente su un paniere di prodotti ortofrutticoli, agroalimentari ed ittici.

Nella città di Potenza, durante il periodo compreso tra marzo e aprile 2025, secondo i dati forniti da Istat, si sono registrati ribassi per i prezzi degli **ortaggi**, tornati in territorio negativo dopo la crescita su base annuale registrata nello stesso periodo del 2024, 2023 e 2022. Le contrazioni più accentuate hanno riguardato carciofi, cipolle e melanzane. Al contrario, si sono verificate variazioni positive per gli spinaci. Un'analisi più dettagliata dei dati mensili, raccolti attraverso rilevazioni dirette effettuate nei mercati rionali (v. allegato 1 tabella 1), ha evidenziato una diminuzione dei prezzi per i carciofi, gli asparagi e le melanzane nel mese di aprile rispetto a marzo, mentre si sono osservati incrementi per le zucchine e i pomodori cuori di bue.

Durante i mesi di marzo e aprile del 2025, secondo i dati Istat, si è registrata una crescita dei prezzi della **frutta** a Potenza rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, in misura però più contenuta rispetto ai rincari su base annuale osservati nel triennio precedente. In particolare, si sono verificate riduzioni per i prezzi delle banane. In aumento, invece, kiwi e mele. Un'analisi più approfondita dei dati mensili, raccolti attraverso rilevazioni dirette effettuate nei mercati rionali (v. allegato 1 tabella 2), ha evidenziato una diminuzione dei prezzi per le mele e le fragole nel mese di aprile rispetto a marzo, mentre si è osservato un incremento per i prezzi delle arance bionde nazionali e delle arance rosse.

Nel comparto **carni, ittici e lattiero-caseario**, secondo i dati Istat, si sono registrati a Potenza rialzi percentuali per la carne di vitello, i formaggi stagionati e le uova. Al contrario, si sono osservati ribassi per i pesci di allevamento e di acqua dolce. Un'analisi più approfondita dei dati mensili, ricavati da rilevazioni dirette effettuate nei mercati rionali (v. tabella 1 allegato 3), ha evidenziato un incremento ad aprile su marzo per la coscia di pollo, il branzino e il pecorino romano. In calo, invece, il pollo a busto.



4. Il sistema distributivo del commercio al dettaglio di prodotti alimentari

Il settore del commercio al dettaglio di prodotti alimentari nella provincia di Potenza mostra una dinamica di crescita molto marcata. Tra il 2015 e il 2022, il fatturato complessivo degli esercizi è aumentato del 129,7%, passando da 581 milioni a oltre 1,3 miliardi di euro. Nel 2022, il segmento con il maggiore contributo al fatturato del commercio al dettaglio alimentare nella provincia di Potenza è quello dei supermercati, con 458 milioni di euro, pari al 34,3% del totale. Rispetto al 2015, la loro incidenza sul fatturato totale è aumentata di 4,3 punti percentuali. Seguono, in termini assoluti, i discount alimentari (oltre 250 milioni di euro) e i minimercati e altri esercizi non specializzati di alimentari vari (215 milioni). Tra tutte le tipologie di esercizi, gli ipermercati, che contribuiscono al fatturato del settore con 81 milioni di euro, sono quelli che segnano la flessione più significativa in termini di incidenza sul volume d'affari complessivo, segnando una contrazione di 7,3 punti percentuali rispetto al 2015. Quanto agli esercizi specializzati, questi generano nell'insieme 289 milioni di euro, trainati soprattutto dalla vendita al dettaglio di carni e derivati, che da sola origina 85 milioni di fatturato.

**Tabella 3 – Fatturato degli esercizi del commercio al dettaglio di prodotti alimentari (anno 2022; valori assoluti in mil.ni di euro; composizione % e variazione incidenza rispetto al 2015)**

Codice Ateco	Fatturato (anno 2022) mil. euro	inc. % settore 2022	inc. % settore 2015	Variazione incidenza fatturato 2015-2022
<i>In sede fissa: esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande</i>				
47.11.1 - Ipermercati	81	6,1	13,4	-7,3
47.11.2 - Supermercati	458	34,3	30,0	4,3
47.11.3 - Discount di alimentari	258	19,3	17,4	1,9
47.11.4 - Minimercati ed altri esercizi non specializzati di alimentari vari	215	16,1	21,0	-5,0
47.11.5 - Commercio al dettaglio di prodotti surgelati	11	0,8	0,3	0,5
<i>In sede fissa: esercizi specializzati</i>				
47.21 - Commercio al dettaglio di frutta e verdura in esercizi specializzati	28	2,1	3,0	-0,9
47.22 - Commercio al dettaglio di carni e di prodotti a base di carne in esercizi specializzati	85	6,3	5,5	0,9
47.23 - Commercio al dettaglio di pesci, crostacei e molluschi in esercizi specializzati	18	1,3	1,1	0,2
47.24 - Commercio al dettaglio di pane, torte, dolci e confetteria in esercizi specializzati	24	1,8	0,8	1,0
47.25 - Commercio al dettaglio di bevande in esercizi specializzati	24	1,8	0,4	1,4
47.26 - Commercio al dettaglio di prodotti del tabacco in esercizi specializzati	56	4,2	3,7	0,5
47.29 - Commercio al dettaglio di altri prodotti alimentari in esercizi specializzati	55	4,1	1,3	2,8
<i>Ambulante</i>				
47.81 - Commercio al dettaglio ambulante di prodotti alimentari e bevande	25	1,9	2,1	-0,3
Totale commercio al dettaglio	1.336	100,0	100,0	129,7*

Fonte: elaborazione Centro Studi Tagliacarne su dati Istat; (*): variazione in termini percentuali

Come evidenziato nella Tabella 4, il fatturato del commercio al dettaglio alimentare nella provincia di Potenza risulta interamente generato da imprese di piccola e media dimensione, in quanto non si rileva la presenza di grandi imprese (250 addetti e oltre). Le imprese con più di 49 addetti contribuiscono esclusivamente al fatturato degli ipermercati, e in misura rilevante (62,4% del totale). Al fatturato dei supermercati, che come precedentemente indicato generano oltre un terzo dell'ammontare totale, contribuiscono per il 59% le imprese con 10-49 addetti e per il 41% le imprese con meno di 10 addetti. Le imprese più piccole (fino a 9 addetti) trainano poi i segmenti dei minimercati ed altri esercizi non specializzati di alimentari vari (94,2%), del commercio al dettaglio di prodotti surgelati (79,5%) e



dei discount di alimentari (53,8%). In misura analoga, sono le imprese con questa classe dimensionale a contribuire maggiormente, se non esclusivamente, agli esercizi specializzati. Infine, un'analisi della dinamica temporale evidenzia come siano le imprese con 10-49 addetti a crescere in termini di incidenza sul fatturato totale (+8,3 punti percentuali), mentre le altre registrano un calo (fino a 9 addetti: -2,7 punti percentuali; 50-249 addetti: -5,6 punti percentuali).

Tabella 4 – Composizione del fatturato degli esercizi del commercio al dettaglio di prodotti alimentari per classe dimensionale (anno 2022; incidenze % e variaz. incidenza rispetto al 2015)

Codice Ateco	Fino a 9 addetti	10-49 addetti	Fino a 49 addetti	50-249 addetti	250 addetti e oltre
<i>In sede fissa: esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande</i>					
47.11.1 – Ipermercati	15,1	22,6	37,6	62,4	-
47.11.2 – Supermercati	41,0	59,0	100,0	-	-
47.11.3 - Discount di alimentari	53,8	46,2	100,0	-	-
47.11.4 - Minimercati ed altri esercizi non specializzati di alimentari vari	94,2	5,8	100,0	-	-
47.11.5 - Commercio al dettaglio di prodotti surgelati	79,5	20,5	100,0	-	-
<i>In sede fissa: esercizi specializzati</i>					
47.21 - Commercio al dettaglio di frutta e verdura in esercizi specializzati	100,0	-	100,0	-	-
47.22 - Commercio al dettaglio di carni e di prodotti a base di carne in esercizi specializzati	90,2	9,8	100,0	-	-
47.23 - Commercio al dettaglio di pesci, crostacei e molluschi in esercizi specializzati	82,3	17,7	100,0	-	-
47.24 - Commercio al dettaglio di pane, torte, dolci e confetteria in esercizi specializzati	67,8	32,2	100,0	-	-
47.25 - Commercio al dettaglio di bevande in esercizi specializzati	100,0	-	100,0	-	-
47.26 - Commercio al dettaglio di prodotti del tabacco in esercizi specializzati	100,0	-	100,0	-	-
47.29 - Commercio al dettaglio di altri prodotti alimentari in esercizi specializzati	100,0	-	100,0	-	-
<i>Ambulante</i>					
47.81 - Commercio al dettaglio ambulante di prodotti alimentari e bevande	100,0	-	100,0	-	-
Variazione rispetto al 2015	-2,7	8,3	5,6	-5,6	0,0

Fonte: elaborazione Centro Studi Tagliacarne su dati Istat