

La spesa alimentare? È cresciuta Il canale preferito? Il supermarket

DI GIUSY PASCUCCI

Cresce la spesa alimentare domestica nei primi sei mesi dell'anno, con una ripresa generalizzata dei consumi guidata soprattutto dalle famiglie con figli e dal Sud. Il supermarket si conferma il canale preferito dove salgono prevalentemente gli acquisti di carne avicola e uova, prodotti freschi, in particolare ortaggi, formaggi duri e freschi, yogurt e olio, mentre continuano a calare i volumi di latte fresco e vino.

È quanto emerge dal report Ismea sui consumi alimentari del primo semestre 2025 secondo cui la spesa domestica degli italiani è cresciuta del 5,2% rispetto al 2024 (in cui aveva registrato già un +2%), in tutti i territori facendo registrare una maggiore frequenza d'acquisto (+10% su base annua), a conferma di una ritrovata fiducia dei consumatori. A livello territoriale è nel Mezzogiorno (+6,9%) che si registra la crescita maggiore seguita da Centro (+5,2%), Nord-Ovest (+5%) e Nord-Est (+3,5%).

Con una quota di mercato del 41%, e una crescita del +6,1%, il supermarket si conferma il canale dominante seguito dal discount e dagli ipermercati, in cui il valore degli acquisti è cresciuto rispettivamente del 3,5% e del 3,3%. È nelle famiglie con responsabile degli acquisti un-

der 55 con figli, sia piccoli che grandi, che si sono registrati gli incrementi più marcati pari a +7,1% e +9,1%, mentre per le famiglie monoparentali e over55 l'aumento della spesa è stato più contenuto. Gli incrementi maggiori hanno riguardato la carne avicola (volumi +6,1% e spesa +11,5%), uova (volumi +7,5% e spesa +13,2%), ortaggi freschi (volumi +4,9% e spesa +5,6%), pesce fresco (volumi +3,7% e spesa +10,2%), formaggi duri (+8,8) e freschi (volumi +5,3% e spesa +8,6%) e anche il pane (volumi +4,9% e spesa +6,1%).

Positive le vendite in volume dell'olio extravergine di oliva (+15%) favorite dalla riduzione dei prezzi medi in gdo (-18%). Stabili gli acquisti di pasta, mentre i nuovi trend di consumo penalizzano ancora il latte fresco (volumi -3,9% e spesa -1%), le carni bovine e il vino (-2,5% i volumi ma in aumento dell'1,9% la spesa), a fronte invece di una brillante performance degli spumanti (volumi +8,8% e spesa +7,6%). Giù anche i prodotti per le merende dei più piccoli: volumi acquistati in ribasso per succhi di frutta (-3%), merendine (-2,5%), creme spalmabili e cioccolate (rispettivamente -0,7% e -2,9%). In aumento del 18% la spesa per il caffè, mentre il miele mostra una crescita dei volumi del 7%.

© Riproduzione riservata

