

# Alimentari, i consumatori temono il rincaro. Ma si vede la luce in fondo al corridoio del supermercato

L'aumento dei prezzi dei prodotti alimentari rimane una preoccupazione fondamentale per i consumatori dell'UE, che si aspettano ulteriori rincari nel 2026, rivela l'ultimo ING Consumer. In realtà, vediamo segnali di un allentamento della pressione sui prezzi.



Food prices are on shoppers' minds, but there are encouraging signs of easing price pressures

## Alimentari, nel 2026 i prezzi rallentano. Ecco perché

I consumatori dell'UE hanno dovuto far fronte a straordinari aumenti dei prezzi sugli scaffali dei supermercati dal 2022, un fattore chiave che ha eroso i salari reali. La buona notizia è che la [crescita dei salari](#) reali ha iniziato a invertire la rotta ed è probabile che migliori a un ritmo modesto nel 2026. A ciò si sommano le proiezioni della BCE, secondo cui l'inflazione alimentare scenderà dal 2,8% nel 2025 al 2,4% nel 2026.

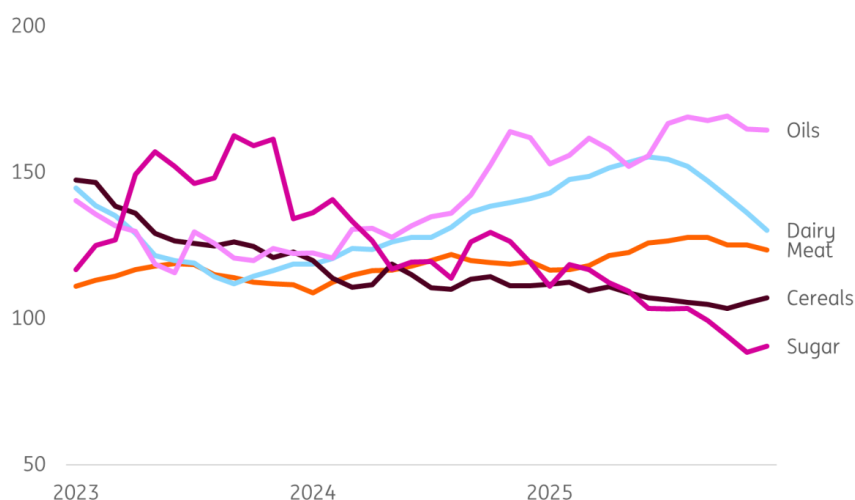
La graduale trasmissione di prezzi di mercato più bassi per diversi prodotti agricoli come zucchero, latticini e cacao è una delle ragioni principali del rallentamento dell'inflazione alimentare. A ciò si aggiunge il calo dei prezzi dell'energia, che contribuisce a contenere gli aumenti dei prezzi lungo la filiera. Tuttavia, l'aumento dei costi salariali presso produttori, distributori e rivenditori di prodotti

alimentari rimane una delle ragioni principali del persistere dell'inflazione. In genere, il costo del lavoro rappresenta il 10-15% dei costi totali nella produzione alimentare.

Quindi, i prezzi dei generi alimentari continueranno a salire nel 2026. Tuttavia, alcuni prodotti di base come latte, burro, zucchero e patate, stanno diventando leggermente più economici. In queste categorie, potremmo assistere a ulteriori riduzioni di prezzo sugli scaffali quest'anno. Anche per frutta e verdura, il recente andamento dei prezzi è favorevole per i consumatori. Se questa tendenza continuerà sarà in gran parte determinata dalle condizioni meteorologiche e dai raccolti.

## Forte calo dei prezzi globali di latticini e zucchero

Fatto 100 il prezzo del 2014-2016, dati mensili fino a dicembre 2025



Source: FAO, ING Research

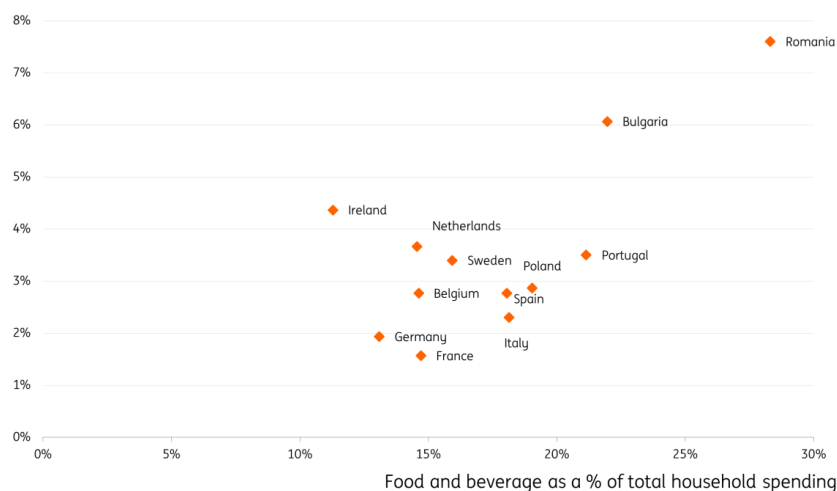
## L'inflazione dei generi alimentari varia molto tra i Paesi UE

Sebbene le proiezioni della BCE siano rassicuranti, le aziende alimentari dovrebbero tenere presente che i livelli di inflazione variano ancora notevolmente all'interno dell'UE. Paesi come Francia, Germania e Italia si collocano nella fascia bassa dello spettro, con aumenti dei prezzi compresi tra +1,5 e +2,3% nel quarto trimestre del 2025. Romania, Bulgaria e Paesi Baltici si collocano all'estremo opposto, con aumenti compresi tra +5,0 e +7,5%. I dati sull'inflazione alimentare in Romania sono spinti al rialzo da un più ampio aumento dell'IVA introdotto nell'agosto 2025.

In media, gli europei spendono quasi il 16% del loro reddito complessivo in cibo e bevande analcoliche al dettaglio. Questa quota è più elevata nei paesi dell'Europa orientale e meridionale. Combinando i dati sull'inflazione e sulla spesa, emerge che le famiglie in Romania e Bulgaria sono attualmente molto più colpite dall'aumento dei prezzi dei prodotti alimentari.

## Romania e Bulgaria: l'elevata inflazione sui generi alimentari si accompagna a una fetta più ampia del reddito familiare destinata alla spesa alimentare

Food inflation in Q4 2025, year on year



Source: Eurostat, ING Research

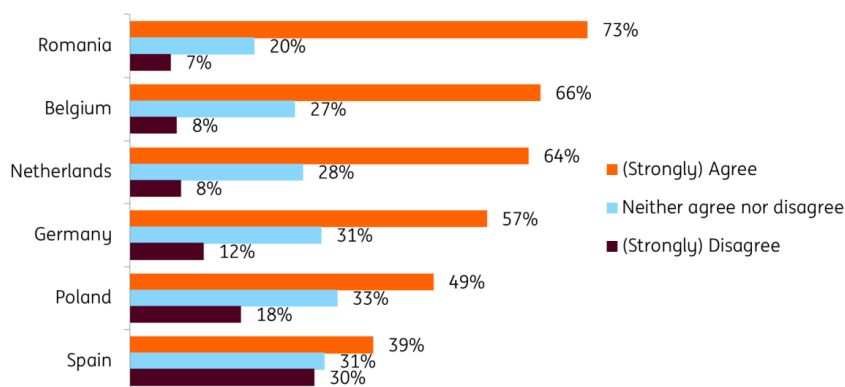
## Consumatori europei e inflazione alimentare: vedere per credere

E allora, che dire dei consumatori? Quali sono le loro aspettative? Ancora non si fidano del rallentamento dei prezzi alimentari. Al contrario, la maggior parte degli intervistati nell'ultimo sondaggio di ING Research prevede che i prezzi dei generi alimentari aumenteranno più rapidamente nel 2026 rispetto all'anno scorso. Particolarmente in Romania (73%), Belgio (66%) e Paesi Bassi (64%).

Solo il 14% degli intervistati nei sei Paesi del nostro sondaggio prevede un rallentamento. È un segnale che molti consumatori sono mentalmente preparati (o si stanno preparando) a un'inflazione ancora più elevata. La lezione che ne traiamo è che l'elevata inflazione alimentare pesa ancora sulle aspettative dei consumatori, e i consumatori hanno bisogno di vedere un calo prima di crederci.

## Molti consumatori europei prevedono un aumento più rapido dei prezzi dei generi alimentari nel 2026

Affermazione: “Prevedo che il livello dei prezzi dei generi alimentari nel mio Paese aumenterà più rapidamente nei prossimi 12 mesi”



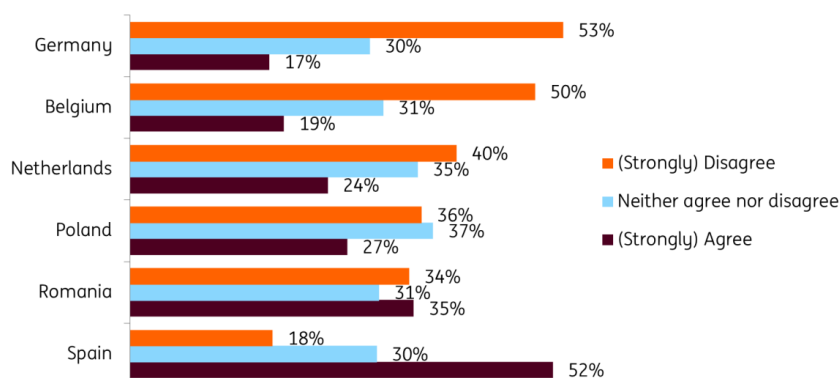
Source: ING Consumer Research Survey

## La fiducia nel potere d'acquisto è ancora poca

Nonostante i salari reali siano ampiamente recuperati, i consumatori rimangono pessimisti sul loro potere d'acquisto in vista del 2026. Metà degli intervistati in Germania e Belgio, ad esempio, non si aspetta un miglioramento del potere d'acquisto. I consumatori spagnoli sono molto più ottimisti, probabilmente influenzati dal miglioramento relativamente forte dei salari reali negli ultimi anni.

## Potere d'acquisto: Paese che vai aspettative che trovi

Affermazione: “Prevedo che il mio potere d'acquisto nel 2026 aumenterà rispetto al 2025”



Source: ING Consumer Research Survey

## Agroalimentare, la domanda arranca: produttori in difficoltà

La debolezza della domanda è la principale preoccupazione per le aziende del food & beverage. Secondo le indagini di settore dell'UE, questo vale in particolare per Francia, Paesi Bassi e Belgio. I prodotti dell'UE sono diventati meno competitivi al di fuori dell'Unione a causa dell'euro più forte e dei dazi imposti da USA e Cina sui prodotti alimentari. All'interno dell'UE, il timore di continui

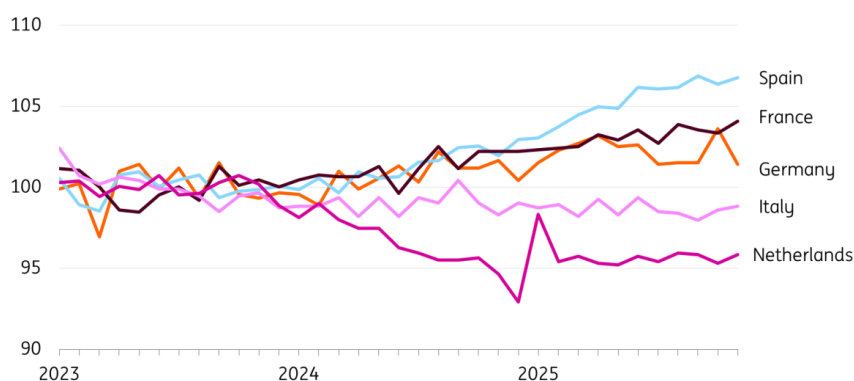
aumenti dei prezzi sugli scaffali potrebbe contribuire a spiegare perché la domanda sia deludente, poiché impedisce ai consumatori di acquistare prodotti di qualità superiore o in quantità maggiore. I volumi di vendita al dettaglio di prodotti alimentari nell'UE sono migliorati solo leggermente dalla metà del 2024.

A livello nazionale, i rivenditori spagnoli stanno ottenendo risultati migliori rispetto ai loro omologhi in altri grandi stati membri grazie alla migliore domanda interna, aiutata anche dai crescenti flussi turistici. Italia e Paesi Bassi stanno registrando risultati peggiori, sebbene i dati olandesi per il 2024 e il 2025 siano distorti dal divieto di vendita di tabacco nei supermercati. Nel commercio al dettaglio alimentare olandese, i dati sulle transazioni con carta di debito ING mostrano che i supermercati discount hanno guadagnato quote di mercato nel 2025, il che è un chiaro segnale che molti consumatori sono ancora molto attenti ai costi.

Nel frattempo, i volumi di vendita di ristoranti e bar sono stagnanti a livello UE. La Polonia fa eccezione. Tra le grandi economie dell'UE, la Francia sta registrando risultati migliori della media, mentre è la Germania a registrare i risultati peggiori, con un calo continuo dei volumi di vendita dall'inizio del 2024.

## Agroalimentare, vendite divergenti in Europa: la Spagna corre, Italia e Paesi Bassi restano al palo

Fatto 100 il dato del 2023, andamento mese per mese



Source: Eurostat, ING Research

## Agroalimentare: contesto favorevole per i produttori, ma occhio ai consumatori prudenti

Con il rallentamento dell'inflazione alimentare e la modesta crescita dei salari reali, le prospettive per i volumi di vendita delle aziende alimentari nell'UE migliorano. Tuttavia, prevediamo incrementi marginali nei volumi di vendita piuttosto che grandi miglioramenti.

I consumatori europei tendono ad essere più scettici degli economisti riguardo ai prezzi futuri e al potere d'acquisto, e i recenti aumenti di prezzo di prodotti come carne bovina, caffè e cioccolato

continuano a influenzare il loro comportamento d'acquisto. Per le aziende alimentari, è bene tenere a mente entrambe le prospettive quando si elaborano piani strategici per il 2026.

## Autore

### Thijs Geijer

Senior Sector Economist, Food & Agri

[thijs.geijer@ing.com](mailto:thijs.geijer@ing.com)

## Disclaimer

La presente pubblicazione è stata redatta da ING Bank N.V. ("ING") esclusivamente a scopo informativo, indipendentemente dagli obiettivi di investimento, dalla situazione finanziaria o dai mezzi di un particolare utente. *ING fa parte del Gruppo ING (essendo a tal fine ING Group N.V. e le sue società controllate e affiliate).* Le informazioni in essa contenute non costituiscono una raccomandazione di investimento né una consulenza in materia di investimenti, legale o fiscale, né un'offerta o una sollecitazione all'acquisto o alla vendita di strumenti finanziari. È ING ha adottato misure ragionevoli per garantire che questa pubblicazione non contenga informazioni false o fuorvianti al momento della sua diffusione, tuttavia ING non garantisce che sia priva di errori o completa ING non si assume alcuna responsabilità per eventuali perdite dirette, indirette o consequenziali derivanti dall'uso di questa pubblicazione. Salvo diversa indicazione, tutte le opinioni, le previsioni o le stime sono esclusivamente quelle dell'autore o degli autori, alla data di pubblicazione e sono soggette a modifiche senza preavviso.

La distribuzione di questa pubblicazione può essere limitata da leggi o regolamenti in diverse giurisdizioni e le persone che ne vengono in possesso devono informarsi e osservare tali restrizioni.

Il copyright e la protezione dei diritti di database sono presenti in questo report ed esso non può essere riprodotto, distribuito o pubblicato da alcuna persona per qualsiasi scopo senza il previo consenso esplicito di ING. Tutti i diritti sono riservati. ING Bank N.V. è autorizzata dalla Banca Centrale Olandese ed è supervisionata dalla Banca Centrale Europea (BCE), dalla Banca Centrale Olandese (DNB) e dall'Autorità Olandese per i Mercati Finanziari (AFM). ING Bank N.V. è costituita nei Paesi Bassi (registro delle imprese n. 33031431 Amsterdam).

Ulteriori chiarimenti sono disponibili su richiesta. Per ulteriori informazioni su ING Group, visitare il sito [www.ing.com](http://www.ing.com).