



Pesce fresco, dopo il crollo i consumi tornano a crescere

Prodotti ittici. Gli italiani ne mangiano molto (4 miliardi di spesa) anche se prediligono sempre le stesse specie: l'orata guida la classifica con il 36,5% delle preferenze seguita da salmone (30%) e nasello (27%)

Maria Teresa Manuelli

Gli italiani tornano a comprare pesce fresco, dopo la brusca freata degli acquisti dello scorso anno. Secondo le elaborazioni di Ismea su dati Niq, infatti, per i prodotti ittici nel primo trimestre 2023 è tornata a crescere la spesa, trainata dal prodotto fresco che era stato il più penalizzato nella scorsa stagione. La categoria del fresco, che pesa in valore sul comparto per oltre il 50%, è l'unica a registrare un recupero dei volumi con un incremento dell'1,7% che, associato all'incremento dei prezzi, fa crescere la spesa del 6,7%. A scapito dei prodotti ittici surgelati (-10,9%) e delle conserve ittiche (-11,2% a volume).

In Italia a fronte di una produzio-

ne nazionale stimata nel 2022 in 644 milioni di euro, il consumo totale è pari a oltre 4 miliardi di euro, comunque in buona crescita sul medio periodo se si considera che a metà del decennio scorso il suo valore era inferiore ai 3 miliardi (Cagr: +4,7% nei valori in euro).

Gli italiani amano il pesce e lo mangiano anche spesso, purtroppo però prediligono sempre le stesse specie: sul podio troviamo l'orata che guida la classifica con il 36,5% delle preferenze, il salmone preferito nel 30,8% dei casi e il nasello che si piazza al terzo posto con il 27,2 per cento.

È quanto è emerso dall'ultima ricerca sull'evoluzione dei consumi di prodotti ittici realizzata da Isnart-Istituto Nazionale Ricerche

Turistiche con il coinvolgimento dei ristoranti che aderiscono al marchio Ospitalità Italiana. La ricerca fa parte del progetto FoodHub realizzato dal Masaf e da Unioncamere con la collaborazione tecnico-scientifica di Isnart, Bmti e Italmercato per valorizzare i prodotti che rispettano criteri di sostenibilità attraverso la creazione di una piattaforma che permetta agli operatori della filiera ittica di trovare prodotti ittici sostenibili nei mercati all'ingrosso aderenti.

E a proposito di sostenibilità della

“ **Il tema sostenibilità sta diventando un fattore competitivo anche nella grande distribuzione** ”



Pesce in tavola.

In Italia a fronte di una produzione nazionale nel '22 in 644 milioni di euro, il consumo totale è oltre 4 miliardi di euro

Data: 22.07.2023 Pag.: 16
Size: 318 cm2 AVE: € 41658.00
Tiratura: 91744
Diffusione: 138603
Lettori: 713000



filiera ittica, un'altra importante iniziativa è stata varata nei giorni scorsi dalla napoletana Unifrigio Gadus. "Progetto 25" è la partnership tra l'azienda e Università Parthenope per una strategia a tutto tondo mirata a dare all'azienda un nuovo approccio sistemico e sostenibile fra il 2023 e il 2025. Seguendo i criteri Esg (Environment, Social, Governance) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, vuole arrivare alla stesura del Bilancio di Sostenibilità. Già nel 2022, l'azienda aveva ottenuto a certificazione Msc-Marine Stewardship Council a tutela della biodiversità.

Anche la distribuzione si muove su questo fronte. Per contrastare lo sfruttamento dei mari e l'inquinamento degli ecosistemi, Aldi, insieme ai suoi partner commerciali e nell'ambito della strategia di responsabilità di impresa "Oggi per domani", ha dichiarato il suo impegno ad adottare un processo di approvvigionamento sostenibile dei prodotti ittici e dei frutti di mare, che assicura un assortimento di freschi, surgelati e conserve provenienti da allevamenti e attività di pesca gestite responsabilmente.

Ha così ha redatto una lista di principi Cr e di politiche di acquisto rigorose che consentono di implementare soluzioni di approvvigionamento sostenibili da un punto di vista ambientale e sociale, come il pesce.