

# Acquacoltura e Covid-19 quale impatto sui consumi?



[ACQUACOLTURA.ORG](http://ACQUACOLTURA.ORG)

# Premessa e obiettivi

Il **COVID-19** e il **lockdown** hanno stravolto i comportamenti di acquisto e di consumo delle famiglie italiane

Nel mese di settembre abbiamo realizzato un'indagine, per comprendere i cambiamenti nel consumo dei **prodotti di acquacoltura e ittici nell'ultimo mese rispetto a prima della pandemia** e intercettare quelli destinati a diventare strutturali con il ritorno alla normalità...

...normalità che ancora non si intravede

L'obiettivo tuttora attuale è individuare le **opportunità di innovazione di prodotto e commerciali** nel nuovo contesto



# Campione

612 consumatori di pesce da allevamento come Orata, Branzino/Spigola, Trota, Anguilla, Storione e Ombrina o non rejector (61% del totale Responsabili Acquisti italiani)

## GENERE

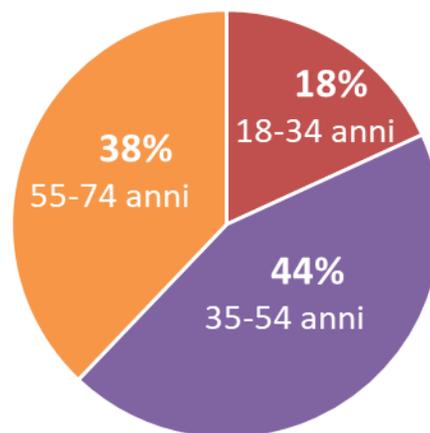


32%  
Uomini

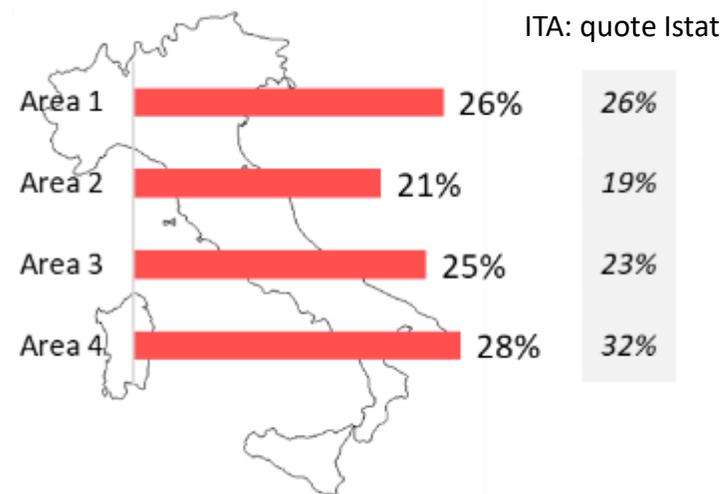


68%  
Donne

## ETÀ



## AREA GEOGRAFICA



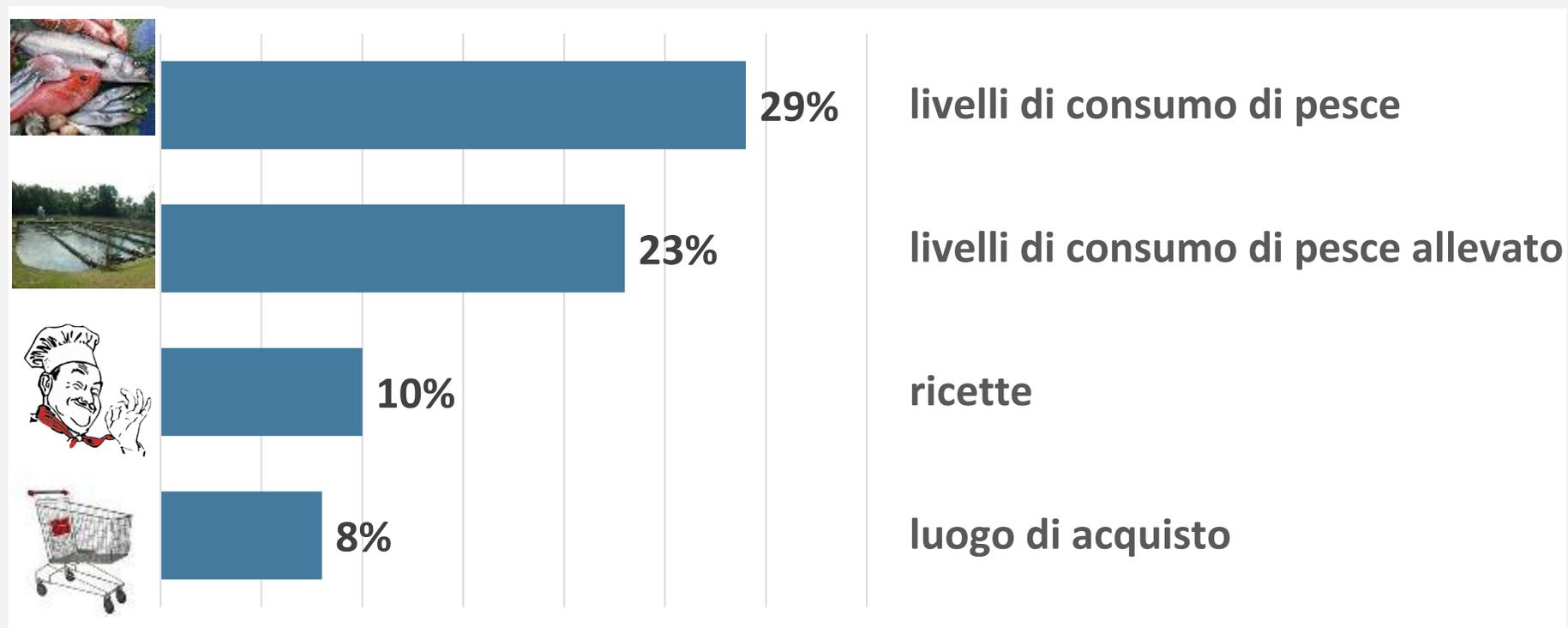
# Le abitudini

Il **48%** dei consumatori, nell'ultimo mese, ha cambiato le abitudini di consumo di pesce in casa



Campione: 612 consumatori

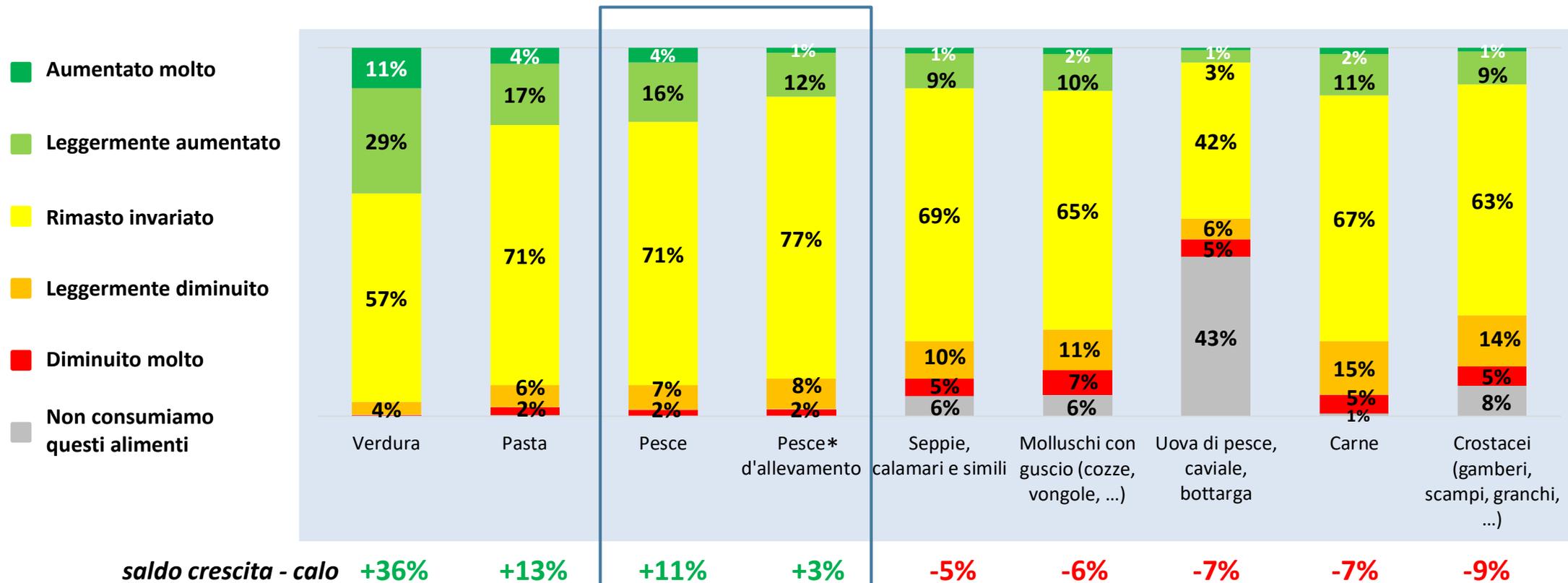
# Quali cambiamenti



Campione: 612 consumatori

# Livelli di consumo in casa

IL CONSUMO DI QUESTI ALIMENTI A CASA VOSTRA NELLE ULTIME 4/5 SETTIMANE È...

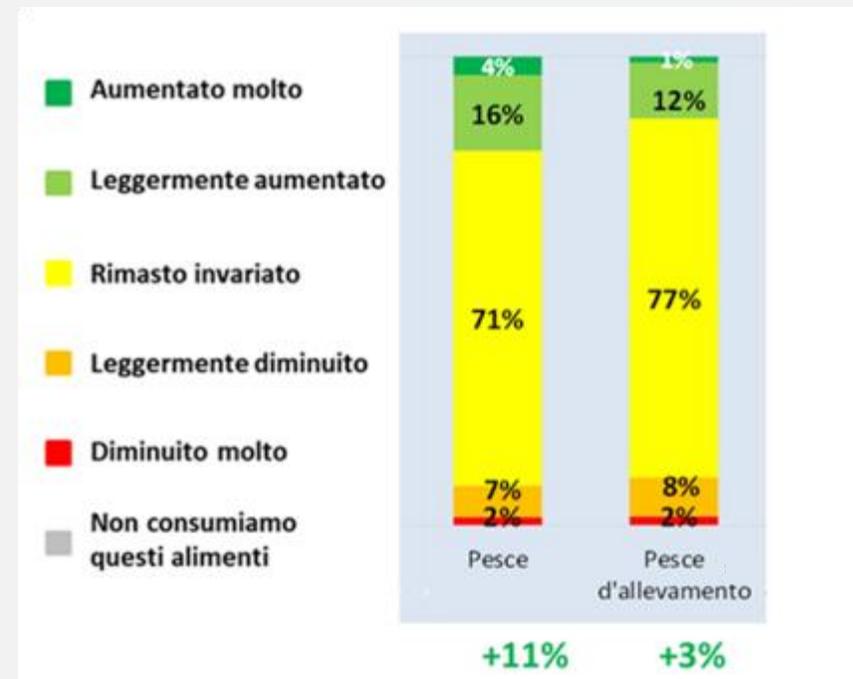


Campione: 612 consumatori

# Il consumo di pesce

Il pesce è tra gli alimenti con **consumi in casa aumentati** rispetto a prima della pandemia

Inoltre per il pesce allevato ci sono **famiglie nuove: il 6%** di chi lo consuma a settembre non lo consumava prima del Covid



Campione: 612 consumatori

# I cambiamenti in cucina

**Il 10% ha cambiato le ricette per il pesce e l'8% delle famiglie continuerà**

Più ricette, anche elaborate, diversi metodi di cottura, più tipi di pesce

Il 17% ha scoperto che con pesce già pronto da cucinare ... è facile!



Campione: 612 consumatori

# Uscite al ristorante e cucina

Il **48%** dei consumatori non è andato al ristorante o ha diminuito le uscite

Questo **ha inciso sul consumo** di pesce in casa, compensando l'impossibilità del ristorante con maggiore attenzione per le ricette (per il **15%** dei consumatori)

## Il ristorante nell'ultimo mese

41%

Sì



*ci va meno spesso rispetto a prima*

15%

59%

No



*prima dell'emergenza COVID ci andava*

33%

*Hanno diminuito/non sono andati al ristorante*

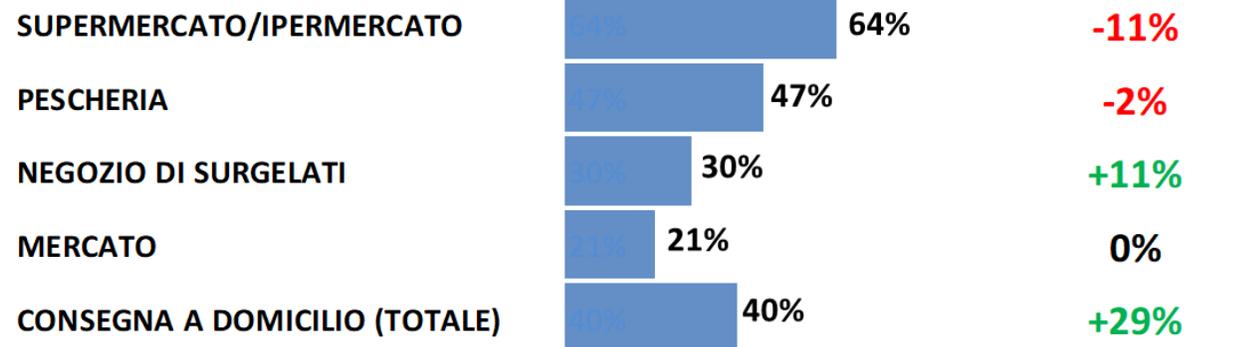
Campione: 612 consumatori

# Dove si acquista

**L'8%** ha cambiato il luogo di acquisto

C'è ricerca di comodità e praticità, con maggiore ricorso all'home delivery e ai negozi di surgelati

## DOVE HA ACQUISTATO CHI HA CAMBIATO



Campione: 612 consumatori

# Informazioni al momento dell'acquisto

I consumatori **si informano e controllano**

L'attenzione per le **garanzie di sicurezza e qualità** si confermano (vedi ricerca 2019)

Per il 45% è **difficile capire** la provenienza del pesce

	Sì	No
TI INFORMI SE STAI ACQUISTANDO PESCE <u>ALLEVATO O PESCATO?</u>	83%	17%
SE È PESCE ALLEVATO, VERIFICHI <u>DA DOVE PROVIENE?</u>	78%	22%
RITIENI <u>FACILE</u> CAPIRNE LA PROVENIENZA?	55%	<b>45%</b>

Campione: 612 consumatori

# Il made in Italy



L'82% dei consumatori preferisce pesce allevato in Italia

base 503 consumatori

<b>+ SICURO</b>	È più controllato, soggetto a leggi più restringenti	<b>20%</b>
	È più sicuro, mi dà maggiori garanzie e tranquillità	<b>15%</b>
	Mi fido di più	<b>13%</b>
<b>+ BUONO</b>	È migliore, più buono	<b>15%</b>
	È più fresco	<b>7%</b>
	È di maggiore qualità	<b>6%</b>
<b>+ VICINO</b>	È locale, più vicino e meno impattante sull'ambiente	<b>14%</b>
	Per sostenere l'economia del paese	<b>11%</b>
	Proviene dal mio paese/patriottismo	<b>8%</b>

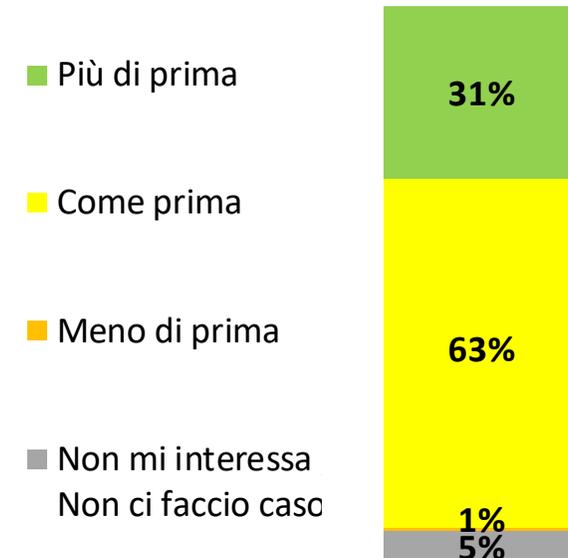
Campione: 612 consumatori

# Perché pesce allevato in Italia

L'emergenza sanitaria, ha intensificato l'interesse per il pesce allevato in Italia, arricchendo la preferenza di motivazioni:

- Per sostenere l'economia del paese
- Perché più sostenibile
- È più sicuro e controllato
- Più fresco
- Più buono

## MANGIARE PESCE ALLEVATO IN ITALIA È IMPORTANTE...



Campione: 612 consumatori

# Stili e atteggiamenti dei consumatori

hanno **mantenuto le abitudini** in fatto di pesce e intendono continuare



costretti a cambiare, **per limitare costi**, sperano di **tornare alle abitudini pre-Covid** (giovani e anziani)



**indecisi**, non sanno cosa faranno in futuro (giovani e anziani), ma **sensibilizzati su provenienza e italianità** del pesce



**chef**, nuove ricette, più consumo di pesce, home delivery e **intendono mantenere le nuove abitudini** (spesso giovani con figli)



Campione: 612 consumatori

# In prospettiva

A settembre emergeva in modo significativo l'impatto della pandemia sui comportamenti di consumo e di acquisto per il pesce e per i prodotti ittici

per molti consumatori le nuove abitudini erano già destinate a permanere con il ritorno alla normalità ... che non è ancora avvenuto,

e questo sta portando a consolidare i nuovi stili di consumo

**Grazie per l'attenzione**