

EVOLUZIONE DEI CONSUMI ALIMENTARI IN ITALIA. UN'ANALISI SUGLI STILI VITA
DEL PERFETTO CONSUMATORE DI PESCE

Stefania Girone¹, Francesca Galizia², Alessandro Petrontino³, Francesco Bozzo⁴, Vincenzo Fucilli⁵,
Giacomo Maringelli⁶

SOMMARIO

A fronte di una generalizzata riduzione della spesa agroalimentare delle famiglie italiane si rileva una certa spinta all'acquisto ragionato: meno cibo "spazzatura", più cibo sano. Il pesce, nel caso specifico, per i suoi alti contenuti nutraceutici si colloca tra i cibi sani. Uno studio, dunque, sull'evoluzione dei consumi alimentari di pesce, nonché sui comportamenti dei consumatori di prodotti ittici risulta particolarmente utile per tracciare un profilo quanto più possibilmente vicino al "perfetto consumatore" frequente di pesce. Nell'ambito di un approccio metodologico multivariato, applicato su microdati "Multiscopo", si valuta quanto alcune variabili esplicative, appositamente individuate per descrivere sette dimensioni tematiche (demografica, economica, geografica, salutistica, alimentare, sociale ed abitativa) siano - più o meno significativamente - relazionate al consumo di pesce. Il quadro informativo che emerge può rendere possibile la costruzione di una mappa di segmentazione del mercato sulla quale collocare correttamente gli spunti raccolti sugli argomenti ed i risultati emersi dall'analisi svolta. Ciò consentirà, in chiave economica, di ragionare su possibili strategie di marketing che gli operatori del settore potrebbero adottare per rendere più attrattivo il prodotto ittico al target di consumatori individuato.

¹ SINAGRI srl, Spin Off dell'Università degli Studi di Bari "A. Moro" c/o Disaat, via G. Amendola 165/A 70126 Bari, stefaniagirone@hotmail.com.

² CAMERA DEI DEPUTATI - Parlamento Italiano, P.zza di Monte Citorio 1, 00186 Roma, galizia_f@camera.it.

³ SINAGRI srl, Spin Off dell'Università degli Studi di Bari "A. Moro" c/o Disaat, via G. Amendola 165/A 70126 Bari, ale.petrontino@gmail.com.

⁴ DISAAT - Dipartimento di Scienze agro-ambientali e territoriali dell'Università degli Studi di Bari "A. Moro" e Sinagri, srl, via G. Amendola 165/A 70126 Bari, francesco.bozzo@uniba.it.

⁵ DISAAT - Dipartimento di Scienze agro-ambientali e territoriali dell'Università degli Studi di Bari "A. Moro" e Sinagri, srl, via G. Amendola 165/A 70126 Bari, vincenzo.fucili@uniba.it.

⁶ SINAGRI srl, Spin Off dell'Università degli Studi di Bari "A. Moro" c/o Disaat, via G. Amendola 165/A 70126 Bari, giacomomaringelli73@gmail.com.

1. Introduzione

L'andamento della spesa delle famiglie per l'alimentare ha subito nel corso degli ultimi decenni un cambiamento di tendenza, rivelando un'importante contrazione della quota di spesa delle famiglie italiane destinata all'alimentazione.

Dal confronto, infatti, tra i dati di consumo - prevalentemente di origine Istat e Ismea - delle famiglie italiane dall'inizio degli anni Novanta fino ai giorni nostri, emerge che la quota di spesa delle famiglie destinata agli alimenti è notevolmente diminuita.

A fronte di tale diminuzione si è ritenuto utile, sulla base di quanto già fatto in un precedente lavoro (Bozzo et al, 2017), andare a stimare i cambiamenti in atto del consumo alimentare in Italia, con particolare riguardo ai prodotti ittici. L'interesse nei confronti di tali prodotti è legato all'alto contenuto nutraceutico, che consente loro di entrare a pieno titolo nella "dieta mediterranea" in qualità di cibo sano.

Il pesce, infatti, sia fresco che in conserva, apporta nutrienti preziosi come proteine di alto valore biologico, sali minerali e i preziosi acidi grassi omega-3. Non a caso la nuova piramide della Dieta Mediterranea sostenibile proposta da IFMeD, simbolo di uno stile di vita sano e consapevole, raccomanda un assiduo e frequente consumo di pesce.

Obiettivo, dunque, del lavoro è analizzare gli assetti evolutivi in termini di consumo alimentare – di pesce nel caso specifico – in Italia, verificandone bensì il legame con gli stili di vita.

È facile prevedere che nel tempo gli aspetti evolutivi in termini di acquisto e consumo di pesce comporteranno, molto presumibilmente, cambiamenti del profilo "perfetto consumatore di pesce". E sarà tutto nostro l'interesse di provare a confermare tale previsione, portando avanti uno studio su "consumi di pesce e stili di vita", che potrà certamente assumere via via una veste migliore, soprattutto quando l'Istat renderà disponibili metadati più recenti e, quindi, più aggiornati.

2. In tema di consumi alimentari in Italia

La sfavorevole e diffusa congiuntura economica ha – come ben noto – determinato negli ultimi anni una riduzione generalizzata dei consumi alimentari, riflesso di un mercato ancora molto incerto, dove la pacata dinamica inflattiva ha in parte celato, per alcune tipologie di prodotto, l'andamento calante delle quantità acquistate. E, sebbene il 2018 abbia chiuso con una spesa alimentare in modesta crescita sul 2017 (+0,3%), questa resta ancora poco significativa.

Nel corso di tutto il 2018 sono stati i prodotti a largo consumo confezionati a trainare la spesa (+1,9%), mentre per i prodotti sfusi (il 32,1% del valore del carrello) la spesa si è contratta del 3,1% (Ismea, 2019). In un contesto di generale stagnazione, non mancano tuttavia i comparti che rivelano buone performance

Secondo gli ultimi dati disponibili (2018), elaborati da Ismea sui risultati dei *Panel Nielsen*, la spesa degli italiani nel settore del food & beverage torna certamente a crescere – seppur timidamente –, ma non al Sud.

A livello territoriale, infatti, si delineano importanti eterogeneità strutturali legate ai livelli reddituali, ai prezzi e ai comportamenti di spesa, con i valori del Nord più elevati di quelli del Centro e, soprattutto, del Sud e delle Isole.

Le percentuali maggiori in termini di acquisti domestici di prodotti agroalimentari - i quali pesano sulla spesa totale delle famiglie italiane per una percentuale pari al 18% (Istat, 2018) - sono quelle concernenti cibi a base o derivati da cereali e latte con rispettivamente il 14,1% ed il 13,7%; a seguire si ritrovano gli ortaggi con il 10,1%, le carni al netto dei salumi con il 10,0%, la frutta con l'9,0% ed i prodotti ittici con il 8,2%; le bevande alcoliche/analcoliche e vino raggiungono il 9,9% (Figura 1B).

Quanto alle variazioni percentuali, tra il 2018 ed il 2017, la riduzione più importante dei consumi tra i generi alimentari riguarda il comparto olio e grassi vegetali (-7,6%), la quale tra l'altro farebbe ben sperare in una scelta di consumo più responsabile di prodotti alimentari ritenuti dannosi alla salute (Figura 1A).

Rimangono stabili, con flessioni modestissime, le vendite dei restanti prodotti: i prodotti ittici (-0,1%), frutta (-0,2%), i derivati dai cereali (-0,3%), latte e derivati (-0,9%), le bevande alcoliche/analcoliche e vini (-1,1%).

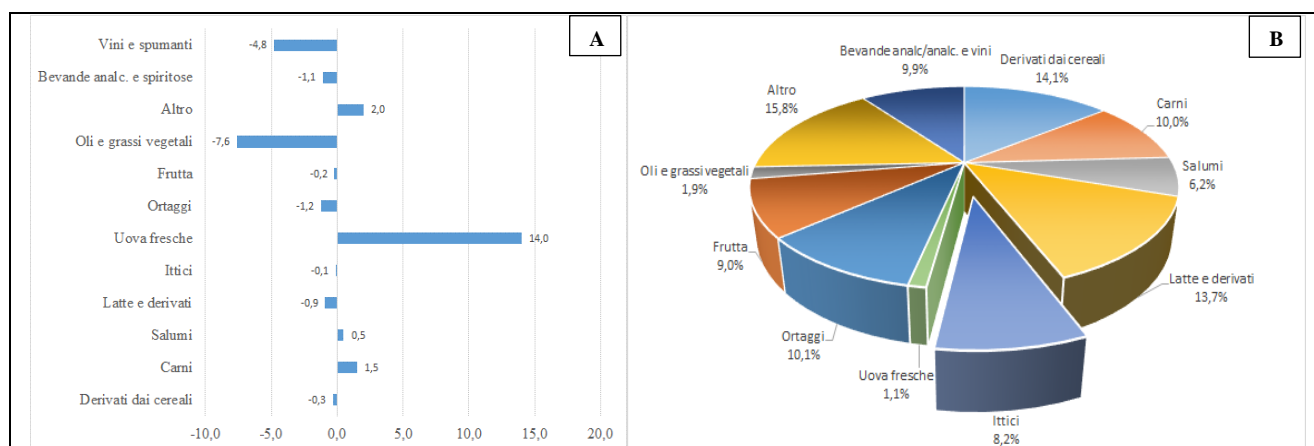
Diversamente, l'incremento più netto è stato quello delle uova fresche (+14,0%).

Con particolare riferimento al settore ittico, nel 2018, dopo anni di tenuta dei volumi ed espansione dei valori (era del +5,6% l'incremento della spesa nel 2017) si stabilizza la spesa per gli ittici (-0,1%). Nel dettaglio dei singoli segmenti si può evidenziare un aumento della spesa per quei prodotti a lunga conservabilità (aumenta dell'1,8% la spesa per gli ittici in scatola prevalentemente rappresentati dal tonno e dello 0,8% quella per il

pesce congelato), mentre flette la spesa del pesce fresco (0,8%), del congelato sfuso (-8,7%) e del pesce secco, salato e affumicato (-6,3%).

Gli italiani, dunque, quando mangiano pesce lo fanno preferendo la praticità. Inoltre, i dati Ismea sottolineano come il più delle volte la scelta ricada sul pesce d'importazione – il salmone per esempio – sempre più amato anche per via del successo crescente della cucina giapponese e orientale. Inoltre, come sottolinea l'Associazione Nazionale Conservieri Ittici (Ancit), il 94% della popolazione italiana è assiduo consumatore di tonno in scatola e addirittura il 43% degli italiani lo mangia ogni settimana. Complessivamente, conclude l'istituto di ricerca, meno della metà del pesce consumato dagli italiani (48%) è fresco.

Figura 1 – Variazione (A) e Quota (B) di acquisti di prodotti agroalimentari. Anno 2018



Fonte: nostra elaborazione su dati Ismea, Panel famiglie Nielsen 2019.

Alla luce, dunque, di quanto emerge in materia di consumi alimentari delle famiglie italiane si delinea un quadro alimentare nel quale trova conferma una certa spinta all'acquisto ragionato e salutistico con quote rilevanti di persone che mangiano sempre più cibi a base di fibre, cereali, verdura e frutta. Ugualmente significative le quote di coloro che consumano pesce, benché quelle di chi consuma carne e insaccati restano ugualmente significative.

In un sistema economico-commerciale in continua e rapida evoluzione, anche le aspettative e le dinamiche di consumo cambiano, e per le aziende di settore la conoscenza approfondita del mercato diventa lo strumento principale attraverso il quale valorizzare il proprio prodotto e comunicare direttamente con potenziali nuovi segmenti di consumatori su tutti i touch point a disposizione.

In chiave strettamente economica, dunque, tra i vari prodotti alimentari si è ritenuto che uno studio specifico sui comportamenti dei consumatori di prodotti ittici fosse particolarmente utile per riuscire a tracciare un profilo quanto più possibilmente vicino al "perfetto consumatore" medio-frequente di pesce. L'individuazione del punto di vista del consumatore è di importanza primaria per i sistemi produttivi così come per il successo dei futuri mercati. Indagare sul comportamento dei consumatori di prodotti ittici nel nostro caso specifico consentirebbe di ragionare su possibili strategie di marketing che gli operatori del settore potrebbero adottare per rendere più attrattivo il prodotto al target di consumatori individuato attraverso il modello statistico applicato.

Non poche le dimensioni tematiche (demografica, economica, geografica, salutistica, alimentare, sociale ed abitativa) analizzate nell'ambito dell'analisi multivariata che si illustrerà nel corso del *paper*. Tra queste quella sulle abitudini e combinazioni alimentari risulta particolarmente interessante, specie a seguito dell'interesse che va sviluppandosi a livello nazionale ed internazionale circa il connubio alimentazione-salute: è, infatti, ampiamente dimostrato quanto lo stile di vita ed i comportamenti individuali/sociali influenzino le scelte nutrizionali e quanto queste conseguentemente agiscano in modo incisivo sulla possibilità di evitare lo sviluppo di numerose condizioni patologiche, di controllarne l'evoluzione o, al contrario, provocarne l'insorgenza.

A tal riguardo e con particolare riferimento al pesce è ben noto quali siano le molteplici declinazioni delle componenti salutistiche in esso contenute: dagli omega 3 al fosforo, dalla digeribilità al basso contenuto di colesterolo, ecc..

Attraverso, pertanto, un *Logit Model* verrà valutato quanto alcune variabili esplicative, appositamente individuate per descrivere le sette dimensioni su citate, siano, più o meno significativamente, relazionate alla frequenza circa il consumo di pesce. In tal senso, il lavoro costituirà, tra le altre cose, un utile valore aggiunto all'attuale panorama conoscitivo inerente ai vantaggi dell'assunzione di un regime dietetico sano e improntato allo stile mediterraneo – nell'ambito del quale il pesce ricopre da sempre un posto di rilievo – e le prospettive strategiche per gli operatori della sanità pubblica.

3. Il materiale scientifico di riferimento

Ad oggi in tema di ricerca scientifica esistono certamente studi sul consumo di pesce in generale, ma mancherebbe una letteratura adeguata sulla relazione tra consumo e stile di vita.

Non mancano, dunque, alcuni importanti contributi scientifici che hanno evidenziato gli effetti positivi o negativi che alcune specifiche determinanti hanno sulla “frequenza al consumo” (Hu, 2019; Atique Ullah et al, 2019; Banerjee, Ray, 2017; Suárez, Astoviza, 2010). Alcuni studiosi (Trondsen et al., 2004; Pieniak et al., 2008), per es., hanno dimostrato quanto un ruolo essenziale sia rivestito dalle informazioni sulla salute, che risulterebbero efficaci nell'influenzare i consumi ittici: questi, infatti, aumentano con il rafforzarsi della convinzione che il pesce faccia bene alla salute, soprattutto in soggetti in età avanzata, più deboli e, dunque, più esposti a contrarre malattie. Ricerche nutrizionali hanno ravvisato un gruppo di alimenti che, in seguito ai loro benefici sui problemi cronici degenerativi, dovrebbero esser inseriti nella dieta alimentare. Uno di questi è il gruppo dei prodotti ittici per il quale è stata riconosciuta la presenza di proteine con alto valore biologico, un basso contenuto di grassi saturi e la presenza di minerali e vitamine, rappresentando così la maggior risorsa di vitamina D (Gharagozlian et al., 2017). Questa concezione di pesce quale alimento sano, è stata tuttavia turbata recentemente da informazioni meno favorevoli sul rischio di sicurezza, per il potenziale impatto negativo sulla salute della contaminazione chimica nel pesce selvatico. L'impatto psicologico delle informazioni sul rischio di sicurezza dipende principalmente dalla fiducia del consumatore, dalla fonte delle informazioni e dal contenuto informativo. A tal riguardo, altri studiosi hanno posto l'attenzione sull'importanza della comunicazione e delle fonti informative (Pieniak et al., 2007; Verbeke et al., 2007a; Verbeke et al., 2008), sul gap tra la percezione del consumatore e l'evidenza scientifica o sulle differenze tra i consumi di pesce d'allevamento e pesce selvatico (Verbeke et al., 2007b; Verbeke et al., 2007c; Gaviglio et al., 2009). Nello specifico, gli studi di Verbeke et al. hanno dimostrato che la percezione del pesce selvatico viene collegata alla preoccupazione verso la sostenibilità ambientale, mentre una cattiva conoscenza fa associare al consumatore l'idea che il pesce d'allevamento abbia una minor qualità intrinseca. Studi, poi, sull'efficacia comunicativa e sull'elaborazione delle informazioni hanno dimostrato che messaggi avversi o pressione negativa relativamente ai problemi di sicurezza alimentare possono condizionare pesantemente le decisioni di consumo alimentare (Verbeke et al., 2008).

4. Materiale statistico e metodi di analisi

Con l'obiettivo di andare ad indagare sulle abitudini di consumo alimentare in tema di prodotti ittici si è pensato che l'utilizzo di microdati fosse necessario per riuscire a tracciare un profilo, quanto più dettagliato possibile, del consumatore medio-frequente di pesce. A tal proposito, nel nostro paese la base informativa sui consumi è disponibile a partire dalla seconda metà degli anni Sessanta del secolo scorso: l'indagine sui “Consumi delle famiglie italiane”, condotta dall'Istat, ha infatti, permesso di delineare un quadro di riferimento tra il vecchio e nuovo millennio. Tuttavia, tra le tradizionali fonti statistiche, l'Istat da più di un ventennio (1993) realizza anche un'indagine su “Aspetti della vita quotidiana”, che ha come obiettivo prioritario quello di fornire, usando definizioni e metodi armonizzati, dati comparabili, sia a livello trasversale sia longitudinale, per l'analisi degli stili di vita quotidiana⁷, del benessere e della qualità della vita delle famiglie e degli individui, in termini strutturali, economici, salutistici, alimentari, geografici, abitativi, sociali, ecc.. Si tratta di una ricerca scientifica che fa parte di un sistema integrato di indagini sociali, le “Multiscopo sulle famiglie”, condotta con

⁷ Il concetto “stile di vita” associato a quello di “nucleo familiare” riveste un ruolo fortemente indicativo del comportamento dei componenti, le cui azioni possono essere osservate nella loro specificità e singolarità come nell'ambito della rete di relazioni che si compongono all'interno di ogni famiglia. Essa, in particolare, rappresenta un elemento portante della convivenza socio-economica, sia nella sua dimensione relazionale, sia in quella legata al consumo.

cadenza annuale, il cui *core* informativo essendo essenzialmente incentrato attorno a tematiche inerenti le abitudini dell'individuo nel suo "fare" quotidiano, permette di comprendere come vivono gli individui e quanto essi risultino soddisfatti delle loro condizioni, della situazione economica, della zona in cui vivono, del funzionamento dei servizi di pubblica utilità che dovrebbero contribuire al miglioramento della qualità della vita.

Attraverso l'analisi dei risultati di una siffatta indagine si è stati in grado di individuare il consumatore più frequente di pesce in Italia più di quanto si sarebbe potuto fare utilizzando l'indagine specifica sui consumi, che avrebbe fornito informazioni più dettagliate in termini di acquisto di pesce (fresco, congelato, in scatola, etc.), ma meno su altri aspetti relazionati al consumo di pesce, riguardanti appunto la sfera di vita dell'individuo. Istruzione, lavoro, vita familiare e di relazione, tempo libero, salute, stili di vita, etc. sono tutti aspetti indagati in chiave Multiscopo in un'ottica in cui oggettività dei comportamenti e soggettività delle aspettative, delle motivazioni, dei giudizi contribuiscono a definire il quadro informativo di interesse.

La popolazione di riferimento della multiscopo (2016), vale a dire l'insieme delle unità statistiche intorno alle quali si è investigato, è costituita dalle famiglie⁸ residenti in Italia e dai membri che le compongono. Sono, pertanto, esclusi i membri permanenti delle convivenze⁹.

Le famiglie sono state estratte casualmente dalle liste anagrafiche comunali, secondo una strategia di campionamento¹⁰ volta a costruire un campione statisticamente rappresentativo della popolazione residente in Italia.

Il campione effettivo al netto dei missing è, dunque, risultato costituito da 18.508 famiglie distribuite in 838 comuni italiani di diversa ampiezza demografica, per un totale di 43.404 individui.

Le 44 variabili elencate nell'analisi descrittiva (Tabella 1) si riferiscono alle 7 dimensioni tematiche individuate: demografica (variabili 1-3), economica (variabili 4-10), geografica (variabile 11), salutistica (variabili 12-20), alimentare (variabili 21-37), sociale (variabili 38-41), abitativa (variabili 42-44). Premesso questo, il campione di riferimento risulta costituito da soggetti maschi per il 48% e con un'età maggiore ai 45 anni per il 52%, e con una dimensione media del nucleo familiare di 3 componenti. Quanto alla posizione professionale tra le percentuali maggiori figurano quelle del dirigente/impiegato (e affini), nonché quelle dell'operaio (e assimilati), con rispettivamente il 28% ed il 27%.

Tra le attività economiche dichiarate secondo il codice ATECO, primeggia l'industria - escluso il settore delle costruzioni - con il 16,15%. Con riferimento agli ultimi 12 mesi e tenendo presente delle esigenze di tutti i componenti familiari, gli intervistati per il 57% considerano adeguate le risorse economiche complessive della famiglia.

Osservando, poi, il contesto geografico di residenza dei rispondenti, il Centro-Nord è capolista, seguono a distanza il Sud e le Isole. Sono, inoltre, individui che nel tempo libero praticano poca attività sportiva: solo il 23% circa, infatti, fa uno o più sport in modo costante e continuativo, ciononostante sono soggetti normopeso per più del 50%, generalmente in buona salute, avendo dichiarato solo per il 20% circa di essere affetti da ipertensione arteriosa.

Le stesse abitudini alimentari rivelano una tendenza al "mangiar sano": il 79% consuma, almeno una volta al giorno, pasta, riso e pane; il 79% consuma, almeno una volta al giorno frutta e verdura; il 54% consuma latte almeno una volta al giorno; l'85% utilizza olio d'oliva; irrilevanti le percentuali di coloro che hanno dichiarato di consumare almeno una volta al giorno carne rossa, salumi, formaggi e legumi; maggiori le percentuali di chi beve vino (19%), con una frequenza pari ad almeno 1-2 bicchieri al giorno, rispetto a quelle di chi diversamente consuma 1-2 bicchieri al giorno di birra (4%). Inoltre, il 68% sceglie come pasto principale il pranzo ed il 74% lo consuma prevalentemente a casa. Trattasi di individui con una vita sociale mediamente attiva (il 60% ha frequentato almeno 7 volte all'anno teatri, musei, cinema, ecc.), di cui il 17% rivelerebbe tempo libero sufficientemente tale da concedersi la lettura di quotidiani almeno 5-6 giorni alla settimana. Infine, il campione vive in abitazioni comode, composte mediamente di 4 stanze, con balcone e/o terrazzo (Tabella 1).

⁸ La famiglia è intesa come famiglia di fatto, ossia un insieme di persone coabitanti e legate da vincoli di matrimonio, parentela, affinità, adozione, tutela o affettivi.

⁹ Il periodo di riferimento dell'indagine è prevalentemente costituito dai dodici mesi che precedono l'intervista, anche se per alcuni quesiti il riferimento è al momento dell'intervista.

¹⁰ Quanto al disegno di campionamento di tipo complesso si rimanda all'Appendice "Strategia di campionamento e livello di precisione dei risultati" della Multiscopo pubblicata on line dall'Istat (http://www.istat.it/it/files/2011/01/strategia_campionamento.pdf).

Tabella 1 – Analisi descrittiva del campione. Anno 2016.

Variabile (rif.)	Min.	Max.	Media	Mediana	Dev. std.
1. NCOMP (Nr componenti familiari)	1	12	3,03	3	1,33
2. ETAM (1=Età > 45 anni)	0	1	0,52	1	0,50
3. SESSO (1=Sesso maschile)	0	1	0,48	0	0,50
4. POSIZM (1=Dirigente/impiegato)	0	1	0,28	0	0,45
5. POSIZM (1=Operaio)	0	1	0,27	0	0,44
6. CONDM (1 = Studente)	0	1	0,07	0	0,26
7. ATECOM (1=Impiegato in agricoltura)	0	1	0,06	0	0,23
8. ATECOM (1=Impiegato in industria)	0	1	0,11	0	0,31
9. ATECOM (1=Impiegato in servizi)	0	1	0,46	0	0,50
10. RISEC (1=Risorse economiche complessive della famiglia negli ultimi 12 mesi adeguate o ottime)	0	1	0,57	1	0,50
11. RIPMF (1=Nord-ovest; 2=Nord-Est; 3=Centro; 4= Sud e Isole)	1	4	2,87	3	1,34
12. SPOCON (1=Nel tempo libero pratica con continuità uno o più sport)	0	1	0,23	0	0,42
13. BMI (1=Sottopeso; 2=Normopeso; 3=Sovrappeso; 4=Obeso)	1	4	2,53	2	0,72
14. DIAB (1=Affetto da malattia cronica diabete)	0	1	0,06	0	0,24
15. IPAR (1=Affetto da malattia cronica ipertensione arteriosa)	0	1	0,19	0	0,39
16. INFAR (1=Affetto da malattia cronica infarto)	0	1	0,02	0	0,13
17. TUMOR (1=Affetto da malattia cronica tumore)	0	1	0,02	0	0,14
18. FEGATO (1=Affetto da malattia cronica problemi fegato o vie biliari)	0	1	0,02	0	0,14
19. CIRRO (1=Affetto da malattia cronica cirrosi epatica)	0	1	0,00	0	0,06
20. ULCER (1=Affetto da malattia cronica ul. gastrica e duod.)	0	1	0,03	0	0,16
21. PASTO (1=Pasto principale prima colazione)	0	1	0,08	0	0,28
22. PASTO (1=Pasto principale pranzo)	0	1	0,68	1	0,47
23. LPRAN (1=Pranzo a casa in gg non festivi)	0	1	0,74	1	0,44
24. LPRAN (1=Pranzo c/o ristoranti/trattorie in gg non festivi)	0	1	0,03	0	0,16
25. PANPAS (1=Consuma pane e pasta almeno una volta al giorno)	0	1	0,79	1	0,41
26. SALUMI (1=Consuma salumi almeno una volta al giorno)	0	1	0,09	0	0,29
27. CARNI ROSSE	0	1	0,06	0	0,24

<i>(I=Consuma carni rosse almeno una volta al giorno)</i>					
28. LATTE	0	1	0,54	1	0,50
<i>(I=Consuma latte almeno una volta al giorno)</i>					
29. FORM	0	1	0,21	0	0,41
<i>(I=Consuma formaggi almeno una volta al giorno)</i>					
30. PESCE	0	1	0,03	0	0,18
<i>(I=Consuma pesce almeno una volta al giorno)</i>					
31. FRUTTVERD	0	1	0,79	1	0,40
<i>(I=Consuma frutta e verdura almeno una volta al giorno)</i>					
32. LEGUMI	0	1	0,03	0	0,17
<i>(I=Consuma legumi almeno una volta al giorno)</i>					
33. DOLCI	0	1	0,14	0	0,34
<i>(I=Consuma dolci almeno una volta al giorno)</i>					
34. FGRAS	0	1	0,85	1	0,36
<i>(I=Consuma olio di oliva)</i>					
35. VINO	0	1	0,19	0	0,39
<i>(I=Beve almeno 1-2 bicchieri di vino al giorno)</i>					
36. BIRRA	0	1	0,04	0	0,19
<i>(I=Beve almeno 1-2 bicchieri di birra al giorno)</i>					
37. BFPAS	0	1	0,00	0	0,06
<i>(I=Beve tutti i gg vino o alcolici fuori dai pasti)</i>					
38. VITAMOND	0	1	0,60	1	0,49
<i>(I=Frequenta almeno 7 volte all'anno teatri, musei, cinema, ecc.)</i>					
39. LQUOT	0	1	0,17	0	0,37
<i>(I=Legge quotidiani almeno 5-6 gg alla settimana)</i>					
40. PARENT	0	1	0,51	1	0,50
<i>(I=Ha altri parenti su cui poter contare: oltre a genitori, figli, fratelli e sorelle, nonni e nipoti)</i>					
41. AMICI2	0	1	0,61	1	0,49
<i>(I=Ha amici su cui poter contare)</i>					
42. STANZEM	1	10	4,63	4	1,56
<i>(Nr stanze di cui si compone l'abitazione)</i>					
43. TERRAZ	0	1	0,81	1	0,39
<i>(I=L'abitazione dispone di terrazzo o balcone)</i>					
44. GARDEN	0	1	0,41	0	0,49
<i>(I=L'abitazione dispone di giardino privato)</i>					

Fonte: elaborazione propria su dati Istat (Aspetti della vita quotidiana: file per la ricerca. Periodo di riferimento: anno 2016).

4.1. I risultati di un approccio statistico multivariato

L'ultimo dataset Multiscopo disponibile (2016) è risultato contenitore di circa 700 variabili, tra le quali è stata creata una variabile dipendente di tipo dicotomico inerente al consumo più o meno frequente di pesce¹¹. Sono state, dunque, selezionate 88 variabili tramite l'indice V di Cramer, considerando solo correlazioni con la variabile dipendente superiori al 3% e significative almeno al 10%. Successivamente è stata verificata l'assenza di multicollinearità tra i predittori (valori dell'indice V compresi tra 1% e 17%). Quindi è stato applicato un *Logit Model* con criterio di selezione delle variabili di tipo stepwise e con soglia di ingresso e uscita pari al 10%. Ciò detto, avendo il campione di riferimento riportato differenze marginali rispetto a quello dell'anno precedente è evidente che anche e soprattutto il modello multivariato non può che confermare le stesse tendenze evidenziate in un precedente lavoro, di cui si è ritenuto utile riportarne i risultati (Bozzo et al, 2017).

Certamente nel tempo gli aspetti evolutivi in termini di acquisto alimentare descritti comporteranno cambiamenti nel profilo del perfetto consumatore di pesce, ma questo lo valuteremo appena disporremo di una

¹¹ La variabile inerente il consumo di pesce è strutturata nel dataset in 5 modalità: 1. Mai; 2. Meno di una volta a settimana; 3. Qualche volta a settimana; 4. Una volta al giorno; 5. Più di una volta al giorno. Tale variabile assunta come dipendente l'abbiamo resa dicotomica (No/Sì), unendo le prime due modalità in "Meno di una volta a settimana" (No) e le ultime 3 in "Almeno una volta a settimana" (Sì).

banca dati più aggiornata e recente. Osserviamo ora quanto nel modello di riferimento (Tabella 2) siano risultate correlate alla variabile dipendente considerata – positivamente o negativamente, in maniera più o meno significativa – 27 variabili, ciascuna delle quali riconducibili a specifiche tematiche che possono riassumersi in aspetti legati ai seguenti contesti: demografici, economici, geografici, salutistici, alimentari, sociali, personali (stato d'animo: soddisfazione e fiducia) ed abitativi.

Più nello specifico, riguardo al primo dei contesti, quello demografico si evince che: la composizione familiare risulta inversamente correlata al consumo di pesce, infatti la tendenza a mangiare frequentemente pesce è un'abitudine più di coppia che di famiglia, in quanto più aumenta il numero di componenti minore è la frequenza con la quale ci si ciba di pesce; l'età è correlata positivamente con la nostra variabile dipendente, nel senso che più aumenta l'età maggiore è la frequenza al consumo di pesce; lo stato civile è correlato negativamente e, dunque, da coniugati si mangia più pesce rispetto a quanto si faccia da soli; il grado di istruzione è correlato in modo tale che più esso aumenta più c'è consumo.

Gli aspetti demografici-strutturali della popolazione campionaria di riferimento hanno senz'altro permesso di individuare tra i consumatori più frequenti di pesce coloro che sono in età più avanzata e dunque non più con figli a carico – i quali sia in tenera età che in età più adolescenziale/giovanile fanno, generalmente, scelte alimentari legate più a cibi commerciali (talvolta “spazzatura”) che a cibi dai sapori più delicati come il pesce –, bensì in coppia e, dunque, con una composizione familiare più ristretta. L'istruzione è un aspetto presumibilmente legato al tenore di vita economico: coloro i quali hanno dichiarato un livello di istruzione maggiore sono anche quelli che svolgono attività economiche più remunerativamente riconosciute e risultano più soddisfatti delle proprie risorse economiche. Tutti elementi questi dall'impatto significativamente positivo sul consumo frequente di pesce.

Gli aspetti economici sono analizzati in termini di settore ATECO nell'ambito della quale si svolge attività lavorativa e valutazione sullo stato delle risorse economiche complessive del nucleo familiare: si registra, pertanto, un maggior consumo di pesce tra coloro i quali hanno dichiarato di svolgere attività che va più verso il terziario piuttosto che verso il primario e, dunque, più nel settore dei servizi che in quello dell'agricoltura e/o dell'industria. Sono individui che più ritengono adeguate e/o ottime le risorse economiche complessive del proprio nucleo familiare più riferiscono un maggiore consumo di pesce.

Quanto all'area geografica la tendenza al consumo di prodotti ittici aumenta tra coloro che risiedono nel Sud e nelle Isole, diminuendo tra quelli del Nord e Centro Italia. A tal riguardo, il calcolo dell'indice V di Cramer (Tabella 4) ha permesso di individuare in chiave più strettamente territoriale le regioni nell'ambito delle quali si registrerebbe una correlazione significativa, positiva e maggiore con il consumo medio-frequente di pesce: i residenti nelle regioni del Centro Italia (Toscana, Umbria, Marche, Lazio e Abruzzo) hanno dichiarato di consumare più frequentemente pesce; lo stesso può dirsi per quelli che risiedono nelle regioni dell'Italia meridionale (Molise, Campania, Basilicata, Calabria e Sicilia), eccezion fatta per Puglia e Sardegna. Mentre il risiedere nel Nord Italia – nessuna regione esclusa – implica una correlazione negativa rispetto a un più frequente consumo di pesce.

Con riferimento al contesto “Salute”, analizzato in termini di malattie croniche (diabete, ipertensione arteriosa, cirrosi, osteoporosi, tumore, ecc.) contratte dall'intervistato è tale per cui: più si è in buona salute e si presta attenzione al proprio peso corporeo più frequentemente si mangia pesce.

Circa le abitudini alimentari si rileva una correlazione negativa tra il consumo frequente di pesce e la scelta della cena come pasto principale: la propensione a consumare pesce aumenta in coincidenza del pranzo quale pasto principale, diminuendo appunto quando la scelta del pasto principale ricade sulla cena. Inoltre, a incidere sul consumo più frequente di pesce vi è anche una quantità maggiore di consumo di vino, una frequenza più significativa nel consumo di carni/salumi, legumi, frutta e verdura, olio di oliva per cottura/condimento; diversamente, influirebbero negativamente sul maggior consumo di pesce un utilizzo più frequente di pasta, pane e riso, nonché di latte e formaggi. Nel primo caso l'assunzione soprattutto di proteine di origine animale e vegetale per opera delle carni e legumi, insieme con vitamine, fibre e sali minerali provenienti da verdura e frutta genera un effetto compensativo riguardo ai valori nutrizionali contenuti nel pesce, nel senso che i soggetti ne fanno uso a completamento del regime alimentare. Diversamente, l'inserimento nel corredo alimentare di carboidrati, tra le altre cose, legati a pasta, pane e riso, nonché di calcio contenuti in latte e formaggi crea un effetto sostitutivo rispetto al consumo di pesce, sintomo di una dieta alimentare che si rifà più ad uno stile vegetariano, nel quale appunto ai cibi di origine animale si prediligono cibi che non lo sono. Viepiù, la maggiore quantità di acqua minerale assunta potrebbe essere giustificata dal suo alto contenuto di minerali, che apporterebbe una serie di benefici alla salute a cui sono particolarmente attenti i soggetti intervistati: l'acqua minerale abbassa, per es., per effetto del magnesio e del potassio, la pressione sanguigna, il colesterolo,

il rischio di calcoli renali, e migliora, grazie al calcio in essa contenuta, la densità ossea, la pelle, la muscolatura e chiaramente anche la digestione. L'attenzione, poi, rivolta alla giusta quantità di sale e la scelta di quello iodato sono aspetti che rimarcherebbero un profilo che va delineandosi ormai chiaramente, cioè quella di un consumatore di pesce in buona salute a cui piace mangiar sano. È, inoltre, un consumatore che va a cena fuori e che sostanzialmente conduce vita sociale: ciò è dimostrato dalla correlazione positiva, seppur con significatività più o meno forti, che c'è tra la frequenza al consumo di pesce e la frequenza a cenare fuori, a vedere gli amici nel tempo libero, e ad andare a teatri, cinema, concerti, etc. Trattasi di individui che essendo in fascia di età più matura ha più tempo libero per leggere quotidiani e, inoltre, si dimostrano fiduciosi nelle istituzioni (Parlamento, Governo, Partiti Politici, Sistema Giudiziario, etc.). Tuttavia, ad un consumo più frequente di pesce risulta correlata positivamente anche l'insoddisfazione per la situazione ambientale (aria, traffico, rumore, criminalità, etc.) del luogo in cui si vive, quasi a voler cercare un "riscatto" dal malcontento di abitare in un habitat malsano attraverso l'assunzione di cibo sano.

Tabella 2 - Logit Model circa il consumo medio-frequente di pesce in Italia.

Parametro	Stima	Errore standard	T-Test
Intercept	2,860	0,368	60,246 ***
Famiglia (NCOMP)	-0,026	0,016	2,853 *
Età (ETA')	0,031	0,011	8,750 ***
Celibe/nubile (SI/NO)	-0,084	0,048	3,134 *
Istruzione (ISTRUZIONE)	0,065	0,026	6,245 **
Attività lavorativa (ATECO)	0,049	0,020	5,663 **
Risorse economiche della famiglia (RISEC)	0,128	0,033	15,170 ***
Area geografica (RIPMf)	0,092	0,015	38,400 ***
Come va la salute (SALUTE)	0,047	0,028	2,931 *
Frequenza controllo peso (CPESO)	0,053	0,017	9,450 ***
Pasto principale a cena (CENA)	-0,097	0,039	6,154 **
Quantità vino consumato (VINO)	0,031	0,015	4,024 **
Frequenza consumo pane e pasta (PANPAS)	-0,132	0,024	29,770 ***
Frequenza consumo carni e salumi	0,444	0,028	256,135 ***
Frequenza consumo latte e formaggi	-0,053	0,023	5,411 **
Frequenza consumo frutta e verdura	0,356	0,021	294,052 ***
Frequenza consumo legumi (LEGUMI)	0,370	0,026	210,549 ***
Uso olio di oliva per cottura e condimento	0,385	0,093	17,185 ***
È attento alla quantità di sale usata nei cibi (QTSALE)	0,148	0,023	41,289 ***
Usa sale iodato (IODIO)	0,063	0,037	2,857 *
Quantità di acqua minerale consumata (ACMIN)	0,065	0,013	25,649 ***
Frequenza con cui va a cena fuori (CENFUO)	0,105	0,020	27,709 ***
Frequenza con cui si vede con amici nel tempo libero (AMICI)	0,033	0,016	4,430 **
Frequenza con cui va a teatri, cinema, musei, concerti, etc.)	0,067	0,032	4,443 **
Legge quotidiani (LQUOT)	0,028	0,013	4,771 **
Soddisfatto per situazione ambientale del luogo in cui vive (aria, traffico, rumore, criminalità, ecc.)	-0,072	0,026	7,704 ***
Ha fiducia nelle istituzioni	0,041	0,007	30,631 ***
Abitazione con giardino privato (GARDEN)	-0,141	0,038	13,778 ***

***: sign. 1%; **: sign. 5%; *: sign. 10%.

Fonte: elaborazione propria su dati Istat Multiscopo (Bozzo et al, 2017).

5. Considerazioni conclusive

Nel 2018 tra i Paesi dell'Unione Europea l'Italia si piazza al primo posto per consumi di pesce con 28 chili l'anno a testa. Merito anche del tonno in scatola che nel 2017 ha registrato un valore di 1,3 miliardi di euro, con una produzione nazionale di 75.800 tonnellate e un consumo di 155.000 tonnellate (+3% rispetto al 2016) pari a circa 2,5 kg pro capite. È quanto è emerso in occasione della Giornata mondiale della pesca, dalla 28° edizione dell'assemblea delle Associazioni europee dei trasformatori ed importatori di pesce.

In Italia l'importanza del mercato delle conserve ittiche è un riferimento per tutto il settore. I consumatori totali di tonno in scatola sono il 94% della popolazione e quasi 1 italiano su 2 (43%) lo mangia ogni settimana, soprattutto perché è facile, veloce da preparare e versatile, ma anche in virtù dei suoi valori nutrizionali. Buone le performance anche dei surgelati. Secondo i dati Ismea, gli italiani mangiano pesce surgelato 1 volta su 5, un prodotto che ha le stesse proprietà nutrizionali di quello fresco, perché viene rispettata la catena del freddo, mantenendo sempre il prodotto a una temperatura di -18 °C durante tutto il suo iter, dal confezionamento alla tavola.

Ciò detto, l'Istat, l'Ismea, l'Eumofa forniscono certamente dati scientifici aggiornati sui "consumi di pesce", distinti anche per categoria, tuttavia esiste poco in chiave statistica sul "consumatore di pesce". L'approccio analitico proposto in tale lavoro ha permesso, dunque, di disegnare il profilo medio dei consumatori italiani di pesce, che coinciderebbe – in sintesi – con soggetti in età più avanzata, in coppia e non più con figli a carico, residenti nel Sud e nelle Isole più che nel Nord e Centro Italia, in salute e con un'alimentazione sana, con un livello di istruzione ed un tenore di vita economico modestamente sostenuti e mediamente soddisfatti delle proprie risorse economiche. Indubbiamente, gli anziani di oggi presentano, rispetto a quelli del secolo scorso, più alti livelli di istruzione e di benessere economico, insieme a stili di vita chiaramente più salutari. Ciò ha comportato ingenti guadagni non solo sulla vita media, ma anche sulla qualità della sopravvivenza. La salute, specie nelle classi di età più anziane più particolarmente esposte a patologie cronico-degenerative, rappresenta uno dei fattori chiave per riuscire a condurre una vita di qualità. E sulla migliore qualità di vita dell'anziano influiscono significativamente le scelte soprattutto alimentari, evidentemente orientate verso il senso del "mangiar sano". Il pesce, nel nostro caso specifico, per i suoi alti contenuti nutraceutici si colloca tra i cibi sani e non a caso il suo maggior consumo si relaziona fortemente con preferenze legate a migliori stili di vita. Diversamente, coloro che hanno dichiarato più contenuti consumi di pesce sono anche quelli che hanno rivelato più bassi livelli di istruzione, più sfavorevoli condizioni economiche e cattiva salute, percepita ed effettiva¹². Quanto agli aspetti strutturali, a parità di fattori quali l'età, il genere, il territorio e il livello di istruzione, si conferma che gli anziani maggiori consumatori di pesce sono quelli che vivono in coppia con "nido vuoto". Trattasi, inoltre, di consumatori anziani attivi fisicamente, culturalmente e socialmente: vivere in modo attivo la fase anziana della vita innesca a sua volta un circolo virtuoso che contrasta l'isolamento sociale e la cattiva salute, intesa nella più ampia accezione. Concludendo, il quadro informativo emerso fornisce indubbiamente utili spunti in chiave economica-commerciale, in quanto consente di pensare a possibili strategie di marketing che possano attrarre un maggior numero di acquirenti/consumatori di pesce. Essendo questo, per es., percepito come un cibo genuino ma anche delicato, la fiducia riposta nel soggetto da cui si effettuano gli acquisti è fondamentale. Il consumatore anziano tende, infatti, ad affidarsi a un venditore, tutt'altro che occasionale, che sia ben conosciuto e di fiducia. Certamente il banco pesce di una catena nota della distribuzione moderna genera una sensazione di fiducia, ma diversa da quella "ad personam" del mercato o del piccolo negozio a cui solitamente si rivolge l'anziano consumatore, che in quanto istruito e in salute, sarà particolarmente attento alle informazioni/certificazioni del prodotto acquistato. Ciò detto, uno dei potenziali piani strategici commerciali pensati apposta per il target di consumatori di riferimento dovrebbe puntare alla valorizzazione degli aspetti nutraceutici del pesce: le stesse etichette dei prodotti ittici confezionati dovrebbero riuscire a valorizzare maggiormente, con semplicità e immediatezza, gli aspetti sanitari, quelli sulla provenienza, sulla tempistica, sulla qualità, etc. A tal riguardo, la Francia recentemente (2017) ha adottato il "Nutri-Score" (OMS/Europe, <http://www.euro.who.int/en/home>), un nuovo sistema di etichettatura degli alimenti basato sulla combinazione di colori che passa dal verde (grado A-migliore qualità nutrizionale) al rosso (grado E-peggior qualità nutrizionale) per indicare i livelli di grassi, sale e zucchero contenuti nei prodotti alimentari. Un nuovo e, per certi versi, innovativo sistema di etichettatura, come quello utilizzato dai francesi, utile specie ai consumatori più anziani con frequenti e talvolta importanti difficoltà di lettura, consentirebbe di guidare i consumatori verso scelte più salutari e incentivare le aziende alimentari a riformulare i loro prodotti, puntando di più sulla loro qualità nutrizionale. Degli effetti di una corretta comunicazione e dei marketers, circa quei fattori della salute fortemente relazionati al consumo di pesce, ne trarrebbero poi beneficio non solo i commercianti ma anche i ministeri della salute che vogliono promuovere un'alimentazione ed uno stile di vita più salubre.

¹² Basti pensare a coloro i quali hanno dovuto svolgere lavori usuranti, hanno esercitato scarsa prevenzione o hanno dovuto, a causa delle limitate disponibilità economiche, rinunciare spesso a prestazioni sanitarie. Sono questi gli anziani di oggi che, più rispetto ad altri, rivelano cattivi stati di salute e, dunque, di stili di vita.

6. Bibliografia

- Atique Ullah A.K.M. Akter M., Musarrat M., Quraishi S.B., Evaluation of Possible Human Health Risk of Heavy Metals from the Consumption of Two Marine Fish Species *Tenualosa ilisha* and *Dorosoma cepedianum*, *Biological Trace Element Research*, Volume 191, Issue 2, 15 October 2019, Pages 485-494.
- Banerjee G., Ray A.K. The advancement of probiotics research and its application in fish farming industries, *Research in Veterinary Science*, Volume 115, pp. 66-77, 2017.
- Bozzo F., Fucilli V., Petrontino A., Sardaro R. The Consumption of Fish in Old Age: A Statistical Analysis on the Dataset "Multiscopo", *Rivista Italiana di Economia, Demografia e Statistica*, n.3, 2017.
- Gaviglio A., Pirani A. La pesca sostenibile nella percezione del consumatore, in Trevisan G. (a cura di). *La nuova PCP per il Mediterraneo. Strumenti innovativi di gestione sostenibile e comportamenti responsabili*, Franco Angeli, Milano, 2009.
- Gharagozian S., Hansen R., Haugen M., Johansen O., Seierstad S.L., Seljeflot I., Arnesen H. Changes in dietary pattern when including 700 g of salmon per week to patients with atherosclerotic heart disease, *Clinical Nutrition ESPEN*, Volume 19, pp. 38-44, 2017.
- Hu S., Yu J., Wang Y., Li Y., Chen H., Shi Y., Ma X. Fish consumption could reduce the risk of oral cancer in Europeans: A meta-analysis. *Archives of Oral Biology*. Volume 107, November 2019.
- Ismea. Consumi alimentari. I consumi domestici delle famiglie italiane. Report Consumi, nr. 1/2019, febbraio 2019.
- Istat. Spese per consumi delle famiglie, *Statistiche Report*, 2018.
- Istat. *Annuario statistico italiano* 2018.
- Istat. *Aspetti metodologici dell'indagine "Aspetti della vita quotidiana"*, 2018.
- Istat. *Annuario Statistiche della caccia e della pesca*, *Collana Annuari*, Roma, anni vari.
- OMS/Europe, <http://www.euro.who.int/en/home>.
- Pieniak Z., Verbeke W., Scholderer J., Brunsø K., Olsen S.O. European consumers' use of and trust in information sources about fish, *Food Quality and Preference* 18, pp. 1050-1063, 2007.
- Pieniak Z., Verbeke W., Cueto F.P., Brunsø K., Henauw S.D. Fish consumption and its motives in households with versus without self-reported medical history of CVD: a consumer survey from five European countries, *BMC Public Health* 8, 306, 2008.
- Suárez M.M.S., Astoviza M.B. Healthy feeding and nutrition in cardiovascular diseases, *Revista Cubana de Investigaciones Biomedicas*, Volume 29, Issue 3, pp. 353-363, 2010.
- Trondsen T., Braaten T., Lund E., Eggen A.E. Health and seafood consumption patterns among women aged 45-69 years. A Norwegian seafood consumption study, *Food Quality and Preference* 15, pp. 117-128, 2004.
- Verbeke W., Sioen I., Brunsø K., Henauw De S., Camp J.V. Consumer perception versus scientific evidence of farmed and wild fish: exploratory insights from Belgium, *Aquacult Int* 15, pp. 121 -136, 2007.
- Verbeke W., Vanhonacker F., Sioen I., Camp J.V., Henauw S.D. Perceived Importance of Sustainability and Ethics Related to fish: a consumer behavior perspective, *Royal Swedish Academy of Sciences, Ambio* Vol. 36, N.7, 2007.
- Verbeke W., Vermeir I., Brunsø K. Consumer evaluation of fish quality as basis for fish market segmentation, *Food Quality and Preference* 18, pp. 651-661, 2007.
- Verbeke W., Vanhonacker F., Frewer L.J., Sioen I., Henauw S.D., Camp J.V. Communicating risk and benefits from fish consumption: impact on Belgian Consumers' perception and intention to eat fish, *Risk Analysis*, Vol.28, N.4, 2008.

ABSTRACT

A certain incentive to buy in a reasoned way is revealed against a generalized reduction in the agri-food expenditure of Italian households: less “junk” food, more healthy food. Fish, in the specific case for its high nutraceutical content, is among healthy foods. Thus, a study on the behavior of consumers of fish is particularly useful for tracing a profile as close as possible to the frequent “perfect consumer” of fish. Through a Logit Model applied on “Multiscopo” microdata, it is evaluated how some explanatory variables, specifically identified to describe seven thematic dimensions (demographic, economic, geographical, health, food, social and housing), are more or less significantly related to fish consumption. The emerging information framework can make it possible to build a market segmentation map on which to correctly place the collected points on the arguments and outcomes emerging from the analysis carried out. This will allow you in economic-commercial terms to think about possible marketing strategies that industry operators may adopt to make the fish more attractive to the target consumer.