

CONSUMI M E L E

GLI ACQUISTI DI MELE 2013-14

*L'analisi completa del mercato al dettaglio delle mele
in Italia con i dati aggiornati alla campagna
commerciale 2013-14*



INDICE

	pagina
1 Le dinamiche del mercato al dettaglio delle mele: quantità, valore e prezzo medio	3
2 La penetrazione, il consumo e la spesa media per famiglia	5
3 Distribuzione temporale dei consumi di mele	6
4 Distribuzione degli acquisti per canale commerciale	8
5 Distribuzione degli acquisti per aree geografiche	12
6 Distribuzione degli acquisti per composizione familiare e responsabile acquisti	16
7 Consumi di biologico	22
8 Appendice statistica	23

NOTA

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.

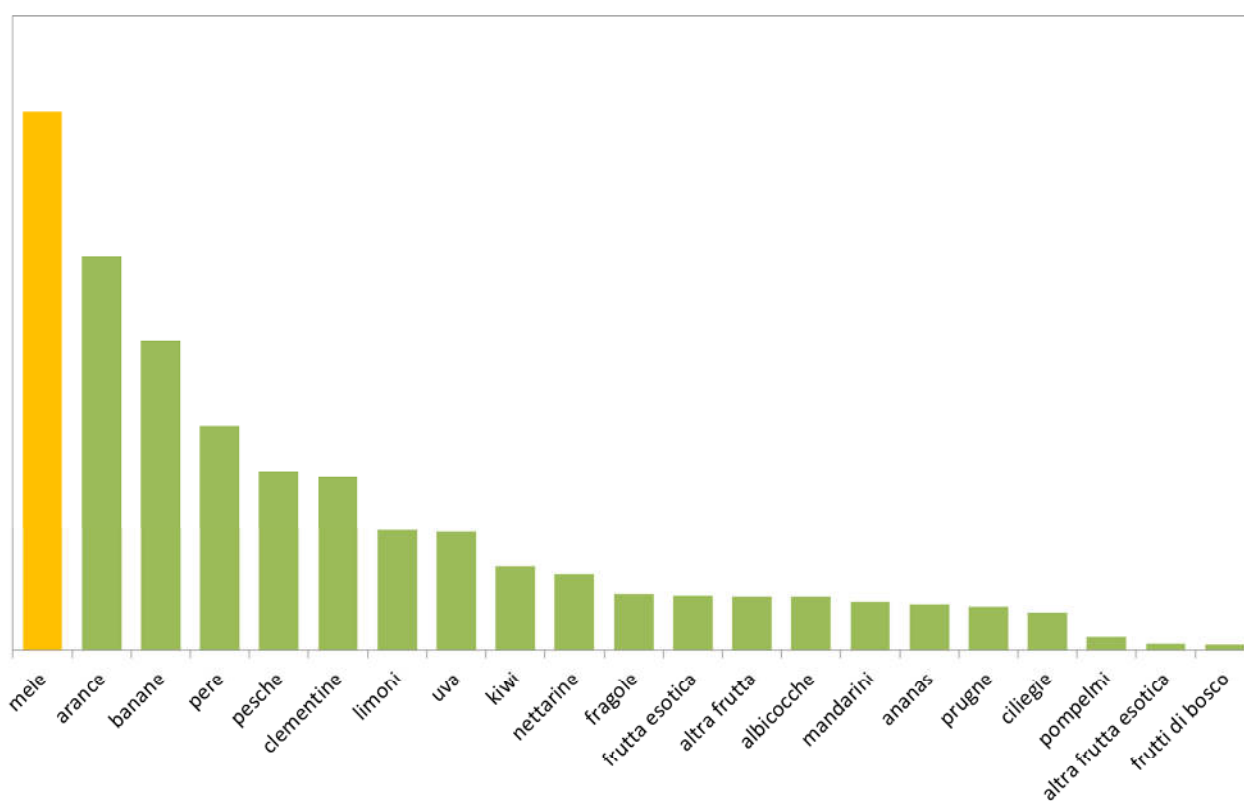


Ti invitiamo inoltre a consultare il documento nella sua versione elettronica per limitare il consumo di carta.

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

Forse non era necessario stilare una classifica per apprendere che le mele sono, secondo i dati GFK-Eurisko, la specie maggiormente acquistata nel nostro Paese (*img 1.1*).

img 1.1 / MELE: classifica frutta più consumata in Italia nel 2013



Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

Nell'arco dell'ultima campagna di commercializzazione, che va dal luglio 2013 al giugno 2014, le famiglie italiane hanno acquistato circa 764 mila tonnellate di mele, quantitativi che si posizionano al di sotto di quelli della precedente campagna, -2%. Minimo storico registrato dai primi anni duemila (*img 1.2*).

Dopo una ripresa nelle campagne 2006/07 e 2007/08, non si sono più verificati incrementi dei volumi. Rispetto a 10 anni prima gli acquisti di mele sono diminuiti del -12%.

La campagna 2004/06 è stata l'ultima con prezzi medi di acquisto inferiori all'euro e venti e, per il triennio successivo si sono verificati solo aumenti che hanno visto arrivare il prezzo medio al picco di 1,40€/kg nella campagna commerciale 2008/09. In contemporanea con una stabile diminuzione dei volumi acquistati, il prezzo ha mantenuto per 2 anni consecutivi un importo al kg pressoché stabile attorno ad 1,33-1,34 €/kg. Nell'ultimo triennio i prezzi sono rimasti fissi a 1,37€/kg. Un veloce sguardo verso la campagna 2000/2001 evidenzia l'entità dell'aumento del prezzo medio di acquisto nell'arco di questi ultimi anni +34%.

In conseguenza delle quantità di mele acquistate e dei prezzi medi pagati dai consumatori si ottiene l'andamento della spesa sostenuta dalle famiglie italiane. A tal proposito si noti come a partire da 10 anni fa si sia verificato un importante calo seguito da una ripresa durata tre anni ed un successivo ridimensionamento del valore generato per l'acquisto di mele via via anno dopo anno.

Nell'ultima annata il decremento è leggermente più contenuto (-2%), attestandosi in totale a 1.045 milioni di euro.

img 1.2 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in valore, volume e prezzo medio (per campagna commerciale luglio-giugno)



Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

2 La penetrazione, il consumo e la spesa media per famiglia

Le mele sono una produzione che, senz'ombra di dubbio, fa parte delle abitudini alimentari della quasi totalità delle famiglie italiane. Tale affermazione è testimoniata dall'indice di penetrazione (il rapporto fra le famiglie che hanno acquistato il prodotto almeno una volta nel corso dell'anno e il totale delle famiglie italiane), che mediamente è solo di pochi punti percentuale al di sotto del 100%. Analizzando nel dettaglio i valori ottenuti, se agli inizi degli anni 2000, tale valore era al 99%, non si può dire che la situazione sia rimasta stabile nelle successive stagioni: dopo anni con valori rasenti al totale si è arrivati, nelle campagne 2007/08 e 2008/09 al 96% recuperando negli anni subito successivi e ridiscendere intensamente nelle due ultime campagne. Nel 2012/13 la penetrazione è scesa al 91% ed è risalita nella 2013/14 attestandosi quasi al 94% (*img 2.1*).

La contrazione degli acquisti di mele è dipesa anche da una minore penetrazione ciò che però ha influito maggiormente sulla diminuzione sono stati i minori quantitativi acquistati per famiglia. Dal 2008/09 si è scesi al di sotto della soglia dei 40kg/famiglia annui, e si è verificato un costante decremento portando nell'ultima campagna i volumi acquistati a poco più di 33 kg per nucleo familiare. Anche in questo caso uno sguardo al passato ci mostra come agli inizi del millennio le mele ricoprissero un ruolo molto più centrale nella spesa frutticola, esse infatti venivano acquistate per circa 50 kg all'anno.

Conseguentemente alla diminuzione dei volumi acquistati per famiglia, da notare anche la contrazione della spesa dedicata alle mele che nell'ultimo triennio si è attestata mediamente attorno ai 47€/famiglia.

img 2.1 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane penetrazione, spesa e acquisto per famiglia (per campagna commerciale luglio-giugno)

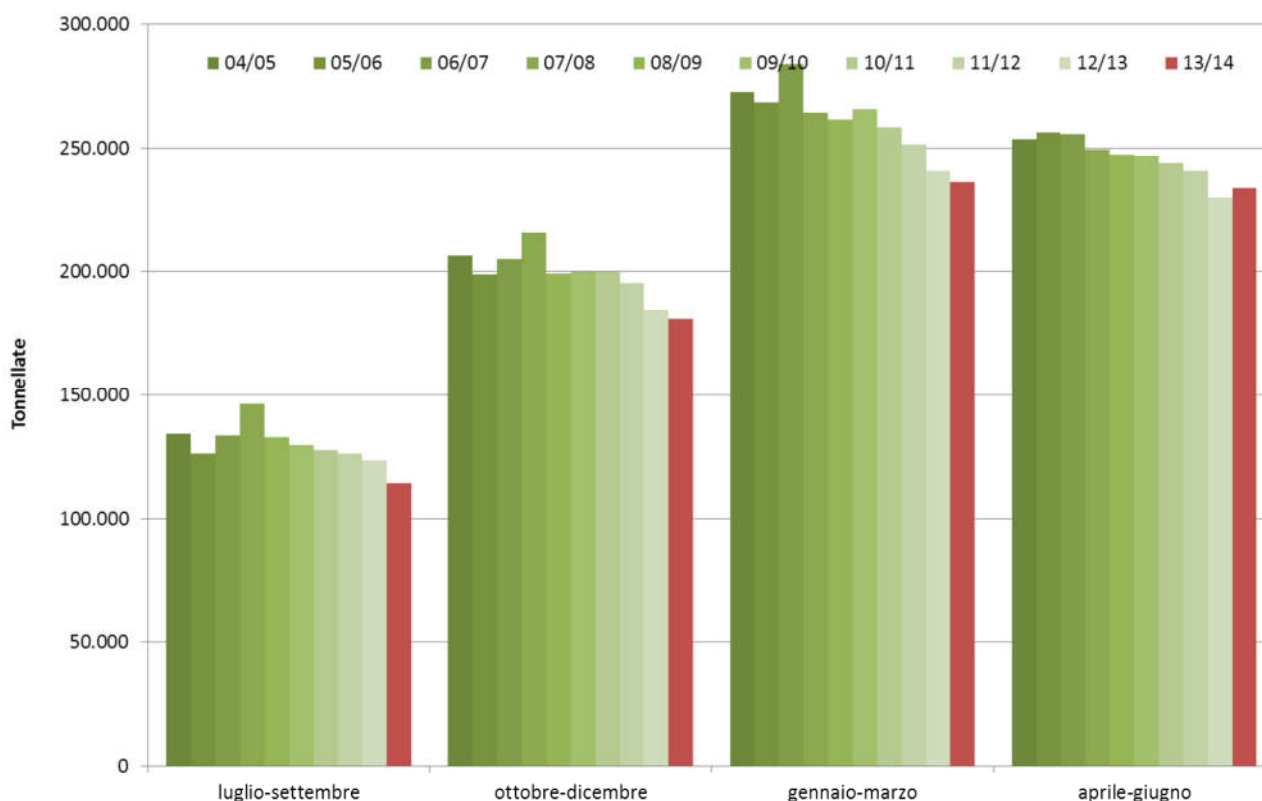
	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
Indice di penetrazione (%)	97,0	98,0	97,0	96,0	96,0	96,8	97,3	96,9	91,2	93,8
Acquisto medio per fam. acquirente (kg)	42,0	40,0	41,0	40,3	39,0	37,0	35,3	34,5	35,1	33,6
Spesa media per fam. acquirente (€)	54,8	47,2	49,2	53,5	54,2	49,3	47,4	47,2	48,0	46,0

Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

3 Distribuzione temporale dei consumi

I principali volumi acquistati di mele sono nel periodo autunnale ed invernale, ma diversi fattori come la disponibilità durante tutto l'arco dell'anno, piuttosto che la differenziazione in diverse cultivar, fanno sì che questo frutto sia ampiamente acquistato durante tutti i mesi dell'anno (*img 3.1*). Solo durante l'estate, la forte concorrenza di frutta di stagione, spodesta le mele dal podio delle specie più acquistate dalle famiglie italiane.

img 3.1 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane per trimestre in volume (per campagna commerciale luglio-giugno)

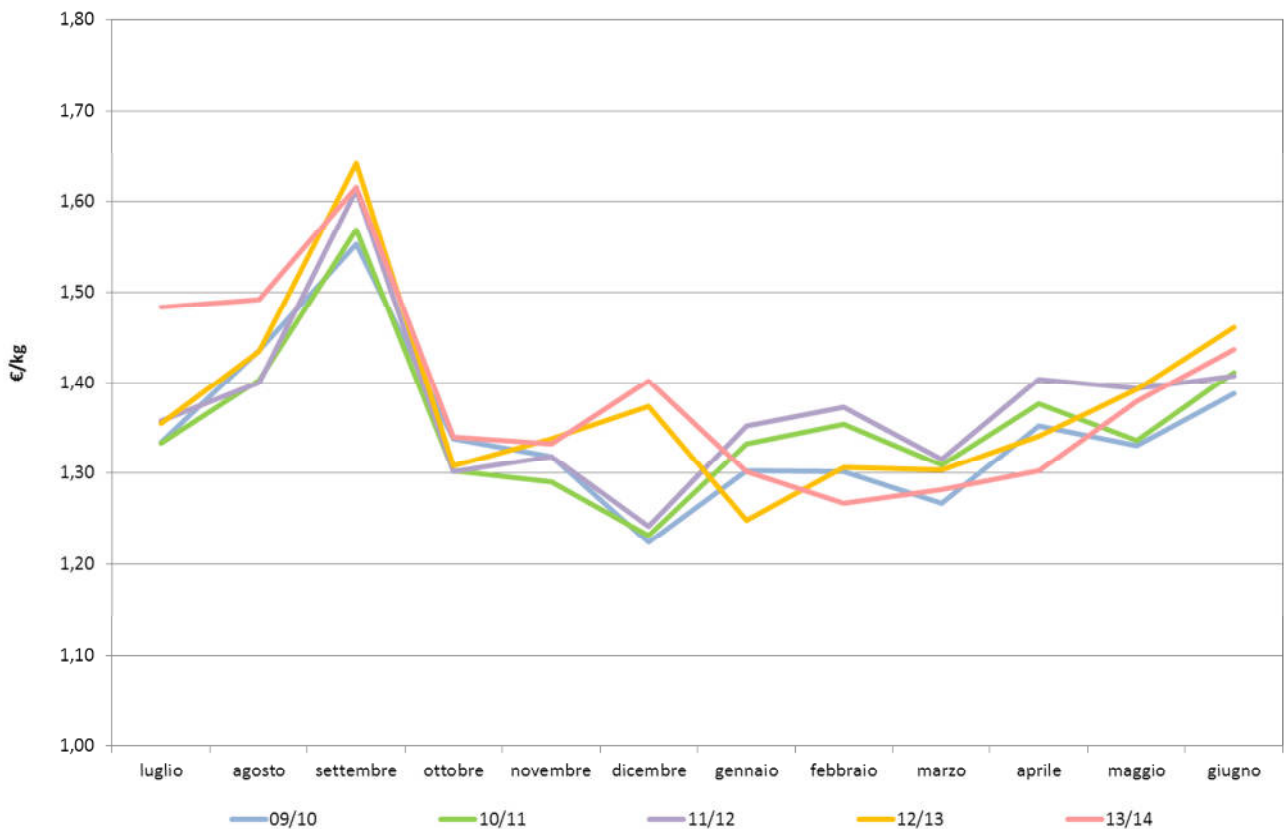


Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

Nel corso del mese di settembre, in concomitanza con il "raccolto nuovo", i prezzi medi di acquisto delle mele raggiungono storicamente il proprio picco (*img 3.2*), per poi scendere e stabilizzarsi per il resto della dei mesi fino all'estate. Comportamenti anomali delle ultime due annate commerciali mostrano che normalmente nei mesi di novembre e dicembre i prezzi tendono a calare, mentre nelle campagne in

oggetto la contrazione del prezzo è avvenuta a gennaio e si è mantenuta inferiore alle annate precedenti risalendo solo alla volta di maggio-giugno.

img 3.2 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane prezzo medio mensile (per campagna commerciale luglio-giugno)



Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

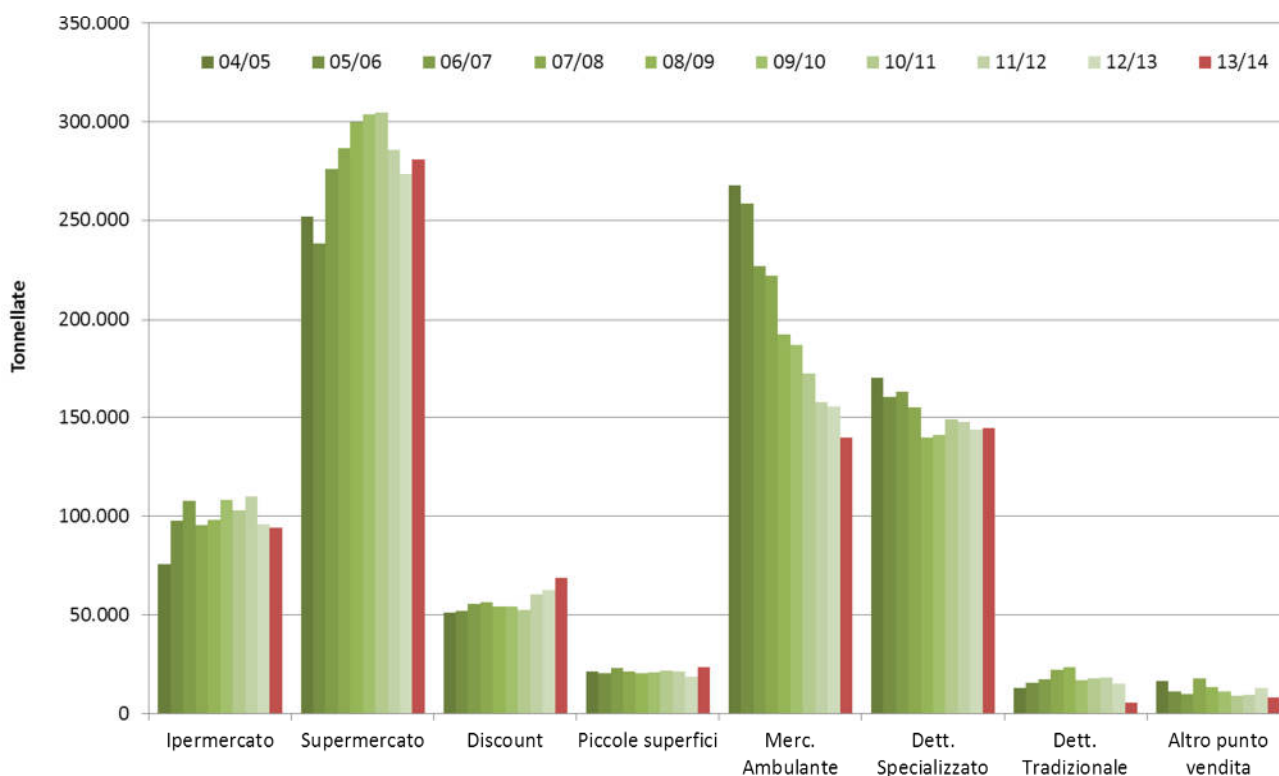
4 Distribuzione degli acquisti per canale commerciale

I supermercati si consolidano sempre più al primo posto come canale preferenziale per l'acquisto di mele, incrementando le quote che raggiungono nel 2013/14 il 37% con 280 mila tonnellate; i fruttivendoli con il 19% delle quote (144 mila tonnellate), superano i mercati rionali che scendono al 18% (139 mila tonnellate). Gli ipermercati rimangono stabili al 12% con 94 mila tonnellate, i discount salgono al 9% con 69 mila tonnellate ed un risultato in volume mai raggiunto prima (*img 4.1 e 4.2*).

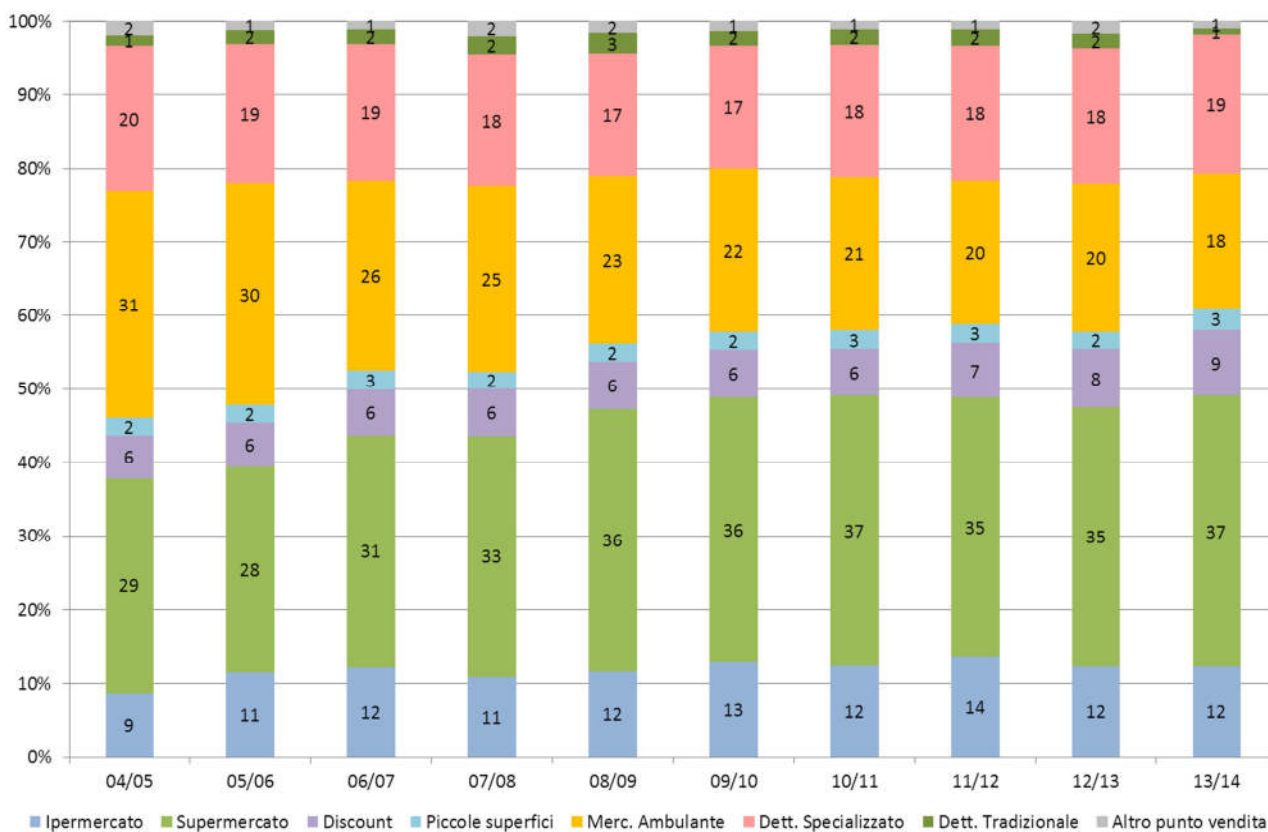
La grande distribuzione accentra ad oggi il 61% dei volumi complessivi di acquisto di mele, il +15% rispetto a 10 anni prima ed il +21% sulla campagna 2000/01.

L'importante sviluppo dei discount per le mele potrebbe essere dato dall'evidente forbice di prezzo che differenzia la merce acquistata in questo canale rispetto a tutti gli altri (*img 4.5*), sebbene sia comunque con un trend in aumento.

img 4.1 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in volume per canale commerciale

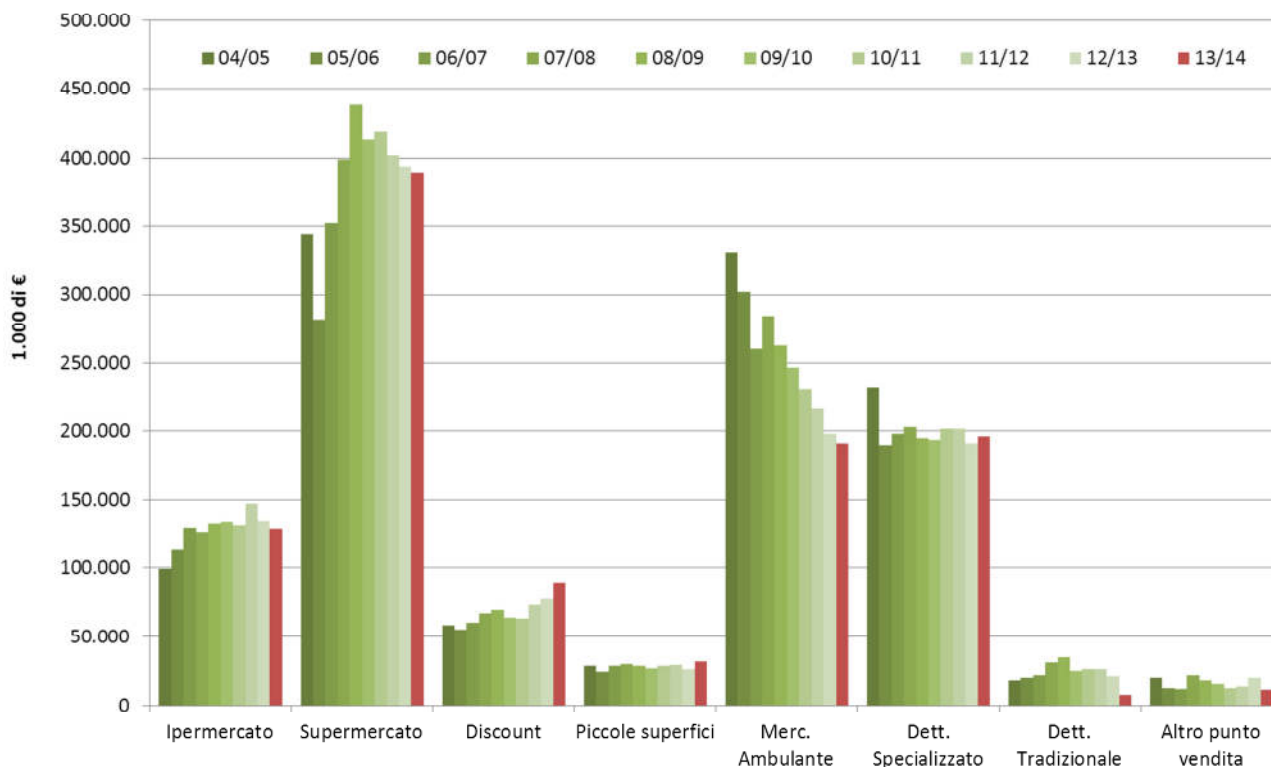


img 4.2 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in volume, % sul totale per c. commerciale

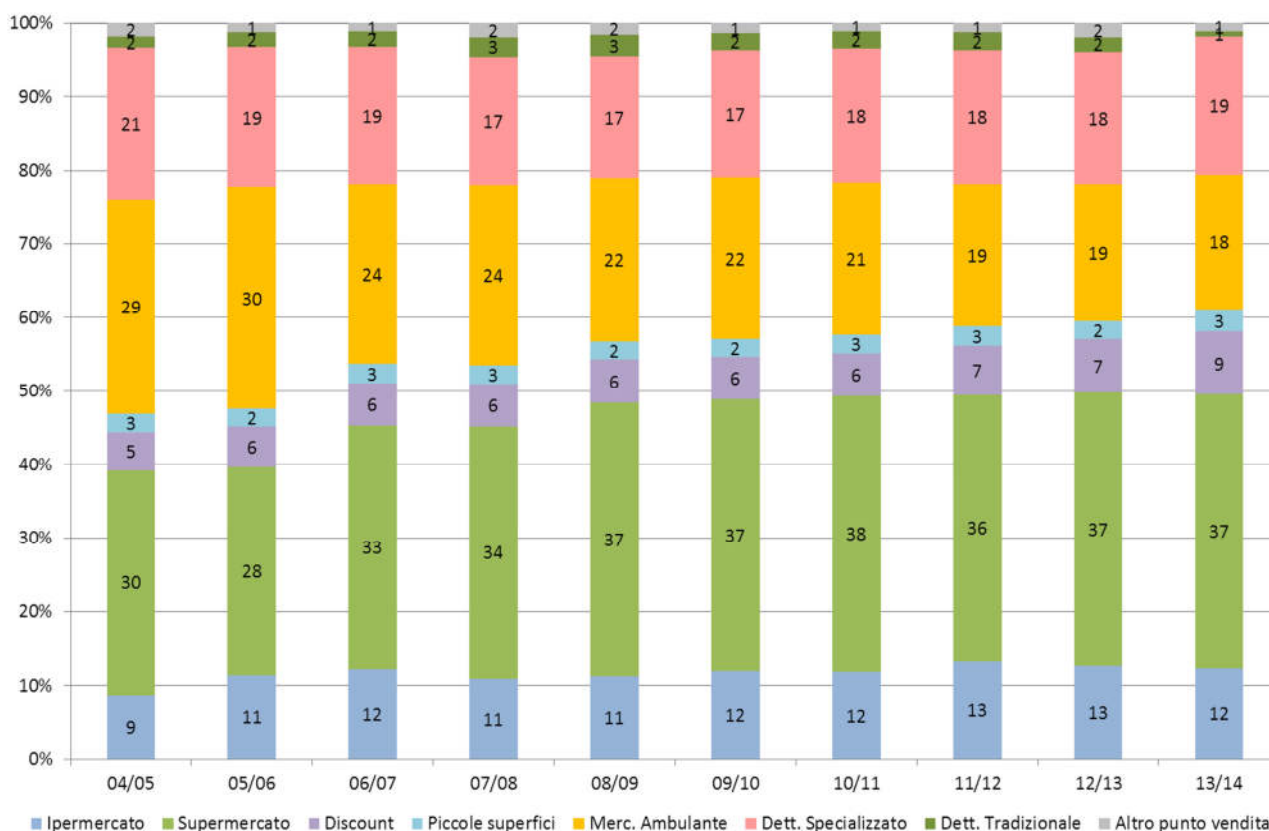


Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

img 4.3 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in valore per canale commerciale

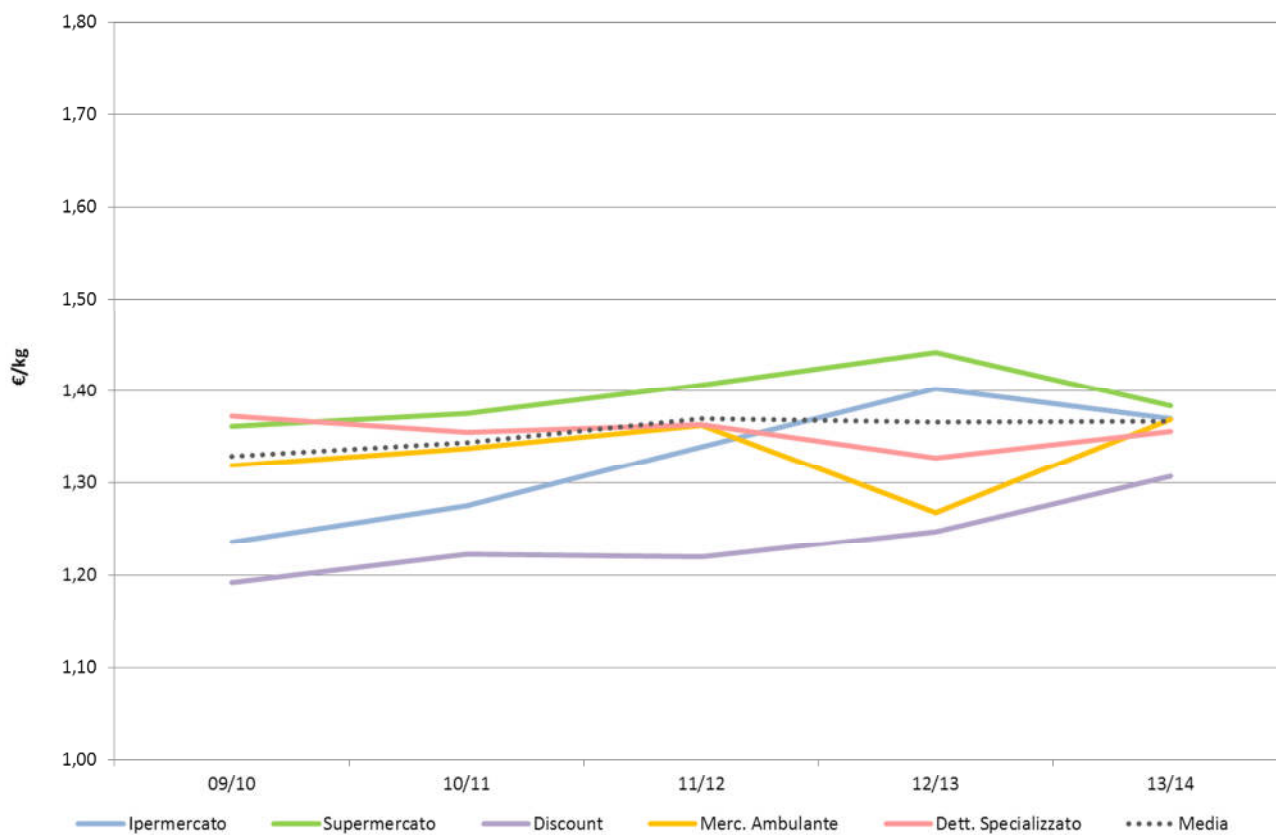


img 4.4 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in valore, % sul totale per c. commerciale



Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

img 4.5 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane prezzo medio per canale commerciale



Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

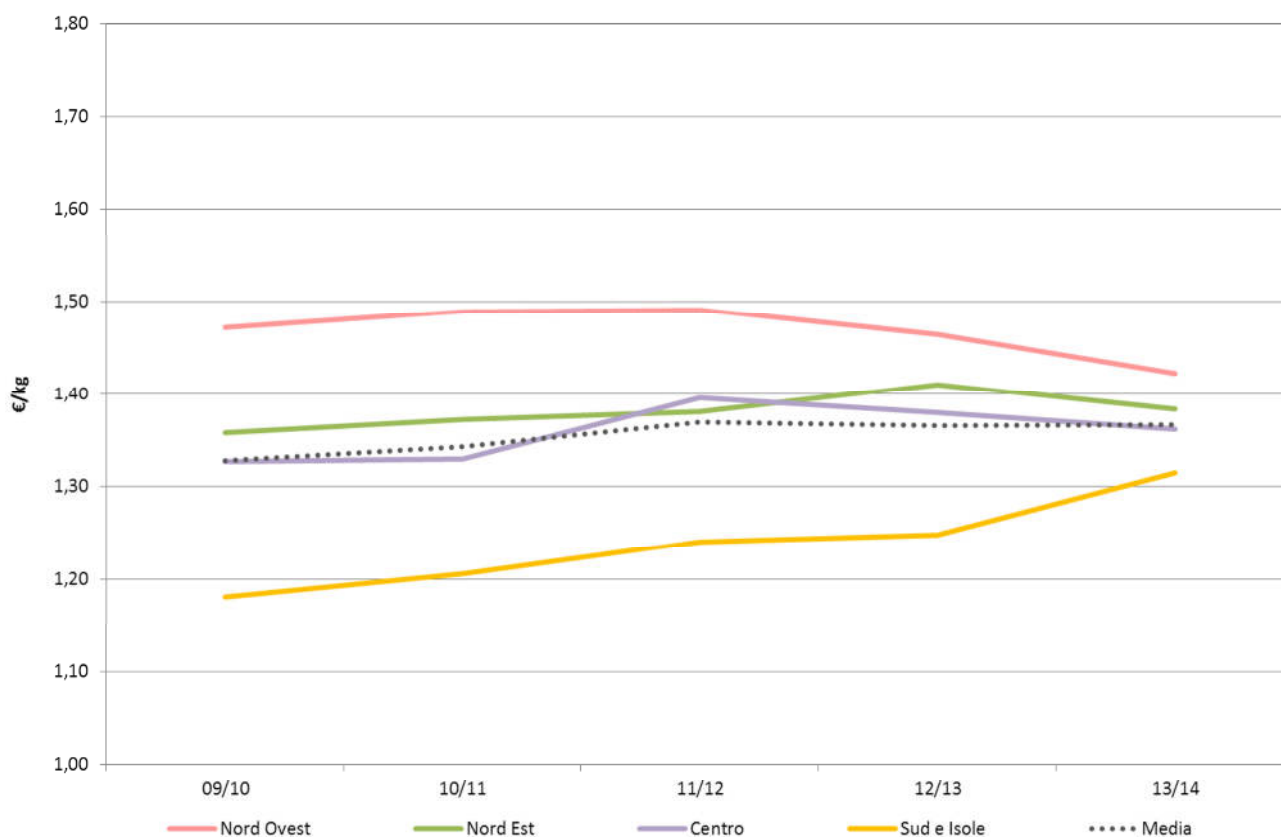
5 La distribuzione degli acquisti per aree geografiche

Gli acquisti di mele sul territorio nazionale non mostrano evidenti squilibri fra le varie macro aree negli ultimi 10 anni. Per l'ultima campagna commerciale mediamente il 34% viene acquistato nel Sud ed Isole (257 mila tonnellate), il 28% nel Nord Ovest (216 mila tonnellate); il 20% nel Centro (154 mila tonnellate) ed il restante 18% nel Nord Est (136 mila tonnellate), (*img. 5.3 e 5.4*).

Analizzando l'andamento nel lungo periodo si denotato spostamenti di quote ed oscillazioni che però non vanno ad intaccare in modo evidente la suddivisione delle percentuali in quantità fra le varie aree.

Quello che varia notevolmente da un'area all'altra è il prezzo medio di acquisto (*img 5.1*). Prendendo come arco temporale di riferimento l'ultimo quinquennio è evidente come, sebbene più marcata nella campagna 2009/10, il prezzo medio sia notevolmente diverso fra Nord Ovest (più caro) e Sud ed Isole (più conveniente), nel corso dei successivi 4 anni il differenziale va assottigliandosi per la decrescita del primo (Nord Ovest) e per l'aumento del prezzo medio del secondo (Sud ed Isole).

img 5.1 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane prezzo medio per area geografica
 (per campagna commerciale luglio-giugno)



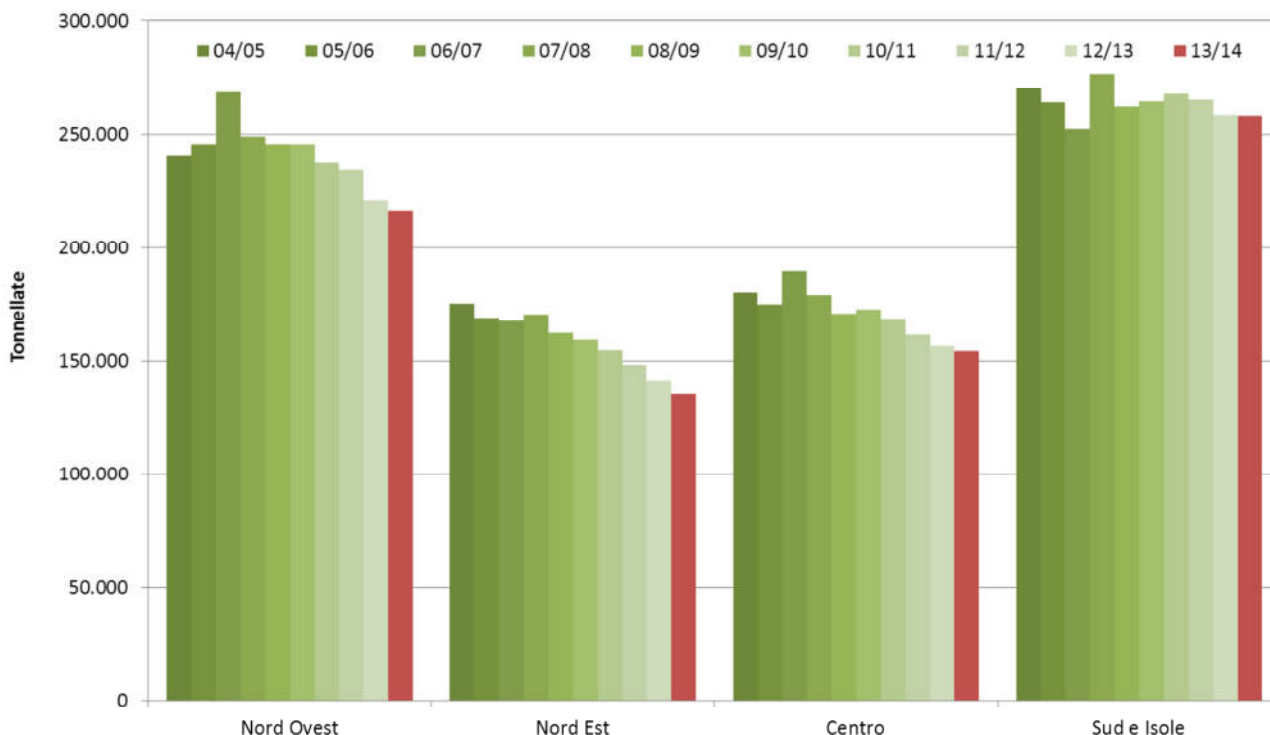
Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

img 5.2 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane penetrazione, spesa e acquisto per famiglia per area geografica
 (per campagna commerciale luglio-giugno)

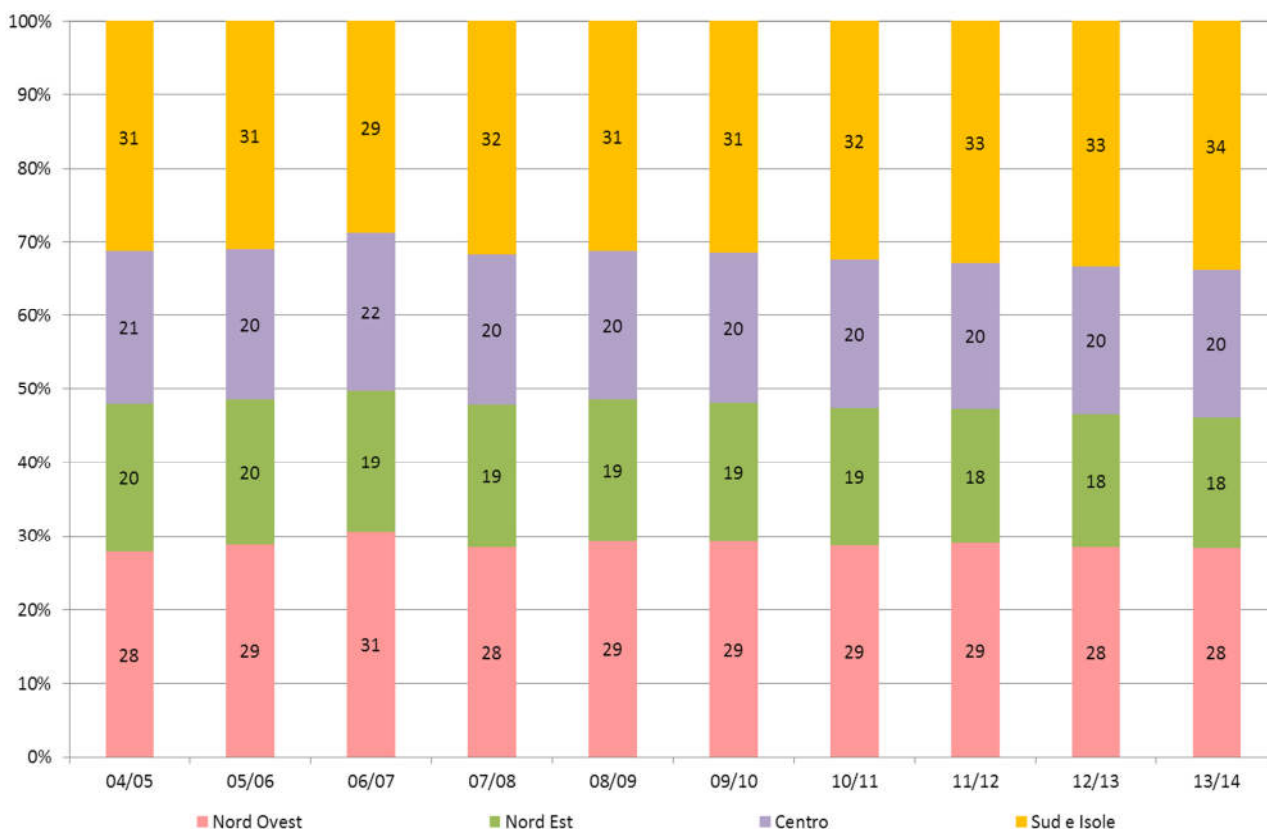
	indice di penetrazione				acquisto kg/famiglia				acquisto €/famiglia			
	10/11	11/12	12/13	13/14	10/11	11/12	12/13	13/14	10/11	11/12	12/13	13/14
Nord Ovest	99,6	96,2	93,4	93,4	34,7	35,2	34,1	33,6	51,6	52,4	50,0	47,7
Nord Est	99,3	95,4	93,9	94,6	32,6	32,4	31,4	29,9	44,8	44,7	44,2	41,3
Centro	98,8	99,1	96,5	95,4	36,1	34,4	34,1	33,8	48,1	48,0	47,0	46,0
Sud e Isole	93,4	97,3	84,5	92,5	37,2	35,2	39,5	36,0	44,8	43,7	49,3	47,3
Italia	97,3	96,9	91,2	93,8	35,3	34,5	35,1	33,6	47,4	47,2	48,0	46,0

Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

img 5.3 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in volume per area geografica



img 5.4 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in volume, % sul totale per area geografica

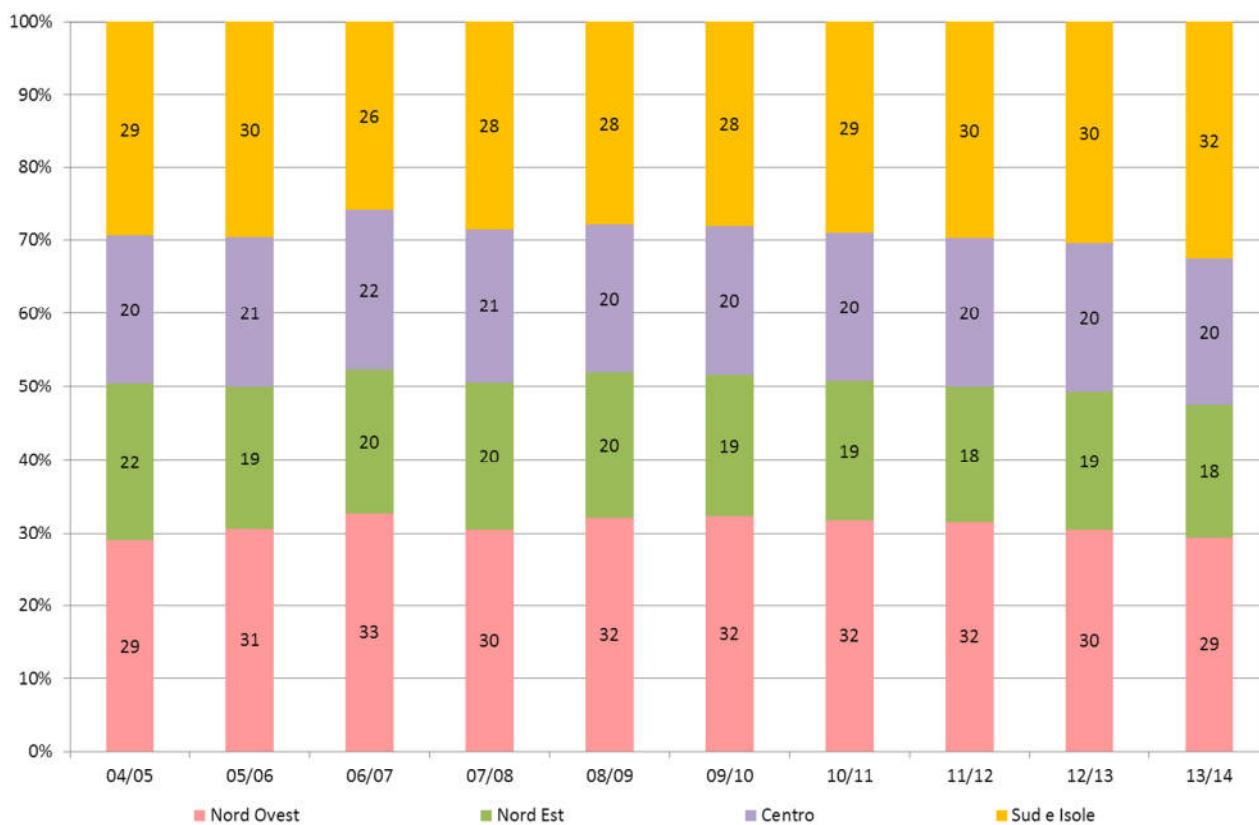


Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

img 5.5 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in valore per area geografica



img 5.6 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in valore, % sul totale per area geografica



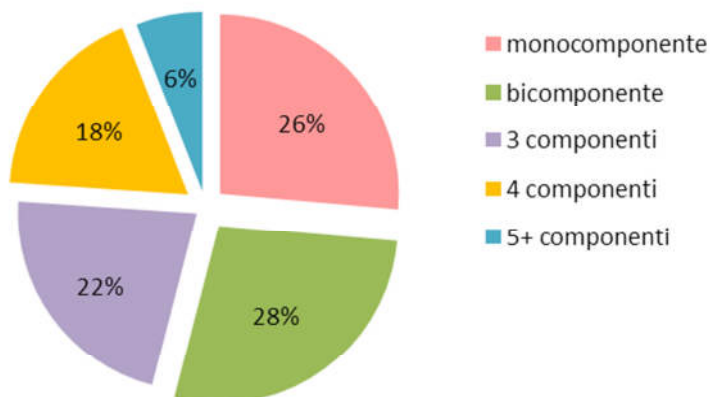
Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

6 Distribuzione degli acquisti per composizione familiare e responsabile acquisti

Le famiglie composte da due individui sono le più diffuse sul territorio nazionale (*img 6.1*) e sono proprio questi nuclei ad accentrare la maggior parte dei volumi acquistati di mele ma non solo: sono anche in aumento (*img 6.2*). A differenza delle altre tipologie di famiglie, che flettono nei volumi acquistati, quelle composte da due individui invertono la tendenza incrementando accentrando il 37% delle mele acquistate nel nostro Paese. Seguono

le famiglie monocomponente con il 22% dei volumi, il 21% è di pertinenza delle famiglie composte da 3 soggetti, il 15% di quelle famiglie di 4 soggetti ed il 5% delle famiglie composte da 5 o più individui.

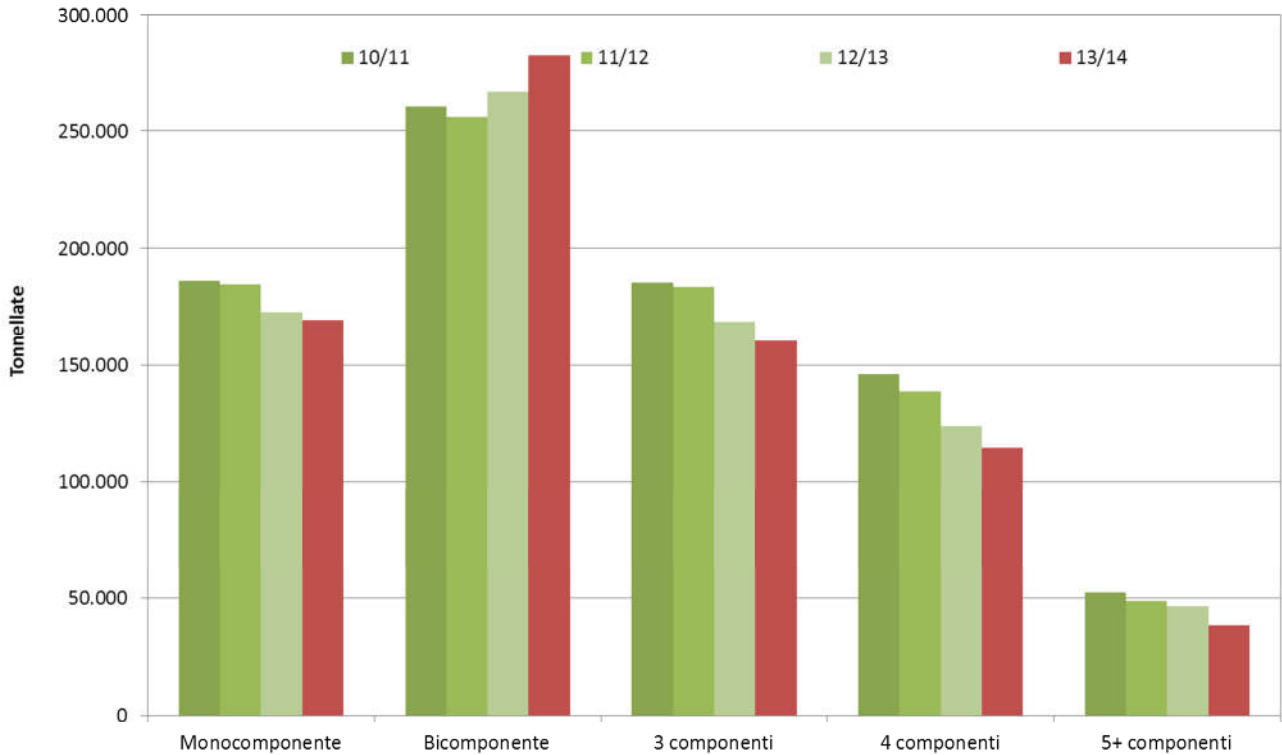
img 6.1 / ITALIA: composizione familiare per numero di componenti sul territorio nazionale



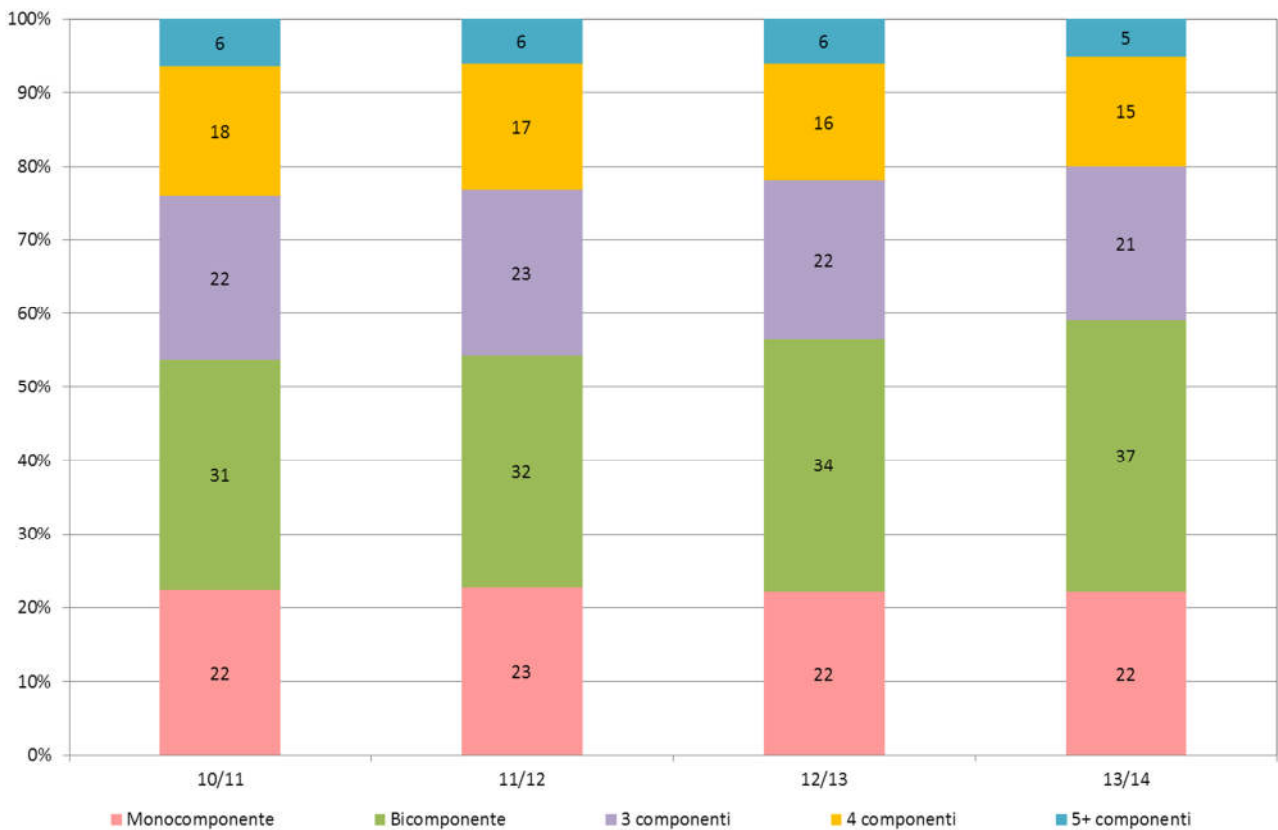
L'acquisto di mele per la campagna 2013/14 incrementa solo in quelle famiglie dove il responsabile acquisti ha un'età di 65 anni ed oltre (*img. 6.7 e 6.8*), con un trend in notevole ascesa nell'ultimo periodo: sono infatti passati dal rappresentare il 36% nella campagna 2010/11 al 47% dei volumi totali nella 2013/14.

Permane stabile al 20% dei volumi l'acquisto ove il responsabile ha un'età compresa fra i 55 ed i 64 anni, mentre diminuisce l'interesse delle mele per i nuclei dove il responsabile ha un'età compresa fra i 45 ed i 55 anni scendendo al 16%; al 12% i volumi con responsabili acquisto con età fra i 35 ed i 44 ed al 6% inferiore ai 34 anni.

img 6.2 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in volume per composizione familiare

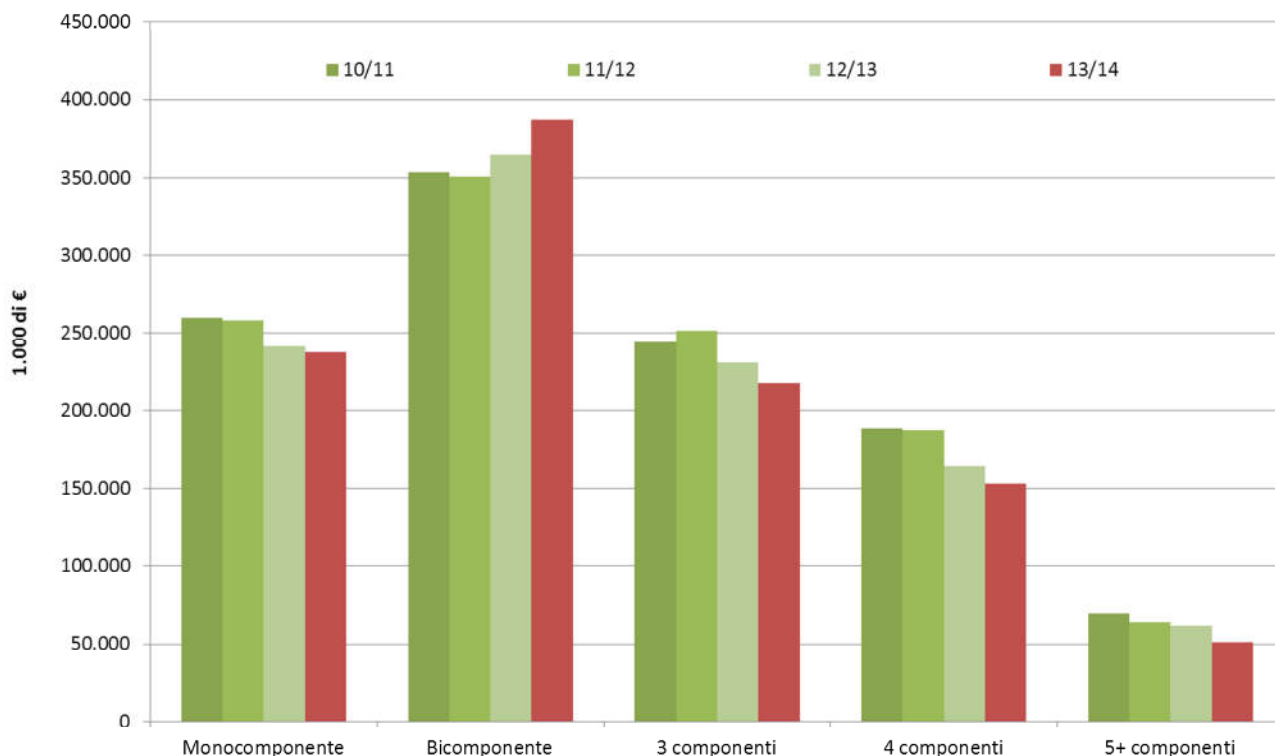


img 6.3 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in volume, % sul totale per comp. familiare

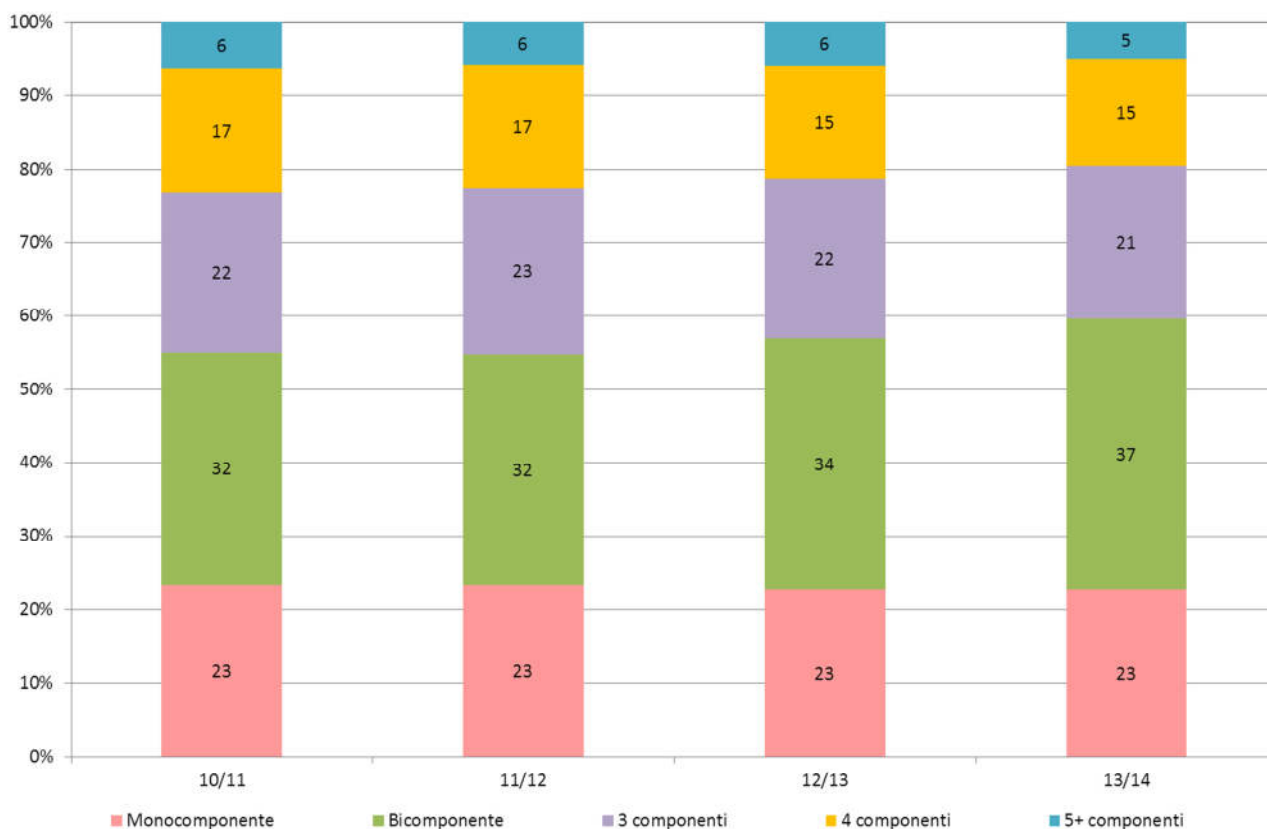


Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

img 6.4 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in valore per composizione famigliare

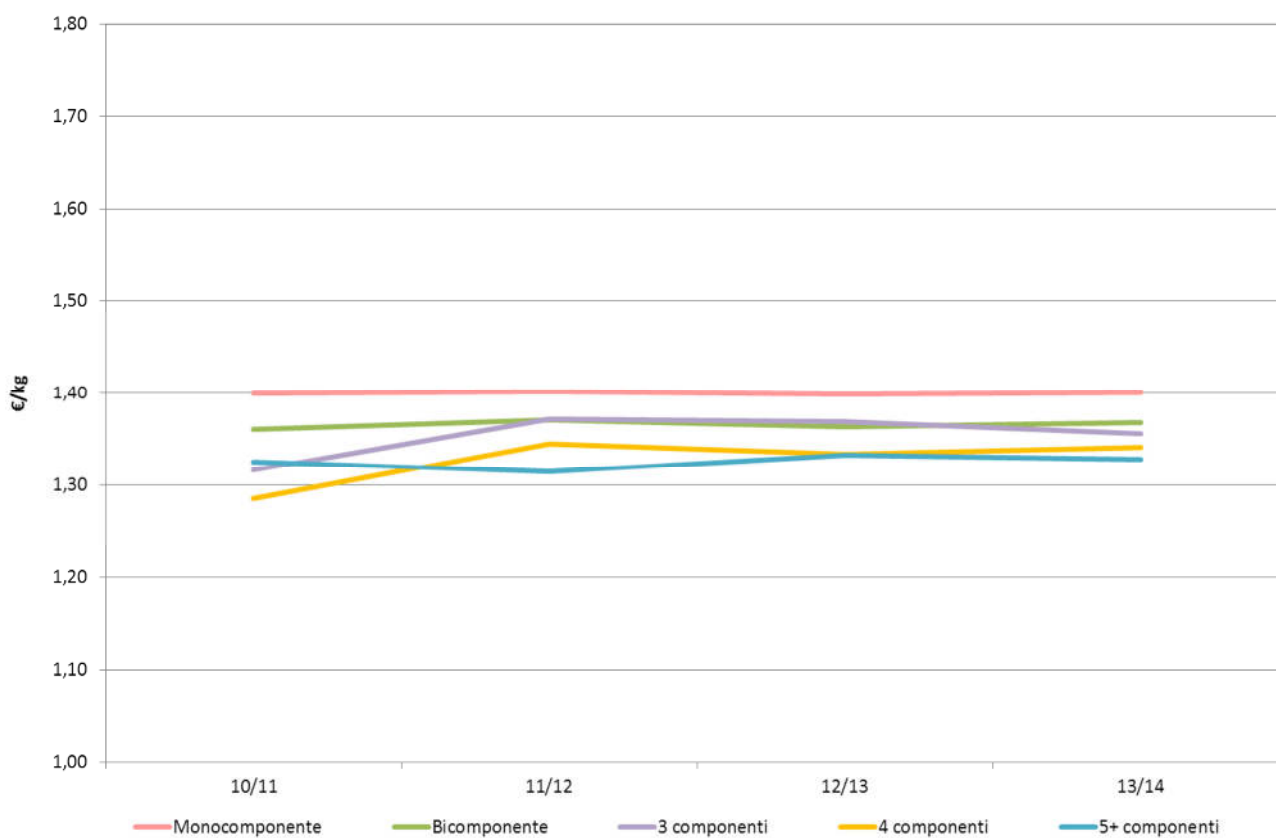


img 6.5 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in valore, % sul totale per comp. famigliare



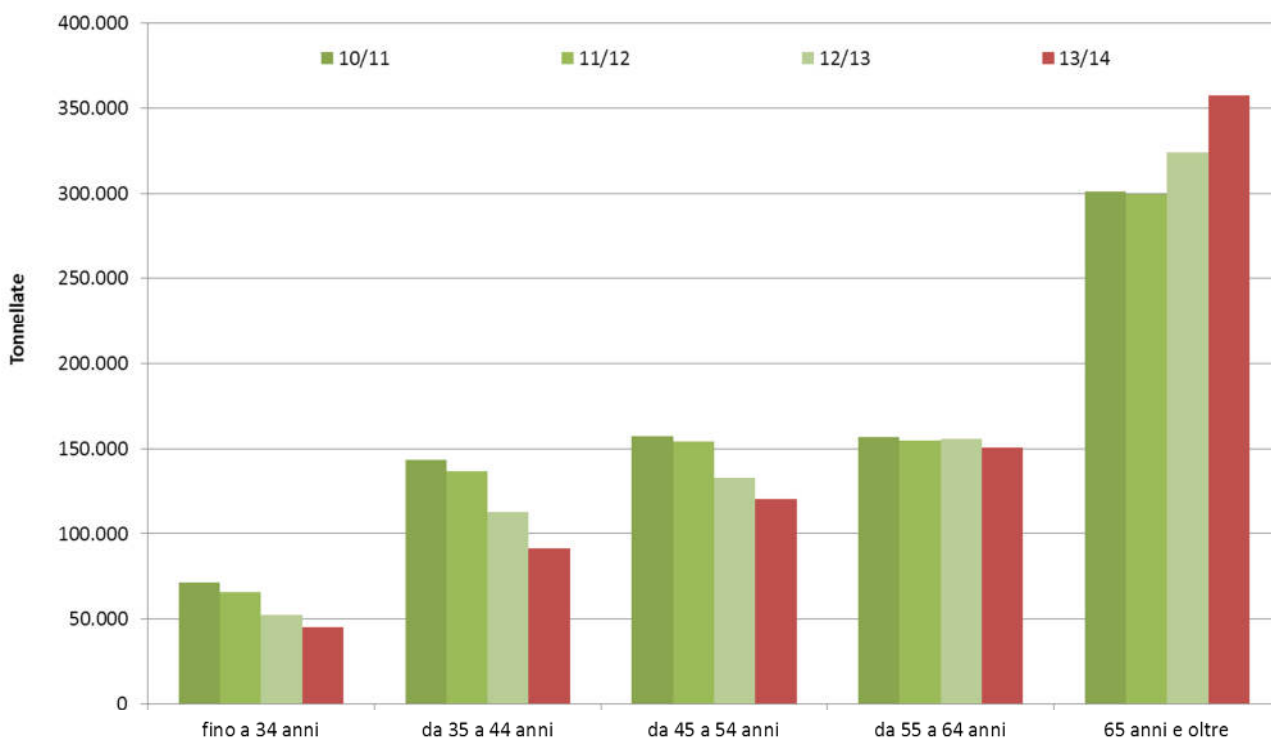
Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

img 6.6 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane prezzo medio per responsabile acquisti

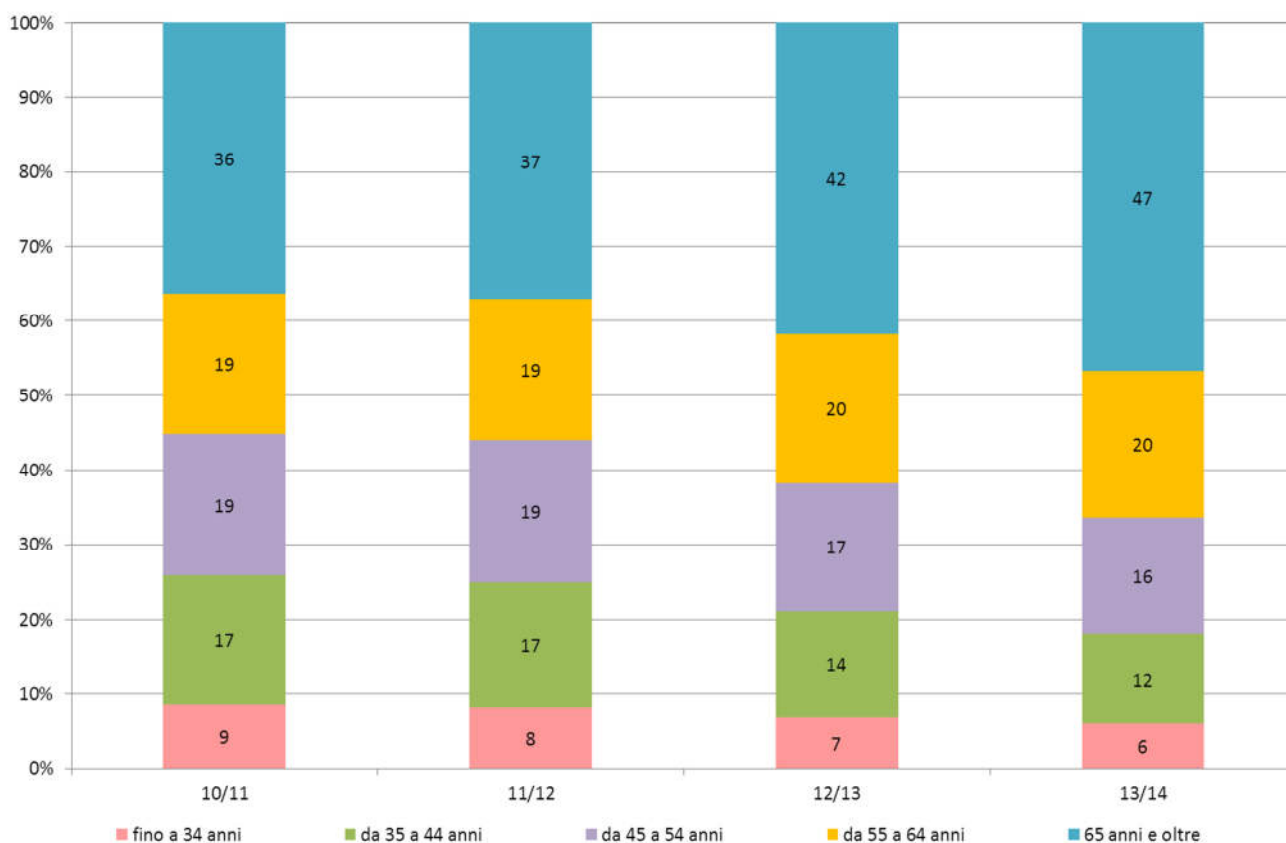


Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

img 6.7 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in volume per responsabile acquisti

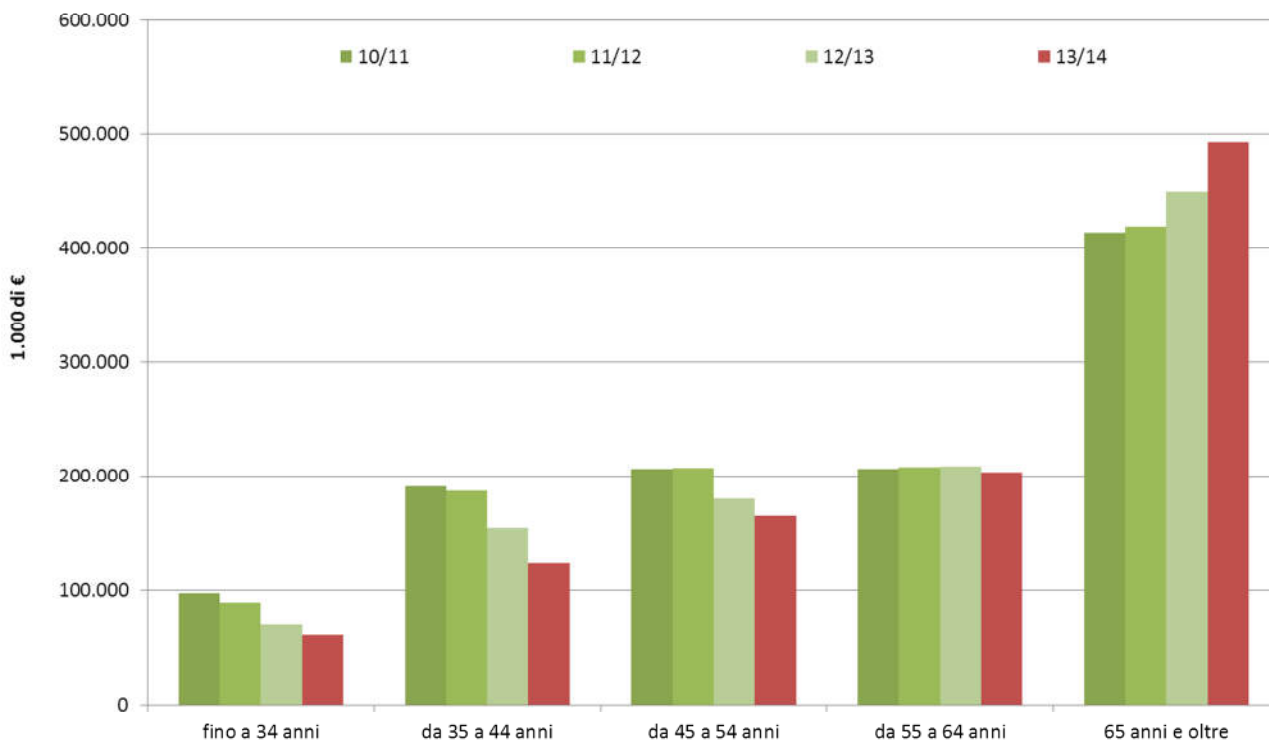


img 6.8 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in volume, % sul totale per resp. acquisti

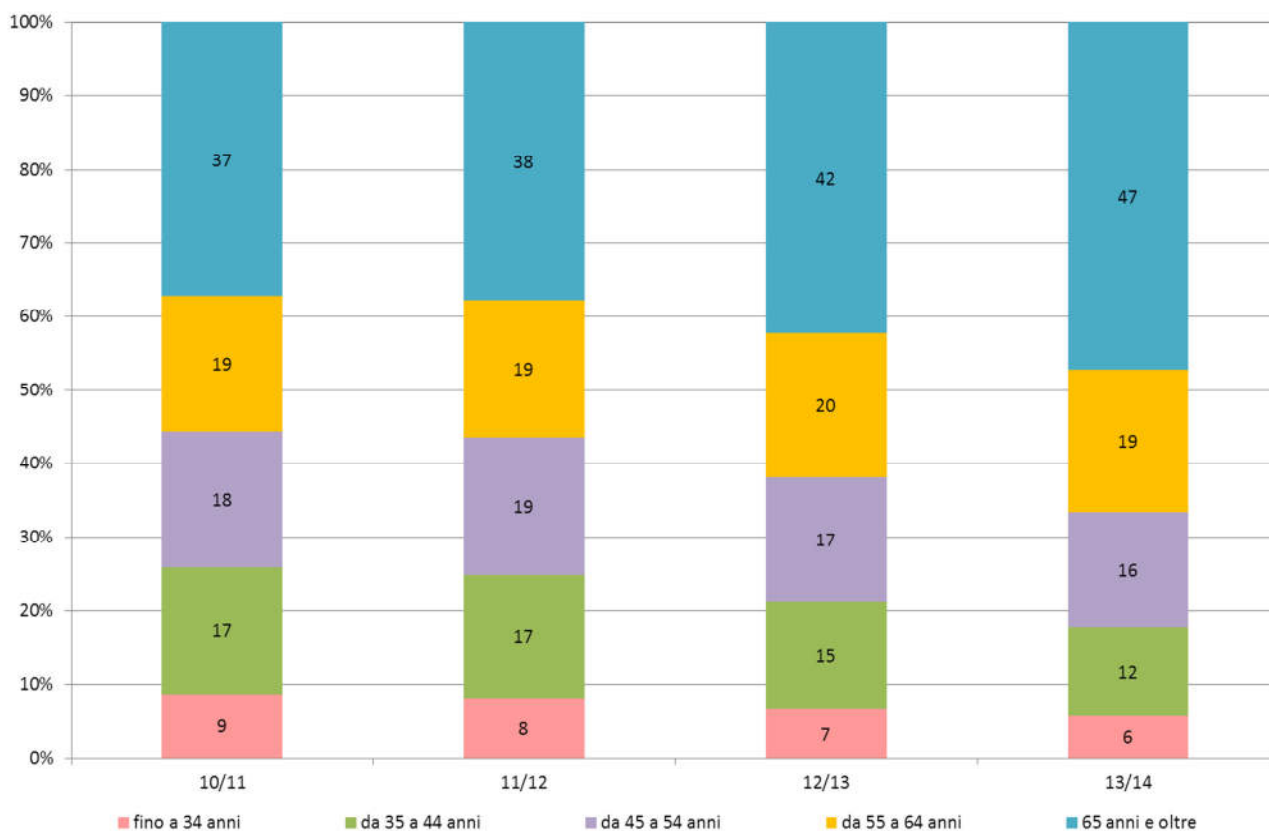


Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

img 6.9 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in valore per responsabile acquisti



img 6.10 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in valore, % sul totale per resp. acquisti



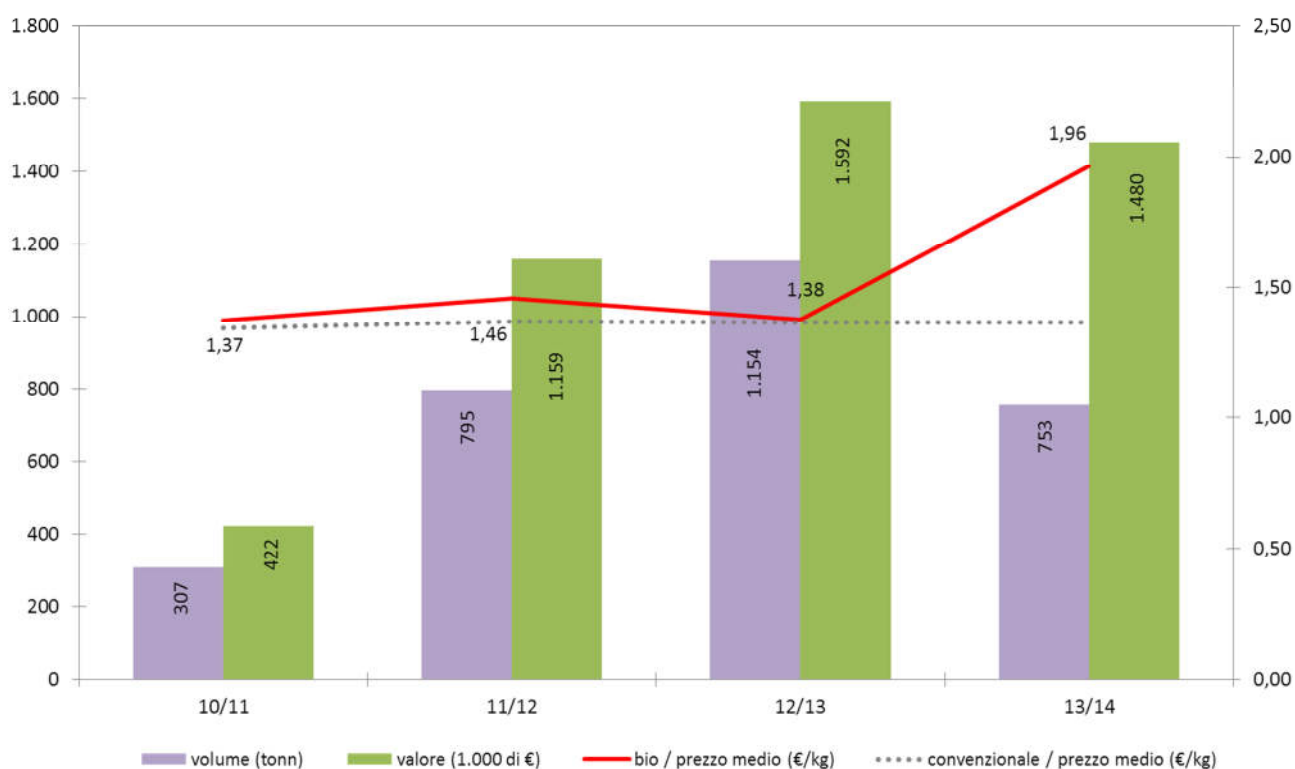
Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

7 Consumi di biologico

In merito agli acquisti di biologico si specifica che i dati indicati in questa elaborazione riguardano solo la merce in “peso fisso” ossia il confezionato, son per tanto esclusi da questa elaborazione tutte le mele acquistate “da pesare”.

I volumi di mele bio acquistate nell’ultima campagna commerciale sono in notevole diminuzione rispetto all’annata precedente (*img 7.1*). Questa diminuzione potrebbe essere data dall’elevato prezzo medio di vendita con cui le mele biologiche sono proposte ai consumatori che nell’annata 2013/14 ha raggiunto 1,96€/kg.

img 7.1 / MELE BIOLOGICHE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane in valore, volume e prezzo medio



Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

8 Appendice statistica

img 8.1 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane volume trimestrale (tonnellate)

	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
I trimestre	134.420	126.564	133.899	146.474	133.309	130.020	127.915	126.846	123.944	114.468
II trimestre	206.306	198.641	204.894	215.685	199.017	199.809	199.805	195.309	184.444	180.428
III trimestre	272.408	268.227	284.156	264.343	261.413	265.659	258.488	251.383	240.660	236.212
IV trimestre	253.701	256.444	255.658	249.313	247.247	246.571	243.693	240.572	229.933	233.641
Totale	866.835	849.876	878.607	875.815	840.986	842.059	829.901	814.110	778.981	764.749

img 8.2 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane valore trimestrale (1.000 di €)

	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
I trimestre	205.932	153.865	166.149	193.719	223.005	186.369	182.969	184.286	182.574	175.261
II trimestre	275.657	223.284	241.353	279.461	269.139	256.463	253.524	250.527	248.065	245.974
III trimestre	341.454	318.973	342.371	341.052	343.782	342.286	344.054	338.157	310.218	302.883
IV trimestre	307.553	299.341	314.179	349.003	344.070	334.348	334.597	337.197	321.345	321.090
Totale	1.130.596	995.463	1.064.052	1.163.235	1.179.996	1.119.466	1.115.143	1.110.167	1.062.202	1.045.208

img 8.3 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane prezzo medio trimestrale (€/kg)

	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
I trimestre	1,53	1,22	1,24	1,32	1,67	1,43	1,43	1,45	1,47	1,53
II trimestre	1,34	1,12	1,18	1,30	1,35	1,28	1,27	1,28	1,34	1,36
III trimestre	1,25	1,19	1,20	1,29	1,32	1,29	1,33	1,35	1,29	1,28
IV trimestre	1,21	1,17	1,23	1,40	1,39	1,36	1,37	1,40	1,40	1,37
Media	1,30	1,17	1,21	1,33	1,40	1,33	1,34	1,37	1,37	1,37

Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

img 8.4 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane volume per canale di acquisto (tonnellate)

	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
Ipermercati	75.989	97.697	107.496	95.354	97.926	108.263	103.114	109.996	95.938	94.250
Supermercati	251.777	238.296	276.029	286.565	299.599	303.451	304.688	285.745	273.216	280.899
Discount	51.162	52.098	55.474	56.126	54.320	54.185	52.280	60.438	62.291	68.471
Dett. ambulante	20.918	20.216	22.779	20.864	20.314	20.743	21.538	20.925	18.231	23.155
Piccole superfici	267.485	258.310	226.706	221.741	192.224	186.802	172.737	158.398	156.090	139.819
Dett. tradizionale	170.546	161.026	163.334	155.629	139.811	141.071	149.129	147.813	143.880	144.588
Dett. specializzato	12.632	15.272	16.971	21.863	23.426	16.681	17.458	17.828	15.140	5.575
Altro	16.331	10.830	9.817	17.670	13.364	10.858	8.958	9.181	12.949	7.992
Totale	866.840	853.745	878.606	875.812	840.984	842.054	829.901	810.323	777.735	764.749

img 8.5 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane valore per canale di acquisto (1.000 di €)

	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
Ipermercati	98.845	114.122	129.848	126.371	132.415	133.845	131.494	147.277	134.479	129.067
Supermercati	344.456	281.834	352.362	399.092	438.379	413.134	419.110	402.048	394.078	388.653
Discount	58.573	55.762	60.696	67.478	69.850	64.563	63.920	73.744	77.726	89.453
Dett. ambulante	28.805	24.592	28.535	29.781	28.647	27.055	28.933	29.589	26.029	31.731
Piccole superfici	329.690	301.592	260.358	284.740	262.809	246.382	230.954	215.772	197.837	191.412
Dett. tradizionale	232.216	189.972	198.246	202.961	194.772	193.562	201.995	201.506	191.014	196.036
Dett. specializzato	18.020	19.915	21.913	31.058	35.007	25.367	26.384	26.591	21.104	7.705
Altro	19.989	12.527	12.093	21.756	18.115	15.557	12.353	13.640	19.934	11.150
Totale	1.130.594	1.000.316	1.064.051	1.163.237	1.179.994	1.119.465	1.115.143	1.110.167	1.062.202	1.045.208

img 8.6 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane prezzo medio per canale di acquisto (€/kg)

	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
Ipermercati	1,30	1,17	1,21	1,33	1,35	1,24	1,28	1,34	1,40	1,37
Supermercati	1,37	1,18	1,28	1,39	1,46	1,36	1,38	1,41	1,44	1,38
Discount	1,14	1,07	1,09	1,20	1,29	1,19	1,22	1,22	1,25	1,31
Dett. ambulante	1,38	1,22	1,25	1,43	1,41	1,30	1,34	1,41	1,43	1,37
Piccole superfici	1,23	1,17	1,15	1,28	1,37	1,32	1,34	1,36	1,27	1,37
Dett. tradizionale	1,36	1,18	1,21	1,30	1,39	1,37	1,35	1,36	1,33	1,36
Dett. specializzato	1,43	1,30	1,29	1,42	1,49	1,52	1,51	1,49	1,39	1,38
Altro	1,22	1,16	1,23	1,23	1,36	1,43	1,38	1,49	1,54	1,40
Media	1,30	1,17	1,21	1,33	1,40	1,33	1,34	1,37	1,37	1,37

Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia

img 8.7 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane volume per area geografica (tonnellate)

	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
Nord-Ovest	240.794	245.639	268.629	249.024	245.611	245.572	237.751	234.202	220.932	216.439
Nord-Est	175.293	169.023	167.646	170.341	162.341	159.184	154.642	148.172	141.502	136.036
Centro	180.119	174.892	189.651	179.300	170.778	172.608	168.753	161.569	156.784	154.295
Sud e Isole	270.635	264.203	252.682	277.150	262.253	264.689	267.949	265.359	258.517	257.979
Italia	866.841	853.757	878.608	875.815	840.983	842.053	829.094	809.302	777.735	764.749

img 8.8 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane valore per area geografica (1.000 di €)

	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
Nord-Ovest	327.087	306.186	348.093	353.893	378.606	361.431	354.001	349.301	323.556	307.852
Nord-Est	244.377	192.660	208.801	235.494	234.714	216.264	212.247	204.642	199.577	188.207
Centro	226.945	205.633	233.308	243.742	239.047	229.165	224.599	225.528	216.294	210.223
Sud e Isole	332.186	295.852	273.851	330.106	327.626	312.605	323.157	329.392	322.775	338.925
Italia	1.130.595	1.000.331	1.064.053	1.163.235	1.179.993	1.119.465	1.114.004	1.108.863	1.062.202	1.045.208

img 8.9 / MELE: acquisti al dettaglio delle famiglie italiane prezzo medio per area geografica (€/kg)

	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
Nord-Ovest	1,36	1,25	1,30	1,42	1,54	1,47	1,49	1,49	1,46	1,42
Nord-Est	1,39	1,14	1,25	1,38	1,45	1,36	1,37	1,38	1,41	1,38
Centro	1,26	1,18	1,23	1,36	1,40	1,33	1,33	1,40	1,38	1,36
Sud e Isole	1,23	1,12	1,08	1,19	1,25	1,18	1,21	1,24	1,25	1,31
Italia	1,30	1,17	1,21	1,33	1,40	1,33	1,34	1,37	1,37	1,37

Fonte: elaborazioni CSO su dati GFK Italia