

La spesa alimentare delle famiglie – Anno 2024

a cura dell'Ufficio Studi della Fondazione Metes – 13 ottobre 2025¹

Nel 2024 la spesa media mensile totale delle famiglie residenti in Italia è pari a 2.755 euro in valori correnti e rimane sostanzialmente invariata rispetto ai 2.738 euro registrati nel 2023 (+0,6%). La spesa media mensile delle famiglie appare significativamente superiore al livello pre-Covid, considerando che nel

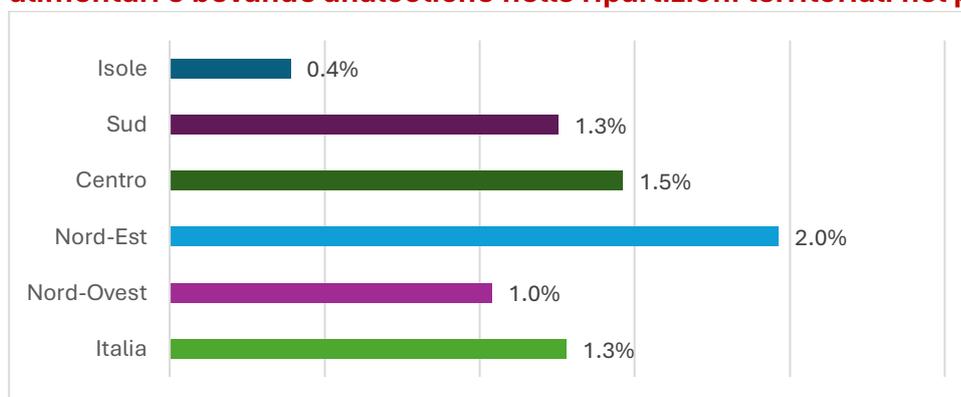
2019 era stata pari a 2.561 euro. Tra il 2019 e il 2024 la spesa per consumi delle famiglie è, quindi, aumentata del 7,6% a fronte di un'inflazione, misurata sullo stesso arco temporale dall'Indice armonizzato dei prezzi al consumo (IPCA), del 18,5%.

Spesa media mensile delle famiglie per Prodotti alimentari e bevande analcoliche

Il valore della spesa media mensile delle famiglie per l'acquisto di Prodotti alimentari e bevande analcoliche che nel 2024 è pari a 532,85 euro cresce leggermente (+1,3%) rispetto al 2023, nonostante il marcato aumento dell'indice IPCA che per questa categoria di prodotti è stato del +2,5% su base annua. In termini di peso nel 2024 i Prodotti alimentari e bevande analcoliche incidono per il 19,3% sul totale della spesa delle famiglie italiane. Questo peso è rimasto sostanzialmente stabile rispetto al 2023 (+0,1%). I livelli di spesa per l'acquisto di Prodotti alimentari e bevande analcoliche più elevati, superiori alla media nazionale, si registrano nel Sud (557,77 euro), nelle Isole (544,36 euro) e nel Centro (535,62 euro), mentre sono più bassi e inferiori alla media nazionale nel Nord-Est (528,20 euro) e nel Nord-Ovest (510,53 euro). Nel 2024, le

famiglie del Sud spendono in media 43 euro in più rispetto al Nord-Ovest (il 9,3% in più) e 30 euro in più rispetto al Nord-Est (il 5,6% in più) per l'acquisto di Prodotti alimentari e bevande analcoliche. Dall'analisi territoriale dei trend (Figura 1) emerge che il maggiore incremento si registra nel Nord-Est dove il valore della spesa media mensile delle famiglie per l'acquisto di Prodotti alimentari e bevande analcoliche aumenta del 2,0%. Nel Sud, nel Centro e nel Nord-Ovest si registrano invece incrementi rispettivamente del 1,3%, del 1,5% e del 1,0%. Nelle isole invece il valore della spesa media mensile delle famiglie per l'acquisto di Prodotti alimentari e bevande analcoliche registra una crescita dello 0,4%, registrando un aumento sostanzialmente in linea con l'andamento medio nazionale.

Figura 1 – Variazione della spesa media mensile delle famiglie per l'acquisto di Prodotti alimentari e bevande analcoliche nelle ripartizioni territoriali nel periodo 2023-2024



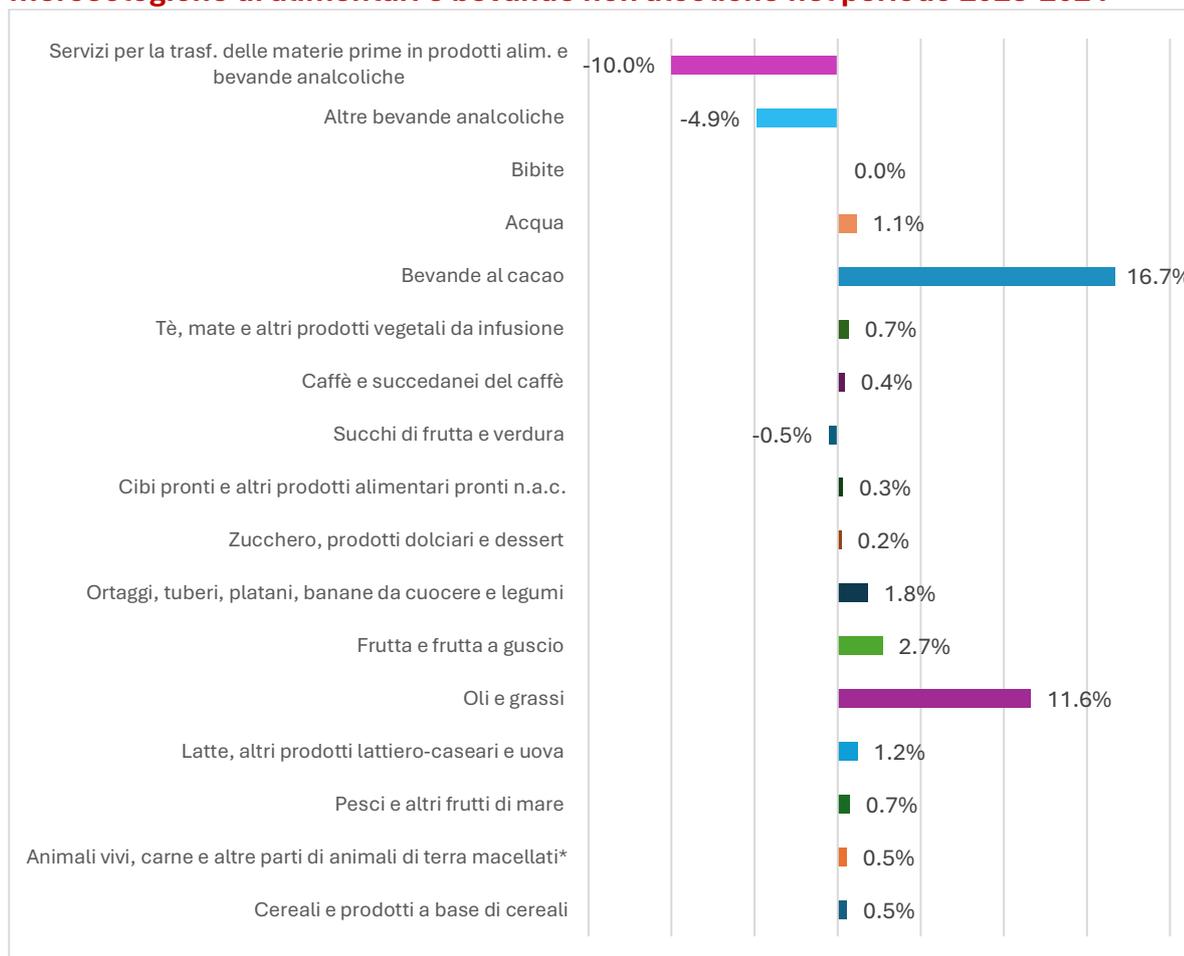
Fonte: Elaborazioni Fondazione Metes su dati Istat

¹ Sintesi del report ISTAT, Le spese per i consumi delle famiglie - anno 2024, 7 ottobre 2025 (<https://www.istat.it/comunicato-stampa/spese-per-consumi-delle-famiglie-anno-2024/>)

Analizzando il dettaglio merceologico e considerando i prodotti con la maggiore incidenza sul valore complessivo della spesa alimentare, si rileva un aumento significativo

della spesa destinata a oli e grassi (+11,7%), che raggiunge i 18 euro mensili, e di quella destinata alla frutta (inclusa quella a guscio), che sale a 45 euro al mese (+2,7%).

Figura 2 – Variazione della spesa media mensile delle famiglie per le diverse categorie merceologiche di alimentari e bevande non alcoliche nel periodo 2023-2024



(*) Per "animali vivi" si intendono bovini, ovini, suini, cacciagione, pollame e altri animali da cortile non allevati, acquistati vivi a scopo alimentare

Fonte: Elaborazioni Fondazione Metes su dati Istat

Nel 2024 le regioni con la spesa media mensile per l'acquisto di Prodotti alimentari e bevande analcoliche più elevata sono Campania (625,45 euro) e Sicilia (599,36 euro), mentre Sardegna e Puglia sono quelle con la spesa più contenuta, rispettivamente 390,63 e 455,63 euro mensili. In termini di incidenza, la quota più elevata di spesa per l'acquisto di Prodotti alimentari e bevande analcoliche si registra in Calabria (28,2%) e in Campania (27,8%) a fronte del 19,2%

osservato a livello nazionale. La minore incidenza della spesa media mensile per l'acquisto di Prodotti alimentari e bevande analcoliche si rileva invece che nella provincia di Trento (15,5%) e in quella di Bolzano (13,8%).

Nel 2024, così come nel 2023, circa un terzo delle famiglie dichiara di aver limitato in quantità e/o qualità, rispetto a un anno prima, la spesa per cibo (31,0%, era il 31,4% nel 2023) e per bevande (33,4%, dal 33,8%).

Tabella 1 - Spesa media mensile delle famiglie Totale e per Prodotti alimentari e bevande analcoliche nelle regioni e province autonome in Italia

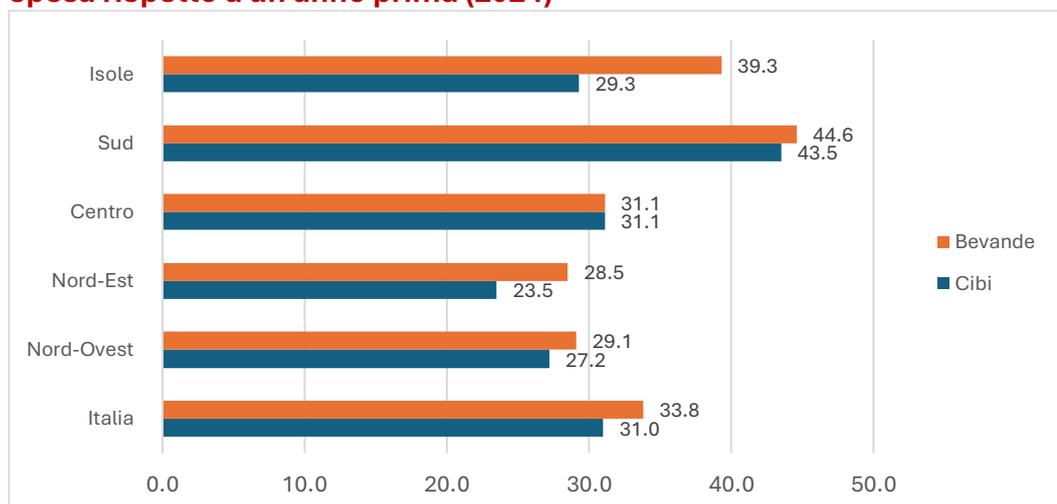
Regione	Spesa media mensile totale (2024)	Spesa media mensile per Prodotti alimentari e bevande analcoliche (2024)	Incidenza della spesa per Prodotti alimentari e bevande analcoliche (2024)	Var. % della Spesa media mensile per Prodotti alimentari e bevande analcoliche 2023/2024
Piemonte	2.622,73	534,92	20,4%	4,1%
Valle d'Aosta	3.055,20	531,42	17,4%	0,8%
Liguria	2.763,36	480,33	17,4%	0,9%
Lombardia	3.162,32	504,51	16,0%	-0,3%
Trentino-Alto Adige	3.584,09	522,78	14,6%	0,6%
- Bolzano/ Bozen	3.990,35	551,93	13,8%	2,1%
- Trento	3.193,67	494,77	15,5%	-0,9%
Veneto	2.862,76	531,17	18,6%	2,4%
Friuli-Venezia Giulia	3.017,75	536,12	17,8%	-6,7%
Emilia-Romagna	3.084,68	524,17	17,0%	4,5%
Toscana	3.160,39	519,30	16,4%	2,6%
Umbria	2.640,15	531,67	20,1%	0,5%
Marche	2.463,12	523,33	21,2%	-4,4%
Lazio	3.081,27	549,91	17,8%	2,4%
Abruzzo	2.620,58	543,06	20,7%	0,1%
Molise	2.615,03	565,00	21,6%	1,9%
Campania	2.246,46	625,45	27,8%	1,9%
Puglia	1.999,72	455,23	22,8%	-1,8%
Basilicata	2.324,17	569,53	24,5%	5,2%
Calabria	2.074,77	585,55	28,2%	4,0%
Sicilia	2.366,38	599,36	25,3%	2,3%
Sardegna	2.195,11	390,63	17,8%	-7,1%
Italia	2.755,09	532,85	19,3%	1,3%

Fonte: Elaborazioni Fondazione Metes su dati Istat

Gli andamenti in crescita registrati negli anni sembrano aver modificato le abitudini di spesa alimentare delle famiglie. Come riferito in precedenza, nel 2024, così come nel 2023, circa un terzo delle famiglie dichiara di aver limitato in quantità e/o

qualità, rispetto a un anno prima, la spesa per cibo (31,0%, era il 31,4% nel 2023) e per bevande (33,8%, dal 33,4%). A livello territoriale la maggiore incidenza delle famiglie che hanno dichiarato di aver adottato limitazioni nella spesa alimentare è

Figura 3 – Percentuale delle famiglie che dichiara di aver limitato in quantità e/o qualità la spesa rispetto a un anno prima (2024)

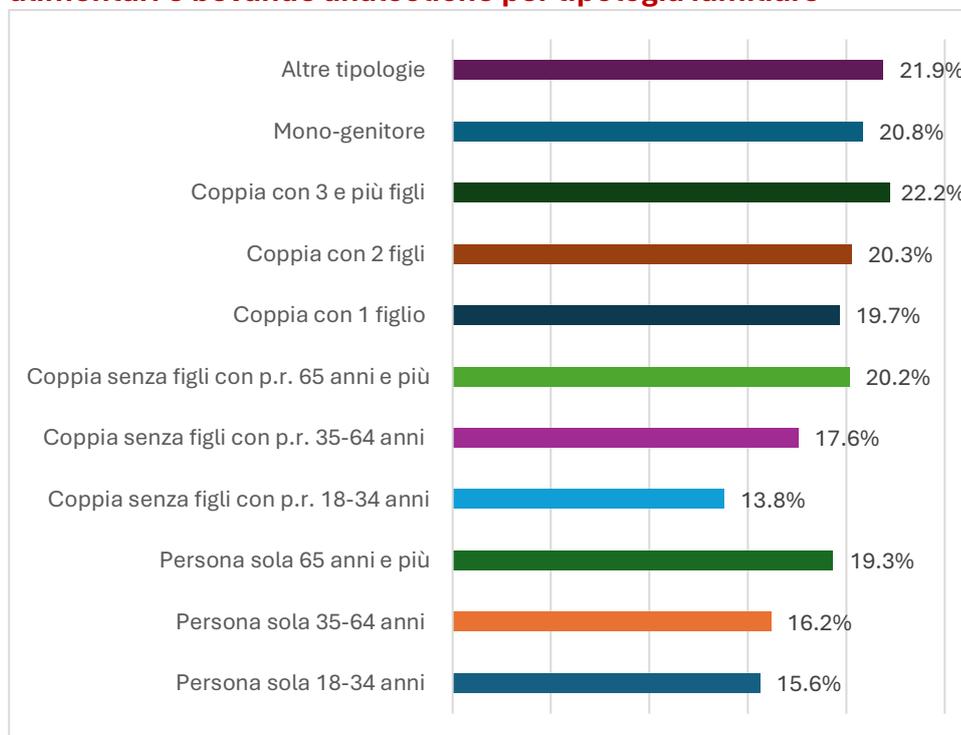


Fonte: Elaborazioni Fondazione Metes su dati Istat

localizzata al Sud dove il 43,5% ha ridotto la spesa per il cibo e il 44,6% ha limitato quella per le bevande. La spesa media mensile aumenta al crescere dell'ampiezza familiare anche se, per effetto delle economie di scala, l'incremento è meno che proporzionale rispetto all'aumentare del numero di componenti. Nel 2024 la spesa media mensile per una famiglia di una sola persona è pari a 1.932 euro, cioè il 68% circa di quella delle famiglie di due componenti e il 58% circa di quella delle famiglie di tre

componenti. I livelli di spesa, nel 2024, si mantengono sostanzialmente stabili rispetto all'anno precedente per tutte le tipologie familiari. In termini di composizione, la spesa per Prodotti alimentari e bevande analcoliche pesa soprattutto tra le famiglie composte da una coppia con tre o più figli (22,2% della spesa totale, pari a 819 euro mensili), mentre assorbe solo il 13,8% tra le coppie senza figli con persona di riferimento (PR) di età compresa tra i 18 e i 34 anni (448 euro al mese).

Figura 4 - Incidenza percentuale della spesa media mensile delle famiglie per Prodotti alimentari e bevande analcoliche per tipologia familiare



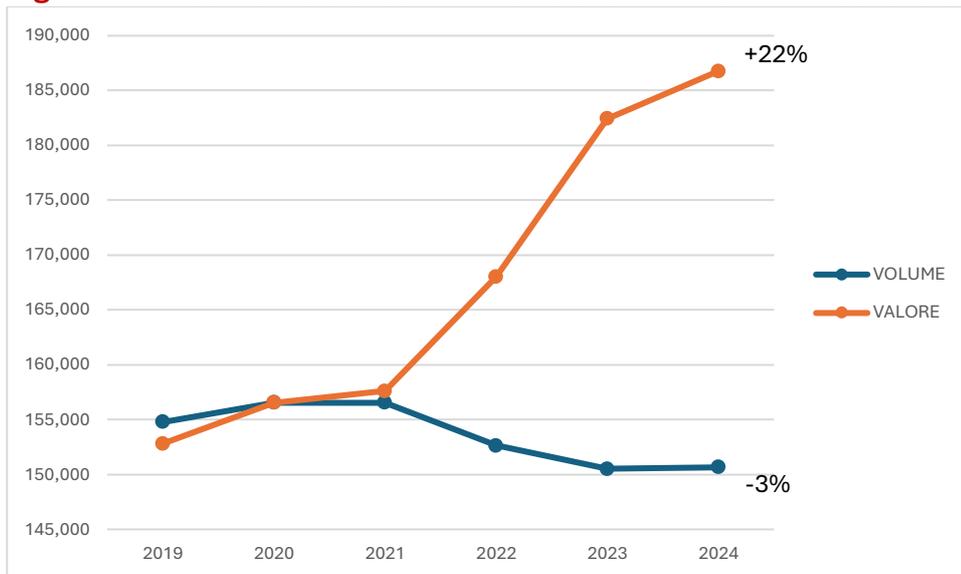
Fonte: Elaborazioni Fondazione Metes su dati Istat

Andamento dei consumi di Generi alimentari e bevande non alcoliche

Utilizzando i dati messi a disposizione da Istat nell'ambito dei Conti Economici Nazionali possiamo analizzare gli andamenti del valore complessivo dei consumi alimentari in Italia. Dalla figura 5 evidenzia la crescita eccezionale rilevata per i consumi in valore rispetto al periodo pre-Covid (+22% nel periodo 2019-2024). Nello stesso periodo si evidenzia viceversa un andamento in flessione del valore complessivo dei

consumi in volume (-3%). Questi andamenti divergenti appaiono collegati alla fiammata inflattiva registrata negli ultimi anni che, da un lato, ha generato un aumento di consumi in valore di natura esclusivamente nominale e, dall'altro, ha comportato una riduzione dei consumi in volume per una contrazione della frequenza e della dimensione degli atti di acquisto.

Figura 5 – Andamento dei consumi di Generi alimentari e bevande non alcoliche

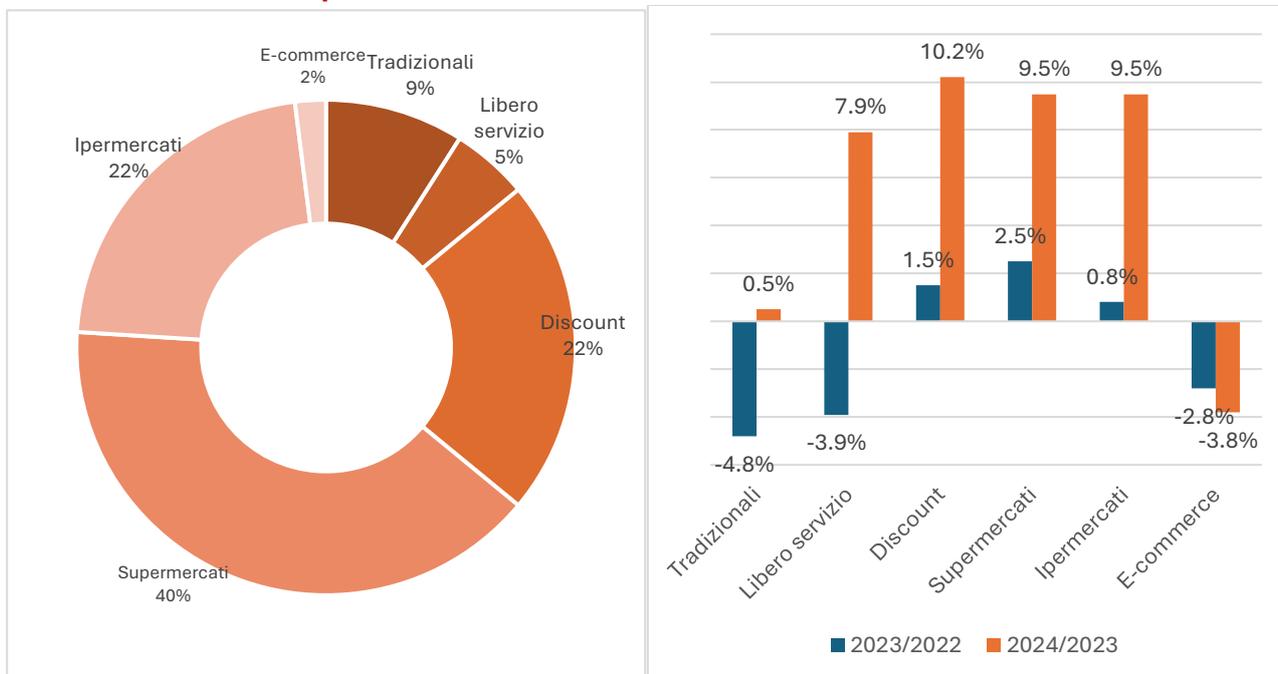


Fonte: Elaborazioni Fondazione Metes su dati Istat

Come abbiamo visto in precedenza la crescita registrata nei prezzi dei beni alimentari ha determinato una compressione anche in chiave qualitativa

delle scelte di consumo. L'analisi della ripartizione del valore dei consumi tra i diversi canali commerciali può offrire una conferma fattuale a questa affermazione.

Figura 7 - Ripartizione e dinamica delle vendite in valore per canale distributivo – Anno 2024 – Var. % su anno precedente



Fonte: Elaborazioni ISMEA su dati NielsenIQ - Consumer Panel

La crescita registrata negli ultimi anni della quota delle vendite realizzate dal canale distributivo Discount può essere, infatti, interpretato come il segnale della crescente

difficoltà affrontata dalle famiglie italiane a porre una adeguata attenzione agli standard qualitativi nelle scelte alimentari. L'elaborazione delle informazioni fornite da

Ismea² (figura 7) permette, infatti, di mettere in evidenza l'evoluzione della ripartizione delle vendite nei vari canali distributivi. Grazie a dinamiche differenziate Discount e Supermercati continuano a erodere quote di mercato a scapito dei restanti canali commerciali. Continuano, infatti, a perder terreno i piccoli negozi di prossimità sia appartenenti alle grandi catene (libero servizio e superette -3,9%) che ancor più quelli indipendenti (negozi tradizionali -4,8%). Mentre gli ipermercati registrano lievi incrementi di fatturato (+0,8% rispetto al

2023) guadagnano, invece, terreno i supermercati e i discount (rispettivamente +2,5% e +1,5% i fatturati rispetto al 2023). Nello specifico il supermercato resta il canale predominante con il 40% di share, il Discount invece arriva a pesare nel 2024 il 22%, raggiungendo la quota degli ipermercati (anch'essi 22%). Gli acquisti di generi alimentari e bevande attraverso i canali digitali restano sempre limitati a una piccola fetta (2,4%) segnando un'ulteriore battuta d'arresto nell'ultimo anno (-2,8% rispetto al 2023).

² Ismea, Report Consumi n. 1 2025, 10 marzo 2025
(<https://www.ismeamercati.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/13426>)