

ACQUISTI  
DOMESTICI

1/2025



## I CONSUMI ALIMENTARI DELLE FAMIGLIE

Continua a crescere la spesa nel 2024



Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare

1



## SOMMARIO

<b>DINAMICHE DI SPESA</b>	<b>4</b>
Consumi e inflazione secondo ISTAT	4
Osservatorio sui consumi	4
<b>Come cambia la composizione del carrello</b>	<b>7</b>
I prodotti lattiero-caseari	7
I derivati dei cereali	8
Le carni fresche, le uova e i salumi	9
I prodotti ortofrutticoli	10
I prodotti ittici	11
I vini e le bevande	12
I grassi vegetali	13
Gli altri prodotti a scaffale	13
Dinamica dei prezzi nel triennio di alcuni prodotti guida	14



## 1. Dinamiche di vendita dei canali distributivi

Dopo l'incremento nel 2023, che resta il più alto degli ultimi anni (+8,1%), nel 2024 con un +0,9% rallenta il processo di crescita della spesa agroalimentare delle famiglie che aveva caratterizzato gli ultimi due anni. A fronte di prezzi medi che in alcuni casi segnano i primi ripiegamenti, **tornano ad aumentare i volumi nel carrello di alcuni prodotti**. Il **supermercato** resta il canale predominante con il 40% di share e la miglior performance in termini di fatturato: +2,5% sul 2023. Il discount continua a migliorare le proprie performance mettendo a segno nel 2024 un aumento degli incassi dell'1,5%, dopo il +10% registrato nel 2023. In lieve aumento la spesa effettuata presso gli **ipermercati (+0,8%)**, in riduzione, invece, la spesa presso i canali di prossimità: "liberi servizi" (-3,9%) e dettaglio tradizionale (-4,8%).



## 2. Dinamiche di vendita per famiglie

Cambia nel tempo l'universo delle tipologie di famiglia, con una tendenza che vede sempre più aumentare le famiglie senza figli e i "single senior". Le famiglie con bambini non sempre riescono a contenere la spesa sui livelli dell'anno precedente, tuttavia, i volumi nel carrello non subiscono contrazioni. Le famiglie con figli maggiorenni, invece, lavorando sul cambio di mix, sulle offerte promozionali e quando necessario sul downgrading dei prodotti, riescono a contenere o ridurre la spesa complessiva, senza intaccare i volumi nel carrello. Continuano ad aumentare, invece, la spesa e i volumi acquistati per i nuclei familiari più maturi. Infine, per i nuclei familiari formati dai più giovani (pre-family) la spesa si riduce del 3,4%, a fronte di un alleggerimento dei volumi.



## 3. Come cambia lo scontrino

Si evidenziano contrazioni – seppur di lieve entità – di spesa per tutti i comparti afferenti ai prodotti proteici di origine animale: dalle carni (-1,1%), ai lattiero-caseari (-0,5%), agli ittici (-0,5%) e ai salumi (-0,5%), solo le uova fanno eccezione (+2,6%), mentre cresce ancora la spesa per gli ortofrutticoli (+2,2% gli ortaggi e +2,9% la frutta), gli oli vegetali (+15,6%), in tenuta la spesa per i derivati dei cereali (-0,2%).



## 4. Derivati dei cereali

La tenuta della spesa (-0,2%) dei derivati dei cereali deriva da una generalizzata lieve contrazione dei prezzi medi e a un cambio di mix all'interno del comparto. In particolare, sono in incremento i volumi sia del pane e dei suoi sostituti sia della "pasta fresca" (rispettivamente +1,8%, +1,4%), di contro flette la spesa per la "pasta di semola secca" e per il riso (-5,6% e -4,8%)



## 5. Proteici di origine animale

In lieve flessione la spesa per il **comparto dei prodotti lattiero-caseari (-0,5%)**, con prezzi medi in **ridimensionamento per tutti i prodotti**. Diminuiscono i volumi del latte, mentre aumentano quelli dei formaggi e degli altri prodotti, favoriti dalla flessione dei prezzi. Una maggiore sensibilità agli aspetti etici e ambientali e l'elevato livello dei prezzi hanno penalizzato il comparto delle carni, che nel 2024 continuano a perdere volumi nei carrelli. Flettono gli acquisti di tutte le tipologie eccetto quelli delle avicole, che sono anche le uniche per le quali si riscontra un lieve ridimensionamento dei prezzi.



## 6. Ortofrutticoli

Il comparto degli ortaggi freschi e trasformati ha registrato nel 2024 una crescita della spesa del 2,2%, dopo il +9,4% del 2023. La dinamica è supportata da tutti i prodotti freschi, per i quali si rileva una crescita sia dei volumi nel carrello che dei prezzi medi. Aumenta del 2,9% la spesa per la frutta, con dinamiche di espansione dei volumi che hanno interessato quasi tutti i prodotti ad eccezione degli agrumi (-0,7%), per i quali il decremento dei prezzi medi (-1,9%) ha comportato una flessione della spesa del 2,5%.



## DINAMICHE DI SPESA

### Consumi e inflazione secondo ISTAT

Nel 2024, la crescita tendenziale dei “prezzi al consumo” secondo ISTAT si è attestata all’1,0%, in frenata rispetto al +5,7% del 2023. La netta attenuazione dell’inflazione nell’anno appena concluso è per lo più imputabile alla marcata discesa dei prezzi dei beni energetici (-10,1% da +1,2% del 2023). Anche negli alimentari si è assistito a un rapido rallentamento della dinamica dei prezzi (+2,2% da +9,8%) che tuttavia resta al di sopra del tasso di inflazione generale.

### Osservatorio sui consumi

Secondo i dati dell’Osservatorio sui consumi alimentari Ismea-NielsenIQ, il carrello alimentare nel 2024 è costato agli italiani lo 0,9% in più rispetto al 2023.

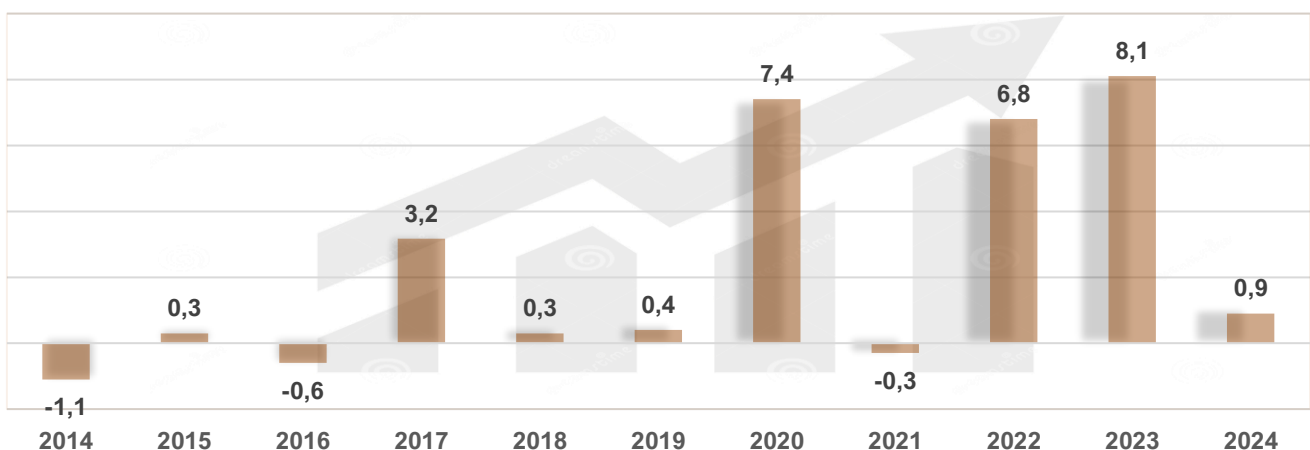
Dopo l’incremento nel 2023, che resta il più alto degli ultimi anni (+8,1%), **il processo di crescita della spesa** per i prodotti alimentari che ha caratterizzato i due anni precedenti **rallenta ma non si arresta**. L’inflazione nel Largo Consumo Confezionato (LCC) evidenzia, infatti, un significativo rallentamento rispetto al 2023, delineando un quadro di stabilizzazione dopo un periodo di forti rincari.

In particolare, è nel quarto trimestre dell’anno che i prodotti del LCC hanno fatto registrare una crescita dei fatturati nei canali retail (+2,9%). Un dato superiore alle aspettative e caratterizzato da una ripresa dei volumi e un progressivo rientro del fenomeno inflattivo.

Nello specifico dei vari comparti si evidenziano, dopo oltre due anni di continua crescita, contrazioni di spesa per tutti i comparti afferenti ai prodotti proteici di origine animale: dalle carni (-1,1%), ai lattiero-caseari (-0,5%), ai salumi (-0,5%), agli ittici (-0,5%), solo le uova fanno eccezione (+2,6%), mentre cresce ancora la spesa per ortofruttili (+2,2% gli ortaggi e +2,9% la frutta), gli oli vegetali confermano la crescita con un +15,6% rispetto al 2023, seppur in rallentamento rispetto al passato; in discreta tenuta la spesa per i derivati dei cereali (-0,2%) sostenuta dalle categorie di “pane e sostituti” (+1,4%) e quella della “pasta fresca” (+2,4%) ma non dalla pasta secca (-6,1%) e dal riso (-4,8%). Sostanzialmente stabile la spesa per l’aggregato “vini e spumanti” (-0,4%) mentre le bevande analcoliche segnano un +0,4%. Nel 2024 **tornano a crescere i volumi** in maniera generalizzata dopo la contrazione provocata dall’effetto inflazionistico. Crescono gli acquisti in volume soprattutto dei prodotti legati a salute e benessere (kefir, yogurt greco, frutta secca e prodotti vegetali). Si rafforza la richiesta di prodotti pratici, che chiedono tempi di preparazione ridotti (zuppe, piatti pronti, carni avicole lavorate, pane da tramezzino e piadine, cialde di caffè). Si aprono le abitudini a nuove culture: dal sushi all’avocado. Si confermano nuove forme di convivialità domestica: buone le performance dei prodotti per l’aperitivo in casa.

Il 2024 si chiude con dinamiche opposte tra prodotti confezionati e sfusi: mentre per i primi (che rappresentano oramai i due terzi dell’offerta totale) la spesa aumenta del 1,4% per gli sfusi si registra una flessione dello 0,4%.

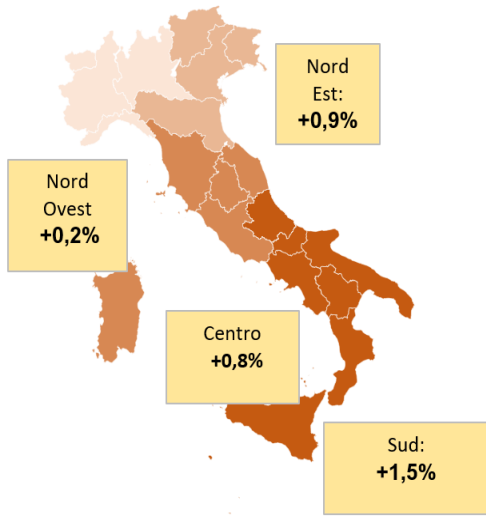
### Dinamica della spesa domestica per prodotti alimentari – Variazioni su base annua



Fonte: Osservatorio Ismea-NielsenIQ



Dinamica della spesa per area geografica e per macro aggregati nel 2024



**Dinamica degli acquisti in valore e quote dinamiche dei confezionati vs gli sfusi**

	2024 vs 2023	Quote		2024 vs 2023	
		variazione spesa totale	Totale su agroalimentare	di cui EAN	Prodotti EAN
<b>Totale agroalimentare</b>	<b>0,9</b>	<b>100,0</b>	<b>70,8</b>	<b>1,4</b>	<b>-0,4</b>
Generi alimentari	0,9	88,8	67,3	1,6	-0,4
Bevande analcoliche e alcoliche	0,4	11,2	98,6	0,4	-1,4

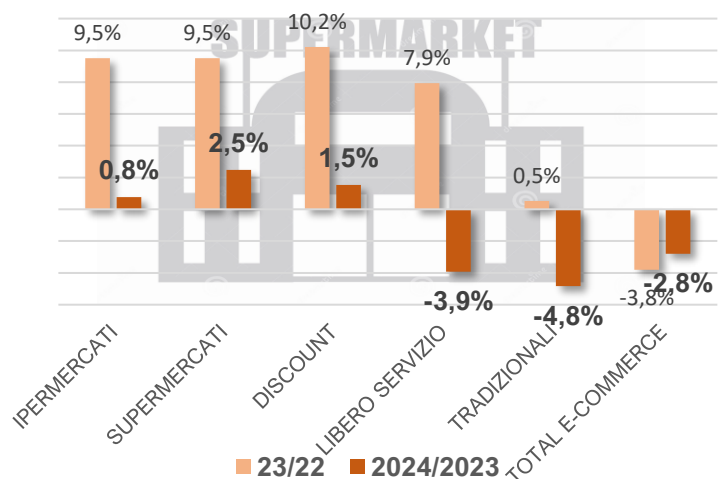
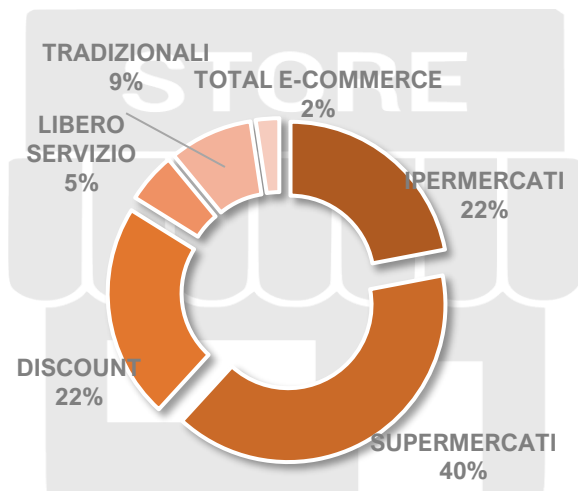
Fonte: Osservatorio Ismea-NielsenIQ

A livello territoriale, le variazioni di spesa coinvolgono in maniera non omogenea le aree geografiche. Il maggior incremento di spesa si è registrato negli areali meridionali (Sud + Sicilia, +1,5%), in positivo anche il Centro (Centro + Sardegna) e il Nord Est (rispettivamente +0,8% e +0,9%), per lo più stabili le vendite nell'areale Nord Ovest (0,2%).

Cambia, nel 2024, la ripartizione delle vendite nei vari canali distributivi, grazie a dinamiche differenziate che continuano a favorire il canale Discount e i Supermercati a scapito dei restanti che perdono quote di mercato. Continuano infatti a perder terreno i piccoli negozi di prossimità sia appartenenti alle grandi catene (libero servizio e superette-3,9%) che ancor più quelli indipendenti (negozi tradizionali -4,8%). Lievi gli incrementi di fatturato per gli ipermercati (+0,8% rispetto al 2023). Guadagnano invece terreno i supermercati e i discount (rispettivamente +2,5% e +1,5% i fatturati rispetto al 2023). Nello specifico il supermercato resta il canale predominante con il 40% di share, il Discount invece arriva a pesare nel 2024 il 22, raggiungendo la quota degli ipermercati (anch'essi 22%). Gli acquisti di generi alimentari e bevande attraverso i canali digitali restano sempre limitati a una piccola fetta (2,4% del giro di affari totale), e segnano un'ulteriore battuta d'arresto nell'ultimo anno, con un -2,8% rispetto al 2023, che segue il -3,8% del 2023 sul 2022.

La leva promozionale ha avuto un ruolo sempre più rilevante, con un'intensificazione rispetto all'anno precedente, segno di una maggiore competizione tra gli operatori della GDO per attrarre i consumatori. Le attività promozionali hanno giocato un ruolo significativo nel corso del 2024, con un'incidenza del **24,3%** sul totale delle vendite. A dicembre, la pressione promozionale ha raggiunto il 26,2%, segnando un incremento di 1,8 punti percentuali rispetto allo stesso mese del 2023.

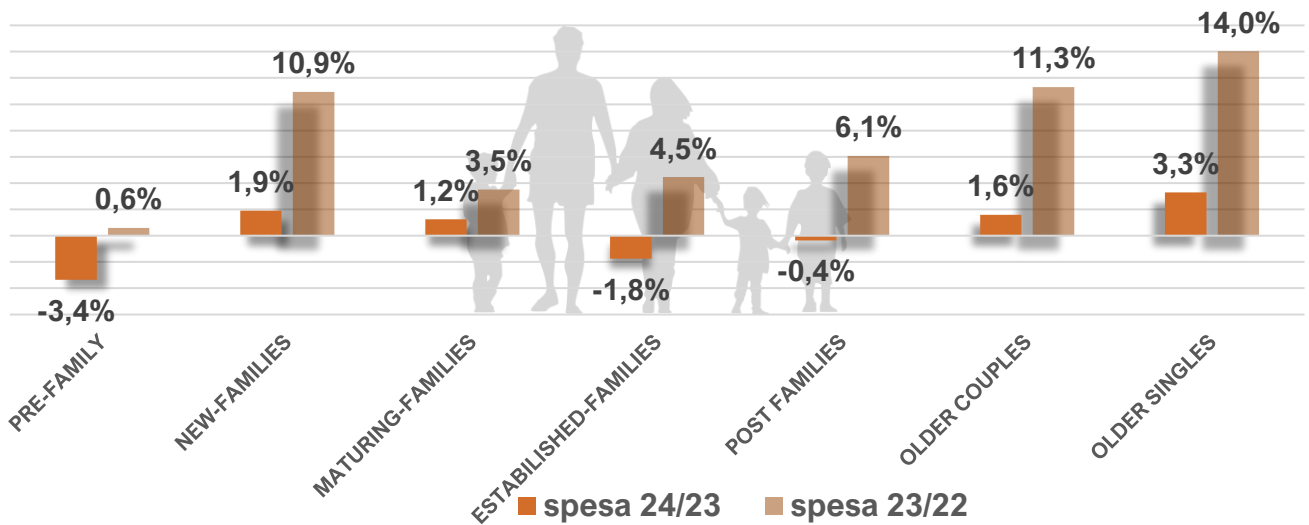
Ripartizione e dinamica delle vendite in valore per canale distributivo – Anno 2024 – Var. % su anno precedente



Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ - Consumer Panel

Tra le **famiglie acquirenti**, l'atteggiamento di fronte agli scaffali della distribuzione si conferma differenziato: ancora una volta sono i nuclei familiari formati dai più giovani (*pre-family*) quelli a fare le maggiori rinunce, con un carrello che si alleggerisce in volume permettendo un contenimento della spesa del 3,4%. Le famiglie con bambini non sempre riescono a contenere la spesa sui livelli dell'anno precedente, infatti c'è un incremento dell'1,9% per quelle con bimbi piccoli e dell'1,2% per quelle con figli adolescenti, in entrambi i casi, comunque, i volumi nel carrello non subiscono contrazioni. Le famiglie con figli maggiorenni (*established e post family*) contengono o riducono la spesa complessiva (rispettivamente -1,8% e -0,4%), in entrambi i casi, i volumi nel carrello non subiscono contrazioni, queste famiglie lavorano piuttosto sul cambio di mix, sulle offerte promozionali e quando necessario sul *downgrading* dei prodotti. Continua ad aumentare, invece, la spesa per i nuclei familiari più maturi (*older couples +1,6% e older singles +3,3%*), per questi ultimi si registra anche un incremento dei volumi nel carrello; già nel 2023 questa categoria aveva affrontato un incremento della spesa alimentare di gran lunga superiore alla media (+14%).

**Dinamica della spesa nelle diverse tipologie di famiglia (Var% 2024/2023 e 2023/2022)**



Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ Consumer Panel

Va sottolineato come sia cambiata nel tempo la struttura delle famiglie, con una tendenza che vede sempre più aumentare le famiglie senza figli e i "singles senior" (+9,2%) e sempre più ridursi i nuclei familiari con figli (-11,9%). Nello specifico nel 2024 l'universo delle famiglie è rappresentato per il 35% da nuclei con figli in casa, da un 20% di coppie di "mezza età" senza figli minorenni in casa e dal 46% di "over 55" senza figli in casa.

**La popolazione Italiana sta cambiando**

L'invecchiamento della Popolazione italiana è un fatto strutturale. In meno di 10 anni:  
 56-70 → +1.9M (+16%) persone  
 >70 → +1.1M (+11%) persone

Popolazione in calo e sempre meno giovane

Famiglie sempre meno numerose

Momenti di consumo sempre più frammentati

% variazione dei salari reali  
 -7,3% (Ocse, Q1 2023)



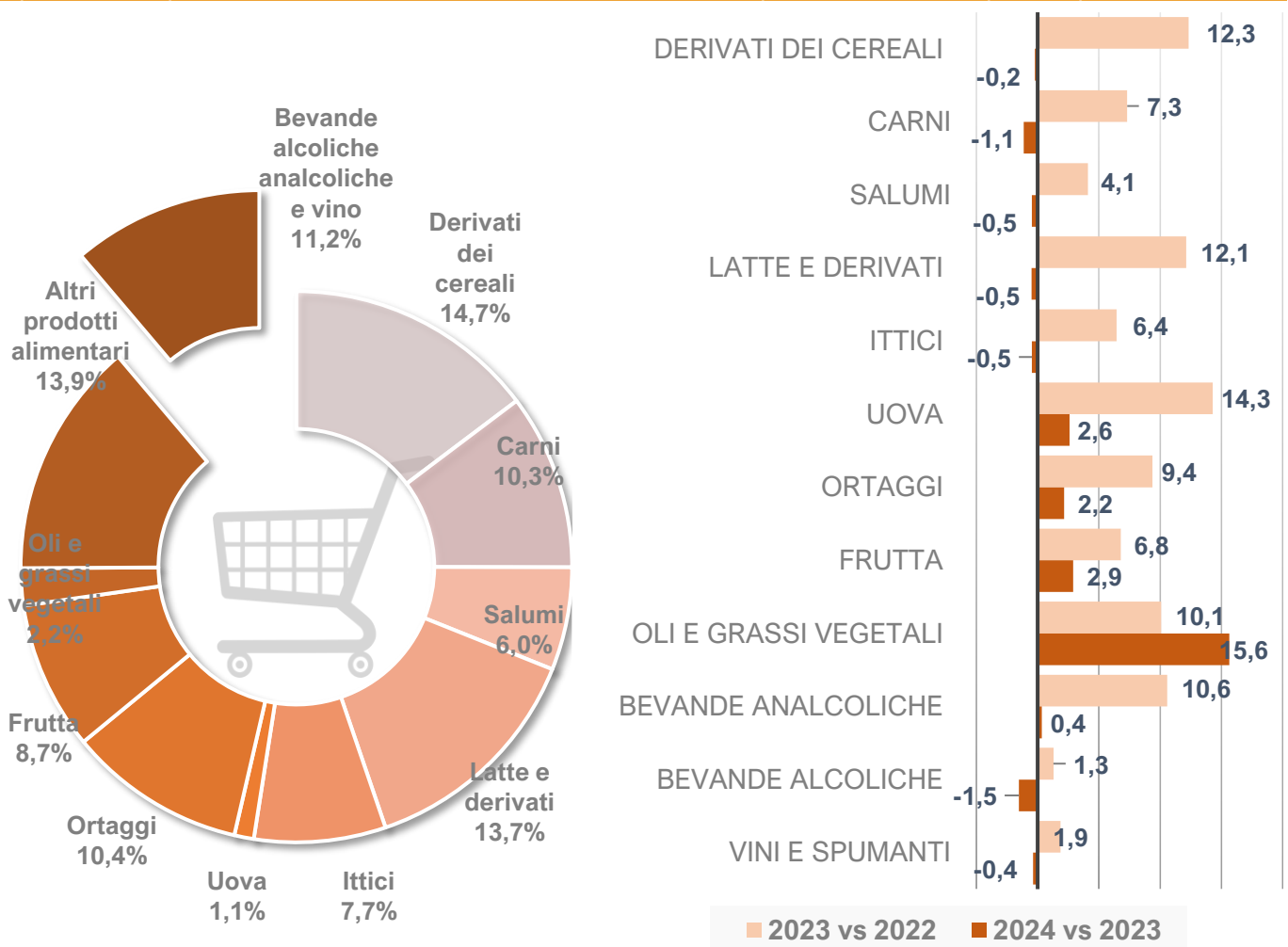


## Come cambia la composizione del carrello

La dinamica dei volumi nel carrello registra tendenze differenti tra i vari comparti, e a fronte di tante referenze in riduzione (soprattutto tra i prodotti proteici di origine animale), altrettante hanno ritrovato slancio, in particolare nei reparti ortofrutta e bevande.

Nella ripartizione in valore dei vari comparti sullo scontrino, si rileva rispetto allo scorso anno un incremento per il comparto "bevande" (intese come aggregato di analcoliche, alcoliche e vini) che passa dal 10% all'11,2% e per quello degli ortofrutticoli che passa dal 18,4% al 19,1%. Mentre perdono quote di mercato sia il comparto dei lattiero caseari che passa dal 14,4% al 13,7% che quello delle carni che dall'11,2% arriva a pesare il 10,3%. Perde oltre un punto valore anche il comparto dei derivati dei cereali che pesa sullo scontrino per il 14,7% (era 15,5% il suo peso a inizio 2023).

Il peso dei comparti sullo scontrino medio nel 2024 - Dinamica della spesa su base annua per comparto



Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ

### I prodotti lattiero-caseari

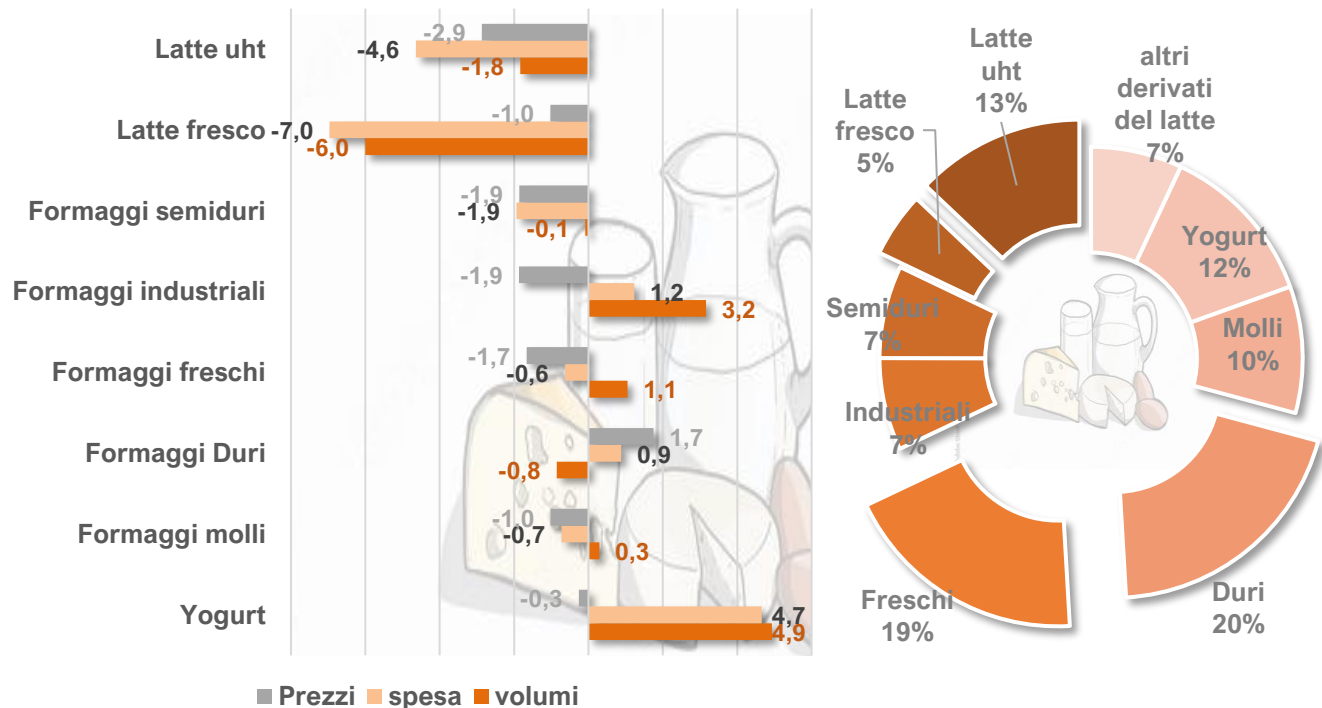
In lieve flessione la spesa per il comparto dei prodotti lattiero-caseari (-0,5%), all'interno del quale si riscontrano prezzi medi **in ridimensionamento per tutti i prodotti ad eccezione dei formaggi duri** per i quali i prezzi sono sostenuti dalle favorevoli condizioni della domanda dai paesi esteri, rafforzate nell'ultimo periodo dal timore dei dazi.



Tra i formaggi tornano ad essere apprezzati i “non stagionati” e nei carrelli degli italiani aumentano i volumi di formaggi industriali (+3,2%), di formaggi freschi (+1,1%), di formaggi molli (+0,3%) mentre flettono i volumi di duri (-0,8%) e restano per lo più stabili quelli dei semiduri (-0,1%).

Le maggiori perdite in volume all’interno del comparto, si rilevano per il latte, che rappresenta oltre il 18% del valore comparto; in particolare, si continua ad evidenziare la flessione degli acquisti per il **latte fresco** per il quale la spesa si **riduce del 7%** (-6% i volumi e -1% i prezzi) in flessione, seppur meno marcata, anche gli acquisti di latte a lunga conservazione (-4,6% la spesa e -1,8% i volumi). La colazione degli italiani vede in parte sostituire questo prodotto con lo yogurt, per il quale si rileva invece un incremento degli acquisti in volume del 4,9% (+4,7% la spesa).

**Lattiero caseari: ripartizione della spesa e dinamica su base annua nel periodo gennaio-dicembre 2024**



Fonte: Ismea/NielsenIQ

## I derivati dei cereali

Una lieve flessione della spesa si registra anche per il comparto dei derivati dei cereali (-0,2%) per i quali, la crescita nel 2023 era stata tra le più evidenti (+12,3%). Anche per questo comparto si rileva una generalizzata contrazione dei prezzi medi (-0,5% in media). In particolare, si registra un buon incremento dei volumi nel carrello sia per il **pane e suoi sostituti (+1,2%)**, che per la “pasta fresca” e le “basi pizza” (rispettivamente +2,3% e +2,6%), prodotti che da soli rappresentano oltre il 50% del comparto. Di contro, la “pasta di semola secca” che rappresenta il 10% del valore del comparto registra una contrazione delle vendite in volume dell’1,2%. Flessione solo in parte attenuata dalle frequenti attività promozionali che hanno di fatto ridotto il prezzo medio del 4,5%, facendo contrarre la spesa del 5,6% rispetto all’analogo periodo dello scorso anno.

In lieve flessione i volumi anche per le farine e le semole (-0,2%) con prezzi in ridimensionamento (-3% su base annua).

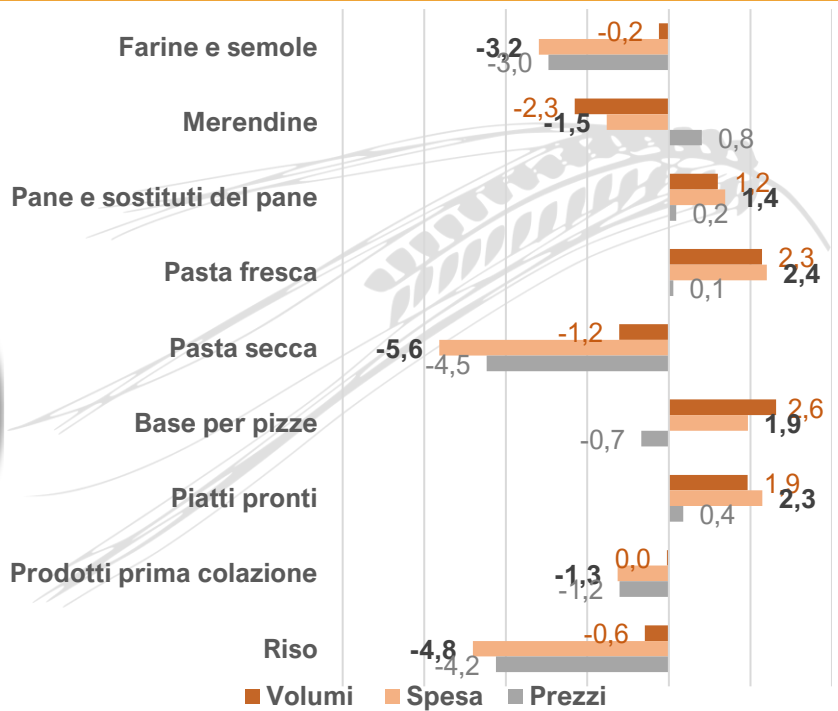
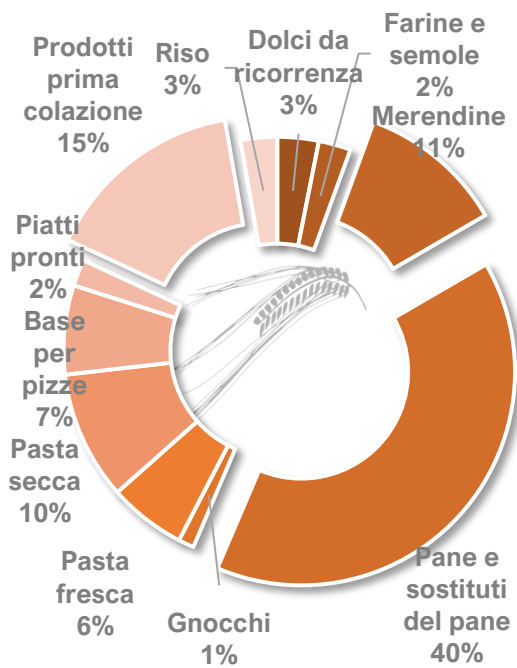
Flettono anche gli acquisti di riso (-0,6% i volumi), malgrado i prezzi in evidente contrazione (-4,2%). Ritornano ad aumentare gli acquisti di “piatti pronti”, con volumi in crescita dell’1,9% nonostante un aumento dello 0,4% dei prezzi medi. Stabili le quantità vendute dei prodotti per la prima colazione per i quali i prezzi medi registrano lievi ridimensionamenti, con l’effetto di una spesa che cala dell’1,3% nel 2024, dopo il +15,8% nel 2023.

Perde invece *appeal* il segmento delle merendine, per le quali i volumi acquistati sono in flessione del 2,3%; nel 2023 la crescita della spesa era stata del 10,2% in più rispetto al 2022, quindi il lieve ridimensionamento di spesa nel 2024 (-1,5%) non intacca l’importanza economica di questo segmento all’interno del comparto in cui rappresenta la terza categoria di prodotti per importanza, con una quota dell’11% (più della pasta di semola secca che pesa il 10%).





Derivati dei cereali: ripartizione della spesa dinamica su base annua nel periodo cumulato gennaio dicembre 2024

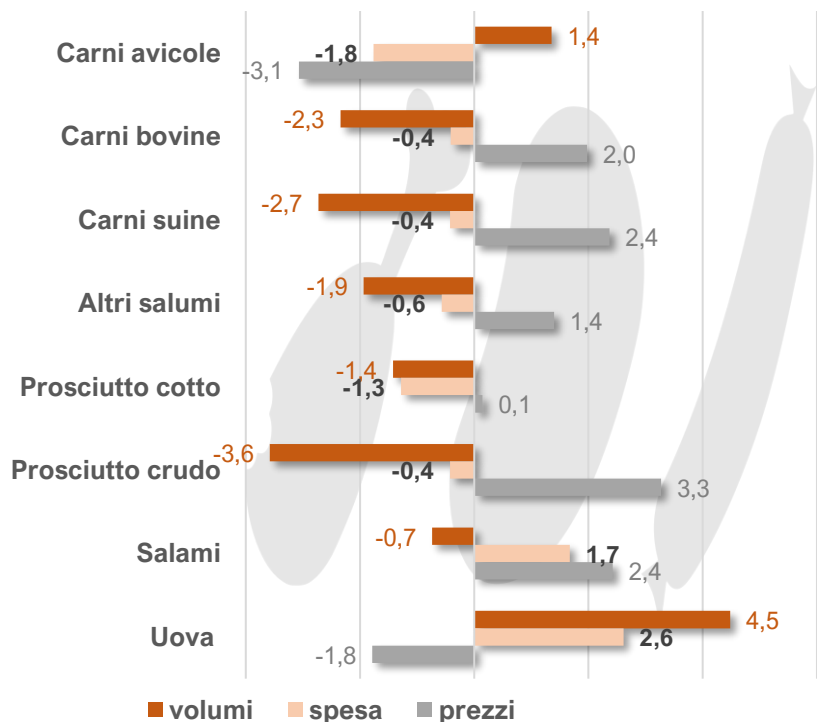
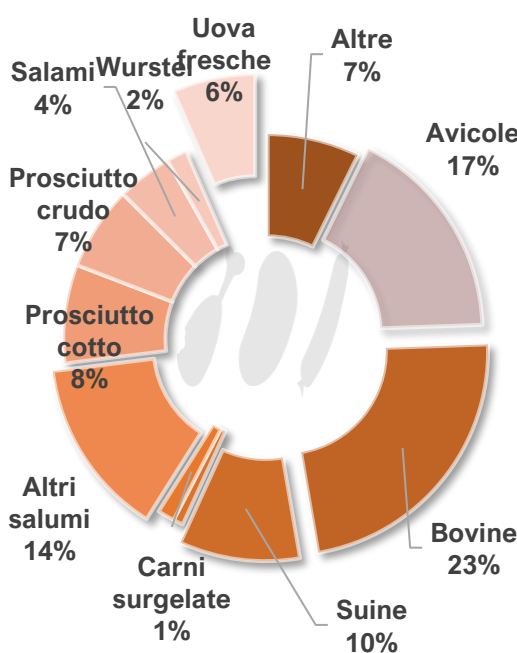


Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ

Le carni fresche, le uova e i salumi

Gli elevati livelli di prezzo raggiunti nell'ultimo anno, associati a una maggiore sensibilità agli aspetti etici e ambientali, non hanno giovato al comparto delle carni, che nel 2024 ha continuato a soffrire una disaffezione dei consumatori. Flettono i consumi in volume di tutte le tipologie di carne così come quelli dei salumi, fanno eccezione, ancora una volta, solo le carni avicole, all'interno del quale si registrano incrementi dell'1,4% dei volumi, favoriti da una flessione dei prezzi medi del 3,1%.

Altri proteici di origine animale: ripartizione e dinamica su base annua nel periodo gennaio- dicembre 2024



Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ

Il tentativo di contenere la spesa per il segmento delle carni, contraendo in maniera importante i volumi, risulta efficace malgrado l'ennesimo aumento dei prezzi medi che interessa quasi tutti i prodotti. Nello specifico per le carni bovine la spesa si riduce dello 0,4% a fronte di una contrazione dei volumi del 2,3% (prezzi medi +2% vs 2023). Per le carni suine la spesa si riduce dello 0,4% a fronte di una contrazione dei volumi del 2,7%; per le carni avicole la situazione è leggermente differente, infatti, una produzione abbondante ha "favorito" un ridimensionamento dei prezzi (-3,1%) favorendo un recupero dei volumi (+1,4%) che compensa solo in parte le flessioni degli altri due comparti.

La dinamica negativa che interessa tutte le carni non risparmia i salumi (-1,9% i volumi), tutti con prezzi in aumento (+1,4% in media), colpendo con maggior intensità quelli di valore unitario più alto (-3,6% i volumi di prosciutto crudo). Gli unici prodotti di origine animale ad incrementare la presenza nel carrello sono le **uova**, favorite rispetto agli altri prodotti del comparto dal basso costo a parità di apporto proteico; per le uova aumentano i volumi acquistati (+4,5%) con prezzi in flessione dell'1,8%, favorite da promozioni volte a garantire l'assorbimento completo della produzione.

## I prodotti ortofrutticoli

La riscossa salutistica post covid giustifica, in parte, la ripresa degli ortofrutticoli freschi, che nel 2024 tornano ad essere i prodotti per i quali aumentano di più i volumi nel carrello.

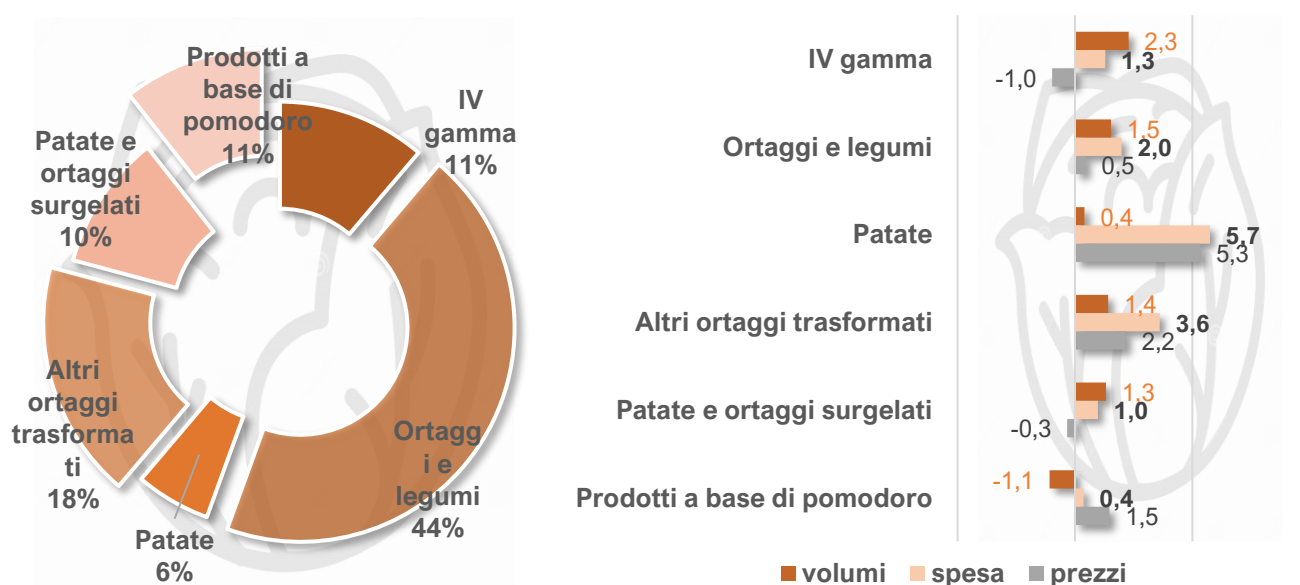
Il comparto degli ortaggi freschi e trasformati – che pesa il 10,4% sul valore del carrello – ha registrato nel 2024 una crescita della spesa del 2,2%, dopo il +9,4% del 2023. Crescono i volumi nel carrello per tutti i macroprodotti, ad eccezione di quelle delle conserve di pomodoro, per i quali si registra una flessione dell'1,1% rispetto al 2023.

La tensione sul mercato degli ortaggi freschi si è allentata durante l'estate 2024 grazie a un'offerta in generale normalizzazione che ha permesso ai prezzi medi di tutti gli ortaggi estivi un leggero ridimensionamento rispetto a quelli dell'estate precedente, favorendo in parte un incremento dei volumi acquistati, dinamica positiva che è proseguita anche nel quarto trimestre, periodo in cui si conferma l'interesse per gli ortaggi di stagione, per i quali crescono sia i volumi che la spesa media. L'incremento accumulato a fine anno si attesta all'1,5% per i volumi e al 2% per la spesa. Per le patate, a fronte di un recupero dei volumi nell'ultima parte dell'anno (+6% nel secondo semestre e +0,4% nel 2024 completo) l'aumento della spesa è stato il più evidente del comparto: +5,7%, grazie ad un prezzo medio cresciuto nel complesso del 5,3%, ma con scostamenti importanti nel secondo semestre e affievolimenti nei due successivi trimestri.

Gli acquisti di ortaggi freschi di quarta gamma tornano a crescere in termini di volume (+2,3%), seppur con prezzi in flessione (-1%).

Crescono gli acquisti di ortaggi surgelati, +1,3% i volumi e +1% la spesa per via di un lieve ridimensionamento dei prezzi.

**Ortaggi: ripartizione della spesa e dinamica dei sotto-comparti su base annua nel periodo gennaio-dicembre 2024**



Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ

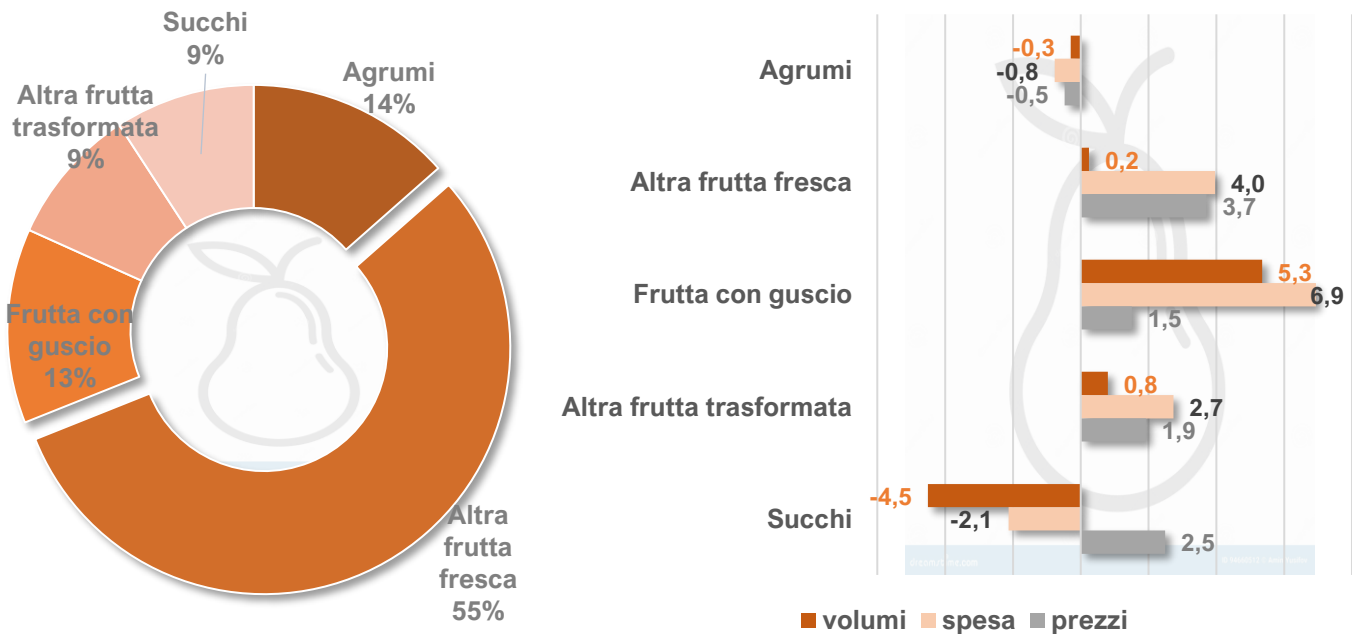


**Aumenta del 2,9% la spesa per la frutta**, con dinamiche di espansione dei volumi che hanno interessato quasi tutti i prodotti ad eccezione degli agrumi, per i quali il decremento dei prezzi medi (-0,5%) associato ai minor volumi acquistati ha comportato una flessione della spesa dello 0,8% nel periodo cumulato.

La spesa per la frutta fresca, dopo un 2023 chiuso con un +3,3% della spesa sul 2022, si rafforza con un ulteriore +4%, grazie all'incremento dei prezzi (+3,7%) a fronte di volumi venduti per lo più stabili (+0,2%). In particolare, nel terzo trimestre si evidenzia una crescita dei prezzi superiore alla media per le drupacee, che soprattutto nei mesi di luglio e agosto hanno segnato, su base annua, incrementi di prezzo superiori al 30%, nel quarto trimestre positiva la performance dell'uva (+12% i prezzi su base annua). Ottima performance per la **frutta in guscio** per la quale i consumatori hanno incrementato la spesa del 6,9% a fronte di un incremento sostanziale dei volumi venduti del 5,3% a prezzi in leggero aumento rispetto allo scorso anno.

Nel segmento della **frutta trasformata** discreto l'andamento delle conserve (+0,8% in volume e +2,7% la spesa), mentre i succhi di frutta continuano a registrare flessioni in volume (-4,5%) che a fronte di prezzi medi in aumento del 2,5%, portano la spesa complessiva in flessione rispetto allo scorso anno del 2,1%.

Frutta: ripartizione della spesa e dinamica su base annua nel periodo gennaio-dicembre 2024



Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ

## I prodotti ittici

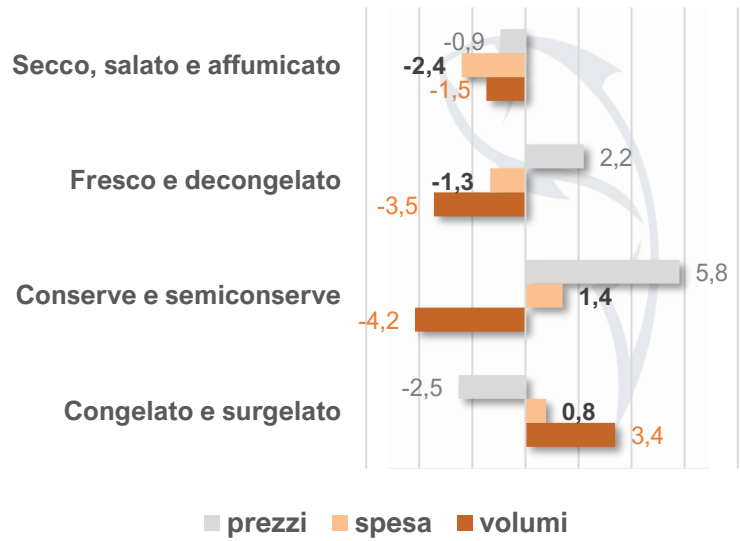
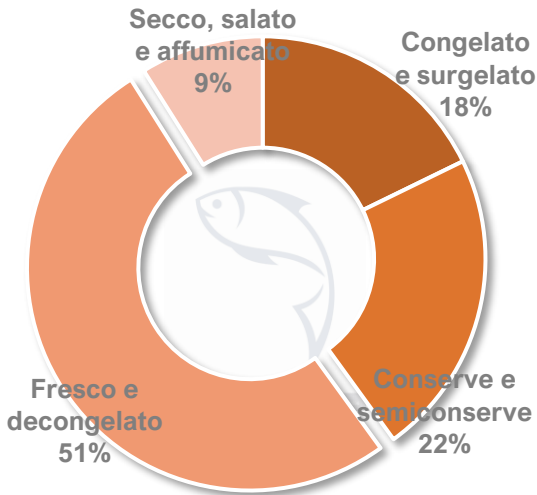
Gli acquisti domestici di prodotti ittici, dopo un 2023 e un primo trimestre 2024 in discreta crescita su base annua, perdono volumi nel periodo estivo, segnando una variazione negativa del dato complessivo 2024 (-1,5% i volumi e -0,5% la spesa). In particolare, nel periodo che va da gennaio a dicembre 2024 si evidenziano flessioni dei volumi per il segmento del "pesce fresco" (che pesa per oltre la metà sul fatturato totale). In particolare, le quantità di pesce fresco vendute si riducono del 3,5% rispetto al 2023, i prezzi medi aumentano del 2,2%, pertanto, la spesa cala dell'1,3%.

Ma le maggiori defezioni in termini di volumi acquistati si rilevano per il segmento delle **conserve ittiche** (principalmente rappresentate dal tonno in scatola) che con un -4,2% rispetto al 2023, risentono dell'importante incremento dei prezzi medi (+5,8%).

In positivo le vendite dei prodotti ittici surgelati che hanno in parte sopperito al minor ricorso al fresco, registrando incrementi in volume del 3,4%, dinamica in parte favorita anche da una flessione dei prezzi medi (-2,5%).



Prodotti ittici - Ripartizione della spesa e dinamica su base annua nel periodo gennaio-dicembre 2024



Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ

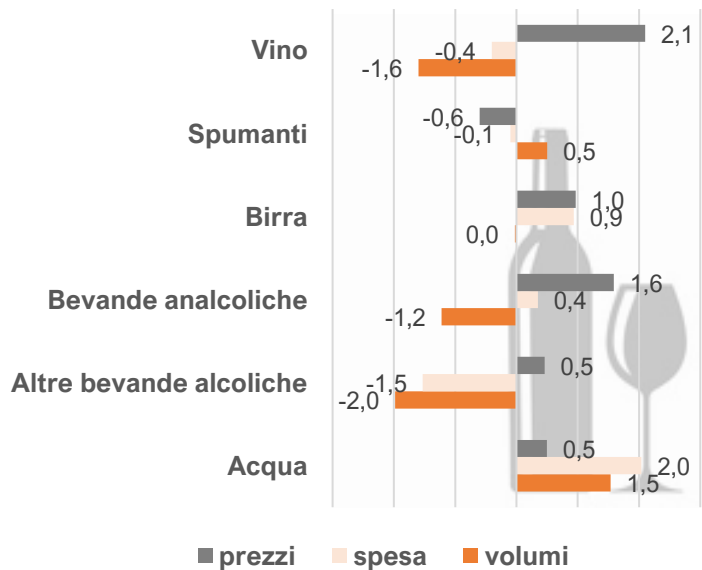
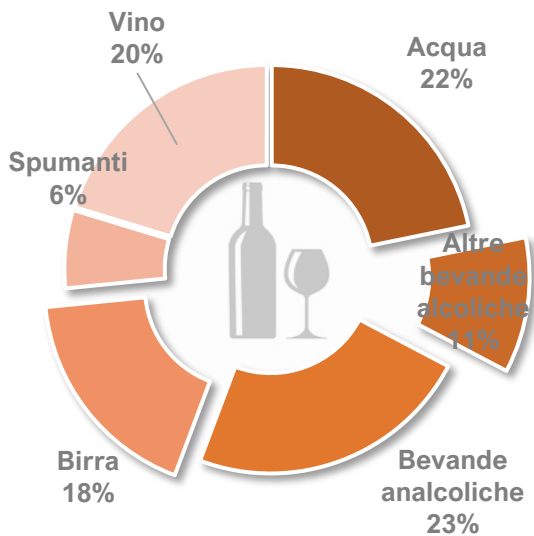
I vini e le bevande

Il comparto delle bevande, incrementa il suo peso sullo scontrino passando dal 9,9% del 2023 all'11,2% del 2024, grazie a un generalizzato aumento della spesa sostenuta per gli acquisti per il consumo in casa (+2,2%) da ascrivere in parte all'aumento dei prezzi medi, in parte all'aumento dei volumi acquistati.

A registrare il segno negativo sui volumi sono le performance dei vini fermi (-1,6% i volumi e -0,4 % la spesa grazie all'aumento dei prezzi medi) e delle bevande alcoliche (-2% i volumi e -1,5% la spesa), per la prima volta dinamiche negative in termini di volume per gli spumanti (-0,6%) per i quali flette anche la spesa (-0,7%) per via di prezzi in leggero ribasso.

In aumento anche le vendite in volume di acqua in bottiglia (+1,5%) per la quale la spesa cresce del 2%, a fronte di prezzi medi in lievissimo aumento (+0,5%). Stabili le vendite di birra in volume con prezzi medi in lieve rialzo rispetto allo scorso anno (+1%)

Vini e bevande – Ripartizione % della spesa e dinamica su base annua nel periodo gennaio-dicembre 2024



Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ

## I grassi vegetali

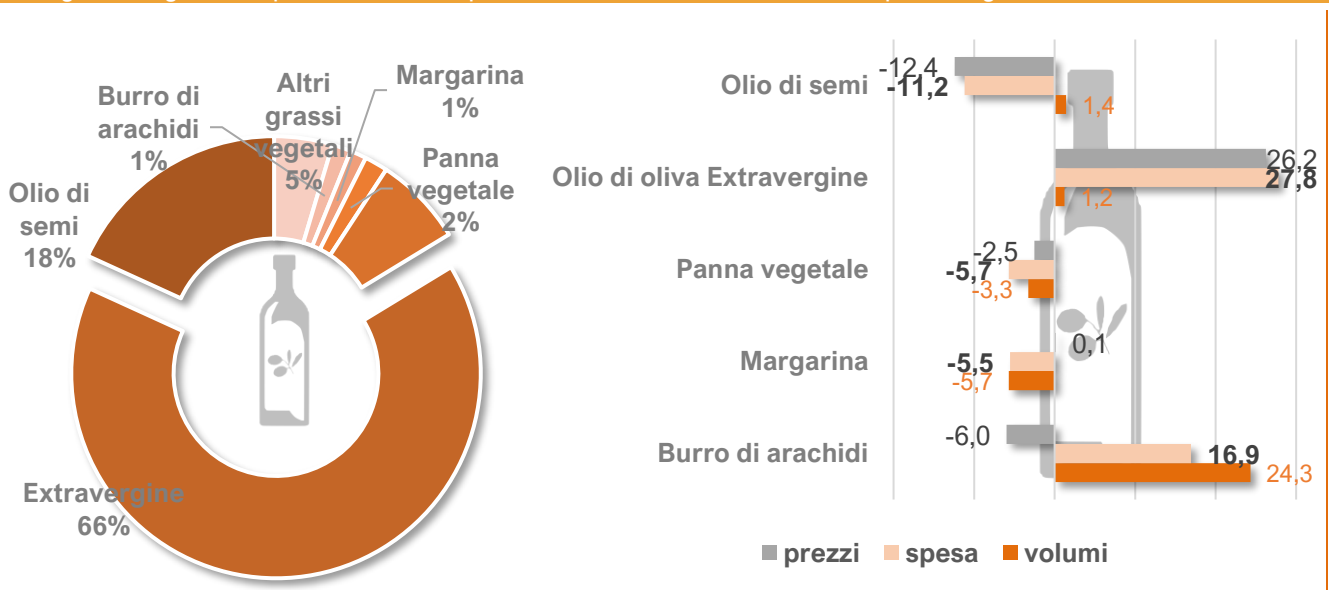
La spesa per gli oli vegetali continua ad aumentare notevolmente, con un **+18,2% nel 2024**, dopo il +7,6% del 2023 e il +18% del 2022.

Anche quest'anno, come nello scorso, a trainare l'aumento della spesa sono gli oli extravergini di oliva, che con incrementi di prezzo superiori al 26%, pesano sul portafoglio dei consumatori circa il 28% in più al 2023, malgrado la stabilizzazione dei volumi.

Per l'olio di semi la situazione è differente, dopo i sostanziosi aumenti del 2022, i prezzi nel 2024 hanno teso al ridimensionamento, registrando una riduzione del 12,4% rispetto allo scorso anno che ha permesso ai volumi di attestarsi su livelli leggermente superiori a quelli dello scorso anno.

Continua a crescere l'interesse per il burro di arachidi che, pur rappresentando ancora una nicchia (l'1% tra i grassi vegetali), registra nel 2024 un incremento dei volumi acquistati del 24% favorito da un ridimensionamento dei prezzi medi (-6%). In flessione gli acquisti di panna vegetale e margarina, rispettivamente -3,3% e -5,7% i volumi nel carrello.

### Oli e grassi vegetali - Ripartizione della spesa e dinamica su base annua nel periodo gennaio dicembre 2024



Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ

## Gli altri prodotti a scaffale

### Altri prodotti alimentari- Dinamica su base annua nel periodo gennaio dicembre 2024

	Volumi	spesa	prezzi
Aceto	-2,5%	-1,2	1,3
Aromi, spezie e preparati per brodo	0,6%	0,9	0,3
Caffè, tè e infusi	-3,7%	5,1	9,1
Dolci e dessert	-1,5%	1,9	3,5
Altri dolci	-0,7%	3,6	4,3
Confetteria e cioccolateria	-2,4%	3,6	6,1
Creme spalmabili e dessert dolci	-2,6%	-0,4	2,3
Gelati	-0,2%	-1,8	-1,7
Sale	-1,0%	-0,9	0,1
Salse	2,1%	1,7	-0,4
Snack salati	1,4%	2,7	1,3
Zucchero e dolcificanti	-1,9%	-3,5	-1,6
<b>Miele</b>	<b>3,2%</b>	<b>0,5</b>	<b>-2,6</b>

Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ



## Dinamica dei prezzi nel trimestre di alcuni prodotti guida

Prezzi medi al dettaglio nel quarto trimestre dei prodotti guida e dinamica su base annua

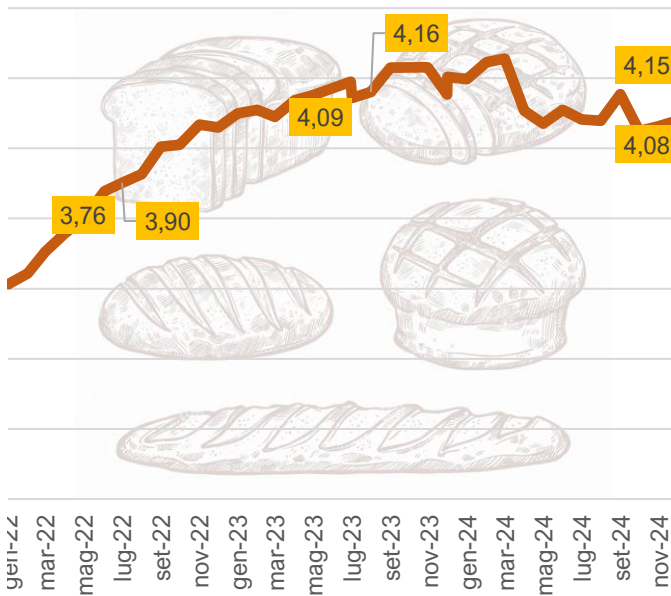
PRODOTTO		2024			Var su base annua		
		ott	nov	dic	ott	nov	dic
<b>Derivati dei cereali</b>							
Pane sfuso	kg	4,05	4,06	4,08	-0,1%	-1,1%	-0,7%
Pasta di semola	kg	1,76	1,76	1,81	-4,3%	-4,1%	-5,0%
Riso	kg	2,72	2,72	2,75	-2,9%	-2,5%	-1,8%
<b>Olio</b>							
Olio extravergine	l	9,80	8,85	8,45	14,2%	1,7%	-2,4%
<b>Vino</b>							
Vino comune da tavola	l	1,83	1,85	2,02	3,9	3,0	3,1
<b>Animali e carni</b>							
Petto di pollo	kg	9,54	9,86	10,10	-3,5%	4,1%	3,8%
Fesa di tacchino	kg	10,80	10,80	11,30	3,8%	8,4%	7,9%
Bistecca di bovino adulto	kg	15,28	16,55	16,15	-1,0%	15,5%	3,9%
Coniglio intero	kg	10,43	11,41	10,94	14,8%	8,5%	-1,2%
Braciola di maiale	kg	8,69	8,04	8,65	7,5%	-1,3%	10,3%
<b>Latte e derivati</b>							
Latte fresco Alta qualità	l	1,74	1,75	1,75	-0,3%	0,3%	0,5%
Burro	kg	12,29	12,62	12,58	16,4%	20,1%	19,2%
Grana Padano sfuso	kg	14,18	13,79	12,91	11%	23%	10%
Parmigiano Reggiano sfuso	kg	15,62	15,72	14,74	-8%	-7%	-3%
<b>Uova</b>							
da allevamento a terra	1 pezzo	0,26	0,26	0,26	-2,7%	-0,8%	-0,9%
<b>Ortaggi</b>							
Carciofi	kg	4,45	4,46	4,44	10,7%	4,8%	5,7%
Cavolfiori	kg	2,71	2,22	2,22	22,6%	-5,6%	-12,2%
Finocchi	kg	2,74	2,19	2,10	41,2%	10,8%	1,0%
Lattughe	kg	2,63	2,56	2,41	26,4%	8,7%	-3,9%
Pomodori	kg	4,23	4,22	3,81	28,2%	24,1%	0,0%
Radicchio rosso	kg	3,44	3,05	2,77	23,6%	21,7%	10,8%
Sedani	kg	3,70	3,62	3,58	11,2%	13,8%	2,3%
Spinaci	kg	3,32	3,14	3,12	8,2%	3,6%	-7,8%
Patate comuni	kg	1,44	1,42	1,39	-1,0%	-2,0%	0,1%
Zucchine	kg	3,17	2,85	2,35	57,4%	11,5%	-19,4%
<b>Frutta fresca</b>							
Arance	kg	2,12	1,64	1,65	-3,0%	0,7%	5,4%
Clementine	kg	2,42	1,91	1,76	1,6%	0,5%	3,8%
Limoni	kg	2,85	2,57	2,45	4,5%	0,7%	-0,8%
Pere	kg	2,62	2,77	2,74	-6,8%	-4,6%	-8,2%
Uva	kg	3,43	5,01	6,42	14,9%	16,1%	11,3%
Mele	kg	1,64	1,69	1,75	1,0%	2,1%	3,5%

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati NielsenIQ

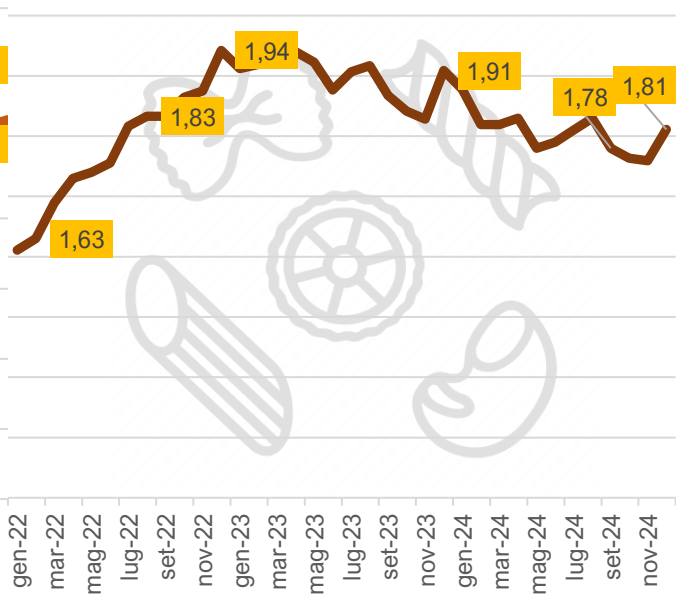


Dinamica dei prezzi medi al dettaglio nel triennio di alcuni prodotti guida

Pane fresco sfuso (€/kg)



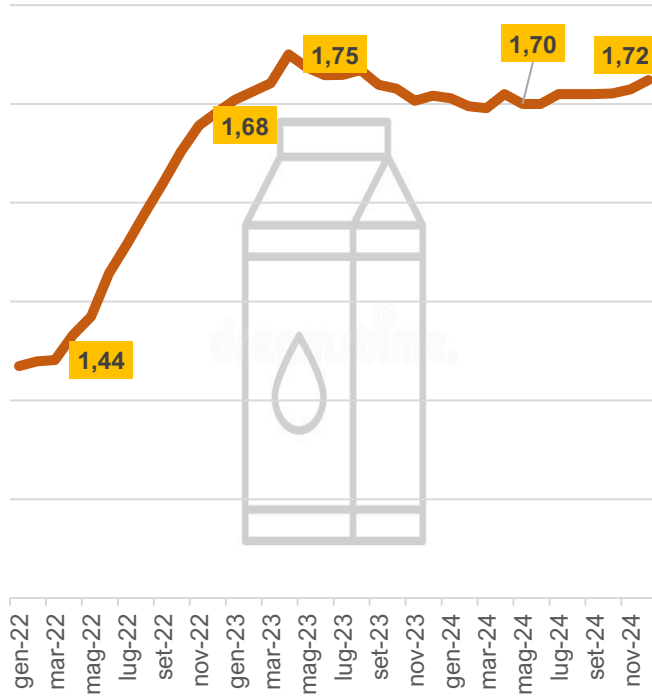
Pasta di semola (€/kg)



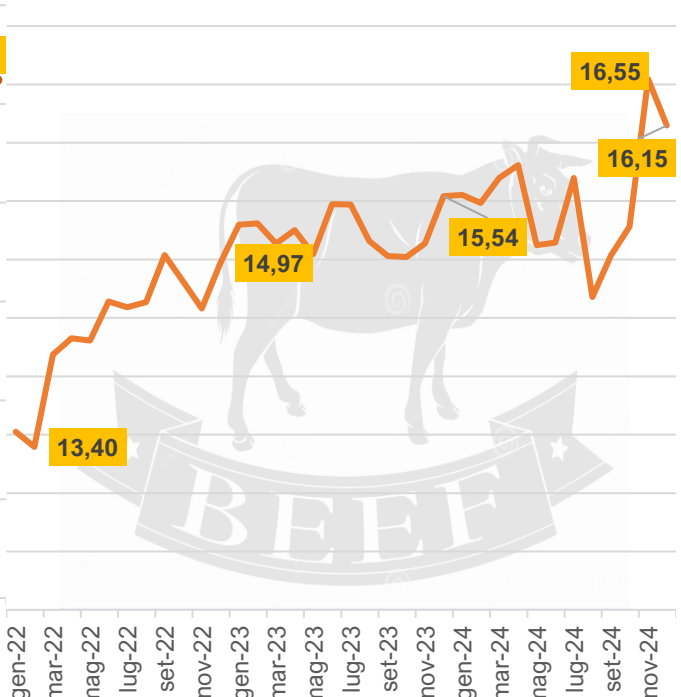
Fonte: Ismea-NielsenIQ

Dinamica dei prezzi medi al dettaglio nel triennio di alcuni prodotti guida

Latte fresco (€/l)



Fettina bovino adulto



Fonte: Ismea-NielsenIQ



Responsabile Fabio Del Bravo

---

Coordinamento tecnico Maria Nucera

---

Redazione Paola Parmigiani

---

Contatti [p.parmigiani@ismea.it](mailto:p.parmigiani@ismea.it)  
[redazione@ismea.it](mailto:redazione@ismea.it)

---