

Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare

GLI ACQUISTI DI F&V DELLE FAMIGLIE CON FIGLI UNDER 16 ANNI

*Le scelte delle famiglie che nutrono la
generazione Alpha*

Stand MASAF_ISMEA

Rimini, 21 aprile 2026

Macfrut 2026

I CONTENUTI DELLA PRESENTAZIONE

1. Le recenti tendenze demografiche e sociali che influenzano i consumi in Italia.
2. I consumi delle famiglie nel 2025, secondo i conti nazionali di Istat e il monitor dei consumi Ismea-Niq.
3. Gli acquisti delle famiglie con figli della generazione Alpha

1. GLI ASPETTI SOCIALI E DEMOGRAFICI

I CONSUMI DELLE FAMIGLIE

LE VARIABILI CHE INFLUENZANO GLI ACQUISTI

I cambiamenti delle tendenze di consumo sono influenzati anche da fenomeni demografici e sociali.

Tra le recenti TENDENZE DEMOGRAFICHE, ricordiamo l'aumento del numero delle famiglie (nel 2025 sono più di 26,6 milioni) e l'aumento dell'aspettativa di vita in Italia, sia per le donne, sia per gli uomini (*fonte Istat*).

Anche i COMPORTAMENTI SOCIALI incidono sugli acquisti per il consumo domestico. Si pensi ad esempio al numero di pasti consumati fuori casa come ad esempio la colazione al bar, la pausa pranzo a lavoro o, nel tempo libero, la pizza o la cena con la famiglia e gli amici.

Gli italiani stanno mostrando un rinnovato interesse per i pasti preparati tra le mura di casa. Infatti, tra i BUONI PROPOSITI per il 2026 gli italiani hanno dichiarato l'intenzione di dedicare più tempo alla preparazione dei pasti in casa e la voglia di sperimentare e innovare in cucina pur restando nel solco della tradizione culinaria italiana (*fonte rapporto Coop dicembre 2025*).

L'attenzione degli italiani è concentrata sugli ASPETTI SALUTARI del cibo e sul PLANT BASED ossia un approccio alimentare incentrato su frutta e verdura e cereali integrali, evitando l'assunzione di prodotti ultra processati.

POPOLAZIONE E FAMIGLIE

EVOLUZIONE DELLE FAMIGLIE IN ITALIA

31 MARZO 2026



INDICATORI DEMOGRAFICI | ANNO 2025

1. Stabile la popolazione italiana. Cresce l'aspettativa di vita: 81,5 anni per i maschi (secondo paese dell'Ue) e 85,6 anni per le donne (terzo paese dell'Ue)

1. Aumenta il n. di famiglie, nel biennio 2024/25 sono 26,6 mln le famiglie residenti in Italia, circa 4 mln in più rispetto a 20 anni fa

2. Oltre un terzo delle famiglie è composta da un solo componente (37% del famiglie e 17% della popolazione)

3. Il 28% delle famiglie è rappresentato da coppie con figli cui si aggiungono l'11% di famiglie con un genitore e uno o più figli, nell'80% dei casi la madre e nel 20% il padre.

4. Il 20% delle famiglie sono rappresentate da coppie senza figli.

FIGURA 3. FAMIGLIE PER PRINCIPALI TIPOLOGIE, IN ITALIA. Medie 2003-2005, 2014-2015, 2024-2025. Valori percentuali.



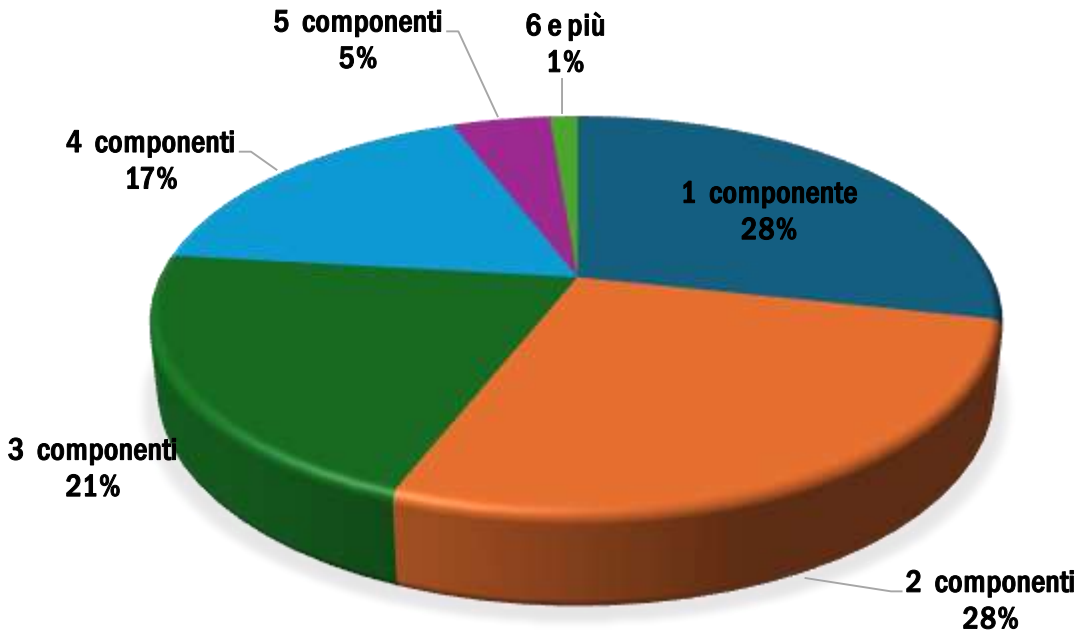
Fonte: Istat, "Aspetti della vita quotidiana".
Altra tipologia contiene le famiglie senza nucleo diverse dalle persone sole, e le famiglie con due o più nuclei.



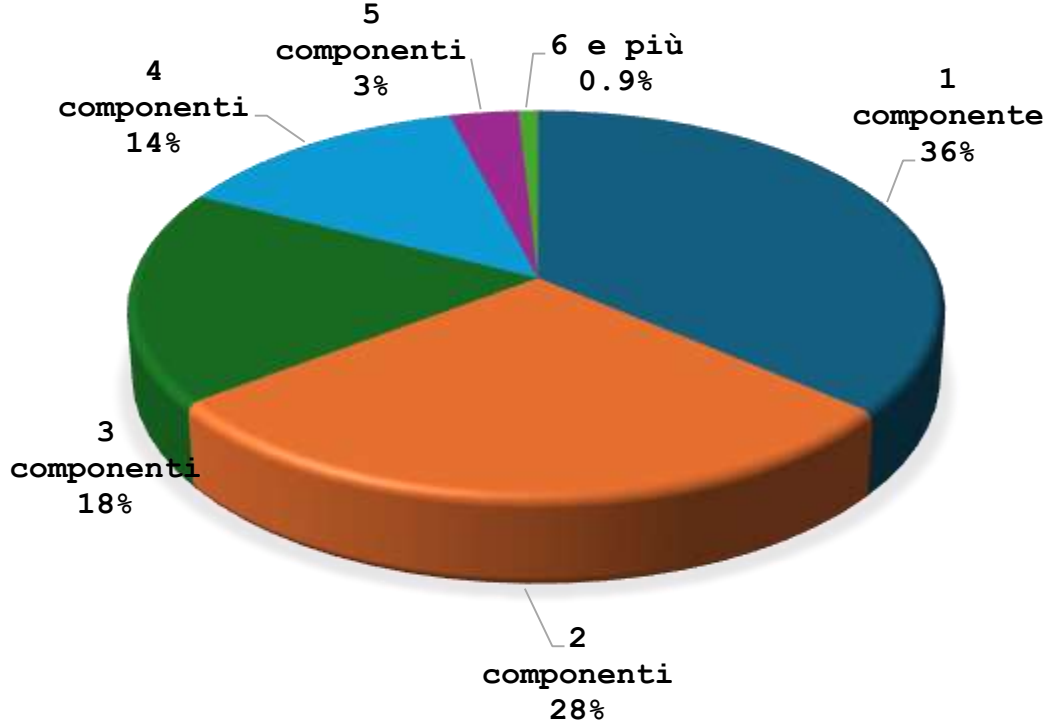
COMPOSIZIONE FAMIGLIE - ISTAT

EVOLUZIONE DELLA COMPOSIZIONE DELLE FAMIGLIE IN ITALIA

Composizione della famiglia (2010)



Composizione della famiglia (2024)



Differenza 2024 - 2010	
1 componente	+7,8%
2 componenti	+0,8%
3 componenti	-2,9%
4 componenti	-3,9%
5 componenti	-1,3%
6 e più	-0,4%

Fonte: elaborazioni Ismea su dati ISTAT

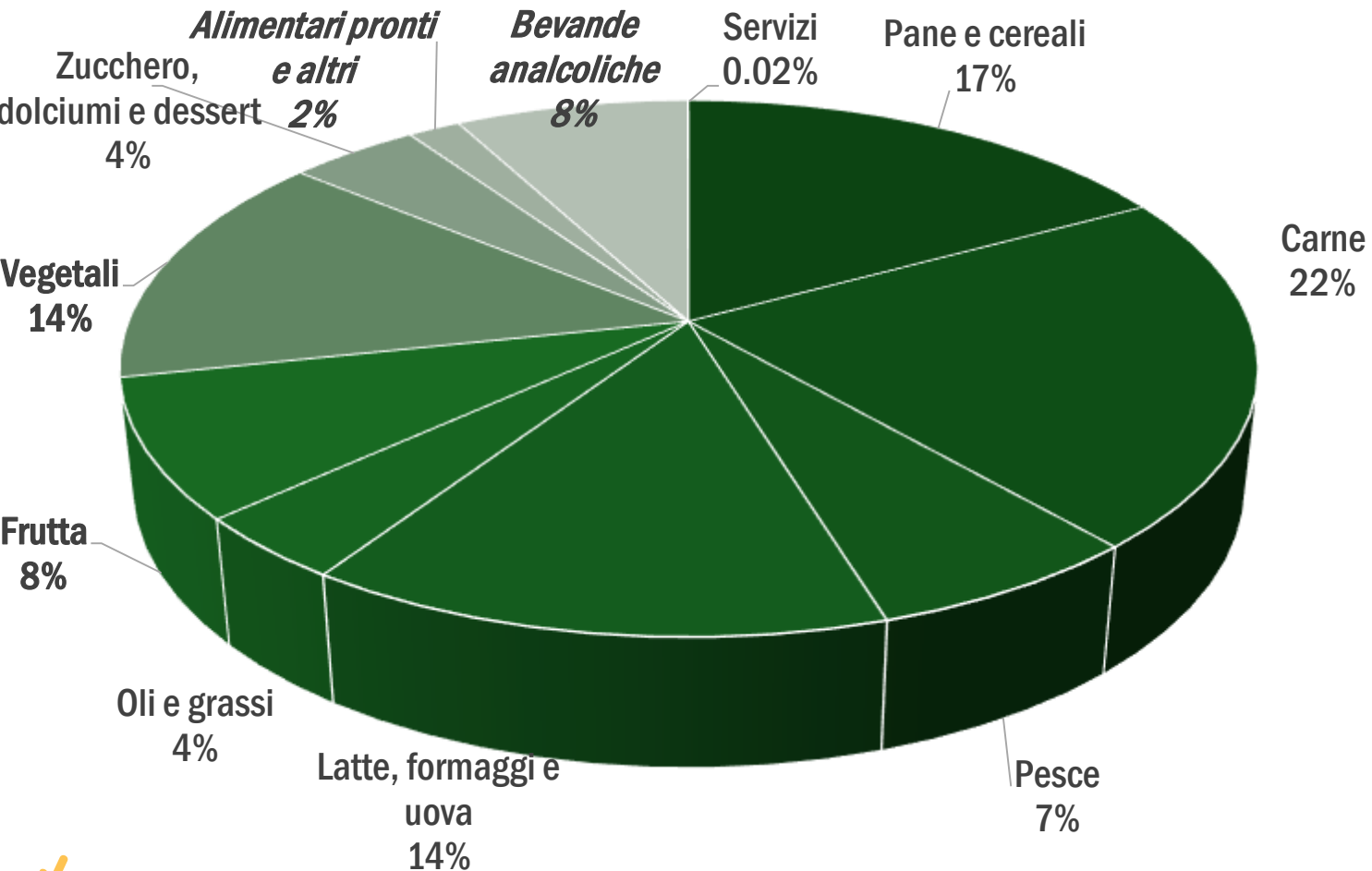


2. I CONSUMI DELLE FAMIGLIE IN ITALIA

SPESA DELLE FAMIGLIE – I CONTI NAZIONALI DI ISTAT

GLI ACQUISTI DI PRODOTTI ALIMENTARI E BEVANDE ANALCOLICHE

Ripartizione della spesa food per macrocategorie. Nel 2024 188 mld €.



Nel 2024 i consumi delle famiglie per prodotti alimentari e bevande analcoliche ammontavano a 188 miliardi di €.

Nel 2025 i consumi sono cresciuti del 3% arrivando a 193,7 mld €.

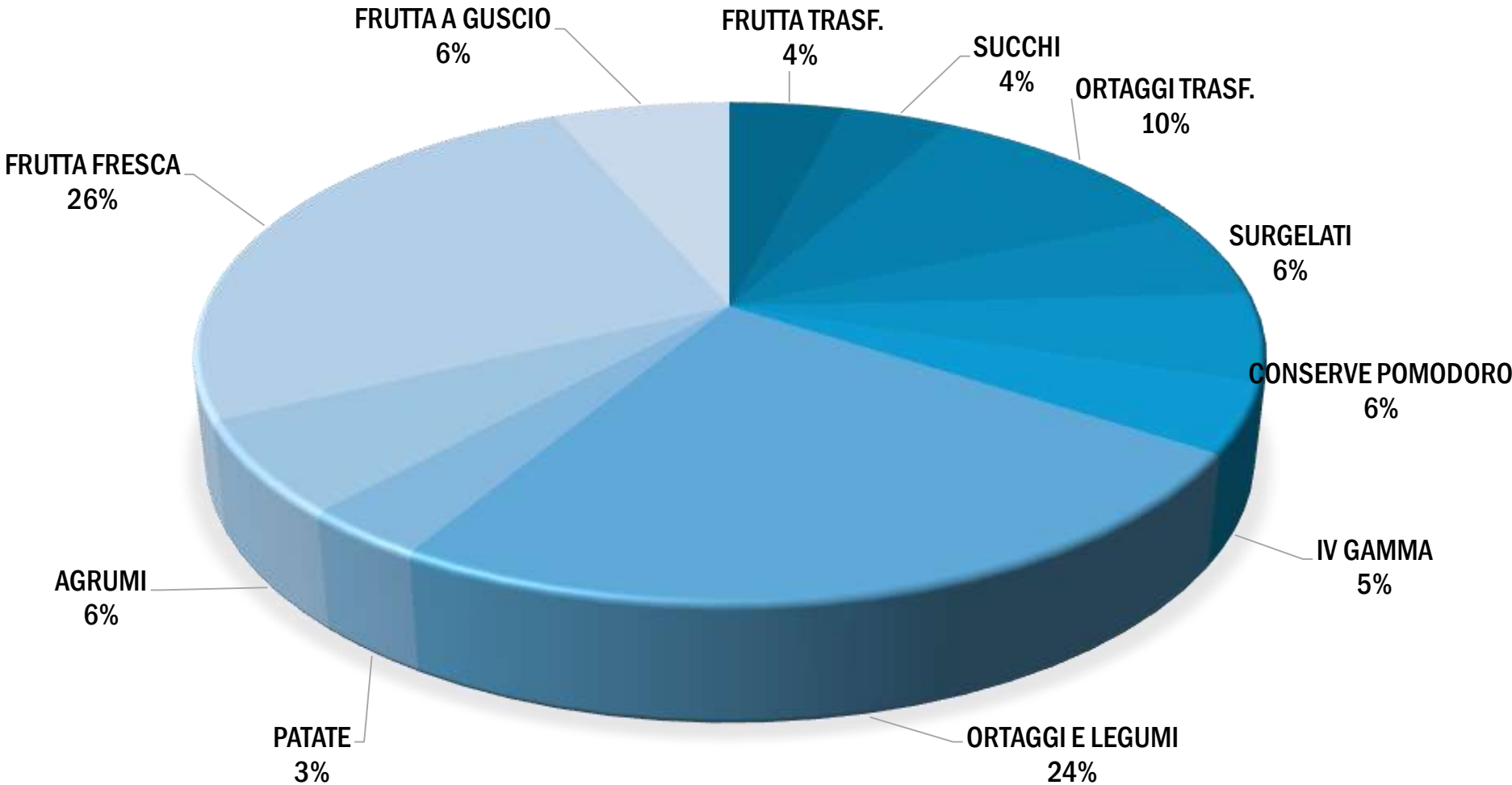
Nel 2024, la spesa per Frutta & Ortaggi era di 42,6 mld € che corrispondono a una quota del 23% circa dei consumi complessivi food.



LA SPESA DELLE FAMIGLIE NEL 2025

GLI ACQUISTI DI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI

Il peso relativo delle 11 categorie di F&V nel carrello della spesa degli italiani

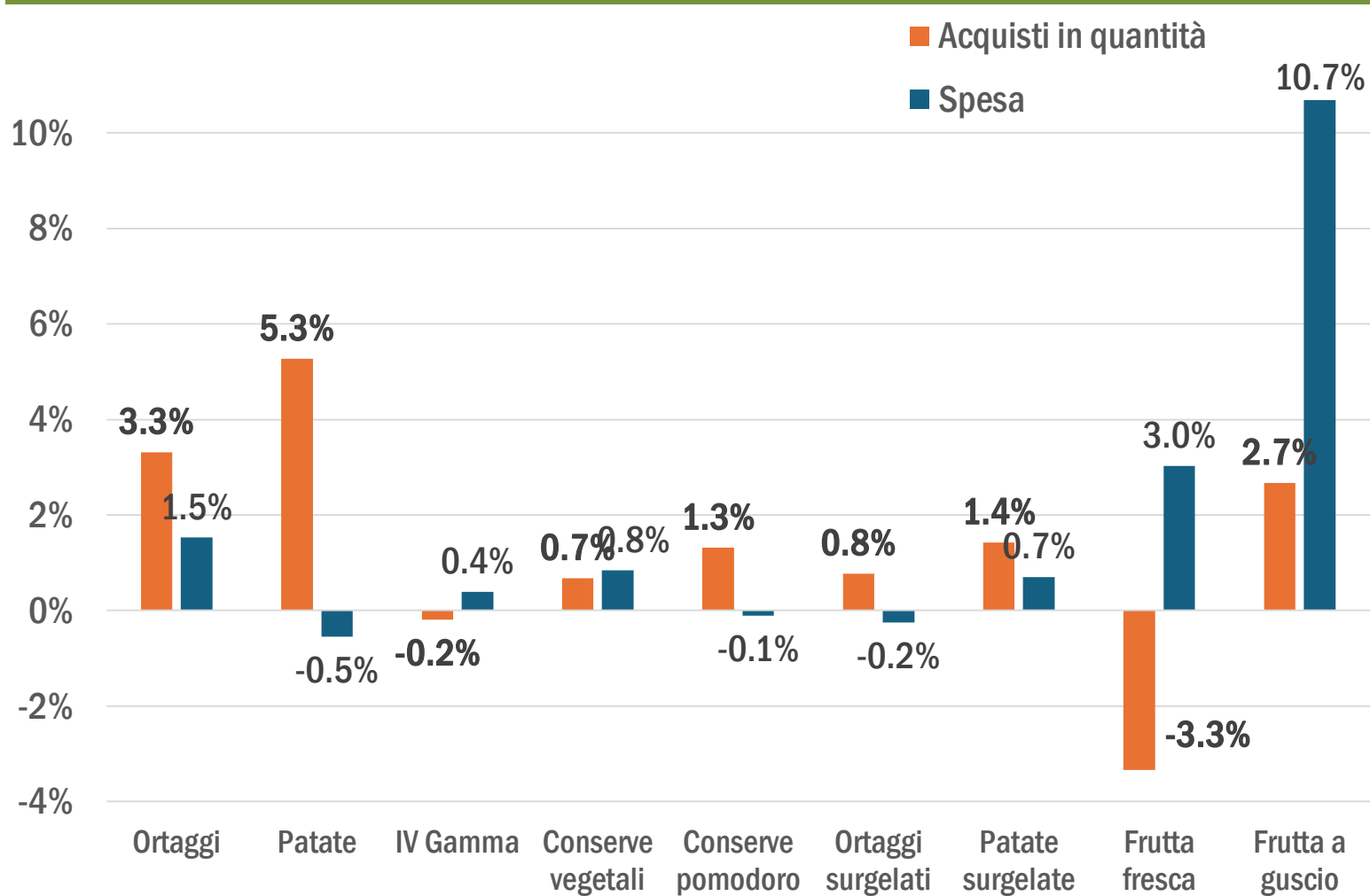


Fonte: ISMEA-NIQ

questo documento è di proprietà di Ismea che se ne riserva tutti i diritti

LA SPESA DELLE FAMIGLIE NEL 2025

CRESCONO GLI ACQUISTI DI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI



Nel 2025, crescono su base annua i consumi di ortofrutta delle famiglie in Italia, sia in termini di spesa sia in quantità.

In termini di quantità, nel 2025 sono aumentati gli acquisti di: ortaggi +3,3%, patate +5,3%, conserve vegetali e legumi in scatola +0,7%, ortaggi surgelati +0,8%, patate surgelate +1,4%, frutta a guscio +2,7%, castagne +4,6%, kiwi +7,2%, fragole +8,9%, lamponi +2,7%.

Tra i prodotti che mostrano un maggior dinamismo si segnalano i frutti rossi e la tropicale: mirtillo +26%, more +37%, melograno +25%, fichidindia +17%, mango 36% e avocado +47%.

*Dati molto positivi anche per gli **ACQUISTI DI F&V BIO**: +7% in quantità e +7,9% la spesa. Crescono gli acquisti in quantità di tutte le principali categorie: ortaggi +8,9%, frutta +8,2%, frutta a guscio + 20,8%, patate +9,3%, conserve di pomodori +3,3% e agrumi +0,6%.*

3. LE SCELTE DELLE FAMIGLIE CON FIGLI DELLA GENERAZIONE ALPHA

LA GENERAZIONE ALPHA

QUANTO INFLUENZANO GLI ACQUISTI DI F&V

La Generazione Alpha, composta dai bambini nati dal 2010 in poi, è la prima a crescere in un ambiente completamente digitale e iperconnesso. Questo contesto influenza anche il loro rapporto con il cibo, che si costruisce attraverso tre canali principali: la famiglia, la scuola e i media digitali.

Sul piano alimentare, gli Alpha vivono in famiglie più piccole, spesso con genitori più attenti alla qualità, alla sostenibilità e alla salute. Questo si traduce in una maggiore esposizione a prodotti freschi, biologici e a un linguaggio nutrizionale più evoluto rispetto alle generazioni precedenti. Allo stesso tempo, però, la loro quotidianità è segnata da ritmi veloci e da un'offerta alimentare molto ampia, che include snack, prodotti pronti e cibi ad alto contenuto edonistico.

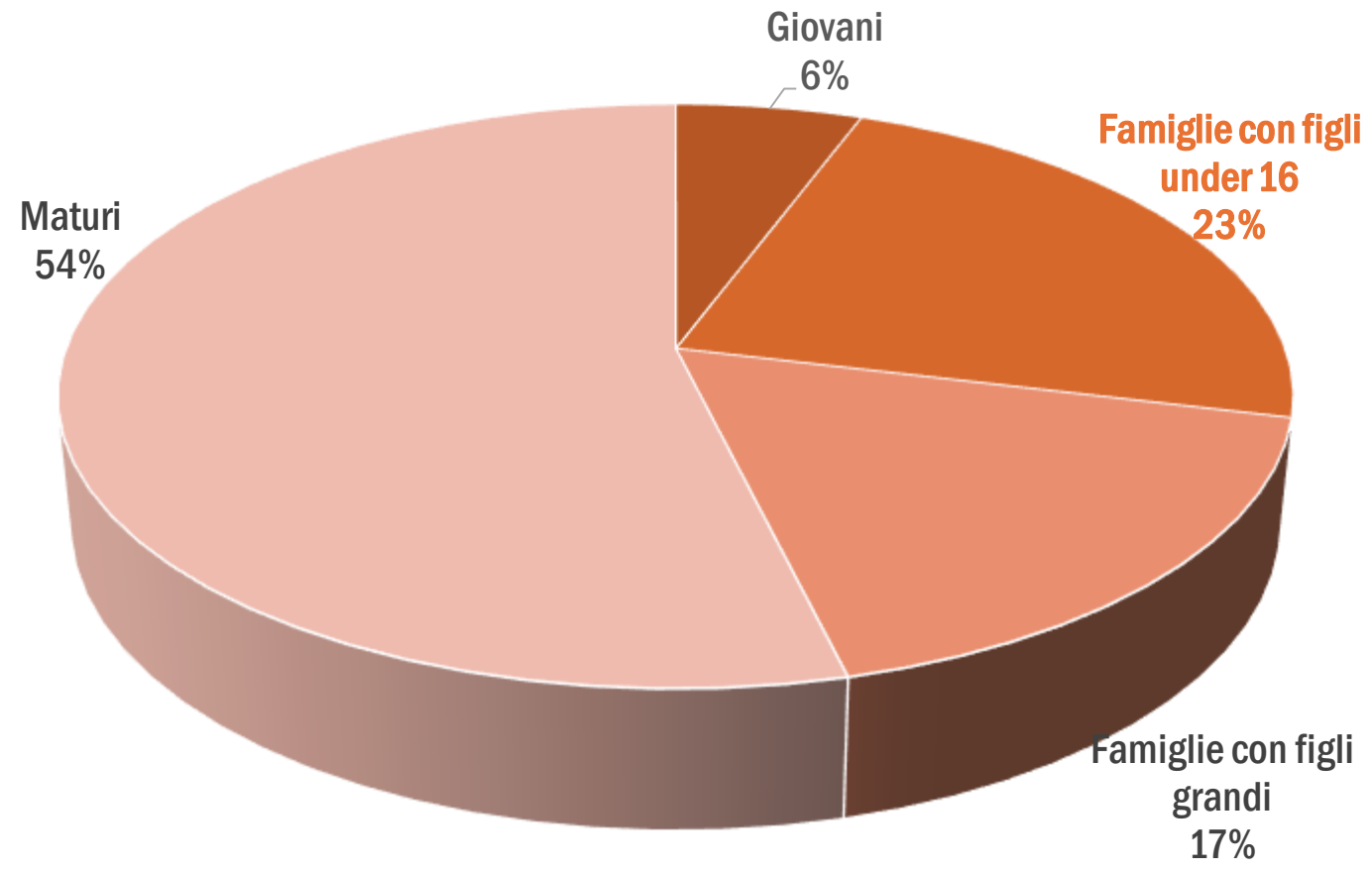
In questo quadro, la frutta e la verdura giocano un ruolo ambivalente. Da un lato, i genitori cercano di proporre un'alimentazione equilibrata; dall'altro, i bambini sono fortemente influenzati da gusti immediati, dolci e salati, che competono direttamente con il consumo di F&V.

Programmi come "Frutta e Verdura nelle Scuole" diventano quindi fondamentali: non solo introducono i bambini a un consumo regolare di prodotti ortofrutticoli, ma contribuiscono a costruire un'abitudine che può consolidarsi nel tempo. Per la Generazione Alpha, infatti, la scuola rappresenta un luogo chiave in cui sperimentare nuovi sapori, conoscere la stagionalità e associare la frutta e la verdura a un'esperienza positiva.

In sintesi, la Generazione Alpha è un segmento cruciale per il futuro dei consumi di frutta e verdura: è giovane, influente nelle scelte familiari e particolarmente sensibile ai messaggi educativi. Investire su di loro significa lavorare oggi sulle abitudini alimentari di domani.

LA SPESA DELLE FAMIGLIE

GLI ACQUISTI DI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI PER TIPOLOGIA DI FAMIGLIA (quota della spesa in valore del 2025)



Come sono cambiati gli acquisti di F&V tra il 2022 e il 2025

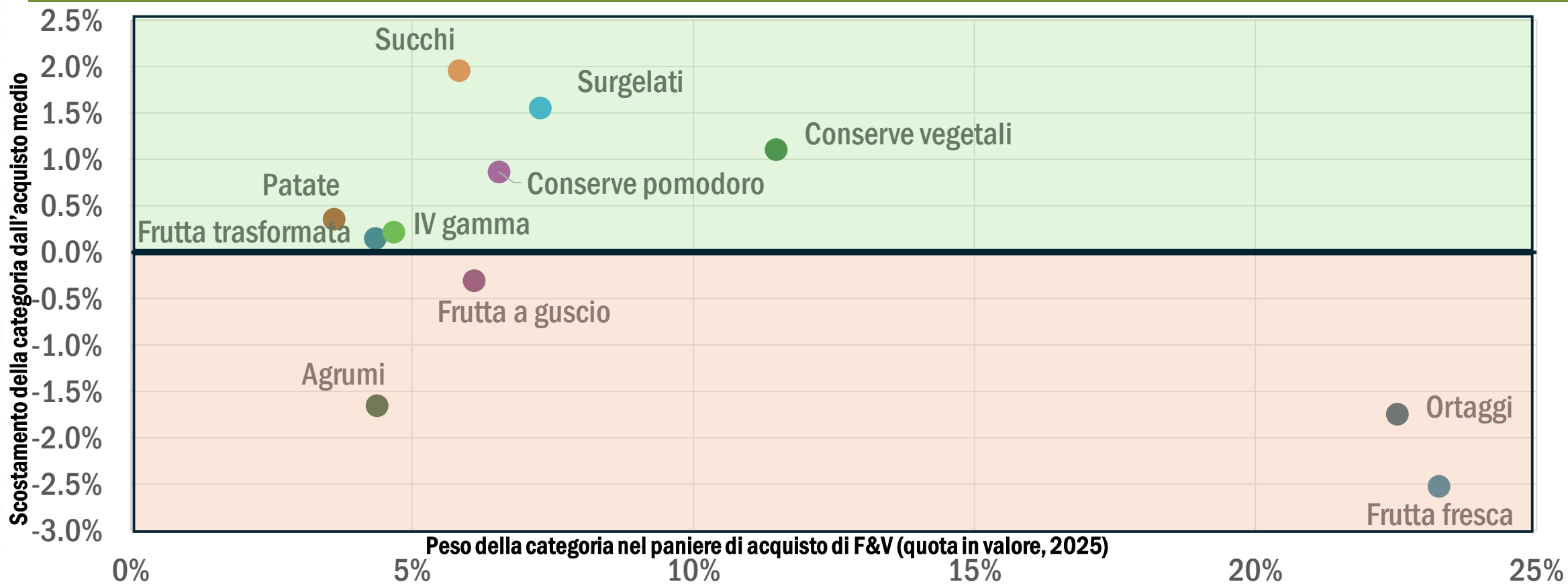
	Var. % spesa	Var. % acquisti
Giovani	0,6%	0,5%
Famiglie con figli under 16	0,0%	0,2%
Famiglie con figli grandi	-0,5%	-0,6%
Maturi	-0,1%	-0,2%

Fonte: ISMEA-NIQ



LA SPESA DELLE FAMIGLIE CON FIGLI UNDER 16 ANNI

Posizionamento del paniere di ortofruttili delle famiglie con figli della generazione Alpha rispetto alla media



Gli acquisti sono orientati verso **prodotti a elevato contenuto di servizio**: surgelati, legumi in scatola, ortaggi sottolio e insalate lavate e tagliate evidenziano quote degli acquisti superiori alla media. La presenza di bambini determina acquisti di **succhi di frutta** decisamente superiori a quello della media. **Frutta fresca e ortaggi** mantengono la centralità nel paniere di spesa di queste famiglie anche se la quota di acquisto risulta inferiore alla media. Un discorso analogo vale anche per gli **agrumi**.



Fonte: ISMEA-NIQ

questo documento è di proprietà di Ismea che se ne riserva tutti i diritti

Macfrut 2026