

CONSUMI ALIMENTARI

I consumi domestici delle famiglie italiane

Gennaio-giugno 2019

numero 4/2019

Settembre 2019

Sommario

Nuova ripresa dei consumi domestici nel primo semestre 2019	1
<i>A trainare la spesa ancora vini e spumanti, mentre flette la spesa per gli oli vegetali</i>	1
<i>Le dinamiche di spesa per comparto</i>	2

Nuova ripresa dei consumi domestici nel primo semestre 2019

A trainare la spesa ancora vini e spumanti, mentre flette la spesa per gli oli vegetali

Nel primo semestre 2019, dopo un 2018 chiuso con un deciso rallentamento del trend di crescita, la **spesa delle famiglie per i prodotti alimentari ha ripreso a crescere a ritmi più elevati**.

I dati sui consumi delle famiglie del Panel Ismea Nielsen, nella prima metà dell'anno in corso, evidenziano infatti un incremento complessivo della spesa del **+1,1%** rispetto all'analogo periodo 2018.

Sono stati di nuovo i prodotti a largo consumo confezionati (Lcc) del comparto a trainare la spesa (+2%) mentre per i prodotti sfusi la spesa si è ulteriormente contratta dello **0,9%**.

Gli acquisti in promozione presso la distribuzione organizzata (D.O.) nei primi 6 mesi dell'anno hanno interessato un quarto del fatturato, vale a dire che circa **una referenza su quattro è stata acquistata a prezzo scontato**, questo andamento conferma una tendenza generale: è ormai consolidato che il consumatore si muove per i suoi acquisti cercando di sfruttare tutte le occasioni di risparmio.

Dinamica della spesa per acquisti domestici di bevande

I° semestre 2019/I° semestre 2018

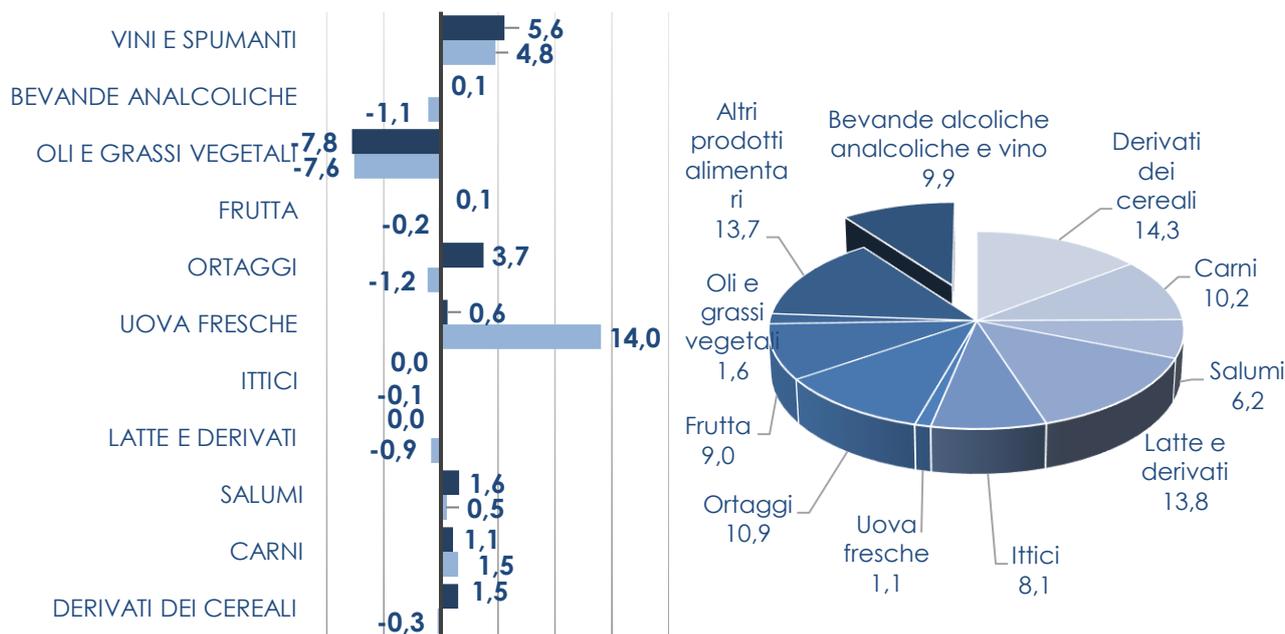
	Var% Valore 2018 vs 2017	Var% Valore I° semestre 2019 vs I° semestre 2018	Quota % su tot. Agroalimentare I° semestre 2019
Totale agroalimentare	0,3	1,1	100
Generi alimentari	0,1	1,0	89,2
Bevande analcoliche e alcoliche	1,9	2,0	10,8
Acqua	0,7	0,0	2,4
Bevande analcoliche	-1,1	0,1	2,2
Bevande alcoliche	1,5	3,9	1,2
Vini e spumanti	4,8	5,6	3,2
Birra	2,9	-0,8	1,8

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Dinamica e quote della spesa per acquisti domestici di prodotti agroalimentari

I° semestre 2019/I° semestre 2018 -

Composizione del carrello in termini di spesa



■ I° semestre 2019 vs I° semestre 2018 ■ 2018 vs 2017

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Le dinamiche di spesa per comparto

Le bevande

Analizzando la composizione del carrello e dello scontrino, si conferma la maggior propensione alla spesa per le **bevande** (+2%), supportata soprattutto dal maggior interesse per il segmento **dei vini doc e degli spumanti** per i quali, nel complesso, la spesa del primo semestre aumenta del **5,6%**, dopo il +4,8% del 2018 rispetto all'anno precedente. In termini assoluti, significa un incremento complessivo di spesa su base annua di oltre 50 milioni di euro solo negli ultimi 6 mesi.

Stabili i consumi di acqua e bevande analcoliche, mentre segna una prima flessione la spesa per le **birre**, che dopo il +3% del 2018, torna sui valori del 2017.

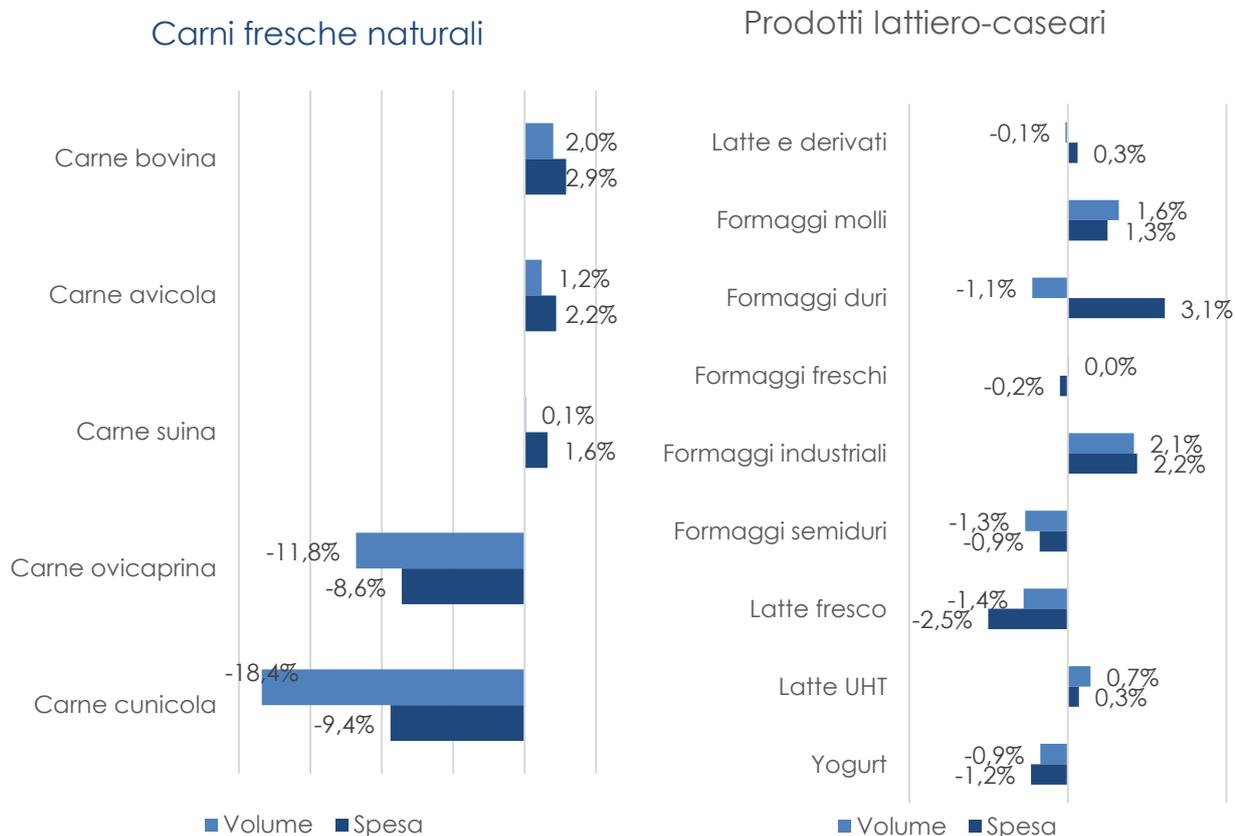
I prodotti proteici di origine animale

Nel comparto dei proteici di origine animale, prosegue il recupero dei consumi per le **carni fresche**, per le quali aumentano nel complesso sia i volumi esitati (+0,6%) e ancor più la spesa sostenuta (+1,5%). Nel primo semestre 2019 a trainare il comparto sono le **carni bovine** fresche per le quali i volumi acquistati, rispetto all'analogo semestre 2018, risultano incrementati del 2% con esborsi superiori del 2,9%. Positiva la performance anche per le **carni avicole**, per le quali aumentano volumi e spesa (rispettivamente +1,2% e +2,2%), restano invece stabili le vendite per le **carni suine** (+0,1% i volumi) ma con prezzi medi unitari in aumento (+1,6% la spesa complessiva). Di contro, le "carni minori" (ovine e cunicole) continuano il percorso flessivo con riduzioni delle vendite che viaggiano a 2 cifre (-12% e -18%). Stabili nel complesso gli acquisti di **salumi**, con trend positivi in volume solo per i salami (+1,2%) contrastati da lievi riduzioni per i **prosciutti** sia crudi che cotti, e dal costante cedimento del consumo di wurstel.

Nel segmento dei **lattiero-caseari** il bilancio della spesa rispetto al primo semestre 2018 torna a stabilizzarsi dopo un lungo periodo negativo. In particolare si evidenzia un incremento nei consumi di **latte UHT** (+0,7% i volumi) a fronte di un costante decremento degli acquisti di **latte fresco** (-1,5% in volume).

Aumentano i consumi per i **formaggi molli** e per gli **industriali**, mentre restano stabili i consumi per i **freschi**. Si contraggono invece i volumi acquistati per i formaggi **duri**, a fronte però di una crescita dei prezzi medi che implica nel complesso un aumento della spesa di 3,1 punti percentuali.

Gli acquisti domestici del 1° semestre 2019 vs analoghi del 1° semestre 2018 Trend di spesa e volumi (var.%)



Fonte: Ismea Nielsen Consumer Panel

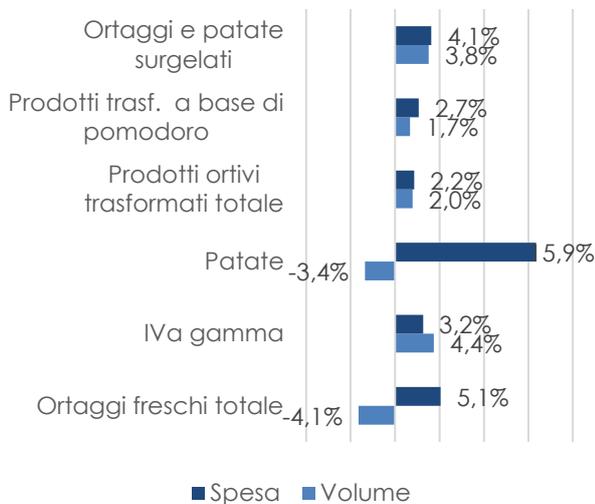
I prodotti ortofruitticoli

Tra i prodotti vegetali si evidenzia un incremento degli acquisti di **ortaggi e patate surgelati** (+4,1 la spesa e +3,8% i volumi), a favorirne la tendenza positiva, sicuramente le scarse disponibilità di ortaggi freschi e i conseguenti elevati prezzi cui venivano offerti in conseguenza all' anomalo decorso meteorologico.

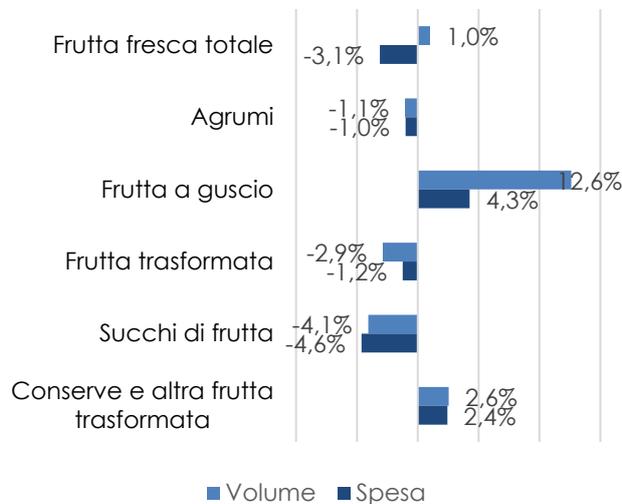
Nello specifico la minor presenza di ortaggi nei banchi del fresco si è tradotta in una contrazione del 4% dei volumi acquistati cui è corrisposta però una spesa in aumento del 5%. Un' analoga situazione si è riscontrata anche per le **patate** per le quali, a causa delle scarse disponibilità, le vendite in volume si sono contratte del 3,4%, di contro la spesa è aumentata del 6%. In lieve aumento anche i consumi di prodotti trasformati a base di pomodoro, mentre continuano la costante ascesa i prodotti freschi di IV gamma con incrementi in volume, nei primi sei mesi 2019, del 4,4%.

Dinamica inversa per la **frutta fresca**, per la quale risultano in aumento i volumi esitati, ma con una spesa in flessione, contribuiscono alla dinamica la flessione degli acquisti per gli **agrumi**, (-1,1% volumi e spesa) contrastata dall' ormai consolidato trend di crescita della **frutta a guscio** (+12,6% in volume).

Ortaggi



Frutta



Fonte: Ismea Nielsen Consumer Panel

I derivati dei cereali e gli oli vegetali

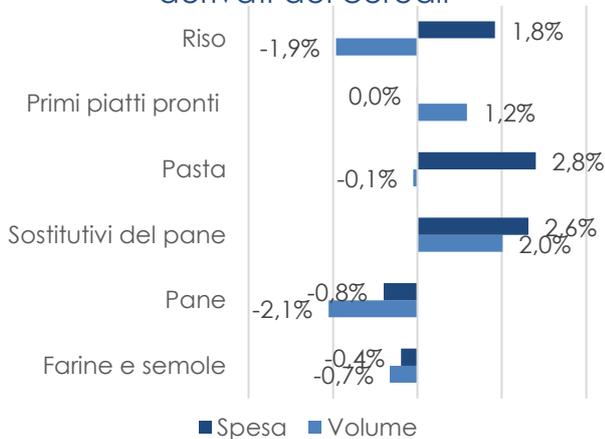
Dopo il -0,3% del 2018 sul 2017 torna in terreno positivo il comparto dei **derivati dei cereali**, con una spesa complessiva che supera di 1,5 punti percentuali i valori del primo semestre 2018.

A trainare il comparto, ancora una volta i **sostituti del pane** (+2,6% i volumi, +2% la spesa) e i **primi piatti pronti** (+1,2% i volumi) bene anche i prodotti per la prima colazione, stabili i consumi di **pasta** (-0,1% i volumi +2,8% la spesa).

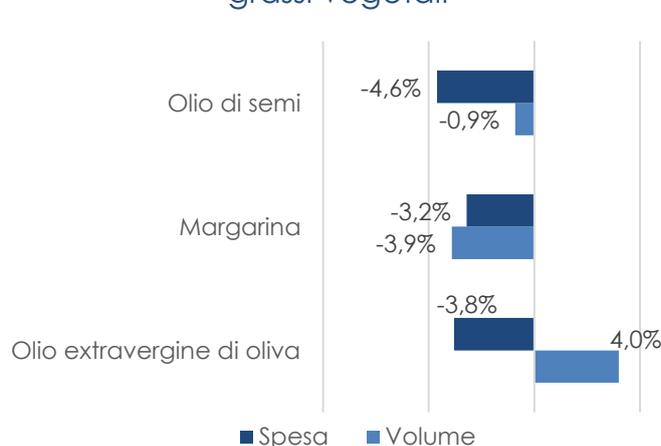
Non si arresta invece la flessione per i consumi di pane (-2,1% i volumi nel primo semestre su base annua). Fra gli altri prodotti a scaffale ad emergere è il maggior interesse per le **barrette ai cereali** (+20% in volume) con una spesa che supera, nei primi sei mesi, i 21 milioni di Euro.

Infine, si evidenzia un dato negativo per il comparto "oli e grassi vegetali" (-7,8% la spesa), alla cui flessione contribuisce soprattutto la performance negativa delle vendite di **olio extra vergine** d'oliva, che a seguito di una campagna produttiva tra le peggiori in termini di volumi raccolti, ha visto una contrazione delle vendite **presso i "canali di vendita diretta"** (-37% i volumi dichiarati dalle famiglie equivalenti a oltre 4 milioni di litri), allo stesso tempo i volumi venduti presso la Distribuzione Moderna sono leggermente cresciuti (+4%, pari a quasi 3 milioni di litri), ma i prezzi di vendita di questi ultimi notevolmente più contenuti rispetto a quelli dello scorso anno ne hanno fatto scaturire una importante flessione della spesa complessiva.

Vendite presso la DM di derivati dei cereali



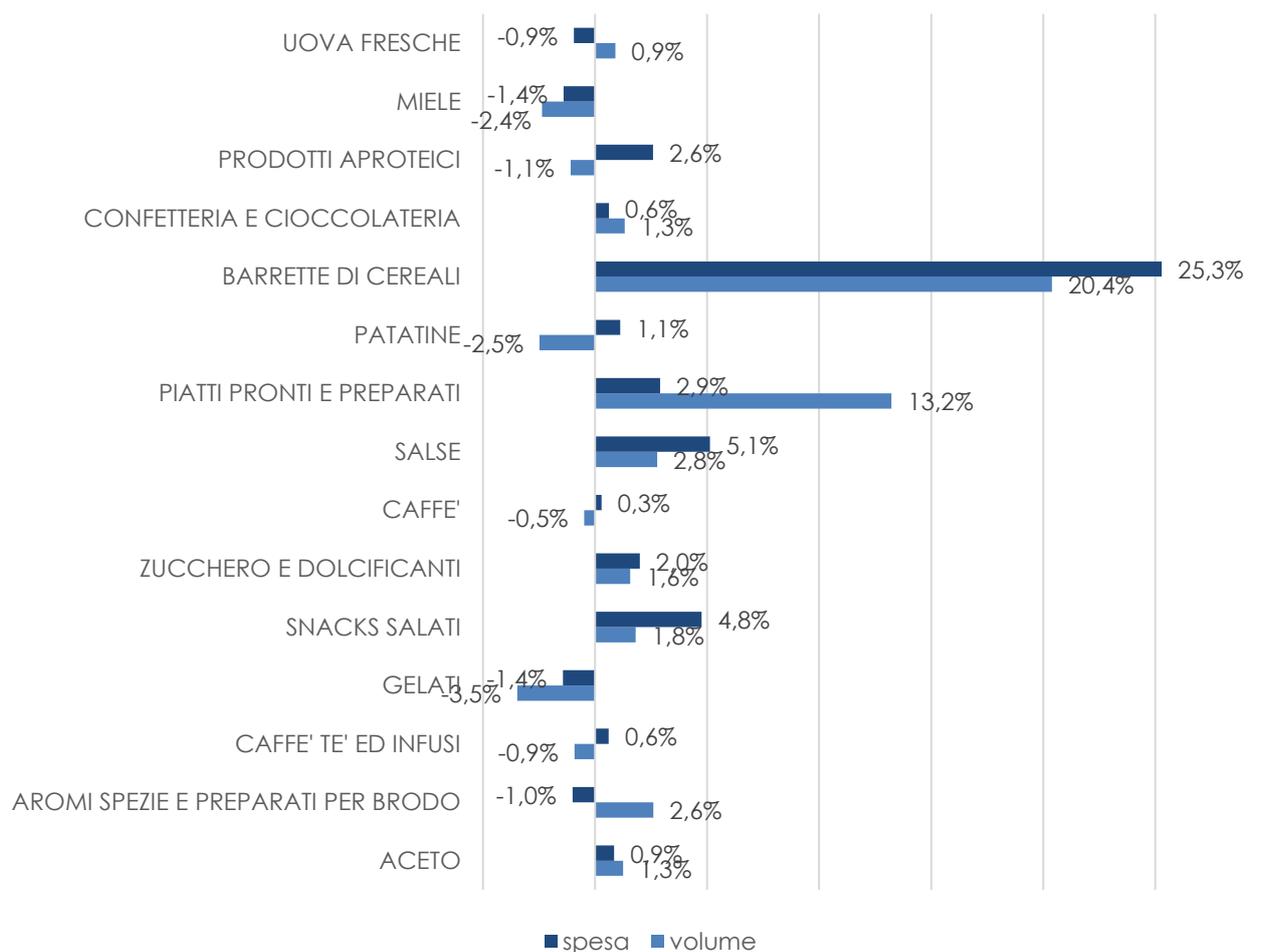
Vendite presso la DM di olii e grassi vegetali



Fonte: Ismea Nielsen Market track ad eccezione del dato "pane" fonte Ismea Nielsen Consumer Panel

Nella tabella successiva si riportano i trend degli acquisti nel primo semestre per alcuni prodotti confezionati; le tendenze positive riflettono ancora una volta la ricerca del consumatore di prodotti che evocano attenzione alla salute (barrette ai cereali e prodotti a proteici), che garantiscano servizio e praticità (piatti pronti +13%), che donino un effetto "ricompensa" (cioccolata +1,3%, snack salati +1,8%). Le tendenze negative riportate invece dalla voce dei gelati sono da ricondursi alle temperature sotto la media di questa primavera che ne hanno disincentivato i consumi.

Gli acquisti domestici del I° semestre 2019 vs analoghi del I° semestre 2018 Trend di spesa e volumi (var.%)



Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen Market Track

Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale
 Responsabile di redazione: [Antonella Finizia](#)
 Redazione a cura di: [Paola Parmigiani](#)
www.ismea.it - www.ismeamercati.it