

Nel 2016: solo una lievissima contrazione della spesa familiare per i beni agroalimentari

La spesa delle famiglie per gli acquisti agroalimentari registra a consuntivo del 2016 una lieve contrazione rispetto al 2015, pari nel complesso a **-0,5** punti percentuali.

Il carrello della spesa degli italiani ancora una volta riflette lo scenario nazionale, caratterizzato da una ripresa economica lenta. Aumenta la propensione al risparmio degli italiani e si allarga il divario economico in termini di ricchezza tra le famiglie, con un incremento della quota di quelle in condizioni di povertà. La stagnazione poi dei prezzi al consumo (Indice NIC Istat 2016 vs 2015= -0,1%), letta insieme al calo in valore dello 0,5% della spesa familiare per beni agroalimentari, indica di fatto una flessione delle quantità acquistate.

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

	Valore		Quota % valore vs tot. Agroalimentare	
	2015 vs 2014	2016 vs 2015	2015	2016
Totale agroalimentare	0,3	-0,5	100	100
Generi alimentari	0,0	-0,5	88,7	88,7
Bevande analcoliche e alcoliche	3,2	0,1	11,3	11,3
Generi alimentari	0,0	-0,5	88,7	88,7
Derivati dei cereali	-0,5	0,6	14,4	14,5
Carni	-5,8	-4,4	10,5	10,1
Salumi	-1,0	-3,6	6,4	6,2
Latte e derivati	-3,4	-3,3	14,7	14,3
Ittici	4,3	2,5	7,2	7,5
Uova fresche	-3,4	-0,6	1,0	1,0
Ortaggi	2,1	-0,1	10,3	10,3
Frutta	3,8	2,2	8,9	9,1
Oli e grassi vegetali	10,7	-3,9	2,1	2,1
Altri prodotti alimentari	2,0	2,5	13,1	13,5
Miele	7,1	4,7	0,17	0,18
Bevande analcoliche e alcoliche	3,2	0,1	11,3	11,3
Acqua	8,8	1,4	2,3	2,4
Bevande analcoliche	4,7	-3,3	2,5	2,5
Bevande alcoliche	0,6	3,0	1,3	1,3
Vini e spumanti	-0,3	0,1	3,2	3,3
Birra	6,1	1,0	1,8	1,9

Fonte: Ismea-Nielsen

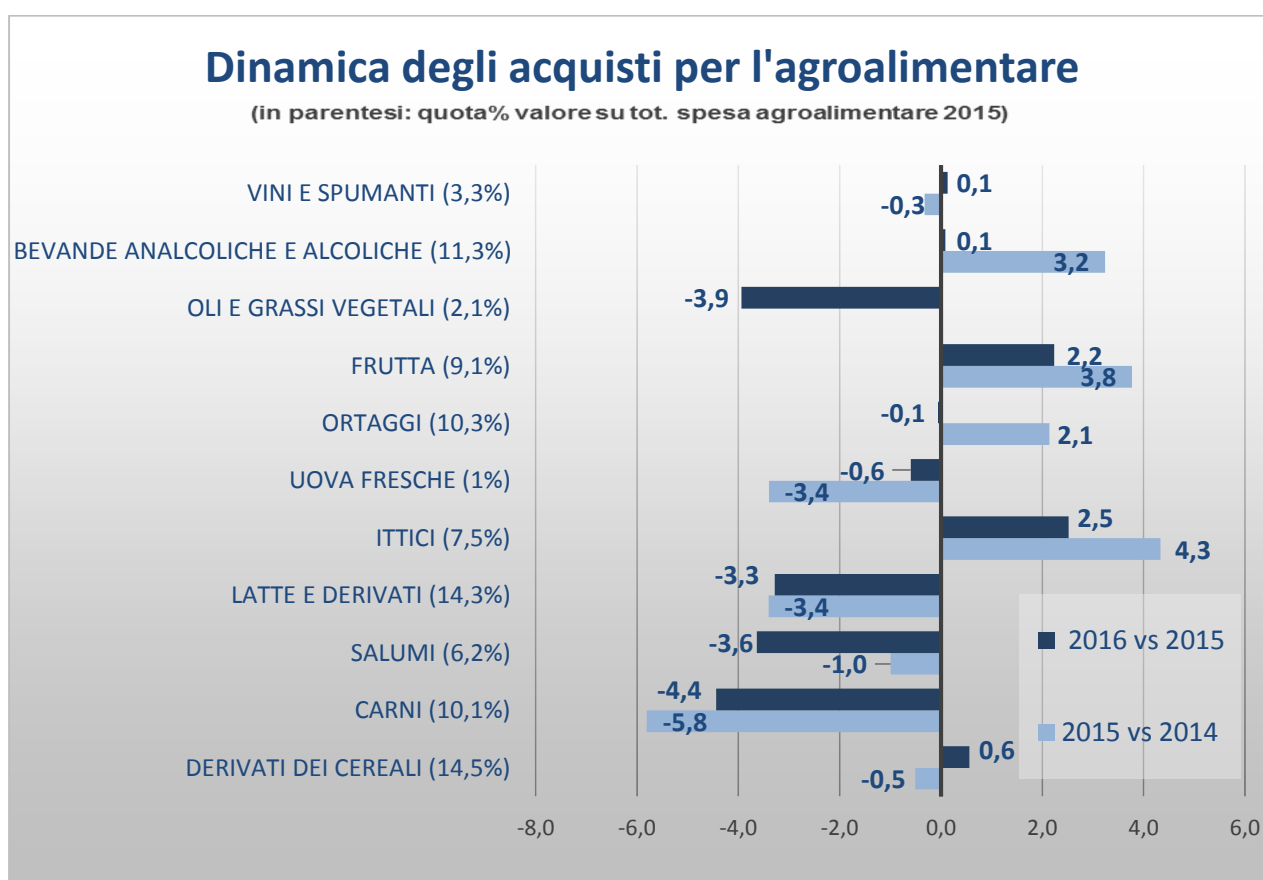
I *leitmotive* delle dinamiche all'interno dei singoli comparti continuano ad essere: la sobrietà negli acquisti, l'attenzione al risparmio e scelte merceologiche guidate per lo più da aspetti salutistici.

Gli acquisti sembrano sempre più legati alla consapevolezza dei consumatori, e questo riconosce sempre più importanza ai mezzi di comunicazione e ai messaggi che attraverso questi vengono veicolati.

Se una parte della società con reddito alto ricerca nel cibo elementi che garantiscano salubrità e che riflettano concetti e valori di eticità e rispetto per l'ambiente, un'altra parte della società –meno abbiente- si trova a fare tagli alla spesa alimentare, rinunciando spesso ad alimenti base della dieta mediterranea.

Nel 2015 si era registrato un lieve recupero della spesa per l'agroalimentare, ma i dati elaborati da Ismea sui risultati dei Panel Nielsen ("vendite presso la distribuzione" ed "acquisti delle famiglie"), evidenziano nel **2016** una nuova contrazione della spesa. La tendenza degli acquisti in valore rimane negativa per molti comparti di analisi, soprattutto, ancora una volta, per i prodotti proteici che rappresentano ad oggi un terzo della spesa totale per l'agroalimentare.

Una contrazione che non coinvolge, in questo caso, le bevande, che pesano sul totale della spesa per l'11,3% e che nel dato complessivo del 2016 si confermano pressoché stabili su base annua, con performance positive per birre e bevande alcoliche e con una flessione di oltre 3 punti percentuali per le bevande analcoliche.



Fonte: Ismea-Nielsen

Nello scenario dei prodotti alimentari, alcuni distinguo sono tuttavia doverosi, per le diverse e contrapposte tendenze seguite dai comparti del "fresco sfuso" rispetto a quelli del "confezionato".

In particolare, i **prodotti confezionati** (provvisi di codice EAN), con un'incidenza complessiva di quasi i due terzi (61%) sul carrello della spesa, hanno segnato nel 2016 una **dinamica positiva** con un recupero sui valori del 2015 del +1,8%, per il contributo soprattutto dei **derivati dei cereali** (+1,9% grazie soprattutto sostituti del pane,+5% e riso,+2,7%), **della frutta fresca confezionata** (+12%) e **dell'ittico surgelato** (+3,3%), segmenti in cui, il prodotto confezionato dotato di codice EAN, nel 2016 ha rappresentato rispettivamente il 76% il 42% ed il 74% del venduto.

Al contempo i **prodotti freschi**, venduti per lo più a "peso variabile" (senza Codice EAN), hanno segnato una evidente **flessione** della spesa, nell'ordine del **-4,8%** su base annua, alla quale hanno contribuito i forti cali di carne (-5,3%) formaggi (-6,3%) e salumi (-9,6%), per i quali il canale dello sfuso rappresenta, rispettivamente, l'89%, il 51% e il 56% del totale vendite.

Considerando complessivamente il segmento del confezionato e del fresco sfuso, nello specifico dei beni alimentari, tra i comparti che hanno riportato un trend positivo di crescita della spesa, nel 2016, si ravvisano solo i **prodotti ittici**, la **frutta** ed alcuni prodotti da scaffale quali: aceto, zucchero e dolcificanti, cioccolata ed altri snack.

In particolare, nel 2016 le famiglie italiane hanno dedicato ai **prodotti ittici** il 7,5% della loro spesa agroalimentare complessiva, (era il 7,2% nel 2015). L'aumento della spesa rispetto al 2015 è **del 2,5** dopo il +5% registrato nel 2015 rispetto al 2014.

Confermato il buon apprezzamento soprattutto per il pesce *fresco* (il più importante in termini economici: pesa da solo la metà dell'intero comparto e il 3,5% del totale spesa agroalimentare) per il quale la spesa **crece del 4,5%**; aumenta anche la spesa di conserve di pesce (+1,7%) e pesce congelato (+1,8%), che insieme rappresentano- (in termini di spesa) - quasi l'altra metà del comparto (45%); in flessione solo la spesa per i prodotti ittici affumicati ed essiccati (-3,5%).

Per quanto riguarda la spesa destinata alla **frutta**, si registra un aumento tendenziale del +2,2%, cui contribuiscono gli agrumi (+6,8%), e la frutta in guscio (+6,7%), prodotti per quali si è assistito ad aumento dei prezzi unitari. In lieve flessione la spesa per gli acquisti di succhi di frutta (-2,1%).

La spesa per **ortaggi**, invece, dopo la flessione del primo semestre (-1,8%), recupera e su riallinea ai valori del 2015 (-0,1%). In dettaglio, viene segnalata una flessione dei freschi (-1,6%) e dei **prodotti trasformati** (-0,8%), controbilanciata dalla maggiore spesa sostenuta per l'acquisto di patate (+6,5%). Nel 2015, l'aggregato, sospinto da una tendenza inflazionistica, aveva registrato a valori correnti una crescita del 2,1% (su base annua), cui però corrispondeva in volume una contrazione del 2,4%.

Le maggiori contrazioni, (spesso frutto delle ultime tendenze socio-culturali legate ad etica e salute), si registrano per i **prodotti carnei**, con una spesa in forte contrazione già nel 2015 e che prosegue nel 2016 pur assumendo caratteristiche di minore entità.

Più da vicino, la spesa destinata ai prodotti del settore ha registrato, nel 2016, una contrazione tendenziale complessiva del -4,4%, riguardando tutti i segmenti: la disaffezione dunque non riguarda più solo le carni rosse ma anche le bianche. Tale situazione appesantisce oltremodo il dato già negativo del 2015 (-5,7% rispetto al 2014) e porta ad un'erosione progressiva della quota di spesa destinata a questo comparto, passata nel 2016 al 10,1%(era dell'11,2% del 2014), con una riduzione.

In riferimento alle carni **suine**, il calo della spesa registrato nel 2016 su base annua risulta ancora importante, (del -6% in valore e quasi di 5 punti in volume) ma in rallentamento rispetto al 2015 (-8,8% in valore, rispetto al 2014).

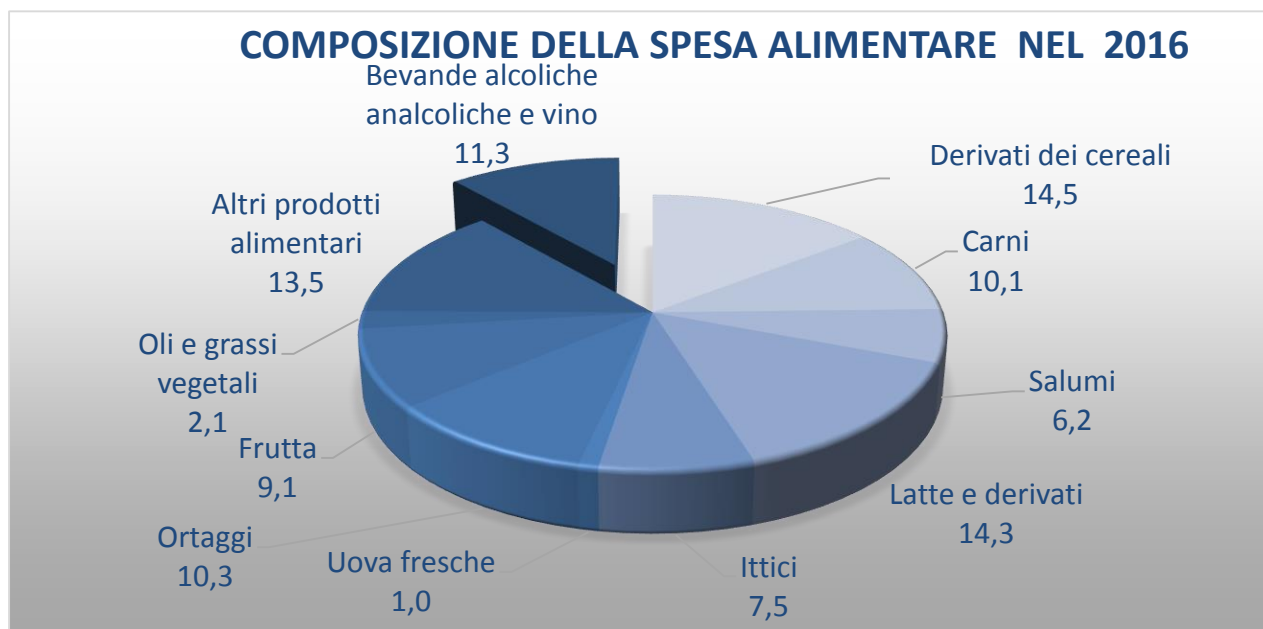
Anche per le carni **bovine** il confronto su base annua rimane negativo- di 3,3 punti percentuali - ma in netto miglioramento rispetto a quanto rilevato nel 2015, quando il segmento perdeva oltre 6 punti percentuali. Il calo della spesa per le carni **avicole**, (-5,1% sul livello del 2015) deriva dal peggioramento graduale osservato nel corso dell'anno, dovuto al ridimensionamento dei volumi (circa -3%) e dei prezzi medi unitari.

Per quanto riguarda i **salumi**, sempre nell'insieme dello sfuso e del confezionato, nel 2016 si registra una importante flessione della spesa (-3,6%), che aggrava il calo dell'1% del 2015. Le flessioni riguardano, seppur in diversa misura, tutti prodotti, ma in particolare gli *elaborati*, come i wurstel, che segnano, rispetto allo scorso anno, una flessione della spesa del 15%, con un'importante perdita di quote di mercato da ascrivere, oltre che ad una contrazione dei volumi venduti, anche ad una riduzione del prezzo medio unitario di vendita. La spesa sostenuta per i prosciutti crudi comuni, si contrae di 2,2 punti percentuali; quella per i salami di 3,7 punti percentuali.

Resta negativo, il bilancio del comparto **lattiero caseario**: alla flessione registrata nel 2015 (-3,4%), si aggiunge quella del -3,3% del 2016. Il comparto, cui viene destinato il 14,3% della spesa agroalimentare complessiva, continua a soffrire del trend negativo dei consumi di latte (che rappresentano circa un quinto del totale comparto) per i quali nel 2016 si registra una contrazione della spesa del 5,2%, che investe sia il segmento del fresco che quello dell'UHT. Anche la spesa per **formaggi**, sulla scia di quanto osservato nel 2015, mostra generalizzate flessioni (-3,3% nel complesso), che investono soprattutto i semiduri e i molli (rispettivamente -6,4% e -5,3%), mentre si attenua il trend negativo dei duri (-0,9%).

Il segmento degli yogurt, l'unico del comparto lattiero-caseario che fino a giugno non riportava una dinamica di spesa negativa, nell'ultimo frangente ha accusato ridimensionamenti di spesa che hanno portato il dato complessivo del 2016 in terreno negativo (-1,3% rispetto al 2015).

Per quanto riguarda la spesa per derivati dei **cereali** - segmento che rappresenta il 14,5% del totale spesa familiare per beni agroalimentari – dopo la lieve flessione registrata nel 2015 (-0,5% in valore, su base annua), nel 2016 si ravvisa un lievissimo recupero (+0,6%). Tale dinamica è la sintesi della flessione della spesa per *pasta secca* e *merendine* (rispettivamente -1,3% e -0,9%), dell'immutata spesa del segmento principale, *pane e sostituti*, e della crescita degli altri prodotti, quali i prodotti della prima colazione (+0,4%), il riso (con spesa in crescita del +2,7%), gli gnocchi (con spesa incrementata del 3,2%), la pasta fresca (+2,4%), le basi per pizza (+6%) e i dolci da ricorrenza (+4,8%),



Fonte: Ismea-Nielsen

Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale

Unità Operativa Studi e Analisi

Redazione a cura di: Paola Parmigiani

p.parmigiani@ismea.it