

CONSUMI DELLE FAMIGLIE ITALIANE: REPORT 2011

FEBBRAIO 2011



INDICE

	pag
1 Le dinamiche del mercato al dettaglio: quantità, valore e prezzo medio	4
2 L'andamento degli acquisti per le principali specie ortofrutticole	6
3 La distribuzione degli acquisti per canale commerciale	10
4 La distribuzione degli acquisti per aree geografiche	14



Questo documento è redatto parzialmente con il carattere ECOFONT per il risparmio del 20% sul consumo di inchiostro. <http://www.ecofont.eu>

Ti invitiamo inoltre a consultare il documento nella sua versione elettronica per limitare il consumo di carta.

I dati sugli acquisti al dettaglio di ortofrutta in Italia si basano sulle rilevazioni campionarie condotte da GFK Italia su un panel di famiglie rappresentative dell'universo delle famiglie italiane. Ricordiamo che dai dati che seguono è escluso tutto il consumo che avviene fuori casa e ci si riferisce esclusivamente agli acquisti domestici di ortofrutta.

1

Le dinamiche del mercato al dettaglio: quantità, valore e prezzo medio

Nel 2011 le famiglie italiane hanno acquistato 8.200.000 tonnellate di ortofrutta, quantitativo di poco inferiore a quello dell'anno precedente, -0,8%. Con circa 4,5 milioni di tonnellate gli acquisti di frutta si pongono a -3,0% rispetto al livello del 2010, mentre quelli degli ortaggi aumentano di quasi 2 punti percentuali, attestandosi su circa 3.730.000 tonnellate.

ORTOFRUTTA - ACQUISTI AL DETTAGLIO DELLE FAMIGLIE ITALIANE - ANNO 2011
Quantità (tonnellate)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	var % 2011/10
ORTOFRUTTA	9.521.498	9.326.170	9.088.089	8.639.199	8.266.448	7.953.880	8.196.873	8.232.130	8.199.827	8.248.551	8.254.164	8.187.742	-0,8
FRUTTA	5.036.723	4.902.990	4.842.914	4.649.862	4.519.868	4.359.983	4.485.802	4.513.542	4.502.968	4.512.649	4.594.264	4.457.662	-3,0
VERDURA	4.484.774	4.423.179	4.245.175	3.989.338	3.746.580	3.593.896	3.711.071	3.718.588	3.696.859	3.735.902	3.659.900	3.730.080	+1,9

Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

Dopo l'andamento fortemente negativo della prima metà degli anni duemila, ci ritroviamo pertanto di fronte a numeri che sembrano non discostarsi molto dal livello medio registrato dal 2006 in avanti: 8,2 milioni di tonnellate di ortofrutta, 4,5 milioni di tonnellate di frutta, 3,7 milioni di tonnellate di ortaggi.

I prezzi medi al dettaglio nel 2011, a livello nazionale, hanno registrato un leggero aumento rispetto a quelli dell'anno precedente, +1,2% per l'ortofrutta, come conseguenza di un lieve incremento dei prezzi della frutta, +0,9%, e di quelli della verdura, +1,0%.

Anche sul fronte delle quotazioni pertanto si conferma il trend di sostanziale stabilità in atto a partire dal 2007, dopo la crescita consistente che si è verificata negli anni precedenti.

Le variazioni in termini di quantità acquistate e di prezzi medi al dettaglio, hanno comportato nel 2011 una spesa complessiva per l'acquisto di ortofrutta non molto dissimile da quella del 2010, +0,4% per l'ortofrutta nel complesso, negativa per la frutta con -2,1%, e positiva con +2,9% per le verdure.

E' dal 2007 che la spesa delle famiglie italiane per l'acquisto di ortofrutta supera costantemente i 13 miliardi di euro.

Trend anche in questo caso molto diverso da quello evidenziato negli anni precedenti quando gli ingenti incrementi di prezzi, nonostante quantitativi in calo, avevano comportato comunque un aumento sostanzioso della spesa complessiva.

ORTOFRUTTA - ACQUISTI AL DETTAGLIO DELLE FAMIGLIE ITALIANE - ANNO 2011
Prezzo medio (Euro/kg)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	var % 2011/10
ORTOFRUTTA	1,19	1,25	1,38	1,48	1,44	1,40	1,52	1,55	1,63	1,63	1,62	1,64	+1,2
FRUTTA	1,13	1,22	1,32	1,42	1,37	1,30	1,35	1,40	1,53	1,50	1,50	1,51	+0,9
VERDURA	1,25	1,29	1,44	1,55	1,53	1,53	1,71	1,74	1,76	1,78	1,78	1,79	+1,0

Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

ORTOFRUTTA - ACQUISTI AL DETTAGLIO DELLE FAMIGLIE ITALIANE - ANNO 2011
Valore (migliaia di euro)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	var % 2011/10
ORTOFRUTTA	11.338.186	11.696.376	12.500.609	12.777.994	11.938.046	11.149.892	12.420.785	12.768.045	13.405.940	13.447.934	13.370.741	13.418.046	+0,4
FRUTTA	5.715.731	6.005.342	6.395.928	6.596.010	6.208.546	5.658.964	6.074.784	6.313.583	6.884.482	6.786.485	6.873.305	6.729.425	-2,1
VERDURA	5.622.455	5.691.034	6.104.681	6.181.984	5.729.500	5.490.928	6.346.001	6.454.462	6.521.458	6.661.449	6.497.436	6.688.621	+2,9

Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

Se nei primi anni duemila ogni famiglia italiana acquistava mediamente 450 chilogrammi di ortofrutta, oggi ne acquista 340 chilogrammi. L'acquisto medio annuo di frutta per famiglia è sceso da 240 a 180 chilogrammi e quello degli ortaggi da 214 a 150 chilogrammi.

Contemporaneamente la spesa per l'ortofrutta, pari a 560 euro/annui per famiglia, nel 2011 non è molto differente da quella di 10 anni prima.

ORTOFRUTTA - Acquisto medio e spesa media per famiglia acquirente

chilogrammi

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Frutta	237	234	225	209	202	207	216	202	196	189	184
Verdura	214	205	193	173	166	172	172	166	162	158	154
Ortofrutta	451	439	417	382	367	379	388	368	358	347	338

ORTOFRUTTA - Spesa media annua per famiglia acquirente

euro

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Frutta	290	309	319	287	262	277	303	300	292	282	278
Verdura	275	295	299	265	254	292	305	292	288	281	276
Ortofrutta	565	603	617	552	516	569	608	592	579	562	554

Fonte: elaborazione CSO su dati GFK

Dovrebbe in questo contesto fare riflettere il fatto che la spesa annua per l'ortofrutta pari a 600 euro all'anno, si traduce mediamente in 1,5 euro al giorno/famiglia.

2

L'andamento degli acquisti per le principali specie ortofrutticole

Nel 2011 gli acquisti al dettaglio della maggior parte delle diverse specie si attestano su livelli simili o di poco inferiori al 2010, senza eccessive variazioni in positivo o in negativo. Le uniche variazioni degne di nota sono infatti attribuibili alle angurie, all' ananas e altra frutta esotica che sorprendentemente segnano un -4% sul 2010 in termini quantitativi.

Analizziamo ora il trend per singolo prodotto evidenziato dal 2000 ad oggi.

MELE - acquisti scesi in maniera progressiva da oltre 1.000.000 di tonnellate del 2000 a circa 826.000 tonnellate nel 2011, -2% sul 2010, -20% sul 2000;

PERE - volumi scesi da 459.000 tonnellate del 2000 a quasi 366.000 tonnellate del 2011 (-20%); il timido recupero del 2009 non ha avuto seguito gli anni successivi;

UVA DA TAVOLA - la dimensione del mercato al dettaglio spettante a questo prodotto, che nel biennio 2000-2001 era mediamente di 240.000 tonnellate, oggi è ridimensionata a 171.000 tonnellate (-27%). Gli acquisti nel 2011 risultano inferiori dell' 1% rispetto all'anno precedente.

MANDARINI - nonostante gli apprezzabili recuperi nel biennio 2009-2010, gli acquisti di questa specie risultano oggi quasi dimezzati rispetto al 2000;

PESCHE: dopo la riduzione del 17% registrata nel periodo 2000-2005, pur con oscillazioni, la successiva ripresa ha collocato il consumo di questo prodotto su valori attorno alle 250.000 tonnellate, inferiore del 12% sul 2000 ma superiori del 5% sul 2005;

ARANCE e BANANE, che dopo un evidente calo degli acquisti, sembravano recuperare nel biennio 2006-2007, negli ultimi anni flettono nuovamente e nel 2011 si posizionano sui livelli contenuti dell'anno precedente.

CLEMENTINE - stabili fino al 2005 su 225.000 tonnellate, gli acquisti al dettaglio sono successivamente aumentati, fino ad arrivare a quota 266.000 tonnellate nel 2010; nel 2011 invece i quantitativi sono diminuiti del 1% rispetto all'anno precedente.

KIWI: +70% dal 2000 al 2007; lieve flessione nel 2008, oggi stabili su circa 124.000 tonnellate.

NETTARINE: +22% dal 2000 al 2010, in leggera diminuzione (-1%) i consumi nel 2011 rispetto all'anno precedente.

ITALIA - Acquisti al dettaglio di frutta per PRINCIPALI SPECIE (Tonnellate)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	var 2011/10	var 2011/00
MELE	1.030.368	1.005.887	991.770	939.384	884.519	850.869	867.076	902.064	845.828	837.558	840.567	826.141	-2	-20
ARANCE	723.889	710.536	690.215	684.918	658.790	612.390	628.940	665.528	628.287	607.892	608.501	604.389	-1	-17
BANANE	546.693	523.367	524.673	494.288	465.654	440.559	455.471	484.448	461.643	454.581	453.426	450.206	-1	-18
PERE	459.084	448.482	439.650	415.877	417.062	387.973	398.371	405.786	371.645	373.165	368.878	365.988	-1	-20
ANGURIE	366.879	368.470	360.760	360.409	391.349	363.110	360.613	364.840	368.776	369.354	368.701	353.378	-4	-4
PESCHIE	287.429	277.211	278.798	254.292	253.894	239.721	245.469	250.892	258.330	250.575	256.543	255.416	-0	-11
CLEMENTINE	225.623	214.458	225.549	225.665	224.610	226.931	244.150	253.186	252.104	260.508	266.127	261.767	-2	+16
MELONI	187.380	188.375	182.137	179.103	188.105	188.834	199.777	212.777	217.078	220.862	219.892	216.826	-1	+16
LIMONI	271.343	254.531	251.044	220.568	200.750	192.115	197.609	196.143	186.585	186.362	183.915	183.432	-0	-32
UVA	232.986	247.503	225.945	203.551	173.425	170.521	174.552	180.909	176.884	172.981	173.580	171.106	-1	-27
KIWI	76.044	77.769	80.590	89.775	95.712	122.006	124.804	134.965	124.630	125.029	124.248	124.086	-0	+63
NETTARINE	90.226	92.146	93.354	96.334	101.026	101.035	108.251	106.687	109.087	109.851	110.090	109.290	-1	+21
ANANAS e altri fr.esot.	34.351	30.212	33.124	36.501	39.609	51.195	58.116	91.338	80.862	84.764	80.940	78.019	-4	+127
ALBICOCCHE	73.101	73.889	73.733	75.315	76.069	78.450	79.379	84.131	79.212	81.800	78.240	77.191	-1	+6
FRAGOLE	60.930	61.345	67.005	72.323	73.437	67.226	68.158	69.815	73.299	78.234	77.175	78.605	+2	+29
MANDARINI	146.289	123.396	117.793	110.727	89.050	71.318	70.853	70.496	67.520	73.143	79.830	79.388	-1	-46
PRUGNE	64.826	67.200	64.986	53.651	55.961	53.694	57.567	55.473	60.071	63.783	63.816	62.894	-1	-3
CILIEGE	45.288	43.135	44.105	45.435	40.584	42.413	44.857	49.130	48.281	48.039	49.495	50.636	+2	+12
POMPELMI	29.924	26.251	25.600	26.844	27.664	33.063	30.502	33.597	22.104	19.147	18.534	18.491	-0	-38

Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

MELONI - se escludiamo il biennio 2002-2003, il consumo di questo prodotto è in tendenziale ripresa, con un +16% 2011 su 2000 ma inferiori del 1% nel 2011 rispetto all'anno precedente.

ALBICOCCHE - in crescita rispetto ai primi anni duemila, i consumi di questo prodotto risultano recentemente altalenanti; nel 2011 si segna un -1% rispetto all'anno precedente.

FRAGOLE - con circa 77-78.000 tonnellate nell'ultimo biennio il consumo di fragole si posiziona sui livelli massimi dell'ultimo decennio

ANGURIE - Altalenante l'acquisto di questo prodotto negli anni ma il 2011 si contraddistingue per un'annata particolarmente negativa e con 353.000 tonnellate risulta essere il consumo più basso dal 2000 ad oggi, -4% rispetto al 2010 e al 2000.

Nell'ambito delle diverse specie di ortaggi rispetto al 2010 risultano in lievissimo aumento gli acquisti di insalate, spinaci e fagioli (+1%). In altrettanto leggero calo, solo di pochissimi punti percentuali, invece, gli acquisti di patate, carote, finocchi, melanzane, cavolfiori, carciofi, cipolle, peperoni, cetrioli e asparagi. Sostanzialmente stabile l'acquisto dei prodotti rimanenti.

Il trend dal 2000 per quanto riguarda le verdure evidenzia una certa difficoltà per la maggior parte delle principali specie.

Il calo è particolarmente pesante e generalizzato fino al 2005; nel triennio successivo si registrano situazioni differenziate.

PATATE: dopo la caduta degli acquisti dal 2000 al 2005, -30%, si registra una certa ripresa negli anni successivi che porta il consumo della specie su circa 740.000 tonnellate nel 2010 ma che scende nel 2011 a 725.000 tonnellate, -27% rispetto al 2000 e -1% rispetto all'anno precedente.

CAROTE: anche in questo caso dopo il calo (-21%) dal 2000 al 2005, i consumi sono risaliti fino al 2009, per poi scendere di un solo punto percentuale nel 2010 rispetto all'anno precedente e di un altro punto percentuale nel 2011 rispetto al 2010. Ora siamo sul -17% rispetto al 2000.

MELANZANE: -29% dal 2000 al 2005; +7% nel 2011 rispetto al 2005, da tre anni stabili su circa 165.000 tonnellate, 24% in meno rispetto al 2000

PEPERONI: -29% dal 2000 al 2005; dopo la ripresa pari al +5% verificatasi fino al 2009, nel 2011 si scende del 1% rispetto all'anno precedente, -28% rispetto al 2000;

CETRIOLI: calo importante solo nel triennio 2004-2006; successivamente ottima ripresa, nel 2010 4% sul 2009, nel 2011 piccolo calo del 1% rispetto al 2010 e +30% sul 2000;

PISELLI: -53% dal 2000 al 2005 e successiva ripresa fino al 2010, il 2011 mantiene stabilità rispetto all'anno precedente; -26% sul 2000.

Per altre specie, come pomodori, zucchine e cipolle, il forte calo che ha contrassegnato gli anni fino al 2005, è stato seguito da una certa stabilità dei consumi sui livelli minimi.

Tra i prodotti in forte difficoltà da citare soprattutto i carciofi, -66% 2011 su 2000, come pure il 2010.

Le uniche note positive vanno ai finocchi, +16% 2011 su 2000 e ai radicchi, nonostante i dati siano disponibili solo a partire dal 2007. Per i radicchi il 2011 rappresenta un anno di stabilità preceduto da anni di forte crescita, +25% rispetto al 2007.

In tendenziale crescita anche il consumo di insalate, nel 2011 +1% sul 2010, +22% sul 2000.

Degno di nota è anche l'andamento degli acquisti al dettaglio di asparagi, che ha evidenziato un trend positivo fino al 2007, ma che nell'ultimo triennio pur mantenendosi su livelli superiori a quelli dei primi anni duemila, risulta lievemente in calo.

ITALIA - Acquisti al dettaglio di ortaggi per PRINCIPALI SPECIE (Tonnellate)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	var 2011/10	var 2011/00
PATATE	1.004.524	943.550	887.187	828.263	734.214	703.717	715.849	743.257	746.137	740.244	736.540	725.754	-1	-28
POMODORI	775.128	761.909	726.541	689.722	649.832	573.529	582.352	578.641	579.010	578.954	575.833	574.423	-0	-26
INSALATE	346.893	378.355	385.128	374.079	344.124	366.920	420.748	383.840	385.704	406.081	420.502	423.813	+1	+22
ZUCCHINE	283.074	285.390	259.251	243.865	243.807	234.025	238.117	235.697	236.951	236.986	233.630	232.860	-0	-18
CAROTE	235.028	236.932	233.071	212.743	197.980	186.848	191.742	193.716	196.168	197.867	196.806	194.926	-1	-17
CIPOLLE	328.423	310.054	284.507	253.365	200.117	182.346	183.532	185.632	185.818	184.952	180.952	178.737	-1	-46
FINOCCHI	152.643	155.237	157.647	159.478	171.430	166.238	171.350	177.317	176.384	175.450	177.965	176.664	-1	+16
MELANZANE	215.147	207.145	195.521	179.906	172.454	152.665	155.427	162.878	166.687	164.898	165.783	163.643	-1	-24
PEPERONI	222.317	221.332	205.772	185.399	169.953	156.822	159.863	161.594	162.719	164.882	161.269	159.438	-1	-28
CAVOLFIORI	117.116	114.986	117.831	120.653	113.184	107.705	110.669	112.235	111.538	114.129	113.814	112.552	-1	-4
CARCIOFI	212.092	207.591	191.495	174.899	159.137	144.896	157.650	118.077	81.406	64.851	73.867	73.076	-1	-66
FAGIOLINI	110.551	114.988	111.043	93.937	87.879	81.705	82.132	82.492	79.742	80.721	79.364	79.460	+0	-28
BIETOLE	78.677	79.920	79.795	79.011	79.966	79.952	78.944	66.587	63.668	65.274	62.883	61.886	-2	-21
CETRIOLI	41.855	45.622	44.448	42.149	40.269	39.815	40.544	44.606	47.078	52.901	54.940	54.380	-1	+30
RADICCHIO	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	40.815	39.370	50.252	51.119	51.119	+0
SPINACI	48.817	47.370	44.937	43.121	37.734	38.831	39.388	39.284	38.252	39.647	41.657	41.888	+1	-14
ASPARAGI	19.581	20.110	20.917	18.643	21.705	21.987	22.881	25.255	22.822	22.184	21.547	21.254	-1	+9
FAGIOLI	15.104	14.346	13.683	9.368	11.325	13.710	14.411	16.702	16.723	17.313	17.463	17.558	+1	+16
PISELLI	17.296	13.989	14.389	12.122	11.361	8.249	9.023	11.109	11.544	11.599	12.836	12.814	-0	-26

Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

3

La distribuzione degli acquisti per canale commerciale

Per quanto riguarda la distribuzione degli acquisti di ortofrutta per canale commerciale si confermano nel 2011 le tendenze in atto già da diversi anni.

In termini quantitativi continua l'erosione della quota di mercato spettante al mercato ambulante e ai mercati rionali, che scendono al 24% del totale. Ricordiamo che queste forme distributive nel 2000 detenevano il 39% del mercato al dettaglio dell'ortofrutta. La situazione appare quasi perfettamente ribaltata per i supermercati, ora al 34%, contro il 23% di inizio millennio. I discount anche nel 2010 confermano la propria quota, pari al 7% del totale, così pure gli ipermercati risultano stabili sul 12% al pari dell'anno precedente.

Il dettaglio specializzato, con il 17%, conferma il dato del 2010; questa forma distributiva pur perdendo quote, negli anni non mostra però variazioni importanti: dal 2000 al 2010 ha perso il 3% della quota di mercato.

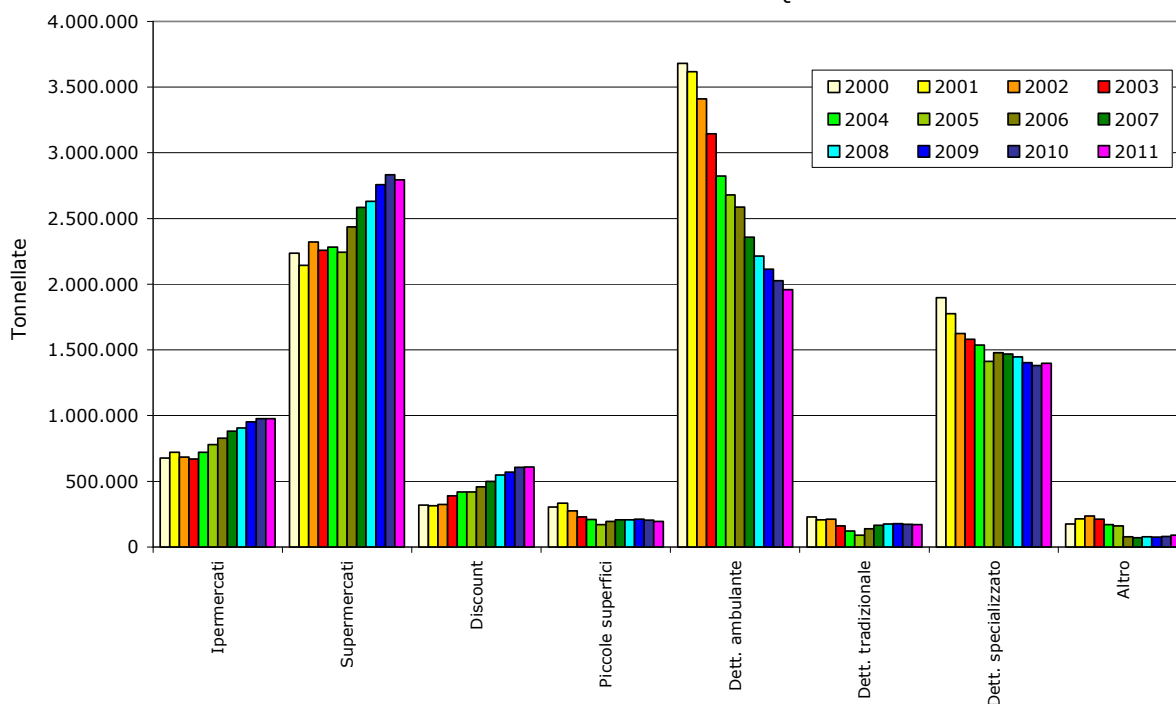
Nel 2010 la Distribuzione Moderna, intesa come supermercati, ipermercati, piccole superfici e discount, mantiene il 56% del totale del mercato al dettaglio dell'ortofrutta. Se si confronta il peso di oggi della DM con quello del 2000, quando era pari al 37% del totale è evidente come il ruolo della DM sia in questi anni fortemente cresciuto.

In termini di valore la quota di mercato spettante ai supermercati diventa ancora più importante, al 37% del totale al pari dell'anno precedente, mentre quello degli ambulanti scende al 22%. Rispetto alle quantità scende anche il peso del dettaglio specializzato, confermando il 16% dell'anno precedente.

Questi diversi pesi sono frutto naturalmente dei differenti livelli di prezzo praticati, anche in funzione della qualità del prodotto.

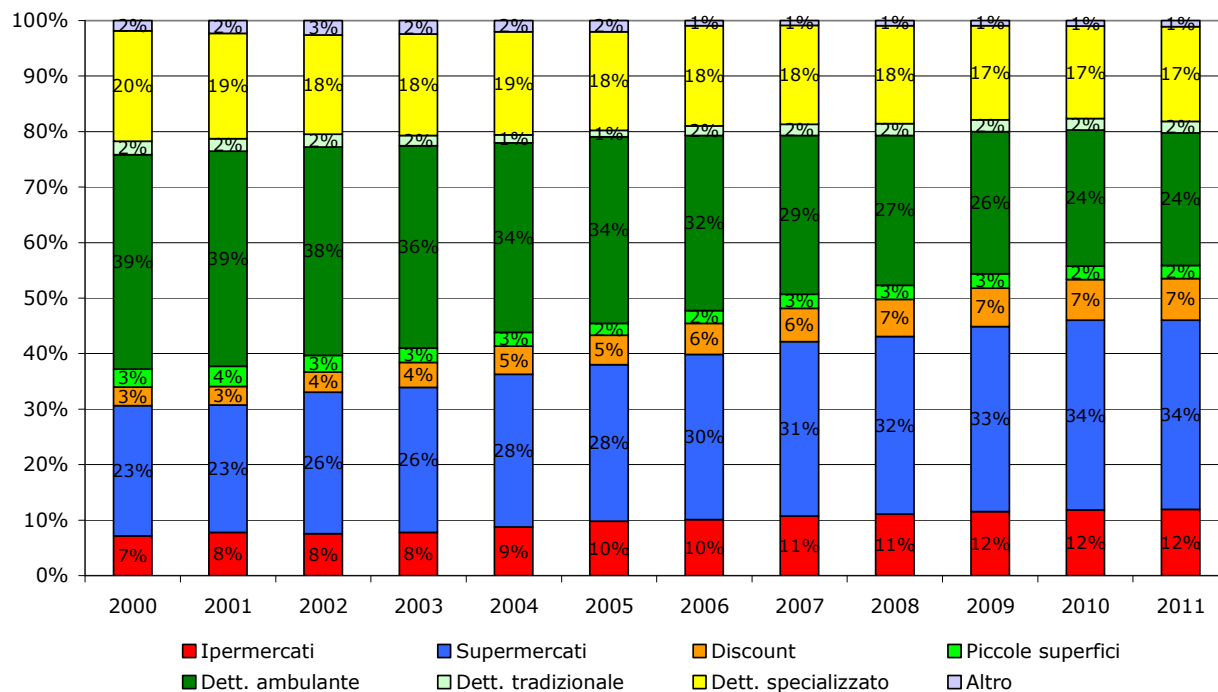
I supermercati si confermano il canale commerciale che pratica i prezzi medi più elevati e superiori di gran lunga alla media. Più prossimi alla media nazionale le quotazioni praticate dagli ipermercati. Il dettaglio ambulante rimane il canale che pratica i prezzi più contenuti; al di sotto della media si collocano anche il dettaglio specializzato e i discount.

ACQUISTI AL DETTAGLIO DI ORTOFRUTTA IN ITALIA
DISTRIBUZIONE PER CANALE COMMERCIALE - Quantità in tonnellate



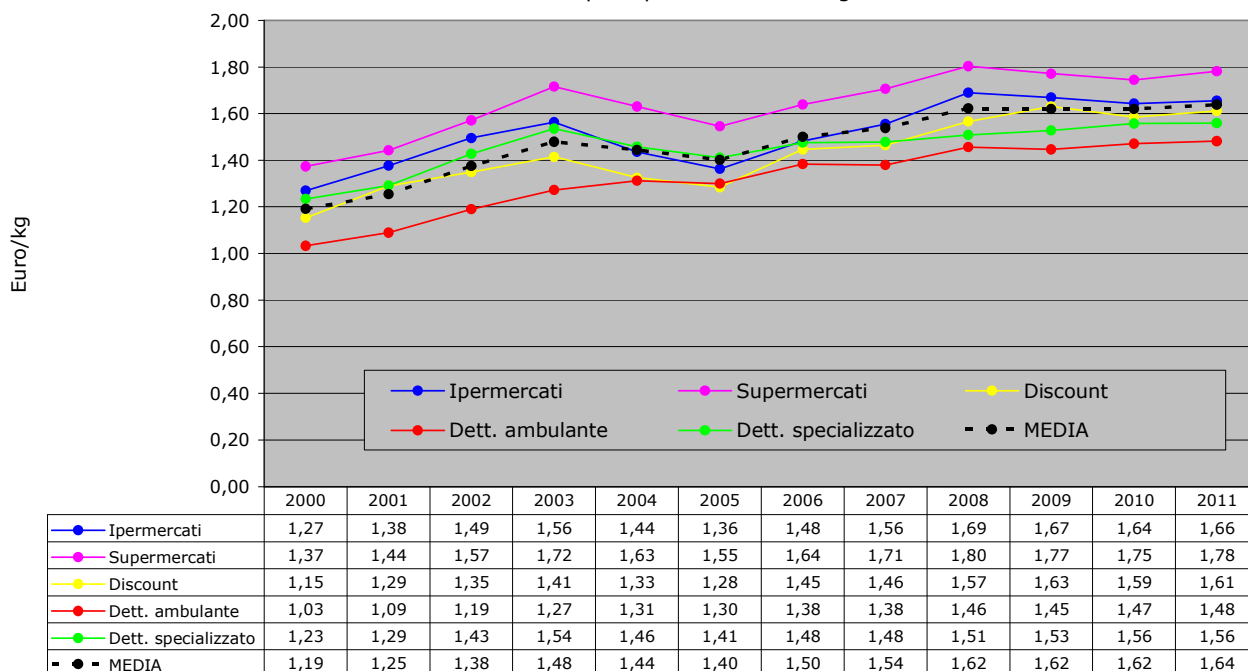
Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

ACQUISTI AL DETTAGLIO DI ORTOFRUTTA IN ITALIA
DISTRIBUZIONE PER CANALE COMMERCIALE (% in quantità)



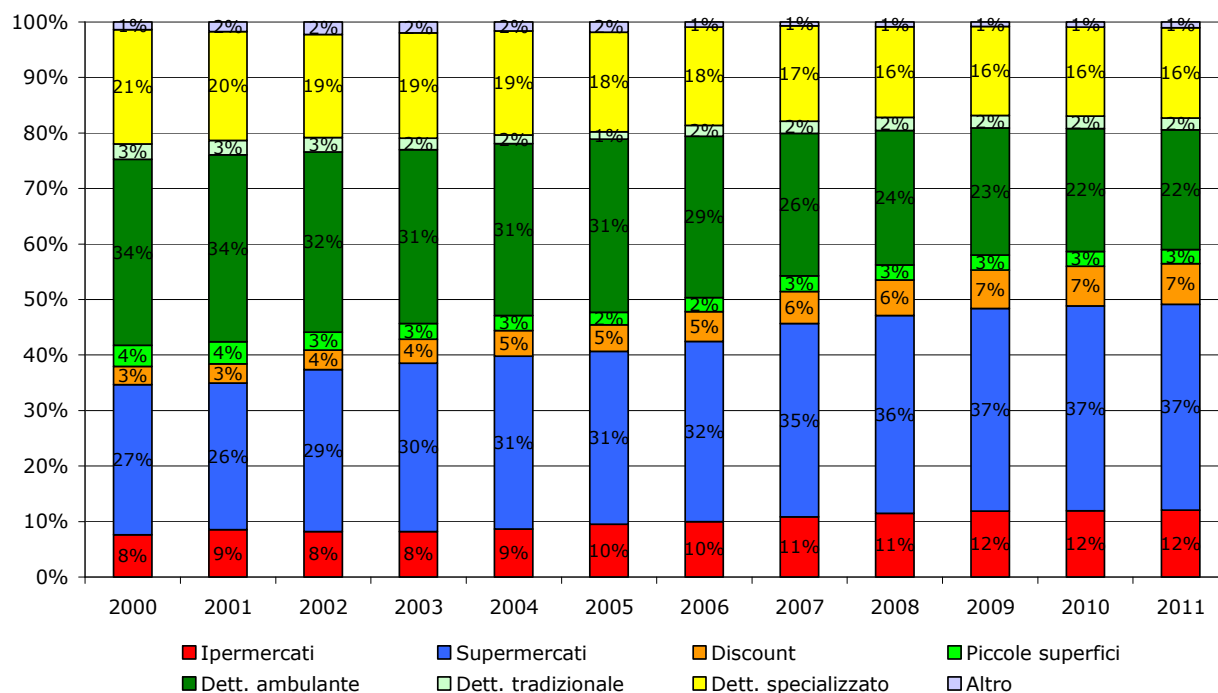
Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

ACQUISTI AL DETTAGLIO DI ORTOFRUTTA IN ITALIA
Prezzo medio nei principali canali al dettaglio



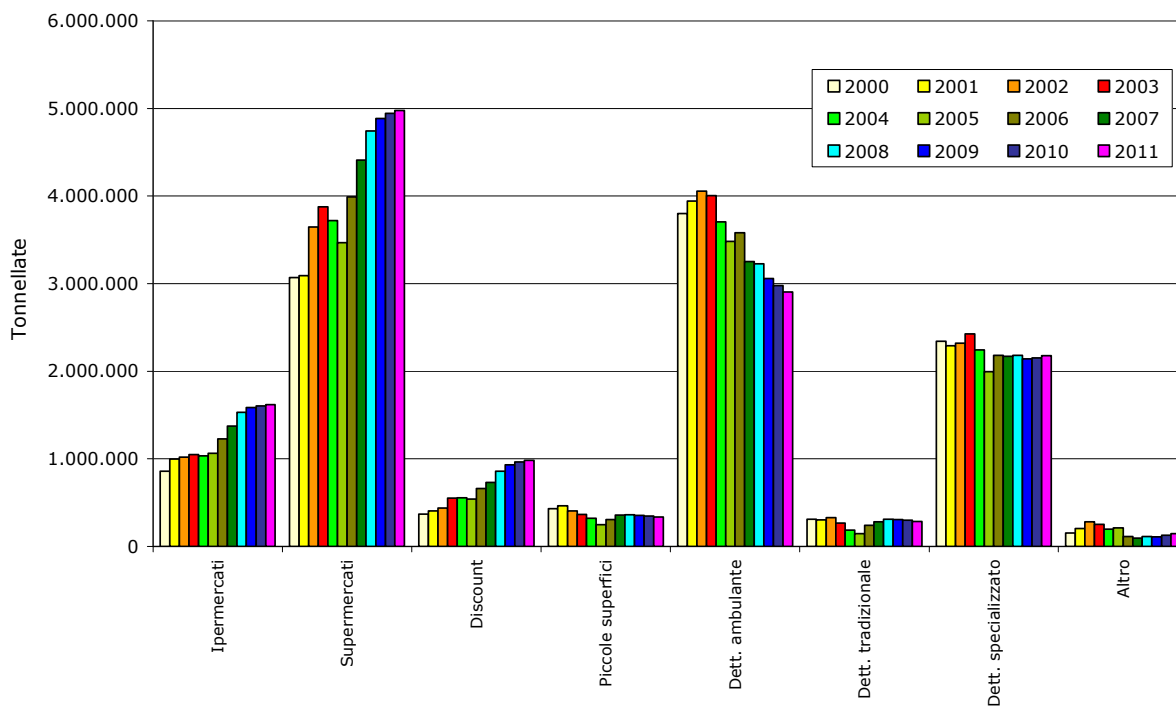
Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

ACQUISTI AL DETTAGLIO DI ORTOFRUTTA IN ITALIA
DISTRIBUZIONE PER CANALE COMMERCIALE (% in valore)



Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

ACQUISTI AL DETTAGLIO DI ORTOFRUTTA IN ITALIA
 DISTRIBUZIONE PER CANALE COMMERCIALE - Valore in 1.000 euro



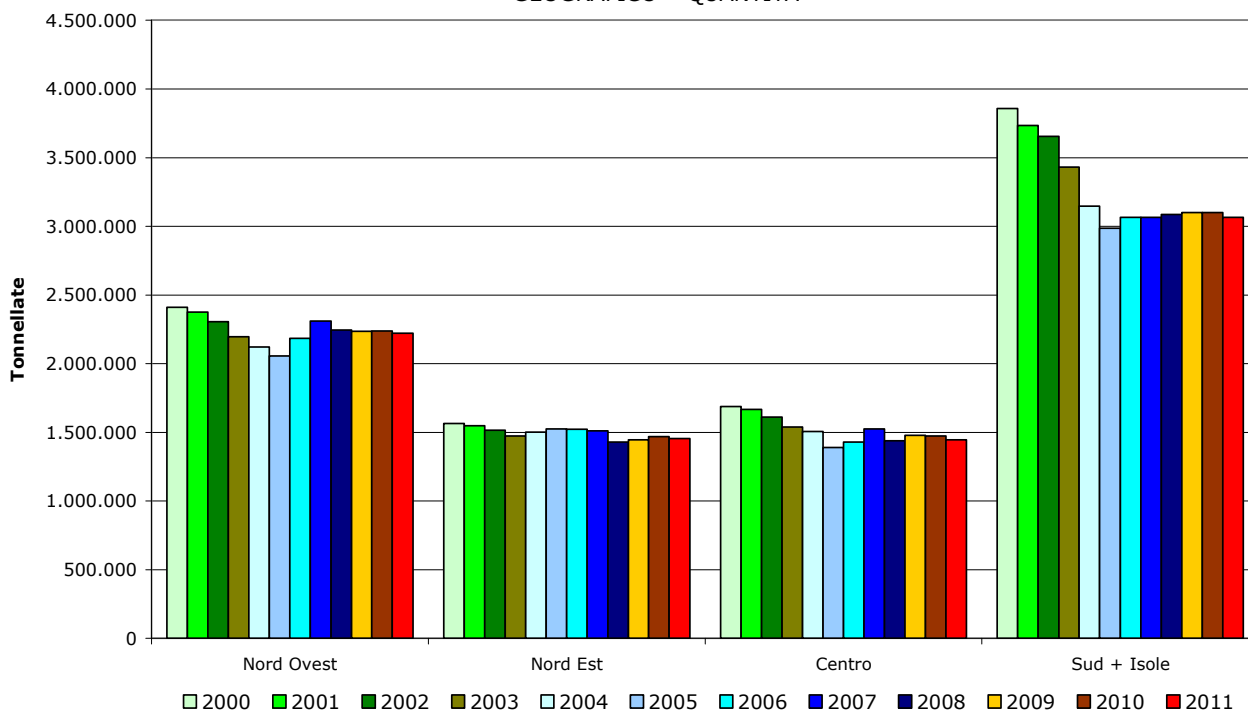
Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

4

La distribuzione degli acquisti per aree geografiche

La distribuzione degli acquisti per area geografica è stabile da diversi anni. Il 37% degli acquisti complessivi di ortofrutta è concentrato nel Sud e nelle isole; segue per importanza il Nord Ovest che conferma il 27% dei quattro anni precedenti. Il Centro e il Nord si aggiudicano la parte rimanente, ciascuno con quote simili, al 18%

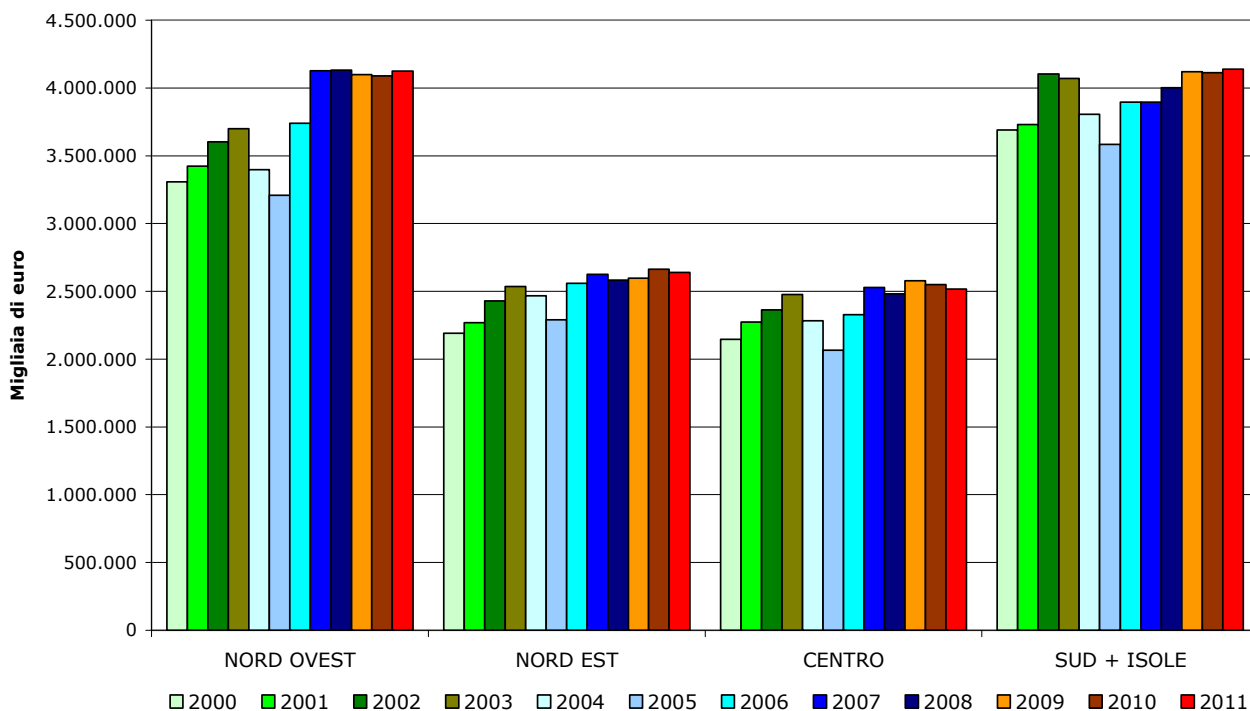
ORTOFRUTTA - ACQUISTI AL DETTAGLIO IN ITALIA - DISTRIBUZIONE PER AREA GEOGRAFICO QUANTITA'



Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

In termini di spesa il Nord ovest che concentra il 27% degli acquisti di ortofrutta in quantità, sale al 30-31% in valore; discorso inverso per il Sud e le isole, che dal 37% in volume scende al 31% in termini spesa. Nel Nord Est si concentra il 20% e nel Centro il 19% della spesa complessiva. Chiaramente queste diverse percentuali sono frutto di un diverso livello di prezzo al dettaglio

ORTOFRUTTA - ACQUISTI AL DETTAGLIO IN ITALIA - DISTRIBUZIONE PER AREA GEOGRAFICA VALORE

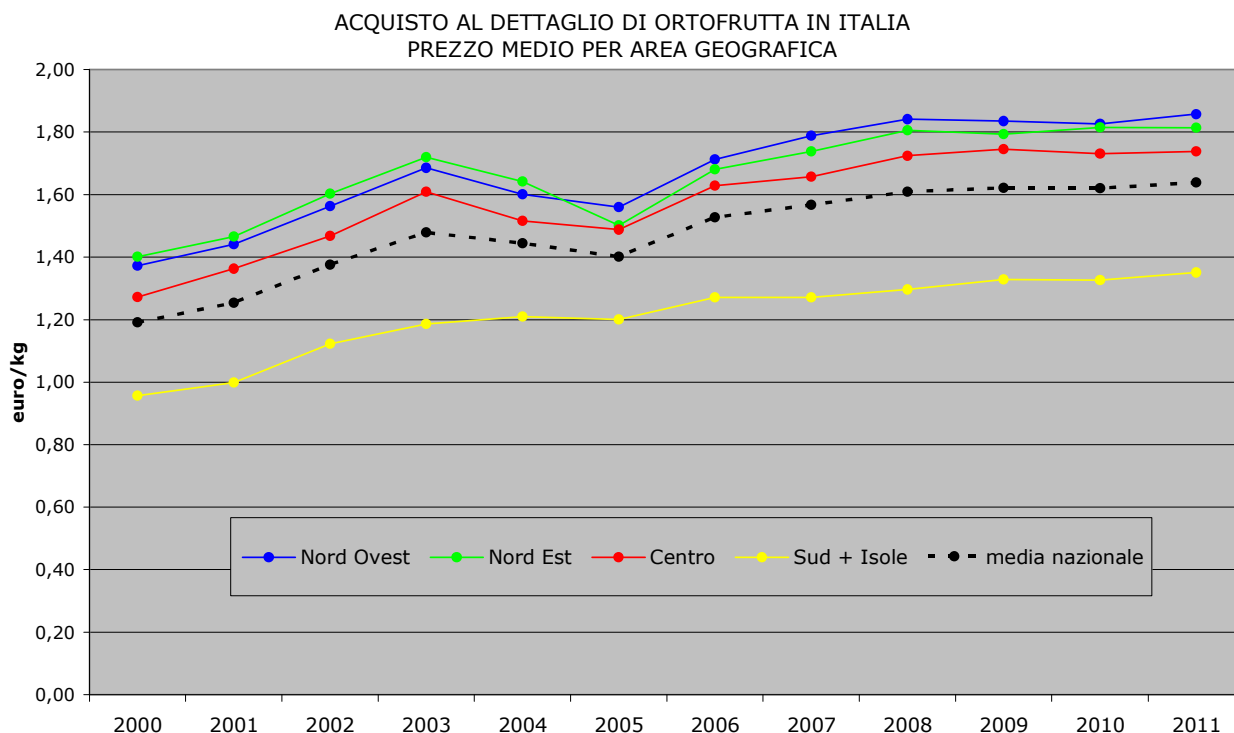


Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

Sul fronte dei prezzi, infatti, si rilevano le già note differenze fra le diverse aree.

Nel Nord del nostro paese si rilevano le quotazioni più elevate, seguite da quelle delle regioni centrali. Le famiglie residenti nel sud e nelle isole sono quelle a pagare l'ortofrutta ai prezzi più bassi.

Nel 2011 si è rilevato una sostanziale stabilità dei prezzi rispetto all'anno precedente in tutte le aree.



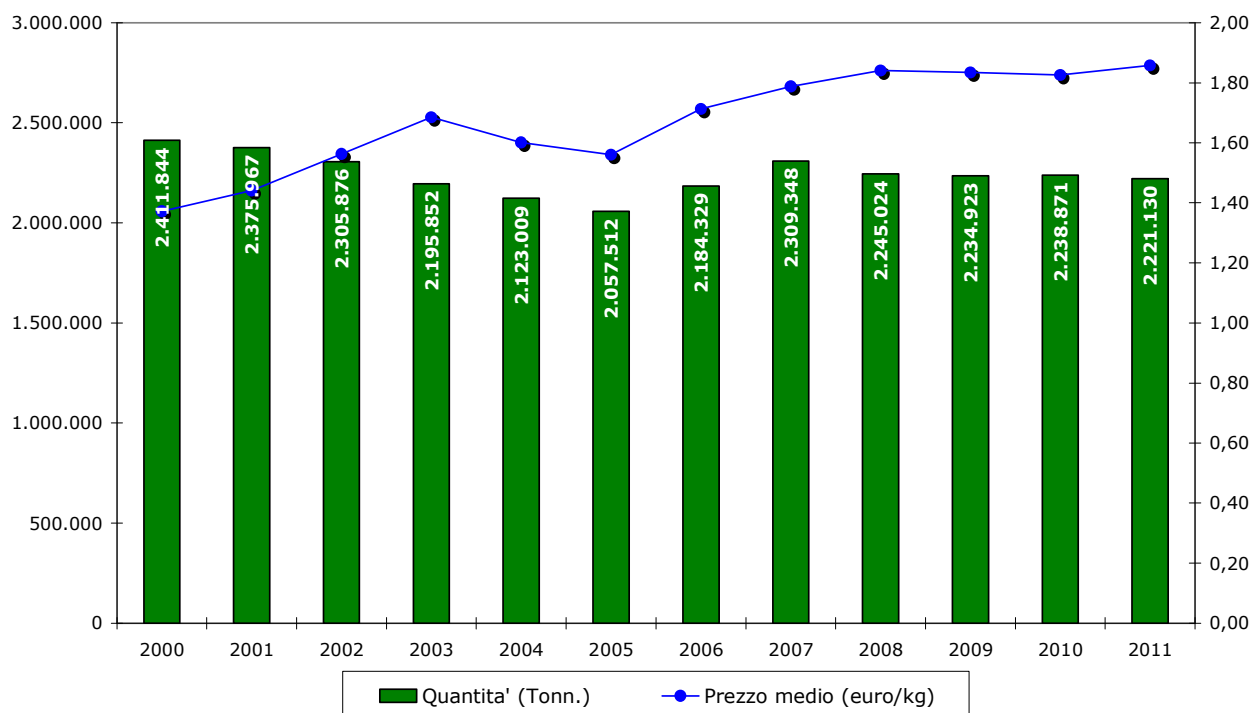
Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

NORD OVEST

In quest'area gli acquisti di ortofrutta seguono un po' l'andamento nazionale in calo, con un recupero dal 2000 al 2005. Negli ultimi tre anni gli acquisti si sono stabilizzati su oltre 2,2 milioni di tonnellate, -7% rispetto al 2000.

In quest'area del paese si nota una certa relazione fra prezzi e quantità fino al 2003: all'aumento dei prezzi registrato (+23%) è corrisposta una diminuzione progressiva degli acquisti (-9%), diminuzione che ha caratterizzato anche gli anni successivi fino al 2005, nonostante un contenimento dei prezzi (-7% 2005 su 2003). Negli anni seguenti i prezzi hanno mostrato una crescita progressiva ed importante fino al 2008, accompagnata comunque da un rafforzamento del consumo; nell'ultimo quadriennio i prezzi sono stati più stabili e acquisti costanti.

NORD OVEST - Acquisti al dettaglio di ortofrutta: Prezzi e quantità



Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

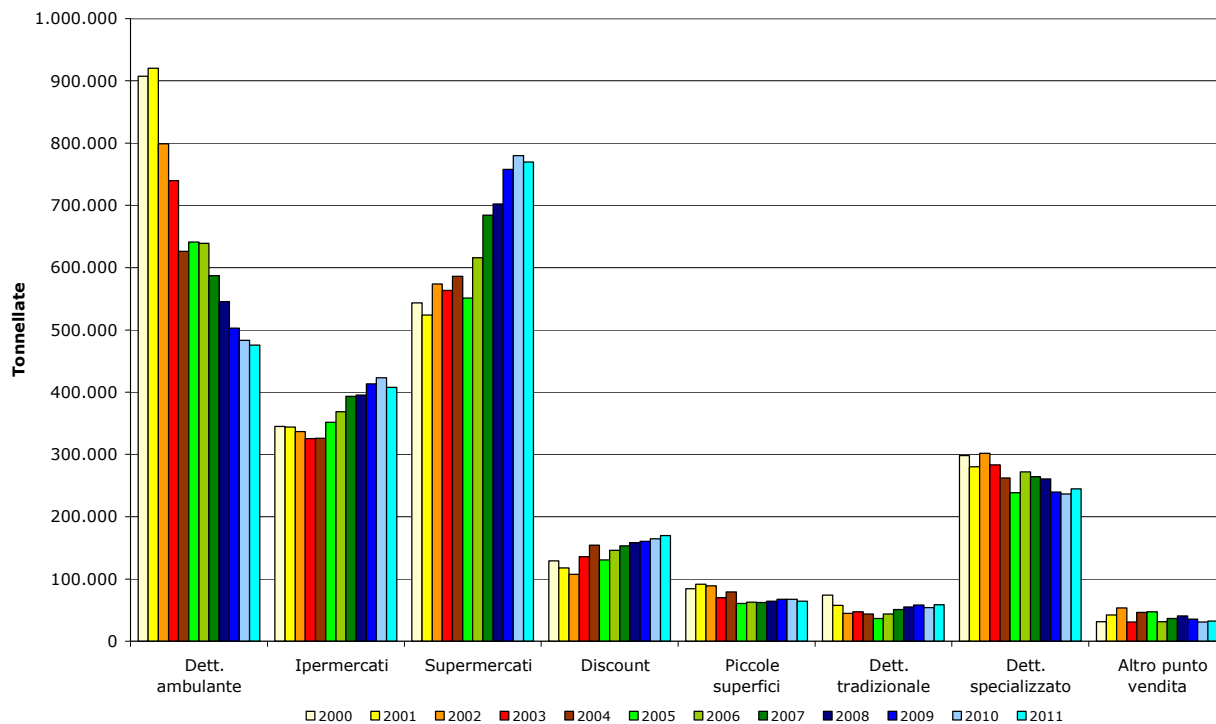
Distribuzione per canale

In quest'area nel 2011 le famiglie hanno effettuato il 35% degli acquisti di ortofrutta presso i supermercati, il 21% presso ambulanti e mercati rionali, il 18% negli ipermercati, l'11% in negozi specializzati (fruttivendoli), il 8% in discount.

Rispetto al 2010 cresce lievemente l'incidenza degli acquisti presso i discount e i negozi tradizionali, in calo ipermercati e ambulanti mentre per altre fonti d'acquisto si confermano le quote dello scorso anno.

La quota di mercato spettante alla distribuzione moderna in quest'area dal 2000 al 2011 è salita dal 46% al 64%.

NORD OVEST - ACQUISTI AL DETTAGLIO DI ORTOFRUTTA
Distribuzione per canale

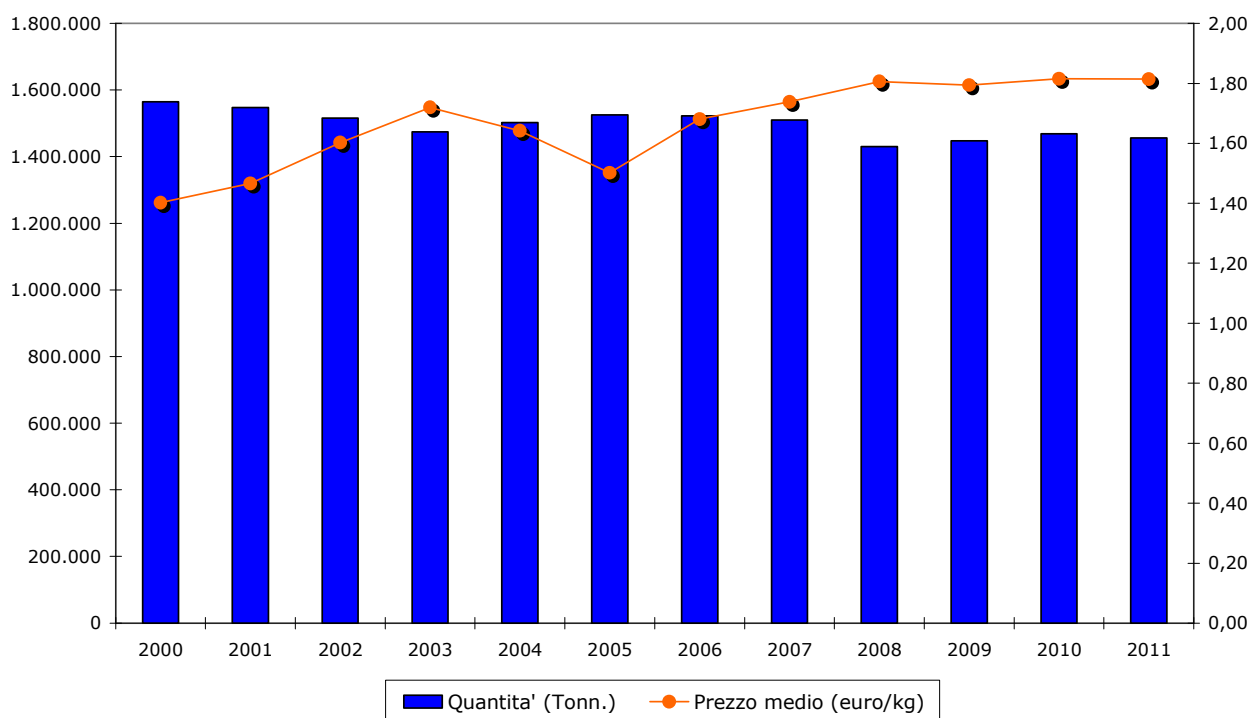


Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

NORD EST

In questa area sembra essere molto stretta la relazione inversa esistente fra prezzi e quantità acquistate. A fronte dell'incremento dei prezzi registrato dal 2000 al 2003 (+23%) c'è stata una diminuzione degli acquisti del 6%; nel 2004 e nel 2005 i prezzi sono stati in diminuzione (-13% 2005 su 2003) e contemporaneamente i consumi sono aumentati. Negli anni seguenti, fino al 2008, +21% 2008 su 2005, e i volumi si sono ridotti; in particolare nelle ultime tre annate, con prezzi sostanzialmente stabili su un livello massimo, anche i consumi risultano stabilizzati su livelli piuttosto contenuti.

NORD EST - Acquisti al dettaglio di ortofrutta: Prezzi e quantità



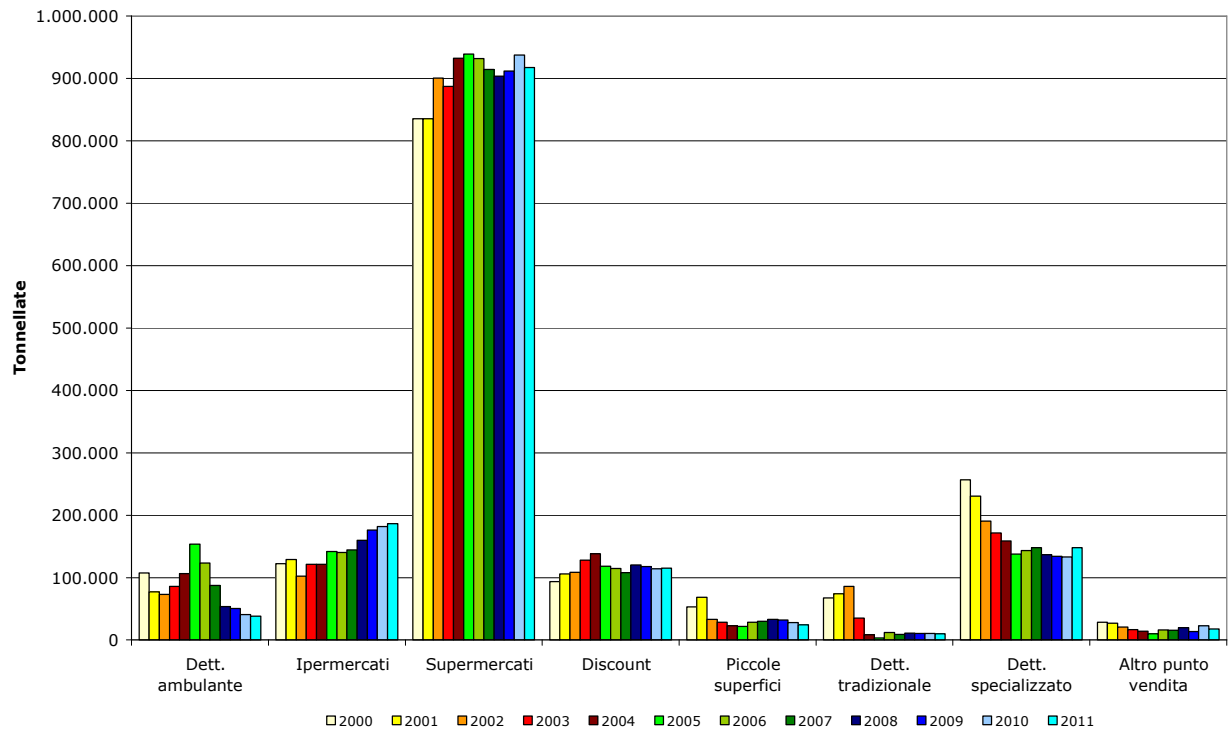
Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

Distribuzione per canale

Il Nord Est è l'area tipica della distribuzione moderna. Qui la DM è arrivata nel 2011 a rappresentare quote pari all'85% del mercato complessivo al dettaglio dell'ortofrutta, un punto percentuale inferiore al 2010. In quest'ultimo anno i supermercati si aggiudicano il 63% del mercato ortofrutticolo, in crescita rispetto al periodo 2000-2009 ma in leggero calo rispetto al 2010.

Seguono a notevole distanza gli ipermercati, con il 13%, di poco in crescita rispetto al 2010. Ai discount va un 8% del totale, al pari dell'anno precedente. Per quanto riguarda la distribuzione tradizionale, i fruttivendoli si collocano al 10%, una quota che risulta sostanzialmente inferiore a quella dei primi anni duemila, mentre agli ambulanti va solo un 3% del totale.

NORD EST - ACQUISTI AL DETTAGLIO DI ORTOFRUTTA
Distribuzione per canale

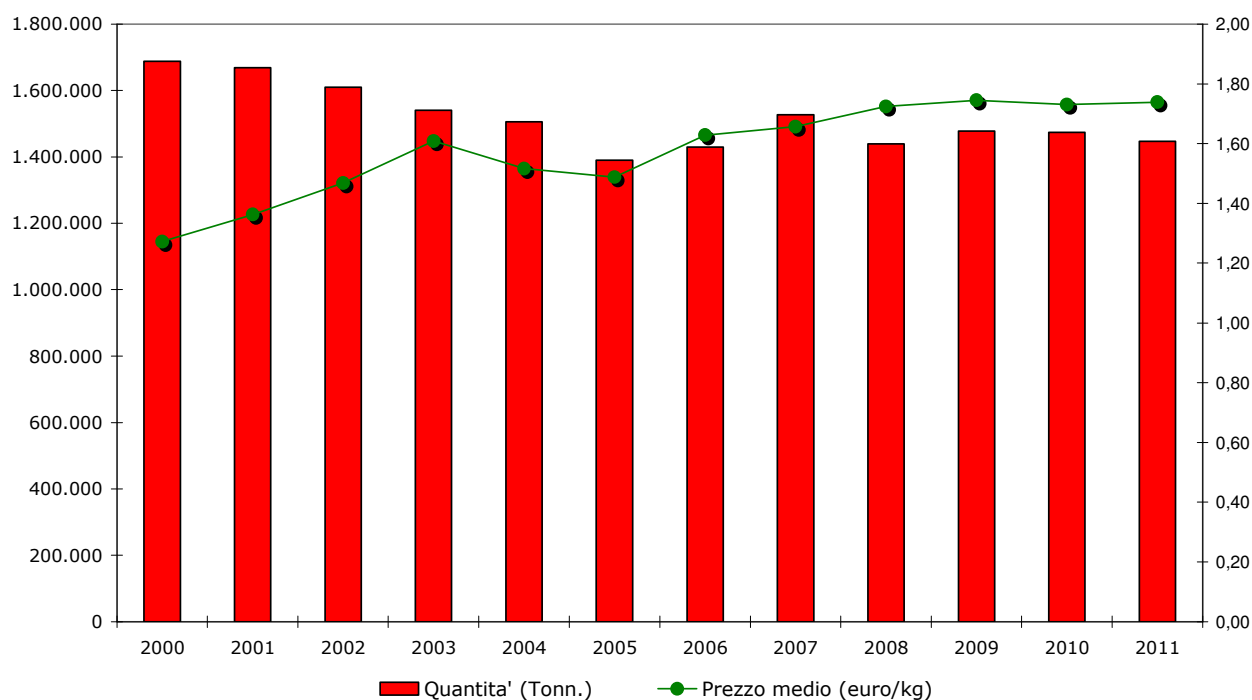


Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

CENTRO

In quest'area dal 2000 al 2003 al consistente aumento del prezzo medio (+26%) è corrisposta una diminuzione degli acquisti (-9%), che è proseguita anche nel biennio successivo (-10%), nonostante il calo dei prezzi, -8%. Negli ultimi anni le quotazioni sono progressivamente cresciute per stabilizzarsi recentemente su livelli di prezzo superiori a quelli degli anni precedenti e i volumi acquistati pur con oscillazioni rimangono sostanzialmente costanti.

CENTRO - Acquisti al dettaglio di ortofrutta: Prezzi e quantità



Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

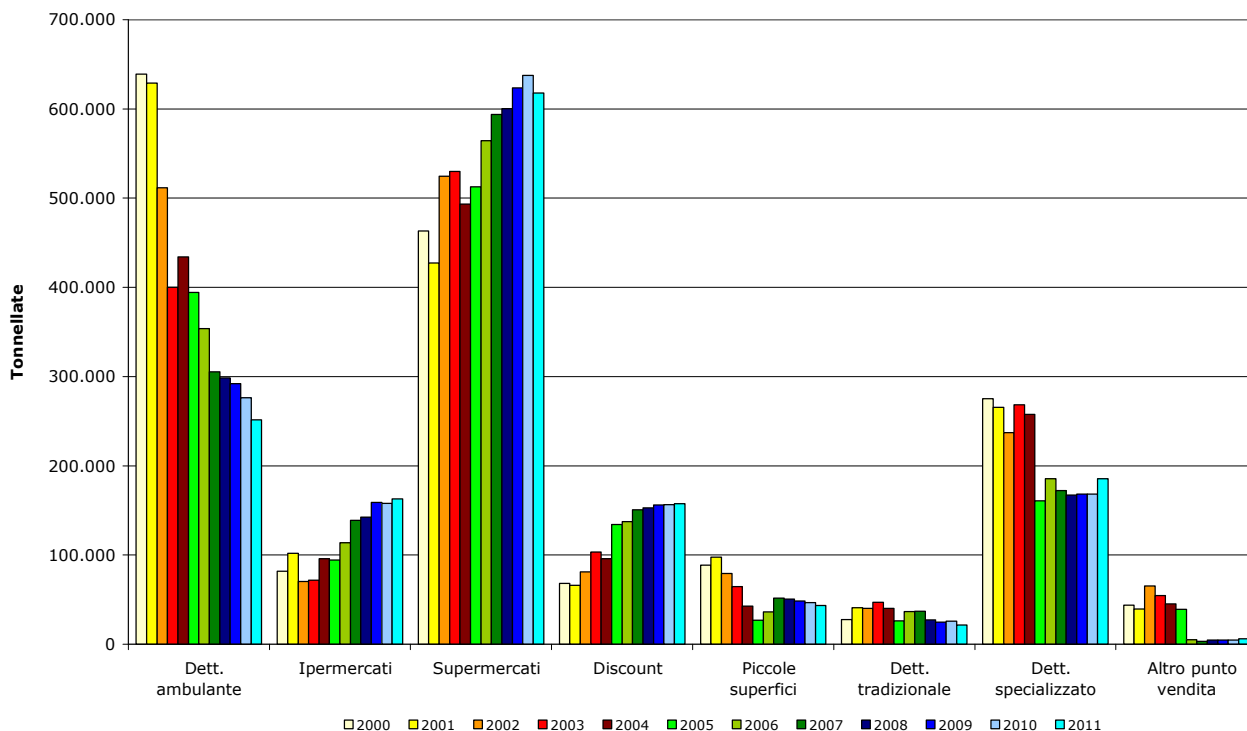
Distribuzione per canale

In questa area continua la crescita del peso dei supermercati, che da quote attorno a 26/27% dei primi anni duemila si collocano nel 2011 sul 43%. Di contro la quota spettante agli ambulanti risulta in continua erosione: dal 38% del 2000-01 è scesa al 17%. Gli ipermercati confermano l'11% dello scorso anno, mentre si sottolinea il sempre maggior peso dei discount, all'11% del totale da quattro anni a questa parte.

In calo la fetta di mercato dei fruttivendoli, ora al 13%, contro il 16% dei primi anni duemila ma in aumento rispetto al biennio 2009-2010 stabili all'11%.

In quest'area la distribuzione moderna dal 2000 al 2011 è salita dal 42% al 68%.

CENTRO - ACQUISTI AL DETTAGLIO DI ORTOFRUTTA
Distribuzione per canale



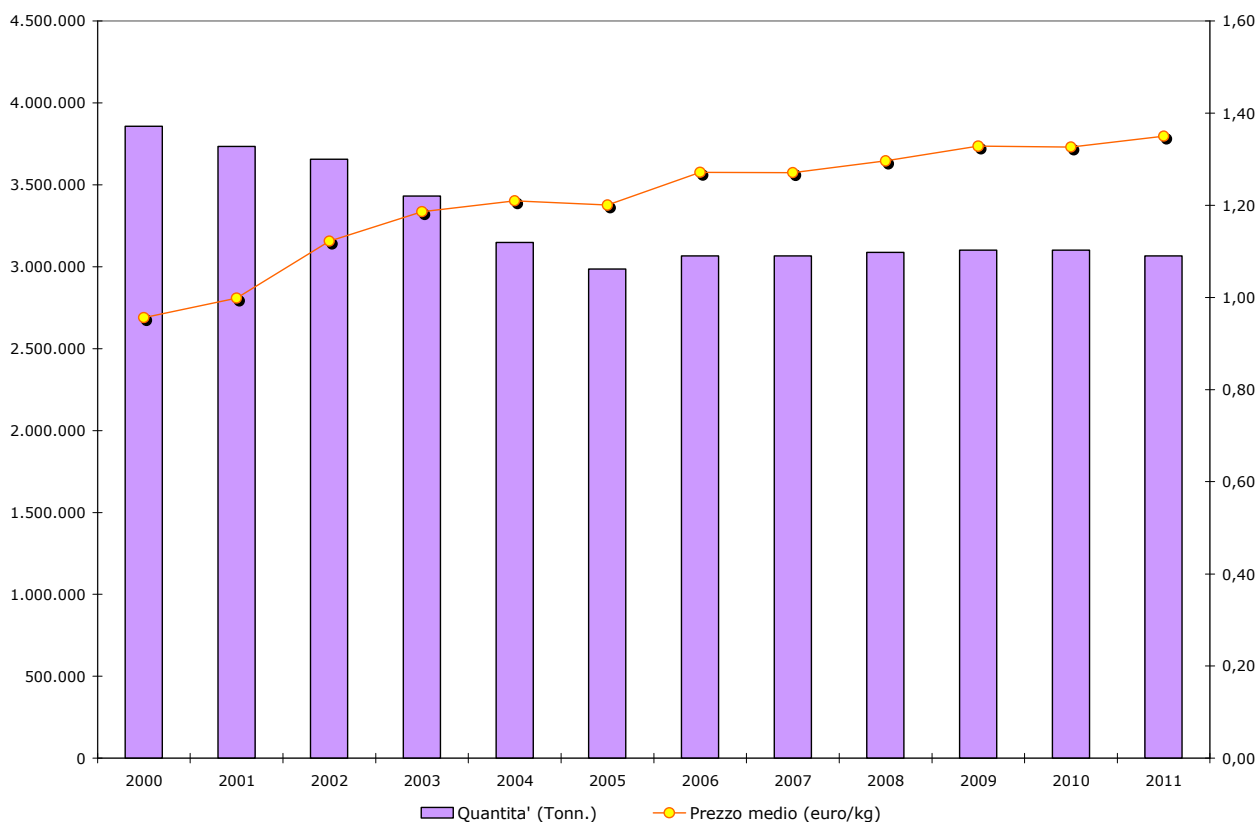
Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

SUD e ISOLE

Nel Sud e nelle Isole è netta la relazione inversa che lega prezzi e quantità acquistate.

In questa area infatti le quotazioni dell'ortofrutta hanno subito progressivi rincari dal 2000 ad oggi, ai quali è corrisposto un calo dei volumi almeno fino al 2005. Negli ultimi cinque anni i volumi risultano in generale stazionari sui valori minimi.

SUD e ISOLE - Acquisti al dettaglio di ortofrutta: Prezzi e quantità



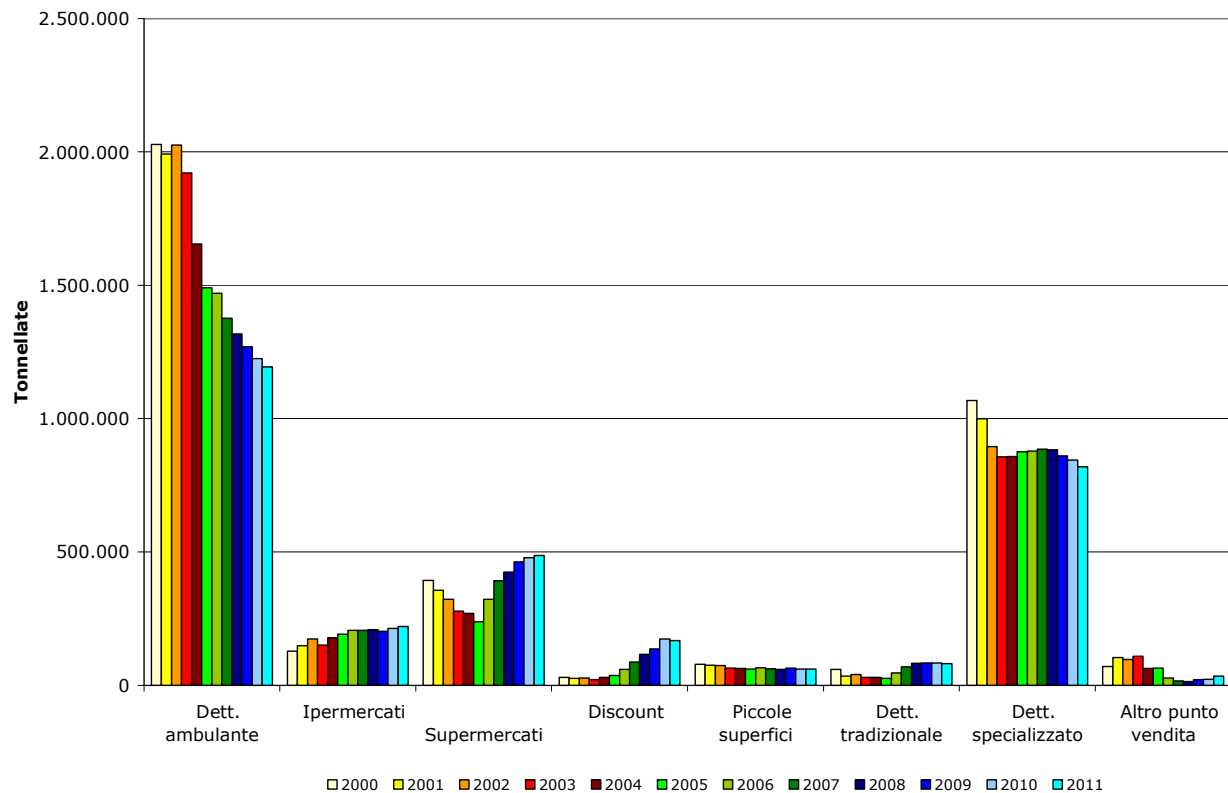
Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

Distribuzione per canale

Il principale canale d'acquisto rimane sempre quello degli ambulanti e dei mercati rionali anche se è proprio questo canale a perdere le maggiori quote di mercato. Nel 2011 questa forma distributiva scende ulteriormente, attestandosi al 39%. Scende lievemente rispetto all'anno precedente anche il peso dell'altro canale tradizionale, quello dei fruttivendoli, ora al 27%. I supermercati aumentano di poco la loro quota di volumi venduti rispetto al 2010 arrivando al 16% (+1%) ma risultano in forte crescita se il confronto viene fatto a maggiore distanza di tempo. Gli ipermercati confermano il 7% da diversi anni, mentre il discount scende al 5%.

In quest'area la distribuzione moderna è salita dal 16% del 2000 al 31% del 2011.

SUD e ISOLE - ACQUISTI AL DETTAGLIO DI ORTOFRUTTA
Distribuzione per canale



Elaborazioni CSO su dati GFK Italia

A cura di
Statistiche ed osservatorio di mercato CSO