



# CONSUMI Alimentari

I consumi domestici delle famiglie italiane

Gennaio-Giugno 2014

numero 1/14

28 luglio 2014

## Ancora giù la spesa alimentare delle famiglie italiane: -1,2% nel 2014

I risultati delle elaborazioni dei dati del Panel famiglie Gfk-Eurisko relativi ai primi sei mesi del 2014 indicano una riduzione della spesa delle famiglie destinata ai consumi alimentari domestici pari all'1,2% (valori correnti) alla quale corrisponde una contrazione dei volumi leggermente superiore, -1,5% su base annua.

Dal lato della spesa, la flessione si rivela più pesante per il segmento dei generi alimentari (-1,3%), rispetto a quello delle bevande alcoliche e analcoliche (-0,6%); situazione invertita dal lato dei volumi, con un calo maggiore per le bevande (-2,1%) che per gli alimenti (-1,2%).

Il calo delle quantità superiore a quello della spesa va letto tenendo presente che nello stesso periodo di riferimento i prezzi al consumo hanno segnato una lieve crescita. Infatti, l'indice Istat dei prezzi al consumo (NIC) dei prodotti alimentari e delle bevande analcoliche relativo al primo semestre del 2014, calcolato sulla base dei dati mensili, sale dello 0,4% rispetto al valore del periodo corrispondente del 2013 (elaborazioni Ismea su dati Istat)

**Tab 1 - Dinamica degli acquisti domestici nazionali di prodotti agroalimentari - Variazioni e pesi %\***

Categoria, segmento, prodotto	Var. %		Var. %		Peso %
	2013/2012		Gen-Giu14/Gen-Giu13		2013
	Quantità	Valore	Quantità	Valore	Valore
<b>Carne e derivati della carne, di cui:</b>	<b>-2,0</b>	<b>-0,8</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,3</b>	<b>26,3</b>
Carne fresca	-2,2	-1,3	0,2	0,1	17,7
Derivati della carne	-1,0	0,5	1,6	-1,2	8,2
<b>Ortofrutta, di cui:</b>	<b>-1,7</b>	<b>-2,4</b>	<b>-1,6</b>	<b>-4,1</b>	<b>22,1</b>
Ortofrutta fresca	-2,0	-2,2	-1,6	-4,5	18,8
<i>Frutta e agrumi</i>	-2,5	-2,4	-0,8	-2,8	8,3
<i>Ortaggi, legumi e patate</i>	-1,6	-2,0	-2,3	-5,7	10,5
Ortofrutta trasformata	0,4	-3,6	-2,1	-2,3	3,3
<i>Frutta e agrumi</i>	-0,1	-3,0	1,1	2,0	0,3
<i>Ortaggi, legumi e patate</i>	0,5	-3,7	-2,3	-2,7	3,0
<b>Latte e derivati, di cui:</b>	<b>-1,4</b>	<b>-3,4</b>	<b>-5,0</b>	<b>-2,0</b>	<b>19,0</b>
Formaggi e latticini	0,6	-2,0	0,9	-1,4	12,8
Latte e altri derivati	-1,4	-6,2	-5,0	-3,2	6,2
<b>Derivati dei cereali, di cui:</b>	<b>0,4</b>	<b>-4,7</b>	<b>1,7</b>	<b>1,5</b>	<b>8,0</b>
Prodotti biscotteria e pasticceria	2,2	0,2	4,0	3,5	2,0
Pasta e gnocchi	-0,7	-8,2	-0,4	0,8	2,7
<b>Prodotti ittici, di cui:</b>	<b>-2,6</b>	<b>-12,7</b>	<b>1,0</b>	<b>0,1</b>	<b>6,6</b>
Freschi	-4,3	-19,3	0,4	-0,2	3,6
Trasformati	-0,2	-2,8	1,9	0,5	2,9
<b>Altri prodotti alimentari</b>	<b>1,0</b>	<b>-1,6</b>	<b>2,5</b>	<b>1,2</b>	<b>5,8</b>
Uova	6,6	5,7	-2,9	-3,9	1,3
Dolci	0,9	-3,4	2,6	2,5	4,5
<b>Oli e grassi vegetali, di cui:</b>	<b>-2,7</b>	<b>1,7</b>	<b>1,9</b>	<b>3,0</b>	<b>2,0</b>
Olio di oliva extravergine confezionato	-7,8	-5,6	2,3	3,6	0,8
<b>Totale generi alimentari</b>	<b>-1,4</b>	<b>-3,0</b>	<b>-1,2</b>	<b>-1,3</b>	<b>89,7</b>
<b>Bevande alcoliche e analcoliche</b>	<b>-0,6</b>	<b>-5,7</b>	<b>-2,1</b>	<b>-0,8</b>	<b>8,1</b>
Acque minerali	1,4	-4,2	-2,3	1,2	2,2
Vini	-6,1	3,6	-2,9	-0,1	2,1
<b>Totale bevande alcoliche e analcoliche</b>	<b>-0,9</b>	<b>-3,9</b>	<b>-2,1</b>	<b>-0,6</b>	<b>10,3</b>
<b>Totale agroalimentare</b>	<b>-1,2</b>	<b>-3,1</b>	<b>-1,5</b>	<b>-1,2</b>	<b>100,0</b>

\* Il peso % dei comparti e dei segmenti si riferisce al "totale agroalimentare".  
Fonte: ISMEA, Panel famiglie Gfk-Eurisko. Dati provvisori.

Dal confronto tra le varie categorie di prodotto emergono dinamiche diversificate.

Lieve segno negativo nella spesa delle carni e dei derivati (-0,3%) a fronte di una lieve crescita dei volumi (+0,5%). Questi risultati sono la sintesi di dinamiche differenti tra i segmenti che compongono la voce complessiva: le carni risultano per lo più stazionarie, mentre i derivati crescono in volume (+1,6%) e calano in valore (-1,2%). Scendendo più nel dettaglio, aumentano i consumi, in quantità e valore, di carne avicola, naturale ed elaborata, quelli di bovina naturale e di suina elaborata, mentre calano quelli di bovina elaborata e di suina naturale.

Nella macro categoria dell'ortofrutta si registra un calo della spesa superiore rispetto a quello delle quantità (-4,1% vs -1,6%) per lo più dovuto ad un rallentamento dei prezzi all'origine che ha interessato il segmento della frutta, ma soprattutto quello degli ortaggi freschi, che è stato trasmesso anche alla fase al dettaglio. I segni negativi della voce del segmento dei trasformati sono determinati dalla voce degli ortaggi (-2,3% in volume, -2,7% in valore): calano i consumi di conserve di pomodoro, di ortaggi surgelati, di prodotti di quarta gamma e di patate; al contrario crescono i consumi di frutta e agrumi trasformati.

Passando alla categoria del latte e derivati, terza in ordine di importanza, si registrano segni negativi, dovuti soprattutto ad una flessione dei consumi di latte e yogurt, che di formaggi e latticini. Nei primi sei mesi del 2014, infatti, si riduce la quantità di latte e altri derivati (-5%) a fronte di una riduzione della spesa più contenuta (-2%): calano latte fresco e a lunga conservazione; lo yogurt è per lo più fermo in volume, ma cala in valore. La voce dei formaggi e latticini segna una lieve crescita dei volumi dello 0,9% a fronte di un calo della spesa dell'1,4%. All'interno, però, le varie tipologie presentano dinamiche diversificate: crescono i duri ed i molli, calano i freschi, probabilmente a causa dell'avverso andamento climatico che non ne ha favorito i consumi. Per quanto riguarda i semiduri, tipologia che lo scorso anno aveva incontrato le preferenze dei consumatori grazie alla versatilità dell'uso e ai prezzi medi competitivi, nei primi sei mesi del 2014, a fronte di volumi per lo più stabili, si assiste ad una flessione della spesa.

Tra i derivati dei cereali si registra una crescita dei consumi, +1,7% in volume e +1,5% in valore, grazie al segmento dei prodotti di biscotteria e pasticceria (+4% in volume, +3,5% in valore); lieve cedimento dei volumi e lieve crescita della spesa nel segmento della pasta e gnocchi.

In crescita i volumi di prodotti ittici e ferma la spesa, dopo un 2013 particolarmente negativo soprattutto per il segmento del fresco. La crescita dei volumi è imputabile alla voce del trasformato (surgelati e conserve ittiche) che cresce dell'1,9%; la stabilità della spesa, invece, è sintesi di una crescita dello 0,5% del trasformato e di un appena accennato rallentamento del fresco (-0,2%).

Segni positivi nella categoria denominata "Altri prodotti alimentari", dove confluiscono uova e dolci, in ragione di una maggiore preferenza accordata dai consumatori ai dolciumi (+2,6% in volume, +2,5% in valore). Nel contempo calano notevolmente i consumi di uova (-2,9% in volume e -3,9% in valore), ma va precisato che il confronto viene fatto con un periodo in cui le uova avevano registrato consumi molto sostenuti, avendo beneficiato di un effetto sostituzione dei più costosi proteici (carne e pesce).

Va segnalata la ripresa dei consumi di olio extravergine di oliva confezionato, che dopo aver chiuso il 2013 con un -7,8% in quantità ed un -5,6% in valore, nei primi sei mesi del 2014 cresce in volume (+2,3%) e in valore (+3,6%).

In calo anche i consumi (spesa -0,8% e volumi -2,1%) di bevande, a causa essenzialmente dalla voce delle bevande analcoliche e dalle gassate; cala la spesa destinata dalle famiglie ai succhi di frutta, a fronte di una crescita degli acquisti; situazione opposta per le acque minerali. In controtendenza il segmento delle bevande alcoliche (amari e birre) che segna volumi e spesa in crescita.

Infine, inversioni di tendenza rispetto a quanto registrato a chiusura del 2013 anche per la spesa indirizzata dalle famiglie ai vini: dopo un 2013 positivo (+3,6%), il primo semestre del 2014 risulta per lo più stabile (-0,1%). Tale battuta di arresto è stata determinata da una flessione dei prezzi all'origine dei vini, in particolare IGT e comuni, avviatasi circa sei mesi fa e i cui effetti nella fase al dettaglio iniziano ad intravedersi adesso. I volumi risultano ancora in caduta (-2,9%), ma in modo più attenuato rispetto allo scorso anno (-6,1% nel 2013 su base annua).

---

**Direzione servizi di mercato e supporti tecnologici**

Responsabile di redazione: Giovanna Maria Ferrari

Redazione a cura di: Maria Nucera

e-mail: [g.ferrari@ismea.it](mailto:g.ferrari@ismea.it)