

# Ripresa dei consumi ortofrutticoli nel primo trimestre 2025



I consumi domestici di ortofrutta fresca mostrano segnali positivi nel primo trimestre 2025. I volumi acquistati dalle famiglie crescono del 2% rispetto al primo trimestre 2024, attestandosi a circa 1,29 milioni di tonnellate. Ancor più marcata la crescita del valore generato dagli acquisti, che raggiunge 3,15 miliardi di euro con un incremento del 5%, sostenuto da un aumento del prezzo medio del 3% rispetto

allo scorso anno. Frutta e verdura confezionata e biologica continuano a guadagnare terreno nelle preferenze d'acquisto.

Sono gli indicatori essenziali segnalati dell'Ufficio Statistica e Osservatorio di Mercato di CSO Italy su fonte YouGov.

Dopo un 2024 caratterizzato da una sostanziale stabilità, i primi tre mesi dell'anno in corso evidenziano dunque una inversione di tendenza. La frutta segna un +1% a volume e un +6% a valore, mentre gli ortaggi mostrano una dinamica ancora più vivace con +4% di volumi e +5% in termini di spesa.

“Questo avvio d'anno è certamente più confortante rispetto a quanto avvenuto nei precedenti tre anni, anche se i segnali di ripresa sono ancora timidi”, commenta Elisa Macchi, direttrice di CSO Italy. “L'aumento della spesa è legato anche a una maggiore incidenza di prodotti a valore aggiunto, come il confezionato e il biologico. Proprio il segmento biologico ha infatti registrato nel trimestre una crescita del +12% a volume raggiungendo così il 10% del mercato complessivo dell'ortofrutta. Anche il confezionato continua a guadagnare terreno: rappresenta ormai il 43% del totale acquistato, con un aumento del 6% rispetto al primo trimestre 2024”.

Il canale della gdo si conferma il principale punto di riferimento per l'acquisto di ortofrutta, rappresentando l'82% dei volumi, con supermercati e discount che rafforzano la loro leadership. In calo, invece, le superfici tradizionali, in particolare i mercati ambulanti, che faticano a contrastare il cambiamento degli stili di acquisto e consumo.

A livello territoriale, CSO Italy osserva una maggiore dinamicità nelle macro aree del Centro e Sud Italia, mentre nel Nord Ovest ed Est si registrano ancora contrazioni, sia nei volumi acquistati sia nella spesa media per famiglia.

“Nel primo trimestre – evidenza da parte sua Daria Lodi, analista dell'Ufficio Statistica e Osservatorio di Mercato – il consumo medio per famiglia si è attestato su 49 kg di ortofrutta, stabile rispetto all'anno precedente ma ancora inferiore al periodo pre-pandemico. La spesa media, invece, ha raggiunto i 120 euro, con un incremento del 3%. È un dato che bilancia lo scontro fra i volumi e l'aumento dei prezzi: si acquista meno, ma si spende di più”.