



Natale: volano consumi di pesce nonostante rincari del 10%

Bmti, acquisti in netta ripresa rispetto al Natale scorso

Redazione ANSA ROMA

21 dicembre 2021 12:42



(ANSA) - ROMA, 21 DIC - Consumi di pesce in netta ripresa rispetto al Natale dello scorso anno.

Merito della tradizione del menu della Vigilia, ma anche della riapertura della ristorazione che nel 2020 scontava le misure anti contagio. Vola la domanda di tutte le specie tipiche del periodo, dalle vongole al branzino passando per crostacei e polpo, con prenotazioni che

fioccano in pescheria e nei banchi di mercati e supermercati.

Una situazione che sta determinando un'impennata dei prezzi mediamente del 10%. Ma la colpa è anche dei rincari delle materie prime, dai trasporti al gasolio, alle cassette di confezionamento del pesce. A fotografare prezzi e consumi sono i dati di Bmti riportati dall'ANSA, dove si scopre che per il salmone il rincaro generale è del 22% (+7% rispetto alla scorsa) che sale al 33% per le vongole veraci (+5% in 7 giorni).

Per gli immancabili orate, branzini e anguille, l'aumento è a doppia cifra, arrivando a sfiorare rispettivamente +19%, +18% e +10,34% rispetto ad un anno fa; nel caso delle due prime specie il rialzo è dovuto anche alla riduzione delle importazioni del prodotto greco. Tra i pesci di allevamento, rispetto al 2020 volano anche le ostriche concave (+35%) e la trota (+10%), mentre tra i crostacei tipici di questo periodo, in rialzo sono le mazzancolle (+27%) e i gamberi rosa (+25%), nonostante a novembre sia stato registrato qualche calo dovuto ad un eccesso di pesca. Per il pescato fresco, in rialzo i prezzi del rombo liscio (+46%), della sogliola (+24%), della rana pescatrice (+22%), del polpo (+10%) e del calamaro, i cui prezzi crescono del 20% rispetto al 2020 e quasi del 10% rispetto a una settimana fa. Insomma una vera e propria corsa al prodotto ittico confermata da Fabio Massimo Pallottini direttore del Centro Agroalimentare Roma, che oggi ha inaugurato la prima edizione di 'Pesce in Piazza', la manifestazione culturale di tre giorni che valorizza la biodiversità e promuove il consumo consapevole. "I consumi si avvicinano a quelli del 2019, se non fosse che manca all'appello la domanda dei turisti un po' rarefatta", spiega il direttore, nel percepire qualche preoccupazione tra i ristoratori. (ANSA).