IL PUNTO COLDIRETTI
GIORNALE DI INFORMAZIONE PER LE IMPRESE DEL SISTEMA AGROALIMENTARE
[www.ilpuntocoldiretti.it]

L’agroalimentare nel I trimestre del 2025 secondo Ismea

Nel primo trimestre 2025, il valore aggiunto agricolo è aumentato dell’1,4% a livello congiunturale, mentre è rimasto fermo su base tendenziale secondo l’analisi congiunturale Ismea relativa al I trimestre 2025. I prezzi dei prodotti agricoli nazionali, misurati dall’indice Ismea, sono aumentati del 2,3% rispetto al livello del primo trimestre 2024. La crescita tendenziale è la sintesi di un incremento dei prezzi dei prodotti zootecnici (+11,6%) e di una riduzione di quelli dei prodotti vegetali (-4,5%). Rispetto all’ultimo trimestre del 2024 i prezzi mostrano una riduzione del 4,1%, dovuta interamente alle coltivazioni. L’indice dei mezzi correnti di produzione dell’agricoltura del primo trimestre 2025, elaborato dall’Istat, è rimasto sostanzialmente stabile rispetto a quello del primo trimestre 2024, mostrando invece una lieve crescita rispetto ai livelli dell’ultimo trimestre del 2024 (+1,6%). Passando alla fase di trasformazione, nel primo trimestre 2025 i ritmi produttivi dell’industria alimentare, delle bevande e tabacco sono aumentati, come suggerito dalla crescita su base tendenziale dell’indice della produzione industriale dell’1,6%, a fronte di una riduzione del 3% del manifatturiero nel complesso. Secondo i dati dell’Osservatorio sui consumi alimentari Ismea-NielsenIQ, la spesa delle famiglie italiane nel primo trimestre 2025 è aumentata del 3,8% rispetto all’analogo periodo 2024. Nel primo trimestre dell’anno ci sono stati incrementi di spesa importanti per le carni e i prodotti ittici in aumento anche la spesa per i prodotti lattiero-caseari, trainata da formaggi e yogurt. Sono aumentati anche gli acquisti di pane e sostituti e di piatti pronti; in lieve flessione la spesa per la pasta, a fronte di un aumento dei volumi; dinamica positiva anche per la spesa di frutta e verdura fresca. In contrazione gli acquisti di vini e spumanti; dopo due anni, è diminuita la spesa per l’olio extravergine di oliva, per cui si sono registrati notevoli incrementi degli acquisti in volume.