Stoccafisso e baccalà: dalla Norvegia due prodotti sempre più apprezzati anche nel fuori casa

20240528171347shutterstock-2320352977-10b80cb7

È l’Italia il mercato più importante per lo stoccafisso norvegese, e rimane uno dei paesi trainanti per quanto riguarda il baccalà, sia nel fuori casa che nel consumo domestico. Basti pensare che, secondo una ricerca di Circana CREST, **nel 2023 il consumo di prodotti ittici del fuori casa ha rappresentato il 7% del totale del pesce servito**. Mentre, guardando i dati della ricerca NielsenIQ, **lo stoccafisso ha registrato un aumento rispetto al 2022, sia per il valore delle vendite (+18%), che per il volume (+11,1%)**.

In questo contesto, lo stoccafisso e il baccalà rientrano nelle abitudini del settore che li riconosce come prodotti sostenibili ed innovativi, soprattutto per le loro caratteristiche, come la ricchezza di proteine, di vitamine D e del gruppo B, e di ferro. **tendenze come la sostenibilità, il benessere, l’inclusione e l’identità.** mostrando particolare attenzione a **sono sempre di più gli italiani che ricercano esperienze e novità gratificanti,**Nel loro consumo out of home,

Nel loro consumo out of home, **sono sempre di più gli italiani che ricercano esperienze e novità gratificanti,** mostrando particolare attenzione a **tendenze come la sostenibilità, il benessere, l’inclusione e l’identità.** In questo contesto, lo stoccafisso e il baccalà rientrano nelle abitudini del settore che li riconosce come prodotti sostenibili ed innovativi, soprattutto per le loro caratteristiche, come la ricchezza di proteine, di vitamine D e del gruppo B, e di ferro.

È l’Italia il mercato più importante per lo stoccafisso norvegese. Un primato che si riflette anche nel consumo fuori casa (e domestico) di baccalà, un altro prodotto norvegese ben accolto nella ristorazione tricolore anche grazie alla presenza del marchio “Seafood from Norway”, denominazione

simbolo di origine di tutti i prodotti ittici norvegesi.

Secondo una ricerca di Circana CREST, infatti, **nel 2023 il consumo di prodotti ittici -** in particolare per baccalà e stoccafisso - ha registrato una performance positiva, soprattutto nel sud Italia, arrivando a rappresentare il 7% del totale del pesce servito. A livello complessivo, poi, i dati di una recente ricerca NielsenIQ mostrano come **lo stoccafisso abbia registrato un aumento rispetto al 2022, sia per il valore delle vendite (+18%), che per il volume (+11,1%)**.

Riconosciuti come prodotti sostenibili ed innovativi per le loro caratteristiche (dalla ricchezza di proteine, di vitamine D e del gruppo B a quella di ferro), lo stoccafisso e il baccalà si inseriscono alla perfezione anche nelle nuove tendenze del dining out contemporaneo come la **sostenibilità, il benessere, l'inclusione e l'identità.**

Non a caso, nell'ottica delle dinamiche di consumo fuori casa, **secondo Circana gli italiani sono sempre più alla ricerca di esperienze e novità gratificanti**: il 65% dei consumatori italiani dichiara di mangiare fuori casa ciò che non è in grado di cucinare a casa, mentre il 38%, dovendo selezionare i momenti in cui andare al ristorante, è alla ricerca di nuove esperienze. Inoltre, nelle esperienze OOH i consumatori ricercano valori come sostenibilità (il 52% è più fedele a ristoranti che hanno un approccio sostenibile), benessere (il 72% ricerca prodotti sani e una proposta allo stesso tempo innovativa), inclusione (il 64% seleziona ristoranti inclusivi nei confronti dei consumatori che hanno esigenze alimentari particolari) e infine identità (il 57% vuole conoscere il brand e i valori dei prodotti utilizzati nei ristoranti).

Inoltre, sia lo stoccafisso che il baccalà vengono sempre più riconosciuti anche come **prodotti innovativi**: in questi ultimi dieci anni infatti sono state trovate nuove modalità per rendere entrmabi i prodotti più facilmente accessibili ai nuovi stili di vita, ai nuovi gusti e alle nuove tendenze: dal ready to cook al ready to eat.

«*Il nostro obiettivo è quello di promuovere la cultura del pesce norvegese in Italia* - ha spiegato nel corso di un workshop **Tom Jørgen Gangsø, direttore Italia del Norwegian Seafood Council** -. *Stiamo puntando molto sulle qualità dello stoccafisso e del baccalà, fornendo idee educative e informazioni sulla sostenibilità della pesca e processi di produzioni, evidenziando le loro versatilità in cucina e i loro benefici*».