

ISNART: ORATA E SALMONE PROTAGONISTE DELLE TAVOLE DEGLI ITALIANI. UN ITALIANO SU 3 CONSUMA REGOLARMENTE IL PESCE

NASCE IL PROGETTO FOODHUB PER UN MIGLIORE CONSUMO DEI PRODOTTI ITTICI E UNA MAGGIORE TRACCIABILITÀ DELLA FILIERA

Roma, 26 aprile 2023 - Quali sono i prodotti ittici mediterranei più presenti sulle tavole degli italiani? **Orata** (36,5%) e **salmone** (30,8%) si aggiudicano il podio tra i prodotti ittici maggiormente ricercati e acquistati dagli italiani. Una scelta legata alla facilità di preparazione (uno degli elementi chiave che entrano in gioco nella scelta dei prodotti da portare a casa) e alla convinzione di una maggiore “salubrità” e/o bontà rispetto a quelli che sono considerati i “pesci poveri”, come ad esempio il pesce azzurro. A rivelarlo è un’indagine sull’evoluzione dei consumi realizzata da **Isnart** (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche) anche grazie al coinvolgimento dei ristoranti aderenti al marchio Ospitalità Italiana, il riconoscimento di qualità delle strutture turistiche italiane ed estere promosso da Unioncamere e da Isnart, con l’obiettivo di evidenziare le ultime tendenze in atto nella domanda di prodotti ittici in Italia. La ricerca si inserisce nell’ambito del progetto **FoodHub**, realizzato dal **Ministero dell’agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste** e da **Unioncamere** con la collaborazione tecnico-scientifica di **Isnart**, **BMTI** e **Italmercati**.

Al terzo posto sulle tavole degli italiani troviamo il **nasello** (acquistato dal 27,2%), che prende il posto del “cugino” **merluzzo nordico** (quarto prodotto più venduto nel 2021, ma in nona posizione nel 2022). Proseguendo la classifica delle specie mediterranee maggiormente consumate troviamo al sesto posto il **polpo** (scelto dal 20,1% degli italiani nel 2022, contro il 7,4% dell’anno precedente quando occupava l’11° posizione) e a seguire le **cozze**, che vengono comprate dal 19,2% degli italiani (5,9% del 2021, 14° posizione). Tra i prodotti in crescita e maggiormente amati dagli italiani, in particolare dai consumatori over 56, compare un altro prodotto della nostra tradizione culinaria: le **alici**, che passano dal 7,5% del 2021 al 10,9% nel 2022.

E al ristorante? I preferiti dagli italiani sono i **calamari** che si confermano, come nel 2021, al primo posto fra i prodotti ittici maggiormente consumati nel fuori casa. Al secondo posto il **polpo** (ordinato al ristorante dal 27,8% degli italiani nel 2022), mentre le **cozze** vengono scelte dal 26%. Seguono poi al quarto posto il **gambero rosso** (24,2%) e al quinto i **lupini** (18,9%), varietà più venduta delle vongole veraci (17,1%).

Il pesce fa bene alla salute: ne è convinto 1 italiano su 3

I prodotti ittici si confermano cibi da mettere in tavola per tutta la famiglia, con la convinzione che sia fondamentale variare il regime alimentare con un elemento nutritivo che fa bene alla salute. I prodotti ittici, infatti, non mancano sulle tavole degli italiani (solo il 2,5% della popolazione non li mangia, prevalentemente per una questione di gusto), ma il **42,2% consuma pesce appena 1 volta a settimana**, mentre il 12,2% lo mangia mediamente ogni 2 settimane. **Solo 1 italiano su 3 lo consuma con regolarità, due o tre volte a settimana**: un’abitudine che nel 2021 coinvolgeva 1 italiano su 5 e che oggi, tra coloro che hanno un reddito alto, è comune a 1 italiano su 2.

Per quanto riguarda il consumo a casa, complessivamente **negli ultimi due anni il consumo di pesce è rimasto stabile per il 67,3% degli italiani**, mentre il 18,2% ne ha mangiato di più, soprattutto tra le fasce di consumatori con un reddito elevato (tra questi è il 35,4% degli intervistati a dichiarare di aver consumato più prodotti ittici in casa).

Il pesce è un prodotto che per 8 famiglie su 10 è consumato da tutti, grandi e piccini, e la motivazione prevalente è la **convincione che sia necessario variare il regime alimentare** (42% degli italiani), meglio se con **prodotti ittici**, che **fanno bene alla salute** (per il 37,8% degli intervistati).

Si predilige pesce fresco pescato (32,5% in generale, 36,5% al Sud, 40,9% tra coloro che hanno una capacità di spesa elevata) **o in alternativa si passa direttamente al surgelato** (32,1%, con un 33,6% tra i consumatori del Centro Italia e 38,2% per chi ha un reddito familiare basso). Meno ricercati i prodotti ittici allevati (dal 20,8%), i freschi confezionati (5,2%) e i trasformati (4,8%).

Anche a tavola cresce l'attenzione alla sostenibilità

Sono molte le specie meno conosciute ma altrettanto buone e con un rischio di sfruttamento molto più basso, in termini di rispetto degli ecosistemi. Non è un mistero che il **Mediterraneo veda sempre più ridotta la sua pescosità e che i pesci pescati siano di taglia sempre più piccola**, perché non hanno tempo di riprodursi e di crescere. Meno conosciuto però è il fatto che una **grande fetta di pescato viene rigettata in mare non perché non buona, ma semplicemente perché priva di valore commerciale** sul mercato.

Emerge una crescente sensibilità verso questi temi, soprattutto da parte degli imprenditori più giovani. La conoscenza della materia e la disponibilità a proporre pesci diversi spesso passano anche da un ruolo educativo del ristoratore, che deve raccontare il prodotto e farlo comprendere in una narrativa che aiuta a fornire valore al piatto. Uno dei principali stereotipi, ad esempio, riguarda il pesce di allevamento, ritenuto di qualità inferiore; tuttavia, la sostenibilità passa anche da qui, da prodotti che, se certificati o a marchio biologico, garantiscono gli stessi standard qualitativi di quello pescato in alto mare.

Il pesce al ristorante

Calamari, polpo (+17,5 sul 2021), **cozze** (+13,2%), **gambero rosso, lupini e vongole veraci** sono tra i pesci più consumati dagli italiani nei ristoranti. I consumatori, fuori casa, scelgono soprattutto quei piatti della tradizione locale: le "specialità della casa" e del territorio che li ospita (17,9%), la disponibilità del pescato del giorno (11%), meglio se frutto di pesca locale (8,6%) e con un'attenzione al prezzo (14,3%). Infine l'8,8% degli italiani ritiene fondamentale l'indicazione sul piatto da parte del personale del ristorante.

La ricerca Isnart rivela come, nella scelta del ristorante di pesce quasi il 70% degli italiani segue il **consiglio di amici o familiari**. Per il 37% dei connazionali, nel processo decisionale risulta decisivo il ruolo delle **recensioni** presenti sul web, mentre le componenti del **prezzo** e della **fedeltà** verso il ristorante di fiducia sono determinanti rispettivamente per il 17,2 e il 15,8%.

Complessivamente, nel 2022 c'è stato un **incremento del consumo di pesce da parte della popolazione nazionale** rispetto all'anno precedente. In particolare si è assistito ad un evidente incremento di coloro che ordinano pesce al ristorante, che passano dal 13,2% del 2021 al 40,3% del 2022. Un'evidenza che testimonia il crescente favore nei confronti dei prodotti ittici, sempre più parte integrante della dieta degli italiani. L'aumento di consumo di pesce, soprattutto nel periodo successivo all'emergenza Covid, risulta orientato da una maggior attenzione ai corretti stili di vita, al benessere, alla salute e quindi anche alla corretta alimentazione. Una percezione che mette in luce una rinnovata consapevolezza dell'alto valore nutrizionale di questo alimento.

Ad aumentare sono anche i consumatori abituali di prodotti ittici con un +3,1% di quanti consumano pesce una volta alla settimana.

Cresce il gradimento dei prodotti ittici consumati al ristorante in particolare da parte dei più giovani che sempre più spesso consumano prodotti ittici fuori da casa: il 20,1% dei giovani tra i 18 e i 25 anni ordina pesce al ristorante (il relativo dato della popolazione italiana è del +14,1%).

Dal punto di vista dei **ristoratori** la ricerca sottolinea come la **qualità**, il **costo** e la **provenienza** dei prodotti siano fattori determinanti per rafforzare il rapporto con i clienti abituali e per la capacità di attrarre nuova clientela. I gestori dei ristoranti prediligono così acquistare, laddove possibile, pesce fresco, meglio se italiano, sostenibile e proveniente dalla **piccola pesca artigianale**. In alternativa, in modo simile al comportamento dei consumatori, la scelta ricade sul pesce surgelato, che sia di qualità e la cui provenienza sia comunque tracciabile.

Spesso purtroppo procurarsi prodotti particolari e meno blasonati è una vera e propria sfida, lo confermano i ristoratori che, tranne i pochi casi fortunati in località marittime che riescono ancora a rifornirsi dal proprio piccolo pescatore di fiducia, hanno difficoltà a trovare specie diverse.

Il ruolo dei mercati all'ingrosso e dei distributori risulta quindi essere fondamentale nell'accompagnare il processo di sensibilizzazione, rendendo disponibili sul commercio specie meno conosciute, ma altrettanto buone, con cui preparare e riscoprire piatti della tradizione per arricchire le tavole e provare qualcosa di diverso e originale. Per citarne alcune le **acciughe**, i **branzini**, i **cefali**, le **trote**, i **mitili**, le **vongole**, le **telline** e le **sogliole**, specie che ben si adattano alle ricette della dieta mediterranea e che sono di facile reperibilità nei mercati ittici di tutto il territorio italiano.

FoodHub: la sostenibilità al centro della filiera ittica

Proprio con l'obiettivo di valorizzare i prodotti che rispettano determinati criteri di sostenibilità, è nato il Progetto FoodHub, realizzato dal Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste e da Unioncamere, con la collaborazione tecnico-scientifica di Isnart, BMTI e Italmercati.

Attraverso la creazione di una piattaforma si vuole fornire agli operatori della filiera ittica uno strumento per scoprire dove si trovano i prodotti ittici sostenibili nei mercati all'ingrosso aderenti, per venderli o acquistarli.

La sfida è quella di incrementare il consumo dei prodotti caratterizzati da maggiore sostenibilità ambientale, non solo per ridurre la pressione sulle specie pescate nei nostri mari, ma anche per migliorare la sostenibilità economica della filiera ittica, utilizzando il canale privilegiato dei mercati e dei mercati all'ingrosso.



Ufficio stampa Isnart

Eprcomunicazione

Chiara Comenducci - 334 3124974 comenducci@eprcomunicazione.it