

Osservatorio consumi extradomestici

Dinamica dei consumi extradomestici di prodotti ittici mediante una stima degli acquisti effettuati dalla ristorazione commerciale italiana

N.3

Ottobre 2005 – Gennaio 2006

Introduzione

Obiettivi

L'Ismea, mediante il supporto tecnico di ACNielsen, si propone di monitorare l'andamento dei consumi dei prodotti ittici focalizzando l'attenzione sul consumo presso la ristorazione commerciale italiana, evidenziandone la struttura e le principali dinamiche in atto. Tale attività viene svolta nell'ambito dell'Osservatorio Consumi Ittici, nato nel 2002 nel quadro delle iniziative di assistenza tecnica alla Direzione Generale per la Pesca Marittima e l'Acquacoltura (Ministero delle Politiche Agricole e Forestali) ai sensi dei Reg. (CE) n. 1263/99 e 2792/99, nell'ambito della gestione del programma SFOP e delle iniziative finanziarie ad esso collegate.

Negli ultimi anni le abitudini degli italiani relativamente al consumo di pasti fuori dalle mura domestiche hanno subito modificazioni da ricercarsi prevalentemente nel cambiamento degli stili di vita legati alle consuetudini di consumo e di spesa. Le trasformazioni nella struttura settoriale dell'occupazione e la maggiore partecipazione della donna alla vita lavorativa e sociale hanno influito sul significato culturale che assumono i momenti conviviali da trascorrere fuori casa con la famiglia, con il partner o con gli amici.

Metodologia

Attraverso la stima degli acquisti effettuati dal canale della ristorazione commerciale in Italia, è possibile ottenere una valutazione quantitativa dei volumi di prodotti ittici consumati al di fuori delle mura domestiche.

La rilevazione, a cadenza quadrimestrale, viene realizzata da ACNielsen mediante la somministrazione di un questionario ad un campione di 750 pubblici esercizi, rappresentativo di un universo di ristoranti, suddivisi tra ristoranti high level, altri ristoranti, trattorie, pizzerie e alberghi. Il campione è stratificato mediante la disaggregazione geografica nelle quattro aree Nielsen:

- Nord-Ovest (Liguria, Piemonte, Val d'Aosta, Lombardia);
- Nord-Est (Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Veneto, Emilia Romagna);
- Centro (Toscana, Umbria, Marche, Sardegna, Lazio);
- Sud (Campania, Abruzzo, Molise, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia).

I quadrimestri di riferimento utilizzati, diversi da quelli solari, sono così strutturati:

- FMAM (febbraio, marzo, aprile, maggio);
- GLAS (giugno, luglio, agosto, settembre);
- ONDG (ottobre, novembre, dicembre, gennaio).

In questo rapporto è stato analizzato l'andamento dei consumi extradomestici di prodotti ittici nel periodo ottobre 2005 - gennaio 2006. Oggetto di studio i volumi d'acquisto e l'indice di penetrazione dei principali prodotti ittici da parte della ristorazione commerciale italiana, con un breve cenno all'analisi per area geografica. Sul sito www.ismea.it, alla voce "Filiera - Pesca e Acquacoltura", è presente l'Osservatorio Consumi Ittici, dove sono consultabili le analisi fino ad ora realizzate, con il corredo di numerose tavole statistiche.

I principali risultati dell'indagine Ismea

Gli acquisti della ristorazione commerciale

Calo degli acquisti di prodotti ittici nel quadrimestre ottobre 2005 - gennaio 2006. È quanto emerge dall'indagine Ismea - ACNielsen sui consumi extradomestici di prodotti ittici, rilevati attraverso una stima degli acquisti effettuati dalla ristorazione commerciale: 63.565 tonnellate di prodotti richiesti, in calo del 17,5% rispetto al quadrimestre precedente, giugno - settembre 2005 (tabella 1). Il confronto avviene comunque, con un quadrimestre, quello estivo durante il quale si è registrato un sensibile aumento della domanda e, quindi, una netta crescita dei consumi extradomestici di prodotti ittici: in effetti il confronto giugno - settembre 2005 con febbraio - maggio 2005 mostra un +51%. Pertanto, il calo degli acquisti nei mesi autunno - invernali è da considerarsi fisiologico, e assume una sorta di ritorno alla normalità.

La ripartizione dei consumi tra le quattro aree geografiche mostra come il Sud detenga la quota maggiore di acquisti di prodotti ittici (36,4%) ed in tale area si registra la diminuzione congiunturale più contenuta (-4,9%) rispetto ad altre parti d'Italia; seguono il Nord-Ovest ed il Centro e, a distanza, il Nord-Est della penisola.

Diversa è la variazione tendenziale, che mostra una +1,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Le regioni dell'Italia nord occidentale presentano la migliore prestazione a livello tendenziale, con una variazione positiva decisamente distante dalla media nazionale (+32,4%), mentre le regioni meridionali accusano un -11% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, calo peraltro, ancora più evidente rispetto allo stesso quadrimestre di due anni fa.

TABELLA 1 - Acquisti di prodotti ittici della ristorazione commerciale per aree geografiche

Aree geografiche	Volume (tonnellate)					Volume (Peso %)	Var. %		
	Ott 2003-Gen 2004 (a)	Ott 2004- Gen 2005 (b)	Feb - Mag 2005 (c)	Giu - Set 2005 (d)	Ott 2005- Gen 2006 (e)		Ott 2005- Gen 2006	Cong. (e)/(d) ⁽¹⁾	Tend. (e)/(b) ⁽²⁾
Italia	59.185	62.876	50.962	77.007	63.565	100,0	-17,5	1,1	7,4
Aree geografiche									
Nord-Ovest	12.299	12.639	8.158	18.142	16.733	26,3	-7,8	32,4	36,1
Nord-Est	10.218	10.171	13.625	14.763	10.378	16,3	-29,7	2,0	1,6
Centro	9.291	14.101	11.577	19.806	13.344	21,0	-32,6	-5,4	43,6
Sud	27.378	25.965	17.601	24.296	23.109	36,4	-4,9	-11,0	-15,6

(1) La variazione è stata ottenuta ponendo a confronto i dati relativi al periodo ott '05 - gen '06 (e), rispetto a quelli del periodo giu - set '05 (d)

(2) La variazione è stata ottenuta ponendo a confronto i dati relativi al periodo ott '05 - gen '06 (e), rispetto a quelli del periodo ott '04 - gen '05 (b)

(3) La variazione è stata ottenuta ponendo a confronto i dati relativi al periodo ott '05 - gen '06 (e), rispetto a quelli del periodo ott '03 - gen '04 (a)

Fonte: Ismea-ACNielsen.

Gli acquisti per aree geografiche

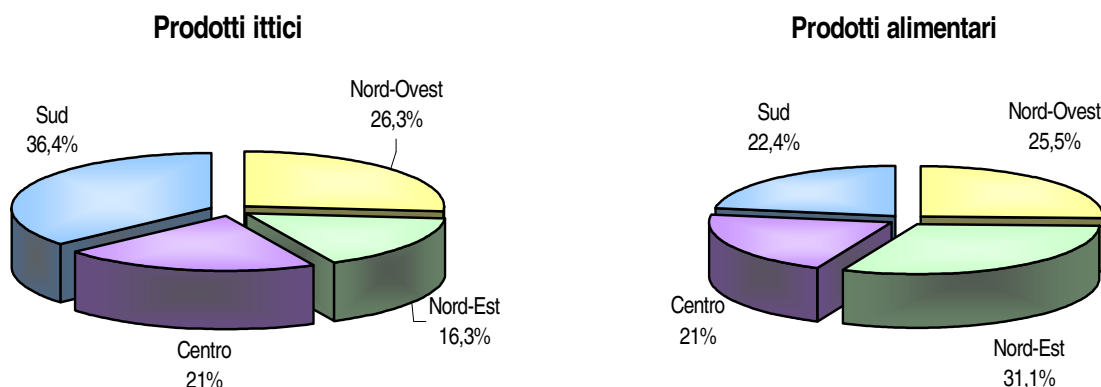
Il Sud Italia si conferma come area a più elevato consumo di pesce fuori casa, anche se gli acquisti extradomestici sono scesi da 24.296 tonnellate del secondo quadrimestre a 23.109 tonnellate del terzo quadrimestre del 2005.

Sale al secondo posto il Nord-Ovest, con 16.733 tonnellate, poco più di un quarto del totale nazionale, mentre scende in terza posizione il Centro che, dopo l'ottima performance dello scorso quadrimestre, ha mostrato un netto calo degli acquisti extradomestici di prodotti ittici, in particolare di molluschi freschi, bivalvi e cefalopodi.

Infine, il Nord-Est della penisola che, con 10.378 tonnellate, concentra il 16,3% circa degli acquisti italiani extradomestici di prodotti ittici. Il quadrimestre in esame ha registrato un netto calo congiunturale (-29,7%) ma una crescita tendenziale del 2%, dovuta ai maggiori volumi di acquisti extradomestici di pesci, crostacei e molluschi freschi.

Confrontando la ripartizione percentuale per area geografica degli acquisti di prodotti ittici con quelli dei prodotti alimentari nel loro complesso emerge che il Sud prevale negli acquisti extradomestici dei prodotti ittici, mentre il Nord-Est per il totale degli acquisti extradomestici dei prodotti alimentari (grafico 2). Il Nord-Ovest ed in particolare il Centro concentrano la stessa percentuale di acquisti extradomestici sia che si tratti di prodotti alimentari nel complesso che solo di prodotti ittici.

GRAFICO 1 – Ripartizione percentuale degli acquisti extradomestici per area geografica di prodotti alimentari e di prodotti ittici a confronto (Ott 2005 – Gen 2006)



Fonte: Ismea-ACNielsen.

La penetrazione dei prodotti

Il calcolo dell'indice di penetrazione consente di valutare il grado di diffusione dei diversi prodotti ittici presso la ristorazione. Tale indice è dato, infatti, dal peso percentuale del numero di esercizi che, nel periodo in esame, hanno acquistato almeno una volta un prodotto ittico sul totale degli esercizi intervistati.

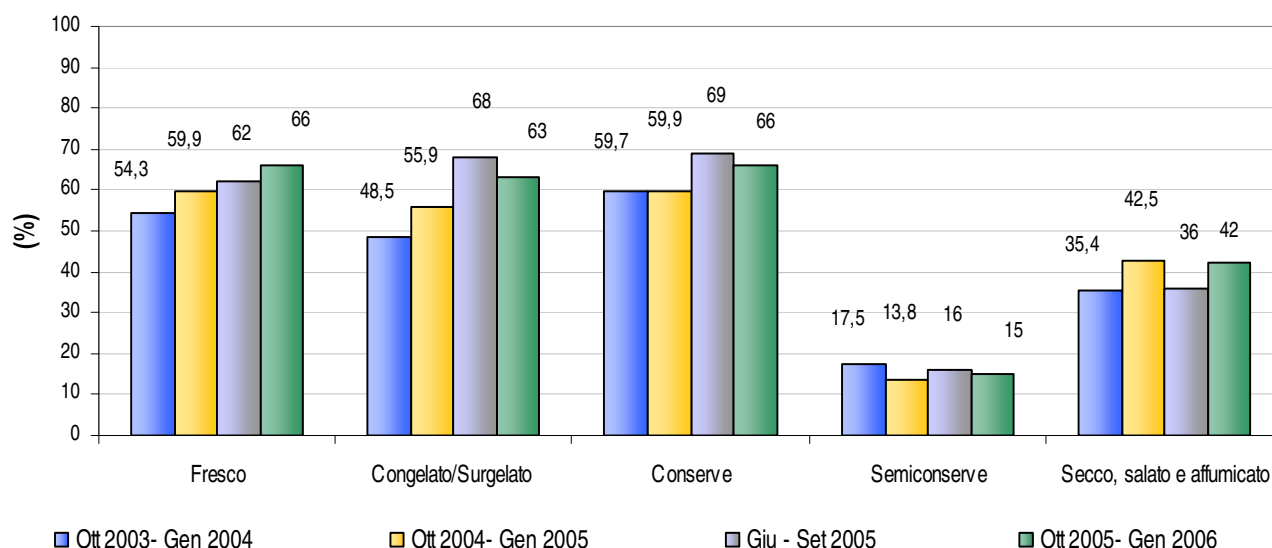
Nonostante il calo dei volumi di acquisto, come emerso sopra, nel terzo quadrimestre del 2005 il grado di penetrazione complessivo per la categoria dell'ittico appare in crescita rispetto al quadrimestre precedente e, in maniera più sostenuta, rispetto al corrispondente del 2004. In altri termini, nel periodo in esame è aumentato il numero di ristoratori che ha acquistato prodotti ittici, ma sono diminuite le quantità acquistate; sono i menù natalizi a presentare le proposte più prelibate, con piatti a base di pesce e molluschi freschi.

Inoltre, nel quadrimestre in esame il grado di penetrazione presenta il

valore più alto nelle aree del Sud Italia, dove raggiunge il 98%, mentre quello più basso nel Nord Est, con l'88%; il Centro e il Nord-Ovest si collocano rispettivamente al 92% e al 93%.

In Italia, il livello di penetrazione raggiunge complessivamente il 92%: spiccano i molluschi freschi, il cui consumo interessa il 60% dei punti ristoro della penisola, aumentato di 8 punti percentuali rispetto al quadrimestre precedente e di oltre 4 punti percentuali rispetto allo stesso quadrimestre del 2004; altre categorie del fresco che presentano più alti livelli di penetrazione sono i pesci di mare mentre, più a distanza, vi sono i crostacei ed i pesci d'acqua dolce (grafico 3). I pesci di mare ed i molluschi freschi sono maggiormente richiesti dai consumatori extradomestici del Sud Italia.

GRAFICO 2 – Indice di penetrazione dei principali gruppi di prodotto nella ristorazione commerciale in Italia



Fonte: Ismea-ACNielsen.

Tra i prodotti congelati/surgelati, acquistati dal 63% dell'universo ristoratori, prevalgono crostacei e molluschi. Al Centro, in particolare, a confronto con gli altri prodotti ittici acquistati, i prodotti congelati, crostacei e molluschi in primis, presentano gli indici di penetrazione più elevati: acquistati infatti dal 77% dei ristoratori del Centro Italia, al di là del calo a livello congiunturale, hanno registrato una crescita di oltre 3 punti percentuali rispetto allo stesso periodo del 2004.

Alta la penetrazione per le conserve di pesce, che sono acquistate dal 66% dell'universo ristoratori, da attribuire essenzialmente al notevole acquisto di tonno in scatola, sia sott'olio che al naturale (62%).

Una fetta consistente della ristorazione, pari al 42% del totale, acquista pesce secco, salato e affumicato, principalmente al Centro Italia, mentre solo il 15% dell'universo acquista semiconserve, soprattutto nel Nord-Ovest.

Nel quadrimestre in esame, i valori dell'indice di penetrazione dei prodotti ittici freschi hanno segnato un incremento di 4 punti percentuali rispetto al quadrimestre precedente, dovuto anche alle maggiori richieste di pesci e molluschi freschi in occasione delle feste natalizie. Le preferenze dei ristoratori si orientano infatti maggiormente sul prodotto fresco. Sulla

Gli acquisti per tipologia di prodotto

scia della forte richiesta da parte dei consumatori prediligono in particolare l'acquisto dei molluschi. Nella graduatoria dei prodotti maggiormente proposti nei menù natalizi e di fine anno, cozze, orate, vongole e spigole.

Valutando l'orientamento dei ristoratori italiani nei riguardi delle diverse tipologie di prodotti ittici si osserva come una quota rilevante dei consumi extradomestici è costituita dal pesce, molluschi e crostacei freschi (64,5%) seguiti a distanza dai congelati/surgelati (29,2%) e, per finire, dalle conserve e semiconserve (4,6%); irrilevante la quota dei prodotti ittici secchi, salati e affumicati (1,7%).

Come riportato nella tabella 2, si evince che i ristoratori italiani prediligono l'acquisto di molluschi sia tra i prodotti freschi (con un'incidenza del 33% sul totale degli acquisti), in particolare cozze e vongole, che tra i prodotti congelati/surgelati (13,3%); tra questi ultimi, calamari, polpi, seppie e totani sono i più apprezzati e richiesti. Seguono, tra il fresco, il pesce di mare che mostra un'incidenza del 21,1% sul totale dei prodotti ittici, mentre il 7% è rappresentato dai crostacei; tale percentuale di acquisti cresce nel caso nei crostacei congelati/surgelati (8,1%).

Calo a livello congiunturale per tutti i prodotti ad eccezione dei pesci secchi, salati e affumicati. A livello tendenziale, invece, si è registrato un lieve incremento per il totale dei prodotti ittici acquistati dovuto ai maggiori acquisti di prodotti congelati (esclusi i molluschi), conserve e semiconserve. Variazione tendenziale negativa invece per i crostacei freschi, i molluschi freschi e congelati e per il pesce secco, salato e affumicato.

TABELLA 2 - Acquisti della ristorazione commerciale italiana per tipologie di prodotto

Tipologie di prodotto	Volume (tonnellate)					Volume (Peso %)	Var. %		
	Ott 2003- Gen 2004 (a)	Ott 2004- Gen 2005 (b)	Feb - Mag 2005 (c)	Giu - Set 2005 (d)	Ott 2005- Gen 2006 (e)	Giu - Set 2005	Cong. (e)/(d) ⁽¹⁾	Tend. (e)/(b) ⁽²⁾	Tend. (e)/(a) ⁽³⁾
TOTALE PRODOTTI ITTICI	59.185	62.876	50.962	77.007	63.565	100,0	-17,5	1,1	7,4
Fresco	40.744	42.028	31.353	48.295	40.975	64,5	-15,2	-2,5	0,6
Pesce di mare	12.813	12.890	10.964	14.052	13.394	21,1	-4,7	3,9	4,5
Pesce d'acqua dolce	1.532	1.815	2.007	2.236	2.200	3,5	-1,6	21,2	43,5
Molluschi	21.254	21.853	15.151	25.678	20.955	33,0	-18,4	-4,1	-1,4
Crostacei	5.145	5.470	3.230	6.330	4.427	7,0	-30,1	-19,1	-13,9
Congelato/Surgelato	15.408	17.763	16.688	24.480	18.552	29,2	-24,2	4,4	20,4
Pesci	3.539	4.774	4.257	5.662	4.986	7,8	-11,9	4,5	40,9
Molluschi	8.288	8.570	8.376	12.250	8.436	13,3	-31,1	-1,6	1,8
Crostacei	3.582	4.419	4.055	6.568	5.130	8,1	-21,9	16,1	43,2
Conserve	1.562	1.520	1.707	2.512	2.463	3,9	-2,0	62,0	57,7
Semiconserve	352	316	366	688	470	0,7	-31,7	48,8	33,5
Secco, salato e affumicato	1.120	1.250	849	1.032	1.105	1,7	7,0	-11,6	-1,3

1) La variazione è stata ottenuta ponendo a confronto i dati relativi al periodo ott '05 - gen '06 (e), rispetto a quelli del periodo giu - set '05 (d)

2) La variazione è stata ottenuta ponendo a confronto i dati relativi al periodo ott '05 - gen '06 (e), rispetto a quelli del periodo ott '04 - gen '05 (b)

3) La variazione è stata ottenuta ponendo a confronto i dati relativi al periodo ott '05 - gen '06 (e), rispetto a quelli del periodo ott '03 - gen '04 (a)

Fonte: Ismea-ACNielsen.

I principali prodotti ittici acquistati

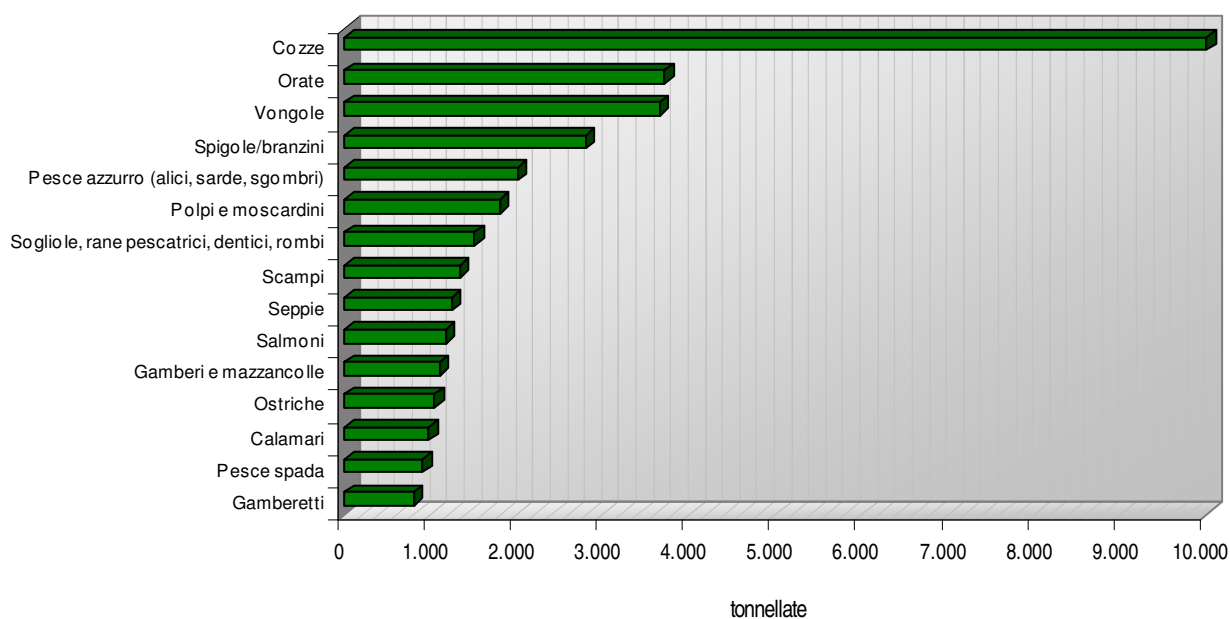
Nell'ambito degli oltre cinquanta prodotti, contemplati nel questionario somministrato agli operatori della ristorazione, i principali prodotti freschi in ordine di importanza sui volumi di acquisto, sono analizzati con maggior dettaglio come riportato nel grafico 4. Questo approfondimento riguarda soltanto i prodotti ittici freschi data l'elevata importanza che essi assumono nella ristorazione: rappresentano, infatti, il 64,5% del totale, per un volume complessivo di 40.975 tonnellate in tutto il quadrimestre di riferimento.

I consumi extradomestici di cozze o mitili, pur in calo rispetto al quadrimestre precedente, permangono a primo posto in assoluto nell'ordine degli acquisti, per un volume di 10 mila tonnellate, pari al 15,8% del totale ittico e pari a un quarto del totale prodotti ittici freschi. Sono diminuite anche le richieste delle vongole che si portano in terza posizione e rappresentano l'8,9% dei prodotti ittici freschi, per un volume di acquisto, nel terzo quadrimestre 2005, di poco meno di 3,7 mila tonnellate. In controtendenza l'andamento delle ostriche, molluschi bivalvi che dato il loro pregio gastronomico riescono a spuntare i prezzi più elevati. L'ostrica piatta (*Ostrea edulis*), certamente la più pregiata, ha carni prelibate e dolci, oltre che facilmente digeribili. È una specie delle nostre acque e viene allevata in acque profonde. Caratteristiche particolari della specie sono il profumo di iodio e il retrogusto di nocciola, aspetti che la rendono particolarmente apprezzata dai palati più raffinati. L'ostrica concava (*Crassostrea gigas*), meno pregiata, è una specie alloctona allevata nelle zone antistanti le baie, quelle della Bretagna in particolare. La conchiglia ha una forma allungata, irregolare e concava. Le carni sono sode, ma tenere ed hanno un sapore deciso e salino. Ottima performance per le orate, molto apprezzate dai ristoratori italiani nel quadrimestre in esame, che hanno raggiunto le 3,7 mila tonnellate e si sono portate in seconda posizione, superando le spigole che invece sono scese a 2,8 mila tonnellate (-21,8% rispetto al quadrimestre precedente) e si sono collocate in quarta posizione tra i principali prodotti freschi.

Seguono nella graduatoria alcune specie di pesci: sardine, alici e sgombri, al quinto posto, con 2 mila tonnellate, e sogliole, passere, rombi, e altre specie demersali come rane pescatrici e dentici, al settimo posto, con 1,5 mila tonnellate; entrambi i raggruppamenti hanno registrato una flessione negli acquisti dovuta alla stagionalità della domanda e nel caso del pesce azzurro anche dell'offerta: pur essendo pescato tutto l'anno con reti da posta, il pesce azzurro si pesca in maggior quantità soprattutto fra maggio e settembre con reti da traino pelagiche dette "volanti" e con particolari reti a circuizione chiamate "ciancioli" e "lampare". Altri prodotti a base di pesce apprezzati nei pasti fuori casa sono costituiti da salmone e da pesce spada: richiesti maggiormente al Nord-Ovest i salmoni, mentre al Sud i pesci spada.

Tra i molluschi cefalopodi, polpi, moscardini, seppie e calamari, sono le specie maggiormente consumate nel terzo quadrimestre 2005 pur avendo subito un grosso taglio degli acquisti di extradomestici rispetto al quadrimestre precedente. Il paniere dei primi quindici prodotti maggiormente apprezzati dai ristoratori italiani si completa con scampi, gamberi, mazzancolle e gamberetti, tra i crostacei, tutte specie interessate da un calo degli acquisti extradomestici. In controtendenza, si registra l'aumento negli acquisti di astici e aragoste, specie pregiate per l'elevata qualità delle carni e riservate ad un consumo elitario a causa del prezzo più elevato, i cui volumi sono passati da 481 tonnellate del secondo quadrimestre alle 668 tonnellate attuali (+38,8%), maggiormente consumate nelle festività di fine anno.

GRAFICO 2 – I principali prodotti ittici freschi acquistati dalla ristorazione commerciale italiana (Ott 2005 – Gen 2006)



Fonte: Ismea-ACNielsen.


Gli acquisti per tipologie di prodotto e per aree geografiche

Il Sud si caratterizza da sempre come area di elevata vocazione per il consumo di pesce, sia in casa che fuori. In controtendenza con il dato nazionale, sono in crescita rispetto al quadrimestre precedente i prodotti freschi, maggiormente proposti nei menù della ristorazione meridionale (rappresentano il 79% degli acquisti effettuati nell'area). Al Sud, sono molto apprezzati i mitili o cozze, che incidono sul totale per oltre il 22,4%, aumentati sia a livello congiunturale ma soprattutto a livello tendenziale, mentre sono diminuiti i consumi di vongole, le cui quote di acquisto sono state pari al 4,4% del totale prodotti ittici nel Meridione. Tra i crostacei, a fronte della sostenuta flessione dei volumi di consumo fuori casa di gamberi e mazzancolle, passati da 1.261 tonnellate a 357 tonnellate, sono cresciuti gli acquisti di gamberetti che hanno raggiunto attualmente le 564 tonnellate (+63,5% rispetto al secondo quadrimestre).

Anche al Nord-Ovest, area che nel periodo di riferimento si colloca al secondo posto per quantitativi acquistati nell'ambito extradomestico, sono maggiormente apprezzati i molluschi nei pasti fuori casa, in particolare cozze e vongole fresche. Molto richieste anche le specie eurialine, tra i pesci freschi, e i molluschi, tra i congelati/surgelati. Inoltre, nell'area si concentra il 40% degli acquisti extradomestici di pesci d'acqua dolce, in particolare di trote.

Il Centro Italia, come già esposto in precedenza, ha registrato una forte variazione negativa nei consumi extradomestici dal secondo quadrimestre 2005 al terzo quadrimestre del 2005; in controtendenza, risultano in crescita i pesci d'acqua dolce, tra i freschi, astici e aragoste, tra i crostacei freschi, le ostriche, tra i bivalvi, e i pesci secchi, salati e affumicati. Infine, nei ristoranti del Nord-Est acquistano una maggiore importanza, oltre ai molluschi bivalvi, anche i cefalopodi, calamari e polpi in particolare, i crostacei freschi, gamberi, mazzancolle e scampi in primis, e le specie ittiche pescate o allevate nella laguna, come alcuni pesci piatti, le spigole e le orate.

Dalla ripartizione dei volumi d'acquisto tra le aree geografiche emerge



che, per le principali specie di prodotti ittici freschi le percentuali più elevate di acquisti sono assorbite al Sud Italia (44,9%), come ad esempio i molluschi, il pesce di mare e i crostacei (tabella 3). Il Nord-Ovest, invece, concentra la maggiore richiesta di pesce d'acqua dolce e di semiconserve; per quanto riguarda le conserve, invece, sono più richieste al Nord-Est. Il Centro assorbe infine, i volumi maggiori di tutti i prodotti congelati/surgelati.

TABELLA 3 - Acquisti della ristorazione commerciale per tipologia di prodotto e ripartizione geografica (Ott 2005 – gen 2006)

Tipologie di prodotto	Volume (peso %)					Volume (peso %)				
	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Totale Italia	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud	Totale Italia
TOTALE PRODOTTI ITTICI	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	26,3	16,3	21,0	36,4	100,0
Fresco	61,0	53,4	51,2	79,6	64,5	24,9	13,5	16,7	44,9	100,0
Pesce di mare	21,0	15,1	16,6	26,4	21,1	26,3	11,7	16,5	45,5	100,0
Pesce d'acqua dolce	5,3	3,2	2,7	2,7	3,5	40,6	15,2	16,2	27,9	100,0
Molluschi	29,1	26,5	26,8	42,2	33,0	23,2	13,1	17,0	46,6	100,0
Crostacei	5,5	8,5	5,1	8,4	7,0	20,8	19,9	15,5	43,8	100,0
Congelato/Surgelato	32,2	35,9	42,4	16,4	29,2	29,0	20,1	30,5	20,4	100,0
Pesci	8,5	10,7	11,9	3,7	7,8	28,7	22,4	31,9	17,0	100,0
Molluschi	15,5	16,5	19,2	6,8	13,3	30,7	20,3	30,4	18,6	100,0
Crostacei	8,2	8,7	11,2	5,9	8,1	26,6	17,5	29,2	26,7	100,0
Conserve	4,5	7,5	3,0	2,3	3,9	30,6	31,4	16,3	21,7	100,0
Semiconserve	1,5	0,8	0,8	0,1	0,7	52,6	16,6	23,9	6,9	100,0
Secco, salato e affumicato	0,9	2,6	2,6	1,5	1,7	13,2	24,1	31,3	31,4	100,0

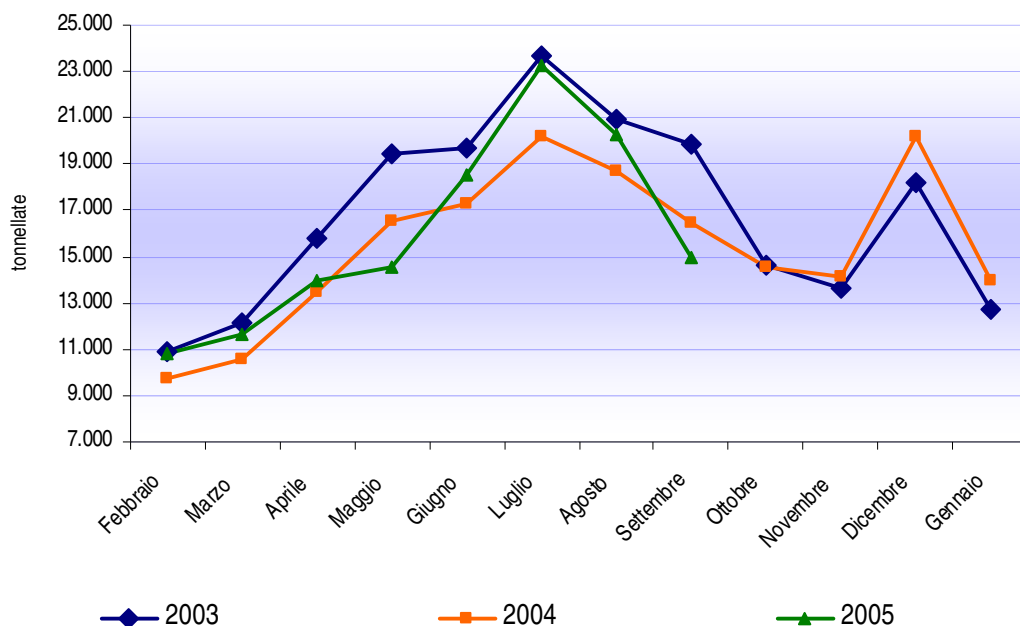
Fonte: Ismea-ACNielsen.

Andamento mensile degli acquisti di prodotti ittici

E' stato chiesto ai ristoratori di fornire una valutazione percentuale della ripartizione mensile dei loro acquisti di prodotti ittici nell'arco del quadrimestre preso in esame.

Dal grafico 4, nel quale sono riportati i dati mensili, dal febbraio 2003 al gennaio 2006, degli acquisti extradomestici, emerge che il minimo assoluto degli acquisti in volume si è avuto nel febbraio del 2004, mentre il massimo assoluto nel luglio del 2003, estate in cui le alte temperature hanno comportato un sensibile aumento della domanda e quindi, una crescita dei consumi extradomestici di prodotti ittici. Nel 2005, dopo il minimo raggiunto a febbraio, si è registrata una ripresa particolarmente evidente nei mesi di maggio e giugno che sono mesi di eventi importanti come le comunioni ed i matrimoni, spesso festeggiati al ristorante. Nel luglio 2005 si è raggiunto un picco di massimo, peraltro non molto lontano da quello del luglio 2003. Successivamente, è iniziato il declino degli acquisti che è proseguito fino a novembre. Nel mese di dicembre, in linea con quanto accaduto gli anni precedenti, si è avuta una ripresa collegata alle festività natalizie e di fine anno, durante le quali non mancano le occasioni conviviali fuori dalle mura domestiche. Con l'inizio del 2006, calano nuovamente i consumi extradomestici riportandosi ai valori registrati gli anni precedenti.

GRAFICO 4 - Andamento mensile degli acquisti in volume di prodotti ittici (Febbraio 2003 - Settembre 2005)



Fonte: Ismea-ACNielsen.

Modalità di approvvigionamento dei prodotti ittici

Nel quadrimestre in esame, i ristoranti italiani hanno seguito il consueto schema di approvvigionamento che vede gli acquisti più consistenti presso i grossisti ed importatori nazionali, seguiti dai punti vendita della distribuzione moderna e dalle pescherie. Mentre i grossisti/esportatori esteri assumono un ruolo marginale insieme alle imprese di pesca, di acquacoltura e di lavorazione o trasformazione nazionale (tabella 4). Inesistenti gli acquisti presso i produttori e le industrie di trasformazione estere.

I grossisti/importatori nazionali e le pescherie veicolano ancora una grossa fetta del prodotto fresco destinato al consumo extradomestico: il 32,2% dei ristoratori acquista presso i grossisti/importatori nazionali ed il 16,6% presso le pescherie; solo il 5,7% si rivolge a ipermercati, supermercati e discount. La grande distribuzione appare di maggior rilievo tra i canali di acquisto dei prodotti ittici conservati e semiconservati, mentre ha un ruolo di minore rilievo per i congelati.

Gli acquisti di pesce congelato/surgelato, in base alle risposte fornite dai ristoratori intervistati, vengono effettuati per il 53,9% presso i grossisti/importatori nazionali, per il 9,2% presso i punti vendita della GDO e per il 3,4% presso le pescherie.

Anche gli acquisti di conserve ittiche si svolgono prevalentemente presso i grossisti/importatori nazionali (42,5%) e anche presso i punti vendita della distribuzione moderna (19,3%). I grossisti/importatori nazionali sono, infine, anche il principale canale di approvvigionamento del pesce secco, salato e affumicato, visto che vi si rifornisce per il 100% il 40,1% dei ristoratori.

TABELLA 4 – Principali fornitori di prodotti ittici (possibili più preferenze) (Feb. 2003 – Gen. 2006)

Tipologia fornitore	Pesce fresco (%)	Pesce congelato/ surgelato (%)	Conserve e semiconserve di pesce (%)	Pesce secco, salato e affumicato (%)
Grossisti/importatori nazionali	32,2	53,9	42,5	46,9
≤ 50%	6,0	3,4	2,5	2,2
> 50% (escluso 100%)	3,8	7,1	4,1	4,6
100%	22,3	43,4	36,0	40,1
Pescherie	16,6	3,4	1,1	3,5
≤ 50%	4,9	2,6	1,1	2,2
> 50% (escluso 100%)	3,3	0,0	0,0	0,0
100%	8,4	0,8	0,0	1,4
Iper - Super - Discount	5,7	9,2	19,3	12,5
≤ 50%	3,5	5,5	7,9	5,4
> 50% (escluso 100%)	0,5	0,8	0,5	1,1
100%	1,6	2,9	10,9	6,0
Imprese di pesca nazionali	2,7	0,5	0,0	0,8
Imprese di acquacoltura nazionali	0,5	0,0	0,0	0,0
Produttori esteri (pesca e acq.)	0,0	0,0	0,0	0,0
Grossisti/esportatori esteri	1,1	2,4	3,8	1,6
Industrie di lav/trasf. nazionali	0,5	2,4	1,1	1,9
Industrie di lav/trasf. esteri	0,0	0,0	0,0	0,0
Altro	5,7	5,0	7,9	3,8

Fonte: Ismea-ACNielsen.

Ismea – Direzione Mercati e Risk Management
Unità Operativa Rilevazione ed Elaborazione Dati
Responsabile Unità: Patrizio Piozzi (+39) 06-85568.536
Redazione: Alba Pietromarchi (+39) – 06.85568.559