

# Italia a Tavola

## Il caviale italiano si fa largo grazie a e-commerce e degustazioni in azienda

L'allevamento dello storione in acquacoltura non ha temuto la crisi generata dalla pandemia, riuscendo a rimbalzare velocemente nonostante la chiusura dell'Horeca. Merito di qualità e riconoscibilità del Made in Italy, ma soprattutto di nuove abitudini di consumo che avvicinano produttori e clienti finali

**D**ici **caviale** e pensi subito alle atmosfere del Volga, lo charme di San Pietroburgo oppure il mistero di Teheran. Eppure, **non serve andare molto lontano per trovarne di ottima qualità. L'Italia, infatti, è uno dei migliori produttori a livello internazionale** di uova di storione e se la gioca (come sempre d'altronde) con la Francia per il primato europeo a livello di qualità. Una sfida che ha visto **un'accelerazione nell'ultimo anno e mezzo contrassegnato dalla pandemia**. Da un lato la chiusura dell'Horeca, dall'altro il boom dell'e-Commerce hanno fatto sì che il caviale riuscisse a "rimbalzare" meglio di altri settori produttivi e continuare a rappresentare uno status symbol gastronomico. Lo sanno bene le aziende associate ad [Api \(Associazione piscicoltori italiani\)](#) impegnate nell'allevamento in acquacoltura dello storione che hanno saputo rispondere alla crisi trasformandosi in destinazioni per la degustazione del caviale al pari delle cantine vinicole per il vino.



*Il caviale italiano è apprezzato per la sua qualità e il rigore della produzione*

## **Jenny Giaveri: «La sfida è riuscire a riconoscere la provenienza del caviale e spiegarla al cliente finale»**

«Con la pandemia c'è stata una **iniziale flessione sulla vendita del prodotto, ma non così grave come si poteva immaginare** nelle prime fasi contrassegnate dal lockdown che ci ha colti proprio nel momento in cui stavamo per concludere le normali operazioni di produzione», racconta **Jenny Giaveri, titolare di Caviar Giaveri**, azienda con sede in provincia di Treviso. Unica scelta, rallentare la commercializzazione. Aspettando momenti migliori (come le feste natalizie e invernali).

Un'attitudine che l'azienda, **nata nel 1978 e inizialmente specializzata nell'allevamento dell'anguilla**, ha da sempre nel proprio Dna. Sebbene, infatti, l'inserimento degli storioni nelle vasche di allevamento sia avvenuto già nei primi anni '80, la Caviar Giaver ha dovuto attendere quasi un decennio per veder premiato il proprio investimento: **«Con la crisi dello storione selvaggio a causa di inquinamento e pesca intensiva, sono iniziate le prime richieste di caviale da storione in acquacoltura**. E noi ci siamo fatti trovare pronti», racconta Giaveri. Inizialmente, l'azienda produce per conto di un brand id Bordeaux ma poi inizia l'avventura solista. **I canali di sbocco? «Principalmente l'Horeca anche se in quest'anno di chiusure ci siamo concentrati maggiormente sulla vendita diretta**. Un aiuto ci è arrivato anche dall'**e-Commerce**, canale attivo ormai da una decina di anni ma che durante lo scorso Natale ha registrato un vero e proprio boom, tanto che la **crescita in generale è stata pari al 30-40%**», rivela Giaveri. Il motivo? La maggiore familiarità dei consumatori con il canale digitale e la volontà di concedersi «una coccola» visto il periodo.

A patto di saper **riconoscere il prodotto di qualità**. **«Manca ancora una conoscenza specifica** sulla qualità del caviale, sia nel consumatore finale che in quello Horeca. Ci sono pochi intenditori. Mentre, in generale, **risulta difficile ai non esperti del settore riconoscere in modo chiaro la provenienza del prodotto»**, afferma Giaveri. **Il sistema di etichettatura Cites**, infatti, permette di identificare le qualità, la specie del caviale che si acquista in modo abbastanza chiaro mentre per quanto riguarda la provenienza della produzione le cose si complicano a cause di codici poco chiari. Insomma, **non resta che affidarsi ai produttori stessi**. **Magari passando per un'esperienza di degustazione diretta** in azienda, attività che «riprenderemo a settembre offrendo una visita in azienda e un percorso gastronomico che abbina 3-4 tipi di caviale a un calice di Champagne», conclude Giaveri.

## **Carlo Dalla Rosa: «Saltano gli intermediari, il cliente finale è sempre più determinante»**

Fenomeno, quest'ultimo che **Carlo Dalla Rosa, general manager di Acipenser Srl** spiega così: **«Si sta saltando l'intermediazione del grossista**: più soddisfazione per l'allevatore e vantaggi per i clienti a livello di prezzo». L'azienda, con sede in provincia di Brescia, nell'ultimo anno e mezzo si è aperta sempre più alla vendita diretta forte di una produzione di caviale intorno alle 8 tonnellate all'anno realizzate su 10 ettari di vasche e una **crescita del +30% che non ha temuto nemmeno la pandemia e la conseguente chiusura dei locali**.

«Le **prestazioni registrate a Natale 2020 hanno permesso di riequilibrare i conti. Certo, non abbiamo raggiunto gli stessi livelli dell'anno precedente**, ma ci siamo avvicinati molto grazie al canale e-Commerce che ci ha permesso di mantenere un rapporto diretto con il cliente finale, nonostante le difficoltà logistiche del processo», spiega Dalla Rosa. Il tutto spinto da una **rinnovata sensibilità per la produzione europea, se non addirittura nazionale** che – anche a fronte di un prezzo più alto – ha saputo battere la concorrenza cinese e ritrovare il proprio ruolo nel mercato. **Merito di un lungo lavoro di filiera** che, in Italia, significa **«controllo dei mangimi e della qualità delle acque**. Sotto quest'ultimo aspetto, per esempio, negli stabilimenti di Calvisano noi utilizziamo acqua pura a una temperatura che non supera i 15°. In Germania, invece, si lavora con impianti idrici a circuito chiuso», spiega Dalla Rosa. E la Francia? «Come noi pone tantissime attenzione alle fasi di produzione che possono durare anche 10-20 anni. Ma non ha alle spalle il brand Made in Italy».

### **Stefano Maturano: «Caviale fresco: ecco il futuro dei consumi»**

Dettagli che fanno la differenza anche per **l'Azienda Agricola Pisani Dossi: «Il nostro caviale è ben conosciuto nel Nord Italia e si differenzia dagli altri perché si tratta di caviale fresco** che non viene conservato in grandi latte e confezionati man mano che ce n'è bisogno ma immesso sul mercato nel giro di tre mesi dalla produzione. Insomma, **niente stagionatura né conservanti. Solo salatura**. Per questo il prodotto risulta più delicato e leggero. Proprietà che pian piano di stanno facendo sempre più apprezzare fra i consumatori», racconta **Stefano Maturano, responsabile produzione e ricerca e sviluppo**.

L'azienda Pisani Dossi nasce nel 1982 come allevamento di anguille ma nel proseguo degli anni si specializza nella storionicoltura a cui oggi dedica 5 ettari di vasche che vengono alimentate con acqua di pozzo prelevata a 40 metri di profondità. **L'attività coinvolge tutto il ciclo produttivo dello storione e del caviale e si apre anche alla fornitura a terzi** di uova imbrionate, larve, avannotti, ecc. Il tutto per un totale di sei specie. Che strascichi ha lasciato la pandemia? «Per quanto riguarda la fornitura di avannotti sul territorio nazionale siamo andati bene: potendoli trasportare su gomma siamo riusciti a soddisfare le varie. Tutto quello che riguarda le vendite con trasporto aereo, invece, sono rimaste a terra. Di fatto, ci è saltata tutta una stagione di riproduzione e vendita all'estero. **Per il comparto del caviale, invece, dopo il blocco delle vendite nel primo lockdown a causa della chiusura del canale Horeca siamo ripartiti da Natale in poi**», spiega Maturano.

## Le proprietà dello storione e del caviale

Lo **storione** è un pesce appartenente alla famiglia *Acipenseridae*, **conosciuto da sempre come il pesce del caviale**. Ne vengono allevate numerose specie diverse, alcune conosciute solo per la produzione delle **preziosissime uova**, altre anche per la **carne pregiata**. **Quest'ultima ha un elevato contenuto proteico ed è fonte naturale di Omega 3**, oltre ad avere un buon profilo vitaminico e minerale. Adatto ai bambini perché naturalmente privo di lisce, ha un gusto delicato e leggero. **L'Italia è il maggior produttore europeo di carne di Storione.**

## Il pesce in tavola

Con questo articolo proseguo la serie di **approfondimenti sul tema della piscicoltura** e il rapporto con il canale Horeca e non solo. In cinque diversi articoli tratteremo, in collaborazione con l'Associazione piscicoltori italiani e le aziende socie, i trend che investono il consumo di trota, spigola e orata, caviale, molluschi e altre specie. Di seguito **le puntate precedenti**:

- [Pesce, meglio se Made in Italy. Le riaperture dei ristoranti spingono i produttori](#)
- [Trota e acquacoltura, i consumi premiano supermercati e sostenibilità](#)
- [Orata e branzino, qualità e tracciabilità. La competizione estera non spaventa i produttori](#)

<https://www.italiaatavola.net/alimenti/pesce/2021/6/29/caviale-italiano-si-fa-largo-commerce-degustazioni/78148/>