

Cosa ne pensano consumatori e mercato

Federico Nassivera

Università degli Studi di Udine

INFORMAZIONI DAL MERCATO




Commissione europea

IL MERCATO ITTICO DELL'UE

EDIZIONE 2021

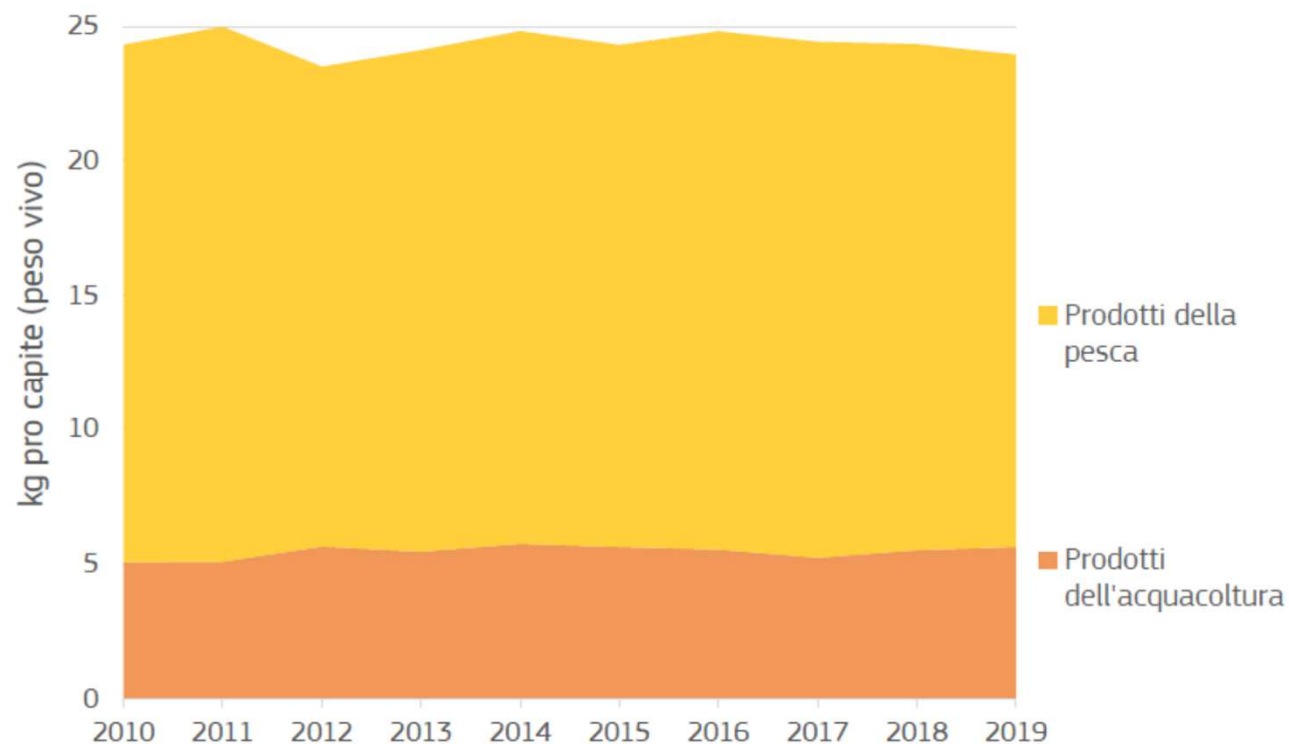
HIGHLIGHTS
L'UE NEL MONDO
APPROVVIGIONAMENTO DEL MERCATO
CONSUMO
IMPORT - EXPORT
SBARCHI NELL'UE
ACQUACOLTURA

EUMOFA
European Market Observatory for
Fisheries and Aquaculture Products

Altre notizie
a pagina

WWW.EUMOFA.EU

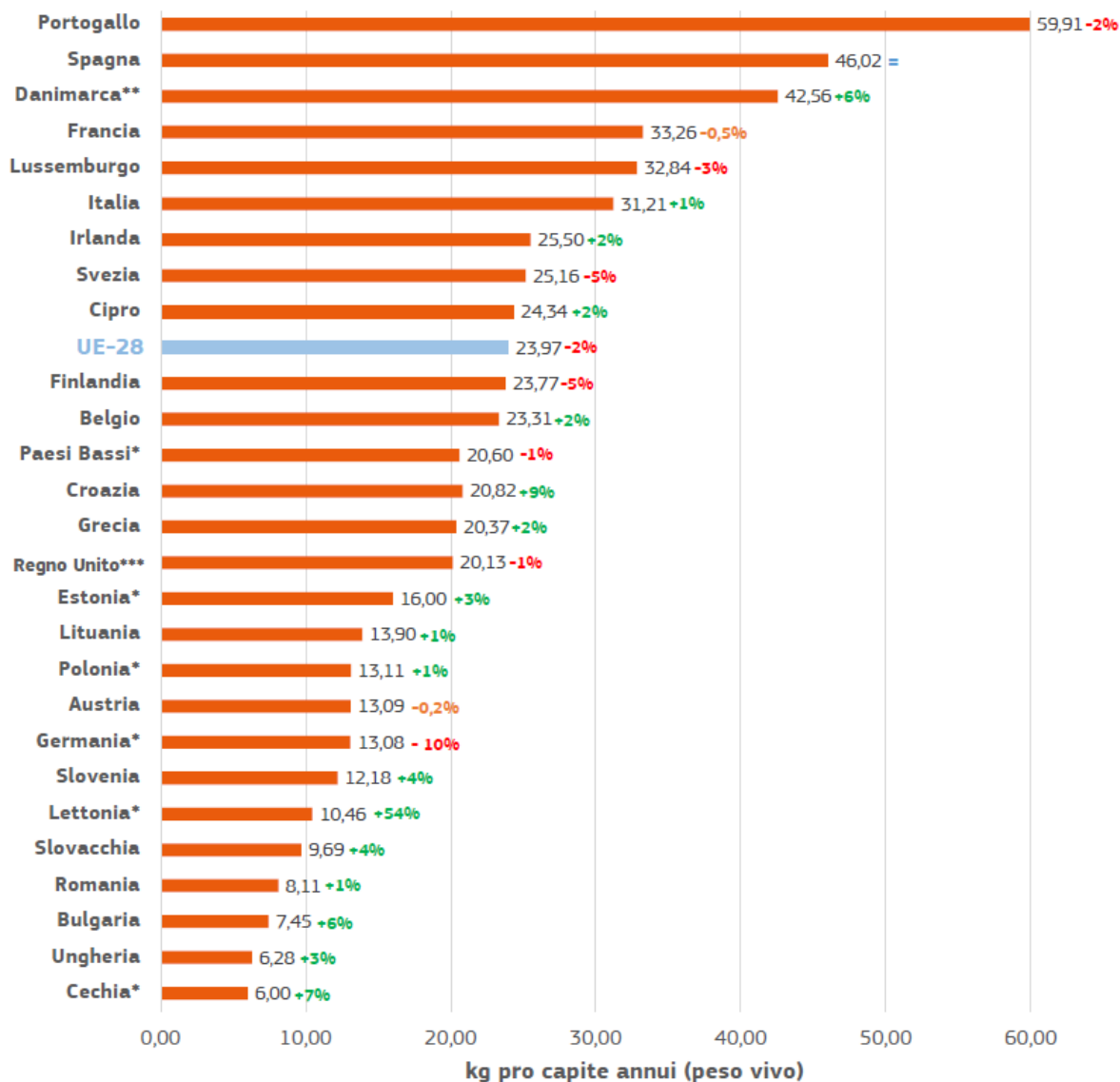
Consumo apparente pro capite di prodotti della pesca e dell'acquacoltura



Fonte: Elaborazione EUMOFA di dati Eurostat

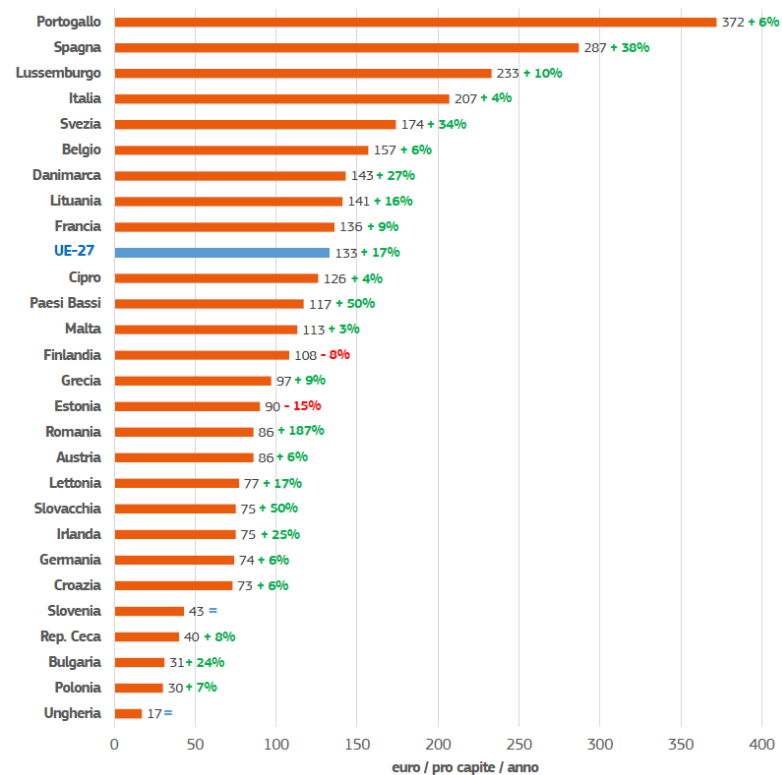
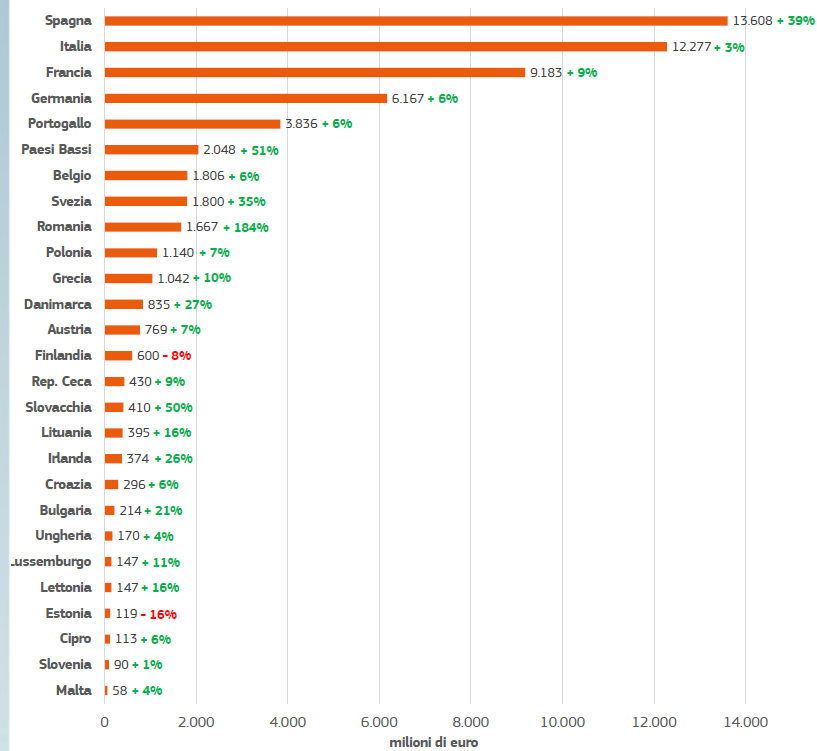
Con 23,97 kg di peso vivo, nel 2019 il consumo apparente pro capite ha raggiunto il livello più basso degli ultimi dieci anni

Consumo apparente pro capite di prodotti della pesca e dell'acquacoltura per stato membro nel 2019 e variazione % 2019/2018



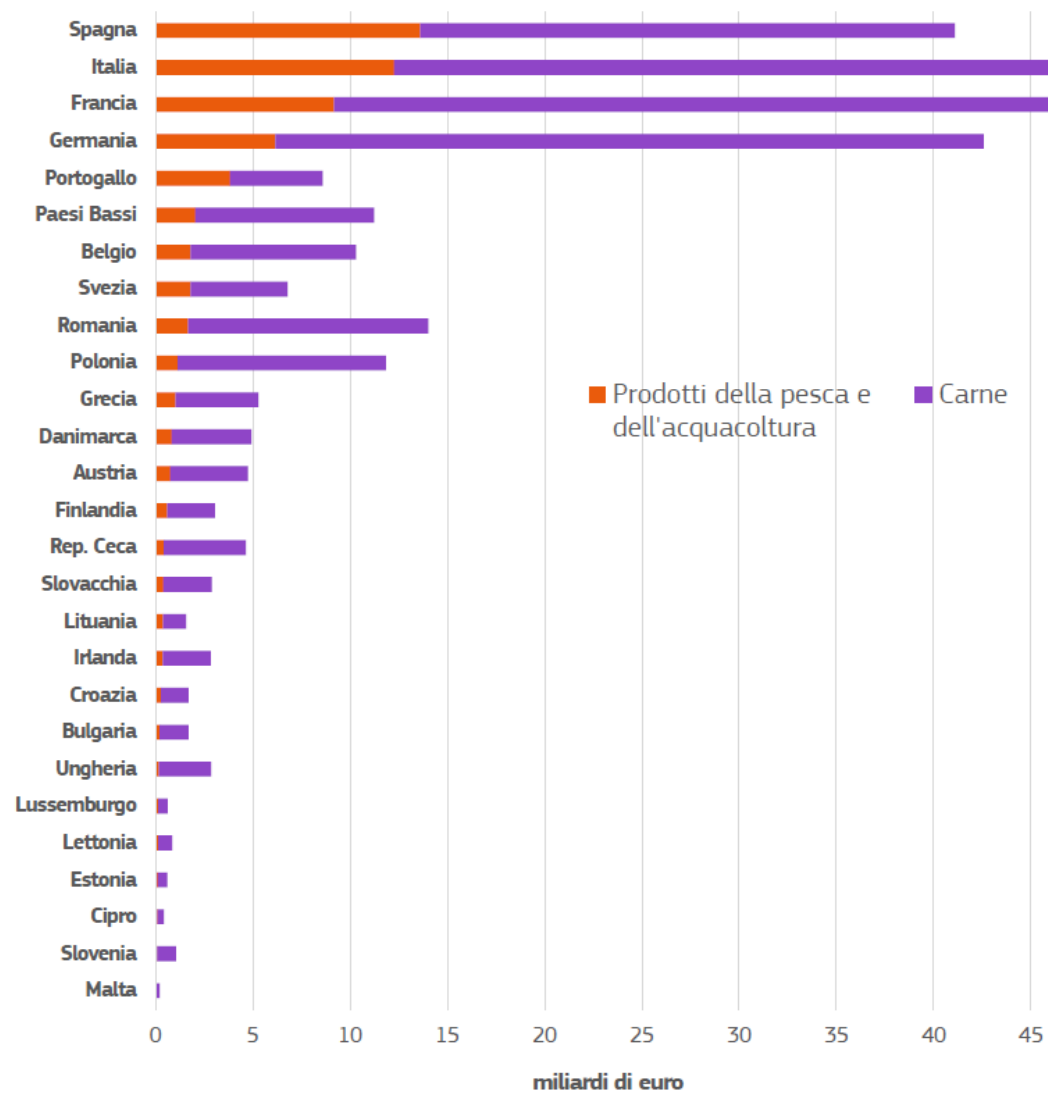
Fonte: Stime EUMOFA

Valore nominale della spesa delle famiglie per i prodotti della pesca e dell'acquacoltura nel 2020 e variazione % 2020/2019



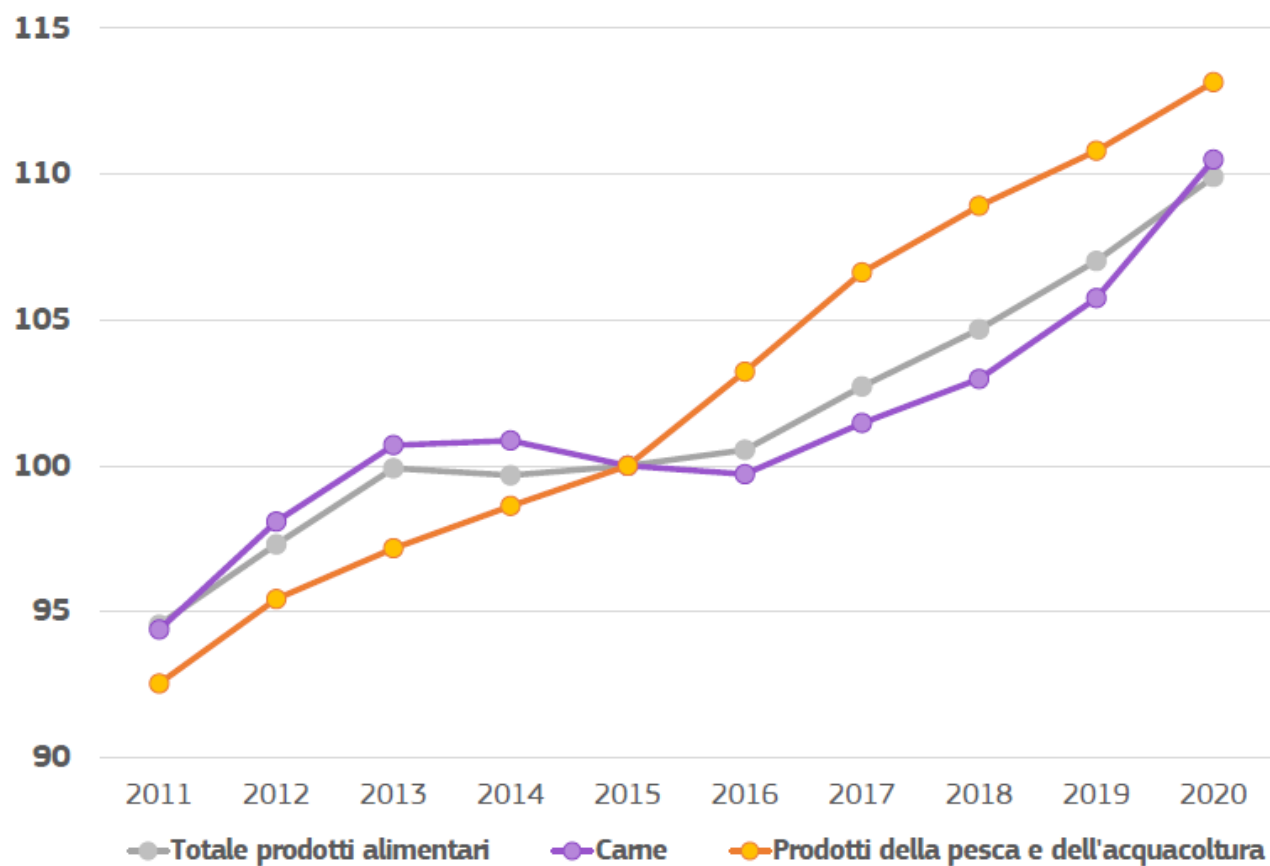
Fonte: Eurostat

Spesa delle famiglie per i prodotti della pesca e dell'acquacoltura e della carne nel 2020 (consumo extra-domestico escluso)



Fonte: EUROSTAT

Indici dei prezzi al consumo (2015=100)

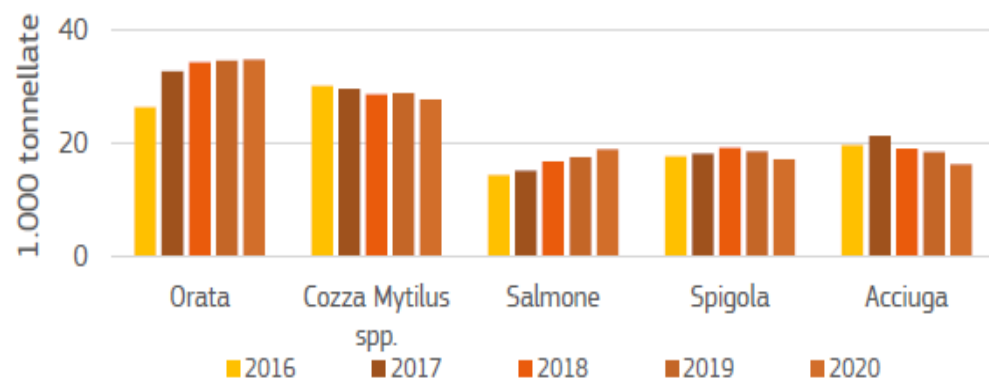


Fonte: Eurostat

Principali specie commerciali consumate fresche dalle famiglie in Italia, in volume e in valore

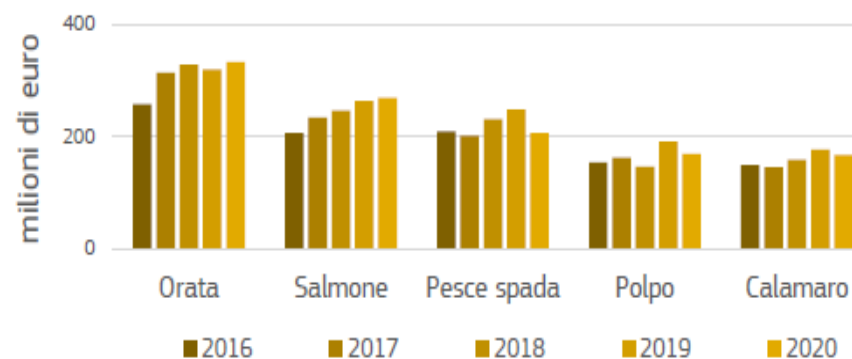
CONSUMO TOTALE IN ITALIA, 2020

308.035 tonnellate



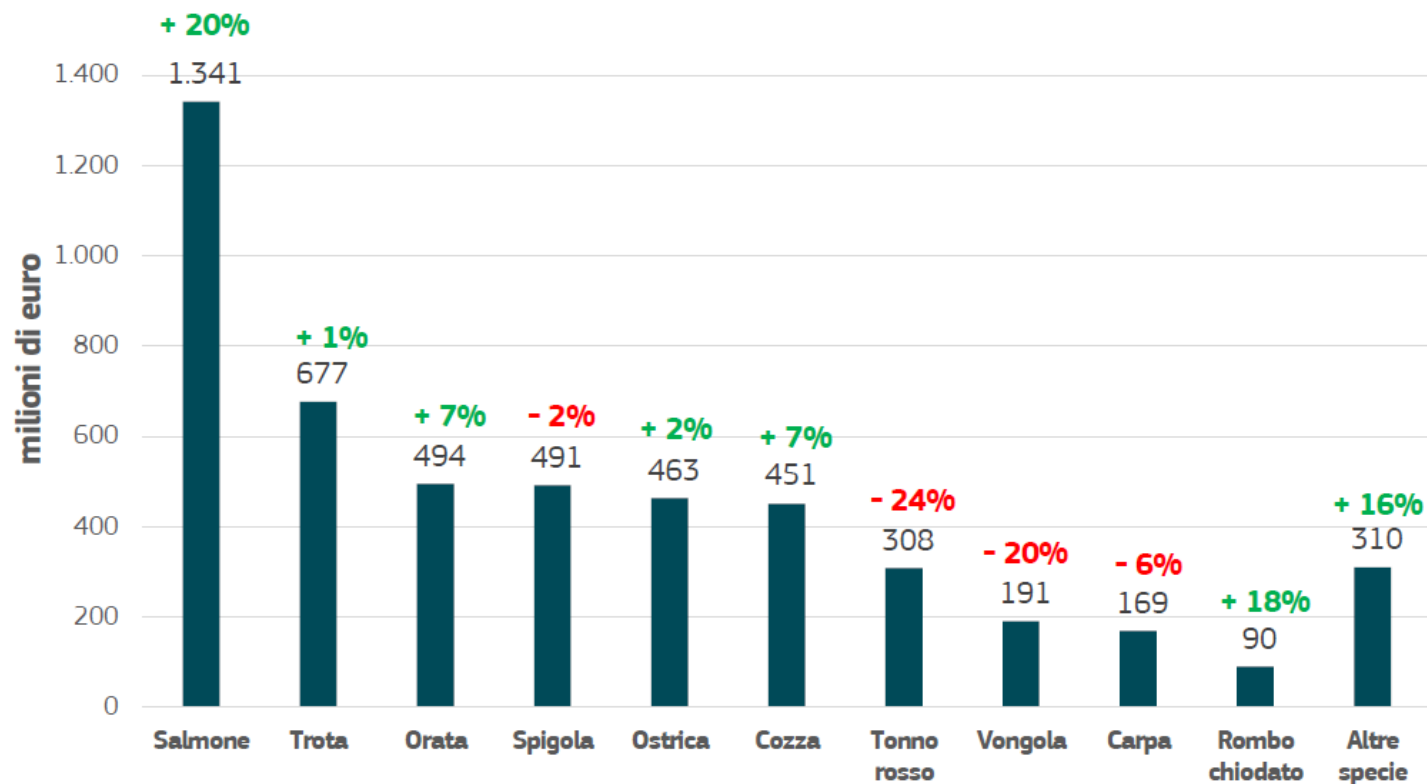
CONSUMO TOTALE IN ITALIA, 2020

3,22 miliardi di euro



Fonte: Elaborazione EUMOFA di dati Europanel/Kantar/GfK

Valori delle principali specie allevate nell'UE nel 2019 e variazione % 2019/2018



Fonte: Elaborazione EUMOFA di dati Eurostat



23° CONGRESS OF
THE ANIMAL SCIENCE AND PRODUCTION ASSOCIATION
NEW CHALLENGES IN ANIMAL SCIENCE
JUNE 11-14, 2019 - SORRENTO (ITALY)

Millennials' attitudes towards insects as feed for sustainable fish

Federico Nassivera, Francesca Tulli, Emilio Tibaldi

Dept. of Agricultural, Food, Environmental and Animal Sciences

(DI4A)

SORRENTO - JUNE 12, 2019

Session: «New protein sources in aquaculture»

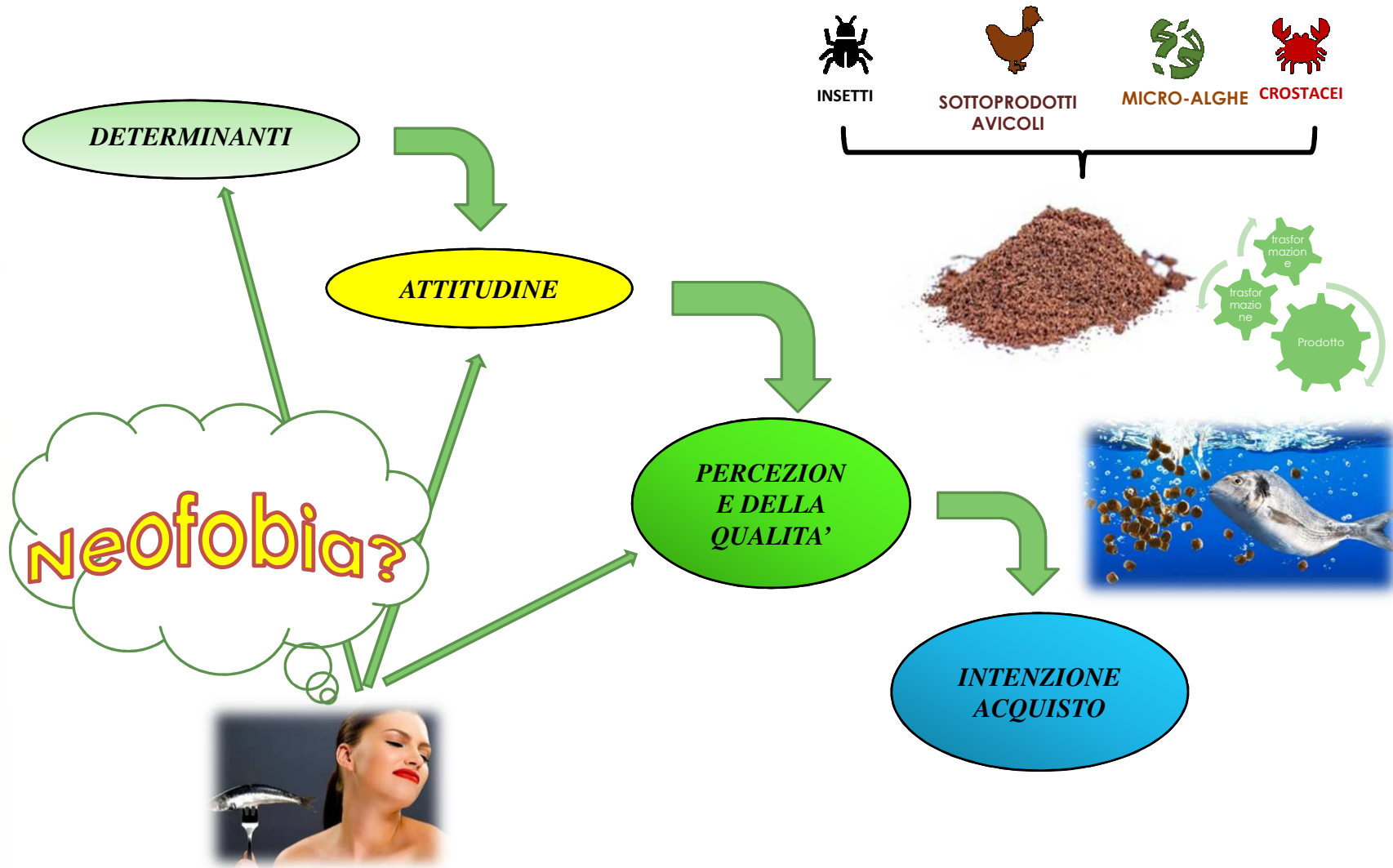


PROGETTO AGER
2

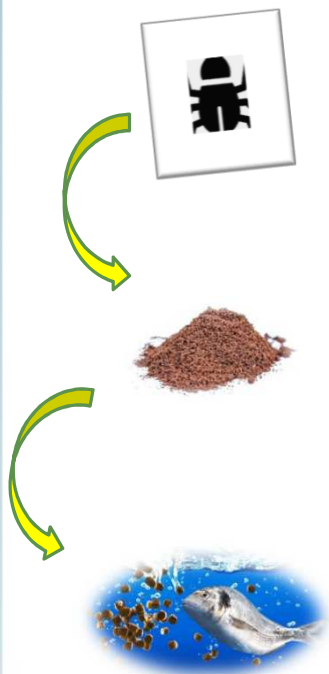
cod. 2016-0112



Il comportamento di acquisto



Indagine test con i consumatori del futuro:



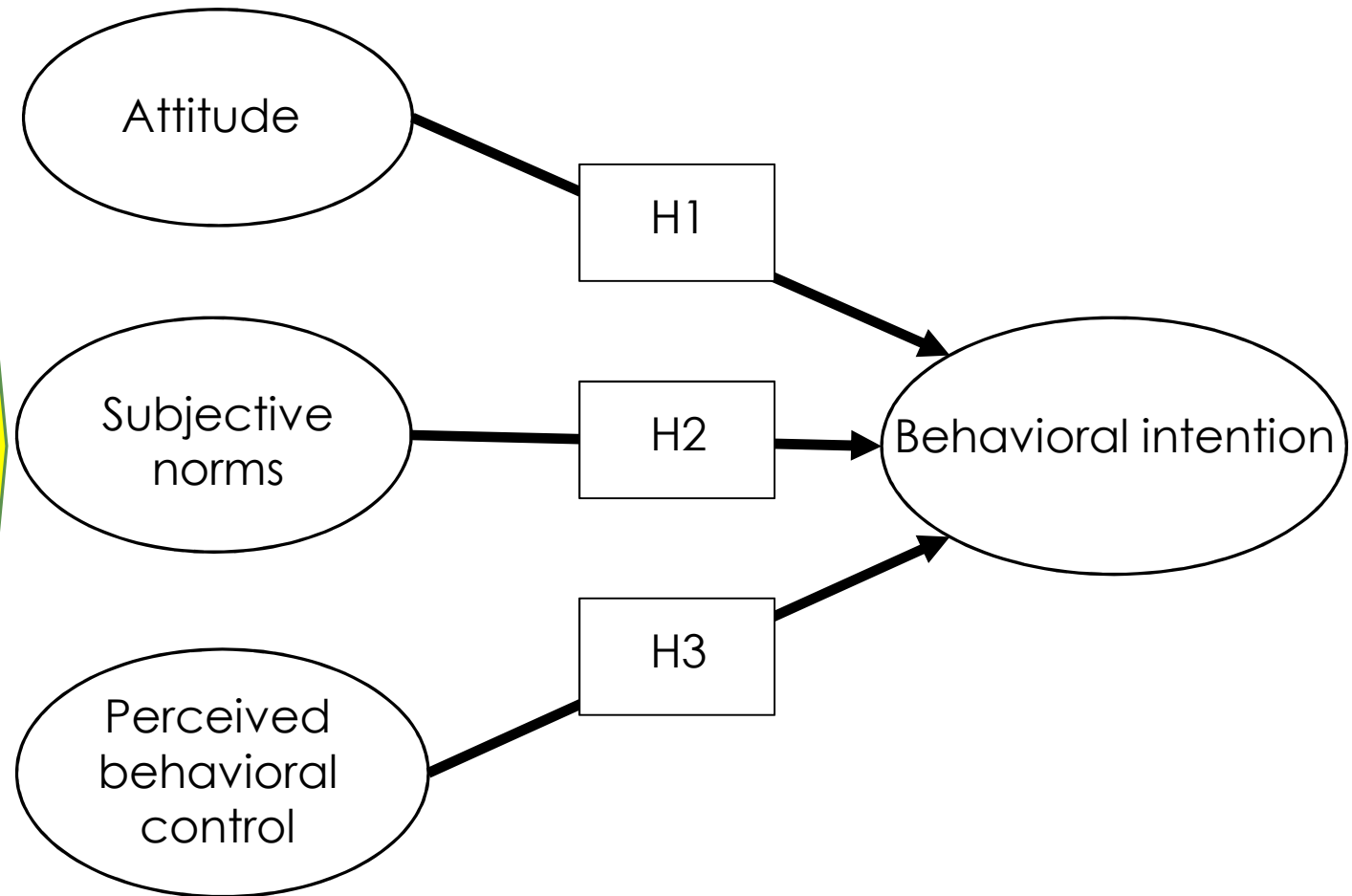
614 unità statistiche

-Ottobre - Dicembre 2018

Modello Concettuale

food
Neofobia

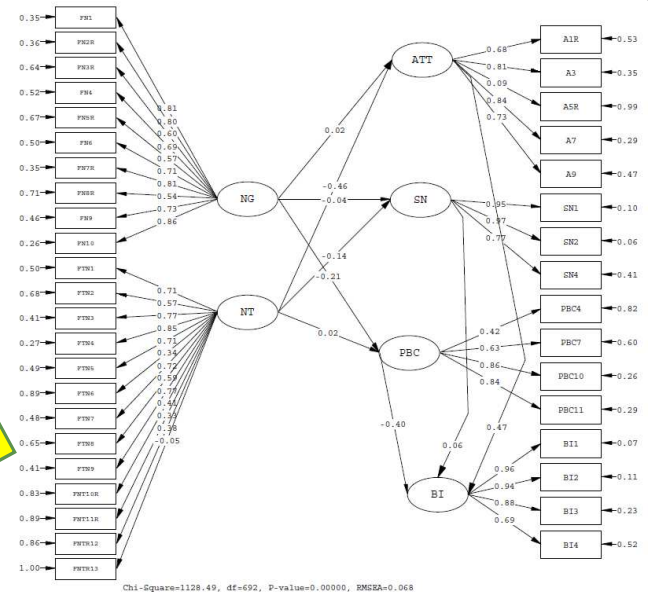
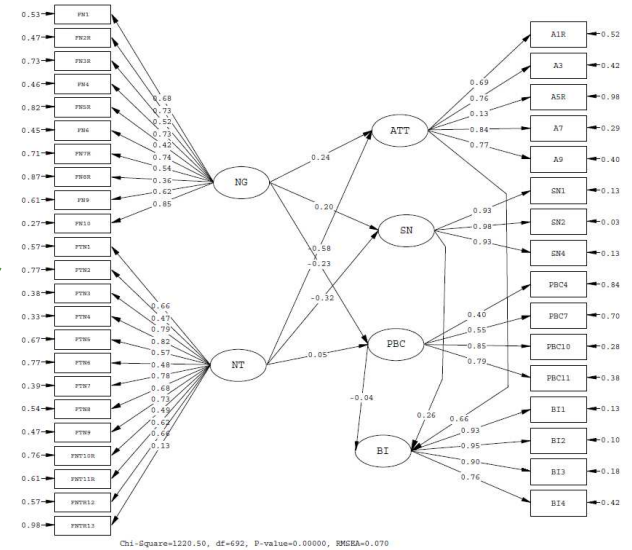
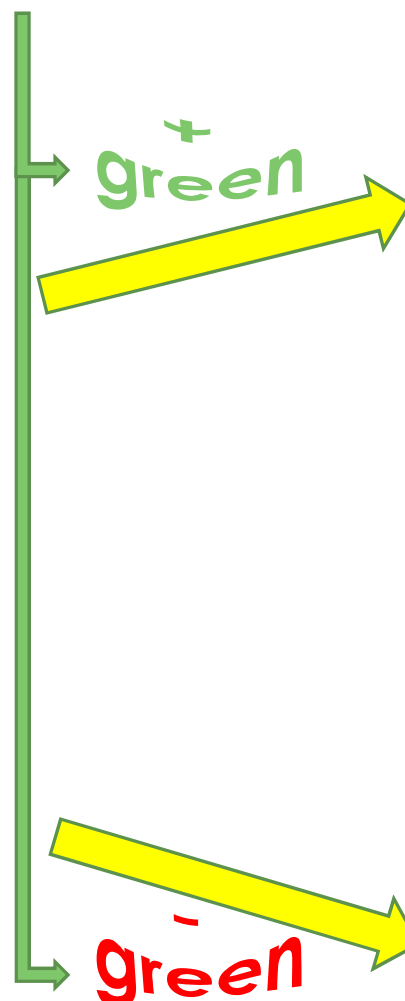
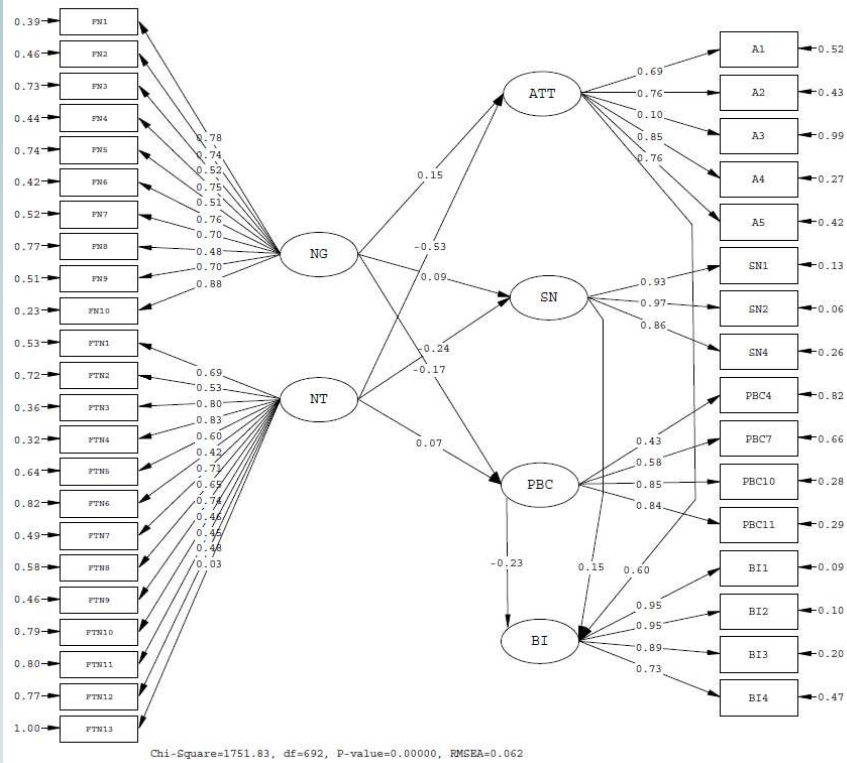
technology
Neofobia?



Modello SEM (modello di equazioni strutturali) per testare le ipotesi



moderatore



Risultati indagine test con i consumatori del futuro:

- In generale, i consumatori GREEN sono molto condizionati dal contesto sociale a cui appartengono o in cui vivono, a differenza dei non GREEN. (TESTIMONIAL)
- I consumatori GREEN sono molto sensibili alle informazioni relative alle tecnologie alimentari, per le quali manifestano neofobia: ciò che acquistano come alimento deve rispettare i loro standard.
- Per i consumatori GREEN il prodotto innovativo, se non ben veicolato, potrebbe essere non accettato.
- Il prezzo del pesce allevato ed alimentato con farine di insetti può essere proposto a prezzo superiore a quello del pesce “comunemente” allevato, poiché i “giovani consumatori del futuro” non sono risultati essere così influenzati dal prezzo

“Ricerca di attributi di sostenibilità”



24th CONGRESS
OF THE ANIMAL SCIENCE AND PRODUCTION ASSOCIATION
ANIMAL SCIENCE AND SOCIETY CONCERNS
SEPTEMBER 21-24, 2021 PADOVA (ITALY)



To eat or not to eat: consumer behavior towards sustainable fish



Federico Nassivera, Emilio Tibaldi, Rodolfo Ballestrazzi, Luca Iseppi

Dept. of Agricultural, Food, Environmental and Animal Sciences (DI4A)

SESSION 16 - Food sensory quality, labelling and valorization

PADOVA - SEPTEMBER 23, 2021



PROGETTO AGER 2
cod. 2016-0112



Indagine con i consumatori italiani

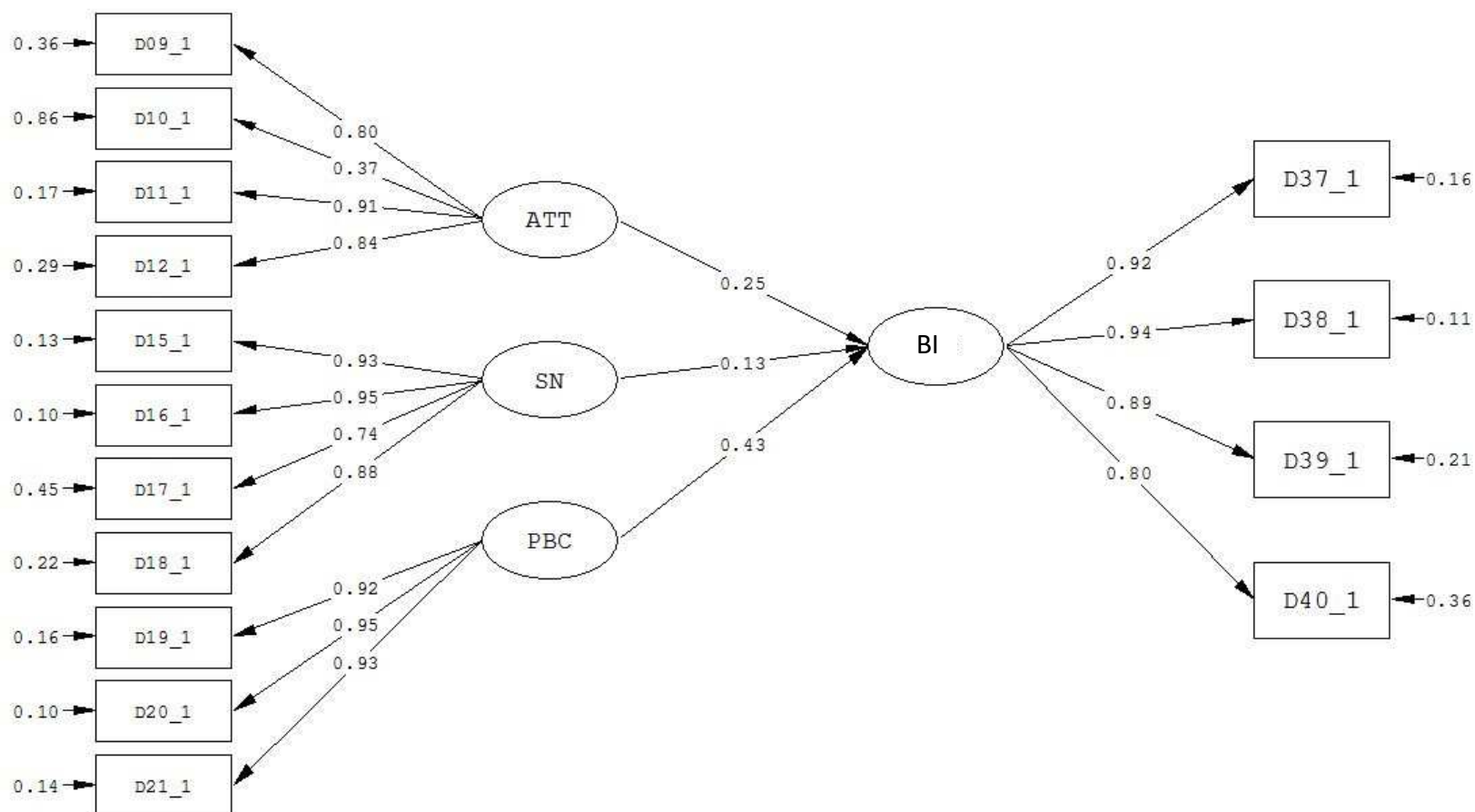


- Questionario somministrato nel mese di Ottobre 2020.
- Gli intervistati sono stati contattati via email.
- Numero di questionari raccolti: 1200.

Caratteristiche socio demografiche

Socio - Demographic	Class	Percentage (%)
Gender	Male	48,75
	Female	51,25
Age	18-22	7,42
	23-35	22,25
	36-55	54,08
	56-65	16,25
Family income	0 - 5000	9,08
	5001 - 10000	9,33
	10001 - 20000	20,67
	20001 - 30000	25,83
	30001 - 50000	16,83
	50001 - 75000	4,17
	75001 + no answ	2,00 12,08
Geo rip	NorthWest	26,08
	NorthEast	19,00
	Central	19,00
	South	23,92
	Islands	12,00
Employment	student	9,58
	full-time	43,75
	part-time	9,58
	unemp	12,00
	unable	0,17
	freelance	10,08
	retired	3,50
	housewife	11,33

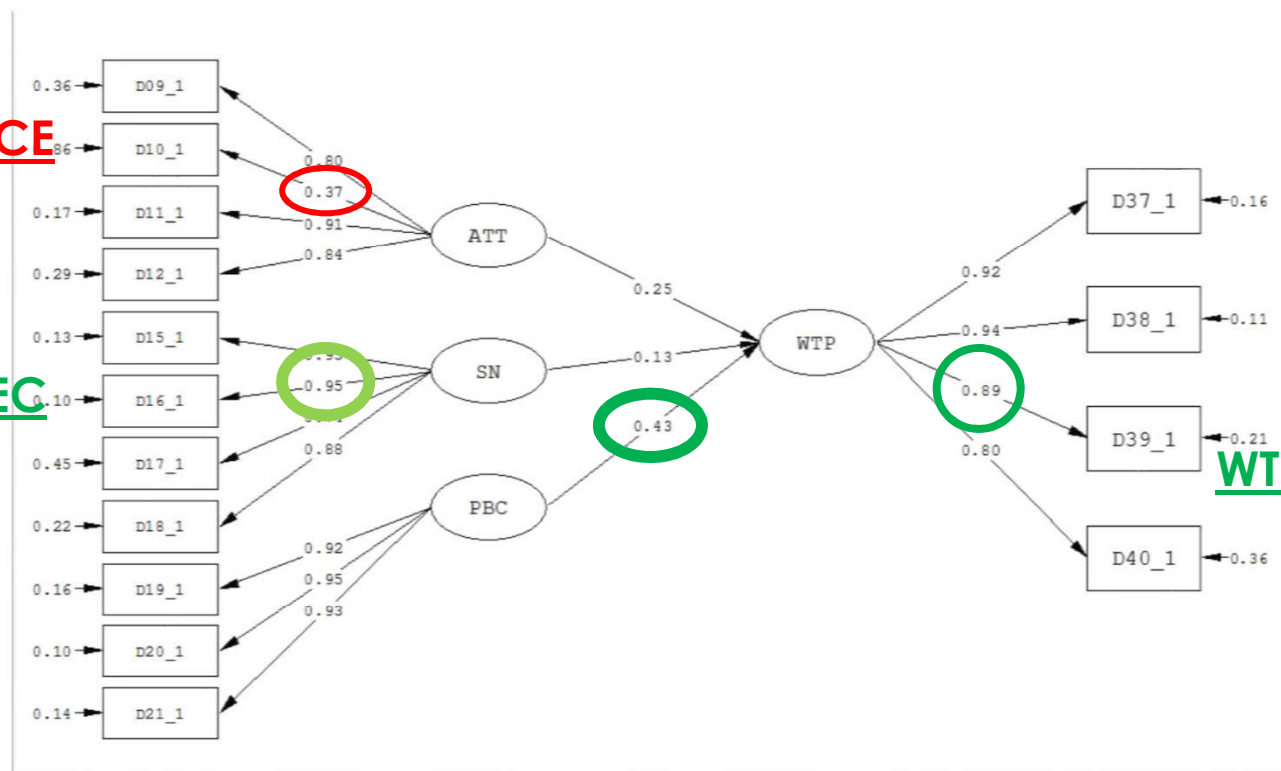
Modello SEM (modello di equazioni strutturali) per testare le ipotesi



Risultati indagine con i consumatori italiani

PREMIUM PRICE

FRIENDS REC



WTP

Risultati indagine con i consumatori italiani

- i consumatori italiani risultano particolarmente attenti agli aspetti relativi alla sostenibilità delle produzioni;
- propensione a pagare di più per prodotti ittici che abbiano caratteristiche facilmente riscontrabili per essere definiti sostenibili dal punto di vista ambientale.
- Il campione intervistato infatti presta molta attenzione nell'individuare nel prodotto ittico soprattutto quegli attributi che gli garantiscono la salubrità e l'altro valore nutrizionale.
- Il contesto sociale risulta anche in questa analisi, come nel caso del test pilota sui "millennials", di notevole condizionamento, soprattutto nel confronto con le frequentazioni più strette, che possono condizionare ma anche essere condizionate da una buona esperienza di prodotto.

Esperimento di scelta con i consumatori italiani

	A	B	C	D
				Nessuno
Prezzo (al kg)	€ 10,00	€ 20,00	€ 30,00	dei
Zona di provenienza	Paesi extra EU	Italia	Unione Europea	-----

	A	B	C	D
				Nessuno
Prezzo (al kg)	€ 10,00	€ 20,00	€ 30,00	dei
Zona di provenienza	Italia	Unione Europea	Paesi extra EU	-----

	A	B	C	D
				Nessuno
Prezzo (al kg)	€ 10,00	€ 20,00	€ 30,00	dei
Zona di provenienza	Unione Europea	Paesi extra EU	Italia	-----
Alimentato con farine di				Nessuno
Produzione: metodo	Allevato	Pescato	Pescato	-----
Certificazione	Convenzionale	Certificazione di sostenibilità ambientale	Convenzionale	-----

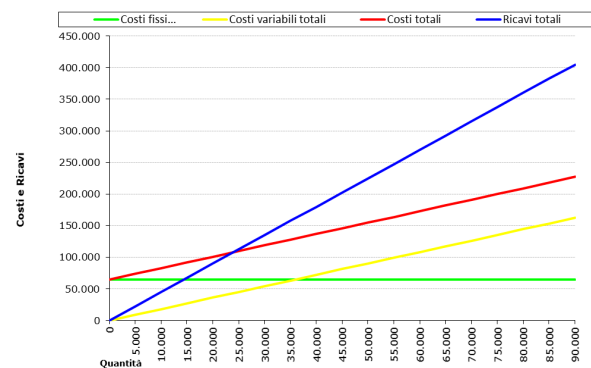
	A	B	C	D
				Nessuno
Prezzo (al kg)	€ 10,00	€ 20,00	€ 30,00	dei
Zona di provenienza	Paesi extra EU	Unione Europea	Italia	-----
Alimentato con farine di				Nessuno
Produzione: metodo	Pescato	Allevato	Allevato	-----
Certificazione	Convenzionale	Convenzionale	Certificazione di sostenibilità ambientale	-----

- Il 44% degli intervistati: preferisce un prodotto di **provenienza italiana**, certificato ed allevato con farine provenienti da insetti e da microalghe.
- Disponibilità a pagare per pesce alimentato con farine di insetti (€/kg):
 - 26% - 6,72 €
 - 45% - 2,05 €

Simulazioni per gli aspetti economici

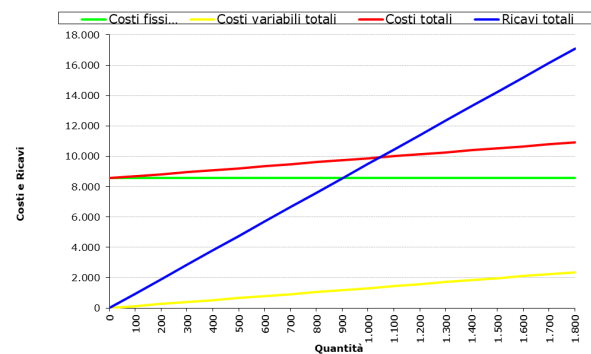
Break Even Point in trota

- Insetti - -
- Pollo +++



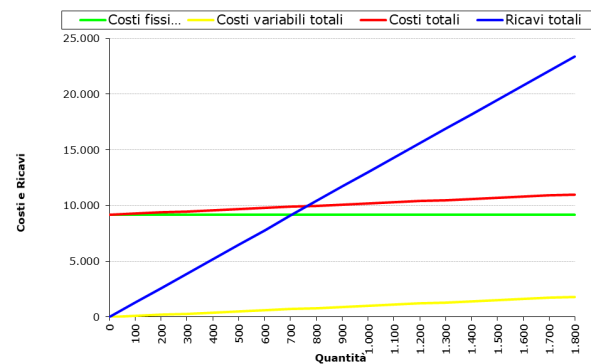
Break Even Point in orata

- Insetti - -
- Pollo ++



Break Even Point in branzino

- Insetti - -
- Pollo ++



Simulazioni per gli aspetti economici

- Gli sforzi economici che le aziende produttrici potrebbero potenzialmente sostenere, sarebbero compensati dalla conquista di quote di mercato caratterizzate da una crescente attenzione per attributi di sostenibilità del prodotto ittico, in sensibile crescita rispetto al prodotto standard presente sul mercato.
- Le aziende produttrici necessitano sempre più di strategie di comunicazione per raggiungere quel segmento di consumatori costantemente in evoluzione, alla ricerca di un prodotto innovativo, rispettoso dell'ambiente e di facile consumo.



SUSHIN
SUSTAINABLE FISH FEEDS
INNOVATIVE INGREDIENTS



GRAZIE PER L'ATTENZIONE