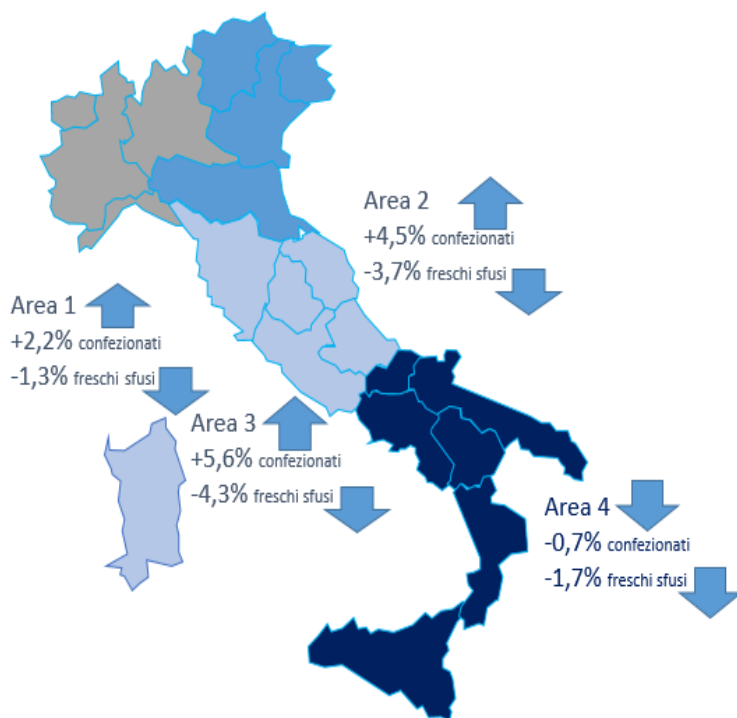


Frena la crescita della spesa alimentare domestica nel terzo trimestre del 2018

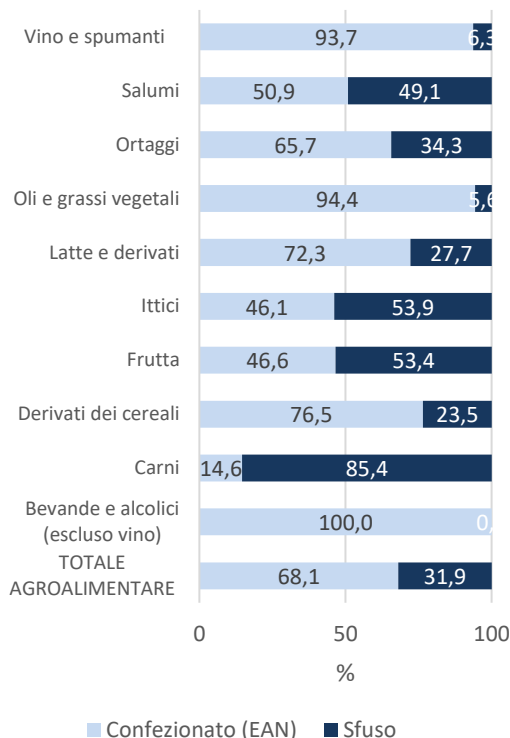
La spesa delle famiglie per i prodotti alimentari – rilevata attraverso il monitoraggio Ismea-Nielsen – registra una frenata nel terzo trimestre 2018. Il dato relativo al trimestre si riporta infatti in linea con quello dell'analogo periodo del 2017 e l'incremento complessivo dei primi 9 mesi del 2018 rispetto allo stesso periodo del 2017 si riduce di conseguenza allo **0,6%**. Infatti, dopo il +3,2% del 2017 sul 2016, la crescita della spesa nel 2018 ha accusato un graduale rallentamento e gli incrementi tendenziali, che erano del +1,4% nel primo trimestre e del +0,9% il primo semestre 2018, tendono ad assottigliarsi, tanto che si teme una chiusura dei dodici mesi in pareggio rispetto allo scorso anno. Dalla GDO giungono infatti notizie di fatturati in contrazione nei mesi di ottobre e novembre.

Trend dei consumi domestici alimentari per prodotti confezionati e sfusi – Primi nove mesi 2018



Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Quote acquisti di prodotto confezionato per ciascuna filiera



Nel corso dei primi nove mesi del 2018 continuano a essere i **prodotti a largo consumo confezionati (Lcc)** a trainare la spesa (+2,1%) mentre per i prodotti **sfusi** (che ormai pesano meno del 32% del valore del carrello) la spesa si è **contratta del 2,6%** e nel solo trimestre estivo la situazione è peggiorata con un aumento di 1,7 punti percentuali per i confezionati e una contrazione che ha toccato il 3,7% per gli sfusi.

Importante sottolineare come, nel complesso dei nove mesi, il trend a livello geografico mostri disuniformità: il Meridione registra una contrazione degli acquisti sia per i prodotti sfusi che per i confezionati, ma la flessione per gli sfusi è meno accentuata rispetto alle altre macro-aree. Nelle

aree del Centro-Nord invece la spesa per il segmento "Lcc" risulta in espansione, a discapito dei prodotti freschi per i quali le flessioni toccano punte del -4,3%.

Nello specifico, una crescita sostenuta della spesa per i **prodotti confezionati** si è registrata nell'**Area Nord Est (+4,5%)**, nel **Nord Ovest (+2,2%)** e nell'**Area Centro (+5,6%)**, mentre si è avuta una flessione nell'**Area Meridionale (-0,7%)**; ma era -1,1% nel primo trimestre). A determinare la differenza contribuiscono sicuramente i diversi assortimenti dell'offerta a livello locale, ma un ruolo importante è giocato anche dalla diversa disponibilità economica delle famiglie tra Nord e Sud, combinato al tempo disponibile da dedicare alla preparazione dei cibi in casa.

Dinamica e quote dei consumi domestici nei primi 9 mesi 2018

	Var.% spesa 2017	Quote		Var.% spesa 2018 vs 2017	
		Totale su agroalimen- tare	di cui EAN	Prodotti EAN	Prodotti No EAN
Totale agroalimentare	0,6	100,0	69,1	2,1	-2,6
Generi alimentari	0,4	88,3	65,2	2,1	-2,7
Bevande alcol. e analcoliche	1,8	11,7	98,4	1,8	4,6

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Nel complesso, l'incremento della spesa nel carrello è da ascrivere quasi esclusivamente all'aumento dei prezzi medi delle referenze, si evidenzia comunque una maggior disponibilità alla spesa per le **bevande** (+1,8%) piuttosto che per gli alimenti (+0,4%). Si mangia meno quindi, ma non si rinuncia ai piaceri del buon bere.

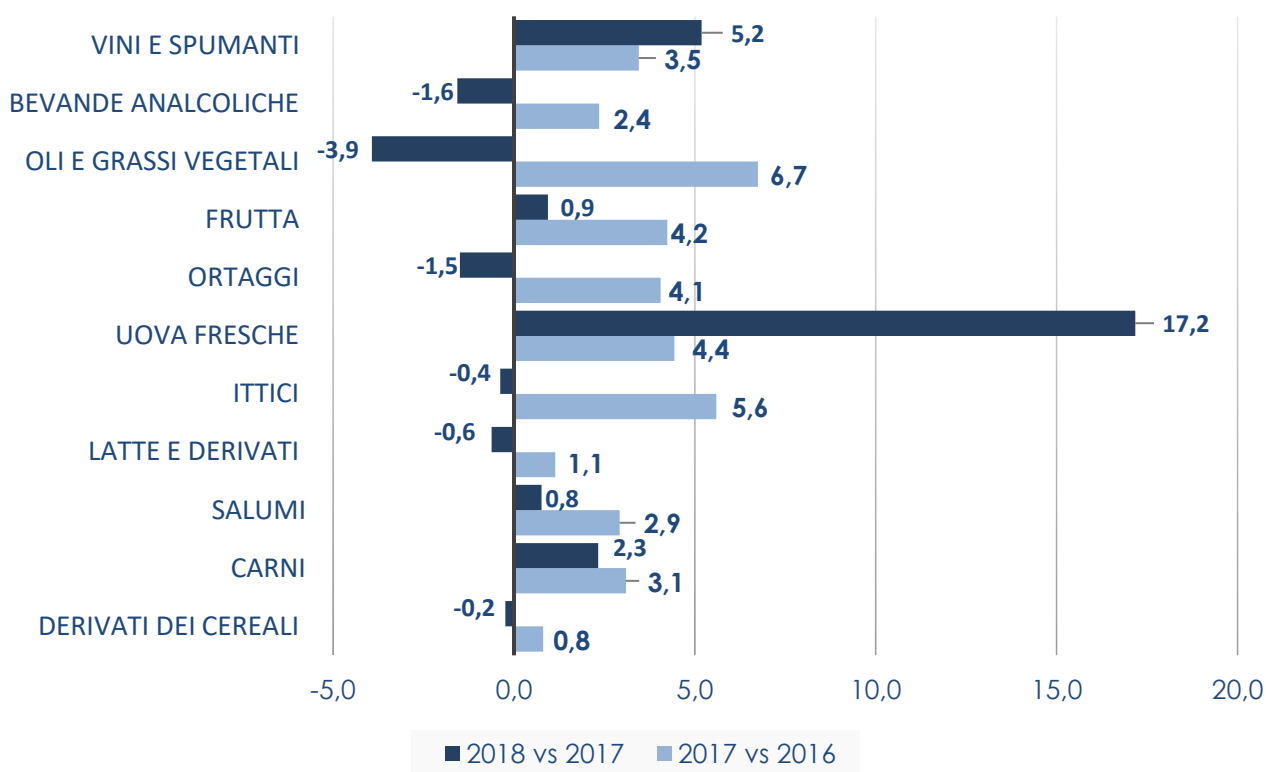
In particolare infatti si evidenzia una spesa incrementata del **4,7% per il vino**, del **7,9% per gli spumanti**, del 2,7% per la birra, dell'1,7% per le bevande analcoliche.

Nel caso del vino si tratta tuttavia solo di un aumento dei prezzi unitari (+8,4%), cui ha corrisposto anche un lieve contrazione dei volumi acquistati (-3,6%), con una decisa predilezione per quelli a denominazione (DOC), per i quali sono in crescita sia i volumi che i prezzi, e una contestuale flessione per i comuni senza denominazione per i quali i volumi perdono oltre 6 punti percentuali.

In crescita sia i volumi che i prezzi per gli **spumanti** (+5,4% e +2,8%), prodotto di punta sul mercato nazionale, in crescente affermazione anche sui mercati esteri (oltre 366 milioni di litri nel 2017, +4,6% le esportazioni nella prima metà del 2018). Nei primi nove mesi del 2018 gli italiani hanno speso, solo presso la Distribuzione Moderna, oltre 1,7 miliardi di euro per l'acquisto di **vino e spumanti**, quasi 82 milioni in più rispetto ai primi nove mesi 2017.

La composizione dello scontrino nei primi nove mesi 2018 vede una **rimodulazione dei componenti alimentari** rispetto allo stesso periodo dello scorso anno: in netta contrazione gli acquisti di prodotti **"maturi"** come farine e pasta (rispettivamente -4,7% e -1,8% in volume), sostituiti evidentemente da prodotti per **"fuori pasto" (+2,7%)** e **"piatti pronti" (+2,2%)**. Gli italiani parlano sempre più frequentemente ed approfonditamente di cibo e di salute legata all'alimentazione, ma il tempo per poterlo preparare in casa resta esiguo e insufficiente, crescono pertanto gli acquisti di prodotti iperprocessati per pasti fuori casa o con ridottissimi tempi di preparazione, dove il richiamo al salutismo è in definitiva spesso affidato ad un *claim* che annuncia addizione o assenza di un solo prodotto.

Dinamica della spesa per acquisti domestici nazionali di prodotti agroalimentari – Primi nove mesi 2018



Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen

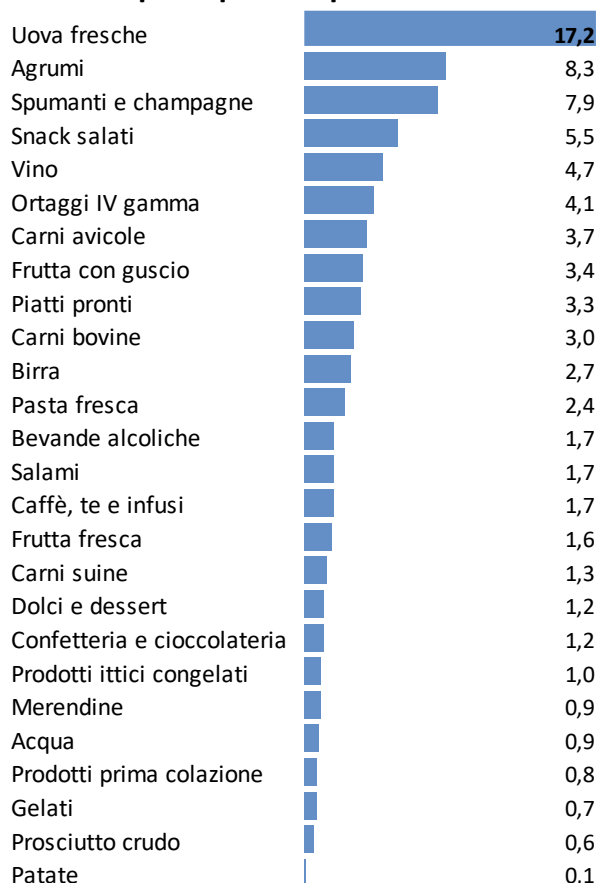
Tra i prodotti freschi per i quali la spesa risulta in aumento emerge ancora il comparto delle **uova**, che nel periodo osservato registrano un **+ 17,2%** dopo la già buona performance del 2017 (+4,4% rispetto al 2016). Il trend è da ascrivere esclusivamente all'aumento dei prezzi medi dovuto sia alla minor disponibilità che alla maggior presenza in assortimento di uova provenienti da allevamenti "a terra" e biologici.

In aumento la spesa per le carni, per le quali però si registra una complessiva stabilizzazione su fondo cedente in termini di quantità acquistate (-0,2%); infatti i volumi venduti risultano positivi solo per il comparto avicolo (+0,5%), mentre, a fronte di un sostenuto aumento dei prezzi, si contraggono dello 0,3% e dello 0,8% i volumi di carni bovine e suine. Restano sempre negativi, sia in termini di spesa che di volumi, gli acquisti per le carni ovi-caprine (-5,6% i volumi) e cunicole (-8,4% i volumi). Nel 2018 in lieve contrazione è invece la spesa per **gli ittici** (-0,4%), dopo anni di tenuta dei volumi ed espansione dei valori (era del +5,6% l'incremento della spesa nel 2017). Nel dettaglio dei singoli segmenti si può evidenziare anche in questo caso un aumento della spesa per quei prodotti a lunga conservabilità (aumenta dell'1,5% la spesa per gli ittici in scatola prevalentemente rappresentati dal tonno e dell'1% quella per il pesce congelato), mentre flette dell'1,2% la spesa per il pesce fresco.

In flessione anche la spesa per gli **ortaggi freschi** (-1,3%) e **trasformati** (-1,7%); all'interno del primo comparto sono in tenuta solo le patate e in aumento le verdure IV^a gamma, nel comparto dei trasformati invece flette sia la spesa per i surgelati (-1,1%) che quella per i prodotti a base di pomodoro (-0,8%). In aumento viceversa la spesa per la **frutta fresca** (+0,9%), cui contribuiscono soprattutto agrumi (+8,3%) e frutta secca (+3,4%).

I prodotti per i quali la spesa ha mostrato più dinamicità Primi nove mesi 2018 vs 17

Prodotti per i quali la spesa è in aumento



Prodotti per i quali la spesa è in flessione



Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen

L'analisi delle dinamiche di spesa per prodotto confermano quanto evidenziato in precedenza: tra i prodotti per i quali la spesa mostra una positiva dinamicità si trovano quelli afferenti la sfera della **grafificazione** quali snack salati, dessert, cioccolate, tè e infusi, nonché quelli afferenti la sfera del **pasto veloce**: primi piatti pronti, verdure IV^a gamma, zuppe V^a gamma e salumi affettati.

In evidenza per dinamica negativa invece ancora la spesa per latte, yogurt, formaggi semiduri, pane, pasta, derivati del pomodoro, olio di semi e di altri prodotti oramai "demonizzati" quali zucchero e dolcificanti, wurstel, carni in scatola, succhi di frutta e bevande gassate.

Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale

Unità Operativa Studi e Analisi

Responsabile: Antonella Finizia

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