



CONSUMI ALIMENTARI

I consumi domestici delle famiglie italiane

Gennaio-settembre 2019

numero 5/2019

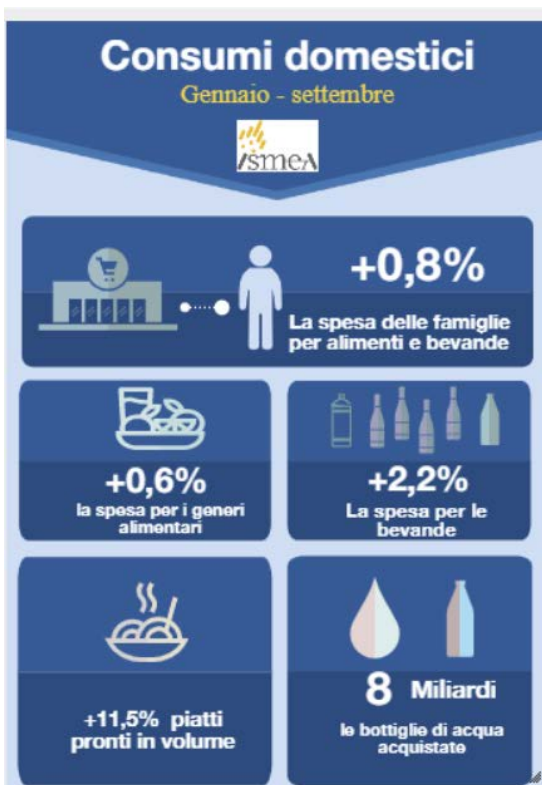
Novembre 2019

Sommario

Rallenta la ripresa dei consumi domestici nel terzo trimestre 2019	1
<i>Aumenta la spesa rispetto al 2018 ma non i volumi</i>	1
<i>Le dinamiche di spesa per comparto</i>	2
<i>I prezzi medi al consumo nel terzo trimestre 2019</i>	7

Rallenta la ripresa dei consumi domestici nel terzo trimestre 2019

Aumenta la spesa rispetto al 2018 ma non i volumi



Nei primi nove mesi 2019, **la spesa delle famiglie italiane** per prodotti agroalimentari è stata in aumento dello **0,8%** rispetto allo stesso periodo del 2018.

Dopo un 2018 iniziato bene e chiuso con un deciso rallentamento del trend di crescita, il 2019 sembra replicarne la tendenza.

I dati sui consumi delle famiglie del Panel Ismea Nielsen evidenziano infatti dopo la crescita dell'1,1% dello scontrino nel primo semestre, segnali di rallentamento nel terzo trimestre che ridimensionano lo slancio.

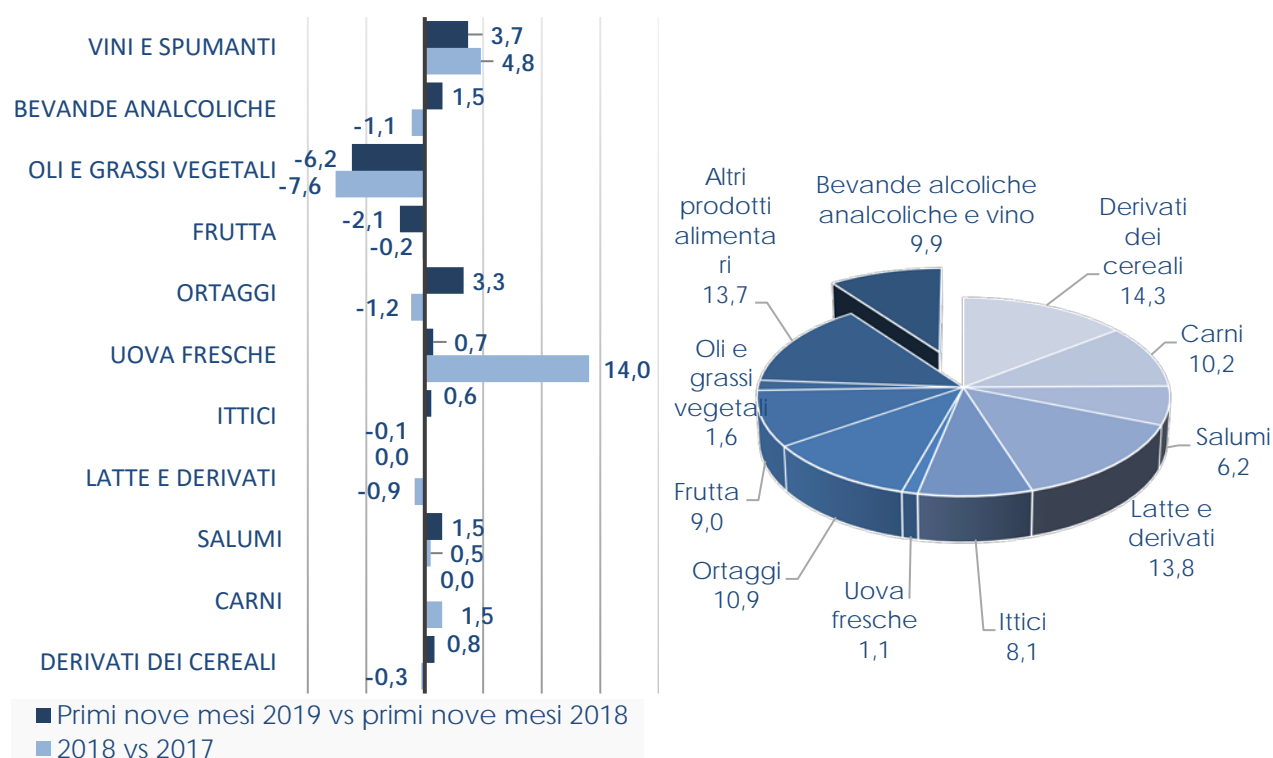
L'incremento è da ascrivere quasi esclusivamente all'**aumento dei prezzi** (confermato dal +0,7% dell'indice dei prezzi al consumo NIC dell'Istat a settembre su base annua); per quasi tutti i comparti infatti si rileva una stabilità, spesso su fondo cedente, dei volumi acquistati.

Si conferma una maggior disponibilità alla spesa per le **bevande (+2,2%)** piuttosto che per i **generi alimentari (+0,6%)**. A fare da traino ancora i prodotti a largo consumo confezionato (LCC, +2,2%) mentre per i prodotti sfusi la spesa si è contratta (-2,5%).

Dinamica e quote della spesa per acquisti domestici di prodotti agroalimentari

Gennaio-settembre 2019/Gennaio-settembre 2018 -

Composizione del carrello in termini di spesa



Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Dinamica della spesa per acquisti domestici di bevande

Gennaio-settembre 2019/Gennaio-settembre 2018

	Var% Valore 2018 vs 2017	Var% Valore Gennaio-settembre 2019 vs gennaio- settembre 2018	Quota % su tot. Agroalimentare 2019
Totale agroalimentare	0,3	0,8	100
Generi alimentari	0,1	0,6	88,1
Bevande analcoliche e alcoliche	1,9	2,2	11,9
Acqua	0,7	1,4	2,7
Bevande analcoliche	-1,1	1,5	2,6
Bevande alcoliche	1,5	2,8	1,3
Vini e spumanti	4,8	3,7	3,2
Birra	2,9	1,5	2,2

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Le dinamiche di spesa per comparto

Le bevande

Malgrado il gran parlare della riduzione del consumo di plastica e le intenzioni di riduzione dell'uso di plastiche dichiarate dai consumatori, nei primi nove mesi dell'anno si evidenzia un ulteriore incremento delle vendite di acqua minerale (+0,9% in volume e +1,4% in spesa): quasi **8 miliardi i litri acquistati**, per un peso pari al 2,7% sullo scontrino annuo del consumatore.

Sempre tra le bevande, in crescita le vendite di **prodotti “energetici”** (+7% i volumi e +6% la spesa) per un valore, nella sola Distribuzione Moderna, di oltre 121 milioni di euro in nove mesi.

Crescono anche i segmenti “edonistici”, legati al piacere più che alla salute, quali **aperitivi** (+4,4% in volume e +6,8% in valore), birre (+1,1% i volumi e +1,8 la spesa) e vini e spumanti, per i quali gli acquisti continuano ad aumentare in termini di spesa. Nei primi nove mesi del 2019, l'incremento complessivo della spesa in vini e spumanti del 3,7% è sostenuto dall'aumento degli acquisti di spumanti (+10,6 in valore e +13% in volume), di vini **Doc** (+5% in valore +3% in volume) e **Igt** (+3,2% e +3,9%) che fanno segnare una crescita dopo la flessione registrata nel 2018 del 5% in volume, mentre perde posizioni il vino comune (-1% i volumi), per il quale, malgrado i prezzi in flessione, i volumi continuano a scendere.

I prodotti proteici di origine animale

Nel comparto dei proteici di origine animale, si arresta il recupero dei consumi di **carni fresche**, per le quali la spesa complessiva risulta invariata rispetto all'analogo periodo del 2018. Differenti le dinamiche per le tipologie; nei primi nove mesi del 2019 per tutte le carni si rileva un aumento dei prezzi unitari, ma i volumi sono in leggera contrazione per tutte le categorie. In particolare, per le **carni avicole** fresche gli acquisti, su base annua, risultano in lieve contrazione (-0,6%), ma la spesa sostenuta è superiore dell'1%.

Per le **carni bovine** fresche a fronte di un lieve incremento della spesa (+0,4%) si rileva una contrazione dei volumi dello 0,8%; si conferma la buona performance degli **“hamburger di scottona italiana”** per i quali la domanda è in costante aumento, i volumi acquistati nel 2019 sono di un terzo superiori a quelli del 2018 (+32%) anche a fronte di prezzi in ascesa che hanno toccato punte massime di oltre 22 €/Kg, guadagnando spesso in scaffale posizioni riservate a prodotti “premiumness”, con formati speciali, packaging ricercato e nobilitazione di tutte le fasi che precedono la vendita, compresa la frollatura.

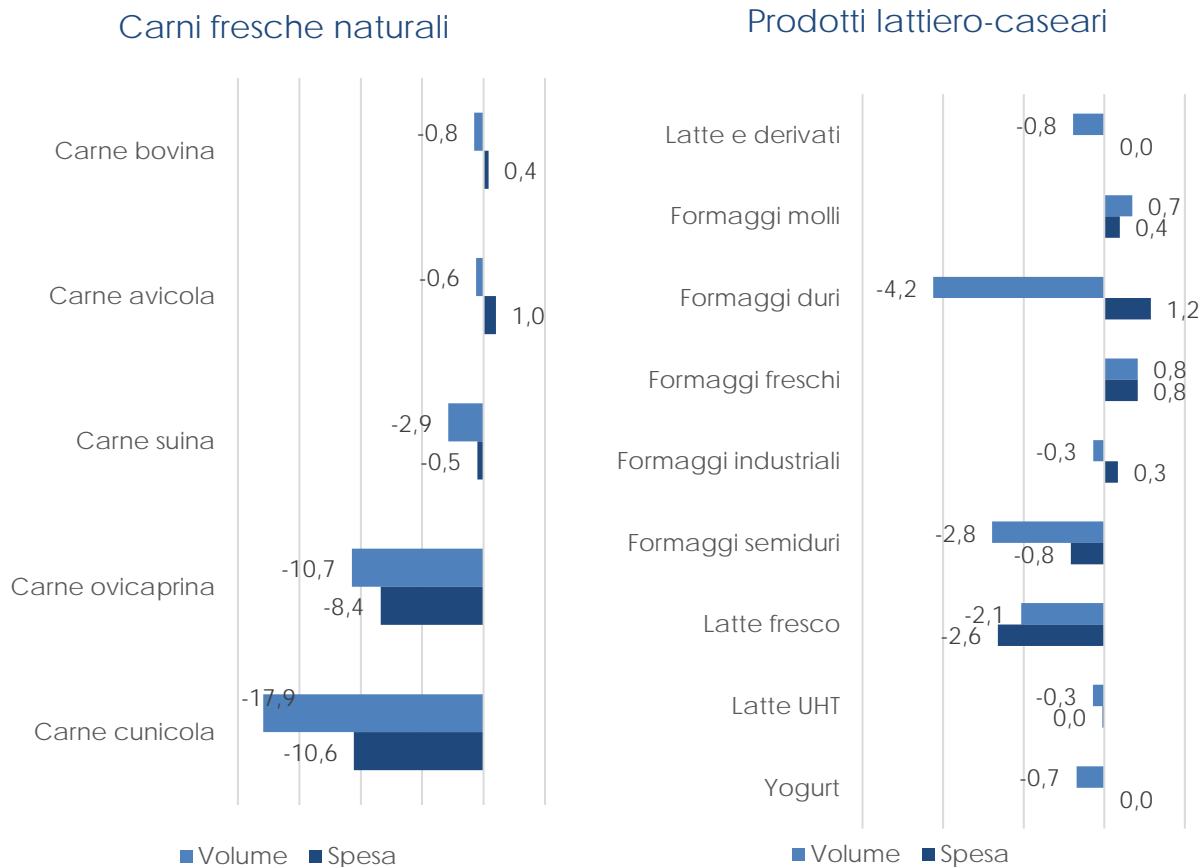
Per le **carni suine** acquisti ridotti di quasi 3 punti percentuali rispetto al 2018 con una minore contrazione di spesa (-0,5%) per l'aumento dei prezzi medi, la cui crescita è stata favorita dalle dinamiche positive del mercato europeo dei suini vivi, sul quale impatta la maggiore domanda cinese (non più autosufficiente per l'abbattimento del 30% del patrimonio a causa del diffondersi della peste suina).

Per le “carni minori” (**ovine e cunicole**) continua il trend flessivo della domanda con riduzioni delle vendite in volume pari rispettivamente a -10% e -18%.

Stabili nel complesso gli acquisti di **salumi** (-0,5 i volumi ma +1,5 la spesa), dove si evidenzia il balzo della bresaola (+7% in spesa e volume) e la buona tenuta dei salami (+0,4% i volumi e +1,5 la spesa) contrastati da lievi riduzioni per i **prosciutti** sia crudi che cotti, e dal costante cedimento del consumo di wurstel.

Nel comparto dei **lattiero-caseari** il bilancio della spesa rispetto al 2018 si conferma stabile dopo un lungo periodo negativo. In positivo i **formaggi freschi** per i quali crescono dello 0,8% gli acquisti, e i molli con incrementi in volume dello 0,7%, mentre negative si rivelano le performance dei **semiduri** che perdono in volume quasi 3 punti percentuali, per i **duri** si rileva un aumento dei prezzi medi che ne limita gli acquisti con conseguente lieve incremento di spesa (+1,2%) a fronte di una ben più importante contrazione dei volumi (-4,2%). Sempre in arretramento gli acquisti di **latte**, che nell'arco temporale analizzato, vedono ridursi la spesa anche per il segmento UHT che finora era quello che più aveva tenuto sul mercato; le perdite in volume per il fresco sono di ulteriori 2 punti percentuali su base annua.

Gli acquisti domestici nel periodo gennaio settembre 2019 vs analogo 2018 Trend di spesa e volumi (var.%)



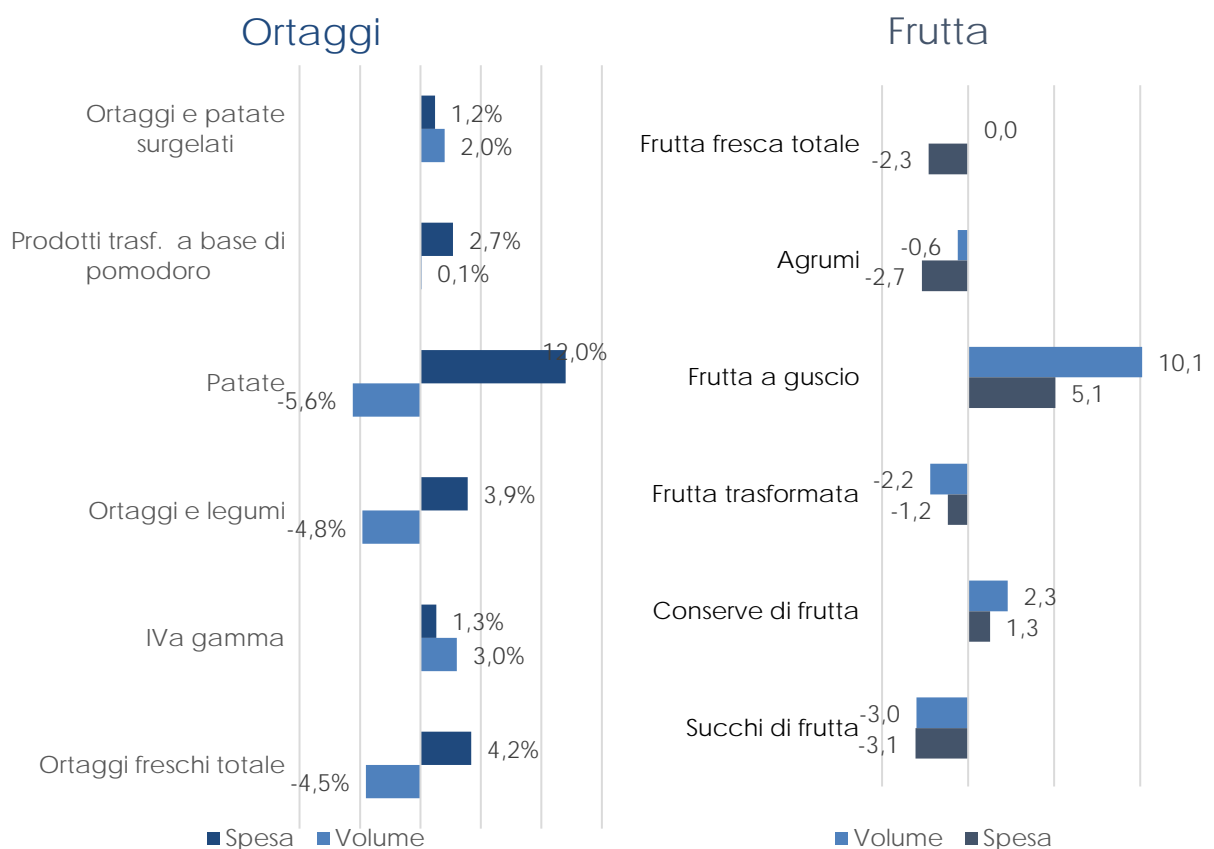
Fonte: Ismea Nielsen Consumer Panel-Market Track

I prodotti ortofrutticoli

La spesa per **ortaggi freschi** nei primi nove mesi del 2019 è cresciuta del 4,2% a fronte di una contrazione dei volumi complessivi esitati. 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 di ben il 12% della spesa complessiva pur a fronte di una contrazione dei volumi acquistati.

Continua inarrestabile la crescita di interesse per i prodotti di IV gamma (+1,3% la spesa con incrementi di 3 punti percentuali nei volumi). Si conferma infine un incremento degli acquisti di **ortaggi e patate surgelati** (+1,2 la spesa e +2% i volumi), favoriti sicuramente dalle scarse disponibilità di ortaggi freschi e dai conseguenti elevati prezzi di questi.

Dinamica inversa per la **frutta fresca**, reduce da una campagna pesante, dove i listini hanno perso oltre 9 punti percentuali. Nei primi nove mesi risultano stabili i volumi esitati nel complesso, ma con una spesa in flessione cui contribuiscono in buona parte gli **agrumi** (-0,6% volumi e -2,7 spesa). Ancora in positivo invece il trend degli acquisti per la **frutta a guscio** (+10% in volume e +5% in spesa). Nel segmento della frutta trasformata dinamiche contrapposte: in aumento gli acquisti di conserve e in flessione i succhi.



Fonte: Ismea Nielsen (Consumer Panel e Market Track)

I derivati dei cereali e gli oli vegetali

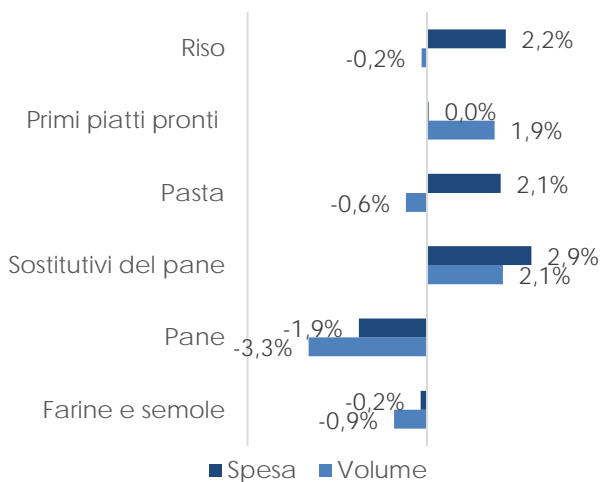
Dopo il -0,3% del 2018 sul 2017, torna in terreno positivo il comparto dei **derivati dei cereali**, con una spesa complessiva che supera di 0,8 punti percentuali i valori dei primi nove mesi del 2018.

A trainare il comparto, ancora una volta i **sostituti del pane** (+2,1% i volumi, +2,9% la spesa) e i **primi piatti pronti** (+1,9% i volumi) bene anche i prodotti per la prima colazione (+0,7%), di nuovo in cedimento i consumi di **pasta** (-0,6% i volumi ma +2,1% la spesa).

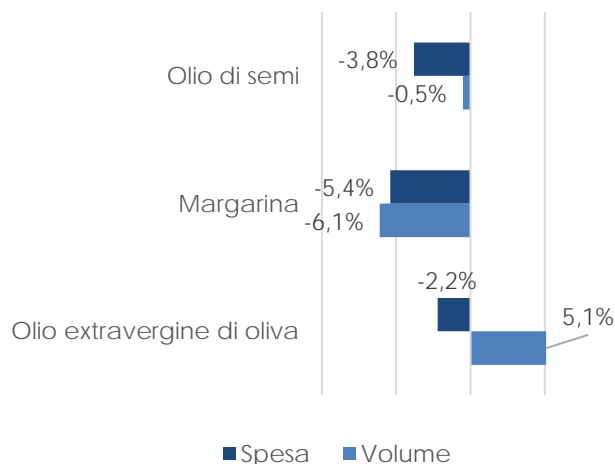
Continuano ad arretrare i consumi in casa di pane fresco (-3,3% i volumi acquistati su base annua) ma se il pranzo "fuori casa" coinvolge sempre più individui è lecito pensare che molti consumino derivati dei cereali in veste di "panino" o "pizza" fuori casa e che ne riducano quindi l'uso nel pasto serale domestico.

Infine, si evidenzia un dato negativo per il comparto "oli e grassi vegetali" (-6,2% la spesa dopo un 2018 chiuso a -7,6%). Il comparto degli oli e grassi vegetali è rappresentato per il 65% dall'**olio EVO** prodotto per il quale, 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 la spesa complessiva è risultata in flessione.

Vendite nella DM di derivati dei cereali



Vendite presso la DM di olii e grassi vegetali

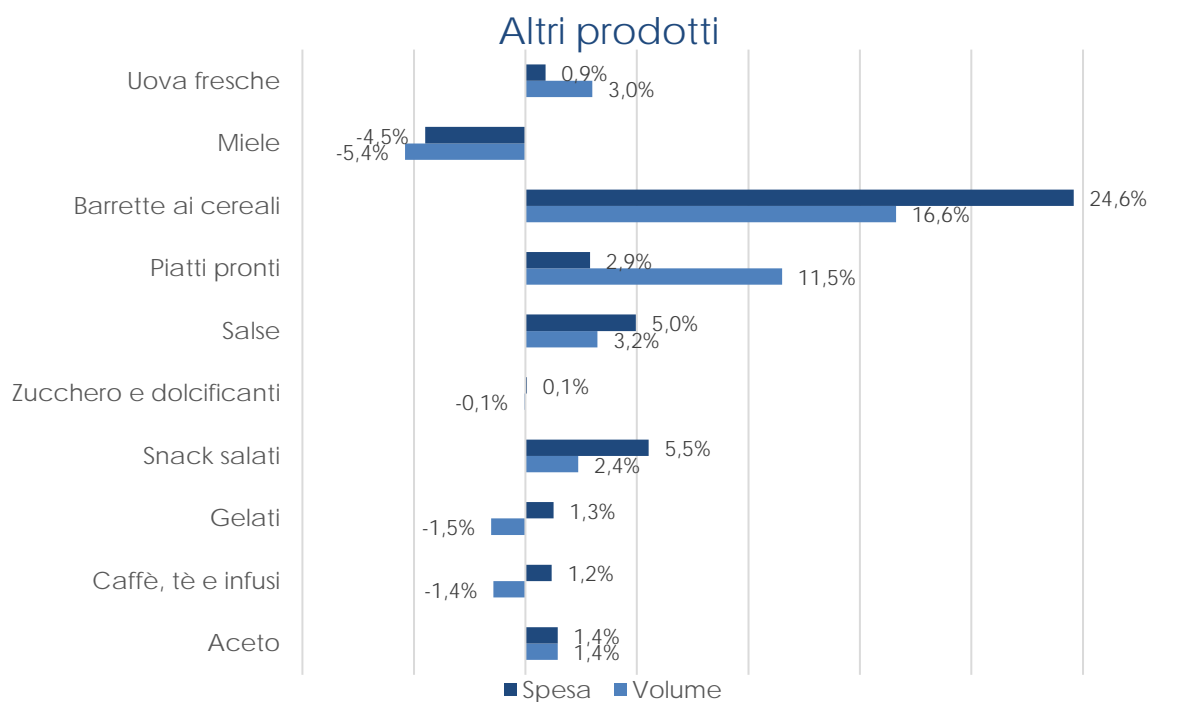


Fonte: Ismea Nielsen Market track ad eccezione del dato "pane" fonte Ismea Nielsen Consumer Panel

Nella tabella successiva si riportano i trend degli acquisti nei primi nove mesi per alcuni prodotti confezionati; le tendenze positive riflettono ancora una volta la ricerca del consumatore di prodotti che evocano attenzione alla salute (barrette ai cereali), che garantiscano servizio e praticità (piatti pronti +11,5%), che donino un effetto "ricompensa" (snack salati +2,4%). Le tendenze negative riportate invece dalla voce del **miele** sono probabilmente da ricondursi **non ai minori consumi** in assoluto ma al ricorso sempre più frequente del consumatore all'acquisto diretto presso l'azienda produttrice piuttosto che quello presso la GDO.

Gli acquisti domestici alla DM degli altri prodotti

Trend di spesa e volumi (var.% primi nove mesi 2019 vs analoghi del 2018)



Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen Market Track

I prezzi medi al consumo nel terzo trimestre 2019

	Udm	Prezzo medio (€/Udm)			var. % sullo stesso mese dell'anno precedente		
		lug	ago	set	lug	ago	set
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
Cetrioli	kg	1,49	1,44	1,43	17,6	-0,2	-5,6
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
Nettarine	kg	1,57	1,51	1,53	-7,3	-10,2	-17,2
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, i prodotti segnati con * 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