



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΗ ΡΩΜΗ
Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων
ΜΙΛΑΝΟ

**ΑΔΙΑΒΑΘΜΗΤΟ
ΚΑΝΟΝΙΚΟ**

Μιλάνο, 6 Ιουνίου 2025
ΑΠΦ.: 1090 /ΑΣ 431

ΠΡΟΣ: Υπουργείο Εξωτερικών
- Β1 Δ/ση

ΚΟΙΝ: - Διπλ. Γραφείο κ. Πρωθυπουργού
Υπουργείο Εξωτερικών
- Διπλ. Γραφείο κ. Υπουργού
- Διπλ. Γραφείο Υφυπουργού κας Α. Παπαδοπούλου
- Διπλ. Γραφείο Υφυπουργού κ. Χατζηβασιλείου
- Γραφείο κας Γεν. Γραμματέα
- Γραφείο κας Γεν. Γραμματέα ΔΟΣ & Εξωστρέφειας
- Α' & Β' Γεν. Δ/σεις
- Α1, Β2 & Β3 Δ/σεις

- ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΠΟΔΕΚΤΩΝ (μέσω ημών)

Ε.Δ.: -Πρεσβεία Ρώμης (μέσω ΥΠΕΞ)
-Γραφείο ΟΕΥ Ρώμης (μέσω ΥΠΕΞ)

ΘΕΜΑ: Καταναλωτικές Τάσεις στον Ιταλικό Διατροφικό Τομέα – Επισκόπηση από το Παρατηρητήριο TUTTOFOOD & CIBUS – Circana Italy

Σύμφωνα με τα τελευταία δεδομένα του Παρατηρητηρίου TUTTOFOOD & CIBUS, το οποίο έχει αναπτυχθεί σε συνεργασία με την Circana Italy, καταγράφονται σημαντικές μεταβολές στις ιταλικές καταναλωτικές τάσεις στον διατροφικό τομέα της χώρας¹. Η ανάλυση αφορά τα βασικά κανάλια λιανικής πώλησης – υπεραγορές, σούπερ μάρκετ, ανεξάρτητα καταστήματα και σημεία πώλησης με έκπτωση – και εστιάζει στη δυναμική των πωλήσεων, την τιμολογιακή πολιτική και τις προτιμήσεις των καταναλωτών.

1. Τάσεις Κατανάλωσης και Εποχική Επίδραση

Κατά τους μήνες Μάιο και Ιούνιο, η έντονη τουριστική δραστηριότητα (με περίπου 15 εκατομμύρια τουρίστες, εκ των οποίων οι μισοί Ιταλοί) ενίσχυσε τη ζήτηση τροφίμων και ποτών, παρά τη συνεχιζόμενη επίδραση του πληθωρισμού. Σημειώθηκε μείωση 3,3% στην κατανάλωση ζυμαρικών, ωστόσο οι πωλήσεις φρέσκων ζυμαρικών αυξήθηκαν κατά 6,7%. Αντίθετα, οι κατηγορίες των γαλακτοκομικών ΥΗΤ (-5,5%), του συσκευασμένου παγωτού (-5,3%) και των έτοιμων γευμάτων (-4,3%) παρουσίασαν πτώση.

¹ (βάση στοιχείων της περιόδου Μαΐου – Σεπτεμβρίου 2024)

Τον Ιούλιο και Αύγουστο, συνεχίστηκε η πτώση σε βασικά προϊόντα όπως το φρέσκο γάλα (-3%), τα ζυμαρικά (-3,8%) και τα UHT γαλακτοκομικά (-6%). Αντιθέτως, το γιαούρτι (+3,4%) και τα γλυκά σνακ (+3,8%) παρουσίασαν αξιοσημείωτη αύξηση, ενώ τα φρέσκα ζυμαρικά κατέγραψαν άνοδο 2,4% σε ετήσια βάση. Έως τον Αύγουστο, οι πωλήσεις σνακ ανήλθαν σε 144 εκατ. ευρώ, με αύξηση όγκου 2,1% παρά τη μέση τιμολογιακή αύξηση 6%. Θετικές επιδόσεις σημείωσαν επίσης τα τυριά (+1,9%) και το γιαούρτι (+5,8%).

Τον Σεπτέμβριο, οι γενικότερες καταναλωτικές τάσεις εδραίωσαν τις κατηγορίες που κατέγραψαν σταθερή άνοδο κατά το 2024: σνακ, γιαούρτια, αλείμματα και τυροκομικά προϊόντα. Αντιθέτως, η κατανάλωση ζυμαρικών, γάλακτος και UHT προϊόντων συνέχισε τη φθίνουσα πορεία της. Ο μήνας σηματοδότησε, επίσης, μια σταδιακή ανάκαμψη της συνολικής κατανάλωσης.

2. Άνοδος των Σνακ και των Προϊόντων Άμεσης Κατανάλωσης

Η αυξημένη δημοτικότητα των γλυκών και αλμυρών σνακ αντανακλά μια γενικότερη στροφή προς τα προϊόντα άμεσης κατανάλωσης και τη σταδιακή υποκατάσταση των παραδοσιακών γευμάτων με βολικές, υγιεινές και εύγευστες επιλογές. Η τάση αυτή είναι ιδιαίτερα έντονη στις νεότερες ηλικιακές ομάδες, ευθυγραμμιζόμενη με τις σύγχρονες διατροφικές αντιλήψεις περί υγείας και ευεξίας.

Σύμφωνα με μελέτη της Circana Crest, κατά το προηγούμενο έτος οι Ευρωπαίοι καταναλωτές διέθεσαν το 37% των συνολικών δαπανών τροφίμων – συνολικού ύψους 888 δισ. ευρώ – σε προϊόντα άμεσης κατανάλωσης (on-the-go), συμπεριλαμβανομένων σάντουιτς, σαλατών, έτοιμων γευμάτων, ποτών και σνακ. Η τάση αυτή επεκτείνεται και στο οργανωμένο λιανικό εμπόριο και στην εστίαση.

3. Η Μεταμόρφωση της Εμπειρίας Αγορών

Η στροφή προς εύκολες, γρήγορες και χωρίς στρες αγορές επηρεάζει καθοριστικά το λιανεμπόριο τροφίμων. Οι μη εμπορικοί τομείς εστίασης κερδίζουν διαρκώς έδαφος, ανταποκρινόμενοι στις απαιτήσεις για έτοιμα, θρεπτικά γεύματα. Τα σύγχρονα καταστήματα προσαρμόζονται σε αυτές τις συνθήκες, με αναδιάταξη χώρων, νέες προβολές προϊόντων και ψηφιοποιημένες λύσεις πλοήγησης.

Ο ετήσιος Δείκτης Απόδοσης Λιανικής της Dunnhumby Italia επιβεβαιώνει ότι η «εμπειρία αγορών» αποτελεί πλέον καθοριστικό παράγοντα επιλογής καταστήματος. Χαρακτηριστικά όπως οι ψηφιακοί κατάλογοι, οι λωρίδες αυτοεξυπηρέτησης και η ξεκάθαρη σήμανση ραφιών ενισχύουν την προσβασιμότητα και ενδυναμώνουν τις πωλήσεις των προϊόντων άμεσης κατανάλωσης, συμπεριλαμβανομένων των σνακ και των έτοιμων γευμάτων.

4. Ευκαιρίες για τις Ελληνικές Επιχειρήσεις

Η διαμορφούμενη τάση υπέρ των σνακ, γιαουρτιών, αλειμμάτων και έτοιμων προς κατανάλωση προϊόντων προσφέρει σημαντικές εξαγωγικές δυνατότητες για τις ελληνικές επιχειρήσεις στους τομείς των τυροκομικών και γαλακτοκομικών προϊόντων, των ελιών και αρτοποιασκευασμάτων, των προϊόντων deli και των παραδοσιακών σνακ, καθώς και των μεσογειακών έτοιμων γευμάτων.

Η στοχευμένη παρουσία σε εξειδικευμένες εκθέσεις όπως η TUTTOFOOD και η αξιοποίηση των δικτύων λιανικής πώλησης στη Βόρεια Ιταλία αποτελούν στρατηγικής σημασίας παράγοντες για τη διείσδυση στην ιταλική αγορά.

ΠΑΓΩΝΑ ΛΑΡΔΑ
Σύμβουλος ΟΕΥ Α'

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΠΟΔΕΚΤΩΝ

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

- Γραφείο Υπουργού
- Γραφεία κ.κ. Υφυπουργών
- Γενική Γραμματεία Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων
- Γενική Γραμματεία Αγροτικής Πολιτικής και Διαχείρισης Κοινοτικών Πόρων
- Γενική Διεύθυνση Τροφίμων

- ΓΕΩΤΕΧΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ
- ΝΕΑ ΠΑΣΕΓΕΣ
- ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΕΝΩΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ (Π.Ε.Τ.Ε.Τ.)
- ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΕΝΩΣΗ ΝΕΩΝ ΑΓΡΟΤΩΝ (ΠΕΝΑ)
- ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΚΕΝΤΡΙΚΩΝ ΑΓΟΡΩΝ & ΑΛΙΕΙΑΣ Α.Ε.
- ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.
- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ (Σ.Α.Σ.Ο.Ε.Ε.)
- ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΞΑΓΩΓΗΣ & ΔΙΑΚΙΝΗΣΗΣ ΦΡΟΥΤΩΝ ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΧΥΜΩΝ
- ΕΝΩΣΗ ΜΑΣΤΙΧΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΧΙΟΥ
- ΑΝΑΓΚΑΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΚΡΟΚΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΚΟΖΑΝΗΣ
- ΕΑΣ ΚΑΒΑΛΑΣ - ΕΝΩΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΣΠΑΡΑΓΓΙΩΝ
- ΣΥΚΙΚΗ
- ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΚΟΡΙΝΘΙΑΚΗΣ ΣΤΑΦΙΔΑΣ (ΣΚΟΣ ΑΣΕ)
- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ ΚΟΡΙΝΘΙΑΚΗΣ ΣΤΑΦΙΔΑΣ (ΣΕΚ)
- ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΕΝΩΣΗ ΣΟΥΛΤΑΝΙΝΑΣ
- ΕΝΩΣΗ ΚΟΝΣΕΡΒΟΠΟΙΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ (ΕΚΕ) (μεταποίηση ροδάκινων)
- ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΕΝΩΣΗ ΚΟΝΣΕΡΒΟΠΟΙΩΝ (ΠΕΚ) (μεταποίηση ντομάτας)
- ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΣΑΛΙΓΚΑΡΟΤΡΟΦΩΝ
- ΕΘΝΙΚΗ ΔΙΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ (ΕΔΟΕ)
- ΔΙΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑΣ ΕΛΙΑΣ (ΔΟΕΠΕΛ)
- ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΕΝΩΣΗ ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΩΝ, ΤΥΠΟΠΟΙΗΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΩΝ ΕΛΙΩΝ (ΠΕΜΕΤΕ)
- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΕΩΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ (ΣΕΒΙΤΕΛ)
- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΑΙΟΚΟΜΙΚΩΝ ΔΗΜΩΝ ΚΡΗΤΗΣ (ΣΕΔΗΚ)
- ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΚΗ - ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΚΛΑΔΙΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΕΝΩΣΗ ΕΛΑΙΟΚΟΜΙΚΩΝ - ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΣΕΒΓΑΠ)
- ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΕΝΩΣΗ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΩΝ (ΠΕΚ)
- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑΣ (ΣΕΚ)
- ΔΙΚΤΥΟ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ-ΠΑΡΑΠΡΟΪΟΝΤΩΝ-ΥΠΟΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΦΕΤΑΣ – ΟΔΙΠΠΑΦ
- ΕΝΩΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΥΡΟΚΟΜΕΙΩΝ
- ΕΘΝΙΚΗ ΔΙΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΥΡΙΟΥ ΦΕΤΑΣ
- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΡΕΑΤΟΣ (ΣΕΒΕΚ)
- ΕΘΝΙΚΗ ΔΙΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΡΕΑΤΟΣ (ΕΔΟΚ)
- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΘΑΛΑΣΣΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΩΝ (ΣΕΘ)

- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ (ΕΛΟΠΥ)
- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΤΥΠΟΠΟΙΗΤΩΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ ΜΕΛΙΟΥ (ΣΕΤΣΕΜ)
- ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΣΥΜΠΡΑΞΗ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
- ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΣΥΜΠΡΑΞΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
- ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΣΥΜΠΡΑΞΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΡΗΤΗΣ
- ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΣΥΜΠΡΑΞΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ
- ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΣΥΜΠΡΑΞΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
- ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΣΥΜΠΡΑΞΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
- ΜΕΤΕΟΡΙΣΙΜΟ (Τρικαλινή γαστρονομία-Δίκτυο επιχειρήσεων)

- ΕΛΛΑ – ΔΙΚΑ ΜΑΣ
- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ (ΣΕΒΤ)
- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΕΙΣΑΓΩΓΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΠΟΤΩΝ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ (ΣΕΛΕΤΡΟΠΕ)
- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΣΕΒΓΑΠ)
- ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

- ENTERPRISE GREECE
- ΕΛΛΗΝΟ ΙΤΑΛΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΑ
- ΕΛΛΗΝΟ ΙΤΑΛΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ (ΣΕΒ)
- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ (ΣΒΕ)
- ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ (ΣΕΒΕ)
- ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ (ΠΣΕ)

- ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑ
- ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑ ΕΛΛΑΔΟΣ