

In aumento la spesa alimentare nel primo semestre 2017

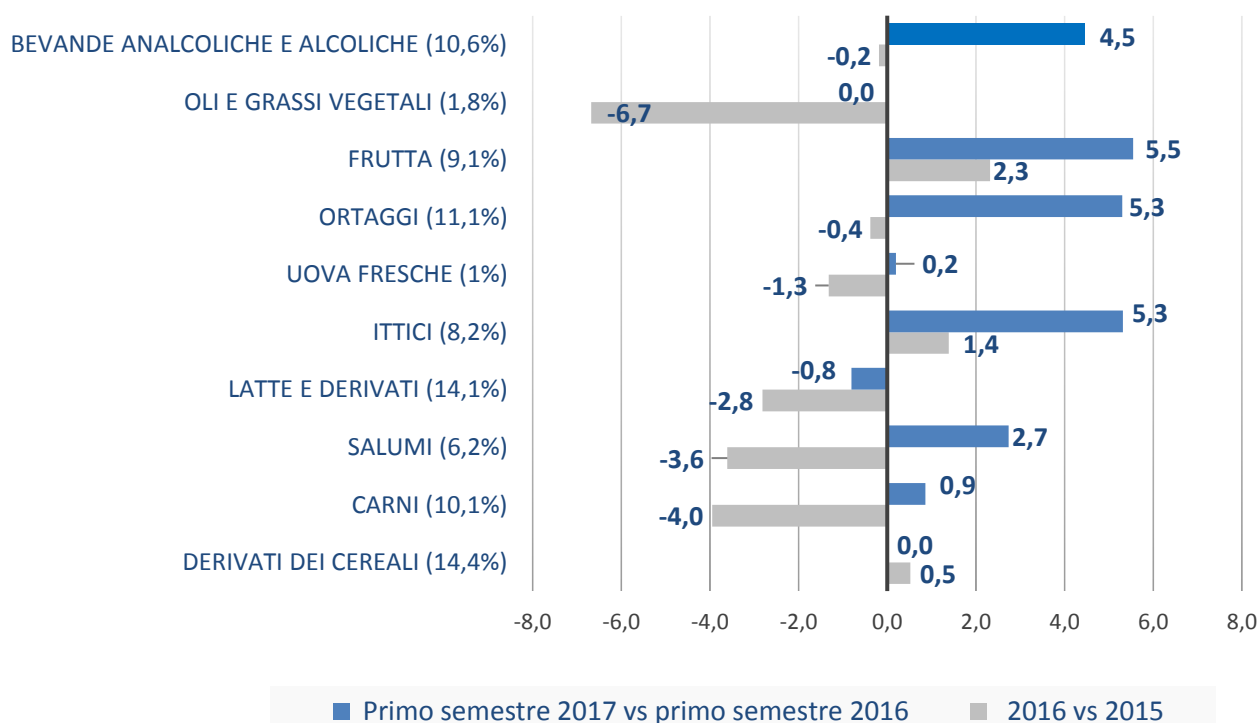
La spesa delle famiglie per i prodotti alimentari – rilevata attraverso il monitoraggio Ismea-Nielsen – registra nel primo semestre 2017 un incremento del 2,5% rispetto allo stesso semestre 2016. Il segno positivo testimonia il processo in atto di uscita dalla crisi.

Gli ultimi dati sulla congiuntura economica Italiana, infatti, confermano i segnali positivi tipici della ripresa:

- l'espansione della produzione coinvolge sempre più settori produttivi,
- export e import crescono con maggior vigore,
- gli ordini mostrano un ulteriore rafforzamento,
- **migliorano reddito lordo, spesa per consumi e potere d'acquisto delle famiglie,**
- aumenta la fiducia dei consumatori e delle imprese,
- aumenta il numero degli occupati.

A fronte di ciò, i consumatori italiani, nel primo semestre 2017, spendono **circa il 2,5%** in più per l'acquisto di beni alimentari. Dopo la lieve contrazione del 2016 (-0,6%), la ripresa della spesa alimentare nel primo semestre 2017 è sostenuta non più solo dai prodotti confezionati (+3,2%), ma anche dai freschi (+1,1%).

Tab. 1 - Dinamica della spesa per acquisti domestici nazionali di prodotti agroalimentari - Variazioni e quote %*



* In parentesi il peso dei prodotti sul totale agroalimentare nel primo semestre 2017.

Fonte: Ismea-Nielsen

Guardando al carrello, va evidenziato come rispetto allo stesso periodo dello scorso anno la spesa sia stata superiore mediamente per tutte le categorie merceologiche con le poche eccezioni dei prodotti della filiera lattiero casearia. Mentre gli esborsi per *derivati dei cereali e olii e grassi vegetali* si collocano sui medesimi livelli dello scorso anno.

Tra i prodotti che hanno fatto registrare crescita più rilevanti si è distinta **la frutta** la cui stagione è stata fortemente segnata dal decorso climatico sia per quanto attiene l'offerta sia la domanda. Nella prima fase dell'anno, quando le gelate hanno ridotto l'offerta, i prezzi hanno reagito con incrementi rilevanti; nel corso dell'estate, invece, il caldo eccessivo ha provocato, sul fronte dell'offerta, una concentrazione produttiva per le principali drupacee (pesche, nettarine, albicocche), mentre sul fronte della domanda ha spinto in alto i consumi. Il risultato di questi fenomeni è stata una grande fluttuazione dei prezzi.

In aumento anche la spesa per gli **ortaggi**, che per le gelate nei mesi invernali sono risultati contenuti nei volumi, favorendo così l'aumento dei prezzi unitari; in particolare il maggior aumento di spesa si ritrova per gli **ortaggi trasformati**, proprio per essere stati prodotti sostitutivi, nei periodi di quasi totale assenza di prodotti freschi.

In terreno positivo la spesa per le **carni** e quella per i **salumi**, anche in questo caso la tendenza è da ascrivere più che altro all'aumento dei prezzi medi al consumo. In particolare, le carni bovine registrano un miglioramento del valore unitario del 2% che a fronte di volumi acquistati quasi stabili si trasforma in una crescita della spesa del 1,1%.

Meno evidente la crescita della spesa per le **carni avicole** (+0,6%) da attribuire esclusivamente al prezzo in ascesa.

Buona invece la performance delle **carni suine**, che, a fronte di valori unitari stabili, segnano un aumento della spesa dell'1,2%.

Prosegue l'aumento della spesa per i **prodotti ittici**, per i quali la crescita riguarda in particolar modo il *prodotto fresco* (+7,4%), seguito da un +4,2% per il *congelato*.

Pressoché stabile la spesa per i **derivati dei cereali**, con tendenze negative per pasta di semola (-2,6 in valore e -1,6% i prezzi medi), farina e semole e prodotti per la prima colazione, controbilanciati da una crescita degli esborsi per *pasta fresca all'uovo, basi per pizze e riso*.

Si conferma in flessione la spesa per il **latte e i suoi derivati**, malgrado un generalizzato aumento dei prezzi medi di vendita. Fortunatamente il comparto è sostenuto da una buona spinta dell'export, in grado di compensare il momento poco felice in ambito nazionale. In questo segmento a veder scendere la spesa sono quasi tutte le referenze, a partire dal **latte fresco (-4%)**, sempre più spesso sostituito da prodotti alternativi, allo yogurt tradizionale (-3%), per arrivare alle flessioni tra l'1% e il 2% della spesa per *i formaggi molli, duri e semiduri*.

In evidenza invece, nei primi sei mesi del 2017, la positiva performance del segmento delle bevande, che pesano sul totale per oltre il 10%. La crescita della spesa per il comparto delle **bevande** (+4,5) è da ascrivere in buona parte al segmento delle **birre**, che con un incremento di **oltre 8 punti percentuali**, per il terzo anno consecutivo vede crescere la propria quota sulla spesa totale. All'interno del comparto si rilevano performance positive anche per le **acque imbottigliate** (+8%) e per le altre bevande analcoliche (+2,4%).

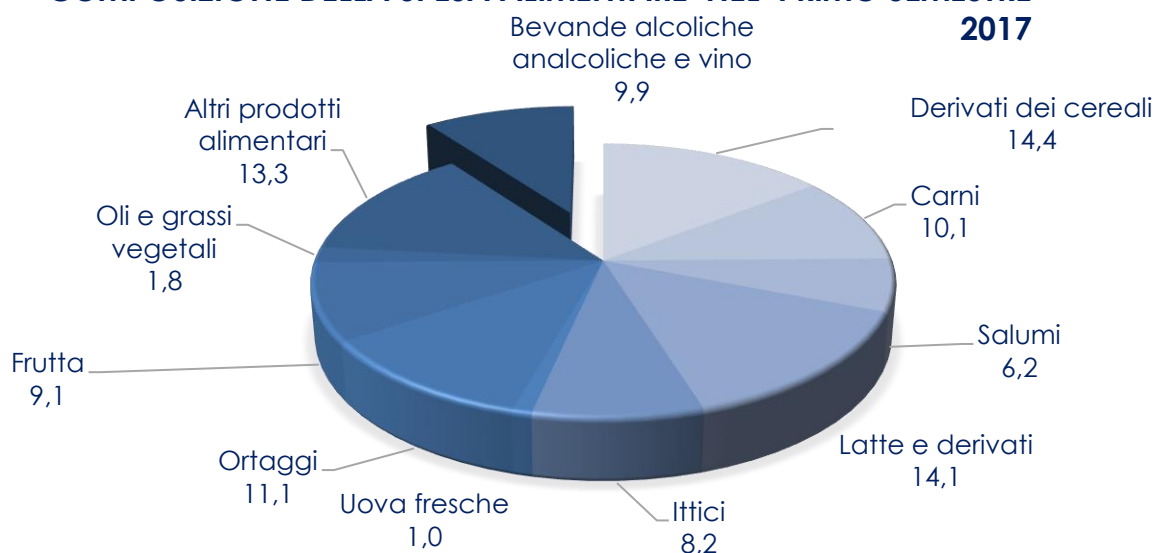
Per i **vini** l'incremento della spesa è del 3%, sostenuta soprattutto dai segmenti dei vini DOC (+4,9%), delle IGT (+3,7%) e degli spumanti (+6,3%), mentre prosegue la contrazione delle vendite dei vini comuni (-2,9 in volume -3,7 in valore).

In generale da notare come tra i prodotti confezionati (EAN) aumenti la spesa per le referenze legate al tempo libero e ai momenti di relax, quali *gelati, snack salati, birre, bevande analcoliche e succhi di frutta*. Mentre per i segmenti di più classico uso quotidiano quali farine, yogurt, latte fresco, la spesa si stia gradualmente riducendo.

I *leitmotiv* delle scelte merceologiche degli acquirenti, all'interno dei singoli comparti, continuano a essere, oltre alla **sobrietà** (meno atti d'acquisto e minori volumi) e all'**attenzione al risparmio** (ancora tanti gli acquisti in promozione), gli **aspetti salutistici**.

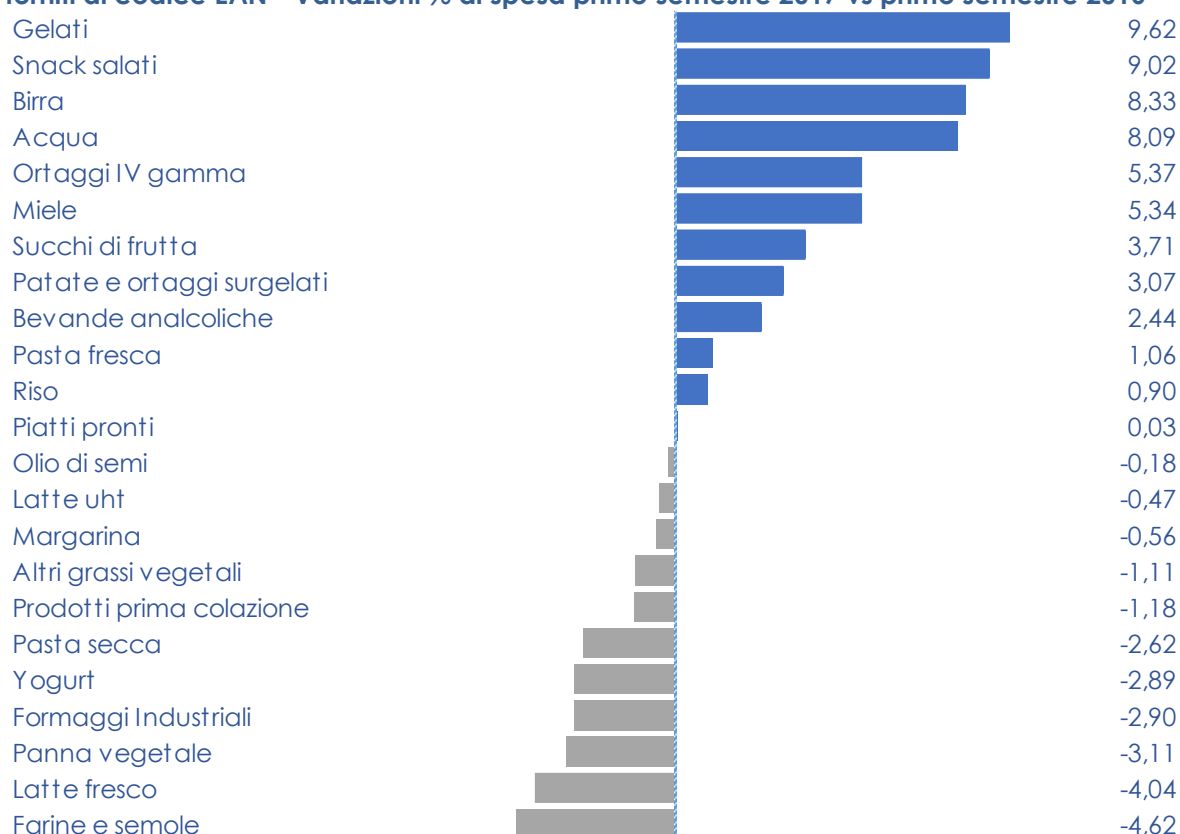
Nielsen ha effettuato una *Survey ad hoc*, per cercare di individuare quali fossero i "desiderata" in fatto di alimentazione e quali siano i criteri di scelta di un prodotto. È emersa l'immagine di un **consumatore curioso ed esigente**, che legge le etichette ed è attento agli ingredienti, che apprezza le aziende ecosostenibili (71% degli intervistati) e con modalità di produzione a basso impatto ambientale. Il 67% dei consumatori intervistati si dichiarano attenti agli ingredienti dei prodotti che acquistano, e curiosi e ben disposti a provare nuovi prodotti che potrebbero avere effetti benefici sulla salute. Ne sono una prova le vendite di **prodotti arricchiti**: ad esempio, quelli con *bacche di goji* crescono a doppia cifra (+64%) così come quelli che comunicano di contenere semi di lino (+34%). Anche il **free-from** (senza grassi, senza zuccheri aggiunti, senza lattosio, ecc.) si conferma un trend in crescita, a totale dimostrazione che eliminando o non inserendo alcuni ingredienti si può aumentare il valore del prodotto. Inoltre, l'assenza/riduzione del contenuto di zuccheri, uno dei principali sub-fenomeni del *free-from*, rafforza l'immagine di un consumatore sempre più consapevole e orientato alla prevenzione (è interessante sottolineare che il consumo medio di zuccheri è correlato alla variabile reddituale: all'aumentare della disponibilità economica diminuisce il consumo di zuccheri). Altro fenomeno rilevato è legato all'interesse per il comparto **Biologico**, che negli ultimi anni è cresciuto esponenzialmente e che sta estendendo la propria dimensione trasversalmente alle diverse categorie. Infine, emerge come le etichette stiano diventando un medium sempre più importante attraverso cui rinforzare lo **storytelling** aziendale.

COMPOSIZIONE DELLA SPESA ALIMENTARE NEL PRIMO SEMESTRE 2017



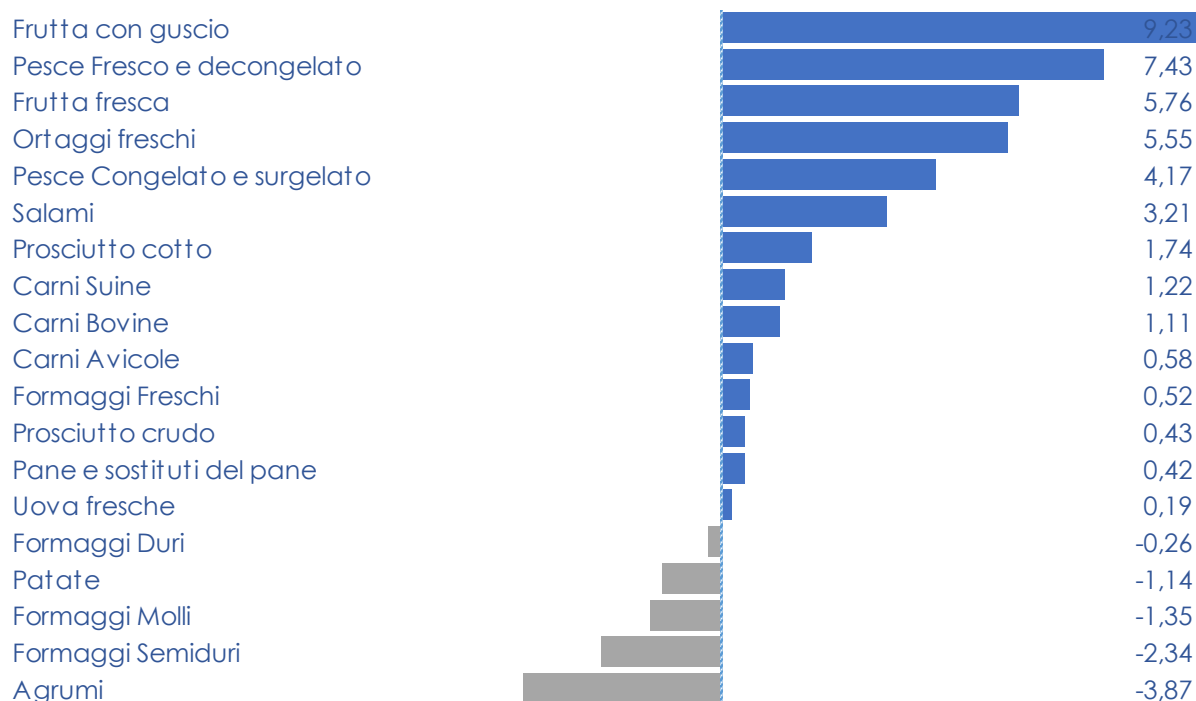
Fonte: Ismea-Nielsen

Tab. 2 - Dinamica della spesa per gli acquisti domestici nazionali di prodotti alimentari confezionati forniti di codice EAN - Variazioni % di spesa primo semestre 2017 vs primo semestre 2016



Fonte: Ismea-Nielsen (Market Track Service)

Tab. 3 - Dinamica della spesa per gli acquisti domestici nazionali di prodotti alimentari freschi non confezionati - Variazioni % di spesa primo semestre 2017 vs primo semestre 2016



Fonte: Ismea-Nielsen (Consumer Panel Service)

Tab. 4 – Trend dei prezzi medi al consumo (Euro/Kg)*

Prezzo medio al consumo			
	1° sem 2016	1° sem 2017	Var %
Pane sfuso	3,14	3,23	2,9%
Pasta di semola	1,26	1,24	-1,6%
Riso	1,99	1,89	-5,0%
Petto di pollo	7,47	7,52	1%
Fesa di tacchino	8,39	8,49	1%
"Fettina" di bovino adulto	12,32	12,51	2%
Coniglio intero	6,44	6,86	6%
Braciola di maiale	6,19	6,21	0%
Burro	6,92	7,60	10%
Latte fresco AQ	1,45	1,45	1%
Arance	1,12	1,37	22%
Clementine	1,62	1,92	19%
Actinidia/Kiwi	1,58	2,04	29%
Pere	1,79	2,01	12%
Uva	3,64	3,83	5%
Limoni	2,22	2,18	-2%
Albicocche	2,70	2,60	-4%
Angurie	1,22	1,33	9%
Ciliege	3,02	3,97	31%
Fragole	3,83	4,22	10%
Mele	1,28	1,33	4%
Meloni	1,75	1,74	0%
Pesche	1,74	2,16	24%
Asparagi	5,54	5,34	-4%
Cavolfiori	1,54	1,60	4%
Carciofi	2,01	2,58	28%
Carote	1,21	1,20	-1%
Cetrioli	1,61	1,77	9%
Finocchi	1,26	1,66	32%
Lattuga	1,51	1,77	17%
Melanzane	1,44	1,87	30%
Peperoni	2,24	2,50	11%
Pomodori	2,17	2,77	28%
Radicchio	2,11	2,55	21%
Spinaci	1,97	2,08	6%
Zucchine	1,56	2,05	32%

* I prezzi sono valori medi desunti dal rapporto tra spesa e le quantità acquistate presso tutti i canali di vendita. Per latte burro pasta e riso si è utilizzata la Bd Market Track Service, per gli altri prodotti freschi la bd Consumer Panel service.

Fonte: Ismea-Nielsen

Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale

Unità Operativa Studi e Analisi

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