



Associazione  
Nazionale  
Le Donne  
dell'Ortofrutta

Con il patrocinio del



COMUNE DI FERRARA  
Città Patrimonio dell'Umanità

PRESENTANO

# *L'ortofrutta come prevenzione*

FERRARA-SALA ESTENSE

28 MARZO / ORE 18:00 > 19:30

# Trend di consumo di ortofrutta nelle famiglie Italiane

**Elisa Macchi**

*CSO Italy*

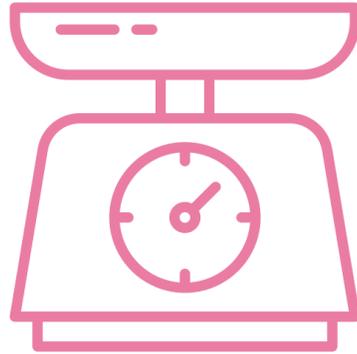


**CSO  
ITALY**

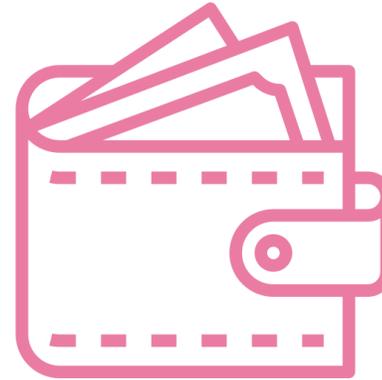
CENTRO SERVIZI  
ORTOFRUTTICOLI

# andamento dei consumi domestici di ortofrutta

## volume e spesa annua/giornaliera per famiglia



volume  
**201 kg/anno**  
-36 kg a 5 anni  
**0,550 kg/giorno**  
-0,1 kg a 5 anni



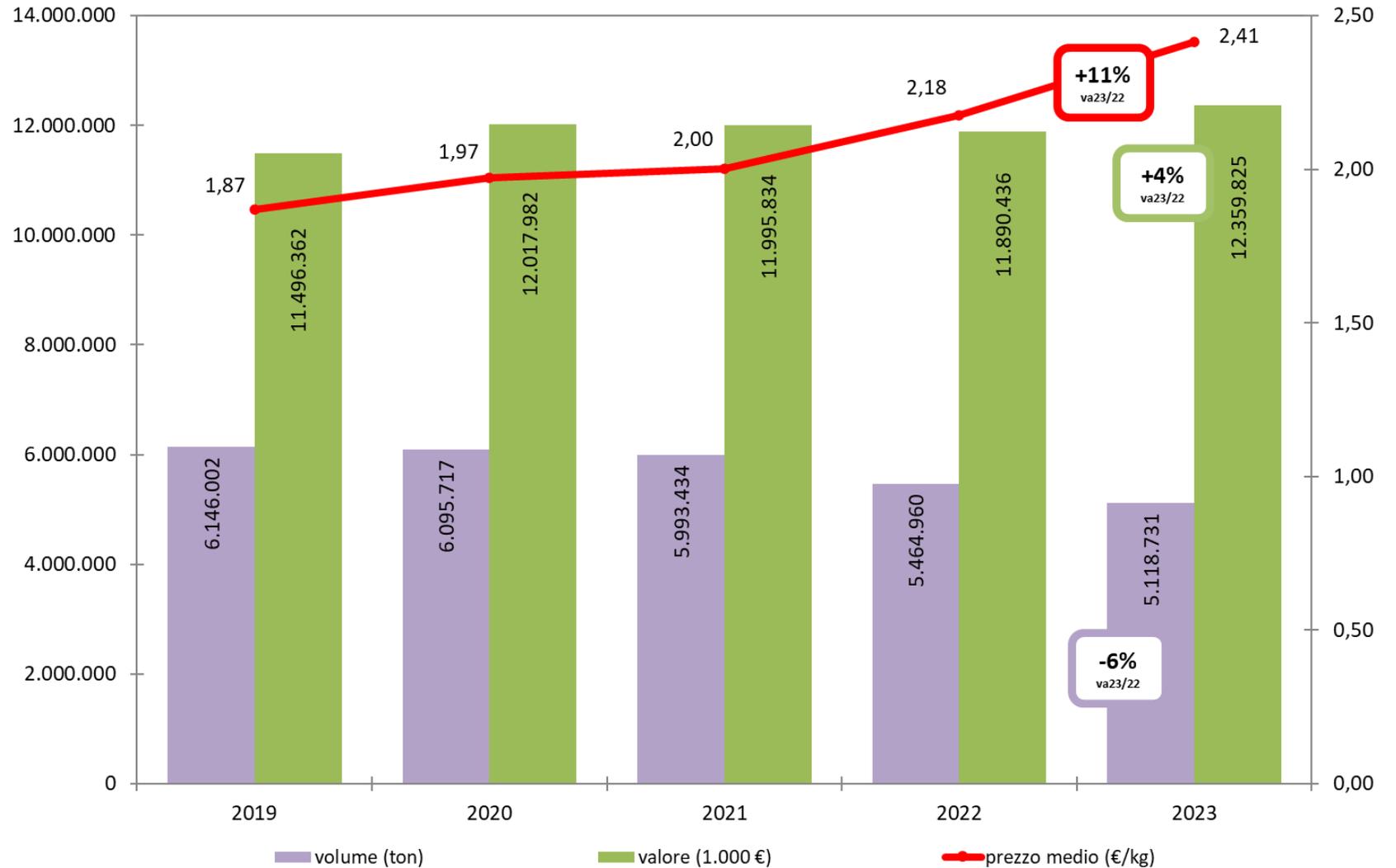
spesa  
**486 €/anno**  
+41 € a 5 anni  
**1,33 €/giorno**  
+0,11 € a 5 anni

# andamento dei consumi domestici di ortofrutta in valore, volume e prezzo medio

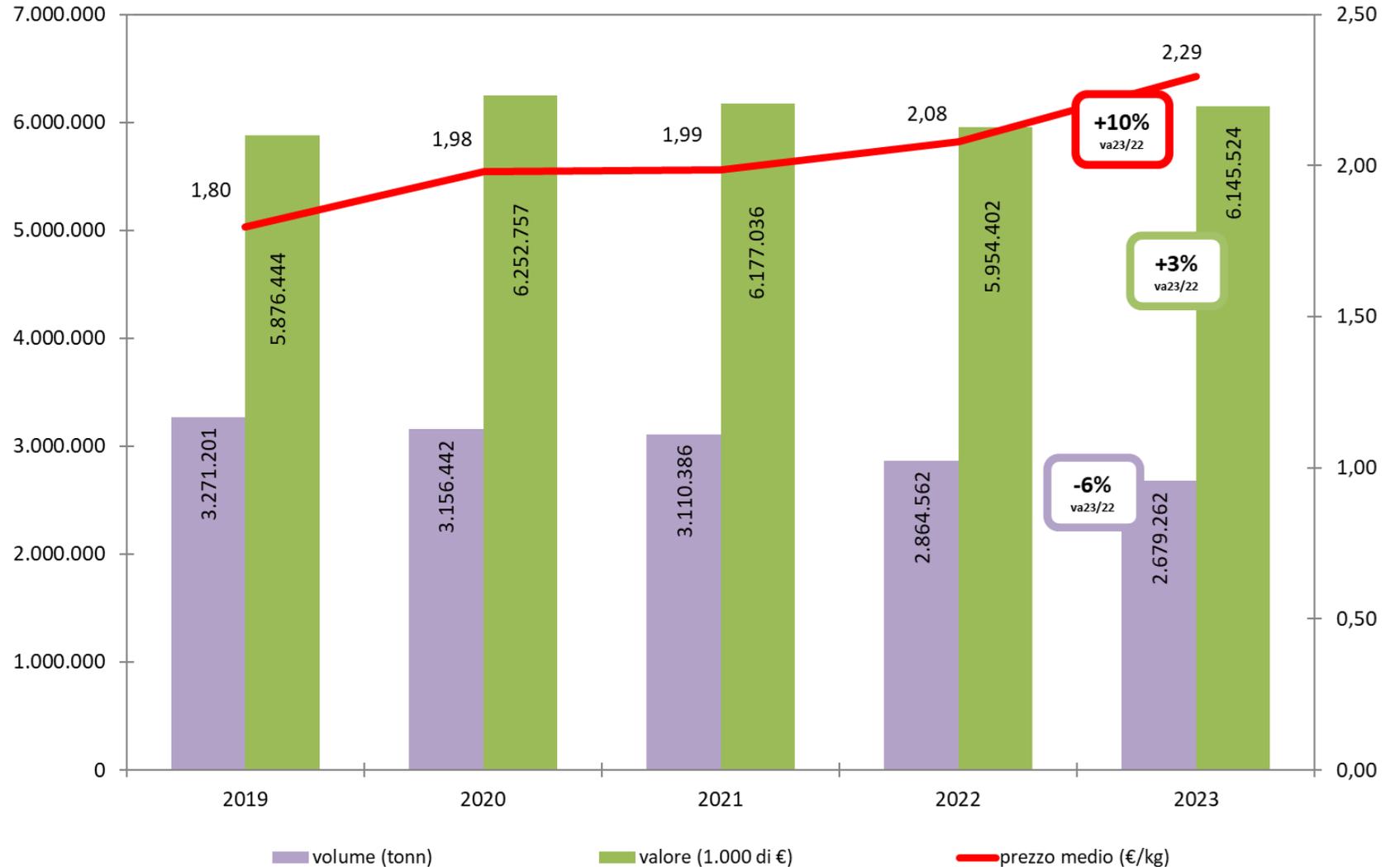
Andamento in lieve  
diminuzione fino al  
2021

Calo significativo nel  
2022 (-9%)

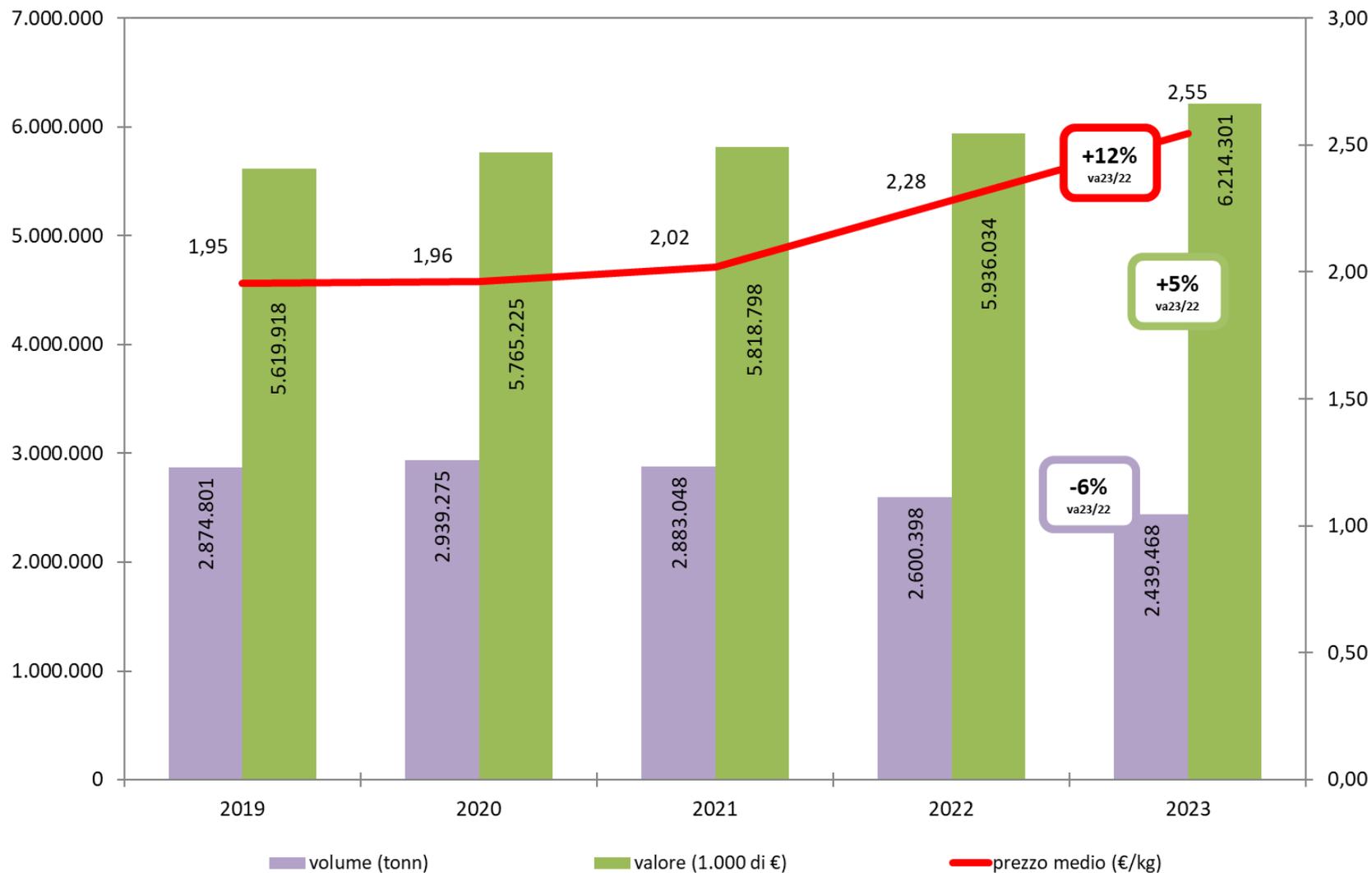
...che è proseguito  
nel 2023



# andamento dei consumi domestici di frutta in valore, volume e prezzo medio



# andamento dei consumi domestici di verdure & ortaggi in valore, volume e prezzo medio



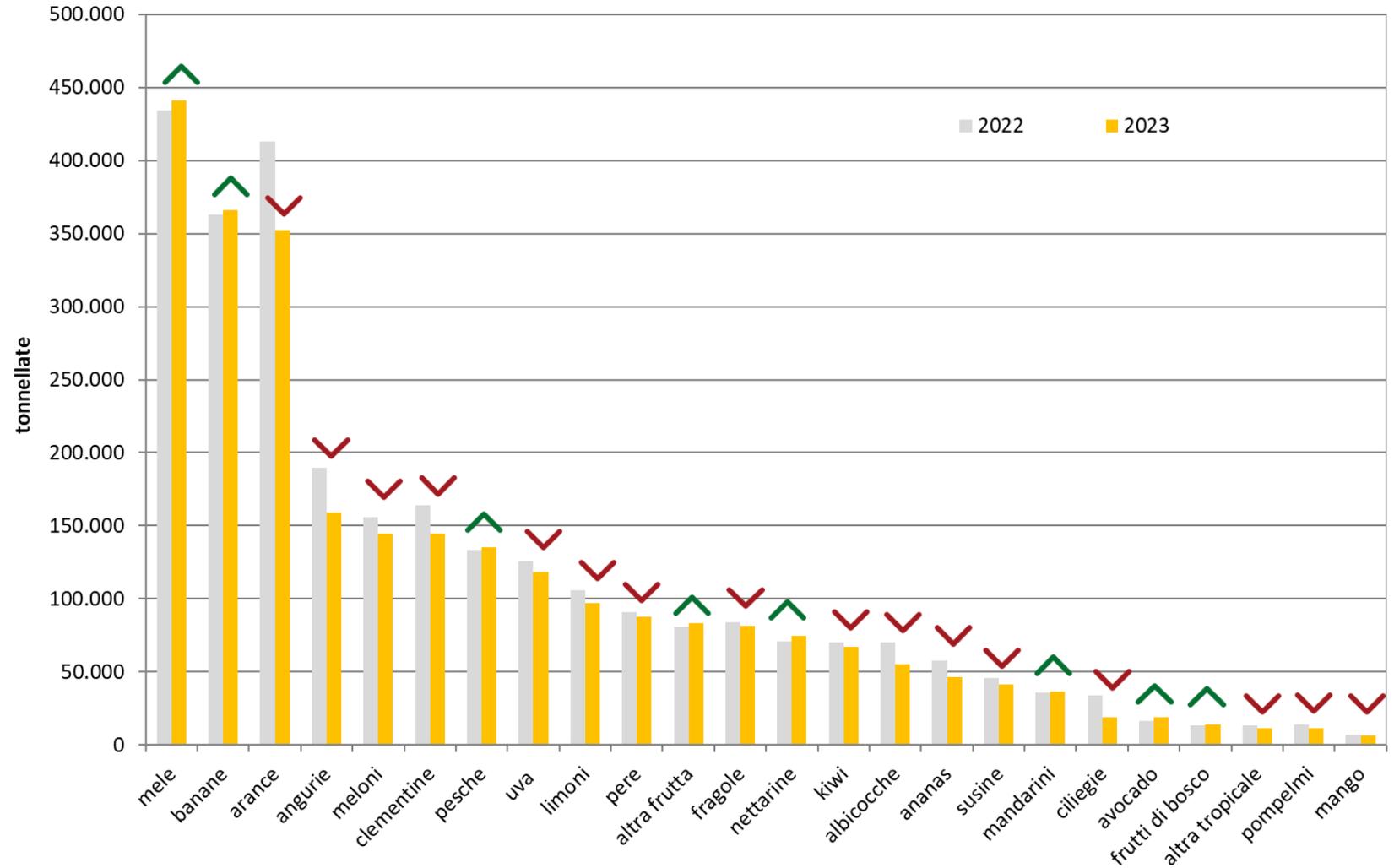
# andamento dei consumi domestici di ortofrutta in volume per trimestre

È un calo che  
non guarda alla  
stagionalità



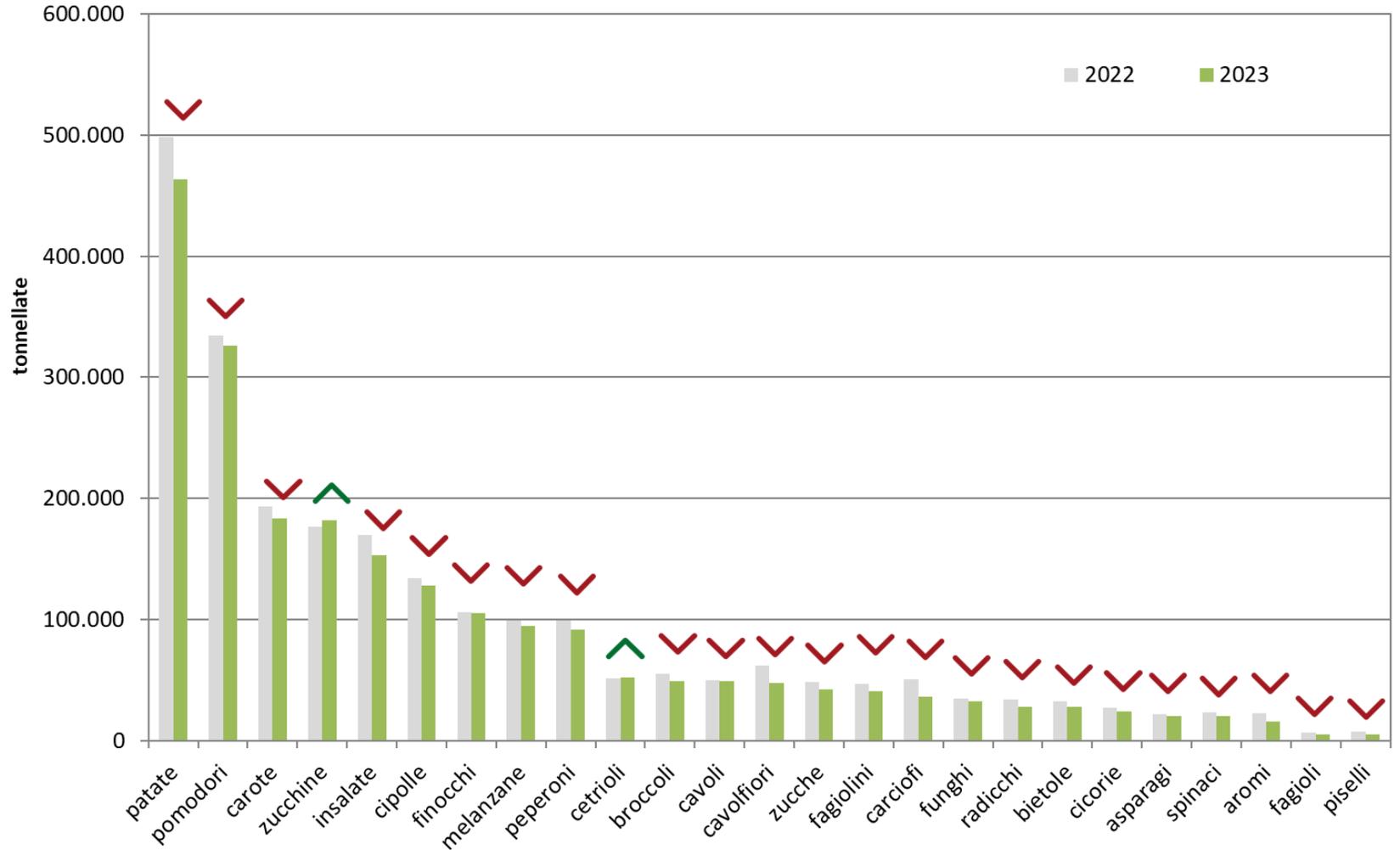
# andamento dei consumi domestici di frutta in volume confronto 2023 vs 2022

Pochi prodotti fanno eccezione al calo:  
MELE  
BANANE  
PESCHE&NETTARINE  
AVOCADO  
FRUTTI DI BOSCO



# andamento dei consumi domestici di ortaggi in volume confronto 2023 vs 2022

Ancora più uniforme il calo per gli ortaggi



# andamento dei consumi domestici principali specie in volume trend dal 2019 al 2023



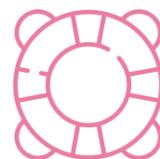
## calano da sempre

arance pomodori  
clementine Insalate  
uva fagiolini  
limoni carciofi  
pere  
kiwi  
pompelmi  
frutta secca



## in calo solo negli ultimi anni

angurie patate  
meloni carote  
albicocche cipolle  
ananas melanzane  
ciliegie peperoni  
mango cavolfiori  
broccoli  
zucche  
radicchi  
funghi  
cicorie  
spinaci  
asparagi  
aromi  
fagioli  
piselli



## che «tengono»

mele zucchine  
banane finocchi  
pesche cetrioli  
fragole  
nettarine  
susine  
mandarini



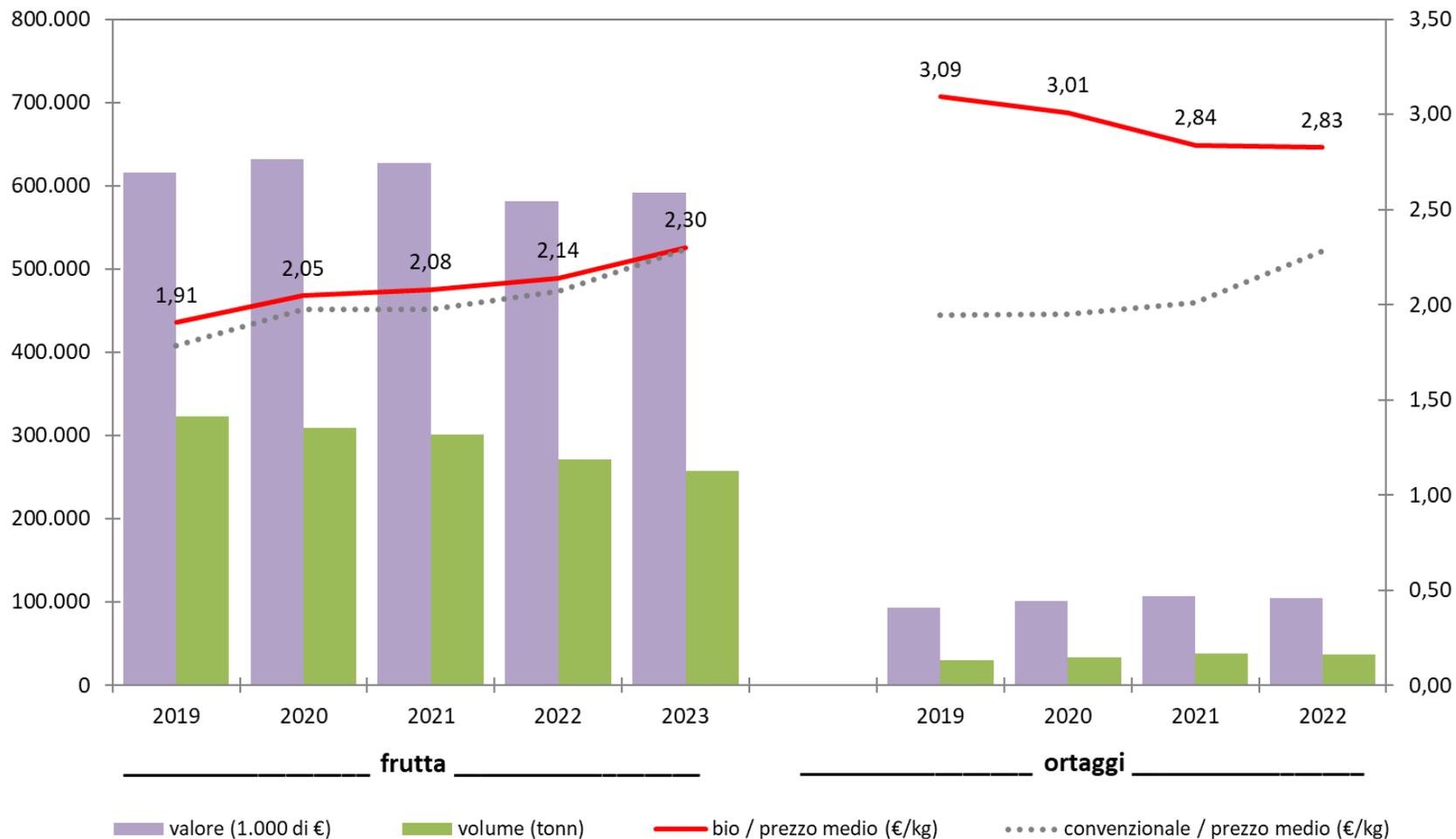
## le novità

avocado cavoli  
frutti di bosco



# andamento dei consumi domestici di frutta e verdura bio in volume, valore e prezzo medio

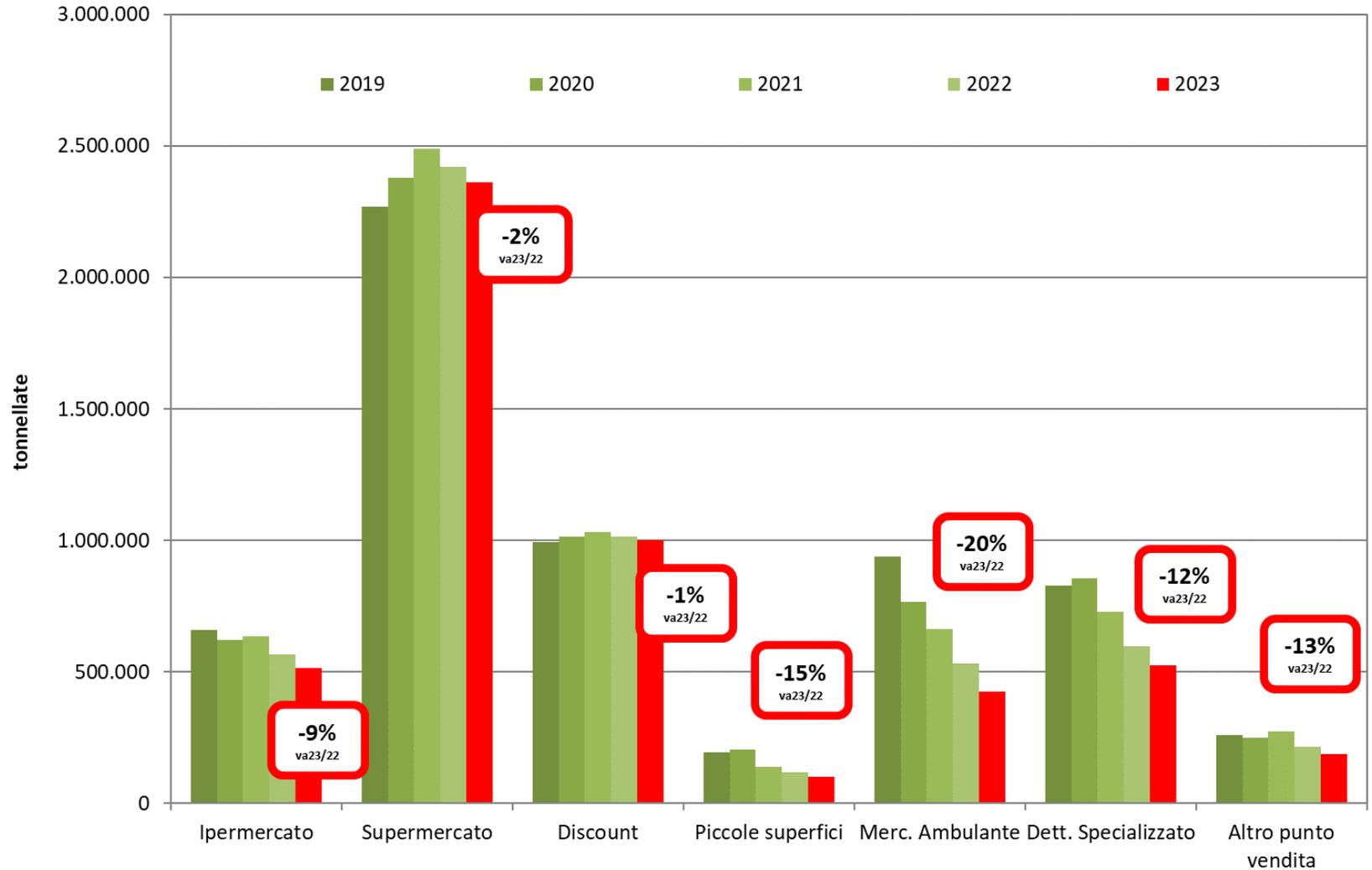
Variation 2023/2022  
frutta -5%  
verdura -10%



# andamento dei consumi domestici di ortofrutta per canale commerciale in volume

Gli andamenti sono diversi per canale commerciale

- ✓ Il canale preferito sono i supermercati (46% sul totale)
- ✓ Seguono i discount (20% sul totale)
- ✓ Tutti canali flettono, fanno eccezione i discount.... i supermercati....



# andamento dei consumi domestici di ortofrutta per canale commerciale GDO sul totale in volume % sul totale

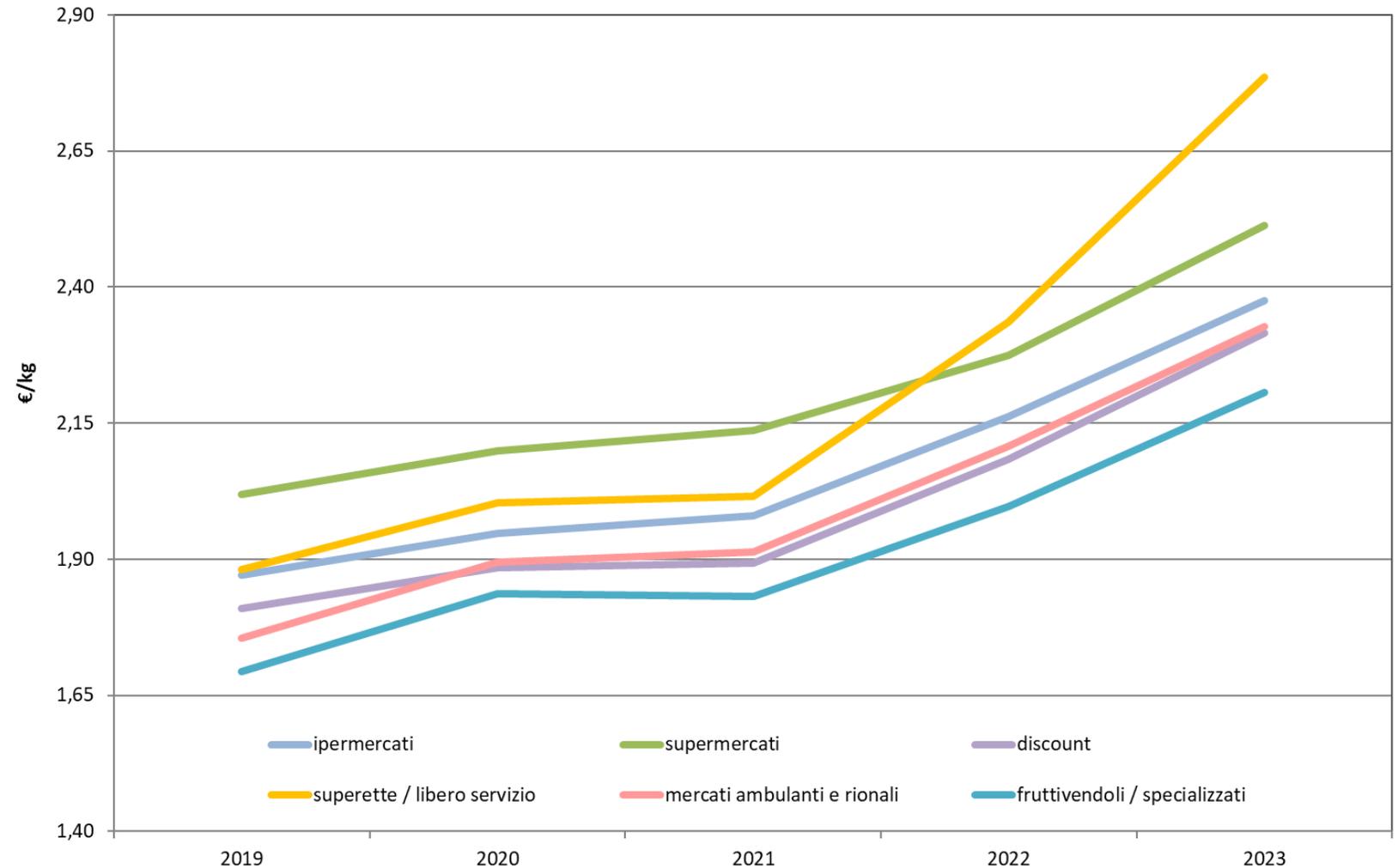
Cresce pertanto il  
peso della  
distribuzione  
moderna



# andamento dei consumi domestici di ortofrutta per canale commerciale prezzo medio di acquisto

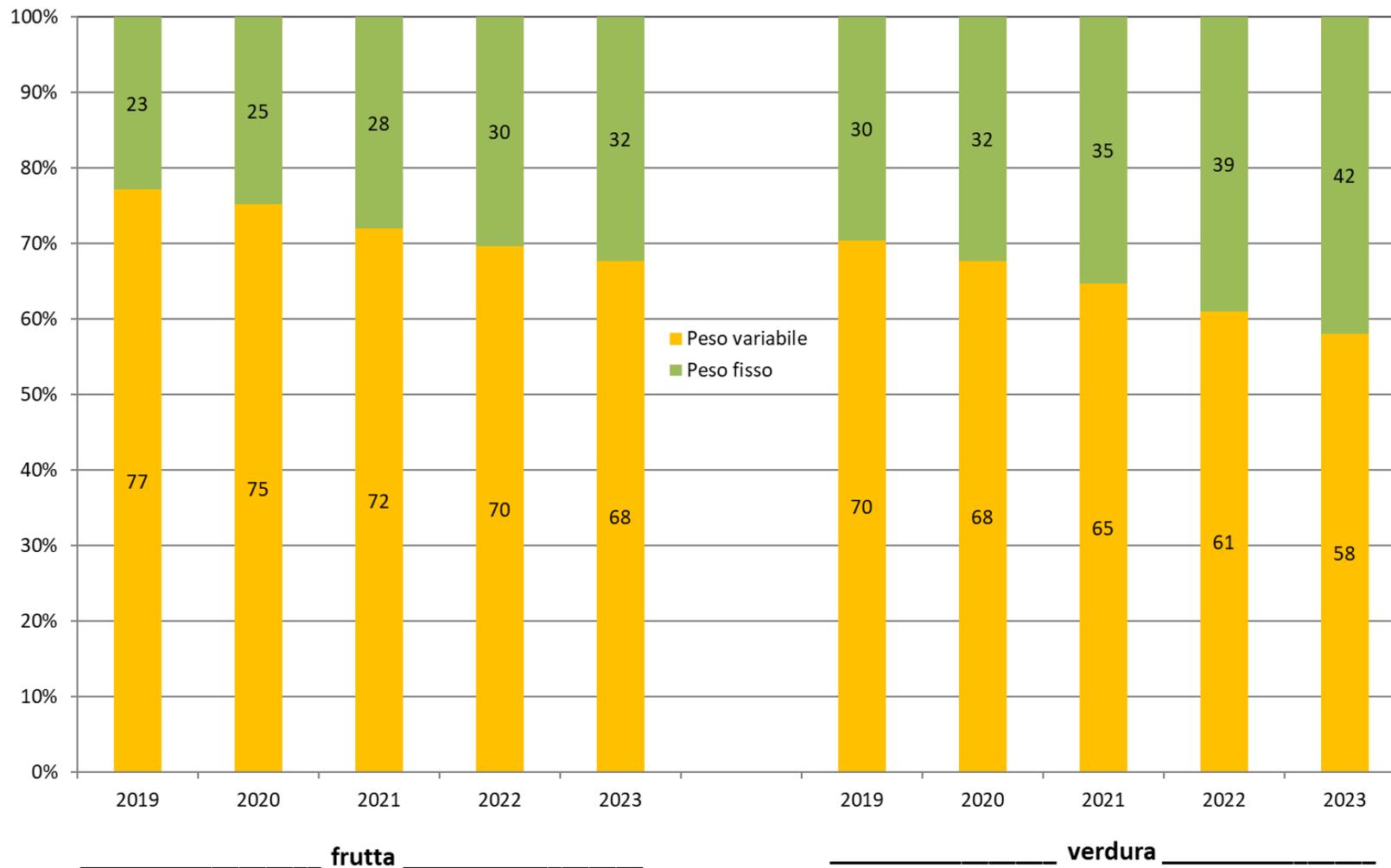
Il prezzo medio è in  
funzione anche della  
qualità delle  
referenze

CRESCE IN TUTTI  
CANALI



# andamento dei consumi domestici di frutta e verdura a peso fisso o variabile in volume % sul totale

Nei nostri acquisti  
cresce il peso  
dell'ortofrutta  
confezionata



# andamento dei consumi domestici di frutta e verdura a peso fisso o variabile prezzo medio di acquisto

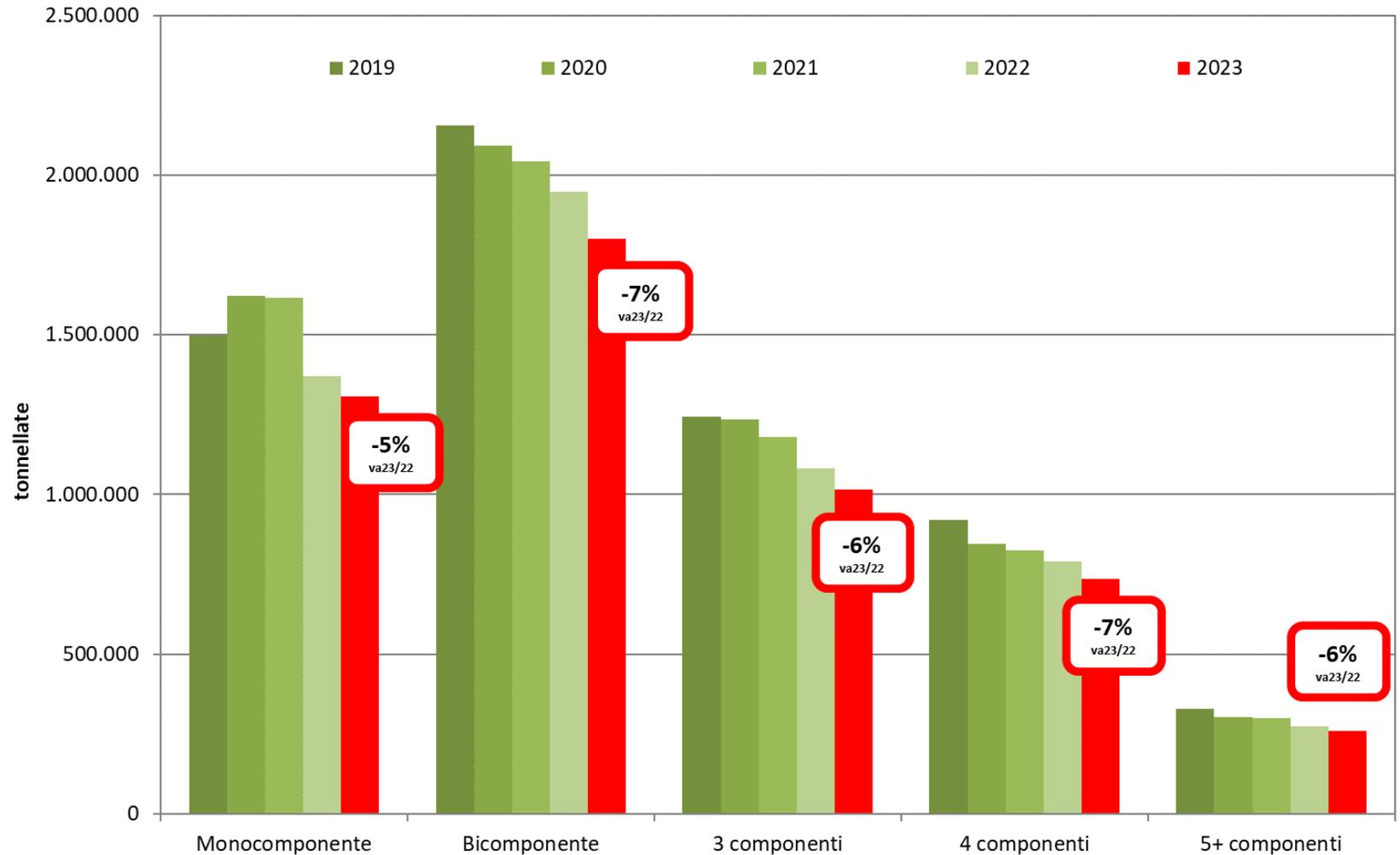


# andamento dei consumi domestici di ortofrutta per area geografica in volume



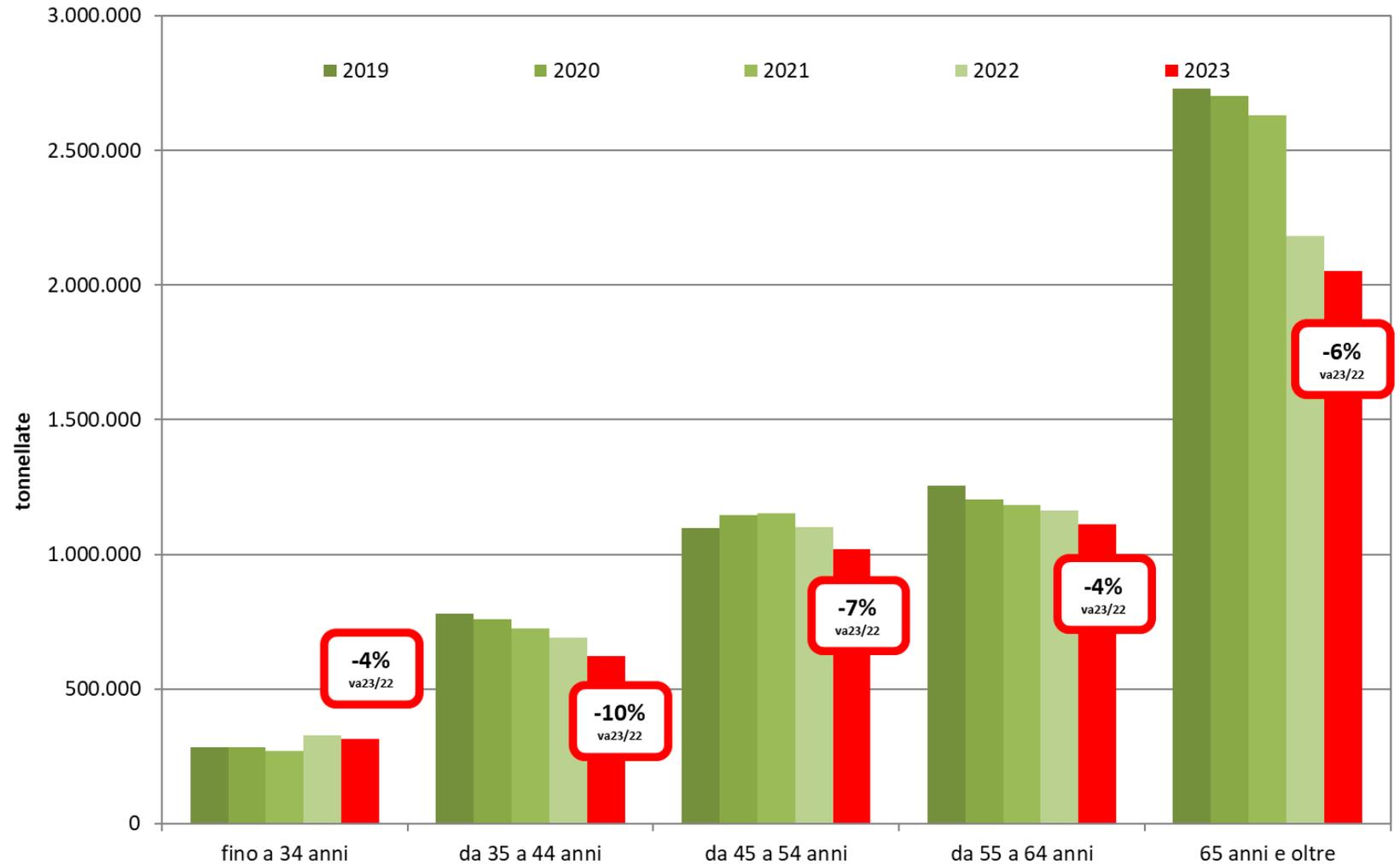
# andamento dei consumi domestici di ortofrutta per dimensione del nucleo familiare in volume

Il numero dei componenti la famiglia non è un fattore discriminante al calo



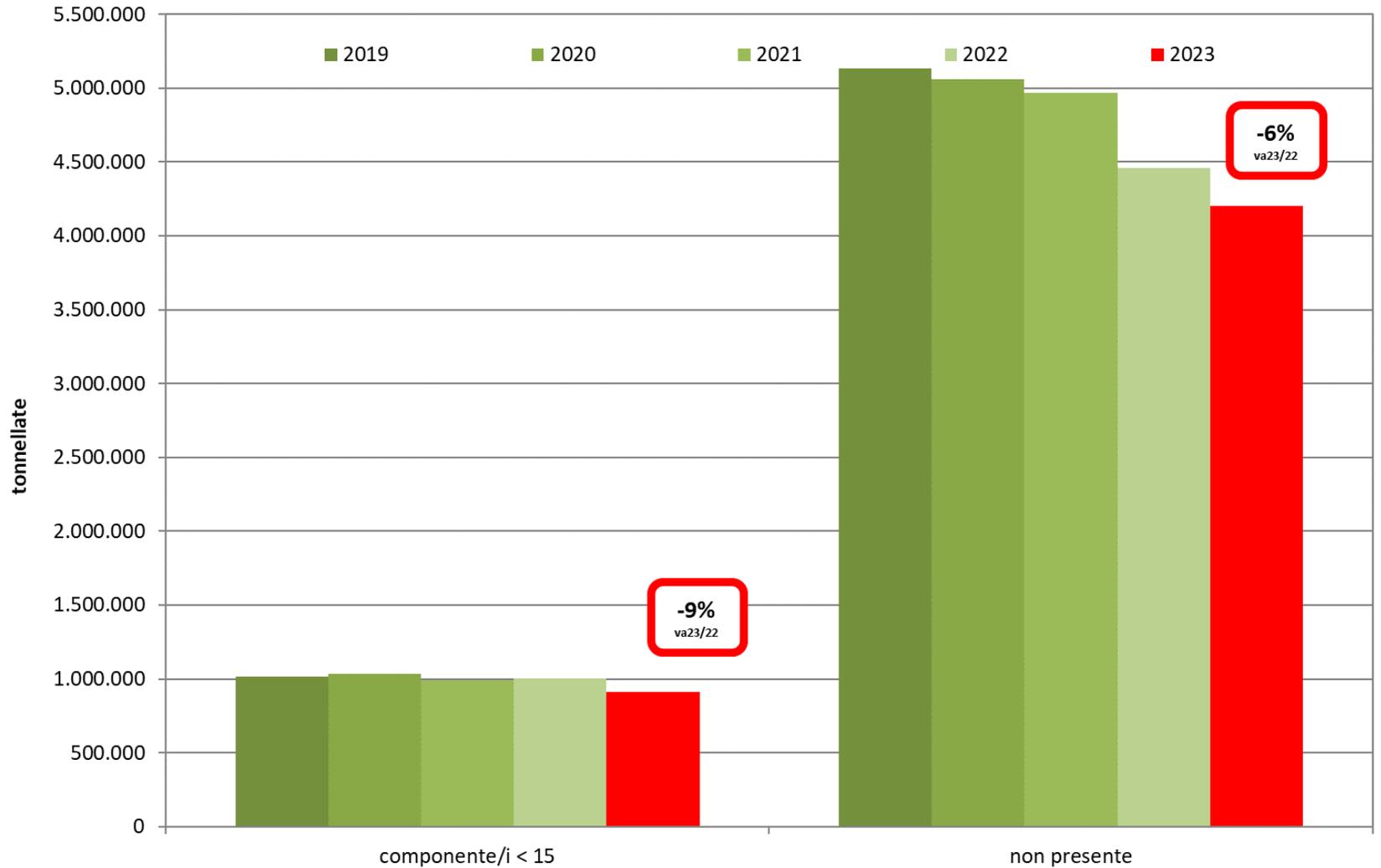
# andamento dei consumi domestici di ortofrutta per età del responsabile acquisti in volume

Nel 2023 scende il consumo e l'età del responsabile acquisti non sembra avere un peso, anche se il trend nei 5 anni sono diversi



# andamento dei consumi domestici di ortofrutta per presenza bambini/ragazzi (under 15 anni) in volume

Calo importante degli acquisti nel 2023 per le famiglie che vedono la presenza di bambini/ragazzi sotto i 15 anni di età, ma fino lo scorso anno questa categoria era stabile



## LE MOTIVAZIONI DEL CALO:

Per alcune specie ha inciso **l'offerta deficitaria**: una minor produzione si traduce in una minore presenza delle referenze sui banchi di vendita – meno referenze e periodo di commercializzazione più ristretto

In altre situazioni può aver influito **la qualità** che per un prodotto come l'ortofrutta non è sempre definibile a priori anche in presenza di buone tecniche produttive e di conservazione.

Poi ci sono prodotti **poco innovativi**, che non hanno saputo parlare al consumatore, che non si sono evoluti, per i quali il disinteresse è costante e progressivo da tanto tempo e contemporaneamente **un incremento verso i prodotti trasformati o derivati dal fresco**.

C'è infine chi pensa che le **nuove tendenze alimentari**, soprattutto quelle dei più giovani, limitino la presenza della frutta nella dieta, perché ritenuta ingrassante, meglio le proteine.



Il calo è avvenuto in concomitanza con un **aumento generalizzato del prezzo medio** al dettaglio sotto la spinta inflattiva.

Nella fattispecie l'incremento di prezzo a volte è giustificato da una carenza produttiva, a volte da una diversa composizione dell'offerta tesa a migliorarne la qualità, ma certamente tutto ciò ha riflessi importanti sulle abitudini di acquisto, soprattutto se si considera che **la spesa familiare complessiva è in netto aumento**.

Spesa media familiare  
mensile 2021 – **2.415 €**

Spesa media familiare  
mensile 2022 – **2.625 €**

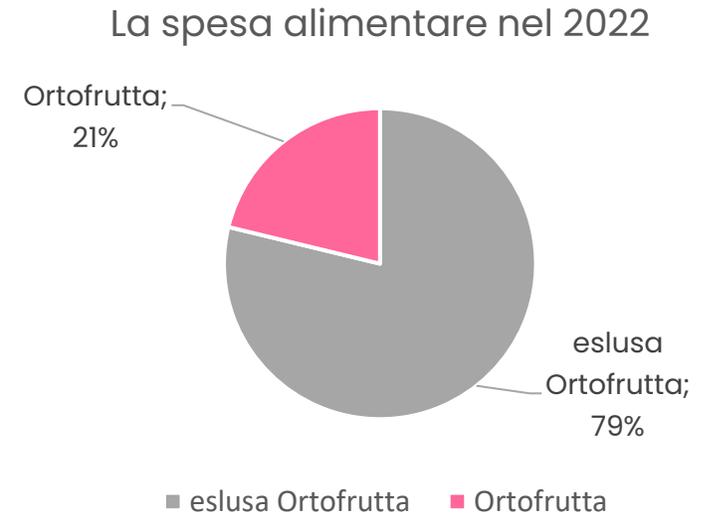
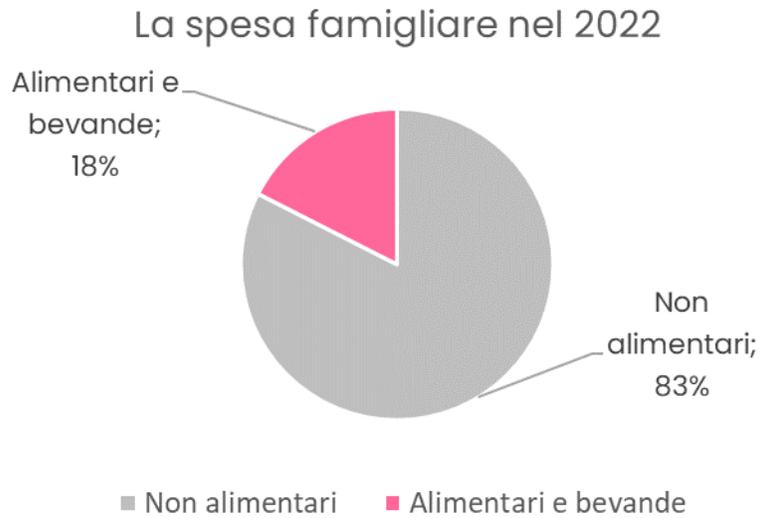


**+ 9%**

Nella stessa analisi si evidenzia come le famiglie abbiano posto in essere strategie di risparmio per far fronte al forte aumento dei prezzi che ha caratterizzato il 2022. In molti casi si è trattato anche di modificare le proprie scelte di acquisto, in particolare nel comparto alimentare.

Il **29,5%** delle famiglie intervistate nel 2022 dichiara, infatti, di aver provato a limitare, rispetto a un anno prima, la quantità e/o la qualità del cibo acquistato.





**Ortofrutta = 3,7% della spesa familiare**





Associazione  
Nazionale  
Le Donne  
dell'Ortofrutta

Con il patrocinio del



COMUNE DI FERRARA  
Città Patrimonio dell'Umanità

PRESENTANO

# *l'ortofrutta come prevenzione*

FERRARA-SALA ESTENSE  
28 MARZO / ORE 18:00>19:30

# grazie per l'attenzione

**Elisa Macchi**  
*CSO Italy*



**CSO  
ITALY**  
CENTRO SERVIZI  
ORTOFRUTTICOLI