

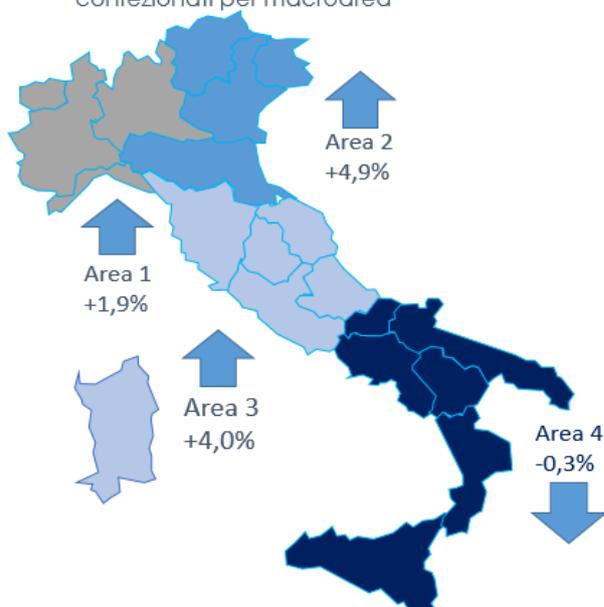
## Ancora in aumento la spesa alimentare domestica nei primi 6 mesi del 2018, ma stabili i volumi

La spesa delle famiglie per i prodotti alimentari – rilevata attraverso il monitoraggio Ismea-Nielsen – registra nei primi 6 mesi del 2018 un incremento dello **0,9%** rispetto allo stesso periodo del 2017.

La crescita della spesa accusa quindi un rallentamento rispetto alla dinamica del primo trimestre (era +1,4% nel primo trimestre 2018 rispetto al trimestre corrispondente del 2017).

Inoltre, l'incremento della spesa nel primo semestre dell'anno è da ascrivere quasi esclusivamente all'aumento dei prezzi medi delle referenze componenti il carrello.

Primo semestre 2018 - Trend delle vendite di prodotti confezionati per macroarea



Anche in questo periodo sono stati i prodotti confezionati a trainare la spesa (+2,2%) mentre per i prodotti sfusi (che ormai pesano solo il 32% del valore del carrello) la spesa si è contratta del 2%.

I consumatori italiani hanno speso circa lo 0,8% in più per l'acquisto di beni alimentari e l'1,7% in più per le bevande (alcoliche ed analcoliche), rispetto allo stesso periodo del 2017.

Considerando le ripartizioni geografiche, una crescita sostenuta della spesa per i prodotti confezionati si è registrata nelle **Aree Nord Est (+4,9%), Nord Ovest (+1,9%) e Centro (+4%)**, mentre una lieve flessione ha caratterizzato i consumi nell'**Area Meridionale (-0,3%, ma era -1,1% nel primo trimestre)**.

Importante sottolineare che seppur la crescita non si è manifestata in maniera uniforme a livello nazionale, il Meridione ha mostrato nel secondo trimestre un'accelerazione dell'andamento dei consumi (pur restando la variazione complessiva del semestre in terreno negativo), mentre hanno decelerato i ritmi di crescita del Centro Nord.

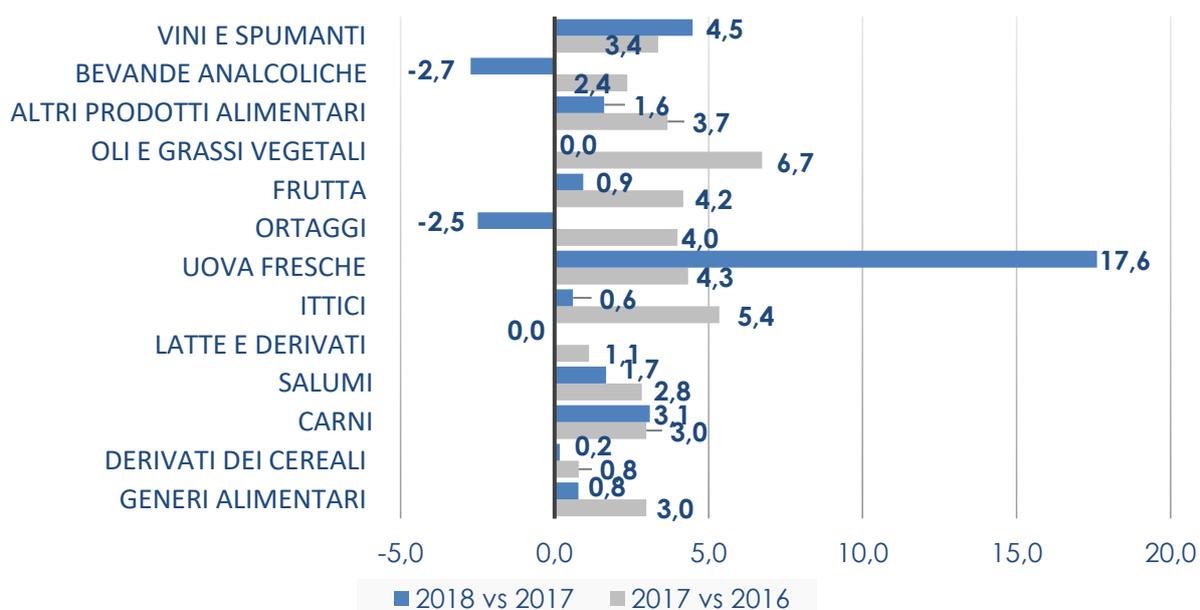
|                              | Var.% spesa<br>2018 vs 2017 | Quote                |               | Var.% spesa 2018<br>vs 2017 |                    |
|------------------------------|-----------------------------|----------------------|---------------|-----------------------------|--------------------|
|                              |                             | Su tot.<br>Agroalim. | di cui<br>EAN | Prodotti<br>EAN             | Prodotti<br>No EAN |
| <b>Totale agroalimentare</b> | <b>0,9</b>                  | 100,0                | 68,5          | 2,2                         | -2,0               |
| <b>Generi alimentari</b>     | <b>0,8</b>                  | 89,3                 | 65,0          | 2,3                         | -2,0               |
| <b>Bevande e alcolici</b>    | <b>1,7</b>                  | 10,7                 | 98,1          | 1,7                         | 0,6                |

La composizione della spesa nel primo semestre 2018 vede una rimodulazione dei componenti

rispetto all'analogo semestre dello scorso anno: si è speso meno per bevande analcoliche e ortaggi e di più per carne, uova e vini.

Si delineano le scelte dei consumatori circa il mutato modo di alimentarsi; i dati più evidenti sono "meno carboidrati e più proteine"; e per quanto riguarda i vini, se ne sono acquistati meno, ma con prezzi in netto aumento che hanno determinato un complessivo aumento della spesa.

**Tab. 1 - Dinamica della spesa per acquisti domestici nazionali di prodotti agroalimentari – Primo semestre 2018**



Fonte: Ismea-Nielsen

Nel primo semestre 2018 gli italiani hanno speso, solo presso la Distribuzione Moderna, oltre un miliardo per l'acquisto di **vino e spumanti**, ben 48 milioni in più rispetto al primo semestre 2017. Anche per la **birra** sono stati spesi in soli sei mesi e nella sola Distribuzione Moderna, quasi 680 milioni di euro, con incrementi del 3,2% rispetto al 2017, quando già si registrava un +8,4 rispetto al 2017. Per quanto riguarda il vino va sottolineato, però, che non sono stati i volumi a crescere (-3,6%) bensì i prezzi unitari, infatti la produzione della scorsa annata era stata particolarmente scarsa determinando un aumento del valore della materia prima. Nello specifico sono calati di oltre 7 punti i volumi acquistati di vini comuni (senza denominazione), ma sono aumentati di 2,7 punti i volumi di vini DOC/DOCG. In aumento nel primo semestre anche l'interesse per gli spumanti per i quali, a fronte di un incremento del 3% dei volumi, si rileva una spesa superiore a quella dell'analogo periodo 2017 del 6,4%.

Tra i prodotti freschi per i quali la spesa risulta in aumento emerge il comparto delle **uova**, per le quali nel primo semestre si ha un + 16,7% dopo la già buona performance del 2017 (+4% rispetto al 2016). Il trend è anche in questo caso da ascrivere esclusivamente all'aumento dei prezzi medi dovuto da un lato alla minor disponibilità di offerta, dall'altro lato alla maggior presenza in assortimento di uova provenienti da allevamenti "a terra" e biologici, che hanno prezzi più alti. In notevole aumento anche la spesa per il **burro**, per il quale però, a fronte di un aumento del 22% dei prezzi, i volumi acquistati restano pressoché stabili (+0,6%).

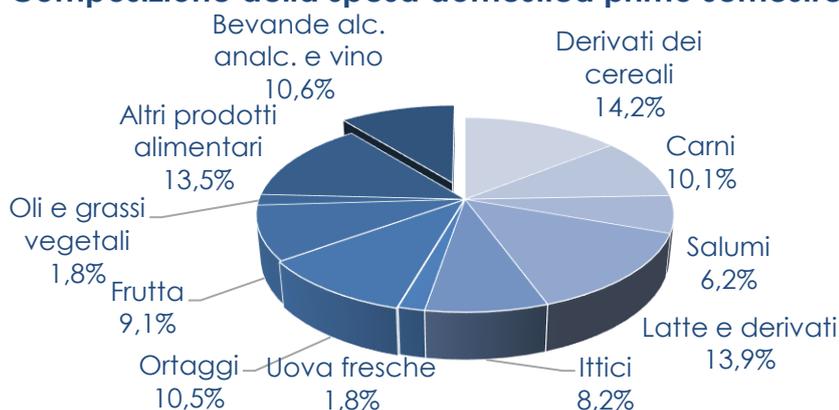
In aumento la spesa per tutte le **carni**, per le quali però i volumi venduti risultano nel complesso stabili, con intonazione leggermente positiva per le bovine (+0,2%) e leggermente flessiva per le suine (-0,8%), mentre restano stabili i volumi delle avicole; per tutte in sensibile aumento i prezzi.

Riguardo i carboidrati le tendenze sono evidenti: rispetto al primo semestre 2017 le vendite di **pasta di semola secca** registrano una **flessione del 2,4% in volume** con una riduzione della spesa del 3%

che si aggiunge a quella dell'1,4% già rilevata nel 2017 rispetto al 2016. Anche tra le farine, quella di frumento tenero registra flessioni in termini di volume del 4% (-2,7 in spesa dopo il -2,9% del 2017).

Forte incremento, nei primi sei mesi del 2018, dopo un 2017 già in crescita, per i consumi di prodotti della **IV gamma**. Rispetto a giugno 2017 la crescita nelle vendite di ortofrutticoli di IV gamma è stata del +5,2% a volume e del +4,5% a valore. Un successo che si deve in primo luogo dalla crescita del parco acquirenti. Secondo i dati Nielsen aggiornati a giugno 2018, infatti, il numero di famiglie che acquista prodotti di IV gamma risulta cresciuto di circa 300 mila unità, toccando quota 19,6 milioni.

### Composizione della spesa domestica primo semestre 2018



**Tab. 2 - Dinamica della spesa**

**Primo semestre 2018 vs primo semestre 2017**

#### Prodotti alimentari per i quali la spesa è in aumento

|                          |      |
|--------------------------|------|
| Uova fresche             | 17,6 |
| Agrumi                   | 8,7  |
| Spumanti e champagne     | 6,2  |
| Piatti pronti            | 4,9  |
| Carni avicole            | 4,4  |
| Frutta con guscio        | 4,2  |
| Vino                     | 4,2  |
| Carni Bovine             | 3,5  |
| Ortaggi IV gamma         | 3,3  |
| Ittico Congelato         | 2,8  |
| Salami                   | 2,4  |
| Prosciutto crudo         | 2,3  |
| Carni Suine              | 2,1  |
| Frutta fresca            | 1,6  |
| Miele                    | 1,6  |
| Prodotti prima colazione | 1,4  |
| Conserve ittiche         | 1,3  |
| Olio Extravergine        | 1,1  |
| Formaggi Duri            | 0,7  |
| Formaggi freschi         | 0,5  |
| Merendine                | 0,3  |

#### Prodotti alimentari per i quali la spesa è in flessione

|      |                             |
|------|-----------------------------|
| 0,0  | Formaggi Molliti            |
| -0,1 | Wurstel                     |
| -0,1 | Pane e sostituti            |
| -0,1 | Patate e ortaggi surgelati  |
| -0,3 | Pesce fresco e decongelato  |
| -0,4 | Latte uht                   |
| -0,5 | Yogurt                      |
| -0,7 | Dolci da ricorrenza         |
| -0,9 | Latte fresco                |
| -0,9 | Ittici Secchi e affumicati  |
| -1,0 | Formaggi Semiduri           |
| -1,1 | Prosciutto cotto            |
| -1,5 | Formaggi Industriali        |
| -1,7 | Frutta trasformata          |
| -1,8 | Prodotti a base di pomodoro |
| -2,7 | Riso                        |
| -2,9 | Olio di semi                |
| -2,9 | Pasta secca                 |
| -3,3 | Ortaggi freschi             |
| -3,7 | Farine e semole             |
| -3,8 | Succhi                      |
| -3,9 | Patate                      |

Fonte: Ismea-Nielsen

In relazione ai prezzi al dettaglio da evidenziare un aumento generalizzato dei prezzi oltre che per uova e burro, per la **frutta e le carni**, e flessioni generalizzate per gli ortaggi, soprattutto per le solanacee, per le quali nello scorso semestre i prezzi erano stati più che sostenuti per via delle

anomalie climatiche.

**Tab. 3 – Trend dei prezzi medi al consumo (Euro/Kg)\*\***

| Prezzi medi al consumo nel primo semestre |             |             |       |
|---|-------------|-------------|-------|
|   | Prezzo 2018 | Prezzo 2017 | Var % |
| <b>Derivati dei cereali</b>               |             |             |       |
| Pane sfuso                                | 3,28        | 3,23        | 1,6%  |
| Sostituti del pane                        | 4,03        | 4,04        | -0,2% |
| Pasta di semola                           | 1,30        | 1,30        | 0,0%  |
| Biscotti                                  | 3,62        | 3,64        | -0,3% |
| Farina di grano tenero                    | 0,62        | 0,61        | 1,3%  |
| Riso                                      | 1,90        | 1,90        | 0,0%  |
| <b>Lattiero-caseari</b>                   |             |             |       |
| Burro                                     | 8,78        | 7,34        | 19,5% |
| Latte fresco                              | 1,32        | 1,32        | 0,3%  |
| Latte uht                                 | 0,98        | 0,98        | 0,0%  |
| Yogurt                                    | 3,28        | 3,27        | 0,3%  |
| <b>Carni</b>                              |             |             |       |
| Petto di pollo                            | 7,98        | 7,53        | 6,0%  |
| Fesa di tacchino                          | 9,08        | 8,50        | 6,8%  |
| Bistecca di bovino adulto                 | 12,89       | 12,51       | 3,0%  |
| Carne di agnello                          | 11,07       | 11,08       | -0,1% |
| Coniglio intero                           | 7,02        | 6,85        | 2,5%  |
| Braciola di maiale                        | 6,37        | 6,21        | 2,6%  |
| <b>Frutta</b>                             |             |             |       |
| Mele                                      | 1,67        | 1,33        | 25,3% |
| Pere                                      | 1,85        | 1,97        | -5,7% |
| Kiwi                                      | 2,42        | 2,06        | 17,5% |
| Arance                                    | 1,26        | 1,33        | -4,9% |
| Pesche                                    | 1,97        | 1,78        | 10,9% |
| Anguria                                   | 0,92        | 0,87        | 6,0%  |
| Fragole                                   | 4,02        | 3,68        | 9,3%  |
| <b>Ortaggi</b>                            |             |             |       |
| Carote                                    | 1,28        | 1,19        | 7,5%  |
| Cetrioli                                  | 1,45        | 1,39        | 4,5%  |
| Peperoni                                  | 2,11        | 2,29        | -7,8% |
| Melanzane                                 | 1,47        | 1,56        | -5,6% |
| Lattuga                                   | 2,05        | 2,12        | -3,3% |
| Pomodori                                  | 2,26        | 2,40        | -6,0% |
| Patate comuni                             | 0,90        | 0,97        | -6,6% |
| Zucchine                                  | 1,64        | 1,62        | 1,4%  |
| Radicchio                                 | 2,29        | 2,52        | -8,9% |
| Insalata IV gamma                         | 7,36        | 7,46        | -1,3% |

\* I prezzi sono medie del periodo cumulato gennaio-giugno.

\*\* 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 RMS Market Track, per gli altri prodotti freschi la BD Consumer Panel service.

Fonte: Ismea-Nielsen

**Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale**

**Unità Operativa Studi e Analisi**

Responsabile: Antonella Finizia

Redazione a cura di: Paola Parmigiani