

## Più attenta e ricercata la spesa alimentare domestica nel 2018. “Healthy and easy” i principali driver

La spesa delle famiglie per i prodotti alimentari – rilevata attraverso il monitoraggio Ismea-Nielsen – non cresce nel quarto trimestre 2018. Il 2018 chiude quindi con un deciso rallentamento del trend di crescita a causa dell'aumento dei prezzi che hanno depresso notevolmente i volumi delle vendite. L'incremento complessivo della spesa alimentare nell'anno 2018 rispetto al 2017 si attesta di conseguenza allo **+0,3%** in un contesto economico caratterizzato da un ripiegamento del clima di fiducia delle famiglie e delle imprese e un peggioramento del quadro economico internazionale.

Nel corso di tutto il 2018 sono stati i **prodotti a largo consumo confezionati (Lcc)** a trainare la spesa **(+1,9%)** mentre per i prodotti **sfusi** (il 32,1% del valore del carrello) la spesa si è **contratta del 3,1%**.

Nel complesso, l'incremento della spesa del carrello è da ascrivere quasi esclusivamente all'aumento dei prezzi medi delle referenze, si evidenzia comunque una maggior disponibilità alla spesa per le **bevande** (+1,9%) piuttosto che per i generi **alimentari** (+0,1%).

### Dinamica della spesa per acquisti domestici di bevande – 2018/2017

|   | <u>Var% Valore</u>  | <u>Var% Valore</u>  | <u>Quota % su tot. Agroalimentare</u> |
|---|---------------------|---------------------|---------------------------------------|
|   | <u>2017 vs 2016</u> | <u>2018 vs 2017</u> | <u>2018</u>                           |
| <b>Totale agroalimentare</b>                  | 3,2                 | <b>0,3</b>          | <b>100</b>                            |
| <u>Generi alimentari</u>                      | <u>3,0</u>          | <u>0,1</u>          | <u>88,4</u>                           |
| <b><u>Bevande analcoliche e alcoliche</u></b> | <b><u>4,9</u></b>   | <b><u>1,9</u></b>   | <b><u>11,6</u></b>                    |
| Acqua   | 8,6                 | 0,8                 | 2,5                                   |
| Bevande analcoliche                           | 2,4                 | -1,1                | 2,4                                   |
| Bevande alcoliche                             | 1,3                 | 1,4                 | 1,3                                   |
| Vini e spumanti                               | 3,4                 | 4,8                 | 3,3                                   |
| Birra   | 8,4                 | 3,0                 | 2,0                                   |

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen

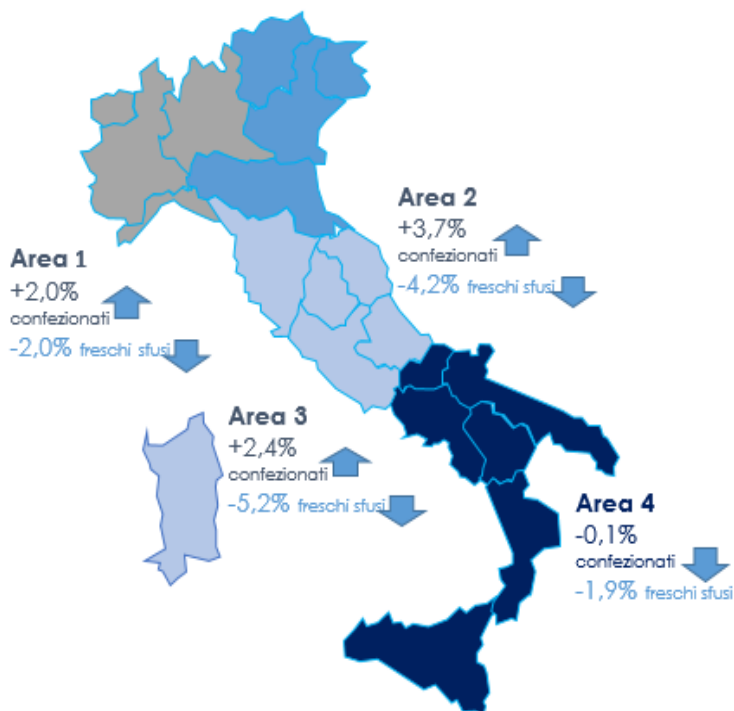
### Le dinamiche a livello territoriale

Le dinamiche a livello geografico non sono uniformi: il Meridione registra una contrazione degli acquisti sia per i prodotti sfusi che per i confezionati, ma la flessione per gli sfusi è meno accentuata rispetto alle altre macro-aree. Nelle aree del Centro-Nord invece la spesa per il segmento “Lcc” risulta in espansione, a discapito dei prodotti freschi per i quali le flessioni toccano punte del -4,2%.

Nello specifico, una crescita sostenuta della spesa per i prodotti confezionati si è registrata nell'Area Nord Est (+3,7%), nel Nord Ovest (+2,0%) e nell'Area Centro (+2,4%), mentre si è avuta una lievissima flessione nell'Area Meridionale (-0,1%). Di contro una flessione sostenuta per i prodotti non confezionati si è registrata nell'area Centro (-5,2%)

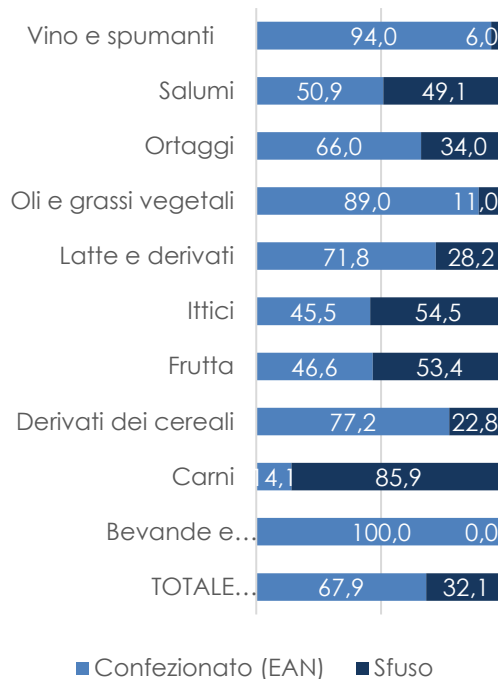
A determinare la differenza contribuiscono sicuramente i diversi assortimenti dell'offerta a livello locale, ma un ruolo importante è giocato anche dalla diversa disponibilità economica delle famiglie tra Nord e Sud, combinato al tempo disponibile da dedicare alla preparazione dei cibi in casa.

Trend dei consumi domestici alimentari per prodotti confezionati e sfusi - 2018 vs 2017



Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Quote valore prodotto confezionato per ciascuna filiera



### Le dinamiche di spesa per le bevande e i generi alimentari

Nel 2018 si è speso più del precedente anno per l'acquisto di bevande alcoliche. Sebbene, le preferenze di consumo siano differenti tra le diverse generazioni, esistono fattori che accomunano consumatori anziani e giovani, come la disposizione a concedersi con regolarità un bicchiere di vino, birra o spumante, e il ritenere lo stesso un lusso accessibile. All'interno del comparto delle bevande emerge infatti l'incremento della spesa **per il vino del + 4,6%**, del **5,4% per gli spumanti**, del **3% per la birra**, dell'1,4% per le bevande alcoliche, in contrasto alla spesa per le bevande analcoliche (soprattutto quelle gassate) che perdono invece -1,1% punti percentuali. Per i vini si evidenzia un ampliamento dell'assortimento presso la DM e un innalzamento dello standard qualitativo medio. Tra i generi alimentari, con un **balzo del 14%** sono le **uova** a far registrare la maggiore crescita degli acquisti e ad aggiudicarsi il titolo di *star* del carrello alimentare nel 2018. Il prodotto è stato negli ultimi anni rivalutato sia dal punto di vista nutrizionale che salutistico e etico. Le uova sono state tra i primi prodotti obbligati a tracciabilità, oltre che dalle diciture presenti sulle confezioni, su ognuna viene stampigliato obbligatoriamente un codice alfanumerico che permette di tracciare la provenienza e di sapere realmente come e dove è nato l'uovo. La maggior consapevolezza ha portato il consumatore a scegliere prodotto a più alto valore aggiunto, la positiva dinamica di spesa è infatti da riportarsi esclusivamente agli aumenti dei valori medi dei prodotti venduti, si tratta sostanzialmente di un effetto sostituzione tra prodotto allevato in gabbia (oramai quasi irreperibile nelle grandi catene distributive) con quello allevato a terra, all'aperto o bio: nello specifico per le uova allevate all'aperto +32% la spesa e +22% i volumi, per le uova bio +16% la spesa e +8% i volumi, per le uova prodotte in gabbia -19 % i volumi e -7% la spesa rispetto al 2017.

Sempre in crescita la spesa per gli **ortaggi** freschi pronti al consumo (**Iva gamma**) che chiudono il 2018 con una crescita a valore del +5% (+4,3% nel 2017). Al netto delle variazioni nell'andamento degli acquisti dovuti ai consueti picchi stagionali, gli elementi che hanno trainato il settore verso positivi risultati sono un ampliamento della platea degli acquirenti, che salgono del +2,3%, superando quota 20 milioni di famiglie, e un aumento della frequenza di acquisto (+6,1%).

In crescita gli acquisti di **patate** (+2,4% la spesa e +1,6% i volumi), mentre perdono appeal gli ortaggi **surgelati** e i **prodotti a base di pomodoro**, per i quali anche a fronte di prezzi in leggero recupero si rileva una flessione della spesa rispettivamente del -0,3% e -0,9%.

Nel reparto della frutta si rilevano aumenti della spesa per gli **agrumi** (+4%) e in particolar modo sono le **arance** a trainare il comparto con sensibili incrementi di volumi (di oltre 11 punti percentuali) che malgrado la flessione dei valori medi permettono al prodotto di chiudere il 2018 con un incremento della spesa del 7,9%.

### Dinamica della spesa per acquisti domestici di prodotti alimentari 2018/2017

|                              | 2018 vs<br>2017 | Quota EAN<br>su tot. | Trend spesa<br>prodotti EAN | Trend spesa<br>prodotti No EAN |
|------------------------------|-----------------|----------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| <b>Totale agroalimentare</b> | 0,3             | 67,9                 | 1,9                         | -3,1                           |
| <b>Generi alimentari</b>     | 0,1             | 65,2                 | 1,9                         | -3,2                           |
| Derivati dei cereali         | -0,3            | 77,2                 | 0,7                         | -3,6                           |
| Carni                        | 1,5             | 14,1                 | 9,7                         | 0,2                            |
| Salumi                       | 0,5             | 50,9                 | 4,4                         | -3,5                           |
| Latte e derivati             | -0,9            | 71,8                 | 0,1                         | -3,3                           |
| Ittici                       | -0,1            | 45,5                 | 3,1                         | -2,7                           |
| Uova fresche                 | 14,0            | 88,7                 | 15,1                        | 5,9                            |
| Ortaggi                      | -1,2            | 66,0                 | 2,9                         | -9,1                           |
| Frutta                       | -0,2            | 46,6                 | 5,1                         | -4,8                           |
| Oli e grassi vegetali        | -7,6            | 89,0                 | -7,6                        | -7,8                           |
| Altri prodotti alimentari    | 1,7             | 99,8                 | 1,7                         | 6,2                            |
| Miele                        | -3,2            | 100,0                | -3,2                        | -                              |

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen

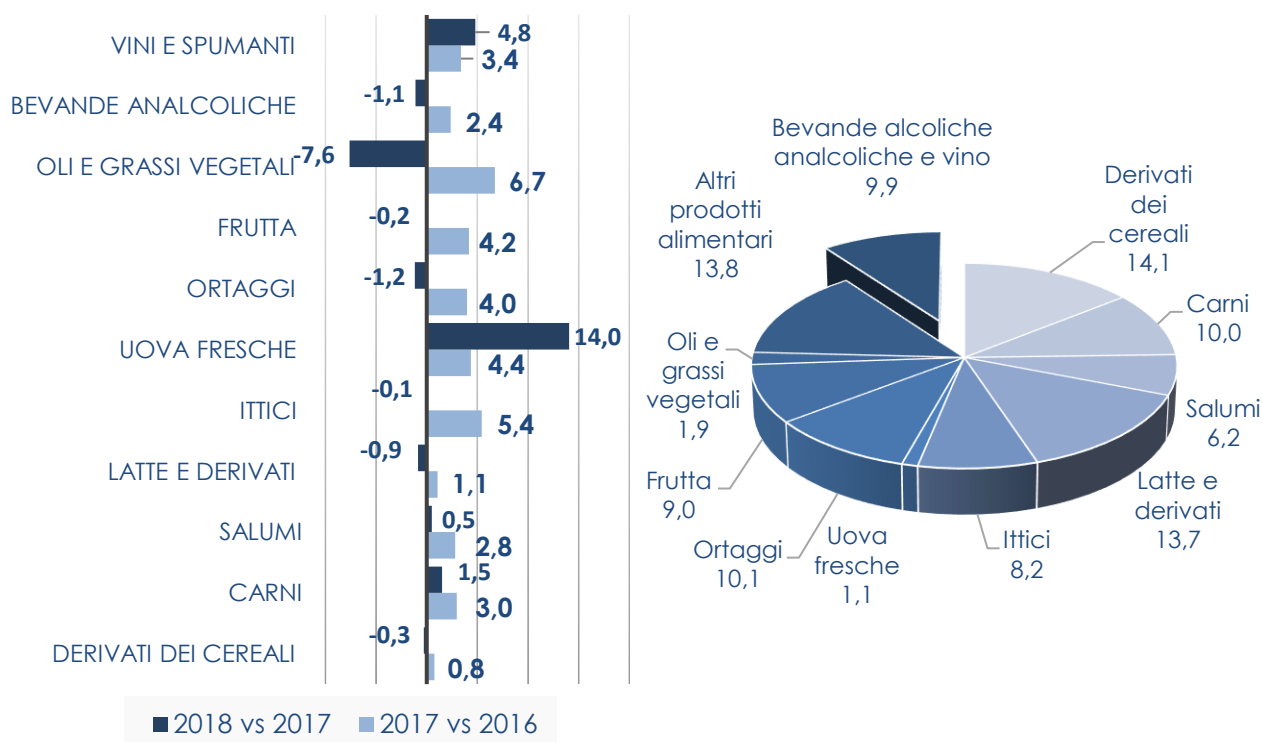
Nel comparto dei proteici si confermano in crescita, seppur in misura più contenuta rispetto all'inizio dell'anno, la spesa per **le carni (+1,5%) e i salumi (+0,5%)**. Considerato il generalizzato trend rialzista dei prezzi si può facilmente dedurre che non si tratta di incrementi di volume, dinamiche comunque differenziate tra le diverse tipologie animali. In particolare per quanto riguarda la carne **bovina** a fronte di volumi stabili (+0,2%) la spesa ha segnato un +2,1%. Aumenta anche la spesa per le **carni avicole** (+3%) a fronte di una lieve contrazione dei volumi (-0,8%). Lieve flessione della spesa (-0,2%) per le **carni suine**, malgrado un rialzo dei prezzi medi dell'1,6%. Tra i salumi cresce la spesa per prosciutto crudo (+0,1%) e i salami (+1,4%), mentre flette la spesa per il prosciutto cotto (-1,6%).

Nel 2018, dopo anni di tenuta dei volumi ed espansione dei valori (era del +5,6% l'incremento della spesa nel 2017) si stabilizza la spesa per **gli ittici** (-0,1%). Nel dettaglio dei singoli segmenti si può evidenziare un aumento della spesa per quei prodotti a lunga conservabilità (aumenta dell'1,8% la spesa per gli ittici in scatola prevalentemente rappresentati dal tonno e dello 0,8% quella per il pesce congelato), mentre flette dello 0,8% la spesa per il **pesce fresco**.

Ancora in flessione la spesa per **latte** sia fresco (-1,9%) che UHT (-1,9%). Per i **formaggi** la spesa è in flessione nel complesso dello 0,8% con una stabilità solo per i freschi e ridimensionamenti massimi per i semiduri del 2,2%.

Per i derivati dei cereali si evidenziano contrazioni della spesa per la **pasta di semola secca** (-1,9%) e per il pane e i sostituti (-0,8%), a fronte di un recupero per la pasta fresca (+2,6%) e per i primi piatti pronti (+3,6%). Ancora in flessione la spesa per il **riso** (-2%) malgrado la tenuta in termini di volume, a tal proposito va ricordato che al termine dell'inchiesta avviata lo scorso 16 febbraio su richiesta del governo italiano, la Commissione europea ha deciso di ripristinare i dazi sul riso proveniente da Cambogia e Myanmar, attivando una clausola di salvaguardia a tutela dei risicoltori e delle industrie italiane ed europee, che prevede la reintroduzione di dazi sulle importazioni dai due Paesi asiatici per un periodo di tre anni.

### Dinamica e quote della spesa per acquisti domestici di prodotti agroalimentari – 2018/2017



### I driver del cambiamento nella composizione del carrello

La composizione dello scontrino nel 2018 vede una rimodulazione dei componenti alimentari rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

**A parità di scontrino il carrello è più leggero**, perché oltre all'aumento dei prezzi che ha interessato quasi tutte le filiere alimentari, si è teso a sostituire prodotti tradizionali con altri che meglio sembrano adattarsi alle singole esigenze, quindi più elaborati e più costosi.

Gli italiani continuano a definirsi sempre più frequentemente interessati ed informati sulla salute legata all'alimentazione, ma il tempo per poterlo preparare in casa resta esiguo e insufficiente, crescono pertanto gli acquisti di prodotti **facili e veloci** da preparare. In particolare si evidenziano le performance dei "piatti pronti" **+10% nel 2018** rispetto al 2017 (sia in valore che in volume) e una crescita del **112% in 5 anni**.

Il richiamo al **salutismo** e al **benessere** restano driver rilevanti nelle scelte di acquisto, ne sono prova la crescita dei segmenti specifici di filiere che nell'assortimento tradizionale trovano invece difficoltà: esempi eclatanti sono il **latte ad alta digeribilità (+9,4% i volumi e +4,9% la spesa)** a fronte di un trend

per latte fresco generico negativo (-1,9%), pasta integrale +3,7%, con dinamica pasta secca del -1,9%, **dolcificanti +10%** in volume e +2,6% in spesa, con segmento zucchero che perde il 6% in volume e il -10% in valore, in questo caso va evidenziato anche che la spesa per il prodotto sostitutivo **quintuplica** quella del prodotto tradizionale a fronte di volumi pari alla metà.

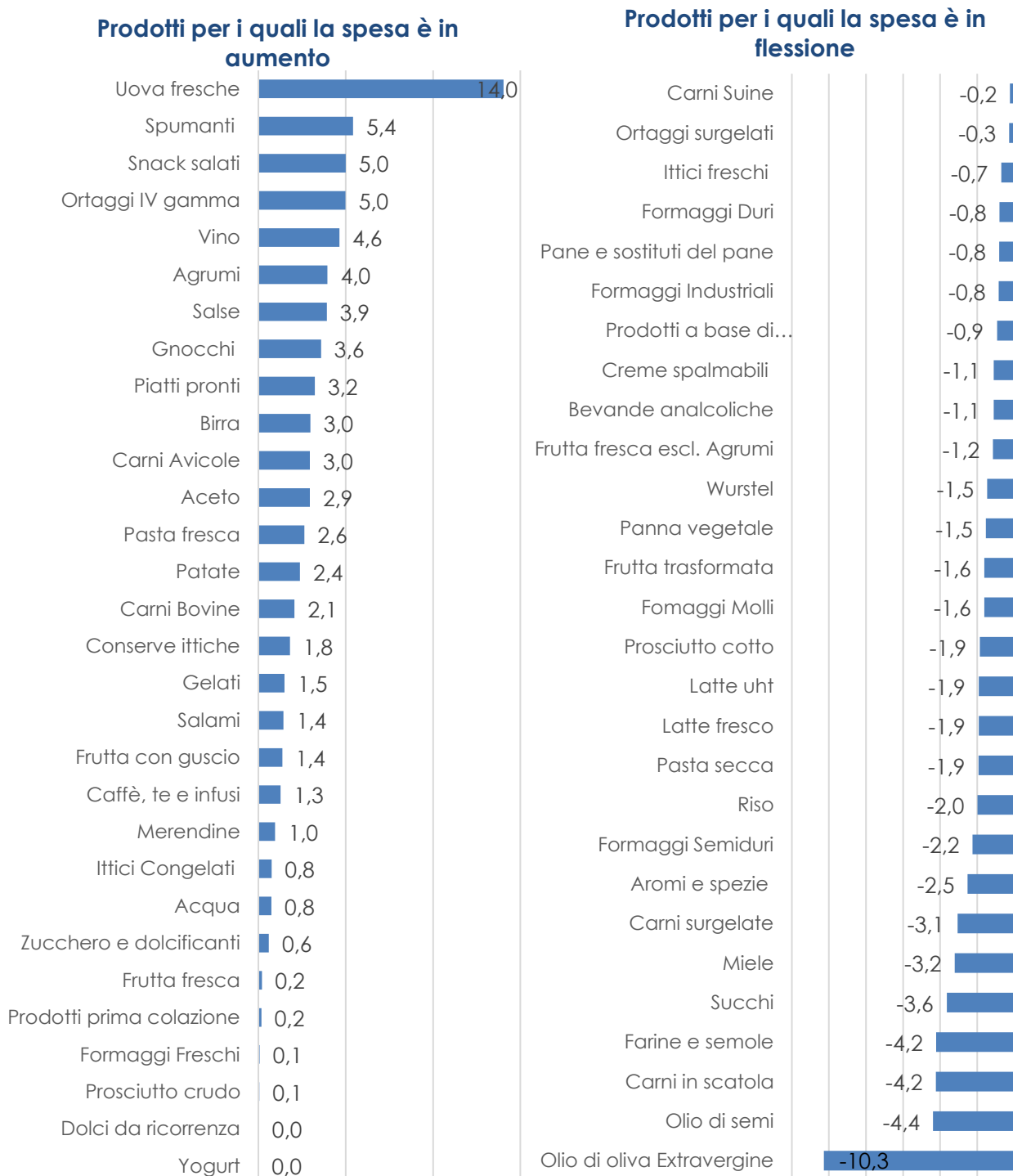
Si conferma l'effetto positivo sulle scelte di acquisto anche dei *claim* che garantiscono addizione o assenza di un prodotto (prodotti arricchiti di ferro, vitamine, omega 3 o nei quali è assente il glutine, il sale, il lattosio, il conservante) in questo caso è utile sottolineare l'incremento enorme che l'assortimento di prodotti **aproteici** (*gluten free*) ha assunto negli ultimi anni; con una spesa che nel 2018 ha superato i 204 milioni di Euro con un **incremento** sul 2017 **dell'8%** e una crescita nel quinquennio (2013-2018) del **114%**.

### Prezzi medi al consumo 2018 (€/Kg)

|                             | Prezzo 2017 | Prezzo 2018 | Var % |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------|
| <b>Derivati dei cereali</b> |             |             |       |
| Pane sfuso*                 | 3,23        | 3,29        | 1,7%  |
| Pasta di semola secca       | 1,21        | 1,21        | 0,1%  |
| Fette biscottate            | 3,01        | 3,01        | -0,3% |
| Farina di grano tenero      | 0,62        | 0,63        | 1,2%  |
| Riso                        | 1,91        | 1,86        | -2,2% |
| <b>Lattiero-caseari</b>     |             |             |       |
| Burro                       | 8,34        | 9,26        | 11,0% |
| Latte fresco                | 1,40        | 1,41        | 0,7%  |
| Latte uht                   | 1,05        | 1,05        | -0,2% |
| Yogurt                      | 3,38        | 3,39        | 0,5%  |
| <b>Carni</b>                |             |             |       |
| Petto di pollo*             | 7,74        | 8,00        | 3,4%  |
| Fesa di tacchino*           | 8,78        | 9,10        | 3,6%  |
| Fettina di bovino adulto*   | 12,59       | 12,85       | 2,0%  |
| Coniglio intero*            | 6,92        | 7,19        | 3,8%  |
| Braciola di maiale*         | 6,33        | 6,41        | 1,3%  |
| <b>Altri prodotti</b>       |             |             |       |
| Uova (€/pz)                 | 0,20        | 0,23        | 13,1% |
| Zucchero                    | 1,07        | 1,01        | -5,1% |
| Dolcificanti                | 11,77       | 10,96       | -6,9% |
| Miele                       | 9,31        | 9,43        | 1,3%  |
| Passate di pomodoro         | 1,10        | 1,09        | -0,7% |

Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen Market Track per i prodotti confezionati a peso fisso e Nielsen Consumer Panel per i prodotti freschi a peso variabile (\*)

## I prodotti per i quali la spesa ha mostrato più dinamicità 2018 vs 17



Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale

Unità Operativa Studi e Analisi

Responsabile: Antonella Finizia

Redazione a cura di: Paola Parmigiani