

Consumi ittici a più di un anno dall'inizio dell'emergenza Covid19

I consumi domestici dei prodotti ittici



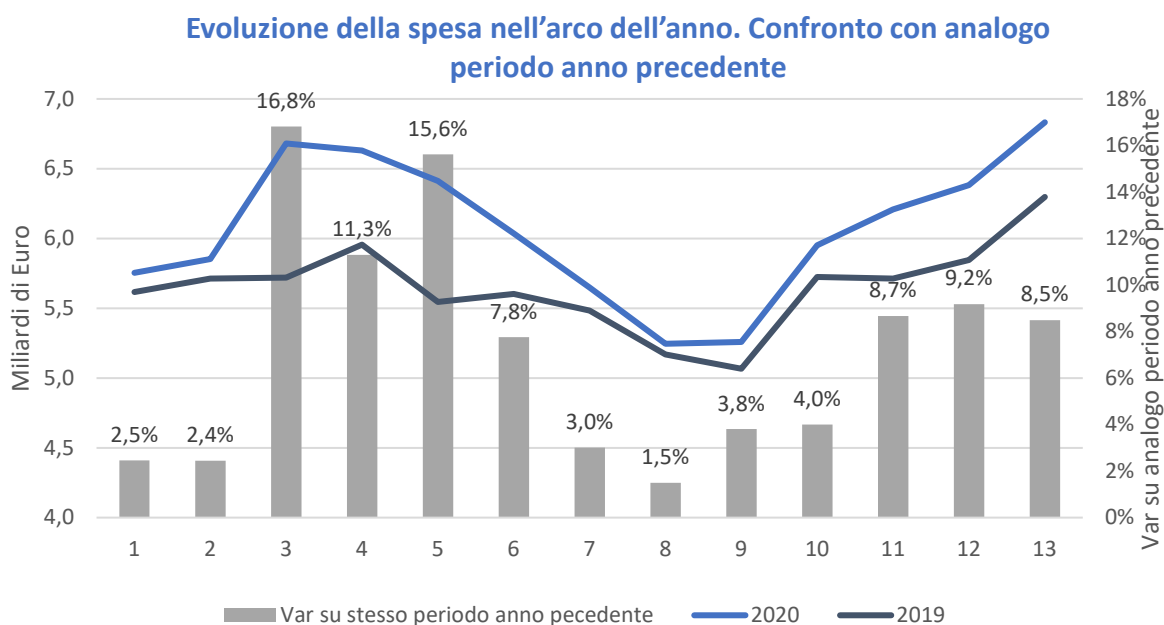
Maggio 2021

INDICE

1. COSA È SUCCESSO NEL 2020.....	2
2. COME CAMBIA LA SPESA E IL MODO DI AFFRONTARLA ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.	
3. COME CAMBIANO I VOLUMI DI PRODOTTO ITTICO NEL CARRELLO.....	4
4. LE PERFORMANCE DEI DIVERSI SEGMENTI.....	5
5. IL PROFILO DEL CONSUMATORE NEL QUINQUENNIO.....	7

1. Cosa è successo nel 2020

Le restrizioni alla socialità e le limitazioni ai pubblici esercizi imposte dai vari Dpcm hanno avuto dei riflessi diretti sulla spesa domestica di *food and beverage* delle famiglie, determinando un forte incremento dei consumi tra le mura domestiche in corrispondenza delle fasi più critiche dell'emergenza epidemiologica. Mentre in occasione del primo *lockdown* (9 marzo-5 maggio) l'impennata della spesa ha risentito anche della componente emotiva e della conseguente "corsa all'accaparramento" dei prodotti di prima necessità, nella seconda ondata pandemica la situazione si è quasi normalizzata, pur manifestando significativi incrementi rispetto allo stesso periodo del 2019. Nel trimestre marzo-maggio l'aumento del valore degli acquisti è stato a doppia cifra, superando in alcune settimane di marzo addirittura il 20%. Con l'allentamento delle misure nell'estate 2020 l'andamento degli acquisti si è riavvicinato ai valori del 2019 per poi ricominciare a correre verso l'autunno, con i primi segnali della recrudescenza del virus, senza tuttavia mai toccare i picchi registrati durante la prima fase di emergenza.



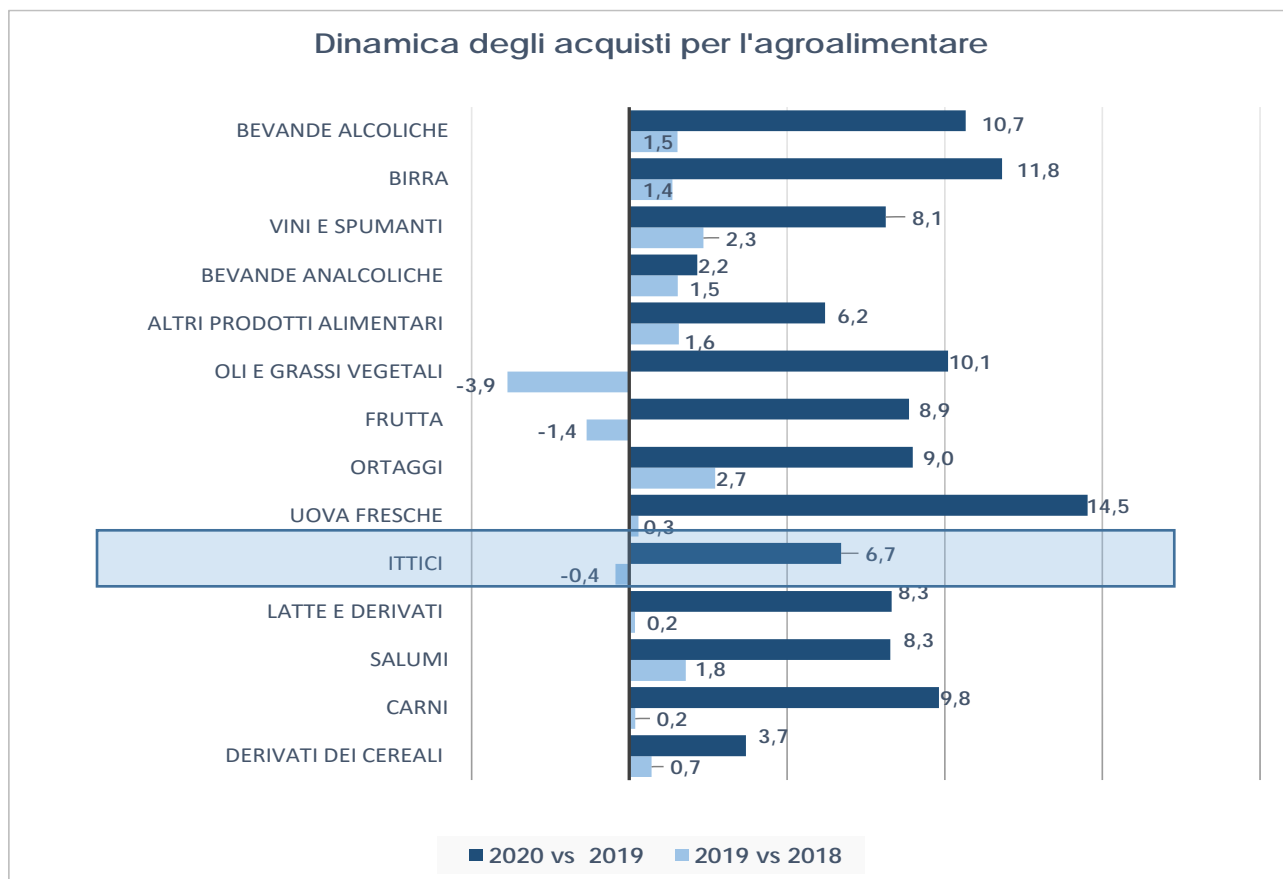
2. I Consumi alimentari ai tempi del Covid-19

Alcuni fenomeni hanno contraddistinto i consumi alimentari ai tempi del Covid-19. Tra questi, la tendenza a privilegiare i negozi di prossimità a scapito delle superfici più grandi e di ridurre gli atti di acquisto aumentando lo scontrino medio, per limitare le occasioni di contagio. Il 2020 è stato contrassegnato poi dal boom degli acquisti on line di generi alimentari che ha più che raddoppiato il suo giro d'affari (+117%), attraendo nuove fasce di consumatori, fino a quel momento poco inclini ad acquistare su internet e determinando lo sviluppo anche di nuove iniziative di e-commerce spesso in risposta alla chiusura di altri canali commerciali.

A trainare l'incremento della spesa durante lo scorso anno sono stati i prodotti confezionati (+8%), per effetto del cosiddetto "effetto scorta", in un contesto comunque molto positivo anche per le referenze del fresco (+5,9%).

I primi comparti a registrare un incremento sostenuto delle vendite sono stati quello delle uova, delle farine, dei surgelati, **del tonno** e dei salumi confezionati (con incrementi superiori al 20%). A consuntivo le categorie che hanno mostrato maggiore dinamicità sono anche quelle che hanno risentito di più della chiusura del canale Horeca (birre, bevande alcoliche, vini e spumanti, carni, salumi e formaggi). L'aggregato **dei prodotti ittici** freschi, conservati e trasformati) ha registrato vendite superiori di quasi il 7% sull'anno precedente, in decisa controtendenza rispetto all'andamento negativo mostrato nel 2019.

Prodotti ittici totali: evoluzione degli acquisti in volume



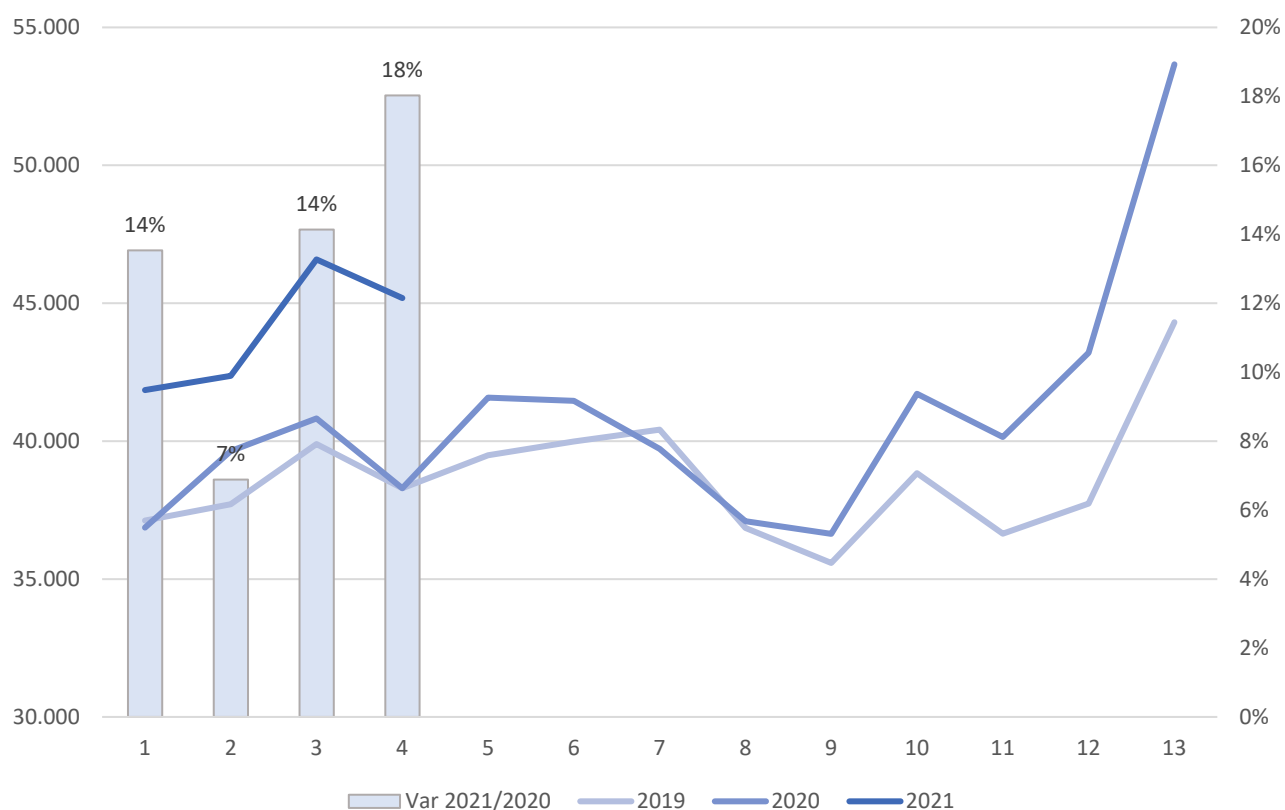
Fonte: Ismea-Nielsen

3. Acquisti di pesce: come è cambiata la composizione del carrello

Per il comparto ittico il bilancio a fine anno è in positivo per tutte le categorie, seppure nel complesso inferiore alla media del totale agroalimentare. A incidere negativamente sono state le oscillazioni del segmento del fresco sfuso che in alcuni mesi (aprile e luglio) ha segnato anche delle flessioni rispetto al 2019, dovute anche alla discontinuità dell'offerta. Fortemente condizionato nel primo periodo da problematiche di tipo logistico e dalle misure di mitigazione adottate (riduzione delle giornate di pesca, chiusura dei mercati ittici, difficoltà di rifornirsi dai mercati esteri) e nei mesi estivi dalla maggior richiesta da parte dei ristoranti, il segmento del fresco ha avuto poi una importante ripresa nella fase finale dell'anno (+21% a dicembre) che ha riportato l'intero comparto in terreno positivo. Il segmento del pesce fresco che rappresenta quasi il 50% dell'offerta, a causa delle dinamiche sopra esposte, ha messo a segno solo un +2%, a fronte di una crescita del 16% del prodotto congelato (che rappresenta circa il 20% del totale).

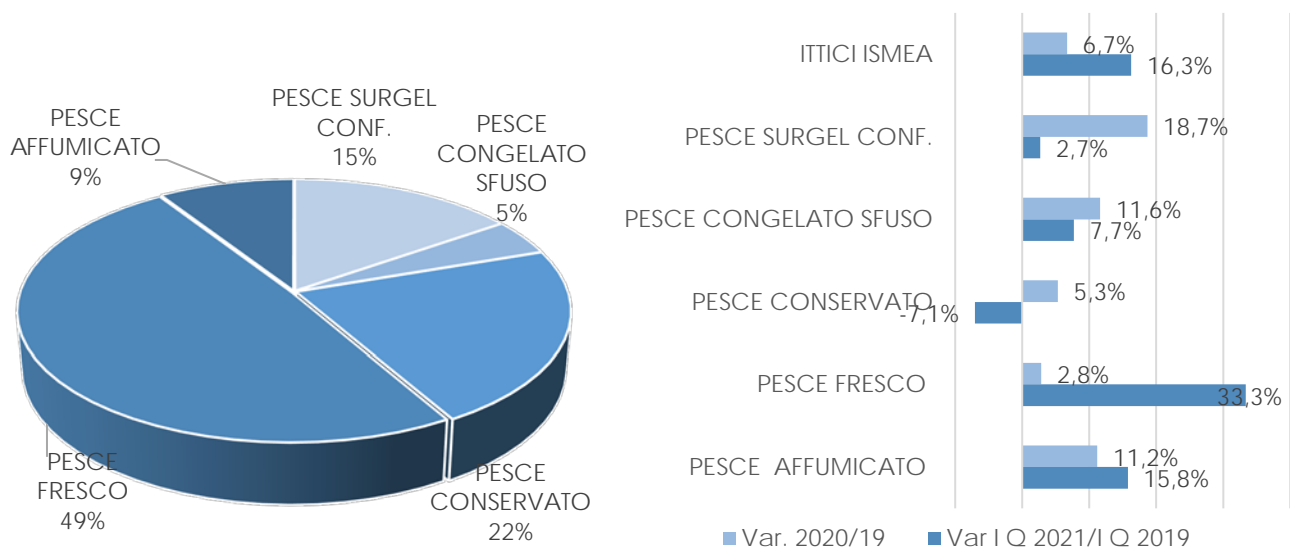
Il recupero dei consumi domestici non sembra quindi essere stato sufficiente a compensare i mancati introiti presso i canali dell'Horeca. Secondo quanto emerge dal report sull'Andamento dell'Economia agricola nel 2020 reso noto in questi giorni dall'Istat, il settore ha visto **un deciso ridimensionamento tanto della produzione (-8,8%) che del valore aggiunto (-5,3%)**.

Prodotti ittici totali: evoluzione degli acquisti in volume



Fonte: Ismea-Nielsen

I prodotti ittici - Quote e variazioni della spesa su base annua



Fonte: Ismea/Nielsen Consumer Panel

Nel primo trimestre del 2021 il comparto ittico è, insieme a quello delle bevande, il più dinamico mostrando una spesa in crescita del **15% su base annua**, dopo un anno caratterizzato da evidenti difficoltà che ne hanno determinato una continua oscillazione delle performance. I dati del mese di aprile sono ancora più marcati, con un **+18%** rispetto allo scorso aprile.

4. Le performance dei diversi segmenti

Il fresco, nel periodo iniziale del *lockdown* ha sofferto in maniera evidente gli effetti delle limitazioni per il contenimento dei contagi, con una domanda quasi azzerata di prodotti di pregio da parte della ristorazione, vuoti di offerta nella Gdo e una domanda finale maggiormente orientata a prodotti facilmente conservabili, dato il diradamento degli atti di acquisto. Ma dopo un andamento altalenante, la spesa per gli ittici freschi ha mostrato una netta ripresa nella fase finale dell'anno (nel mese di dicembre ha segnato la miglior performance con un **+21%** rispetto all' analogo periodo dell'anno precedente) che gli ha permesso il superamento dei risultati del 2019.

L'analisi che segue divide il comparto in quattro segmenti: freschi, affumicati, surgelati e conservati, per analizzarne le diverse dinamiche nel carrello della spesa.

Nel primo quadrimestre 2021 le vendite di **prodotti ittici freschi** crescono vertiginosamente arrivando a toccare il **+33,3%** rispetto all' analogo periodo dello scorso anno.

Le vendite di questo segmento sono rappresentate per due terzi da "pesci" (68% in valore e 64% in volume), venduti interi, sfilettati o in trance, il restante terzo da molluschi (21% in valore e 27% in volume) e da crostacei (11% in valore e 9% in volume).

A trainare le vendite nel 2021 sono soprattutto molluschi e crostacei, con incrementi superiori al 40% dopo un 2020 già chiuso in positivo (rispettivamente **+18,3%** e **+4,5%** in termini di spesa).

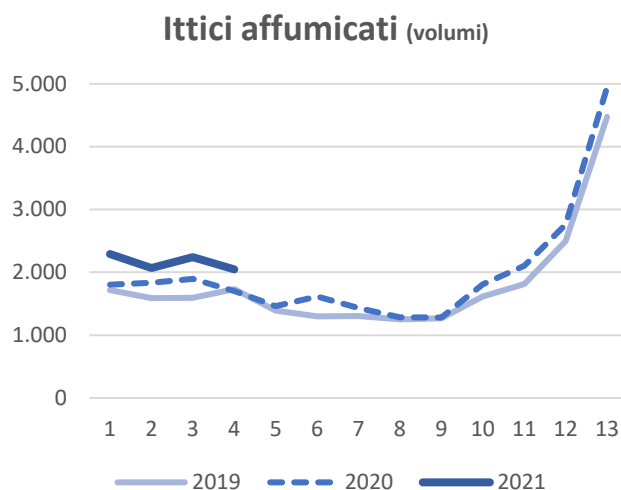
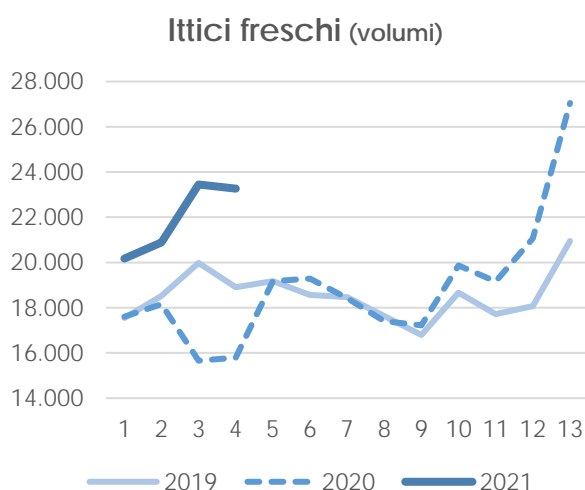
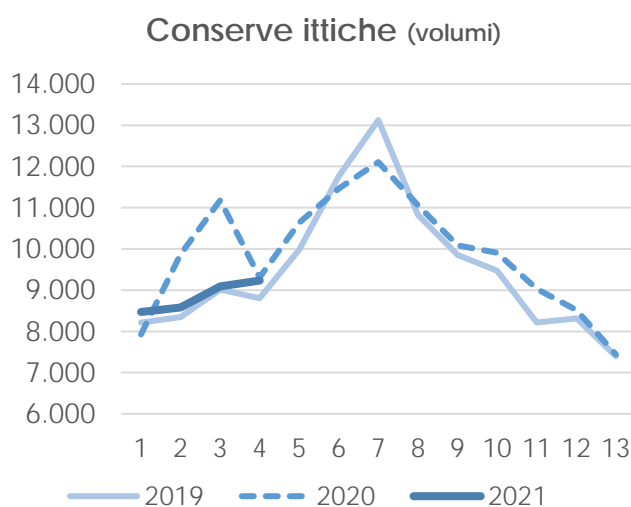
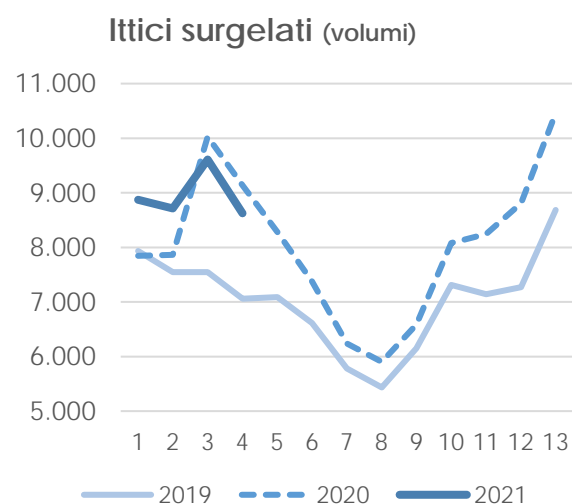
La spesa del segmento pesci, dopo la lieve flessione nel 2020 (-0,7%) dovuta in parte ad una domanda meno vivace, in parte ad un'offerta ridotta (nel corso del "*lockdown*", la maggior parte delle imbarcazioni sia dell'Adriatico che del Tirreno sono state ferme, riducendo così notevolmente il numero delle giornate di pesca), è in ripresa in questo inizio 2021 (**+24,5%**), favorita sia dal nuovo atteggiamento salutistico del consumatore che ricorre ora più volte al pesce come fonte proteica, sia dalla voglia di "compensare le privazioni subite".

Nei primi mesi del 2021, l'atteggiamento dei consumatori nei confronti dell'acquisto di generi alimentari evidenzia infatti una maggiore positività nelle aspettative per il futuro. L'allentamento e la sempre più probabile uscita dalle restrizioni sta dando nuovo slancio ai consumi favorendo in questo frangente quei prodotti che fungono **"da compensazione alle privazioni"**: volano gli acquisti di prodotti gourmet, tra cui spiccano **salmone, crostacei e pescato in genere**, spesso accompagnati da aperitivi, e vini, anch'essi con vendite in evidente crescita.

Prodotti freschi e affumicati, in questo primo scorcio del 2021, godono di una crescente preferenza da parte dei consumatori, con incrementi dei volumi acquistati rispettivamente **del 30% e del 20%**, dopo un 2020 chiuso rispettivamente a +2% e +10%.

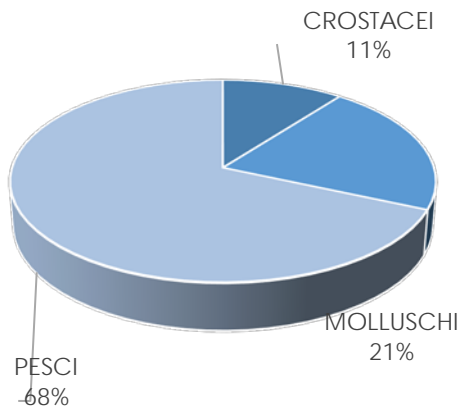
Effetto rimbalzo per **prodotti surgelati e conserve ittiche**: i volumi acquistati nel 2021 si attestano su livelli inferiori a quelli di inizio lockdown dello scorso anno, quando avevano segnato una vera e propria impennata delle vendite. Per i prodotti surgelati dopo il +14,5% del 2020, il primo quadrimestre segna un +2,7% dei volumi esitati, ascrivibile esclusivamente alle vendite del primo bimestre, che è rapportato al periodo pre-covid. Le conserve ittiche, rappresentate prevalentemente da tonno in scatola, dopo il +4,2% del 2020 segnano in questo primo quadrimestre una flessione dei volumi del 7,6% e tornano quindi ad allinearsi ai livelli del 2019, sostituite forse dal maggior ricorso al prodotto fresco.

Evoluzione degli acquisti in volume dei quattro sotto-comparti dell'ittico (volumi)

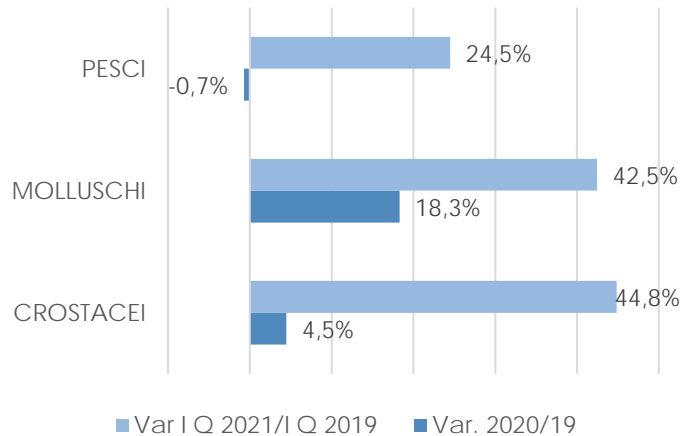


Evoluzione degli acquisti in volume dei quattro sotto-comparti dell'ittico (volumi)

Quote spesa per prodotto fresco (2020)



Dinamiche acquisti pesce fresco (Var% spesa)



5. Il profilo del consumatore -Evoluzione nel quinquennio 2016-2020

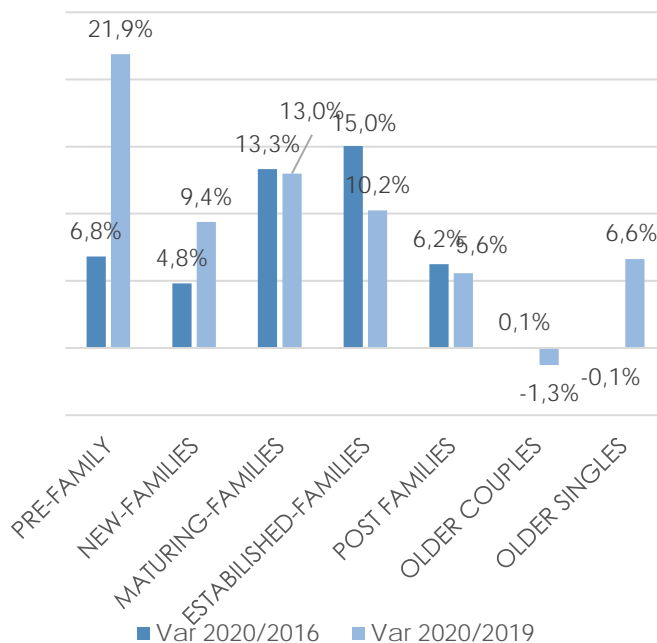
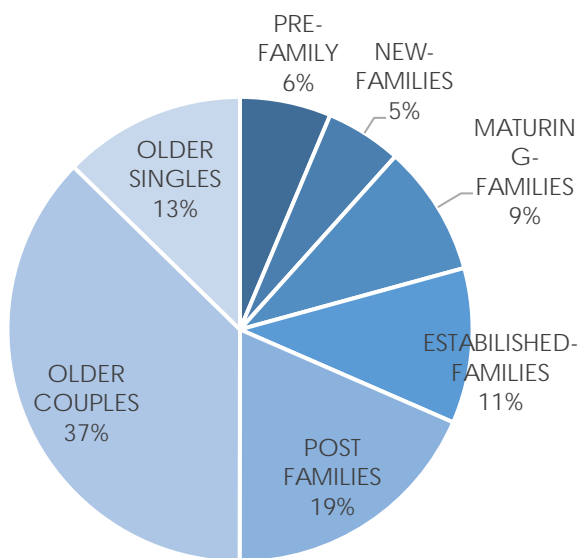
La famiglia italiana "tipo" ha acquistato, secondo i dati Nielsen Consumer Panel, circa 21 Kg di prodotti ittici nel 2020, per i pasti tra le mura di casa. Significativo il divario tra i diversi nuclei: a un consumo medio di 15Kg nelle famiglie con componenti under 30 (*pre-family* e *new-families*), corrispondono infatti consumi di oltre 30Kg nelle *older couples*.

Acquisto medio annua per famiglia

PRE-FAMILY	14,20
NEW-FAMILIES	16,55
MATURING-FAMILIES	21,88
ESTABLISHED-FAMILIES	25,48
POST FAMILIES	18,59
OLDER COUPLES	30,09
OLDER SINGLES	14,67

Sono molto diversificate anche le dinamiche che hanno caratterizzato gli acquisti nell'arco del quinquennio 2016-2020. Le famiglie maggiormente fidelizzate, (anziani soli o in coppia) hanno mantenuto inalterate le abitudini di acquisto, non mostrando infatti alcuna variazione dei volumi nel 2020 rispetto a cinque anni prima (2016). Le famiglie "di mezza età con figli in casa" hanno invece in questi 5 anni sempre più apprezzato il pesce in tavola, aumentandone le quantità del 15%. Nel 2020 le "famiglie di mezza età" e più anziane hanno continuato a consumare pesce, incrementandone gli acquisti rispettivamente del 10% e del 6% rispetto al 2019, mentre l'assoluta novità del periodo pandemico è l'aumento record (+21%) da parte della fascia di consumatori più giovani (*pre-family*).

Gli acquisti di prodotti ittici – Quote acquirenti (volumi 2020) e dinamiche nel lungo (2016-2020) e nel breve periodo (2019-2020)



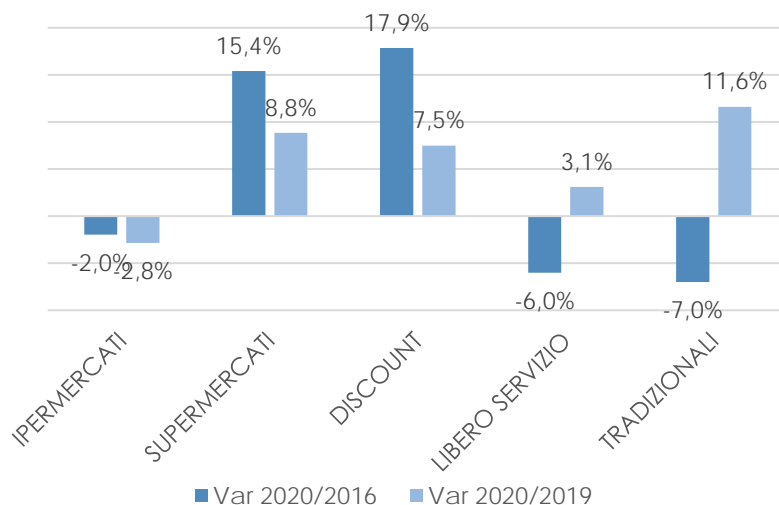
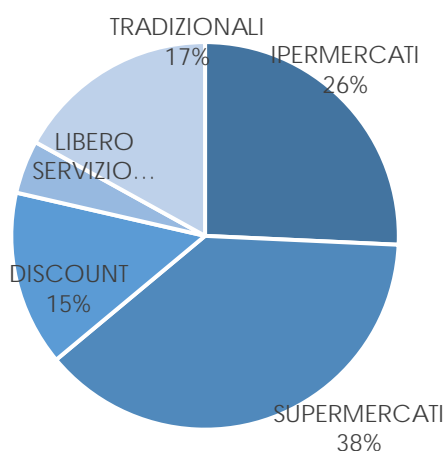
Ripartizione acquisto medio annuo per famiglia

IPERMERCATI	5,47
SUPERMERCATI	8,13
DISCOUNT	3,11
LIBERO SERVIZIO	0,95
PESCHERIA	3,61

In relazione ai canali di acquisto, dai dati della Consumer Panel Nielsen, risulta che la fonte di approvvigionamento più utilizzata resta il supermercato, dove avvengono il 38% degli acquisti totali di prodotti ittici.

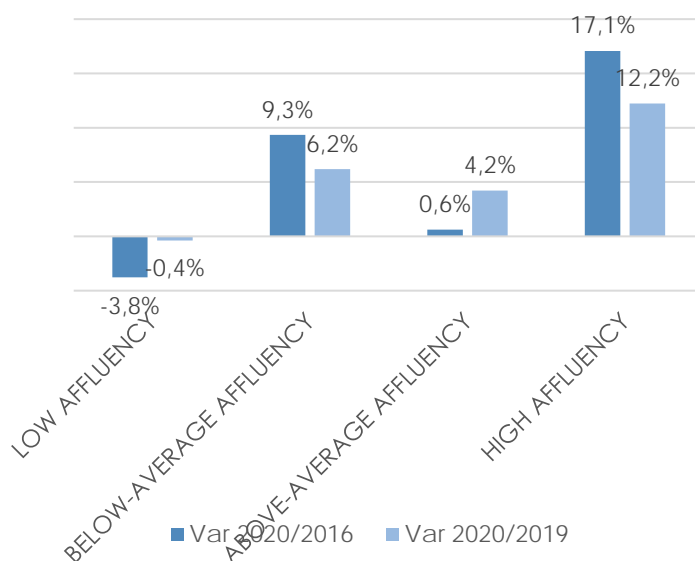
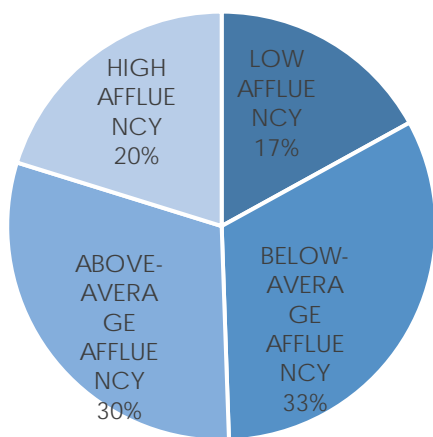
In particolare, sui 21 Kg medi acquistati l'anno da ciascuna famiglia, più di 8 provengono dai supermercati, 5,5 dagli ipermercati, poco più di 3 dai Discount, 3,6 dalle Pescherie.

Gli acquisti di prodotti ittici – Quote canali distributivi (volumi 2020) e dinamiche nel lungo (2016-2020) e nel breve periodo (2019-2020)



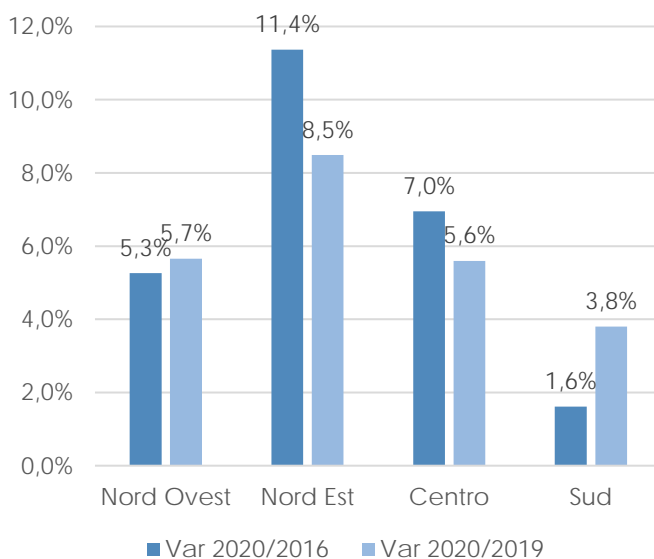
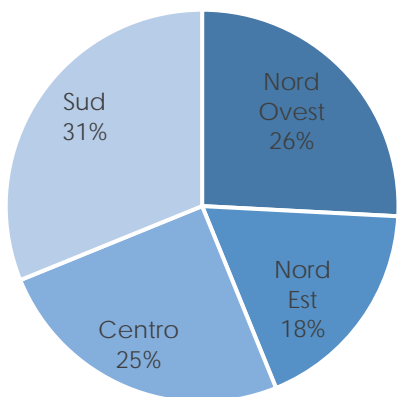
Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen Consumer Panel

Gli acquisti di prodotti ittici – Quote per fascia di reddito (volumi 2020) e dinamiche nel lungo (2016-2020) e nel breve periodo (2019-2020)



A ridurre i consumi di prodotti ittici nell'ultimo quinquennio è stata la sola fascia di famiglie con reddito basso (-3,8% dal 2016) che resta l'unica fascia in cui anche nel 2020 non si rileva il trasferimento dei "consumi fuori casa" a quelli "in casa". Di contro la fascia ad alto reddito è quella che sta nel tempo incrementando l'interesse nei confronti del pesce, aumentando i volumi d'acquisto dal 2016 del 17% e registrando anche nel 2020 un incremento a doppia cifra (+12%) proprio grazie allo spostamento dall'on-trade all'off-trade.

Gli acquisti di prodotti ittici – Quote per macroarea geografica (volumi 2020) e dinamiche nel lungo (2016-2020) e nel breve periodo (2019-2020)



■ Nord Ovest ■ Nord Est ■ Centro ■ Sud

■ Var 2020/2016 ■ Var 2020/2019

Fonte: Elaborazioni Ismea su dati Nielsen Consumer Panel

Acquisto medio annua per famiglia

Nord Ovest	19,53
Nord Est	19,50
Centro	22,82
Sud	22,88

Infine, in relazione alle macro aree geografiche, il quadro che emerge evidenzia un maggior consumo assoluto di prodotti ittici nel Centro-Sud, dove ogni famiglia acquista annualmente quasi 23 Kg di pesce rispetto ai 19,5 Kg acquistati dalle famiglie del Nord. Tuttavia le dinamiche dell'ultimo periodo evidenziano per il Nord una maggiore dinamicità, con una spinta espansiva più importante di quella del Sud: il Nord Est nel quinquennio 2016-2020 incrementa infatti gli acquisti dell'11% contro il +1,6% del Sud.

ISMEA

Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale

Responsabile: Michele Di Domenico

Redazione a cura di: Paola Parmigiani

e-mail: p.parmigiani@isMEA.it

www.ismeamercati.it