

LO STUDIO

Data Stampa 6901

Data Stampa 6901

Torna a crescere la spesa alimentare

Nei primi sei mesi del '25, secondo i dati Ismea le famiglie hanno aumentato gli acquisti



L'OPINIONE

I volumi sono saliti del 5,2% rispetto all'anno scorso. Si compra di più al Sud e soprattutto nei supermercati. Nel carrello sempre più prodotti freschi e bio
Raffaele Lorusso

Cresce il consumo alimentare delle famiglie. Più che dai prezzi, la spinta verso l'alto è alimentata dai volumi degli acquisti. Si compra di più. Soprattutto prodotti freschi come ortaggi e pane. Il recente rapporto dell'Istituto di servizi per il mercato agroalimentare (Ismea), relativo al primo semestre di quest'anno, mostra un aumento della spesa alimentare del 5,2% rispetto al 2024. Un dato che consolida il trend al rialzo registrato già l'anno scorso, quando fu del 2%. L'aspetto positivo è che la crescita della domanda non è l'effetto di politiche promozionali. La componente legata agli sconti, infatti, è rimasta sostanzialmente invariata, passando dal 23,8% di gennaio-giugno 2024 al 23,6% di quest'anno.

Qualche sorpresa si coglie nell'intensità della crescita: la spesa è aumentata di più al Sud, dove si registra un +6,9%. L'Italia centrale è cresciuta del 5,2%, il Nord-Ovest del 5% e il Nord-Est del 3,5%. In tutto il territorio nazionale l'accelerazione è avvenuta in misura maggiore nel secondo trimestre. L'incremento ha riguardato tutti i settori

merceologici ed è stato accompagnato da una frequenza d'acquisto del +10% su base annua, con una percentuale più elevata al Nord-Ovest (+11,8%). Il principale canale di vendita rimane il supermercato, che detiene una quota di mercato del 41%, con una crescita del 6,1%. Segue il discount, con un incremento del valore degli acquisti del 3,5%. Positivo anche il dato delle vendite negli ipermercati, cresciute del 3,3%.

Nel carrello della spesa trovano sempre più spazio i prodotti freschi e i cibi biologici. I dati Ismea rivelano che gli italiani mangiano più ortaggi, uova e pesce e - sorpresa - bevono meno vino e birra. Nei primi sei mesi di quest'anno, infatti, la spesa per i prodotti freschi da orto è cresciuta del 5,6% e i volumi del 4,9%. Si consuma anche più pane, formaggi freschi e carne. In quest'ultimo caso, l'aumento di volumi acquistati ha riguardato quasi tutte le tipologie, nonostante i prezzi siano aumentati in modo considerevole. A giugno scorso, per esempio, la bistecca di bovino adulto costava in media quasi 18 euro al chilo, il 16,2% in più rispetto ai dodici mesi precedenti. Il prezzo medio del petto di pollo, invece, era di 10,28 euro, il 9% in più del 2024. Fra le tipologie di carne, è proprio l'avicola ad aver registrato il maggiore incremento sia di volumi acquistati (+6,1%) sia in termini di spesa complessiva (+11,5%). Segue la carne suina, le cui vendite sono aumentate del 3,1%, con una spesa che si è attestata al +5,5%. Sono state penalizzate, invece, le carni bovine, con un -1% nei volumi, frenati dai significativi aumenti dei prezzi medi. Particolarmente attrattivo, poi, si conferma il compar-

to ittico, con una spesa complessiva del 7,2%, sostenuta sia dai prezzi in rialzo sia dal recupero dei volumi. A spingere verso l'alto il settore è stata la crescita di acquisti di pesce fresco, che rappresenta oltre la metà del totale: l'incremento dei volumi del 3,2% si è accompagnato ad un aumento dei prezzi medi del 6,2%. Sono positive anche le performance degli ittici surgelati, dove recuperano volumi sia i confezionati (+4,1%) sia gli sfusi (+13,1%). Il vino, invece, conquista la maglia nera nel comparto delle bevande. A fronte di una spesa in aumento del 1,9%, infatti, i volumi si sono contratti del 2,5%. Se ne beve di meno, ma di qualità. In flessione anche i volumi di acquisto di birre (-1,1%). Soddisfacenti, invece, i risultati per gli spumanti, per i quali, a fronte di un incremento dei volumi del 18,8%, la spesa cresce del 7,6%. Cresce anche la quantità di acqua imbottigliata (+3,9%) così come quella di bevande analcoliche (+3,2%).

Oltre al vino, i nuovi trend di consumo penalizzano anche il latte fresco, calato del 3,9%. Cambia pure la merenda. Si riducono i volumi di vendita di succhi di frutta (-2,9%) e merendine (-2,5%). Aumenta, invece, del 7% la vendita del miele, mentre restano sostanzialmente stabili le quantità di zucchero e dolcificanti (-0,2%).



Ha invertito la tendenza il settore degli oli e grassi vegetali. La vendita di olio extravergine di oliva ha fatto registrare un'impennata del 15%. A favorire l'aumento è la riduzione dei prezzi medi, che ha raggiunto il 18%, nelle catene della grande distribuzione. La crescita potrebbe continuare nei prossimi mesi, considerato che secondo le prime stime, pubblicate recentemente dal centro studi Divulga, la stagione 2025-2026 sarà positiva. Si prevede, infatti, che la produzione raggiunga le 300mila tonnellate, il 30% in più dell'anno scorso.

Nell'analisi delle dinamiche della spesa per tipologia di famiglia, Ismea evidenzia che gli incrementi

più marcati si registrano fra i nuclei in cui il responsabile degli acquisti ha meno di 55 anni con figli. In presenza di bambini piccoli, i volumi di spesa sono cresciuti del 7,1%, raggiungendo il 9,1% in presenza di figli più grandi. Per i nuclei con un solo componente con più di 55 anni, che nel 2023 e nel 2024 avevano sostenuto la crescita dei consumi, l'incremento nella prima parte del 2025 è stato più contenuto: 4,3%, inferiore alla media nazionale. La spesa delle famiglie senza figli conviventi, invece, è aumentata dell'1%, accompagnata da una contrazione generalizzata dei volumi.

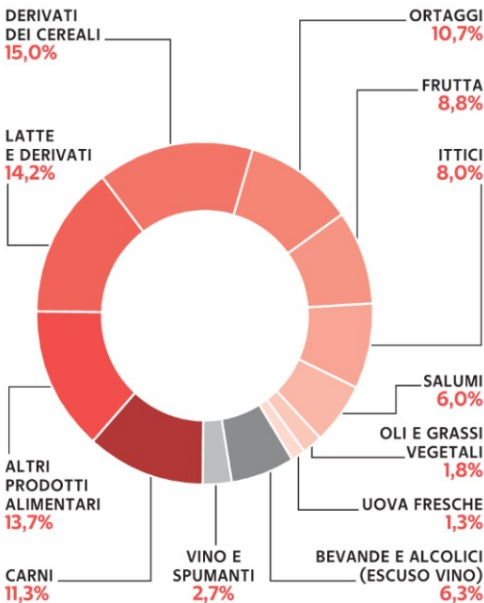
© RIPRODUZIONE RISERVATA



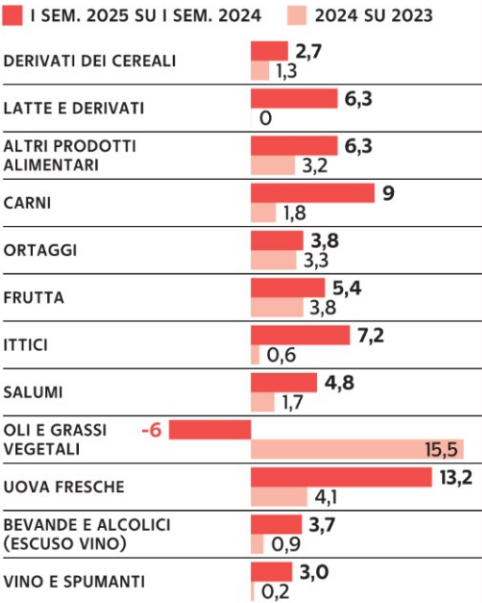
INUMERI

IL CARRELLO DELLA SPESA

Il peso dei comparti sullo scontrino medio
(I semestre 2025)

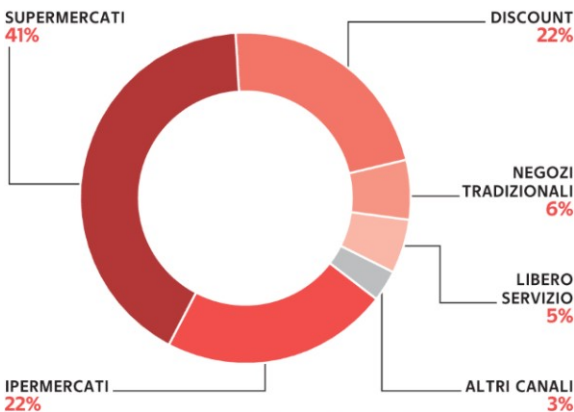


Dinamica della spesa su base annua
(variazione % per comparto)



FONTE: ELABORAZIONI ISMEA SU DATI NIELSEN IQ

I CANALI DISTRIBUTIVI
LA RIPARTIZIONE DELLA SPESA



FONTE: ELABORAZIONI ISMEA SU DATI NIELSEN IQ

23,6

GLI SCONTI

Le politiche promozionali hanno pesato per il 23,6%, quota rimasta invariata



① Le famiglie italiane hanno aumentato la spesa per alimentari nella prima metà del 2025