



UNIVERSITÀ DI PARMA

ARCHIVIO DELLA RICERCA

University of Parma Research Repository

Consumi alimentari in tempi di recessione: il caso dell'Italia nel periodo 2001-2013

This is the peer reviewed version of the following article:

Original

Consumi alimentari in tempi di recessione: il caso dell'Italia nel periodo 2001-2013 / Zuppiroli, Marco. - In: PROGRESS IN NUTRITION. - ISSN 1129-8723. - 17:2(2015), pp. 137-145.

Availability:

This version is available at: 11381/2794981 since: 2015-08-20T17:35:12Z

Publisher:

Published

DOI:

Terms of use:

openAccess

Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available

Publisher copyright

(Article begins on next page)

PROGRESS IN NUTRITION

Journal of Nutrition and Internal Medicine

Indexed in Science Citation Index Expanded (SciSearch®); Journal Citation Reports/Science Edition; Excerpta Medica/Embase, ISI Web of Science
Impact Factor: 0,143

MATTIOLI 1885



PROGRESS IN NUTRITION

JOURNAL OF NUTRITIONAL AND INTERNAL MEDICINE

Organo Ufficiale della Società Italiana di Scienza dell'Alimentazione (S.I.S.A.)
Con il patrocinio dell'Associazione Ricercatori di Nutrizione e Alimenti (A.R.N.A.)

FONDATORE / FOUNDING EDITOR

Massimo Cocchi
Scottish Agricultural College, Edinburgh

PRESIDENTE / PRESIDENT

Andrea Strata
Università di Parma

DIRETTORE SCIENTIFICO / EDITOR

Leone Arsenio
Azienda Ospedaliera Universitaria di Parma

DIRETTORE RESPONSABILE /
JOURNAL DIRECTOR

Federico Cioni

COMITATO SCIENTIFICO / EXECUTIVE
EDITORS

F. Arfini
Università di Parma
D. Atkinson
Scottish Agricultural College, Edinburgh
G. Ballarini
Università di Parma
S. Bernasconi
Università di Parma
G. Bertoni
Università di Piacenza
S.E. Carlson
Kansas City University
F. Di Lisa
Università di Padova
G. Fatati
Università di Terni
N.G. Frega
Università di Ancona
C. Galli
Università di Milano
C. Giacomini
Università di Parma
G.M. Halpern
Hong Kong Polytechnic University

T. Leighton
Berkeley University
M.C. Mancini
Università di Parma
R. Marchelli
Università di Parma
P. Migliaccio
Università Sapienza di Roma
A.L. Mordenti
Università di Bologna
K. Mullis
Premio Nobel per la Chimica 1993
S.M. Nabavi
Baqiyatallah University of Medical Sciences, Tehran, Iran
F. Nicastro
Università di Bari
R.C. Noble
Scottish Agricultural College of Edinburgh
G. Riccardi
Università di Napoli
C.M. Rotella
Università di Firenze



PUBLISHER

Mattioli 1885 srl Casa Editrice
Strada di Lodesana, 649/sx, Loc. Vaio
43036 Fidenza (PR), Italy
Tel. ++39 0524 530383
Fax ++39 0524 82537
E-mail: edit@mattioli1885.com
www.progressinnutrition.it



Mattioli 1885

srl- Strada di Lodesana 649/sx
Loc. Vaio - 43036 Fidenza (Parma)
tel 0524/530383
fax 0524/82537
www.mattioli1885.com

DIREZIONE GENERALE

Direttore Generale
Paolo Cioni
Vice Presidente e Direttore Scientifico
Federico Cioni

DIREZIONE EDITORIALE

Editing Manager

Anna Scotti

Editing

Valeria Ceci

Foreign Rights

Nausicaa Cerioli

Segreteria

Manuela Piccinu

MARKETING E PUBBLICITÀ

Direttore Marketing

Luca Ranzato

Direttore Commerciale

Marco Spina

Responsabile Area ECM

Simone Agnello

Project Manager

Natalie Cerioli

Massimo Radaelli

Responsabile Distribuzione

Massimiliano Franzoni

PROGRESS IN NUTRITION

Registrazione Tribunale di Parma
N. 4 del 21/1/1999

Spedizione in abbonamento postale
Abbonamento annuale euro 57

I dati sono stati trattati elettronicamente e utilizzati dall'editore Mattioli 1885 spa per la spedizione della presente pubblicazione e di altro materiale medico scientifico. Ai sensi dell'Art. 13 L. 675/96 è possibile in qualsiasi momento e gratuitamente consultare, modificare e cancellare i dati o semplicemente opporsi all'utilizzo scrivendo a: Mattioli 1885 srl - Casa Editrice, Strada della Lodesana 249/sx, Loc. Vaio, 43036 Fidenza (PR)

La rivista Progress in Nutrition è recensita da: Science Citation Index Expanded (SciSearch®); Journal Citation Reports/Science Edition; Excerpta Medica/Embase, ISI Web of Science

Impact Factor (ultimo aggiornamento luglio 2015): 0,143

INDEX

Volume 17 / n. 2

June 2015

Review

- 79 *Giovanni Tomasello, Alida Abruzzo, Emanuele Sinagra, Provvidenza Damiani, Francesco Damiani, Giovanna Traina, Claudia Campanella, Francesca Rappa, Antonella Marino Gammazza, Marcello Noto, Vincenzo Davide Palumbo, Giuseppe Damiano, Attilio Ignazio Lo Monte*
Nutrition in IBD patient's. What are the prospects?
- 87 *Carmen Laurino, Beniamino Palmieri*
PUFAs n-3, PUFAs n-6 e steatosi non-alcolica: eziopatogenesi e trattamento terapeutico
- 106 *Marco Zuppiroli*
L'origine delle materie prime agroalimentari: importazioni e produzione interna in Italia
- 119 *Giuseppe Zicari,*
La gestione di pozzi e serbatoi della rete acquedottistica attraverso l'applicazione del metodo water safety plan ed il sistema HACCP

Original articles

- 128 *Mona El-Shafie, Hany Gaber Elmasry, Mohamed Farouk Elsadek, Ali Madi AlMajwal*
Curative effect of orally consumed *Aloe vera* L. juice on Ochratoxin A-induced nephrotoxicity in rats
- 137 *Marco Zuppiroli*
Consumi alimentari in tempi di recessione: il caso dell'Italia nel periodo 2001-2013
- 146 *Antonella Mosca, Maurizio Mennini, Loretta Antonetti, Alessandra Piedimonte, Raffaele Edo Papa, Andrea Vania*
L'attività fisica regolare tra i bambini obesi: uno strumento per prevenire la Sindrome Metabolica
- 151 *Giuseppe Zicari*
Lo stato di salute della risorsa idrica in piemonte e la sua gestione
- 165 *Anna Maria Facciolongo, Davide De Marzo, Marco Ragni, Antonia Lestingi, Francesco Toteda*
Use of alternative protein sources for finishing lambs. 2. Effects on chemical and physical characteristics and fatty acid composition of meat

Letter to editor

- 174 *Claudio Maioli, Fulvio Muzio, Mario Cozzolino*
La nutrizione nel paziente nefropatico: cosa "bolle" in pentola?

Consumi alimentari in tempi di recessione: il caso dell'Italia nel periodo 2001-2013

M. Zuppioli

Dipartimento di Economia – Università degli Studi di Parma

«FOOD CONSUMPTION DURING RECESSION: THE CASE OF ITALY IN THE PERIOD 2001-2013»

Summary. Italian families, affected by the recession, have reduced consumption not only in terms of expenditure, but also on the amount of goods and services purchased. The analysis shows that expenditure, in real terms, for food and beverages fell by -21 percent in 2007-2013; contraction in 2001-2007, always net of price dynamics, was found to -5 percent only. The food can reduce spending through its recomposition favoring merchandise less “rich” and processed within the different food categories. The affirmation of a style marked by purchasing savings depends not only upon the constraints dictated by the family budget, but also by ethical values that inspire respect for the environment and sustainability and that helped to increase the consumption of organic products in contrast to the food expenditure as a whole.

Key words: food consumption, expenditure in real terms, household budget, ethical values

Riassunto. Le famiglie italiane, condizionate dalla recessione, hanno ridotto i consumi non solo in termini di spesa, ma anche della quantità di merci e servizi acquistati. L'analisi della spesa deflazionata dimostra che, al netto della dinamica dei prezzi, la spesa per alimentari e bevande è calata del -21 per cento nel periodo 2007-2013; nel 2001-2007 la contrazione, sempre in termini “reali”, era risultata solo del -5 per cento. I generi alimentari consentono di ridurre la spesa attraverso una sua ricomposizione privilegiando denominazioni merceologiche meno “ricche” ed elaborate all'interno dei diversi gruppi di alimenti. L'affermazione di uno stile di acquisto improntato al risparmio non dipende solo dai vincoli dettati dal bilancio familiare, ma anche dai valori etici che ispirano al rispetto per l'ambiente e per la sostenibilità e che hanno contribuito ad aumentare i consumi di prodotti biologici in controtendenza rispetto alla spesa alimentare nel suo complesso.

Parole chiave: consumi alimentari, spesa deflazionata, bilancio familiare, valori etici

Introduzione

Il consumo ed il regime alimentare nelle società dei Paesi sviluppati si caratterizzano per fluttuazioni ridotte ed una sostanziale stabilizzazione. In queste condizioni tende a diminuire la sensibilità dei consumatori al prezzo di mercato e, viceversa, si accentua il ruolo delle situazioni soggettive che vengono comprese

nel coacervo delle “preferenze individuali”. Nel tempo si è così allargato il ventaglio delle variabili esplicative da prendere in esame per spiegare il consumo alimentare giungendo ad includere aspetti sociali ed anche culturali.

La recessione che sta penalizzando l'economia e la società italiana sembra avere rovesciato, almeno in parte, la gerarchia tra i fattori esplicativi del consumo

alimentare diminuendo la rilevanza dei fattori soggettivi e costringendo a rivalutare i fattori esplicativi tradizionali (reddito disponibile e sistema dei prezzi).

Il presente studio vuole quantificare la misura in cui sono calate sia le spese per consumi domestici che le quantità consumate di merci e servizi. Dopo avere considerato i livelli delle diverse categorie del consumo, una attenzione particolare verrà dedicata alla dinamica degli acquisti di prodotti alimentari che costituiscono il riferimento essenziale per il sistema agroalimentare del nostro Paese.

Il tema rischia una strumentalizzazione mediatica e commerciale se non viene affrontato partendo da dati effettuali e riferiti al complesso del Paese. La dimensione dei fenomeni che abbiamo vissuto, e che stiamo ancora affrontando, è tale che le informazioni aggregate fornite dal Sistema di Contabilità Nazionale sono sufficienti per evidenziare i cambiamenti intervenuti nelle decisioni di spesa delle famiglie italiane. In altri termini è utile delineare il quadro complessivo prima di procedere agli utili approfondimenti che sono possibili individuando segmenti di popolazione ed analizzandoli con tecniche più articolate.

Il lavoro è articolato nel modo seguente. Nel paragrafo 2 è descritta l'evoluzione recente, in Italia, dei consumi privati e pubblici mentre nel paragrafo 3 ne sono dettagliate le cause. Infine, nei paragrafi 4 e 5,

vengono discussi i risultati dell'analisi dei consumi alimentari deflazionati.

Il dato di fatto: la contrazione dei consumi delle famiglie

La principale fonte dei dati sui consumi è rappresentata dall'Indagine sui Consumi delle Famiglie (=ICF) che annualmente viene svolta dall'ISTAT su un campione di circa 25.000 famiglie italiane che vengono intervistate nell'arco di 12 mesi. Il campione preso in considerazione, come noto, è stratificato per poter fornire risultati rappresentativi a livello territoriale (per ripartizioni geografiche, es. il Nord-Ovest, o per regioni amministrative) con riferimento a famiglie che si differenziano per tipologia sociale e demografica o per la condizione professionale della persona di riferimento (in genere il capofamiglia).

Nella tabella 1 sono riportati i valori ed il peso percentuale dei gruppi che compongono la spesa per consumi domestici delle famiglie italiane.

Si può osservare che, a partire dal 2007, tutti i capitoli di spesa risultano in calo manifestando una dinamica più accentuata nel caso dei mobili e servizi per la casa e del gruppo denominato "altri non alimentari" che comprende, tra le altre, le spese per la telefonia, il

Tabella 1. Spesa media mensile per consumi domestici delle famiglie italiane.

	2001		2004		2007		2010		2013	
	€	in %	€	in %	€	in %	€	in %	€	in %
Alimentari e bevande	410,9	18,9	452,9	19,0	466,3	18,8	466,6	19,0	460,7	19,5
Pasti e consumazioni fuori casa	66,6	3,1	72,8	3,1	80,6	3,3	79,2	3,2	77,0	3,3
Abbigliamento e calzature	152,7	7,0	157,2	6,6	156,2	6,3	142,0	5,8	109,1	4,6
Abitazione	508,2	23,3	606,2	25,5	663,4	26,7	695,8	28,4	693,4	29,4
Combustibili ed energia	101,9	4,7	111,6	4,7	115,6	4,7	130,7	5,3	137,7	5,8
Mobili e servizi per la casa	149,7	6,9	150,2	6,3	142,1	5,7	131,8	5,4	109,0	4,6
Sanità	80,1	3,7	90,2	3,8	99,8	4,0	91,0	3,7	87,4	3,7
Trasporti	318,5	14,6	338,2	14,2	365,7	14,7	339,0	13,8	335,9	14,2
Istruzione	26,6	1,2	29,0	1,2	25,3	1,0	26,9	1,1	27,0	1,1
Altri non alimentari	363,3	16,7	372,8	15,7	365,1	14,7	350,4	14,3	321,7	13,6
Spesa media mensile	2.178,3	100,0	2.381,1	100,0	2.480,1	100,0	2.453,3	100,0	2.359,1	100,0

tempo libero, la cultura, il turismo e la cura personale. Le voci citate, che corrispondono a consumi non essenziali, sono state ridotte in misura molto maggiore rispetto ad altre, come l'abitazione, i combustibili, l'alimentazione ed i trasporti, che, per loro natura, sono meno comprimibili e, inoltre, scontano spesso anche dinamiche esogene, legate alla congiuntura internazionale delle materie prime.

Come conseguenza di queste dinamiche differenziate è progressivamente mutata la composizione percentuale della spesa domestica. Una quota consistente della spesa totale per il 2013, pari al 14,2 per cento, è quella per i trasporti, mentre le spese destinate all'abitazione, che comprendono l'affitto, l'acqua, il condominio, le spese di manutenzione e anche l'affitto imputato, sono pari a 693,4 euro al mese e rappresentano ben il 29,4 per cento della spesa familiare complessiva (erano il 23,3 per cento nel 2001). La spesa per combustibili ed energia non comprende i carburanti per autotrazione (inclusi nei trasporti), ma si riferisce esclusivamente alle spese per le utenze e per il riscaldamento dell'abitazione; se queste voci vengono sommate a quelle già imputate all'abitazione ne esce che il capitolo di spesa legato alla fruizione della casa è passato dal 28 per cento a ben oltre un terzo del totale (35,2 per cento). Le spese per l'alimentazione si sono mantenute pressoché costanti ed hanno manifestato la "rigidità" che deriva dalla loro corrispondenza ad un bisogno essenziale; nel periodo la spesa complessiva è diminuita ed il consumo domestico di beni alimentari ha leggermente accentuato la sua incidenza. Invece il valore della spesa per i pasti e le consumazioni fuori casa ha seguito l'evoluzione della spesa complessiva e, pertanto, ha mantenuto pressoché immutato il suo peso percentuale.

Le cause

La teoria economica considera che il consumo di una merce sia influenzato dal reddito disponibile per il nucleo familiare, dal suo prezzo e da quello dei sostituti possibili e, infine, anche dal sistema dei gusti e delle preferenze. Dalla Figura 1 si evince che il reddito nazionale, misurato con il prodotto interno lordo (=PIL), spiega bene la dinamica dei consumi descritta in prece-

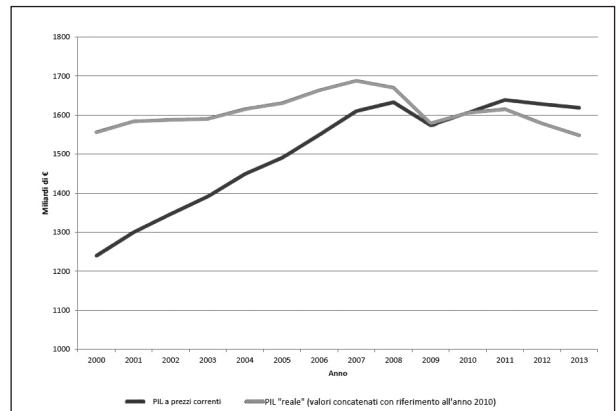


Figura 1. Dinamica del Prodotto Interno Lordo (Italia, 2000-2013).
Fonte: ISTAT

denza. Il PIL ha segnato, fino al 2007, un chiaro incremento sia che lo si valuti a prezzi correnti che a valori reali¹. Dal 2007 la situazione è mutata radicalmente: il reddito disponibile ha smesso di aumentare e, in alcuni anni, è diminuito anche in termini nominali.

L'andamento del PIL reale dimostra che, dal 2007 al 2013, la dinamica dei prezzi e la recessione economica hanno determinato una contrazione del potere d'acquisto che, puntualmente, ha inciso sulla spesa per consumi finali.

L'andamento del PIL non ha condizionato solo i consumi, ma ha sensibilmente modificato anche il livello del risparmio lordo delle famiglie (Tabella 2).

La riduzione del reddito disponibile ha penalizzato il risparmio sia in volume che in percentuale. I dati disponibili sul comportamento delle famiglie consumatrici sembrano dimostrare che il risparmio viene ridotto per ultimo e aumentato per primo, appena le condizioni economiche migliorano. L'unica nota positiva scaturisce proprio dal comportamento più recente del risparmio. Infatti, nel 2013, dopo alcuni anni di caduta, il rapporto tra risparmio lordo delle famiglie ed il

¹ Il PIL espresso nel suo valore reale è calcolato dall'ISTAT con la metodologia del concatenamento che modifica, anno dopo anno, la base per il computo del valore reale. L'ISTAT, in particolare, utilizza, per ogni anno della serie storica, i prezzi dell'anno precedente. I tassi di variazione percentuale annua così ottenibili sono poi utilizzati per ricostruire, rispetto ad un anno di riferimento, la serie storica dei valori reali da confrontare con quella dei valori nominali. Il risultato del concatenamento è una serie di valori reali che è diversa da quella ottenibile con il procedimento "a base fissa" che impiega solo i prezzi dell'anno scelto come riferimento.

Tabella 2. Propensione al risparmio delle famiglie consumatrici (Italia).

	2001		2004		2007		2010		2013	
	Miliardi €	in %	Miliardi €	in %	Miliardi €	in %	Miliardi €	in %	Miliardi €	in %
Risparmio lordo	104,6	12,0	125,0	12,8	121,6	11,4	90,8	8,6	99,6	9,3
Reddito lordo disponibile	873,6	100,0	974,3	100,0	1.067,3	100,0	1.058,7	100,0	1.067,9	100,0

Fonte: ISTAT

Tabella 3. Spesa per consumi finali delle Amministrazioni Pubbliche (Italia).

	2001		2004		2007		2010		2011	
	Miliardi €	in %	Miliardi €	in %	Miliardi €	in %	Miliardi €	in %	Miliardi €	in %
Difesa	14,1	6,0	18,1	6,6	20,3	6,7	23,0	7,0	23,5	7,3
Sanità	75,1	31,8	90,2	32,8	101,6	33,5	112,3	34,3	111,3	34,5
Istruzione	52,1	22,1	55,4	20,2	62,2	20,5	61,7	18,9	59,3	18,4
Ordine pubblico e sicurezza	23,1	9,8	26,7	9,7	28,1	9,3	30,8	9,4	31,4	9,8
Protezione sociale	10,6	4,5	11,8	4,3	13,2	4,3	15,2	4,7	14,8	4,6
Altre funzioni	61,1	25,9	72,8	26,5	78,0	25,7	84,0	25,7	81,7	25,4
Spesa complessiva	236,1	100,0	275,1	100,0	303,3	100,0	327,0	100,0	322,1	100,0

Fonte: ISTAT

loro reddito disponibile (la “propensione al risparmio”) è risalito raggiungendo la soglia del 9,3 per cento.

Prima di restringere l’attenzione al parallelismo tra l’evoluzione delle spese familiari e quella del reddito e dei prezzi, va verificato se sono avvenuti dei cambiamenti nel contesto più generale dei consumi finali e della spesa pubblica in particolare. Le spese familiari riportate nella Tabella 1 si riferiscono ai consumi privati e, pertanto, rappresentano solo una parte dei consumi complessivi di merci e servizi. Come noto all’interno di questi ultimi vanno considerati anche i consumi pubblici che riguardano aspetti molto importanti per il benessere sociale quali l’istruzione e la sanità pubblica, la difesa e le infrastrutture (Tabella 3). L’andamento dei consumi privati non può essere disgiunto dai consumi pubblici perché tra le due categorie esistono rapporti di complementarità e, per alcune categorie, di sostituibilità (sanità, istruzione, protezione sociale). Se nel periodo osservato fosse intervenuta una decurtazione rilevante della spesa pubblica, questo fatto, trasmettendo ai cittadini la sensazione di un impoverimento, li avrebbe indotti a modificare la scheda dei loro consumi privati oltre la misura imputabile alle determinanti di-

rette del consumo (la già descritta riduzione del PIL e le variazioni dei prezzi).

La Tabella 3 riporta la dimensione dei consumi pubblici in Italia² e dimostra che raggiungono un terzo del valore dei consumi privati. Alcune categorie di servizi, ad esempio la difesa, sono funzioni esclusive dello Stato, in altri casi, come già osservato, il privato partecipa e si fa carico direttamente di una parte del costo del servizio. Ad esempio la spesa privata annuale per la sanità e l’istruzione è stimata, per il 2011, intorno a 33 ed a 10 miliardi di euro; questi importi, considerato che la corrispondente spesa pubblica raggiunge i 111 ed i 59 miliardi, costituiscono solo il 23 ed 14 per cento della spesa totale destinata a questi servizi. Se la presenza pubblica per queste funzioni fosse diminuita, avrebbe dovuto aumentare la partecipazione diretta delle famiglie e sarebbe logico attendersi conseguenze anche sul livello della loro spesa per i consumi privati “tradizionali”. Con tutta probabilità le famiglie avrebbero dovuto comprimere alcuni consumi per surrogare

² Le informazioni disponibili sulla composizione della spesa pubblica per destinazioni finali non coprono tutto il periodo fino al 2013, ma si interrompono al 2011.

i servizi sanitari e di istruzione divenuti meno soddisfacenti.

Osservando la Tabella 3 si evince che, nel periodo 2001-2011, la spesa delle Amministrazioni pubbliche non accenna flessioni, ma ha registrato un sostanziale aumento. Solo nel biennio 2010-2011 ha segnato una leggera diminuzione, ma è poco significativa e insufficiente per tracciare una inversione di tendenza. Pertanto, nel periodo considerato, l'evoluzione della spesa pubblica non è stata tale da costringere le famiglie ad un ripensamento sul livello e la composizione dei loro consumi domestici. Se ne può concludere che il cambiamento intervenuto nel paniere dei consumi, se non è stato influenzato da un cambiamento negli orientamenti della finanza pubblica, dovrà essere stato condizionato dalle determinanti proprie dei consumi privati. È la recessione economica che, modificando la dinamica del reddito (ed anche dei prezzi), ha penalizzato in modo selettivo le diverse categorie di consumo.

La metodologia applicata: il deflazionamento della spesa per i consumi alimentari

Le considerazioni generali sin qui esposte rappresentano un contesto adeguato per analizzare in dettaglio i consumi privati di prodotti alimentari e per valutare, in particolare, eventuali specificità e tendenze degli aggregati che compongono una voce di spesa che rappresenta poco meno di un quinto della spesa familiare complessiva.

La metodologia applicata non si è limitata a considerare solo la dinamica in termini nominali dei consumi per i principali gruppi di prodotti, ma ha previsto anche di deflazionarne gli importi per misurare le variazioni, in termini reali, delle grandezze. Come noto il deflazionamento consiste in un procedimento di statistica economica con cui una serie di valori espressi in valuta corrente viene depurata dagli effetti dell'evoluzione dei prezzi corrispondenti. Le grandezze nominali, in questo caso i diversi capitoli della spesa familiare, vengono convertite in grandezze reali che misurano, in termini di quantità, le variazioni intervenute nel consumo privato.

Se si vuole eliminare il concorso delle variazioni dei prezzi è necessario un indice che le misuri. L'ISTAT elabora un indice dei prezzi al consumo, il

NIC³, seguendo lo standard internazionale COICOP (Classification Of Individual CONsumption by Purpose) messo a punto dall'ONU. Questo standard prevede una articolazione della spesa totale in capitoli misurando con un indice di prezzo specifico l'evoluzione dei prezzi per ogni categoria.

Risultati e discussione

Il periodo di osservazione dei consumi alimentari è stato suddiviso in due sottoperiodi (2001-2007 e 2007-2013) assumendo, implicitamente, che l'anno 2008 sia stato il primo anno in cui si è cominciato a risentire della crisi.

Dalla Tabella 4, che riporta i principali risultati ottenuti, emerge con chiarezza che l'aumento dei prezzi registrato nel primo sottoperiodo aveva annullato l'espansione della spesa familiare che poteva apparire dai valori nominali.

In termini reali, già tra il 2001 ed il 2007, si era verificata una contrazione della domanda privata (-1,4 per cento). Nel secondo sottoperiodo, per effetto della recessione, la spesa si è contratta in termini nominali (-4,9 per cento) e l'inflazione, accentuandosi (+23,4 per cento), ha tagliato i consumi reali di oltre il -20 per cento. Per alcune categorie di merci e servizi, la contrazione ha raggiunto il -30 per cento e, in alcuni casi, anche questa soglia è stata superata.

Si ha l'impressione che la contrazione dei consumi reali, già in atto nel primo sottoperiodo, si fosse concentrata, almeno all'inizio, sui consumi comprimibili con maggiore facilità interessando i mobili, i servizi alberghieri, il tempo libero, i tabacchi. Nel capitolo della spesa alimentare solo i generi di drogheria e la categoria dello zucchero, confetture e simili avevano subito una riduzione significativa.

Dal 2007 in avanti l'azione combinata della recessione e dell'inflazione è risultata non più contenibile e si è verificata una riduzione generalizzata a tutti i capitoli di spesa.

I risultati ottenuti premiano il procedimento di misura adottato, e in particolare, il deflazionamen-

³ La sigla NIC indica l'Indice dei prezzi al Consumo per l'intera collettività nazionale.

Tabella 4. Variazione percentuale della spesa per consumi privati e delle sue componenti (Italia)

	2001-07	2007-13	2001-07	2007-13	2001-07	2007-13
Pane e cereali	15,3	-3,6	12,2	28,6	2,7	-25,0
Carne	12,5	1,3	12,5	1,3	-1,2	-15,4
Pesce	17,3	-2,0	19,9	30,4	-2,2	-24,9
Latte, formaggi e uova	10,9	-2,3	10,7	30,7	0,2	-25,2
Oli e grassi	11,4	-11,6	25,5	8,3	-11,2	-18,3
Patate e ortaggi	16,8	1,9	18,1	21,5	-1,2	-18,5
Frutta	14,2	-0,9	14,6	26,0	-21,0	-19,3
Zucchero, confetture, miele, cioccolato e gelati	12,9	0,5	12,0	28,2	-35,4	-19,2
Drogheria (caffè, tè, cacao)	4,5	3,6	7,2	65,5	-46,3	-45,2
Vino	16,6	-8,0	14,2	26,9	2,1	-27,5
Acque minerali	7,7	-13,1	6,8	8,1	0,8	-19,6
TOTALE ALIMENTARI E BEVANDE	13,5	-1,2	14,3	24,3	-5,2	-20,8
Tabacchi	14,9	-4,9	46,2	45,4	-21,4	-34,6
Abbigliamento e calzature	2,3	-30,1	13,0	15,9	-9,5	-39,7
Abitazione	30,5	4,5	15,8	19,8	12,0	-14,6
Combustibili ed energia	13,4	19,1	21,6	66,8	-6,7	-28,6
Mobili, elettrodomestici e servizi per la casa	-5,0	-23,3	12,2	17,7	-15,4	-34,8
Sanità	24,6	-12,4	1,8	3,0	22,5	-15,0
Trasporti	14,8	-8,1	18,6	47,3	-3,2	-37,6
Comunicazioni	10,0	-12,4	-23,5	-16,0	43,7	4,2
Istruzione	-4,6	6,7	17,7	23,1	-18,9	-13,4
Tempo libero, cultura e giochi	-2,3	-13,6	9,6	4,2	-10,9	-17,1
Alberghi, pensioni e viaggi organizzati	-6,5	-5,9	19,7	2,9	-21,9	-8,6
Pasti e consumazioni fuori casa	21,1	-4,5	20,6	22,1	0,4	-21,8
Altri beni e servizi	0,8	-14,0	18,7	27,0	-15,1	-32,2
SPESA MEDIA MENSILE	13,9	-4,9	14,1	23,4	-1,4	-23,1

Fonte: Nostre elaborazioni su dati ISTAT

to, perché dimostrano il ruolo che giocano i prezzi e non solo il reddito. Il ruolo esercitato dall'aumento dei prezzi è stato spesso trascurato dai commentatori, in genere più propensi a sottolineare l'influenza della recessione. È significativo che nel caso delle comunicazioni, laddove i prezzi si sono ridotti in conseguenza di una maggiore concorrenza tra i gestori telefonici, la spesa reale sia aumentata anche nell'ultimo sottoperiodo. Un commento analogo può essere esteso anche alla

categoria delle carni che, in corrispondenza di un aumento dei prezzi considerevolmente inferiore alle altre merci alimentari, subisce una contrazione del consumo reale molto inferiore a quella degli altri prodotti di origine animale (come pesce e derivati del latte).

In generale i capitoli della spesa non alimentare non offrono molte opportunità di ricomposizione della spesa perché la gamma dei prodotti offerta è contenuta, gli acquisti sono meno frequenti e, in generale, esiste

meno concorrenza tra i venditori. La spesa alimentare, invece, consente maggiori opportunità di risparmio perché, oltre ad una maggiore frequenza di acquisto, la gamma dei prodotti alimentari è particolarmente ampia e tutto questo si traduce in una maggiore concorrenza. Nello specifico è possibile modificare la composizione del consumo alimentare attraverso la *sostituzione* di prodotti “ricchi” e/o elaborati con prodotti “inferiori” e/o grezzi che appartengono allo stesso gruppo di alimenti oppure si può ricorrere all'*avvicinamento* tra gruppi di alimenti diversi (ad esempio contrazione dei prodotti lattiero-caseari o degli oli e grassi a vantaggio delle carni). Mentre questo secondo tipo di cambiamenti è limitato dal fatto che i diversi gruppi di alimenti hanno ruoli diversi all'interno della dieta, la sostituzione tra alimenti dello stesso gruppo (es. tra frutti o tra ortaggi) è più praticabile sotto il profilo dietetico ed è resa possibile dalla maggiore gamma che caratterizza i prodotti agroalimentari.

Per ottenere una risposta sul segno e sull'intensità di questi aggiustamenti è necessario aumentare il dettaglio dell'analisi prendendo in considerazione cosa è accaduto ai generi alimentari che sono compresi nei capitoli di spesa riportati nella Tabella 4. In questo modo è stato possibile constatare che, all'interno del gruppo “Pane e cereali”, il consumo di pane e di pasta, nell'ultimo sottoperiodo, è diminuito in termini reali, del -26 per cento, mentre quello dei dolci e dei prodotti della pasticceria, è calato del -37 per cento. Nel comparto delle carni la contrazione media del -15 per cento è frutto di dinamiche molto differenziate: mentre la quantità consumata di carne bovina è diminuita del -25 per cento, la carne suina ed i salumi sono calati molto meno (-9 per cento e -15 per cento, rispettivamente) e per il pollame il consumo si è mantenuto inalterato. Allo stesso modo le uova si sono dimostrate una alternativa ai formaggi (la quantità consumata di uova si è ridotta del -19 per cento, ben dieci punti percentuali in meno rispetto a quanto accaduto ai formaggi).

Questi comportamenti alimentari hanno contribuito a contenere parte delle conseguenze sociali ed economiche indotte dalla crisi e corrispondono ad esigenze avvertite trasversalmente da tutti gli strati della popolazione italiana. Le famiglie, anche quando non sono spinte dall'urgenza di far quadrare il bilancio a

fine mese, sembrano comunque ispirate da un atteggiamento di maggiore cautela che induce l'eliminazione degli sprechi e la ricerca degli sconti e delle promozioni offerte dai distributori. La ricerca del risparmio ha accentuato anche il cambiamento dei punti vendita in cui realizzare gli acquisti e, in particolare, continua a ridursi l'incidenza dei negozi e dei mercati tradizionali.

L'orientamento alla convenienza rappresenta, come detto, l'elemento che sembra influire maggiormente sui comportamenti di acquisto delle famiglie italiane. Come ha rilevato l'indagine CIA-CENSIS (1), questa esigenza di risparmio si somma all'affermarsi di nuovi valori come la “morigeratezza” dei comportamenti di acquisto ed il contenimento degli sprechi e degli eccessi che caratterizzano il consumo dei generi non alimentari.

Tuttavia, a fianco dei valori etici e del risparmio, nelle scelte di consumo alimentare non risulta che si sia voluto rinunciare a valori, come qualità ed eccellenza, che si traducono nell'acquisto dei prodotti dell'agricoltura biologica e del *made in Italy* autentico, legato al territorio ed alla tradizione enogastronomica. La domanda per i prodotti alimentari biologici e per quelli di produzione certificata (DOP ed IGP) è cresciuta (Tabella 5) e queste merci, che un tempo costituivano delle nicchie all'interno del mercato, oggi detengono quote più ampie sia in Italia che all'estero. Nonostante le difficoltà economiche delle famiglie sono soprattutto gli acquisti domestici di prodotti biologici che continuano a crescere mostrando una dinamica in netta controtendenza rispetto alla spesa alimentare nel suo complesso (2).

L'acquirente dei prodotti biologici è sensibile ai temi della sostenibilità ambientale e del “consumo etico” che lo rendono disponibile a pagare di più per il cibo pur di acquistare merci di maggior valore intrinseco. Questa disponibilità, tuttavia, dipende dal livello di benessere e di istruzione della famiglia che sono condizioni essenziali per rendere possibile l'acquisto di merci che hanno un prezzo unitario superiore al prodotto convenzionale corrispondente. Il consumo di prodotti biologici è un fenomeno localizzato prevalentemente nel Nord Italia (70% del totale); nel Mezzogiorno, caratterizzato da famiglie meno abbienti, la barriera di prezzo del biologico è ancora rilevante e contribuisce a limitarne i consumi in questa parte del Paese.

Tabella 5. Variazioni annuali del consumo di indicazioni geografiche e prodotti alimentari biologici (Italia).

Anno	Consumo di prodotti biologici confezionati sul mercato nazionale		Consumo di vini DOP e IGP sul mercato nazionale		Consumo di altri prodotti DOP e IGP sul mercato nazionale	
	Milioni €	var. %	Milioni €	var. %	Milioni €	var. %
2001						
2002						
2003		0,2				
2004		-4,1		3,0	6.420,2	
2005		1,2		3,5	6.821,1	6,2
2006		9,2		10,5	6.940,1	1,7
2007		8,5		3,0	7.358,7	6,0
2008		5,2		5,0	7.728,5	5,0
2009		6,7		-11,0	7.533,6	-2,5
2010		11,7		-2,2	8.186,0	8,7
2011	3.100,0	9,2		4,0	8.565,0	4,6
2012		6,1			8.995,0	5,0
2013		8,8	1.128,0		8.858,0	-1,5

Fonte: ISMEA, Panel Famiglie - dati Nielsen fino al 2010, dati GfK Eurisko dal 2011 e Rapporto ISMEA Qualivita 2013 sulle produzioni Dop Igp e Stg.

Sul fronte della domanda nazionale di prodotti Dop e Igp, i ricorrenti report dell'ISMEA (3) (4) segnalano che la crisi economica ha inciso sull'acquisto dei prodotti a denominazione più di quanto non si sia verificato per il biologico. Il mercato dei marchi legati al territorio, essendo quasi il triplo di quello legato al biologico, interessa, in una congiuntura economica normale, un maggior numero di strati di consumatori. La recessione ha evidentemente colpito alcuni di questi segmenti e questo ha rallentato la crescita della domanda interna più di quanto non sia accaduto al biologico che, probabilmente, gode di consumatori più abbienti e motivati (5). L'ISMEA peraltro ha segnalato che nel periodo osservato il biologico ha registrato una inflazione inferiore al convenzionale: questa dinamica ha ridotto il differenziale di prezzo contribuendo a rendere il biologico comparativamente più accessibile (4).

Un aspetto essenziale del profilo degli acquirenti italiani di prodotti alimentari di qualità è che, nel nostro Paese, la conoscenza dei marchi di qualità biologica è as-

sociata a quella degli altri marchi di qualità quali le indicazioni geografiche (DOP e IGP) ed i loghi che identificano i principi etici e solidali. Negli altri Paesi dell'UE questa associazione manca e viene meno la sinergia tra le due tipologie di marchio. La conoscenza dei marchi biologici è, talvolta, più diffusa, mentre è nettamente inferiore quella delle indicazioni geografiche (indagine Eurobarometer, luglio 2012 citata da (2)). Nel nostro Paese esiste comunque una quota del 35% di consumatori che non conosce nessun marchio di qualità (a livello UE-27 la percentuale sale al 37%). Si tratta di una quota elevata, che dimostra che esistono margini per aumentare la domanda dei marchi legati all'origine o al rispetto dell'ambiente e per accrescere la distintività della nostra produzione agroalimentare.

Considerazioni conclusive

L'Italia sta vivendo una fase di recessione economica che ha provocato una contrazione significativa dei consumi interni. Solo il fatto che la domanda estera abbia continuato a chiedere merci e servizi ha contenuto le conseguenze della crisi contribuendo a limitare la diminuzione del PIL e, di fatto, anche quella degli stessi consumi.

I fenomeni descritti sono stati così rilevanti che anche dai dati aggregati offerti dal Sistema di Contabilità Nazionale è possibile ricavare indicazioni chiare sugli orientamenti assunti dai consumatori. Nel periodo 2001-2013 i consumi privati nazionali hanno registrato prima un aumento (dal 2001 al 2007) cui è seguita una flessione (dal 2007 al 2013) che ha riportato la spesa media mensile delle famiglie ai livelli del 2003. Nell'ultimo sottoperiodo si è così riscontrato che le famiglie italiane hanno diminuito il budget destinato alla spesa alimentare. I tagli non hanno riguardato solo merci voluttuarie e spese superflue, ma hanno interessato anche le voci di spesa principali.

L'analisi della spesa deflazionata ha dimostrato che i cambiamenti che si sono verificati in conseguenza della recessione sono stati molto più significativi di quanto non appare dagli andamenti espressi ai prezzi correnti. Infatti, al netto della dinamica dei prezzi, la spesa per alimentari e bevande è calata del -21 per cento nel periodo 2007-2013; nel 2001-2007 la contrazione, sempre in termini "reali", era risultata del -5 per cento.

Tra le cause di questa situazione quella cui viene di solito assegnato il maggiore rilievo è la flessione del PIL, ma l'analisi svolta ha potuto dimostrare che non è stata inferiore l'influenza esercitata dal rialzo dei prezzi che, nel sottoperiodo segnato dalla recessione, è stato molto superiore all'inflazione registrata in precedenza (+24 per cento contro il +14 per cento, rispettivamente).

Nel caso dei prodotti alimentari la gamma dei prodotti offerti è molto ampia e le occasioni di acquisto sono ripetute. Queste condizioni hanno consentito e consentono una ricomposizione continua della spesa familiare attraverso aggiustamenti frequenti delle scelte di consumo per adeguarsi alle variazioni dei prezzi e del reddito disponibile.

La ricomposizione della scheda del consumo alimentare viene attuata con spostamenti tra le categorie dei prodotti e, soprattutto, spostamenti all'interno delle categorie. Mentre gli spostamenti del primo tipo trovano un limite nella specificità nutrizionale di ogni categoria di alimenti, gli spostamenti del secondo sono quelli che sono stati ampiamente utilizzati dalle famiglie per contenere la spesa scegliendo tagli e qualità di minor pregio. Sintomatica, a questo proposito, la contrazione del consumo reale di carne bovina che è molto maggiore di quella per la carne suina e per il pollame.

In una economia sviluppata, quando i fondamentali (reddito e prezzi) evolvono in condizioni di normalità, è comprensibile che le variazioni dei consumi alimentari (e non) siano condizionate dalle preferenze individuali dei consumatori. L'esperienza della recessione sembra dimostrare che, quando i fondamentali dell'economia si alterano, è allora che torna in evidenza il loro ruolo di generatori primari delle scelte di consumo.

Nonostante l'evidenza di questa prima conclusione, bisogna tuttavia sottolineare che il modello alimentare⁴

preesistente non è stato azzerato, ma, almeno in parte, sta sopravvivendo alla recessione. Infatti il consumo dei prodotti alimentari caratterizzati da un marchio di qualità (biologico, DOP, IGP) si è mosso in controtendenza. La domanda interna di questi prodotti ha evidenziato variazioni di segno positivo anche per alimenti che, nelle loro varianti convenzionali, hanno registrato un affanno. Quindi la propensione delle famiglie per i prodotti biologici è meno correlata alle difficoltà economiche ed al calo generalizzato dei consumi e risponde a dinamiche sue peculiari, che la distinguono anche da quella per i prodotti con un marchio di qualità legato al territorio (DOP e IGP).

Bibliografia

1. CIA-CENSIS, (2014). I consumi alimentari in Italia. Dossier CIA-CENSIS, Roma.
2. ISMEA-SINAB, (varie annate) Bio in cifre, Roma.
3. ISMEA-Qualivita, (2014). Rapporto 2013 sulle produzioni Dop Igp e Stg, Roma.
4. ISMEA, (2010). L'indagine ISMEA sui prodotti Dop e Igp: produzioni, fatturato, consumi, export, Roma.
5. Del Bravo F., (2014). L'offerta e la domanda di prodotti biologici in Italia, ISMEA, Roma.
6. Malassis L. e Padilla M., (1986). Economie agro-alimentaire III. L'economie mondiale, Cujas, Paris.

Correspondence:
Prof. Marco Zuppiroli
Dipartimento di Economia
Università degli Studi di Parma
Via Kennedy, 6
43125 Parma
Tel. 0521-032468
Fax 0521-032498
E-mail: marco.zuppiroli@unipr.it

⁴ Per la nozione di modello alimentare si rimanda ai contributi della scuola agroalimentare francese (6).