



10/02/2026

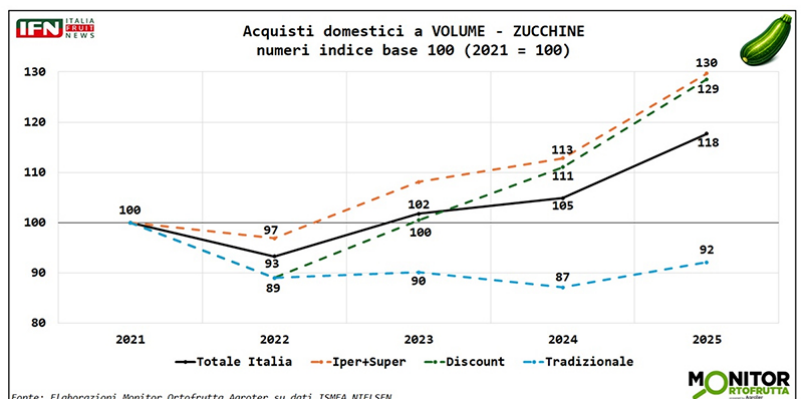
## Zucchine, i consumi crescono nonostante la volatilità dei prezzi

In cinque anni: +30% Totale Italia a valore, con +41% in Iper+Super e +47% nei discount

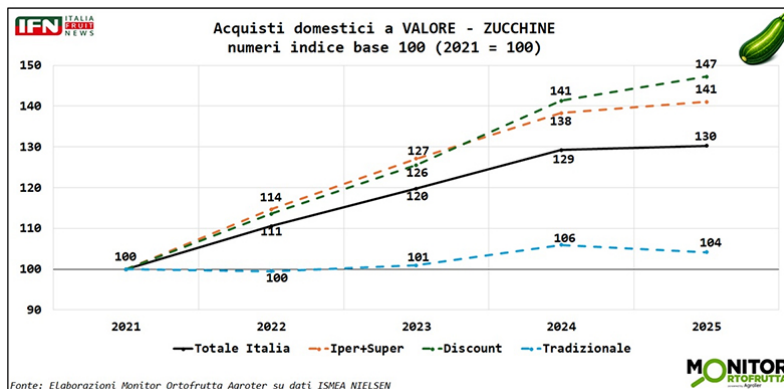
**FABRIZIO PATTUELLI**  
 redazione@italiafruit.net  
[WWW.ITALIAFRUIT.NET](http://WWW.ITALIAFRUIT.NET)

Nelle ultime settimane la zuccina è tornata al centro di tensioni sui prezzi, complice un meteo instabile che ha ridotto le disponibilità: una fragilità "strutturale" per un ortaggio molto sensibile agli sbalzi termici. Ma se si allarga lo sguardo al medio periodo emergono segnali incoraggianti. Le analisi del Monitor Ortofrutta di Agroter mostrano infatti volumi in crescita, soprattutto in Gdo, nonostante gli anni di inflazione. Il consumatore resta attentissimo al prezzo - e lo dimostra la reattività dei quantitativi appena le quotazioni rientrano anche di poco - ma proprio per questo la partita si gioca sulla valorizzazione a scaffale: costruire segmentazione e proposta significa ridurre i "saliscendi" e dare più stabilità alla categoria.

Acquisti domestici: il 2025 consolida la ripartenza (e premia la Gdo)  
 Guardando agli acquisti domestici a volume (indice 2021=100), il 2025 segna un passo avanti deciso: Totale Italia a 118, mentre Iper+Super salgono a 130 e discount a 129. In controtendenza, il tradizionale resta sotto la base, perdendo 8 punti che conferma le difficoltà di questo canale, sebbene abbia recuperato nell'ultimo anno.



(Clicca qui per ingrandire)

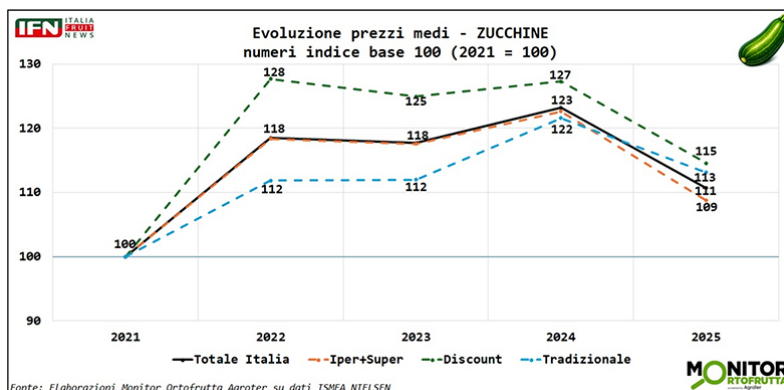


(Clicca qui per ingrandire)

Sul fronte valore (sempre indice 2021=100), la crescita è ancora più evidente: il Totale Italia segna +30% rispetto 5 anni fa trainato dai canali Iper+Super, con +41% e discount, che segna addirittura +47%. Il tradizionale è più statico (104), segnalando che la dinamica di mercato si sta giocando soprattutto nella competizione tra moderno classico e discount.

Prezzi medi: dopo il picco, nel 2025 si rifiata (ma resta sopra il 2021)

La fotografia dei prezzi medi completa il quadro: nel 2022-2024 si osserva un aumento sostenuto, con un massimo nel 2024 (Totale Italia 123, discount 127). Nel 2025 arriva un rallentamento, con una diminuzione di circa 10 punti per ogni canale, ma con valori comunque superiori rispetto al 2021.

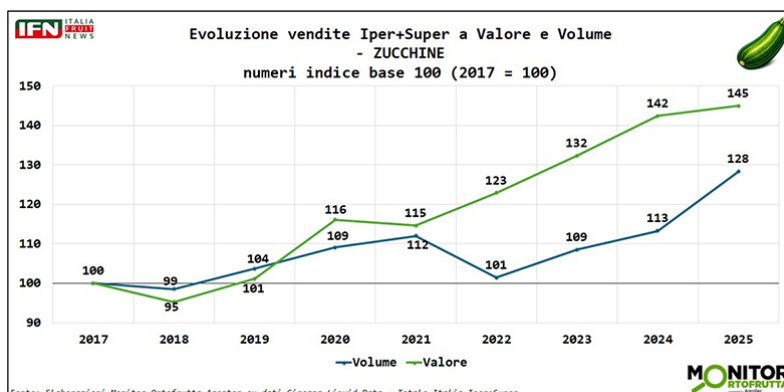


(Clicca qui per ingrandire)

Colpisce come nel 2022 l'impennata delle quotazioni abbia frenato i consumi a volume. Tra 2023 e 2024, invece, pur con prezzi su livelli pressoché identici, i quantitativi non hanno registrato cali: un segnale che il consumatore sembra essersi "abituato" al nuovo posizionamento. E appena le quotazioni hanno iniziato a rientrare, anche solo leggermente, la risposta è stata immediata, confermando un'attenzione concreta verso questo ortaggio.

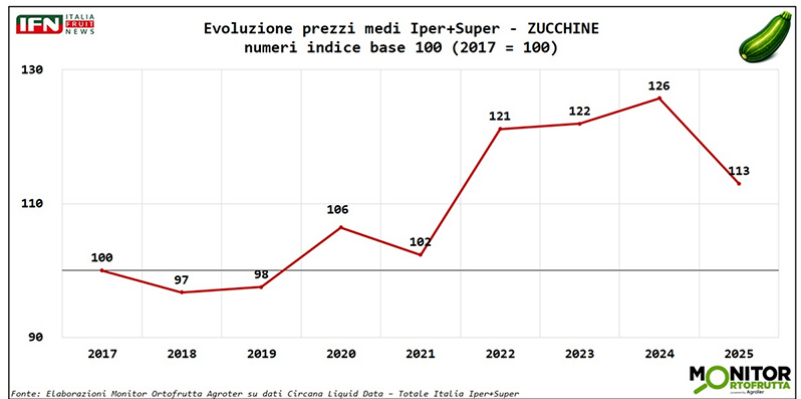
Iper+Super: volumi e fatturato ai massimi della serie

Entrando nel canale Iper+Super che consente di analizzare un periodo più ampio, ovvero a partire dal 2017, la traiettoria è netta: nel 2025 le vendite a volume crescono di quasi 30 punti, mentre il valore sale a di 45 punti percentuali. È il punto più alto della serie, con un'accelerazione marcata negli ultimi quattro anni (valore da 123 nel 2022 a 145 nel 2025).



(Clicca qui per ingrandire)

Da queste ultime considerazioni si può trarre un messaggio importante: la zuccina non è solo "prodotto da prezzo", ma una referenza che ? se gestita bene a scaffale ? riesce a crescere anche in fatturato, nonostante il rientro delle tensioni sul prezzo medio.

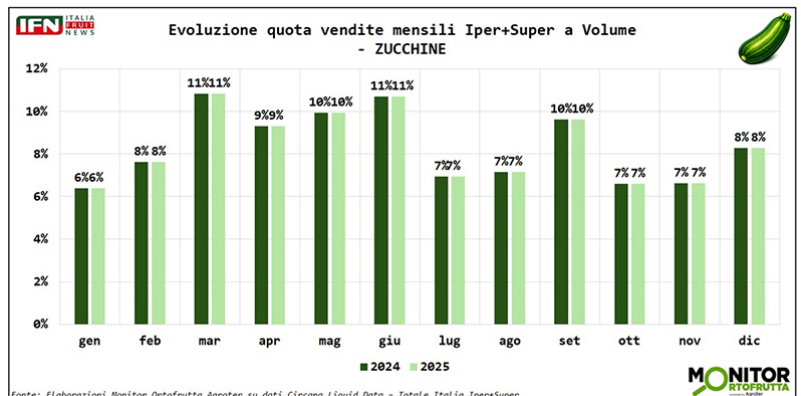


(Clicca qui per ingrandire)

Sul fronte dei prezzi medi, infatti, la dinamica è piuttosto chiara: dopo cinque anni di sostanziale stabilità (indice tra 97 e 106 fino al 2021), arriva l'impennata del triennio 2022-2024 (121-122-126), seguita dal rientro nel 2025 a quota 113. Un andamento che riflette un contesto di offerta più fragile: negli ultimi anni il cambiamento climatico, sommato alle criticità fitosanitarie in campo, ha ridotto le disponibilità, contribuendo a sostenere le quotazioni, che mostrano una volatilità sempre più marcata e difficile da prevedere da parte degli operatori.

Stagionalità: consumi al top in primavera, ma non ci sono cali eclatanti durante l'anno

La quota mensile delle vendite a volume in Iper+Super resta sorprendentemente piatta nell'ultimo biennio disponibile (2024 e 2025): i massimi si concentrano tra marzo e giugno (11%), con valori elevati anche in maggio e settembre (10%). I mesi più "leggeri" sono gennaio (6%) e il blocco luglio-agosto-ottobre-novembre (7%), mentre dicembre si attesta all'8%. In sostanza, tra picchi e minimi gli scostamenti sono di pochi punti: un indicatore di categoria ormai destagionalizzata, che apre spazi di valorizzazione ben oltre la lettura "zuccina chiara vs scura", lavorando su segmentazione, origine, formati e servizio.



(Clicca qui per ingrandire)

Ha collaborato Alberto Biffi.