

ACQUISTI  
DOMESTICI

3/2024



## I CONSUMI ALIMENTARI DELLE FAMIGLIE

Frena la crescita della spesa nei primi nove mesi 2024



Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare

3

# SOMMARIO

<b>DINAMICHE DI SPESA</b>	<b>4</b>
Consumi e inflazione secondo ISTAT	4
Osservatorio sui consumi	4
<b>Come cambia la composizione del carrello</b>	<b>7</b>
I prodotti lattiero-caseari	8
I derivati dei cereali	8
Le carni fresche, le uova e i salumi	9
I prodotti ortofrutticoli	10
I prodotti ittici	11
I vini e le bevande	11
I grassi vegetali	12
Gli altri prodotti a scaffale	13
Dinamica dei prezzi nel triennio di alcuni prodotti guida	14



## 1. Dinamiche di vendita dei canali distributivi

Dopo l'incremento nel 2023, che resta il più alto degli ultimi anni (+8,1%), la spesa nel corso dei primi nove mesi del 2024 rallenta bruscamente (+0,5%) il processo di crescita che aveva caratterizzato gli ultimi due anni. A fronte di prezzi medi che in alcuni casi segnano i primi ripiegamenti, tornano ad aumentare i volumi nel carrello di alcuni prodotti. Il **supermercato** resta il canale predominante con il 41% di share e con una performance positiva in termini di fatturato del 2,3% sui primi nove mesi del 2023, stabile il valore della spesa effettuata presso gli **ipermercati**. Il discount continua a migliorare le proprie performance mettendo a segno nei primi nove mesi del 2024 un aumento degli incassi dell'1,4%, che si va ad aggiungere al +10% registrato nel 2023. In riduzione la spesa presso il canale dei "liberi servizi" (-4,4%) e del dettaglio tradizionale (-6,7%).



## 2. Le famiglie che più sentono la crisi

Tra le famiglie acquirenti, l'atteggiamento di fronte agli scaffali della distribuzione si conferma differenziato: ancora una volta sono i nuclei familiari formati dai più giovani (**pre-family**) quelli a fare le maggiori rinunce, con un carrello che si alleggerisce nei volumi permettendo **un contenimento della spesa del 5,2%**. Continua invece ad aumentare la spesa per i nuclei familiari più maturi (older couples +1,3% e older singles +3,3%), per questi ultimi, si registra anche un incremento dei volumi nel carrello.



## 3. Come cambia lo scontrino

Si evidenziano dopo mesi di continua crescita, contrazioni di spesa per tutti i comparti afferenti ai prodotti proteici di origine animale: dalle carni (-2,4%), ai lattiero-caseari (-1,7%), agli ittici (-0,2%) e ai salumi (-0,5%), solo le uova fanno eccezione (+1,3%), mentre cresce ancora la spesa per ortofrutticoli (+1,1% gli ortaggi e +3,3% la frutta), gli oli vegetali (+18,2%) e le bevande (+1,6%) in tenuta la spesa per i derivati dei cereali (-0,2%).



## 4. Derivati dei cereali

Una lieve flessione della spesa (-0,2%) dovuta a una generalizzata contrazione dei prezzi medi (-0,2% nel complesso) a fronte di una sostanziale stabilità dei volumi delle principali referenze. Incremento dei volumi nel carrello sia per il pane e suoi sostituti (che da soli rappresentano il 41% del comparto) che per la "pasta fresca" e le "basi pizza" (rispettivamente +1,8%, +1,4% e +2,1%), di contro la "pasta di semola secca" che pesa in valore per il 10% sul comparto registra una contrazione delle vendite in volume.



## 5. Proteici di origine animale

In flessione la spesa per il **comparto dei prodotti lattiero-caseari (-1,7%)**, con prezzi medi in **ridimensionamento per tutti i prodotti**. Contrazione dei volumi quasi esclusivamente per il latte, mentre sia i formaggi che gli altri prodotti, favoriti dalla flessione dei prezzi, registrano un incremento delle quantità vendute. Una maggiore sensibilità agli aspetti etici e ambientali e una diffusa debolezza economica non hanno giovato al comparto delle carni, che nel 2024 continuano a soffrire una disaffezione dei consumatori. Flettono i volumi di tutte le tipologie eccetto quelli delle avicole, che sono anche le uniche per le quali non aumentano i prezzi.



## 6. Ortofrutticoli

Il comparto degli ortaggi freschi e trasformati – che pesa sul valore del carrello per il 10,4% – ha registrato nei primi nove mesi 2024 una crescita della spesa dell'1,1%, dopo il +9,4% del 2023. La dinamica



è supportata sia dagli incrementi della spesa per il segmento del fresco sia da alcune referenze del trasformato, solo debolmente contrastate dalla flessione della spesa per i surgelati e per i prodotti a base di pomodoro.

Aumenta del 3,3% la spesa per la frutta, con dinamiche di espansione dei volumi che hanno interessato quasi tutti i prodotti ad eccezione degli agrumi (-0,7%), per i quali il decremento dei prezzi medi (-1,9%) ha comportato una flessione della spesa nel periodo del 2,5%.



### 7. Oli vegetali

La spesa per gli oli vegetali continua ad aumentare notevolmente, dopo il +18% del 2022, anno su cui aveva pesato soprattutto la dinamica dell'olio di semi, il +7,6% del 2023, la spesa nei primi nove mesi del 2024 segna un ulteriore +18,2%.

Anche quest'anno, come nello scorso, a trainare l'aumento della spesa sono gli oli extravergini di oliva, che con incrementi di prezzo superiori al 40%, pesano sul portafoglio dei consumatori circa il 34% in più rispetto ai primi nove mesi del 2023, malgrado un discreto contenimento dei volumi (-5%).

## DINAMICHE DI SPESA

### Consumi e inflazione secondo ISTAT

A settembre, secondo quanto dichiarato da Istat, l'inflazione scende a +0,7% (su base annua), il livello più basso registrato da inizio anno. Il calo del tasso d'inflazione si deve ancora all'evoluzione dei prezzi dei "beni energetici" (-8,7%), ma risente anche del rallentamento su base tendenziale dei prezzi di alcune tipologie di servizi (ricreativi, culturali e per la cura della persona e di trasporto). Per contro, nel **comparto alimentare**, i prezzi aumentano lievemente il loro ritmo di crescita su base annua, contribuendo all'accelerazione dei prezzi del "carrello della spesa" (+1,0% da +0,6%).

### Osservatorio sui consumi

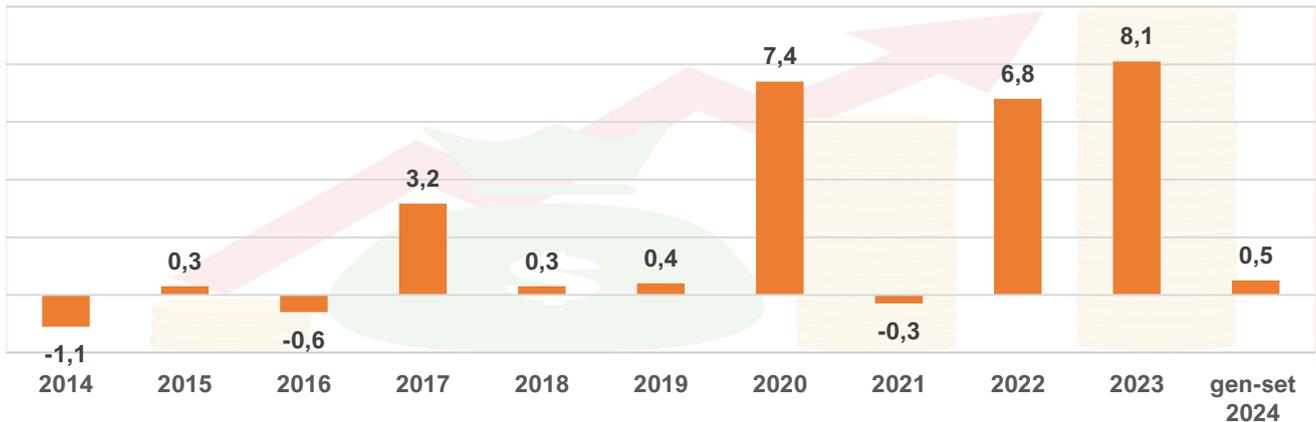
Secondo i dati dell'**Osservatorio sui consumi alimentari Ismea-NielsenIQ**, il carrello alimentare nei primi nove mesi del 2024, è costato agli italiani lo 0,5% in più rispetto al 2023.

Dopo l'**incremento della spesa nel 2023, che resta il più alto degli ultimi anni (+8,1%), nei primi nove mesi del 2024 rallenta bruscamente (+0,5%)** il processo di crescita della spesa per i prodotti alimentari che ha caratterizzato gli ultimi due anni. La dinamica dei volumi nel carrello registra invece tendenze differenti tra i vari comparti, e a fronte di tante referenze in riduzione, altrettante hanno ritrovato slancio in particolare nei reparti ortofrutta e bevande.

Il potere di acquisto è tornato lentamente ai livelli pre-pandemici, a fronte di grandi differenze all'interno della popolazione. Con il recupero dei redditi anche i consumi nel complesso tornano ai livelli pre-covid. La composizione del carrello della spesa riflette il maggior interesse per cibi salutari (in linea con i nuovi stili di vita), ma il prezzo rimane il driver principale nelle scelte di acquisto. Se da una parte è vero che cresce l'interesse dei consumatori per la propria salute e quella dell'ambiente (oltre 17 milioni di italiani praticano sport, oltre il 7% della popolazione dice di fare il digiuno intermittente, al 7% della popolazione piace la dieta iperproteiche, aumentano i consumi di prodotti bio) al restano ancora molti i consumatori le cui scelte di acquisto sono fortemente legate alla disponibilità economica e quindi al fattore "risparmio". Sebbene infatti la situazione sia in miglioramento, sono ancora 12 milioni le persone che vivono in situazione di disagio profondo (erano 20 milioni nel 2022); e le famiglie che dichiarano di trovarsi in difficoltà di fronte ad una ipotetica spesa improvvisa di 800 euro sono ancora ben il 33% (erano il 45% nel 2022). Ma a dichiarare che il prezzo sia il driver di acquisto più importante sono ben più dei consumatori in difficoltà economica, lo dichiarano nelle ultime indagini del Rapporto COOP 2024, (una ricerca annuale **con analisi della vita quotidiana degli italiani**) ben il 75% dei consumatori.

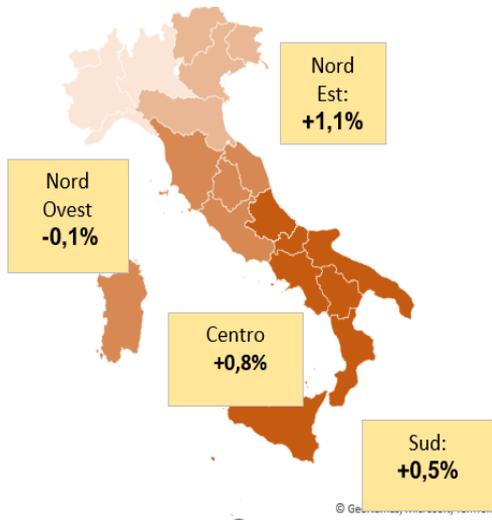


## Dinamica della spesa domestica per prodotti alimentari – Variazioni su base annua



Fonte: Osservatorio Ismea-NielsenIQ

## Dinamica della spesa per area geografica e per macro aggregati nei primi nove mesi 2024

Dinamica di spesa totale  
(gennaio settembre 2024 vs gennaio settembre 2023)

Totale agroalimentare	+0,5%
Generi alimentari	+0,4%
Bevande	+1,6%

Fonte: Osservatorio Ismea-NielsenIQ

In termini geografici, le variazioni di spesa coinvolgono in maniera non omogenea le quattro ripartizioni geografiche.

Nell'area del Nord Est la spesa continua, infatti, a crescere (+1,1%) più che nelle altre, in positivo anche il Centro e il Sud e solo in lievissima contrazione (-0,1%) il Nord Ovest.

Non cambia, nel 2024, la ripartizione delle vendite nei vari canali distributivi, ma anche per questi le dinamiche sono differenziate.

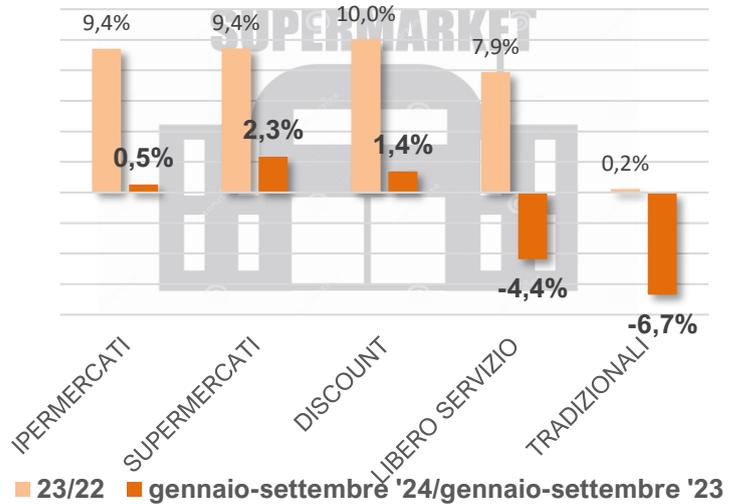
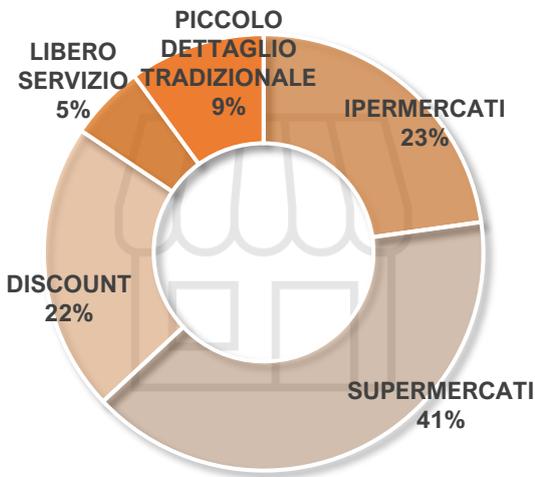
Continuano a perder terreno i piccoli negozi e a guadagnarne supermercati e discount. Nello specifico il **supermercato** resta il canale predominante con il 41% di share e con una performance positiva in termini di fatturato del 2,3% sul 2023, dopo un anno in cui aveva già recuperato il 9,4% degli incassi rispetto all'anno precedente.

Pressoché stabile il valore della spesa effettuata presso gli **ipermercati**, dove si confermano esser avvenuti il 23% degli acquisti. Il **discount** continua a migliorare le proprie performance e mantenendo una quota del 22% sulle vendite totali, mette a segno nei primi nove mesi del 2024 un aumento degli incassi dell'1,4%, che si va ad aggiungere al +10% registrato nel 2023 rispetto al 2022.

Perdono fatturati i canali dei **"liberi servizi"** (-4,4%) e del **dettaglio tradizionale** (-6,7%). Gli acquisti di generi alimentari e bevande attraverso i **canali digitali**, pur mantenendo il peso del 2,4% sulla spesa di tutti i canali distributivi, hanno segnato una battuta d'arresto piuttosto evidente negli ultimi due anni, con un -5,1% rispetto al 2023, che segue il -4,3% del 2023 sul 2022.



Ripartizione e dinamica delle vendite in valore per canale distributivo – gennaio settembre 2024 – Var. % su base annua

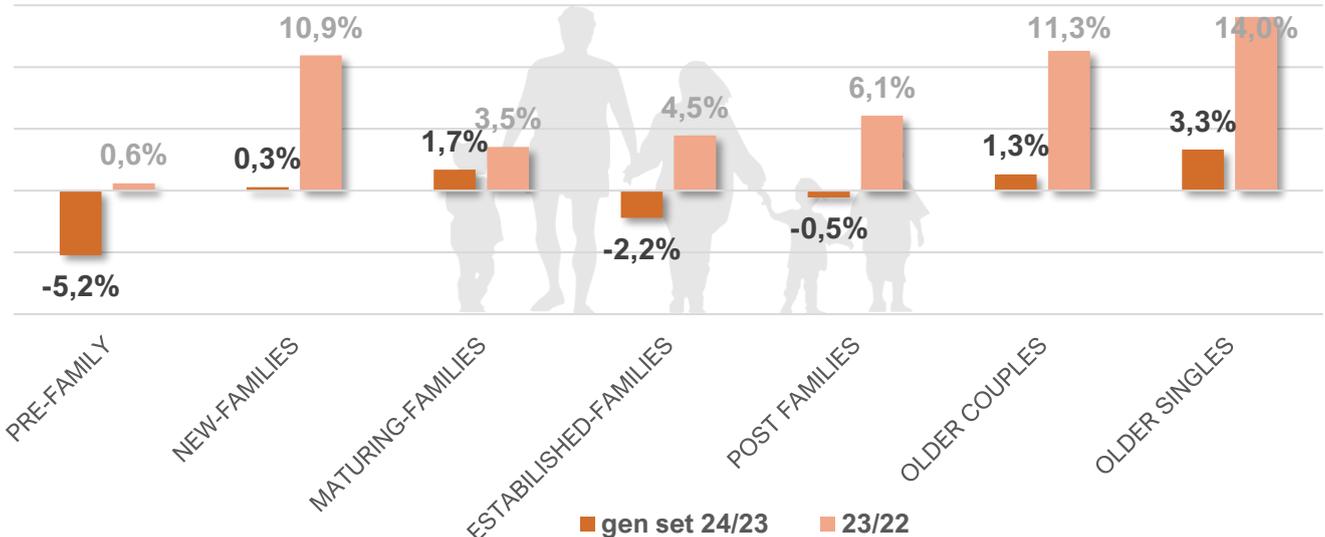


Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ - Consumer Panel

Tra le **famiglie acquirenti**, l’atteggiamento di fronte agli scaffali della distribuzione si conferma differenziato: ancora una volta sono i nuclei familiari formati dai più giovani (*pre-family*) quelli a fare le maggiori rinunce, con un carrello che si alleggerisce in volume permettendo un contenimento della spesa del 5,2%. Le famiglie con bambini non sempre riescono a contenere la spesa sui livelli dell’anno precedente, infatti c’è un incremento dello 0,3% per quelle con bimbi piccoli e del 1,3% per quelle con figli adolescenti, in entrambe i casi, comunque, i volumi nel carrello non subiscono contrazioni, questa tipologia di famiglie lavora piuttosto sul cambio di mix e quando necessario sul *downgrading* dei prodotti. Le famiglie con figli maggiorenni (*established* e *post family*) contengono la spesa complessiva (rispettivamente -2,2% e -0,5%) mantenendo stabili i volumi. Continua ad aumentare invece la spesa per i nuclei familiari più maturi (*older couples* +1,3% e *older singles*+3,3%), per questi ultimi, si registra anche un incremento dei volumi nel carrello e nel 2023 era la categoria che aveva affrontato un incremento della spesa alimentare di gran lunga superiore alla media (+14%).

Le famiglie si sono mediamente recate in un punto vendita per acquisto di generi alimentari 13 volte in un mese, (con una frequenza che varia dalle 17 volte della coppia di anziani alle 10 volte delle *pre-family*). Sempre più frequente il ricorso a prodotti in promozione: ne hanno approfittato almeno una volta quasi tutte le famiglie (85,5% +0,6% rispetto al 2023).

Dinamica della spesa nelle diverse tipologie di famiglia (Var gennaio-settembre '24/'23)



Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ Consumer Panel

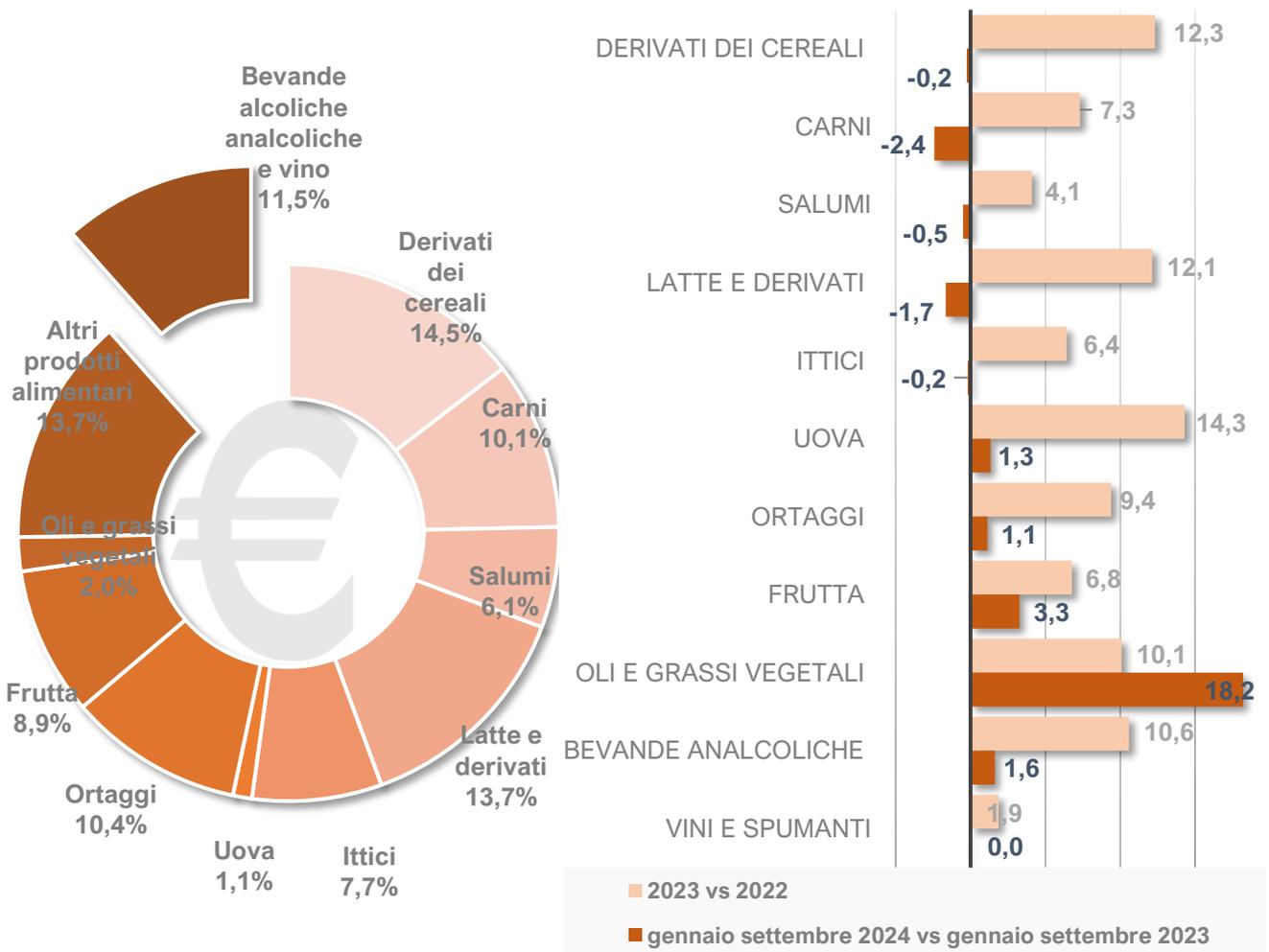


## Come cambia la composizione del carrello

La spesa alimentare complessiva nei primi nove mesi 2024 si conferma sostanzialmente analoga a quella dello scorso anno, sebbene i diversi comparti contribuiscano in maniera differenziata sia per segno sia per intensità. Si evidenziano dopo mesi di continua crescita, **contrazioni di spesa per tutti i comparti afferenti ai prodotti proteici di origine animale**: dalle carni (-2,4%) ai lattiero-caseari (-1,7%), ai salumi (-0,5%), agli ittici (-0,2%) solo le uova fanno eccezione (+1,3%), mentre cresce ancora la spesa per ortofrutticoli (+1,1% gli ortaggi e +3,3% la frutta), gli oli vegetali confermano il +18%, e le bevande analcoliche +1,6%; in discreta tenuta la spesa per i derivati dei cereali (-0,2%) sostenuta dalle categorie di “pane e sostituti” (+1,7%) e quella delle “pizze pronte” (+1,3%) ma non dalla pasta secca (-6,1%). Stabile la spesa per l’aggregato “vini e spumanti”.

Nella ripartizione in valore dei vari comparti sullo scontrino, si rileva rispetto allo scorso anno un incremento per il comparto “bevande” (intese come aggregato di analcoliche, alcoliche e vini) che passa dal 10% all’11,5% e per quello degli ortofrutticoli che passa da 18,4% a 19,3%. Mentre perdono quote di share sia il comparto dei lattiero caseari che passa dal 14,4% al 13,7% che quello delle carni che da 11,2% arriva a pesare il 10,3%. Il comparto dei derivati dei cereali pesa sullo scontrino per il 14,5% nel 2024, perde un punto valore, (era 15,5% il suo peso ad inizio 2023).

**Il peso dei comparti sullo scontrino medio gennaio-settembre 2024 - Dinamica della spesa su base annua per comparto**



Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ

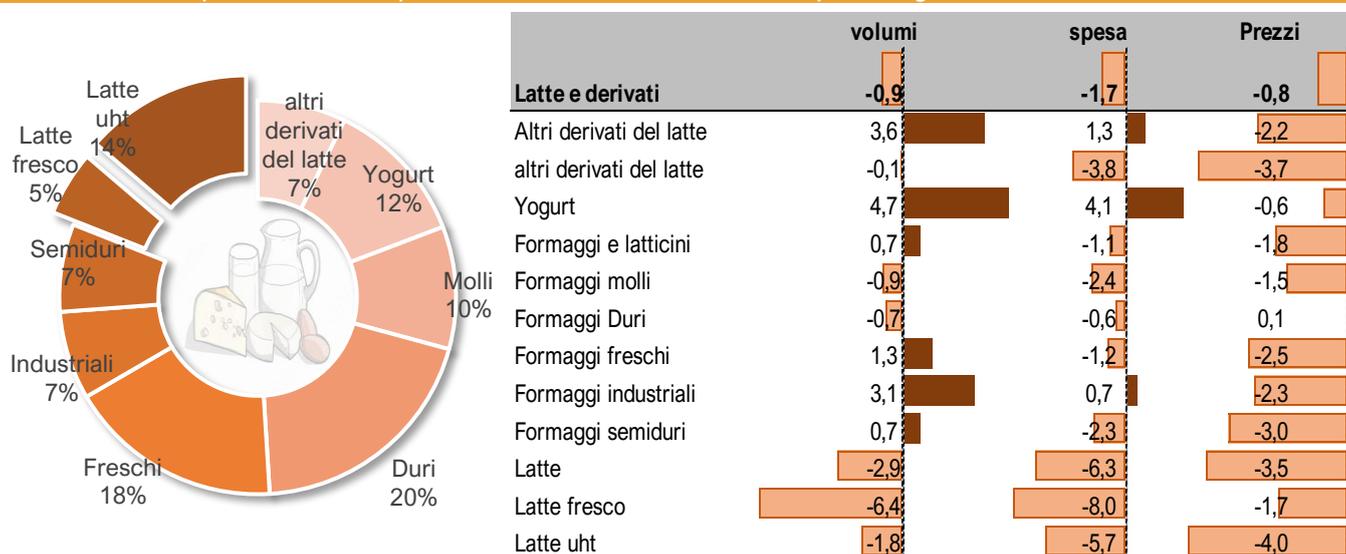
## I prodotti lattiero-caseari

In flessione la spesa per il **comparto dei prodotti lattiero-caseari (-1,7%)**, all'interno del quale si riscontrano prezzi medi **in ridimensionamento per tutti i prodotti**. In termini di volume si rilevano contrazioni quasi esclusivamente per il latte, mentre sia i formaggi che gli altri prodotti, favoriti dalla flessione dei prezzi, registrano un incremento.

In particolare, continua la flessione degli acquisti sia per il latte fresco che per quello a lunga conservazione, che insieme rappresentano oltre il 19% del valore comparto: la contrazione degli acquisti (-6,4% e -1,8% i volumi) associata alla flessione dei prezzi medi (-1,7% e -4%) porta la spesa complessiva nel primo trimestre 2024 a -8% per il latte fresco e a -5,7% per quella del latte UTH. **Referenze in parte sostituite dallo yogurt, per il quale si rileva un incremento dei volumi del 4,7%.**

Nel segmento “formaggi” i carrelli si alleggeriscono in lieve misura sia per i “molliti” (-0,9%) che per i “duri” (-0,7%), che sono anche quelli che hanno registrato una minore revisione dei prezzi al ribasso; mentre aumentano i volumi di formaggi industriali (+3,1%) formaggi freschi (+1,3%) e semiduri (+0,7%), tutti con prezzi in flessione tra il 2% e il 3%. In ripresa gli acquisti di burro (+3,6% i volumi) a fronte di una flessione dei prezzi del 2,2%.

**Lattiero caseari: ripartizione della spesa e dinamica su base annua nel periodo gennaio-settembre 2024**



Fonte: Ismea/NielsenIQ

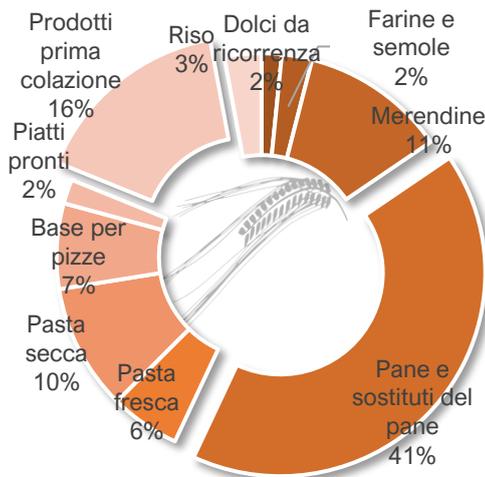
## I derivati dei cereali

Una lieve flessione della spesa si registra anche per il comparto dei derivati dei cereali (-0,2%) dove si riscontra una generalizzata contrazione dei prezzi medi (-0,2% nel complesso) e una sostanziale stabilità dei volumi acquistati. In particolare, si registra un lieve incremento dei volumi nel carrello sia per il pane e suoi sostituti (+1,8%), che da soli rappresentano il 41% del comparto, che per la “pasta fresca” e le “basi pizza” (rispettivamente +1,4% e +2,1%), di contro la “pasta di semola secca” che pesa in valore per il 10% sul comparto registra una contrazione delle vendite in volume dell’1,6% malgrado le frequenti attività promozionali ne abbiano di fatto ridotto il prezzo medio del 4,5%, facendo contrarre la spesa per questa referenza del 6,1% rispetto all’analogo periodo dello scorso anno. In flessione i volumi anche per le farine e le semole (-1,3%) con prezzi in ridimensionamento (-3,5% su base annua).

Stabili gli acquisti di riso (+0,2% i volumi), seppur con prezzi in contrazione (-4,7%). In buona tenuta i “piatti pronti”, i cui volumi acquistati aumentano dello 0,2% malgrado un aumento dello 0,8% dei prezzi medi. In flessione i prodotti per la prima colazione (-0,6% i volumi) con prezzi stabili.



## Derivati dei cereali: ripartizione della spesa dinamica su base annua nel periodo cumulato gennaio settembre 2024



	Volumi	Spesa	Prezzi
<b>Derivati dei cereali</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,2</b>
Dolci da ricorrenza	-0,2	3,5	3,6
Farine e semole	-1,3	-4,8	-3,5
Merendine	-2,6	-1,7	1,0
Pane e sostituti del pane	1,2	1,7	0,5
Pasta e gnocchi	-1,0	-3,2	-2,2
Gnocchi	1,0	-0,6	-1,5
Pasta fresca	1,8	2,0	0,2
Pasta secca	-1,6	-6,1	-4,5
Base per pizze	2,1	1,3	-0,8
Piatti pronti	0,2	1,0	0,8
Prodotti prima colazione	-0,6	-0,7	0,0
Riso	0,2	-4,7	-4,9

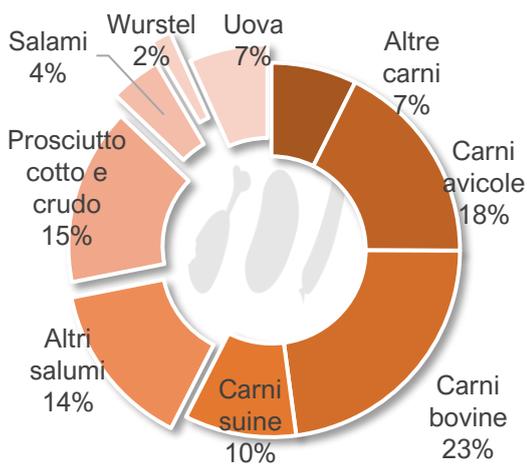
Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ

## Le carni fresche, le uova e i salumi

Una maggiore sensibilità agli aspetti etici e ambientali e una disponibilità economica che seppur in lieve miglioramento costringe ancora molti consumatori ad essere parchi nelle spese, non hanno giovato al comparto delle carni, che nel 2024 continuano a soffrire una disaffezione dei consumatori. Flettono i volumi di tutte le tipologie eccetto che per le avicole, che sono anche le uniche per cui non aumentano i prezzi.

Il tentativo di contenere la spesa per il segmento delle carni, contraendo in maniera importante i volumi, risulta efficace malgrado l'ennesimo aumento dei prezzi medi che interessa quasi tutti i prodotti. Nello specifico per le carni bovine la spesa si riduce del 2,2% a fronte di una contrazione dei volumi del 3,3% (prezzi medi +1,1% vs 2023). Per le carni suine la spesa si riduce dell'1,8% a fronte di una contrazione dei volumi del 3,9%; per le carni avicole la situazione è leggermente differente, infatti, una produzione abbondante ha "favorito" un ridimensionamento dei prezzi (-4,3%) favorendo un recupero dei volumi (+1,9%) a scapito delle altre carni.

## Altri proteici di origine animale: ripartizione e dinamica su base annua nel periodo gennaio- settembre 2024



	volumi	spesa	prezzi
<b>Carni</b>	<b>-1,6</b>	<b>-2,4</b>	<b>-0,8</b>
Altre carni	-4,7	-3,4	1,4
Carni avicole	1,9	-2,5	-4,3
Carni bovine	-3,3	-2,2	1,1
Carni suine	-3,9	-1,8	2,2
Carni in scatola	-8,2	-7,4	0,9
Carni surgelate	-0,3	-1,4	-1,1
<b>Salumi</b>	<b>-2,1</b>	<b>-0,5</b>	<b>1,6</b>
Altri salumi	-2,0	-0,9	1,1
Prosciutto cotto	-1,7	-1,3	0,4
Prosciutto crudo	-3,1	0,3	3,4
Salami	-1,9	1,6	3,5
Wurstel	-2,3	-2,1	0,2
<b>Uova</b>	<b>4,0</b>	<b>1,3</b>	<b>-2,5</b>

Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ

La dinamica negativa che interessa tutte le carni non risparmia i salumi (-2,1% i volumi), tutti con prezzi in aumento (+1,6% in media), colpendo con maggior intensità quelli di valore unitario più alto (-3,1% i volumi di prosciutto crudo). L'unico prodotto di origine animale ad incrementare la presenza nel carrello è quello delle uova, favorito rispetto agli altri prodotti del comparto, dal basso costo a parità di apporto proteico; per queste aumentano i volumi acquistati (+4%) con prezzi in flessione del 2,5%, favoriti da promozioni volte a garantire l'assorbimento completo della maggiore produzione.



## I prodotti ortofrutticoli

La riscossa salutistica post covid giustifica, in parte, la ripresa degli ortofrutticoli freschi, che nel 2024 tornano ad essere i comparti per i quali più aumentano i volumi nel carrello.

Il comparto degli ortaggi freschi e trasformati – che pesa sul valore del carrello per il 10,4% – ha registrato nei primi nove mesi 2024 una crescita della spesa dell'1,1%, dopo il +9,4% del 2023. La dinamica è supportata sia dagli incrementi della spesa per il segmento del fresco sia da alcune referenze del trasformato, solo debolmente contrastate dalla flessione della spesa per i surgelati e per i prodotti a base di pomodoro.

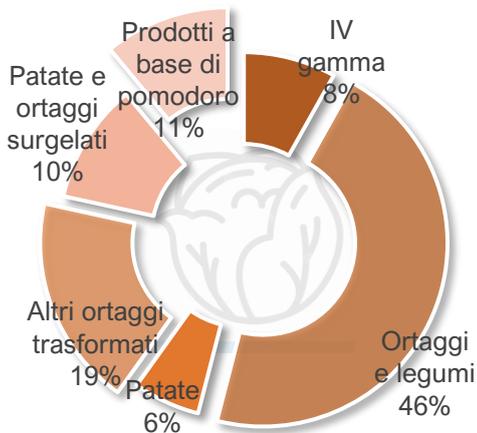
Per le patate, malgrado la contrazione dei volumi (-2,3%), l'aumento della spesa è stato il più evidente del comparto: +6,9%, grazie ad un prezzo medio cresciuto nel complesso del 9,4% con picchi massimi nel secondo trimestre (+21%) e lievi ridimensionamenti nel trimestre estivo (-2,5%).

La tensione sul mercato degli altri prodotti ortofrutticoli freschi si allenta durante l'estate 2024 grazie a un'offerta, in generale normalizzazione che ha permesso ai prezzi medi di tutti gli ortaggi estivi sia a frutto che a foglia un leggero ridimensionamento rispetto a quelli della scorsa estate, favorendo in parte un incremento dei volumi acquistati.

Gli acquisti di ortaggi freschi di quarta gamma tornano a crescere in termini di volume (+1,8%), seppur con prezzi in flessione (-0,8%).

Per tutti i prodotti trasformati si rileva un ulteriore incremento di prezzo che va ad aggiungersi ai precedenti, dovuto ai maggiori costi nella fase industriale (soprattutto energia e imballaggi), mentre rientra parzialmente l'incremento dei prezzi per gli ortaggi surgelati, in questo caso il lieve decremento dei prezzi non ha però favorito l'acquisto in termini di volume: (-0,4%). I prodotti a base di pomodoro sono tra i trasformati quelli che a fronte di un aumento dei prezzi (+2,2%) hanno registrato la maggior contrazione dei volumi (-2,8%).

**Ortaggi: ripartizione della spesa e dinamica dei sotto-comparti su base annua nel periodo gennaio-settembre 2024**



	volumi	spesa	prezzi
<b>Ortaggi</b>	0,7	1,1	0,4
<b>Ortaggi freschi</b>	1,6	1,0	-0,5
IV gamma	1,8	1,0	-0,8
Ortaggi e legumi	2,5	0,3	-2,2
Patate	-2,3	6,9	9,4
<b>Ortaggi trasformati</b>	-1,1	1,3	2,4
Altri ortaggi trasformati	0,7	3,5	2,8
Patate e ortaggi surgelati	-0,4	-0,6	-0,2
Prodotti a base di pomodoro	-2,8	-0,6	2,2

Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ

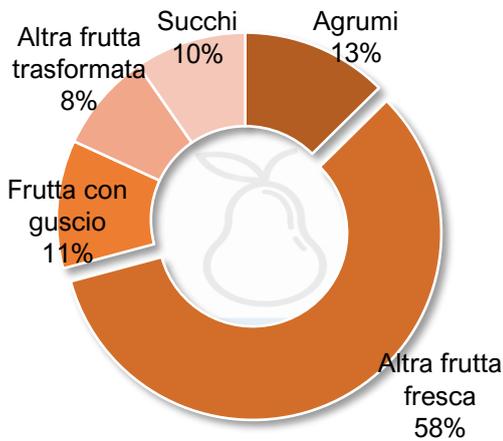
Aumenta del 3,3% la spesa per la frutta, con dinamiche di espansione dei volumi che hanno interessato quasi tutti i prodotti ad eccezione degli agrumi (-0,7%), per i quali il decremento dei prezzi medi (-1,9%) ha comportato una flessione della spesa del totale nel periodo cumulato a -2,5%.

L'altra frutta fresca, dopo un 2023 chiuso con una spesa in crescita del 3,3% sul 2022, torna di nuovo a veder crescere la stessa di un ulteriore 4,5%, grazie sia all'incremento dei volumi venduti (+1,4%) che ai prezzi in generale aumento (+3,1%). In particolare, nel terzo trimestre si evidenzia una crescita dei prezzi superiore alla media per le drupacee, che soprattutto nei mesi di luglio e agosto hanno segnato, su base annua, incrementi di prezzo superiori al 30%.

Nel segmento della frutta trasformata discreto l'andamento delle conserve (+1,6% in volume e +3,4% la spesa), mentre i succhi di frutta continuano a registrare flessioni in volume (-3,3%) che a fronte di prezzi medi in aumento del 2,5%, portano la spesa complessiva in flessione rispetto allo scorso anno dello 0,9%. Ottima performance per la frutta in guscio per la quale i consumatori hanno incrementato la spesa del 7,6% a fronte di un incremento sostanziale dei volumi venduti del 6,8% a prezzi in leggero aumento rispetto allo scorso anno.



## Frutta: ripartizione della spesa e dinamica su base annua nel periodo gennaio-settembre 2024



	volumi	spesa	prezzi
<b>Frutta</b>	<b>0,5</b>	<b>3,3</b>	<b>2,8</b>
Frutta fresca	1,1	3,8	2,6
Agrumi	-0,7	-2,5	-1,9
Altra frutta fresca	1,4	4,5	3,1
Frutta con guscio	6,8	7,6	0,7
Frutta trasformata	-2,4	1,1	3,6
Altra frutta trasformata	1,6	3,4	1,8
Succhi	-3,3	-0,9	2,5

Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ

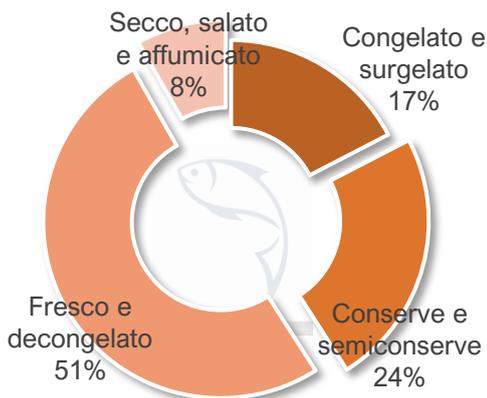
## I prodotti ittici

Gli acquisti domestici di prodotti ittici, dopo un 2023 e un primo trimestre 2024 in discreta crescita su base annua, perdono volumi nel periodo estivo facendo arrivare in terreno negativo il cumulato a settembre 2024 (-1,5% i volumi e -0,2% la spesa). In particolare, nel periodo che va da gennaio a settembre 2024 si evidenziano dinamiche negative in termini di volume per il segmento del "pesce fresco" (che pesa per oltre la metà sul fatturato totale), per questo segmento i volumi perdono rispetto al 2023 il 2,3%, che si tramutano in una flessione della spesa del 1,3% grazie al lieve incremento dei prezzi medi (+1%).

Ma le maggiori defezioni in termini di volumi acquistati si rilevano per il segmento delle conserve ittiche (principalmente rappresentate dal tonno in scatola) che, con un -4,6% rispetto al 2023, pagano lo scotto dell'importante incremento dei prezzi medi (+6,3%).

In positivo le vendite dei prodotti ittici surgelati che hanno in parte sopperito al minor ricorso al fresco, registrando incrementi in volume del 3,8%, dinamica in parte favorita anche da una flessione dei prezzi medi (-2,4%).

## Prodotti ittici - Ripartizione della spesa e dinamica su base annua nel periodo gennaio-settembre 2024



	volumi	spesa	prezzi
<b>Ittici</b>	<b>-1,5</b>	<b>-0,2</b>	<b>1,3</b>
Congelato e surgelato	3,8	1,2	-2,4
Conserve e semiconserve	-4,6	1,4	6,3
Fresco e decongelato	-2,3	-1,3	1,0
Secco, salato e affumicato	0,1	-1,0	-1,0

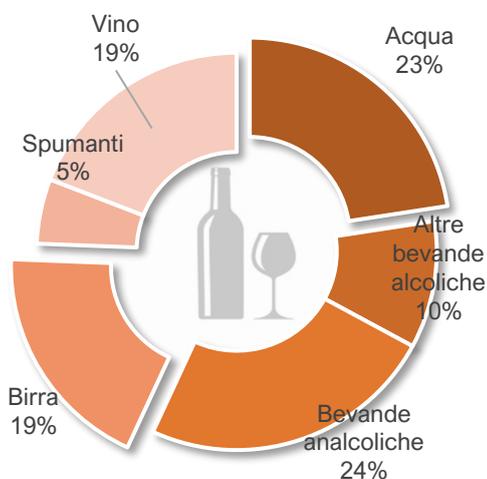
Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ

## I vini e le bevande

Il comparto delle bevande, incrementa il suo peso sullo scontrino passando da 9,9% all'11,5% grazie a un generalizzato aumento della spesa sostenuta per gli acquisti per il solo consumo in casa (+2,2%) da ascrivere in parte all'aumento dei prezzi medi, in parte all'aumento dei volumi acquistati. A registrare il segno negativo sui volumi sono le performance dei vini fermi (-2,8% i volumi e -0,5% la spesa) e delle bevande alcoliche (-1,3% i volumi -0,4% la spesa grazie al lieve aumento dei prezzi medi: +0,9%), dinamiche in buona parte controbilanciate dalle performance positive di spumanti

(+2,3% i volumi), acqua in bottiglia e birra (rispettivamente +2,7% +1,7% i volumi).

### Vini e bevande – Ripartizione % della spesa e dinamica su base annua nel periodo gennaio-settembre 2024



	volumi	spesa	prezzi
<b>Bevande e alcolici (escl. vino)</b>	<b>2,2</b>	<b>2,1</b>	<b>-0,1</b>
Acqua	2,7	3,3	0,6
Altre bevande alcoliche	-1,3	-0,4	0,9
Bevande analcoliche	-0,2	1,6	1,8
Birra	1,7	2,7	1,0
Spumanti	2,3	2,2	-0,2
Vino	-2,8	-0,5	2,3

Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ

### I grassi vegetali

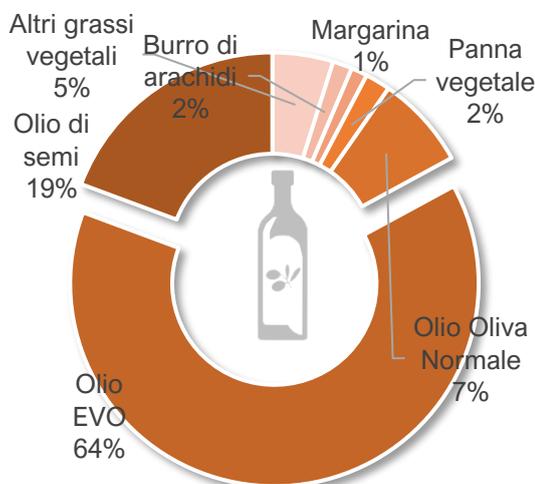
La spesa per gli oli vegetali continua ad aumentare notevolmente, dopo il +18% del 2022, anno su cui aveva pesato soprattutto la dinamica dell'olio di semi e il +7,6% del 2023, la spesa nei primi nove mesi del 2024 segna un ulteriore +18,2%.

Anche quest'anno, come nello scorso, a trainare l'aumento della spesa sono gli oli extravergini di oliva, che con incrementi di prezzo superiori al 40%, pesano sul portafoglio dei consumatori circa il 34% in più rispetto ai primi nove mesi del 2023, malgrado un discreto contenimento dei volumi (-5%).

Per l'olio di semi la situazione è differente, dopo i sostanziosi aumenti del 2022, i prezzi nel 2024 hanno teso al ridimensionamento, registrando contrazioni rispetto allo scorso anno del 16% che hanno in parte favorito il recupero dei volumi (+3,4%).

Continua a crescere l'interesse per il burro di arachidi che, pur rappresentando ancora una nicchia (il 2% tra i grassi vegetali), registra nel 2024 un incremento della spesa del 14% circa, con volumi acquistati in crescita del 20%. In flessione gli acquisti di panna vegetale e margarina, rispettivamente -5,9% e -10,5% i volumi nel carrello.

### Oli e grassi vegetali - Ripartizione della spesa e dinamica su base annua nel periodo gennaio settembre 2024



	volumi	spesa	prezzi
<b>Oli e grassi vegetali</b>	<b>-0,2</b>	<b>18,2</b>	<b>18,5</b>
Altri grassi vegetali	-3,5	-2,3	1,3
Burro di arachidi	19,8	13,9	-4,9
Margarina	-10,5	-9,6	0,9
Panna vegetale	-5,9	-7,6	-1,8
Olio di oliva	-4,0	33,0	38,5
Olio di oliva Extravergine	-5,0	33,8	40,9
Olio di semi	3,4	-13,3	-16,1

Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ

## Gli altri prodotti a scaffale

Variazione di carrello e scontrino nel primo trimestre 2024

	Volumi	spesa	prezzi
<b>Altri prodotti alimentari</b>	-0,1	1,2	1,3
Aceto	-2,1	-0,6	1,5
Altri prodotti alimentari	8,0	5,9	-1,9
Aromi, spezie e preparati per brodo	-1,9	-0,8	1,1
Caffè, tè e infusi	-5,1	1,9	7,4
Dolci e dessert	-1,5	0,9	2,4
Altri dolci	-2,8	1,5	4,4
Confetteria e cioccolateria	-2,7	2,2	5,0
Creme spalmabili e dessert dolci	-4,7	-3,3	1,4
Gelati	1,9	0,4	-1,6
Sale	-1,4	-1,3	0,1
Salse	2,2	2,1	-0,1
Snack salati	1,2	2,7	1,5
Zucchero e dolcificanti	-2,5	-3,2	-0,7

Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ



## Dinamica dei prezzi nel triennio di alcuni prodotti guida

Dinamica dei prezzi medi al dettaglio nel terzo trimestre dei prodotti guida

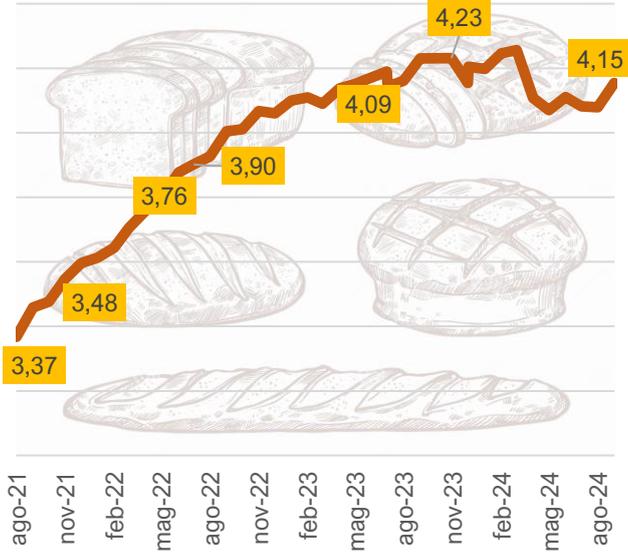
	Udm	Prezzo medio (€/Udm)					
		lug	ago	set	gen	feb	mar
<b>Derivati dei cereali</b>							
Pane sfuso	kg	4,13	4,15	4,08	-5,2	0,3	0,5
Pasta di semola	kg	1,72	1,74	1,69	-1,8	-5,4	-5,3
Riso	kg	2,65	2,70	2,71	-0,6	-3,2	-3,6
<b>Olio</b>							
Olio extravergine	l	10,33	10,40	9,82	54,5	47,7	58,7
<b>Vino</b>							
Vino comune da tavola	l	1,85	1,87	1,85	2,5	7,7	5,2
<b>Animali e carni</b>							
Petto di pollo	kg	9,57	9,84	9,64	-9,9	-5,7	-7,2
Fesa di tacchino	kg	9,98	10,29	10,13	-11,8	-11,0	-10,6
Bistecca di bovino adulto	kg	15,70	14,68	15,04	2,1	1,1	3,6
Coniglio intero	kg	8,83	8,46	9,14	17,9	1,5	15,4
Braciola di maiale	kg	8,05	8,71	7,72	4,5	5,4	1,8
<b>Latte e derivati</b>							
Latte fresco Alta qualità	l	1,73	1,74	1,74	-0,8	-1,5	-1,7
Burro	kg	11,19	11,46	11,76	-11,0	-10,3	-9,3
Grana Padano sfuso	kg	13,61	13,95	13,19	-5,7	1,2	-3,4
Parmigiano Reggiano sfuso	kg	15,91	17,03	16,96	1,2	-2,0	-4,1
<b>Uova</b>							
	1 pz	0,27	0,27	0,27	-1,3	-3,6	-6,3
<b>Ortaggi</b>							
Carote	kg	1,50	1,43	1,43	-11,1	-13,4	-12,3
Cetrioli	kg	1,62	1,60	1,82	2,3	-13,5	-9,7
Cipolle	kg	2,25	2,14	2,03	2,2	-0,8	-6,7
Fagiolini	kg	3,32	3,26	3,30	0,9	-1,3	4,3
Lattughe	kg	1,97	2,05	2,26	-5,0	-6,6	-0,7
Melanzane	kg	1,69	1,57	1,62	-5,2	-8,1	-10,4
Patate comuni	kg	1,41	1,41	1,42	-3,6	-1,8	-3,2
Peperoni	kg	2,66	2,46	2,53	-6,7	2,0	-5,0
Pomodori	kg	2,54	2,41	2,50	-11,6	-6,8	-5,4
Zucchine	kg	1,81	1,74	1,85	4,5	-0,6	-
							11,5
<b>Frutta fresca</b>							
Angurie	kg	0,95	0,88	0,99	6,9	4,2	-4,7
Limoni	kg	2,37	2,51	2,69	-0,5	-6,5	-2,4
Meloni	kg	1,93	1,56	1,55	1,0	-3,7	0,9
Pesche	kg	2,38	2,30	2,37	36,9	31,4	24,8
Pere	kg	2,71	2,38	2,44	14,0	1,8	-3,3
Nettarine	kg	2,32	2,23	2,29	10,5	11,3	8,9

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati NielsenIQ

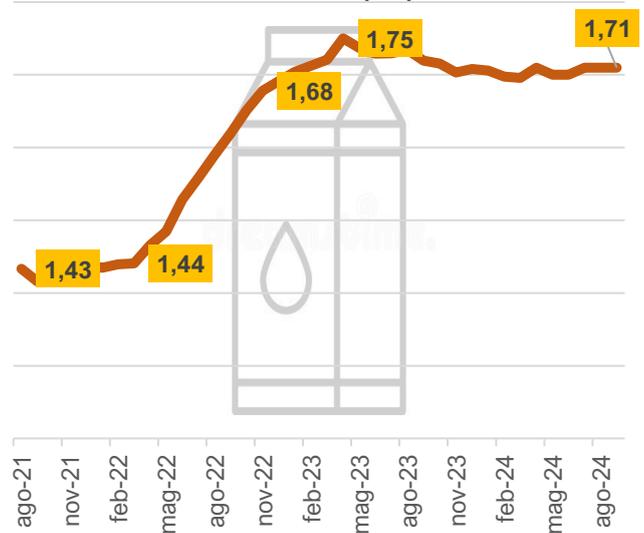


Dinamica dei prezzi medi al dettaglio nel triennio di alcuni prodotti guida

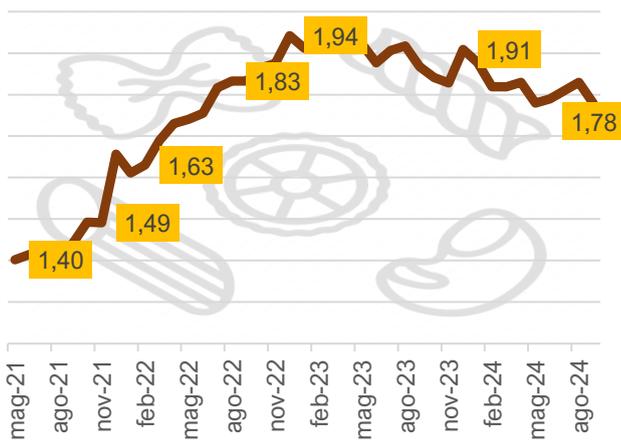
Pane fresco sfuso (€/kg)



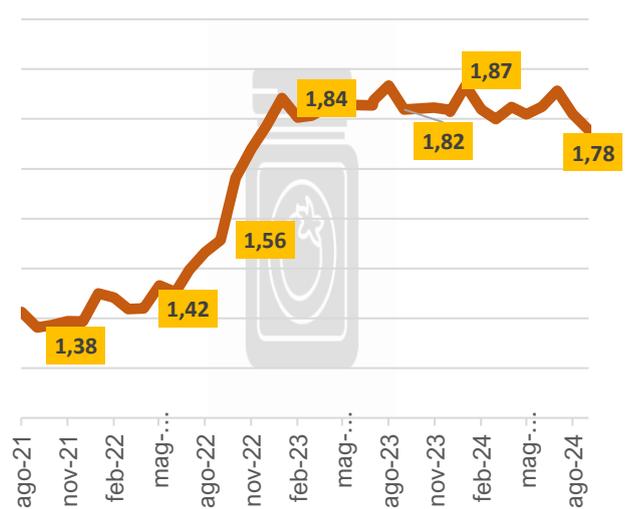
Latte fresco (€/l)



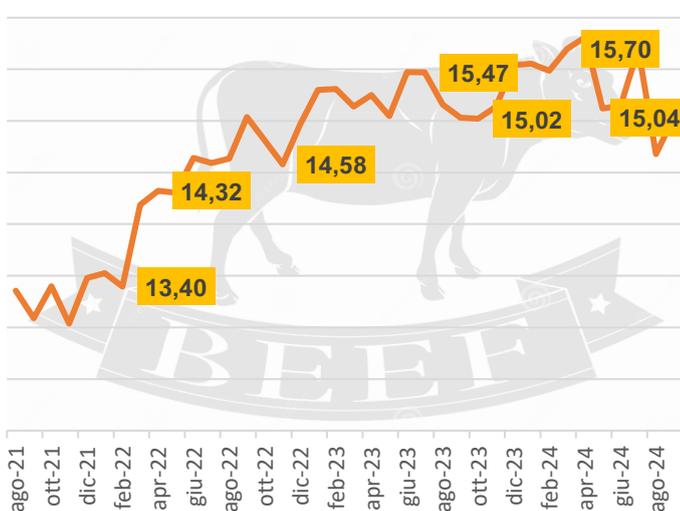
Pasta di semola (€/kg)



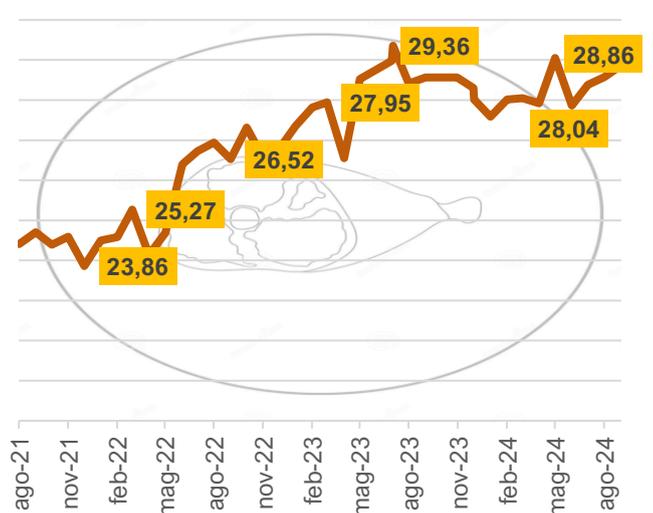
Conserve di pomodoro



Fettina bovino adulto



Prosciutto crudo DOP



Fonte: Ismea-NielsenIQ



Responsabile Fabio Del Bravo

---

Coordinamento tecnico Maria Nucera

---

Redazione Paola Parmigiani

---

Contatti [p.parmigiani@isMEA.it](mailto:p.parmigiani@isMEA.it)  
[redazione@isMEA.it](mailto:redazione@isMEA.it)

---