

gennaio-settembre 2015

numero 2/15

27 novembre 2015

In lieve ripresa i consumi alimentari delle famiglie italiane nei primi nove mesi del 2015

Nei primi nove mesi del 2015, rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, si registra una timida ripresa della spesa alimentare delle famiglie italiane (+0,3%, a valori correnti). Lo rileva l'analisi dell'Ismea sui consumi domestici di prodotti agroalimentari condotta sulla scorta della banca dati Ismea-Nielsen. Tale tendenza, quantunque debole, si contrappone all'andamento negativo del 2014 (-1% su base annua).

Dinamica degli acquisti domestici nazionali di prodotti agroalimentari - Variazioni e quota %* (in valore)

	Var%		Quota %	
	2014/2013	Gen-set 2015/ Gen-set 2014	sul totale	sul settore
Totale agroalimentare	-1,0	0,3	100,0	
Generi alimentari	-1,2	-0,1	89,1	
Bevande analcoliche e alcoliche	0,1	3,8	10,9	
Generi alimentari	-1,2	-0,1	89,1	
Derivati dei cereali	-0,2	-0,7	14,2	100,0
<i>Pasta secca</i>	-0,4	1,0	1,6	11,0
<i>Riso</i>	4,4	4,6	0,4	2,7
<i>Merendine</i>	0,0	-2,1	1,7	12,1
<i>Prodotti prima colazione</i>	-1,3	-2,6	2,4	16,6
Carni	-3,4	-5,6	11,2	100,0
<i>Carni fresche avicole</i>	1,4	-1,4	2,7	23,8
<i>Carni fresche bovine</i>	-5,8	-6,1	4,6	41,4
<i>Carni fresche suine</i>	-2,5	-7,7	1,9	17,4
Salumi	-2,2	-0,1	6,5	100,0
<i>Prosciutto cotto</i>	-3,1	0,0	1,5	22,8
<i>Prosciutto crudo</i>	-3,7	1,7	1,3	20,7
<i>Salami</i>	-3,0	-4,2	0,8	11,8
<i>Wurstel</i>	-4,0	-5,6	0,4	6,9
Latte e derivati	-0,9	-3,5	15,3	100,0
<i>Latte</i>	-2,6	-5,6	3,2	20,6
<i>Yogurt</i>	0,3	0,3	1,8	11,6
<i>Formaggi e latticini</i>	-0,9	-3,2	9,3	60,6
Ittici	1,5	4,6	6,9	100,0
<i>Fresco e congelato</i>	-0,3	4,9	3,2	46,4
Uova fresche	-1,1	-4,5	1,0	100,0
Ortaggi	-0,6	1,8	10,4	100,0
<i>Ortaggi freschi</i>	-2,7	1,6	6,2	59,7
Frutta	-3,6	3,8	8,4	100,0
<i>Frutta fresca</i>	-4,3	4,4	6,7	78,8
Oli e grassi vegetali	-4,7	9,0	2,0	100,0
<i>Olio di oliva</i>	-5,4	16,5	1,4	70,0
Altri prodotti alimentari	0,2	1,8	13,2	100,0
Bevande analcoliche e alcoliche (compreso vino e spumanti)	0,1	3,8	10,9	
Acqua	0,1	9,8	2,2	19,9
Birra	3,1	6,5	1,7	16,0
Vino e spumanti	0,2	-0,9	3,2	29,5

* La quota % dei comparti si riferisce al "totale agroalimentare". La quota % dei segmenti si riferisce al "totale settore di appartenenza".
Fonte: Banca Dati Ismea-Nielsen

Secondo i dati Ismea-Nielsen, nel periodo di analisi, a fronte di una sostanziale stabilità della spesa per **generi alimentari** (-0,1%), è in aumento la spesa per **bevande** (+3,8%), che rappresentano una quota superiore al 10% dell'intera spesa alimentare.

In particolare, nel segmento delle *bevande* risultano in sensibile aumento gli acquisti di acque minerali (+9,8%) e di birra (+6,5), controbilanciati da una lieve flessione registrata dai vini, che a fronte di prezzi in leggero aumento (specie per i vini di qualità), segnano una spesa inferiore dello 0,6% su base annua.

Per quanto riguarda la spesa per *generi alimentari*, invece, la sostanziale stabilità di questi primi nove mesi scaturisce da tendenze contrastanti dei diversi prodotti che si sono tra di loro compensate.

Elemento portante sembra essere la sempre maggiore consapevolezza, negli stili di vita e di consumo, del rapporto tra *alimentazione* e *benessere*, e il trend con cui sta cambiando il carrello della spesa sembra sempre più allineato a quelli che sono i messaggi mediatici a questo proposito.

Diminuiscono infatti gli esborsi per l'acquisto di carni, latte, formaggi e uova, mentre aumentano quelli per yogurt, pesce, frutta e verdura.

La contrazione della spesa che si registra per le carni e i latticini caseari, nell'arco temporale da gennaio a settembre 2015, è effettivamente molto evidente, rispettivamente del -5,6% e del -3,2%.

Per le **carni**, si potrebbe parlare di crisi strutturale cui contribuiscono, oltre alla crisi economica, stili di vita e percezioni indotte: la forte spinta al calo dei consumi di carne rossa sembra essere legata infatti ad una percezione negativa dell'impatto su salute ed ambiente. Nell'ultimo decennio, il consumo pro capite di carne bovina è calato ad un tasso medio del -2,4% e per il 2015 si prevede un'ulteriore pesante flessione. A fronte di prezzi sostanzialmente stabili, il calo della spesa per la carne bovina supera i 6 punti percentuali, dopo una performance già negativa del 2014 (-5,8% rispetto al 2013).

Ancora più evidente la flessione dei consumi di **carne suina**, che, dopo la contrazione del 2,5% del 2014, nei primi nove mesi del 2015 segna un'ulteriore ridimensionamento della spesa (-7,7%, rispetto ai primi nove mesi del 2014), a fronte di prezzi solo lievemente inferiori rispetto allo scorso anno. Tengono invece i consumi di **salumi**, all'interno dei quali la flessione di acquisti per salami e wurstel è compensata da un lieve aumento di quelli per il prosciutto crudo.

In aumento evidente la spesa sostenuta per l'acquisto di **prodotti ittici** (+4,6%) dopo la lieve crescita già registrata nel 2014 (1,4%). Tale dinamica deriva dall'effetto sostitutivo con gli altri proteici di origine animale (carni, formaggi e uova), nonché dal più elevato prezzo pagato per la tipologia del fresco pescato.

In controtendenza con quanto accaduto nel 2014, cresce la spesa per **frutta e ortaggi**: in questo caso, la dinamica inflativa è stata determinante, dato che per la maggior parte dei prodotti (soprattutto per la frutta estiva) si registrano prezzi unitari in sensibile aumento rispetto al 2014.

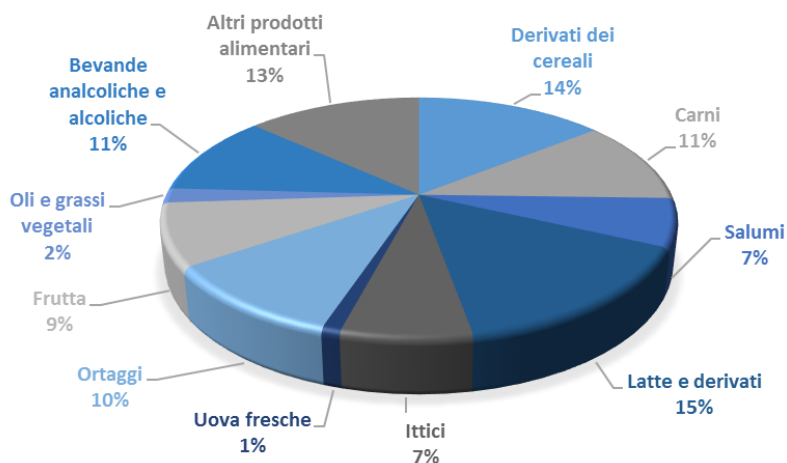
Dopo la flessione dello 0,2% del 2014, ancora in calo la spesa per i **derivati dei cereali** (-0,7%). Anche in questo settore è tuttavia opportuno evidenziare le diverse tendenze dei principali prodotti: in crescita la spesa per **pasta secca** e **riso**; in diminuzione quella per **merendine** e **prodotti per la prima colazione**.

In sensibile aumento la spesa sostenuta per gli **oli ed i grassi**, dopo la flessione registrata nel 2014. In questo comparto si segnala soprattutto la netta ripresa degli esborsi per l'acquisto di olio extra vergine di oliva, dinamica questa da ascrivere all'alto livello dei prezzi, che eccezionalmente non hanno subito le pressioni delle politiche promozionali per la scarsa presenza di prodotto sul mercato (produzione particolarmente esigua della campagna 2014/2015).

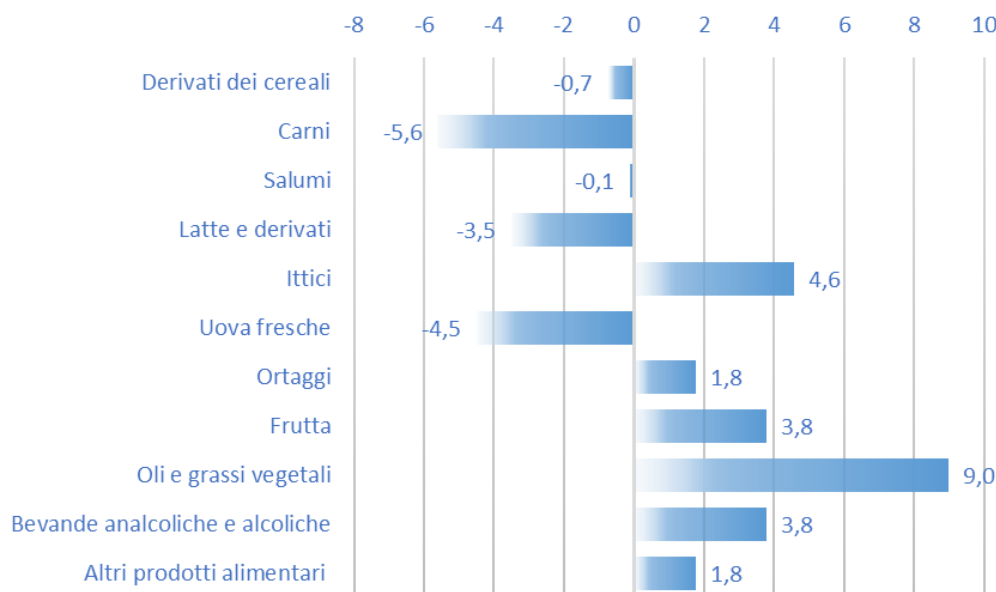
Anche secondo gli ultimi dati Istat, relativi ai primi nove mesi del 2015, il valore delle vendite al dettaglio di prodotti alimentari risulta in aumento su base annua, dinamica questa che si innesta nella crescita delle vendite complessivamente monitorate dall'Istituto centrale di statistica (+1,5% gli alimentari, +0,9% le vendite complessive, su base annua, in valore).

La spesa alimentare delle famiglie italiane

**Composizione media della spesa nel 2014
(In valore)**



**Dinamiche della spesa nei primi 9 mesi 2015
(Variazione % su base annua)**



Fonte: Banca Dati Ismea-Nielsen

Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale

Redazione a cura di: Paola Parmigiani e Giovanna Maria Ferrari
e-mail: p.parmigiani@ismea.it