



CONSUMI ALIMENTARI

I consumi domestici delle famiglie italiane

Gennaio-dicembre 2019

numero 1/2020

Febbraio 2020

Sommario

Rallenta la ripresa dei consumi domestici nel secondo semestre 2019	1
Le dinamiche di spesa per comparto	4
I prezzi medi al consumo	9

Rallenta la ripresa dei consumi domestici nel secondo semestre 2019



Nel 2019 la spesa domestica cresce dello 0,4% su base annua trainata solo dalle bevande e dai prodotti confezionati

Nel 2019, la spesa delle famiglie italiane per prodotti alimentari è cresciuta dello **0,4%** rispetto al 2018.

I dati del Panel Ismea Nielsen hanno evidenziato un deciso rallentamento dei consumi delle famiglie nella seconda metà dell'anno, che ha ridimensionato lo slancio del primo semestre quando lo scontrino era cresciuto dell'1,1% su base tendenziale.

La stagnazione dei consumi alimentari in casa non è un più un fatto congiunturale; si tratta oramai di un fenomeno strutturale che riguarda il cambiamento dei modelli di consumo e degli stili di vita piuttosto che il livello di reddito disponibile. Modelli di acquisto più razionali in grado di contenere gli sprechi e l'incremento dei pasti "fuori casa" determinano la dinamica dei consumi domestici.

Si conferma una maggior disponibilità alla spesa per le **bevande (+1,7%)** piuttosto che per i **generi alimentari (+0,2%)**.

A fare da traino ancora i **prodotti a Largo Consumo Confezionato (LCC, +1,9%)** cui è dedicato sempre più spazio negli scaffali nella grande distribuzione, mentre per i prodotti freschi **sfusi** la spesa si continua a contrarre (**-3,1%**).

Tra i comparti solo carni, ittici e frutta mantengono più della metà dell'offerta in formato "sfuso", per le altre filiere il prodotto "confezionato" rappresenta circa i tre quarti dell'offerta.

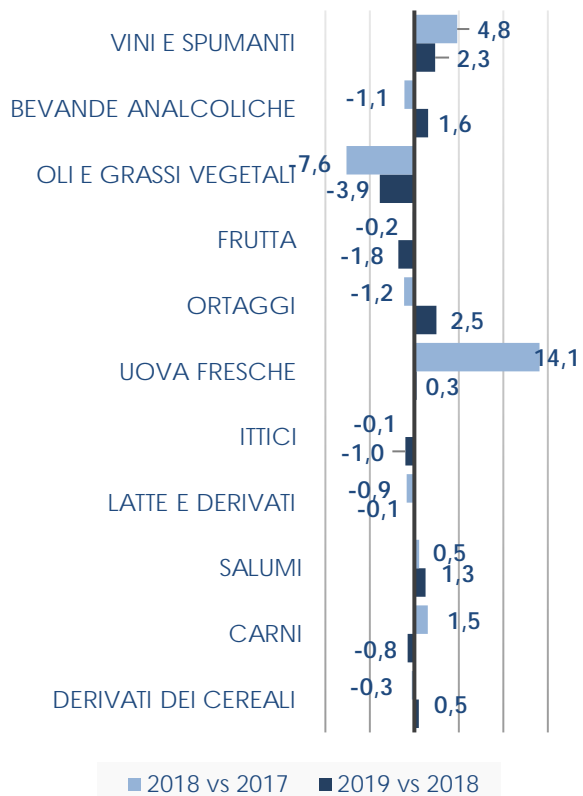
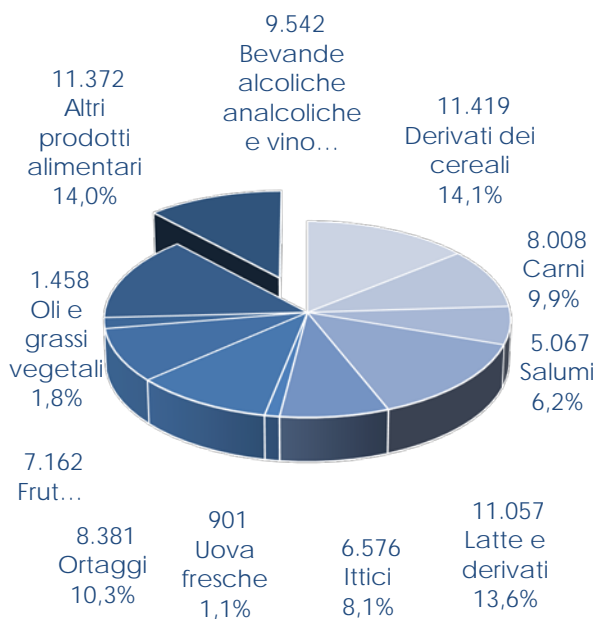
Dinamica della spesa per acquisti domestici di prodotti food confezionati e sfusi 2019/2018

	Var.% spesa 2019 vs 2018	Quote %		Var.% spesa 2019 vs 2018	
	totale	Totale su agroalimentare	di cui EAN	Prodotti EAN	Prodotti No EAN
Totale agroalimentare	0,4	100,0	70,2	1,9	-3,1
Generi alimentari	0,2	88,2	66,4	2,0	-3,0
Bevande alcoliche e analcoliche	1,7	11,8	98,5	1,9	-11,6

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen

La spesa per acquisti domestici di prodotti agroalimentari: valore, dinamiche e quote 2019/18

Composizione della spesa domestica 2019 - valore in milioni di euro e peso su totale spesa alimentare (81.078 milioni di euro)



Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Tra i format distributivi il più dinamico ancora il Discount che, al contrario degli altri, cresce grazie al segmento del fresco

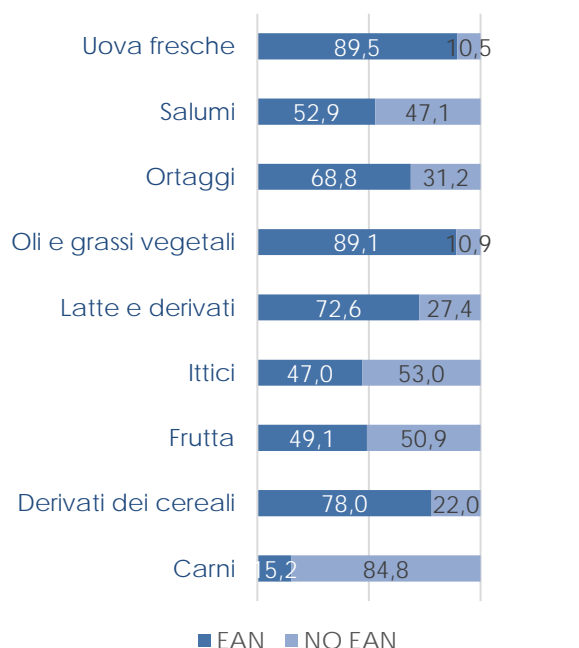
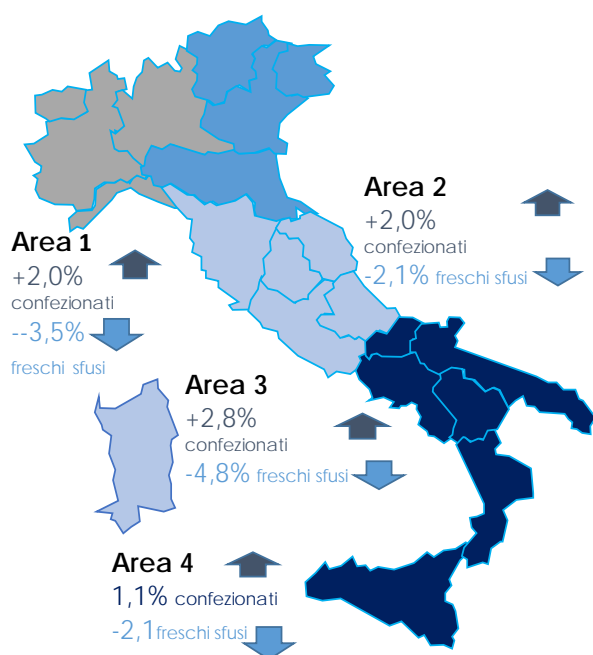
Gli atteggiamenti negli acquisti delle famiglie sono omogenei nelle quattro macroaree: ovunque il prodotto confezionato va a sostituire lo sfuso, con uno sbilanciamento più evidente nel Centro (Area 3) dove gli acquisti dei freschi perdono 4,8 punti percentuali compensati da un aumento dei confezionati del 2,8%.

Tra i canali di vendita della **Distribuzione Organizzata** si evidenzia una buona performance per i "super", attraverso cui passa il 38% della spesa domestica, con un incremento dei fatturati rispetto al 2018 del **2,3%**. Sempre dinamico anche il canale "discount" per il quale la crescita dei punti vendita (+168 pdv

nel 2019) e il più vasto assortimento di referenze, puntando all'ampliamento nel reparto del fresco che arriva a coprire il 46% delle vendite, hanno permesso ai fatturati di segnare un **+4,7%**, portando la quota di rappresentanza del canale al 28%.

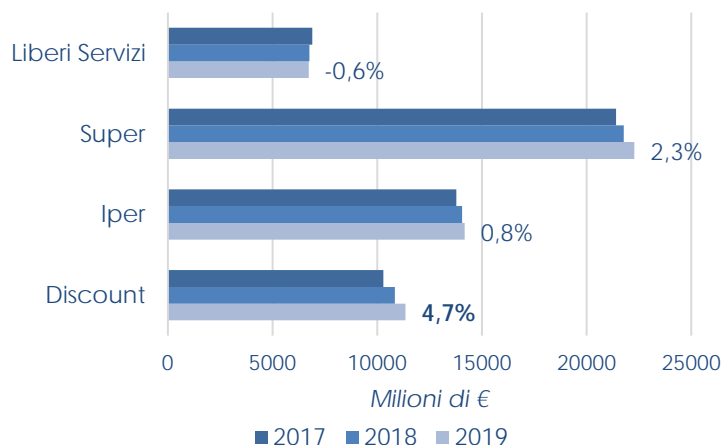
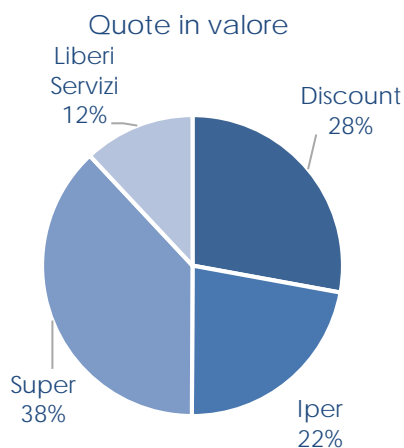
Negli acquisti "on line" l'alimentare si colloca ancora su livelli bassi e tali da non contribuire in maniera determinante all'evoluzione complessiva.

Le vendite dei prodotti confezionati e sfusi per macroaree geografiche trend 2019/18 e quote



Fonte: Ismea Nielsen Consumer Panel- Nielsen Market Track

I canali di vendita - Valore e trend 2019/18 per prodotti LCC-food nella Distribuzione Moderna



Fonte: Ismea-Nielsen Market track

Le dinamiche di spesa per comparto

La spesa per le bevande

Sempre più bevande nel carrello

A trainare l'aumento della spesa delle famiglie italiane, nel 2019, è in gran parte il segmento delle bevande, per il quale l'incremento degli esborsi segna un +1,7% rispetto allo scorso anno.

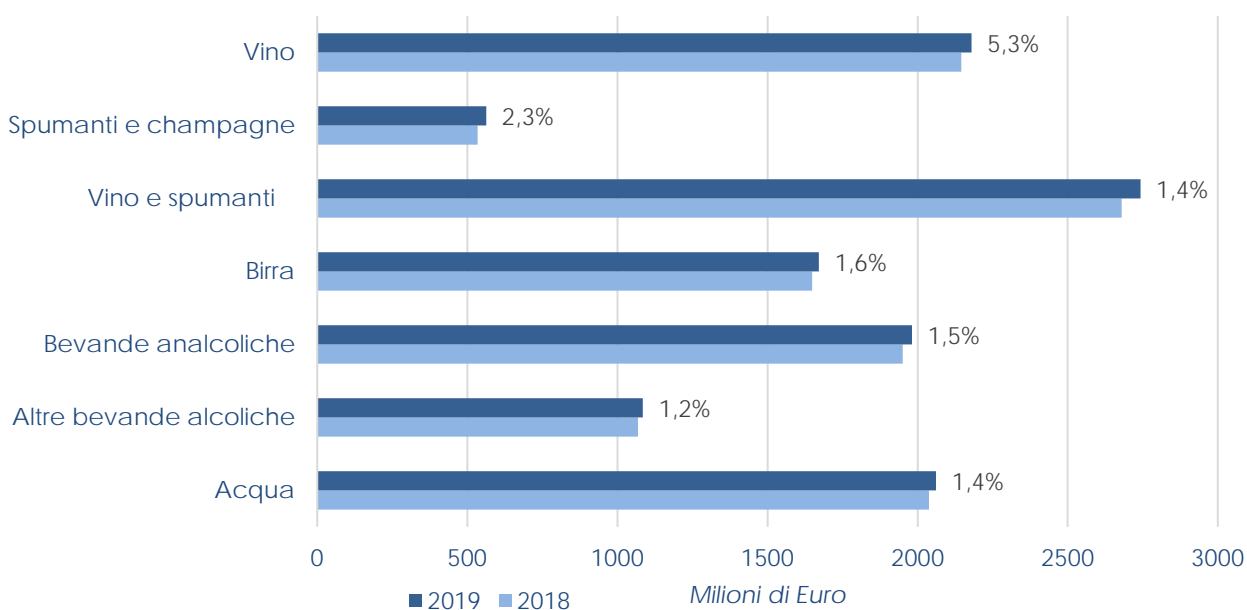
Particolarmente dinamici gli **spumanti**: dopo il +5,5% del 2018 sul 2017, un nuovo avanzamento del +5,3% nel 2019 sul 2018. Insieme alle bollicine continuano a crescere i consumi delle altre bevande afferenti alla categoria degli **aperitivi** (+10% in volume e valore), comprese le birre che, seppur con una dinamica smorzata rispetto ai due anni precedenti, continuano a veder incrementati i volumi e i valori (+0,8% e +1,6%). Sempre tra le bevande, trend positivo per le vendite di **prodotti "energetici"** (+8% i volumi e +7% la spesa) per un valore, nella sola Distribuzione Moderna, di quasi 147 milioni di euro.

In crescita la spesa per i **vini** (+1,6%) con la conferma del trend positivo per i DOP e gli IGP e una flessione di volume e di prezzi unitari per il prodotto da tavola.

Infine, si conferma la crescita dei consumi di **acqua** in bottiglia (+1,2% la spesa rispetto al 2018), per l'acquisto della quale sono stati spesi **oltre due miliardi di euro**.

Dai dati della grande distribuzione emerge che nel 2019 l'acqua ha rappresentato il 77% del volume e il 30% del fatturato dell'intero comparto bevande (esclusi i vini). Il 73% dell'acqua venduta è naturale, il 13% effervescente naturale e la quota restante è gassata. **Il 99,7% delle confezioni è in plastica**. Il segmento acqua in 10 anni è cresciuto in volume del 131% mentre i prezzi tendono sempre più a contrarsi: in termini di spesa l'incremento in 10 anni è solo del 18% a evidenziare come sul segmento si sia scatenata una guerra di prezzo tra i vari competitori.

Le bevande – Spesa in valore e trend 2019/18



Fonte: Ismea-Nielsen Market track

I prodotti proteici di origine animale

Di nuovo debole il mercato delle carni, solo i salumi in crescita

Il comparto dei proteici di origine animale continua a essere quello su cui il consumatore sembra mostrare più incertezze. La speranza degli operatori è che si concretizzi la stessa dinamica che ha interessato il vino nell'ultimo decennio, ossia che, acquisita un'adeguata consapevolezza su alcune caratteristiche del prodotto, si scelga poi di consumarne meno ma di migliore qualità.

Tornano ad arretrare i consumi di **carni fresche**, per le quali la spesa complessiva si riduce dello 0,8% rispetto all'analogo periodo del 2018 con contrazioni anche più importanti nei volumi.

Di diversa entità le dinamiche negative per le varie tipologie, tutte comunque **acomunate da un aumento dei valori unitari e da una contrazione dei volumi acquistati**.

In particolare, per le **carni bovine** fresche dopo l'accenno di ripresa del 2017-18 si rileva a fine 2019 una nuova contrazione dei volumi acquistati (quasi 2 punti percentuali).

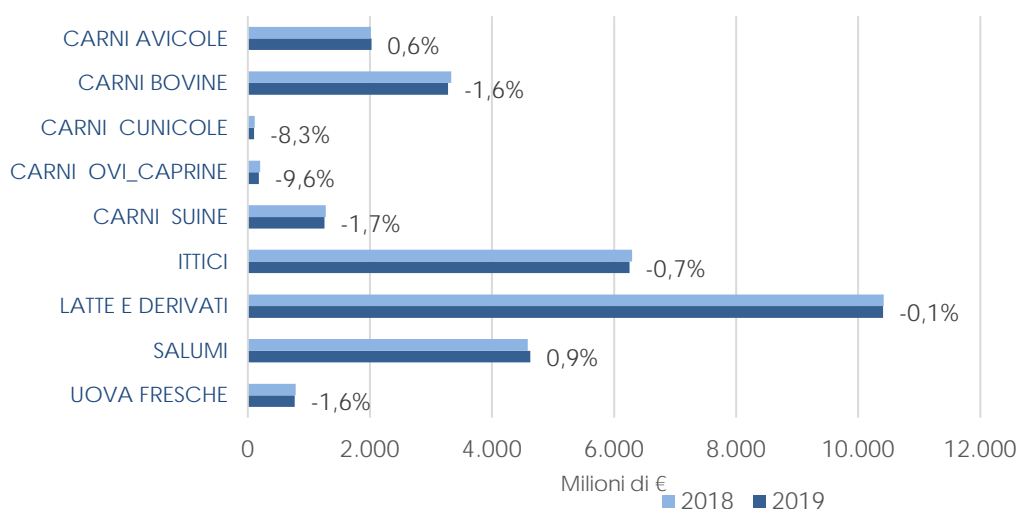
Per le **carni avicole** fresche gli acquisti, su base annua, risultano solo in lieve contrazione (-1%), ma la spesa è superiore dello 0,6%. Bene gli elaborati e i prodotti a valore aggiunto (+10% in volume), scarso l'interesse per il tacchino (-7,7% i volumi) rispetto al pollo per il quale invece i volumi restano in tenuta.

Per le **carni suine** acquisti ridotti di oltre 4 punti percentuali rispetto al 2018 con una minore contrazione di spesa (-1,7%) per l'aumento dei prezzi medi, in questo caso favoriti dalle dinamiche positive del mercato europeo, sul quale impatta la maggiore domanda cinese a seguito del diffondersi della peste suina in Cina che ha portato a una carenza di offerta sul mercato europeo e nazionale.

Per le "carni minori" (**ovine e cunicole**) continua il trend flessivo della domanda con riduzioni delle vendite in volume pari rispettivamente a -11% e -15%; entrambi sono ormai considerati prodotti di nicchia pertanto nella maggior parte dei casi vengono offerti in minor quantità prevalentemente di origine nazionale e a prezzi più elevati.

Cresce invece la spesa per i **salumi** (+1,3%), che più degli altri proteici si adattano ai nuovi trend di consumo: sono infatti in grado di esser raggiungibili da tutte le tasche, hanno funzione aggregante negli spuntini fuori pasto (i taglieri accompagnano sempre più spesso gli aperitivi), si adattano bene al consumo fuori casa e non richiedono tempi di preparazione.

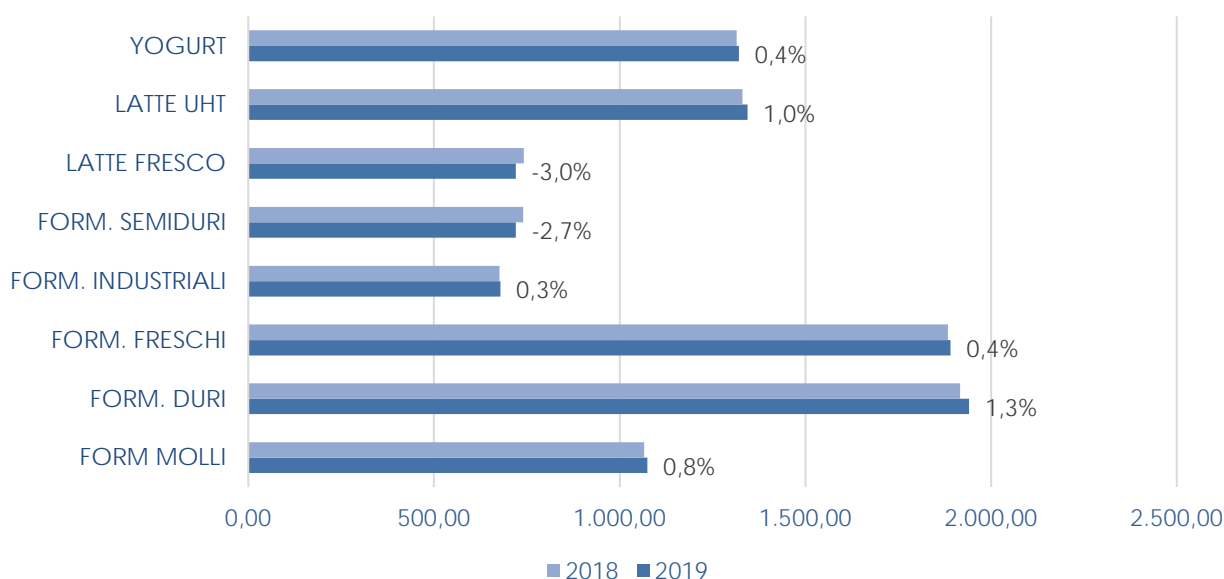
I prodotti proteici di origine animale – Spesa in valore e trend 2019/18



Fonte: Ismea-Nielsen Consumer Panel

Nel comparto dei **lattiero-caseari** il bilancio della spesa rispetto al 2018 si conferma stabile dopo un lungo periodo negativo. In positivo i **formaggi duri** per i quali cresce dell'1,6% la spesa, grazie a prezzi più sostenuti e minori pressioni promozionali; stabili i molli e i freschi; in leggero arretramento i semiduri. Sempre in arretramento gli acquisti di **latte fresco**, con una contrazione della spesa nel 2019 di 2,5 punti percentuali; in tenuta le vendite per il latte UHT.

I prodotti lattiero-caseari – Spesa in valore e trend 2019/18



Fonte: Ismea-Nielsen Consumer Panel

I prodotti ortofrutticoli

Anomalo andamento climatico impatta su produzioni e prezzi dell'ortofrutta favorendo i consumi di prodotti surgelati e lavorati

Tra i comparti che più di altri hanno mostrato dinamicità positiva della spesa nel 2019 c'è quello degli ortaggi, il cui trend è stato sostenuto non tanto dai maggiori volumi consumati quanto dai prezzi sensibilmente superiori a quelli dell'anno precedente.

Tra i segmenti che hanno fatto segnare mutamenti più rilevanti si distingue quello delle patate contrassegnato da una campagna di raccolti piuttosto scarsi e conseguente incremento dei prezzi di vendita, tanto da determinare un incremento dell'8% della spesa complessiva pur a fronte di una contrazione del 6% dei volumi acquistati.

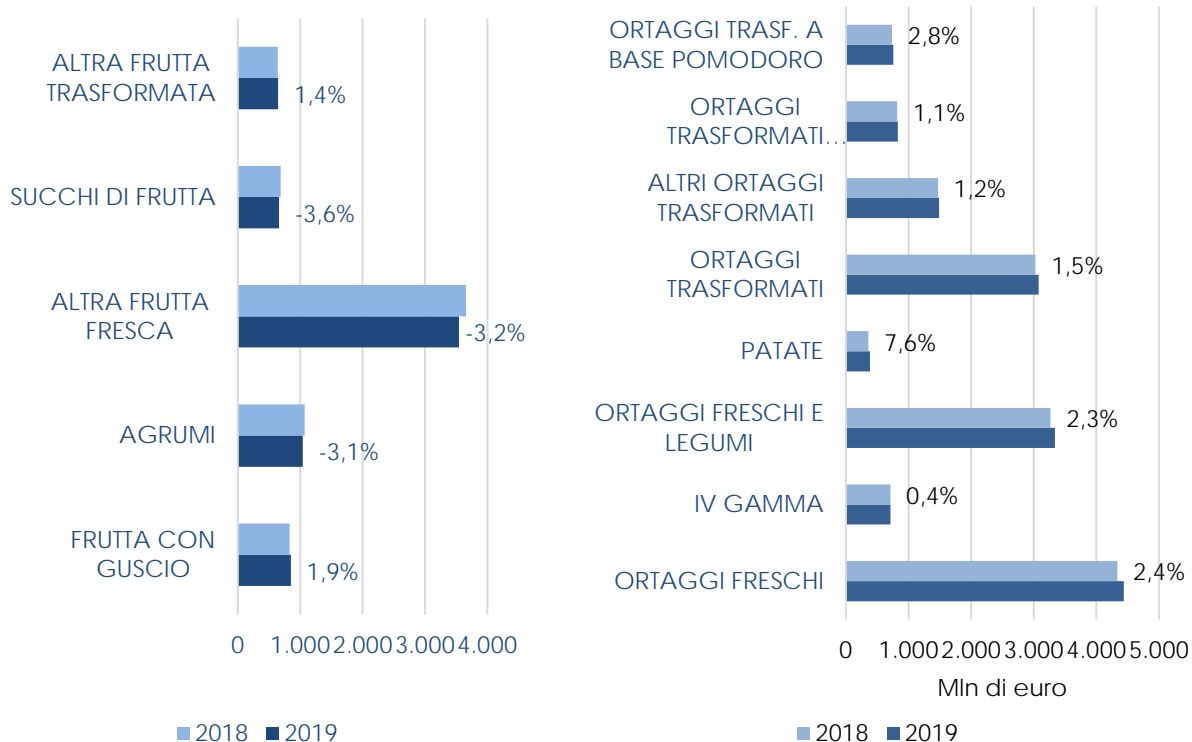
Non mancano comunque i segmenti in cui si è registrato anche un incremento dei volumi acquistati: gli ortaggi di IV° gamma (+2% i volumi) e i prodotti surgelati, che confermano l'apprezzamento dei consumatori in sostituzione del prodotto "tal quale" fresco, che oltre alla alta deperibilità e ai maggiori tempi di preparazione ha mostrato in alcune fasi dell'anno anche prezzi elevati. Fagiolini, cetrioli, pomodori, melanzane e zucchine hanno fatto registrare infatti nell'arco dell'ultimo trimestre dell'anno incrementi a due cifre dei prezzi medi (su base annua).

Dinamica inversa per la frutta fresca, reduce da una campagna estiva pesante, dove i listini hanno perso oltre 9 punti percentuali. Nel complesso, i volumi esitati si sono contratti di 1,3 punti percentuali, pertanto ne risulta in contrazione anche la spesa. Dinamiche negative per agrumi che seppur abbiano

mostrato una ripresa a fine anno dopo un esordio in salita, non hanno riportato i volumi e la spesa sui livelli precedenti (-4% i volumi a consuntivo). È rimasta in terreno positivo solo la frutta secca a guscio, per la quale si registra un incremento in volume di oltre 5,5 punti percentuali, con una spesa che sfiora ormai gli 850 milioni di euro.

Nel segmento della frutta trasformata dinamiche contrapposte: in aumento gli acquisti di conserve e in flessione i succhi (rispettivamente +1,4% e -3,6% la spesa).

I prodotti ortofrutticoli – Spesa in valore e trend 2019/18



Fonte: Ismea Nielsen (Consumer Panel)

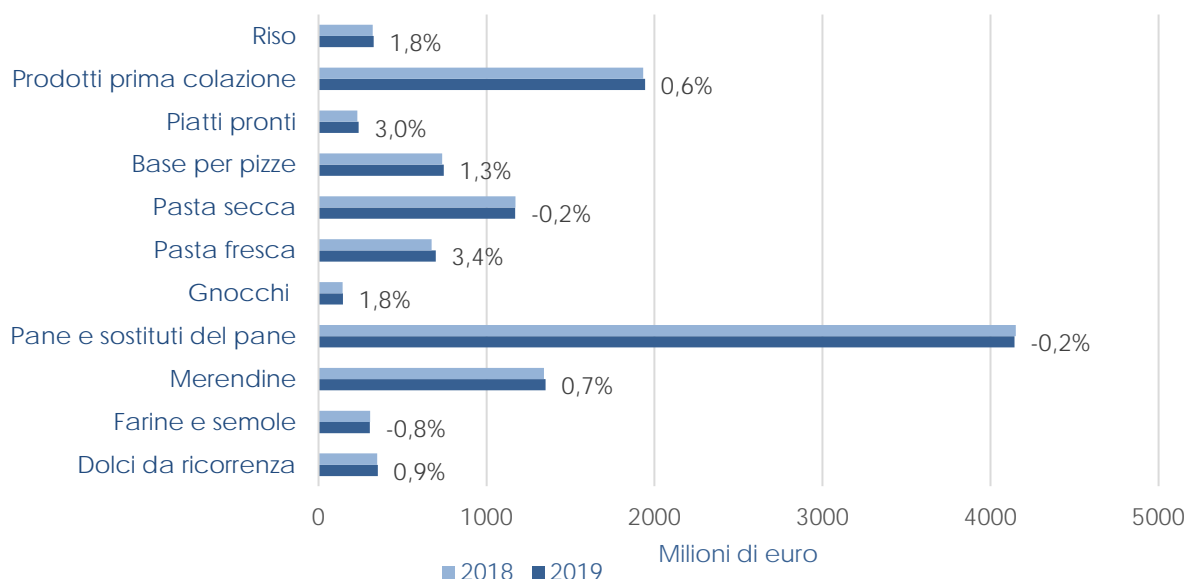
I derivati dei cereali

Tra i cereali, fermi pane e pasta, in leggera crescita i prodotti a contenuto servizio e quelli con ingredienti più salutistici

Dopo il -0,3% del 2018 sul 2017, torna in terreno positivo il comparto dei **derivati dei cereali**, con una spesa complessiva che supera di 0,5 punti percentuali i valori del 2018.

Il valore del segmento supera gli 11 miliardi di euro ed è rappresentato in massima parte dal pane e dai suoi sostituti; il pane fresco sfuso, fra i quali emerge la buona performance dei crackers integrali (10% la spesa e +6% i volumi). Positivi in termini di spesa i trend dei "piatti pronti" e della "pasta fresca", mentre continuano a contrarsi i volumi per la pasta di semola secca. In buona tenuta i prodotti per la prima colazione per i quali crescono dello 0,6% sia i volumi che la spesa.

I derivati dei cereali - Spesa in valore e trend 2019/18

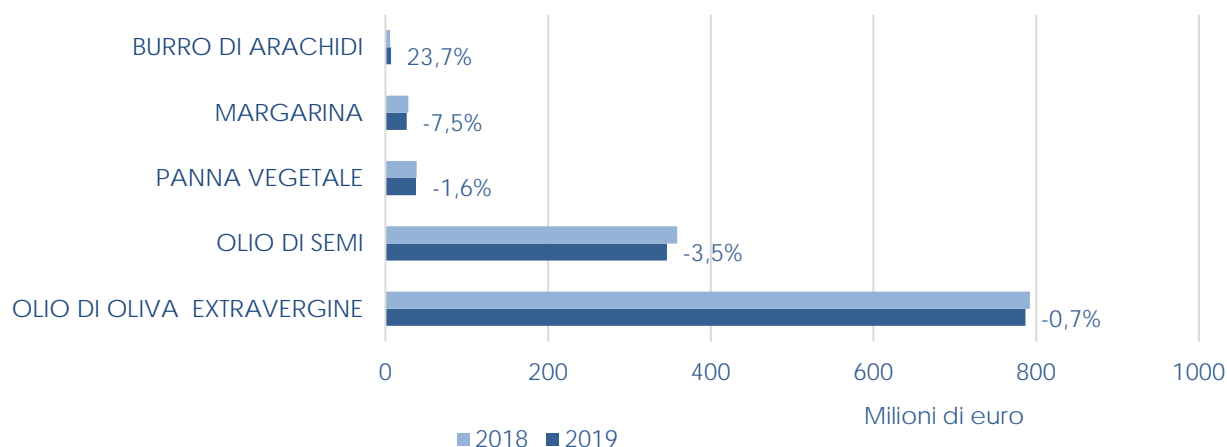


Fonte: Ismea Nielsen Market track

Più olio e.v.o. nel carrello, ma a sostenere gli acquisti è il prezzo ribassato nella gdo

Infine, si conferma per il comparto "oli e grassi vegetali" una contrazione della spesa del 3,9% (dopo un 2018 chiuso a -7,6%). Il comparto è rappresentato per il 65% dall'**olio EVO**, prodotto che, a seguito di una campagna produttiva tra le peggiori in termini di volumi raccolti, ha visto una contrazione delle vendite presso i "**canali di vendita diretta**" (olio locale di alto valore unitario) che ha spinto di contro le vendite presso la Distribuzione Moderna, dove sugli scaffali il prodotto industriale è stato ceduto a prezzi unitari estremamente bassi, concorrenziali addirittura all'olio di semi; è così che a fronte di un aumento dei volumi venduti presso la GDO (+6,4%) la spesa complessiva è risultata in flessione rispetto al precedente anno.

I grassi e gli olii vegetali - Spesa in valore e trend 2019/18



Fonte: Ismea Nielsen Market track

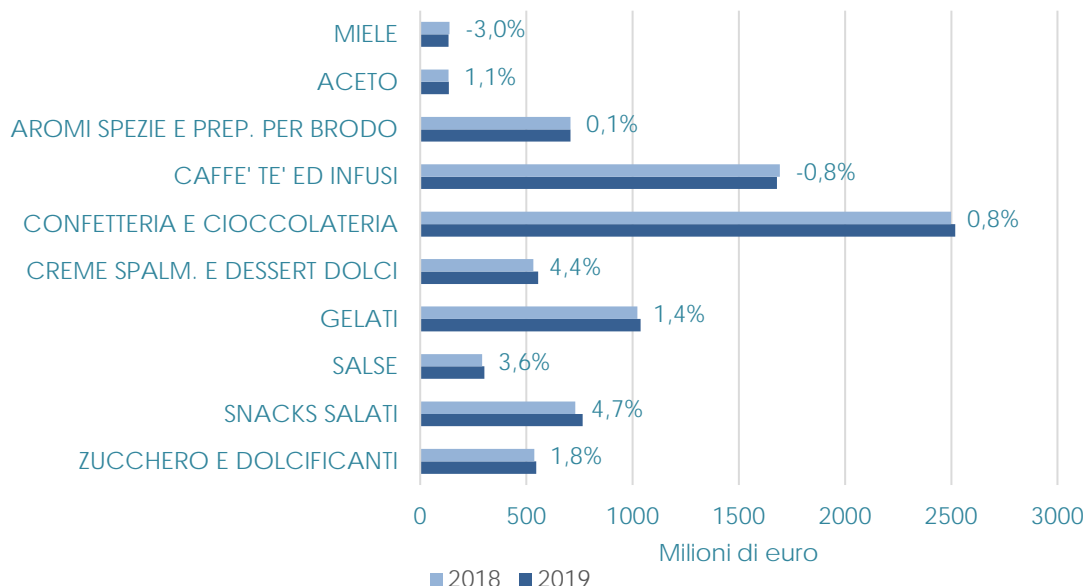
Salute, tempo libero e gratificazione i

Nella tabella successiva si riportano i trend degli acquisti per alcuni prodotti confezionati; le tendenze positive riflettono una situazione in cui oltre alla ricerca di

driver della spesa 2019

salute e di maggiore tempo libero da potersi dedicare, il consumatore cerchi anche momenti di "trasgressione e appagamento" derivanti da cibi non utili ai fini dell'alimentazione, ma gratificanti: cresce la spesa per la cioccolateria con fatturati superiori ai 2 miliardi di euro, come cresce il consumo di salse, snack salati e creme dolci spalmabili.

Gli altri prodotti – Spesa in valore e trend 2019/18



Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen Market Track

I prezzi medi al consumo nel IV° trimestre 2019

	Udm	Prezzo medio (€/Udm)			var. % sullo stesso mese dell'anno precedente		
		ott	nov	dic	ott	nov	dic
Derivati dei cereali							
Pane sfuso	kg	3,31	3,35	3,36	0,2	1,8	1,8
*Pasta di semola	kg	1,33	1,37	1,33	2,6	2,4	0,9
*Riso	kg	1,95	1,97	1,72	3,7	3,5	-8,7
Olio							
*Olio extravergine	l	4,7	4,8	4,7	-7,4	-4,2	-5,7
Vino							
*Vino comune da tavola	l	1,57	1,56	1,54	-5,6	-6,3	-6,7
Animali e carni							
Petto di pollo	kg	8,19	8,47	8,24	3,0	4,9	0,0
Fesa di tacchino	kg	9,32	10,06	9,73	1,8	14,1	4,0
Bistecca di bovino adulto	kg	12,84	13,07	12,94	0,6	-0,6	2,5
Coniglio intero	kg	6,83	7,12	7,53	2,4	9,1	7,8
Braciola di maiale	kg	6,79	6,89	6,70	3,4	5,1	3,2
Latte e derivati							
*Latte fresco Alta qualità	l	1,43	1,44	1,44	-3,4	-2,6	-2,6
*Burro	kg	9,15	9,23	8,75	-3,4	-3,8	-7,0

Parmigiano Reggiano sfuso	kg	16,48	16,60	16,23	9,2	11,3	10,2
Grana padano sfuso	kg	10,98	10,92	10,99	14,0	12,4	15,1
Uova							
a terra	1 pezzo	0,22	0,23	0,22	-6,6	-7,9	-6,0
bio	1 pezzo	0,37	0,37	0,37	-2,1	-1,5	0,0
Ortaggi							
Carote	kg	1,25	1,29	1,25	-3,5	-1,8	0,0
Cipolle	kg	1,70	1,63	1,62	6,2	6,9	7,6
Fagiolini	kg	2,96	2,83	2,64	29,9	7,7	6,0
Lattughe	kg	1,67	1,70	1,69	3,9	-1,3	-6,9
Melanzane	kg	1,41	1,32	1,31	19,7	1,5	-2,2
Patate comuni	kg	1,12	1,10	1,06	13,4	13,7	9,4
Peperoni	kg	1,98	1,91	1,84	19,0	14,2	5,4
Pomodori	kg	1,93	1,91	2,18	15,3	9,6	0,3
Zucchine	kg	1,46	1,40	1,51	13,9	-1,3	-0,1
Frutta fresca							
Angurie	kg	0,82	0,83	0,77	-1,3	3,5	-4,5
Limoni	kg	2,42	2,48	2,46	-14,3	-15,8	-14,6
Meloni	kg	1,28	1,08	0,98	15,8	-1,6	-5,8
Pere	kg	1,95	1,90	1,94	2,0	5,2	11,6
Pesche	kg	1,66	1,59	1,58	-3,0	-5,0	-12,9
Uva	kg	2,40	2,08	2,04	14,7	5,8	6,6

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen Consumer Panel, eccetto i prodotti segnati con *, che sono elaborazioni Ismea su dati Nielsen Market track

Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale
 Responsabile di redazione: [Antonella Finizia](#)
 Redazione a cura di: [Paola Parmigiani](#)
www.ismea.it - www.ismeamercati.it