

## La produzione Nazionale

In Italia si producono ogni anno circa 850.000 tonnellate di uova, di cui il 45% viene indirizzato all'industria alimentare (ovoprodotti).

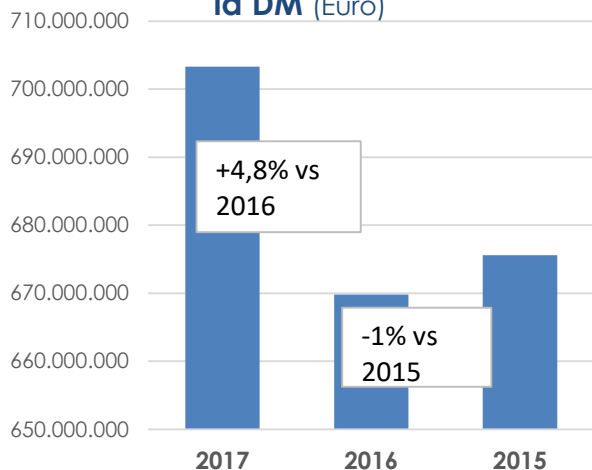
Circa la metà delle uova italiane proviene dal Nord Italia (: 17% in Lombardia, 16% rispettivamente in Veneto e Romagna). L'Italia è più che autosufficiente per il proprio fabbisogno con un rapporto tra produzione e consumo pari al 106%. Il consumo italiano pro-capite di uova è pari a 12,6 Kg, contro i 14,2 Kg nella UE a 25 Paesi. La produzione è assicurata da oltre 40 milioni di galline, presenti in 14.400 allevamenti. L'uovo rimane un alimento molto presente nelle cucine degli italiani che spesso lo preferiscono alla carne e al pesce per via del basso costo e dell'altissima funzionalità. I primi tre produttori (Azienda Agricola Maia di Romano, Gruppo Veronesi e Fattoria Novelli) coprono a valore il 19,5% del mercato mentre la private label pesa il 46,1%

## I consumi

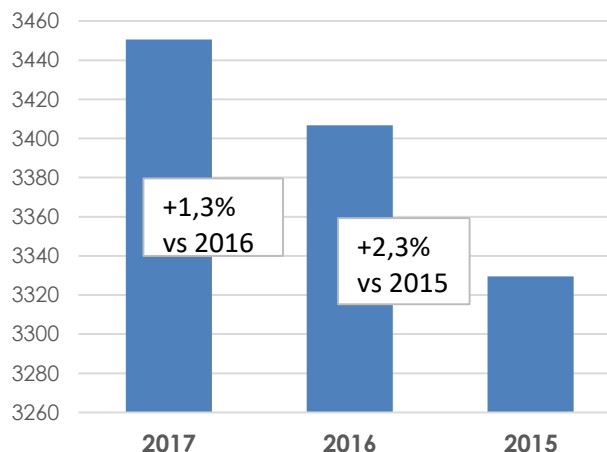
**Il 2017 si conferma un anno positivo per le vendite di uova.**

Dopo un 2016 in cui l'aumento dei volumi si era accompagnato ad un ridimensionamento dei prezzi e aveva visto così una riduzione della spesa complessiva, il 2017 si conclude con un avanzamento complessivo dei **volumi del 1,3%** e un **incremento** in termini di **spesa complessiva del 4,8%**.

**Uova confezionate: Trend delle vendite in valore presso la DM (Euro)**



**Uova confezionate: trend delle vendite in volume presso la DM (Milioni di pezzi)**



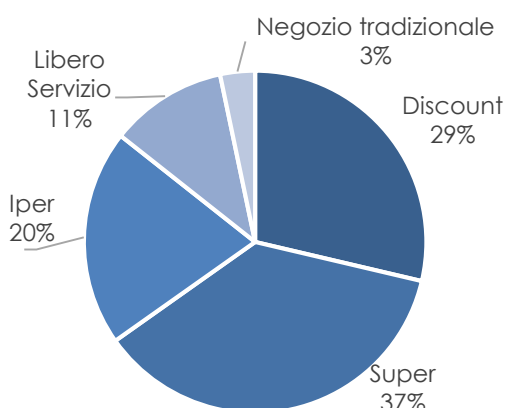
Fonte: Ismea Nielsen Market Track

Le dinamiche sono frutto, oltre che del recupero sulla precedente annata con prezzi bassi, del maggior assortimento di prodotto di alto profilo, nonché della minore offerta disponibile sui mercati a seguito di emergenze sanitarie e problemi legati alle norme sulla sicurezza alimentare (influenza aviaria e presenza di *insetticidi vietati in alcuni lotti di uova*) che hanno costretto molti allevamenti al rinnovo del patrimonio delle ovaiole, creando brevi vuoti produttivi ed incrementi dei prezzi. Fortunatamente le "emergenze" sono state gestite con rapidità ed efficienza sia dal mondo

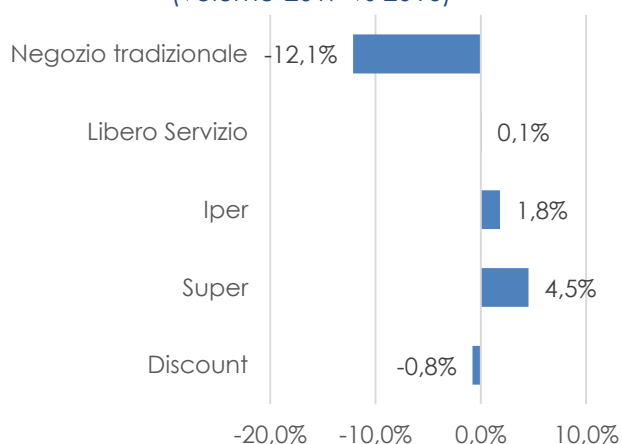
allevatoriale che in molti casi ha provveduto a sottoporsi volontariamente al sistema di controllo sia da quello della sicurezza sanitaria, che ha individuato ed isolato i primi focolai con tempistiche rapide che non hanno permesso la diffusione del virus.

I canali di vendita presso cui sono state esitate la maggior parte delle uova da consumo confezionate nel 2017 restano quelli della GDO (oltre il 57%), in particolare il 37% delle vendite sono avvenute nei **super** mercati con un incremento dei volumi del **4,5%** rispetto al 2016. Incrementi di volume si sono registrati anche negli **iper** mercati (+1,8%) dove sono state esitate il 20% delle uova vendute, mentre hanno perso quote in volume i **negozi tradizionali** (-12%) e i **discount** (-0,8%), dove sono state transitate il restante 30% delle uova vendute.

**Uova confezionate: ripartizione delle vendite per canale 2017** (quote volume)



**Uova confezionate: Trend delle vendite per canale distributivo** (volume 2017 vs 2016)

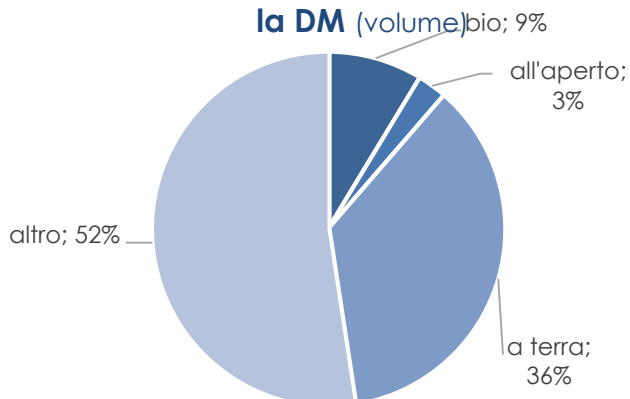


Fonte: Ismea-Nielsen Market Track

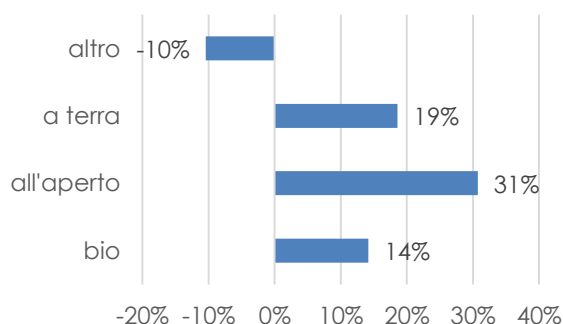
Il trend di vendita per le differenti 4 referenze, individuate in base alla tipologia di allevamento da cui provengono, hanno mostrato un sempre maggior interesse per le produzioni considerate a più alto valore etico-salutare: le uova provenienti da **allevamenti all'aperto** pur rappresentando ancora una piccola fetta nella distribuzione moderna (solo il 3%) hanno registrato nel 2017 incrementi del **31% rispetto al 2016**.

Le uova da **allevamento a terra** hanno incrementato i volumi del **19%**, le certificate **biologiche** del **14%**. Mentre per le uova provenienti da allevamenti in **gabbie arricchite** (che rappresentano ancora circa la metà dell'offerta al consumo) si è registrata una **flessione delle vendite del 10%**.

**Uova confezionate: la composizione dell'offerta presso la DM** (volume)



**Uova confezionate: Trend delle vendite per tipologia di allevamento** (volume)



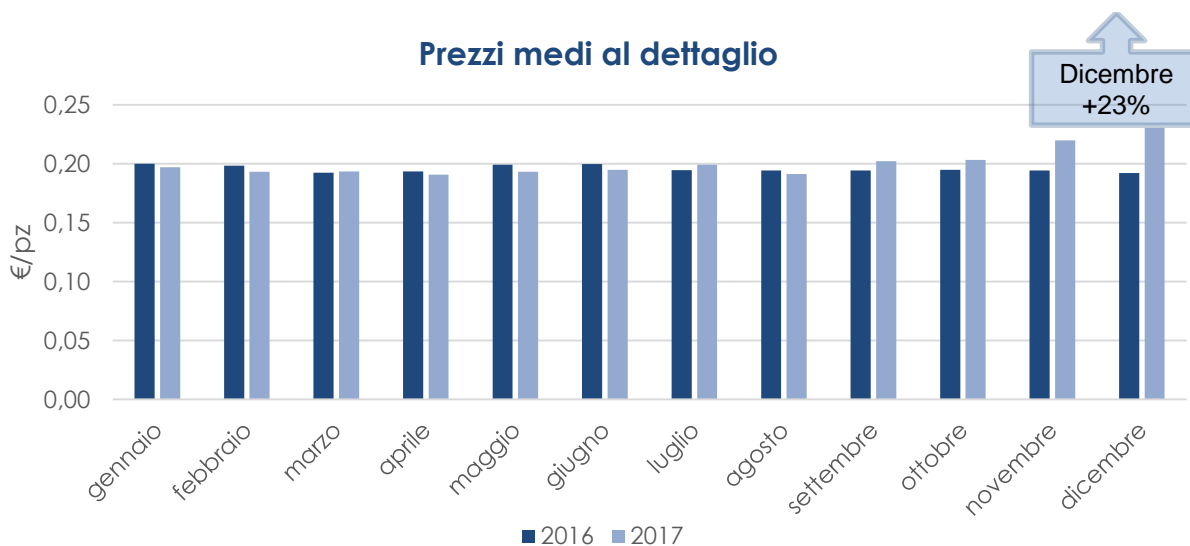
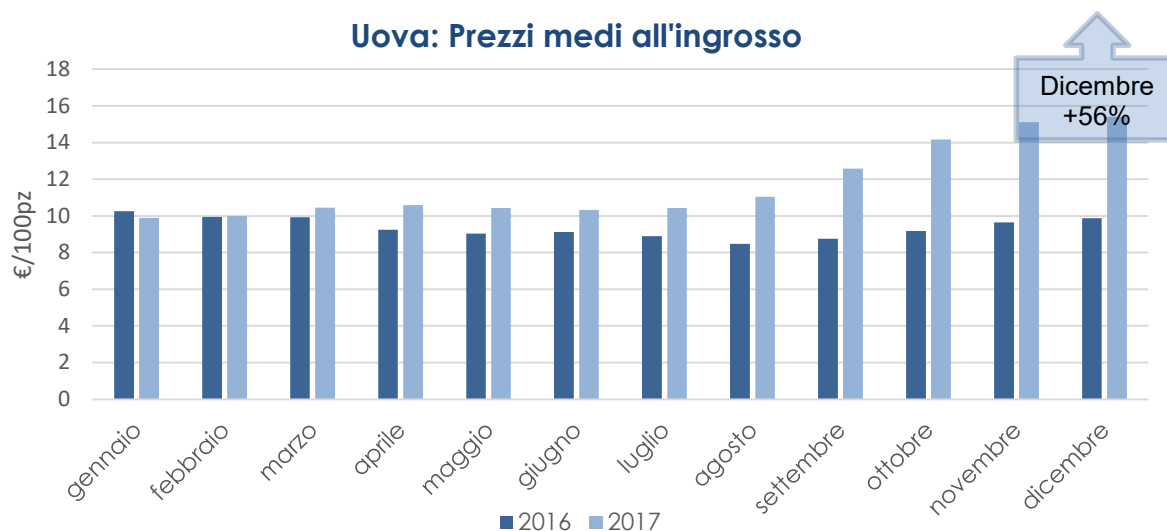
Fonte: Ismea-Nielsen Market Track

## I prezzi

I prezzi delle uova hanno registrato nella fase finale del 2017 un notevole incremento con risultati più evidenti nella fase all'ingrosso dove il prezzo di dicembre è stato superiore del 56% a quello del 2016. I prezzi al consumo hanno ugualmente evidenziato recuperi evidenti nella fase finale di anno, ma essendo l'80% delle forniture basate su contratti a lungo termine gli incrementi sono stati importanti ma meno accentuati (+23% a dicembre su base annua).

Parte degli aumenti dei prezzi medi sono comunque da ascrivere alla sempre maggiore quota di prodotto con elevate caratteristiche intrinseche.

Presso la GD si evidenzia una netta separazione tra i prezzi del prodotto di "normo-qualità" e quello dei segmenti di elevato profilo qualitativo, con forbici che vanno dai 15 ai 50 centesimi pezzo.



Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale

Unità Operativa Studi e Analisi

Responsabile Antonella Finizia

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