

2017: l'anno della ripresa dei consumi alimentari

La spesa delle famiglie per i prodotti alimentari registra nel 2017 un incremento del **3,2%** rispetto al 2016. La timida ripresa annunciata all'inizio dell'anno ha preso corpo e ha trovato particolare slancio nella fase finale, tanto che il recupero della spesa che nei primi 9 mesi era pari all'1,3%, con i dati del quarto trimestre diventa più del doppio (+3,2%).

Si consolida quindi, la fase di ripresa progressiva dei consumi delle famiglie, in un quadro macroeconomico caratterizzato dal quarto anno consecutivo di aumento del loro reddito disponibile, da un lieve incremento della propensione al risparmio e dalla ripresa del Pil.

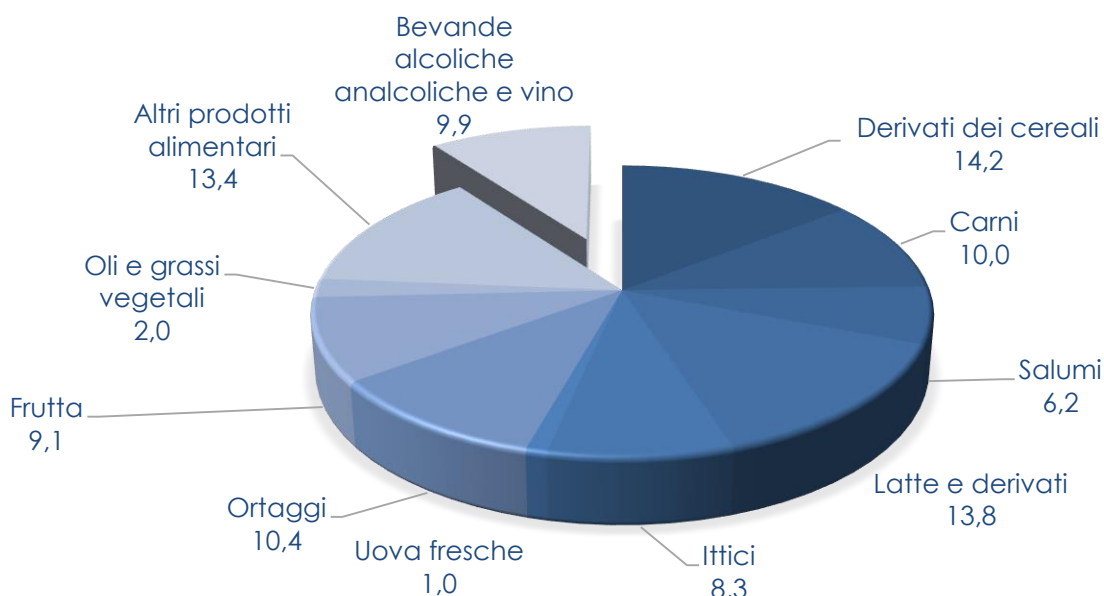
Secondo gli ultimi dati Ismea-Nielsen, i consumatori italiani nel periodo da gennaio a dicembre 2017 hanno speso **circa il 3% in più per l'acquisto di beni alimentari** e il **4,6%** in più per le **bevande** (alcoliche ed analcoliche).

Tab. 1 - Dinamica della spesa per acquisti domestici nazionali di prodotti agroalimentari - Variazioni e quote %*

	Var.% spesa 2017 vs 2016	Quote		Var.% spesa 2017 vs 2016	
		Su totale	di cui EAN	Prodotti EAN	Prodotti No EAN
Totale agroalimentare	3,2	100,0	67,7	3,8	1,8
Generi alimentari	3,0	88,7	63,8	3,7	1,8
Bevande	4,6	11,3	98,3	4,8	-4,7

Fonte: Ismea-Nielsen

Ripartizione della spesa per acquisti di prodotti alimentari (quote % spesa sul totale)

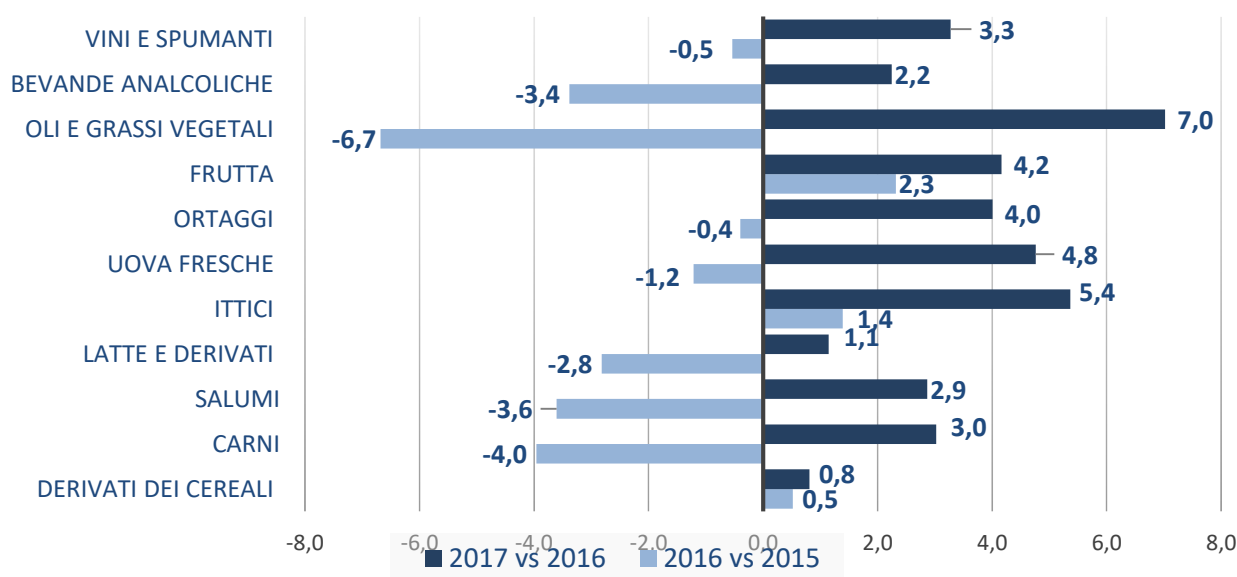


La ripresa della spesa per i generi alimentari nel 2017 è sostenuta sia dai prodotti **confezionati**, in recupero di 3,7 punti percentuali, che da quelli **sfusi** (+1,8%).

La composizione del carrello della spesa vede sempre aumentare la quota dei prodotti venduti con confezionamento del produttore (provvisi di codice EAN) arrivati a pesare oramai il 98% per le bevande e oltre il 63% per i generi alimentari. In ciascuna filiera sono i prodotti confezionati quelli ad essere maggiormente favoriti, a sostegno della tesi che il consumatore chiede oggi che ogni prodotto venga "raccontato". Il **packaging** assume infatti sempre più un ruolo fondamentale come mezzo per veicolare i nuovi *claim*: "senza zuccheri aggiunti", "senza latte e uova", "senza olio di palma", "senza glutammato aggiunto", "senza glutine", nonché la presenza di nutrienti fondamentali quali "omega3" ferro, vitamine.

I dati lo confermano: infatti i segmenti **naturale e benessere** la fanno da padroni, rappresentando in molti casi una crescita a due cifre (pasta di semola integrale: +16%, riso integrale: + 20%, ma anche frutta secca: +7,9% nel 2017 da sommarsi al +7,7% del 2016).

Dinamica degli acquisti per l'agroalimentare



Fonte: Ismea-Nielsen

A fronte di quest'attenzione per prodotti salutistici, gli italiani sembrano però ricercare anche **praticità** ed esperienze particolari di gusto. Dall'analisi dei trend, infatti, emerge un apprezzamento per le zuppe pronte (+33%), dolci e dessert (+1,7%) infusi (+1%) e per gli ortaggi di IV^a gamma (+4,3%). Se quindi da una parte ci sono i consumatori (circa la metà) che nel corso degli anni non hanno variato il proprio modo di consumare, rimanendo legati ai prodotti semplici della dieta mediterranea; dall'altra si sono formate due nuove categorie di consumatori che il mercato deve assolutamente soddisfare: "i consapevoli" pari a circa un quarto della popolazione, sono quei consumatori che attenti alla salute e alla sostenibilità scelgono prevalentemente prodotti bio, IG, DOP, Km 0, e "gli sbrigativi" pari al restante quarto di popolazione, rappresentato da quella fetta di persone che danno precedenza alla praticità nella preparazione, consumano quindi prevalentemente "piatti pronti", sostituti del pane, insalata in busta, cibi surgelati e precotti, snack e merendine. Il trend positivo della spesa investe, in realtà, tutte le filiere, ma è in alcuni casi da ascrivere al solo aumento dei prezzi medi unitari.

Si confermano gli apprezzamenti per frutta e ortaggi, che hanno rappresentato, nel 2017, una

spesa pari ad un quinto dell'esborso per l'alimentazione.

Il primato nell'incremento della spesa si ritrova per i **prodotti ittici**, che dopo i buoni risultati del 2016, registrano un nuovo interesse che ha portato un aumento dei volumi e dei prezzi unitari, che si traduce in un **+5,4%** in termini di spesa complessiva.

In particolare sono le vendite di **pesce fresco** e decongelato (che rappresentano oltre la metà dell'offerta) per le quali è stato speso ben il **7%** in più rispetto al 2016.

In aumento anche il prodotto **surgelato (+5,4)** con una quota di mercato pari al 18%, così come le **conserve ittiche** (prevalentemente tonno) per le quali si è speso il 3,7% in più.

Per quanto riguarda la **frutta**, l'aumento di spesa riguarda sia la **fresca** che la **trasformata** (+4,3% e +3,5). Differenti le dinamiche per le diverse referenze: buono l'andamento dei volumi e dei prezzi per la frutta estiva (angurie, meloni, uva, susine); mentre hanno registrato volumi in aumento ma sono stati penalizzati sul fronte dei prezzi sia i limoni che le pesche. Per le arance e le mele i volumi commercializzati sono risultati ridotti per la minore offerta. Per le mele il recupero dei prezzi nella seconda metà dell'anno, seppur sostanzioso, non è stato sufficiente a portare in positivo la spesa rispetto al 2016. Tra i vari prodotti si continua a distinguere la **frutta in guscio**, con scontrini in costante crescita (+ 9,7 punti percentuali verso il 2016 e +18% verso il 2015).

Nel segmento degli **ortaggi** il trend di spesa rispetto al 2016 è del **+4%** ed anche in questo caso l'espansione è trainata sia dai prodotti venduti "tal quali" che dai trasformati (+7,4%); in aumento anche il segmento dei surgelati (+2,4%).

A fronte di una contrazione della spesa per le **patate** (-1% malgrado l'aumento dei volumi dell'1%) e per i **prodotti a base di pomodoro** (-0,5%), si è speso di più per finocchi, carciofi, pomodori e melanzane, sebbene per tutti la dinamica sia sostenuta dai prezzi in crescita, mentre i volumi acquistati sono stati in leggera contrazione. Anche in questo caso va evidenziato come nei mesi estivi, i prezzi siano stati per quasi tutti i prodotti inferiori a quelli della precedente campagna, ma compensati in alcuni casi da incrementi di volume, mentre per i prodotti invernali l'aumento dei prezzi ha permesso l'aumento della spesa complessiva, senza accompagnarsi ad un aumento dei volumi.

Tab. 2 - Dinamica della spesa per prodotti sfusi (no EAN) - Variazioni % 2017 vs 2016

Pesce fresco e decongelato	7,0	
Ortaggi e legumi	4,4	
Frutta fresca	4,3	
Carni avicole	3,9	
Ortaggi freschi	3,9	
Salami	3,6	
Carni bovine	3,4	
Carni suine	2,7	
Prosciutto cotto	1,9	
Formaggi freschi	1,8	
Formaggi duri	1,7	
Formaggi molli	1,2	
Prosciutto crudo	0,9	
Pane e sostituti del pane	0,8	
Carni surgelate	0,7	
Pesce secco, salato e affumicato	-0,1	
Formaggi semiduri	-0,7	
Agrumi	-2,4	

Fonte: Ismea-Nielsen

Da notare come *performance* positive in controtendenza rispetto allo scorso anno, si evidenzino per **tutti i prodotti proteici di derivazione animale**. In terreno positivo, dopo anni di flessione, la spesa per le **carni**. L'aumento della spesa è stato accompagnato da un aumento dei volumi oltre che dei prezzi unitari.

In particolare, le **carni bovine** registrano un incremento di spesa del **3,4%** frutto di un aumento dell'1% volumi e del 2,6% del prezzo medio unitario. Nel corso dei 5 anni precedenti l'allontanamento da questa referenza era costata alla filiera circa 15 punti percentuali in termini di volume, pertanto non si può parlare uscita dalla crisi, ma il segnale di ripresa è positivo dopo anni di consumi in costante ridimensionamento.

In recupero nell'ultimo trimestre la crescita della spesa per le **carni avicole**, che portano il dato complessivo del 2017 a +3,9%. Il segmento delle carni bianche è l'unico ad aver mostrato solidità nel periodo di crollo dei consumi, ma nel 2017 problemi sanitari hanno ridotto l'offerta di carni di tacchino, pertanto nel bilancio finale i volumi sono risultati solo in tenuta (+0,1%) ma i prezzi superiori rispetto allo scorso anno hanno permesso, anche nel 2017 risultati soddisfacenti in termini di spesa.

Buono il mercato delle **carni suine fresche**, con un aumento della spesa del **2,7%** sostenuto dalla concomitanza positiva di volumi (+1,4%) e prezzi (+1%).

Ancora in fase negativa il mercato delle carni delle filiere minori (ovina e cunicola) per le quali l'indice di penetrazione continua a diminuire (nel 2017 su 100 famiglie solo 21 hanno acquistato carne di coniglio e solo 26 quella ovina) con pesanti ripercussioni sugli acquisti in termini di volume: **-13% per le carni cunicole e -6% per quelle ovine**.

Ancora tra luci ed ombre i risultati per la filiera dei **derivati dei cereali**: la spesa segna nel complesso un lieve incremento (+0,8%), ma le dinamiche dei prodotti afferenti al comparto mostrano tendenze contrapposte che rispecchiano in parte il nuovo modo di porsi davanti al cibo: alcuni prodotti tradizionali della dieta mediterranea vengono sostituiti da altri della stessa filiera con caratteristiche intrinseche più confacenti alle specifiche esigenze. Ed ecco che i prodotti "integrali" superano i "tradizionali". La **pasta** di semola secca e il **riso**, ad esempio, perdono volume e – essendo spesso oggetto di promozione – anche valore (-1,6% in volume e -3% la spesa per la pasta e +2% il volume ma -2% il valore per il riso), sostituiti evidentemente da **pasta di semola integrale**, per la quale la crescita degli acquisti si traduce in un +17% e dal **riso integrale** (+10% la spesa e +20% i volumi).

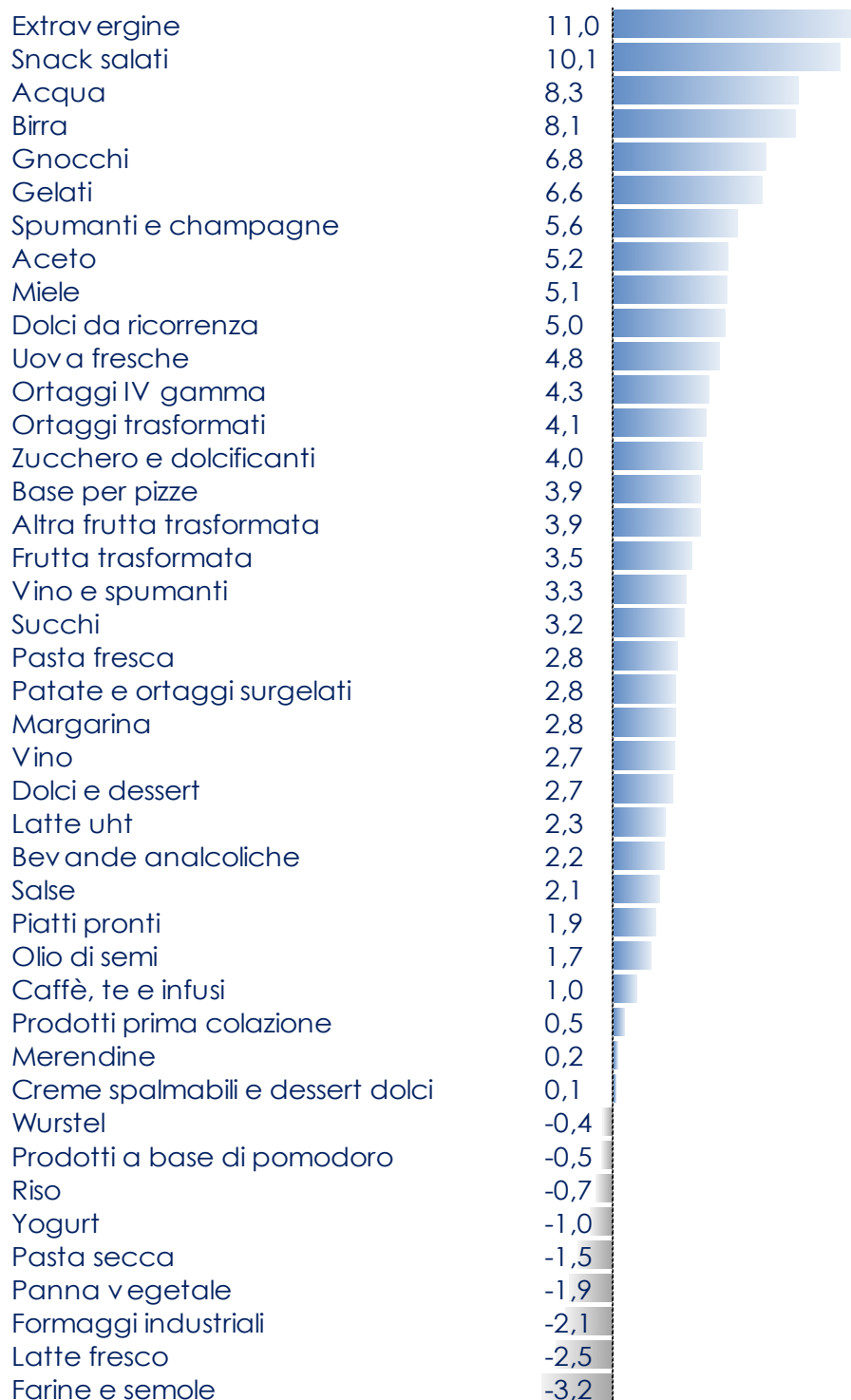
Anche per la filiera del **latte e i suoi derivati** il mercato mostra ancora incertezze.

I dati sulle vendite evidenziano ulteriori ridimensionamenti per il **latte fresco (-2,5%** di spesa malgrado la lieve rivalutazione del prezzo), in flessione anche la spesa per lo **yogurt (-1%)** cui contribuisce un ridimensionamento del prezzo medio. Finalmente in positivo la spesa per i **formaggi (+0,9%)** grazie al recupero dei molli, duri e freschi (rispettivamente +1,2%, +1,7, +1,8%) sostenuti dall'aumento dei prezzi e da un minor ricorso alla leva promozionale.

Nel 2017, oltre l'11% della spesa degli italiani è stata rivolta alle **bevande**, con un incremento ragguardevole (**+4,7%**) sostenuto da acqua imbottigliata (+8,3%), birra (+8,1%), spumanti (+5,6%) e vino (+2,6%).

Infine si evidenzia l'incremento della spesa per **l'olio extravergine** di oliva che nel 2017 risulta superiore dell'11% rispetto al 2016, cui contribuisce esclusivamente l'incremento dei prezzi medi unitari.

Tab. 3 - Dinamica della spesa per confezionati (EAN) - Variazioni % 2017 vs 2016



Fonte: Ismea-Nielsen (Market track per la tab.3 Consumer Panel Service per la Tab. 2)

Tab. 4 – Trend dei prezzi medi al consumo (Euro/Kg)**

	Prezzo 2016	Prezzo 2017	Var %
Derivati dei cereali			
Sostituti del pane	3,88	3,88	0,1%
Pasta di semola	1,26	1,23	-1,6%
Biscotti	3,69	3,65	-1,1%
Farina di grano tenero	0,62	0,62	0,7%
Riso	1,97	1,93	-2,3%
Lattiero-caseari			
Burro	7,06	8,38	18,7%
Latte fresco	1,36	1,41	3,7%
Latte uht	1,03	1,05	1,9%
Yogurt	3,41	3,39	-0,6%
Carni			
Petto di pollo	7,47	7,73	3,5%
Fesa di tacchino	8,53	8,27	-3,0%
Bistecca di bovino adulto	12,28	12,60	2,6%
Carne di agnello	10,82	10,97	1,4%
Coniglio intero	6,46	6,93	7,2%
Braciola di maiale	6,28	6,33	0,8%
Frutta			
Anguria	0,80	0,86	7,5%
Melone	1,25	1,25	0,0%
Nettarine	1,64	1,58	-3,7%
Pere	1,76	1,85	5,1%
Pesche	1,68	1,60	-4,8%
Kiwi	1,90	2,45	29,1%
Uva	2,05	2,14	4,4%
Limoni	2,59	2,34	-9,7%
Arance	1,13	1,33	17,7%
Ortaggi			
Carote	1,19	1,19	-0,7%
Cetrioli	1,43	1,42	-0,5%
Cipolle	1,50	1,46	-2,7%
Fagiolini	2,75	2,89	4,9%
Melanzane	1,40	1,45	3,0%
Insalate tipo lattuga	1,97	2,09	6,1%
Patate comuni	0,95	0,93	-1,6%
Cavolfiori	1,35	1,41	4,7%
Finocchi	1,29	1,59	23,7%
Pomodori	2,04	2,23	9,6%

* I prezzi sono medie del periodo cumulato gennaio dicembre.

** I prezzi sono valori medi desunti dal rapporto tra spesa e le quantità acquistate presso tutti i canali di vendita. Per lattiero caseari e derivati dei cereali, trattandosi di prodotti confezionati, si è utilizzata la BD Nielsen Market Track, per gli altri prodotti freschi la BD Nielsen Consumer Panel.

Fonte: Ismea-Nielsen

Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale

Unità Operativa Studi e Analisi

Responsabile: Antonella Finizia

Redazione a cura di: [Paola Parmigiani](#)