



PO FEAMP
ITALIA 2014 | 2020

mipaft
ministero delle politiche agricole
alimentari, forestali e del turismo

Regione Emilia-Romagna

Direzione Generale Agricoltura, Caccia e Pesca
Servizio Programmazione e Sviluppo Locale Integrato

RICHIEDENTE	
Denominazione sociale:	Syndicat Mixte PETR Vidourle Camargue

OPERAZIONE	
Titolo dell'operazione:	COOPERAZIONE FRANCO-ITALIANA : GESTIONE E VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE LOCALI

Report di restituzione

INDICE

1.	<u>LEADER FLAG contatti</u>	3
2.	<u>FLAG PARTNER contatti</u>	3
3.	<u>PARTNERS TECNICI contatti</u>	3
4.	<u>CONTESTO DEL PROGETTO – PROMEMORIA</u>	4
5.	<u>OBIETTIVI DEL PROGETTO – PROMEMORIA</u>	4
6.	<u>DESCRIZIONE DEL PROGETTO – PROMEMORIA</u>	4
7.	<u>DELEGAZIONE E PARTNER PROFESSIONALI - 26-29 marzo 2018</u>	6
7.1.	<u>COMPOSIZIONE DELLA DELEGAZIONE FRANCESE</u>	6
7.2.	<u>PARTNER PROFESSIONALI COSTA DELL’EMILIA ROMAGNA</u>	6
7.3.	<u>PROGRAMMA</u>	7
8.	<u>DELEGAZIONE E PARTNER PROFESSIONALI - 3-4 Settembre 2018</u>	8
8.1	<u>COMPOSIZIONE DELLA DELEGAZIONE ITALIANA</u>	8
8.2.	<u>GALPA VIDOURLE CAMARGUE PARTNER PROFESSIONALI</u>	9
8.3.	<u>PROGRAMMA</u>	9
9.	<u>RISULTATI - CATTURA E SBARCO</u>	12
9.1	<u>SELETTIVITA'</u>	12
	<i>Trasferibilità all'area del FLAG VC:</i>	13
9.2	<u>METODI DI SELEZIONE</u>	14
	<i>Trasferibilità all'area del FLAG VC:</i>	14
10.	<u>RISULTATI - VALORIZZAZIONE A LIVELLO DI COOPERATIVA - IL CASO COPEGO C</u>	15
10.1	<u>Descrizione della filiera COPEGO</u>	15
	<i>Lavorazione, controllo e pesca</i>	15
	<i>Redditività</i>	16
10.2	<u>Valorizzazione attraverso la tracciabilità</u>	16
10.3	<u>Valorizzazione attraverso il confezionamento</u>	16
10.4	<i>Trasferibilità all'area del FLAG VC:</i>	19
10.5	<u>Il caso francese: lavorazione in strutture collettive</u>	20
11.	<u>VALORIZZAZIONE ONLINE</u>	20
11.1	<u>Vendite online di prodotti ittici: problemi e opportunità</u>	20
11.2	<u>Descrizione del canale di distribuzione della Côte Chic</u>	20
11.3	<u>Strategia dei prezzi dei prodotti ittici</u>	22
11.4	<u>Creare il proprio sito web come punto vendita principale</u>	22
11.5	<u>Strategia di fidelizzazione di Côte Chic</u>	22
11.6	<u>Prospettive: Andare incontro alle esigenze dei millennial con l'innovazione</u>	23
11.7	<u>Prospettive: confezionamento e consegna del prodotto fresco</u>	24
	<i>Trasferibilità e normativa</i>	26
12.	<u>VALORIZZAZIONE ATTRAVERSO IL CATERING</u>	28
13.	<u>IMPEGNO POLITICO E PROMOZIONE DEI PRODOTTI ITTICI LOCALI</u>	32
14.	<u>VALORIZZAZIONE ATTRAVERSO L'ORGANIZZAZIONE DI EVENTI</u>	33
	<i>Eventi: « Les Graulinades » con Frédéric Alcacer</i>	33

14.1 Obiettivi di Les Graulnades	33
14.2 I numeri di Les Graulnades	33
14.3 Gastronomia	33
14.4 Comunicazione	33
15. L'ECONOMIA SOCIALE E SOLIDALE INCONTRA IL SETTORE DELLA PESCA	36
16. OBIETTIVO NASSARIUS MUTABILIS	38
16.1 Quadro del settore della pesca nel FLAG CER	38
16.2 DATI SCIENTIFICI	38
16.3 GESTIONE DELLE RISORSE	38
Piani di gestione attuali	38
Strumenti di misurazione in uso	38
16.4 PROSPETTIVE DI LAVORO E RICERCA, MIGLIORAMENTO GESTIONE RISORSE	39
16.5 VALORIZZAZIONE	40
16.6 WORKSHOP DI RESTITUZIONE AI PROFESSIONISTI	42
17. PROSPETTIVE DI MERCATO COMUNE.....	43
18. CONCLUSIONI.....	44

1) Leader FLAG

Nome: Pôle d'Equilibre Territorial et Rural VIDOURLE CAMARGUE

Indirizzo: 421 avenue Maurice Privat, 30600 Vauvert, France

Tel: 04 34 14 80 01

Rappresentante legale: Pierre MARTINEZ (Presidente)

Project Manager: Marion PERRAS

E-mail: m.perras@pays-vidourlecamargue.fr

3

2) FLAG Partner

Nome: FLAG COSTA DELL'EMILIA-ROMAGNA

Indirizzo: Strada Mezzano 10, 44020 Ostellato (FE) - Italia

Tel: 0039 0533 57693 – 57694

Rappresentante legale: Lorenzo MARCHESINI (Presidente)

Project Manager: Angela Nazzaruolo

E-mail: info@deltaduemila.net

3) Partner tecnici contatti

Nome: OP du SUD, Organizzazione di produttori

Indirizzo: "Cr ee aux poissons des pays d'Agde", Quai commandant M eric - 34 300 AGDE

Tel: 06 31 39 05 20

Rappresentante legale: Guy MIRETE, Presidente

Partner tecnico: Ga lle GUILBERT

E-mail: opdusud.med@gmail.com

Nome: C epralmar, Agenzia regionale produzione ittica

Indirizzo: 2, Quai Philippe Régy, BP 10118, 34202 SETE

Tel: 04 99 02 02 30

Rappresentante legale: Andre LUBRANO, Presidente

Partner tecnico: Jean-François HOLLEY

E-mail: holley@HYPERLINK holley@cepralmar.org holley@cepralmar.org

4) Contesto di progetto – PROMEMORIA

Le comunità di pescatori del Mediterraneo si trovano a fare i conti con risorse ittiche locali scarsamente valorizzate e una scarsa conoscenza del consumatore. I metodi gestionali, la creazione di valore aggiunto e innovazione costituiscono un grosso rischio per gli operatori locali. Un elemento fondamentale del progetto consiste nel conciliare l'innovazione con la gestione dei rischi.

Il dialogo e la cooperazione che nascono dal progetto riducono il margine di rischio e promuovono lo sviluppo del settore. La condivisione di risultati, esperienze, conoscenze e riflessioni diviene un'importante fonte di sostegno reciproco.

La cooperazione consente agli attori locali di avvalersi congiuntamente di importanti opportunità, minimizzando il rischio di fallimento e massimizzando il potenziale dei rispettivi attori locali.

5) Obiettivi del progetto – PROMEMORIA

Nell'ambito della cooperazione con il FLAG Costa Dell'Emilia-Romagna, gli operatori italiani e francesi potranno condividere idee e informazioni, scambiarsi conoscenze e migliorare la capacità delle attività di pesca di adattarsi alle tendenze del mercato e alle esigenze ambientali. Questo progetto di cooperazione si concentra sullo sfruttamento sostenibile delle risorse e sulla creazione di valore aggiunto, con l'obiettivo di rafforzare le attività economiche locali e garantire il reddito delle comunità di pescatori di Le Grau-du-Roi e Costa Dell'Emilia Romagna.

Obiettivi di progetto.

- Garantire la redditività economica della pesca nel Mediterraneo proteggendo le risorse;
- Riflessioni per la realizzazione di un piano di sfruttamento sostenibile del *Nassarius mutabilis*;
- Tutelare e sostenere gli operatori del settore attraverso la promozione dei prodotti del Mediterraneo;
- Valorizzare il prodotto;

Tre sono le linee di azione identificate al fine di sostenere e valorizzare il settore della pesca artigianale e garantire fonti diversificate di reddito nei due FLAG:

1. Cattura e sbarco: misure gestionali

Analisi comparativa dell'offerta di prodotti del Mediterraneo, strategie commerciali e di vendita

Obiettivo *Nassarius mutabilis* – Condivisione di conoscenze scientifiche e pratiche gestionali: sguardo d'insieme, valutazione e brainstorming sulle prospettive di sviluppo

2. Valorizzazione e commercializzazione dei prodotti locali

Analisi comparativa del valore aggiunto a livello locale (imballaggio, lavorazione, ecc.) e consumo locale: sguardo d'insieme e idee per lo sviluppo.

Approccio comparato agli schemi di consumo e alle strategie per la promozione commerciale.

3. Ideazione della Guida per la gestione e la valorizzazione delle risorse nel Mediterraneo

6) Descrizione del progetto – PROMEMORIA

Il progetto affronta sette tematiche relative al settore della pesca locale, con particolare attenzione per l'offerta del Mediterraneo e la specie *Nassarius Mutabilis*.

Elenco delle tematiche:

- Cattura, sbarco e commercializzazione
- Industria alimentare e valorizzazione
- Valorizzazione dei prodotti locali - corsi di cucina, eventi
- Valorizzazione dei prodotti locali - turismo, patrimonio, gastronomia
- Valorizzazione dei prodotti locali - prospettive per il mercato comune
- Obiettivo *Nassarius Mutabilis* (cattura, sbarco e commercializzazione + industria alimentare e valorizzazione)
- Linee guida per la gestione delle risorse e la valorizzazione

Si prevedono tre momenti di incontro tra i leader di progetto: 3 giorni nel territorio del FLAG Costa dell'Emilia Romagna a primavera 2018, 3 giorni nel territorio del FLAG Vidourle Camargue nell'autunno 2018 e un terzo incontro dedicato alla gestione delle risorse del Mediterraneo e alla preparazione della guida per la valorizzazione e la gestione delle risorse.

Area di progetto

Area francese: Area di sbarco Le-Grau-du-Roi

Area Italiana: Porti della Costa Dell'Emilia-Romagna

Calendario del progetto

Fasi	Marzo18	Sett 18	Sett. - Nov 18	Nov 18
PARTE 1 Indagine sul campo nell'area del FLAG Costa Dell'Emilia Romagna	X			
PARTE 2 Indagine sul campo nell'area del Vidourle		X		

Camargue				
PARTE 3 PPREPARAZIONE GUIDA SULLA GESTIONE E VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE		X	X	
Divulgazione presso pescatori e operatori del settore				X

Questa report ha come oggetto la visita di tre giorni nell'area del FLAG Costa dell'Emilia Romagna FLAG il 27 e 28 marzo 2018.

7) Delegazione e Partners professionali - 26/29 marzo 2018

7.1) *Composizione della delegazione francese*

n°	Ruolo	Cognome	Nome
1	FLAG Vidourle Camargue Capo missione	Perras	Marion
2	CEPRALMAR Capo missione	Holley	Jean-François
3	OPDUSUD Capo missione	Guilbert	Gaëlle
4	OPDUSUD Presidente	Mirete	Guy
5	<i>La Graulenne</i> Venditore	Courant	Jean-Christophe
6	<i>Criée du Grau d'Agde</i> Venditore	Midalgue	Laurent
7	Pescatore	ROSSELINI	Philippe

7.2) *Partners professionali del FLAG COSTA DELL'EMILIA ROMAGNA*

Ruolo	Cognome	Nome
Direttore della Regnoli Medusa	Regnoli	Mauro
Direttore mercato ittico COPEGO (Goro)	Piva	Pierpaolo
Direttore cooperativa Piccola e Grande Pesca Cooperative (Porto Garibaldi)	Felletti	Ariberto
Proprietario industria di inscatolamento prodotti ittici (I.C.I. - Gradara)	Roberto	Bernardi
Azienda trasformazione prodotti ittici Little Fish (Riccione)	Vittorio	Cevoli
Biologo	Turolla	Edoardo
Biologo	Schitterly	Laurent
Biologo	Prioli	Giuseppe
"Valorizzazione delle attività di pesca e di acquacoltura" Regione Emilia-Romagna PO	Vasi	PierGiorgio
Membro FLAG CER	Paesanti	Vadis
Membro FLAG CER	Petta	Francesco
FLAG CER – Project manager (DELTA 2000)	Nazzaruolo	Angela
FLAG CER – Project assistant (DELTA 2000)	Occhi	Chiara
FLAG CER - Presidente (DELTA 2000)	Marchesini	Lorenzo
Presidente Cooperativa Lavoratori del Mare - Presidente mercato ittico di Rimini	Cevoli	Giancarlo
Direttore mercato ittico di Rimini	Cappello	Gerlando (Dino)
Direttore Cooperativa Casa del Pescatore (Cattolica)	Cecchini	Stefano
Vice-direttore Cooperativa Casa del Pescatore (Cattolica)	Tontini	Nicola

Pescatore – Porto di Cattolica	Curzi	Alfio
Pescatore – Porto di Cattolica	Fronzi	Roberto
Pescatore – Porto di Cattolica	Valeri	Marco
Pescatore – Porto di Cattolica	Pronti	Paolo
Capitano di peschereccio – Porto di Cattolica	Della Costanza	Matteo
Assessore all'Ambiente di Rimini	Montini	Anna
Sindaco Comune di Goro	Viviani	Diego

7.3) Programma

Giorno 1 – Martedì 27 marzo

8.00 – 8.30	Arrivo a Goro (Fe) Incontro presso Comune di Goro (1) Caffè di benvenuto
8.30 – 9.30	Incontro di apertura: - Benvenuto del sindaco - presentazione del territorio del FLAG - produzione ittica e acquacultura nell'area UNESCO Uomo e Biosfera
9.30 – 10.30	Visita sul campo Visita del porto di Goro: descrizione della flotta e delle attività di pesca Visita sul campo
10.30 – 12.00	- Visita della struttura commerciale per i prodotti ittici CO.PE.GO (attrezzatura, logistica, mercati) - visita allo stabulario di Goro
12.00 – 12.30	Trasferimento da Goro a Comacchio
12.30-13.30	Pranzo a Comacchio presso la Manifattura dei Marinati
13.30 – 14.30	Manifattura dei Marinati, Comacchio - industria alimentare e attrezzatura per il confezionamento: opportunità e strategie - Canale di vendita: Identificazione delle strategie di promozione locale che possono essere trasferite al mercato francese
14.30 – 14.45	Trasferimento da Comacchio a Porto Garibaldi
15.00 – 16.00	Mercato ittico di Porto Garibaldi (Comacchio) (2) - Raffronto tra il mercato francese e quello italiano (canali di vendita, assortimento, quantità e calendario della produzione) per i prodotti del Mediterraneo (vongole, gamberi, seppie...)
16.30- 18.00	Trasferimento a Rimini
18.00 – 19.00	Arrivo a Rimini e check in in hotel
19.30	Cena a RIMINI Trattoria La Marianna (3)

7

Giorno 2 – Mercoledì 28 marzo 2018

4.30 – 7.00	Visita sul campo al mercato ittico di Rimini (4) - Visita al mercato ittico di Rimini (attrezzature, logistica, ecc...) - Canali di vendita: identificazione delle strategie promozionali locali che possono essere trasferite sul mercato francese	
7.00 – 8.00	Colazione in hotel e recupero bagagli	
8.00 – 8.30	Trasferimento a Cattolica Coop. Casa del Pescatore (5)	
8.30 – 11.00	Visita sul campo al porto di Cattolica- Obiettivo Nassarius Mutabilis: - Visita del porto e descrizione della flotta e delle	Partecipazione alle operazioni di cattura a bordo - obiettivo

	attività di pesca - Visita al mercato ittico di Cattolica (attrezzatura, logistica, ecc...)	Nassarius Mutabilis: (7 assistenti + 2 accompagnatori)
11.00 – 12.00	Incontro con i pescatori locali per discutere delle tecniche di pesca per il Nassarius Mutabilis	
12.30 – 14.30	Pranzo a Cattolica presso PesceVia (Laboratorio ittico itinerante)	
14.30 – 17.00	presso la cooperativa Casa del Pescatore Obiettivo Nassarius Mutabilis (sp.) con esperti e tecnici del settore: - biologia della specie, - norme sulla pesca, - brainstorming sulle misure di gestione delle risorse	
17.00 – 18.00	Peer review, visita sul campo e osservazioni conclusive Prospettive per i prossimi passi nella cooperazione con la Francia, Maggio 2018	
19.00	Cena a Cattolica presso Pesce Via (Laboratorio ittico itinerante)	

- Comune di Goro - Indirizzo: *Piazza Dante Alighieri, 19 - 44020 Goro (FE)*
- Mercato ittico Porto Garibaldi– Indirizzo: *Via Giacomo Matteotti, 24 - 44029 Porto Garibaldi (FE)*
- Trattoria La Marianna – Indirizzo : *Viale Tiberio, 19 – 47921 Rimini*
- Mercato ittico Coop. Lavoratori del mare – Indirizzo: *Viale F.lli Leurini, 1 – 47921 Rimini*
- Coop. Casa del Pescatore – Indirizzo: *Via E. Toti, 2, 47841 Cattolica RN*

8) Delegazione italiana e partners professionali 3-4-5 Settembre 2018

8.1 COMPOSIZIONE DELLA DELEGAZIONE ITALIANA

N	Nominativo Partecipante	Organismo/Ente/Impresa/Cooperativa	Sede
1	Pullini Claudio	FAI CISL PESCA	CESENA
2	Cevoli Vittorio	LITTLE FISH	RICCIONE
3	Sauro Alleati	Coop.va piccola e media pesca La Romagnola	MARINA DI RAVENNA
4	Angela Giachi	Coop.va piccola e media pesca La Romagnola	MARINA DI RAVENNA
5	Petta Francesco	FEDERPESCA- Federazione Nazionale delle Imprese di Pesca ER	RIMINI
6	Nordi Enrico	Valle Campo	COMACCHIO
7	Berardi Vincenzo	Cooperativa MARE	CATTOLICA
8	Silvestri Mauro	Silvestri Mauro & Soci	CATTOLICA
9	Zennaro Gimmi	Cooperativa Piccola Grande Pesca	PORTO GARIBALDI
10	Bellavista Massimo	FLAG CER	RIMINI
11	Donati Simone	FLAG CER	COMACCHIO
12	Caselli Sergio	FLAG CER	FERRARA
13	Occhi Chiara	FLAG CER	FERRARA

8.2) GALPA VIDOURLE CAMARGUE PARTNER PROFESSIONALI

Nome	COOP/ASS/ATTIVITA'	Funzione	Porto
Marion Perras	FLAG VC	Project manager FLAG VC	
Yannick Reboul	FLAG VC	Direttore	
Pierre Martinez	FLAG VC	Presidente	
Zoë Valat	Conseil Départemental du Gard	Project manager EFF	
Jean-François Holley	Cépralmar – Région OCCITANIE	Tecnico	
Gaëlle Guilbert	OP du SUD	Tecnico	Le Grau du Roi
Guy Mirete	OP du SUD	Presidente	Le Grau du Roi
Paul Gros	Coopérative SOCOMAP	Presidente	Le Grau du Roi
Jean-Christophe Courant	Coopérative La Graulenne	Venditore	Le Grau du Roi
Stéphane Didier	Comité Départemental des pêches et élevages marins	Pescatori, Presidente OPduSUD	Le Grau du Roi
Philippe Rosselini	La Graulenne	Pescatori	Les Saintes Maries de la Mer
Frédéric Alcacer	SEM Le Grau Du Roi Développement	Project manager « Event »	Le Grau du Roi
Robert Crauste	Mairie du Grau du Roi	Sindaco	Le Grau du Roi
Lucien Topie	Mairie du Grau du Roi	Assessore alla pesca	Le Grau du Roi

9

8.3) PROGRAMMA

Giorno 1 – Lunedì 3 settembre 2018

17h00-17h30	Arrivo a Le Grau du Roi - Caffè di benvenuto Incontro alla SOCOMAP cooperative (1) Incontro di apertura: - Benvenuto del sindaco - presentazione dell'area del FLAG e della produzione ittica locale
-------------	--

17h30-18h00	Visita sul campo al mercato del pesce(1) - Visita del mercato ittico di SOCOMAP (attrezzatura, logistica,..) - Canale di vendita: Identificazione delle strategie locali di promozione che possono essere trasferite al mercato francese
18h00 – 18h45	Visita sul campo Visita dei porti di Le Grau du Roi: descrizione della flotta e delle attività di pesca
18h45-19h00	Arrivo in hotel
19h45	Cena: degustazione di piatti della cucina locale a base di pesce presso il ristorante « Frères de la côte » (2)

Giorno 2 – Martedì 4 settembre 2018

8h30-9h30	Trasferimento alla Côte Chic (3)
9h30 – 10h30	Visita sul campo Vendita online di prodotti ittici/ industria alimentare e confezionamento: opportunità e strategie
10h30-11h00	Trasferimento al Comune (4)
11h00-11h15	Pausa caffè
11h15–11h45	- Dibattito PROMOZIONE DEL COMMERCIO ITTICO mostra PhotoSensible « Les Femmes portent la moitié du Ciel »
11h45- 12h30	- Dibattito PROMOZIONE DEI PRODOTTI ITTICI Scambio di buone pratiche sulla gastronomia locale e evento culturale “Les Graulinades”
12h30– 14h30	Pranzo : Buffet a base di "pesce povero" del Mediterraneo
14h30-15h	Trasferimento al porto (1)
15h00–	Gestione dei rifiuti plastici in mare – FLAG Progetto « Reseaclons » Visita sul campo (attrezzatura, logistica)
16h00-16h20	Trasferimento all'Istituto Marino Seaquarium (5)
16h20 - 17h00	Gestione dei rifiuti plastici in mare – FLAG Progetto « Reseaclons » Dibattito e presentazione del progetto (Mostra e sensibilizzazione)

<i>17h00-18h20</i>	Trasferimento in centro città
<i>18h20– 18h50</i>	Peer review visita sul campo, buone pratiche e osservazioni conclusive
<i>19h30</i>	Cena presso il ristorante Café Miramar (6)

Giorno 3 - Mercoledì 5 settembre 2018

<i>8h30 – 9h30</i>	Trasferimento a Mèze (34 Hérault)
<i>9h30 -12h30</i>	Visita studio sul campo e incontro professionale sulla molluschicoltura e allevamento di ostriche
<i>12h30-13h00</i>	Trasferimento a Marseillan (7)
<i>13h00 – 15h00</i>	Pranzo : degustazione di ostriche e cozze presso il ristorante Chez Tintin
<i>14h30-15h00</i>	Trasferimento a Mèze (8)
<i>15h00-16h30</i>	Visita e incontro con i rappresentanti del CRCM (Comité Régional Conchylicole de Méditerranée.) e Lycée de la Mer
<i>17h00</i>	Partenza per il rientro in Italia

Indirizzi e numeri utili:

- (1) SOCOMAP, quai Christian Gozioso, 30240 Le Grau du Roi
- (2) Oh Frères de la Côte, 58 quai Général de Gaulle – 30240 Le Grau du Roi
- (3) Côté Chic, avenue de Camargue, Centre commercial Les Florales 2, 30240 Le Grau du Roi
- (4) Hôtel de Ville, place de la Libération, 30240 Le Grau du Roi
- (5) Institut Marin du Seaquarium, Avenue du Palais de la Mer, 30240 Le Grau-du-Roi
- (6) Café Miramar, 25 Avenue Frédéric Mistral, 30240 Le Grau-du-Roi
- (7) Chez Tintin, 3 Chemin de l'Étang, 34340 Marseillan
- (8) MAISON DE LA MER - QUAI BAPTISTE GUITARD - 34140 MEZE

9) **RISULTATI - CATTURA E SBARCO**

Di seguito il FLAG Vidourle Camargue sarà indicato come VC ed il FLAG Costa dell'Emilia Romagna come CER.

9.1 SELETTIVITA'

La visita ai porti e l'uscita a bordo hanno permesso alla delegazione francese di osservare attrezzature di pesca selettiva finora sconosciute.

Specie selezionata	Murici	Seppie
Attrezzatura per la pesca selettiva usata nel FLAG CER	Rete per murici <i>Foto1</i>	Rete per seppie <i>Foto 1 e 2</i>
Attrezzatura attualmente in uso nel Flac VC	Rete	Rete
Vantaggi dell'attrezzatura usata nel CER rispetto a quella usata nel VC	<ul style="list-style-type: none"> • Selettività; • Semplificazione del lavoro allo sbarco con l'eliminazione della fase di districamento dalla rete; • Risparmio di tempo con l'eliminazione della fase di districamento dalla rete; • Possibilità di rilasciare esemplari piccoli in loco se necessario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Selettività; • Migliore qualità del prodotto che non viene schiacciato nella rete al momento della cattura; • Possibilità di rilasciare in loco gli esemplari piccoli
Costo €/attrezzatura (riferimento Cattolica)	17 € IVA inclusa esclusi i costi di armamento delle reti	13,50 € IVA inclusa esclusi i costi di armamento delle reti
Numero di operatori VC interessati a provare la nuova attrezzatura	<i>(provvisorio – progetto sperimentazione OPDUSUD nel 2019)</i> 4 attrezzature per 4 pescatori	<i>(provvisorio – progetto sperimentazione OPDUSUD nel 2019)</i> 4 attrezzature per 4 pescatori



Foto 1: rete per murici

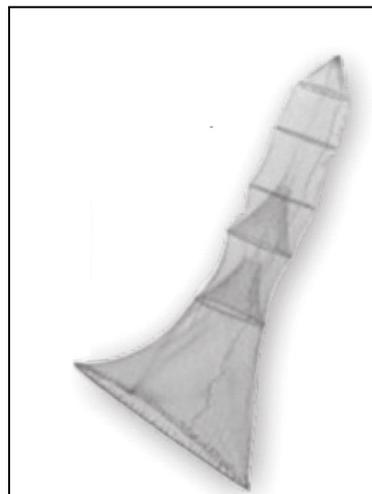


Foto 2 rete per seppie (a)

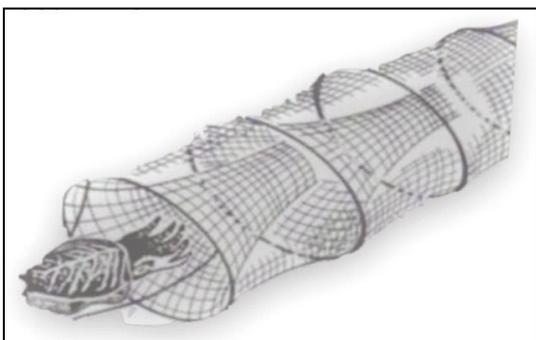


Foto 3 : rete per seppie(b)

Trasferibilità all'area del FLAG VC :

OPduSUD prevede una sperimentazione delle reti sopra descritte nel 2019 nell'ambito di uno studio sulla diversificazione della pesca nel FLAG VC

9.2 METODI DI CERNITA

SPECIE SELEZIONATE	Acciuga, spratto e sardina
Attrezzatura per la pesca selettiva attualmente in uso nell'Area del FLAG CER	Acciughe, spratti e sardine sono selezionati a bordo tramite setaccio automatico (cernita per dimensioni)
Attrezzatura attualmente in uso	Il pescato viene selezionato a mano a bordo

nell'area del FLAG VC	
Vantaggi dell'attrezzatura usata nel CER rispetto a quella usata nel VC	Un migliore metodo di cernita consente di: <ul style="list-style-type: none"> • separare le acciughe e le sardine dagli spratti • vendere le specie separatamente al prezzo più vantaggioso di ciascuna • accrescere il valore del pesce azzurro in due modi: <ul style="list-style-type: none"> • Ridurre le fasi e i tempi di cernita limita la manipolazione preservando la qualità delle carni • Una cernita accurata consente la valorizzazione dei sottoprodotti attraverso nuovi sbocchi commerciali. Ad esempio, valore aggiunto con l'inscatolamento degli spratti con marchio Connetable; alimenti per animali

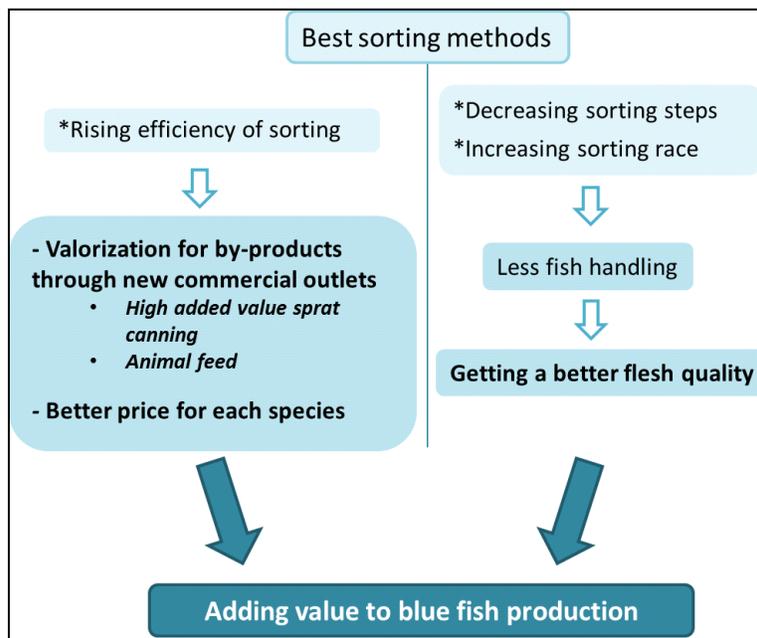


Foto 4 : Vantaggi di una cernita più accurata per la produzione di pesce azzurro

Trasferibilità all'area del FLAG VC:

Gli operatori ittici dell'area del FLAG VC non usano metodi sofisticati di cernita (cernita manuale a bordo), con la seguente riduzione del prezzo di vendita di sardine e acciughe dovuta alla presenza di spratti; tuttavia, una cernita più accurata rappresenta un vantaggio minimo per l'area del FLAG VC in quanto:

- Nel corso dell'anno le vendite di sardine, acciughe e spratti tra loro mescolati non sono frequenti sui mercati locali;
- I pescherecci pelagici a traino sono 2 (coppia), per un periodo di due o tre mesi, durante l'inverno;

- Gli operatori non quantificano i sottoprodotti in quanto la cernita avviene prima dello sbarco. La valutazione quantitativa e qualitativa dei sottoprodotti è uno degli obiettivi fissati da OPduSUD per il prossimo anno.

Conclusioni sui metodi di cernita:

Gli operatori del FLAG VC prendono atto del fatto che è possibile una cernita meccanica del pesce azzurro a bordo; nel caso in cui il numero di pescherecci specializzati in pesce azzurro dovesse aumentare nella regione, si prenderà in considerazione una sperimentazione collettiva. Sia il metodo di cernita italiano che quello atlantico potrebbero essere adattati alle esigenze e condizioni di lavoro dei pescherecci francesi mediterranei. Ottimizzare i risultati valorizzando i prodotti ittici è l'obiettivo dei nostri FLAG. Il settore della pesca può incrementare le proprie entrate senza necessariamente aumentare il volume di pescato.

10) Risultati - VALORE AGGIUNTO PER LE COOPERATIVE - IL CASO COPEGO

Nella Sacca di Goro (Emilia Romagna, Italia), ci sono 42 cooperative, ciascuna con un numero di membri che va da 3 a 600. Il caso COPEGO è interessante in quanto questa cooperativa diversifica le proprie attività vendendo i propri prodotti per la depurazione e il confezionamento di una vasta gamma di molluschi: stazioni di depurazione, docce di depurazione, catena di confezionamento. Un'intera filiera per una grande quantità di prodotti.

10.1 Descrizione della filiera COPEGO

Fondata negli anni trenta da un gruppo di pescatori di Goro con l'obiettivo di gestire il mercato ittico, la cooperativa nel 1970 diventa un consorzio che riunisce diverse cooperative locali. In questo periodo hanno inizio i primi esperimenti in collaborazione con l'università di Ferrara per avviare la mitilicoltura e la venericoltura nelle acque della Sacca di Goro. Questa attività ha portato a risultati sorprendenti e alla fine degli anni ottanta il Consorzio è leader dell'industria dei molluschi italiana. La Copego conta attualmente più di 600 membri (di cui 400 aziende ittiche), divisi in varie categorie di pesca e commercializzazione, e vende i suoi prodotti sul mercato nazionale e Europeo (Spagna, Francia, Germania, Paesi Bassi). Recentemente ha cominciato a esportare anche in Asia.

Il Consorzio si occupa di tutte le fasi della filiera, dalla produzione alla commercializzazione (Foto 5). E' in crescita continua e ha registrato un incremento notevole del fatturato. L'attività principale consiste nella produzione e lavorazione di molluschi bivalvi. La produzione si basa sullo stoccaggio e la lavorazione di molluschi e crostacei. I prodotti finiti sono refrigerati vivi e conservati a temperatura controllata. I prodotti del Consorzio sono acquistati direttamente da produttori nazionali o esteri o da altri stabilimenti, direttamente o mediante importatori esteri. In piccola parte vengono venduti sui mercati locali.

Lavorazione, controllo e conferimento del prodotto

L'impianto dispone di serbatoi di acqua di mare per una capacità complessiva di 500 metri cubici. I serbatoi, con il loro afflusso di acqua di mare depurata e controllata, ospitano i molluschi per almeno 12 ore, al fine di garantire la completa depurazione di qualsiasi sostanza batterica. Per garantire un prodotto sicuro per il consumo umano, i molluschi vengono tenuti in condizioni ottimali, per poi essere venduti vivi e vitali. A tale scopo l'impianto a circuito aperto è stato sottoposto a modifiche innovative che consentono di intervenire sui parametri dell'acqua, come

temperatura e salinità, che in alcuni periodi dell'anno possono costituire una criticità per la conservazione dei molluschi vivi.

Redditività

Tale diversificazione rende notevolmente più redditizi gli investimenti. Nel 2017 sono state prodotte 7000 tonnellate di vongole veraci e 3000 tonnellate di cozze, per un totale di 10000 tonnellate di prodotto venduto, a cui si è associato un arrotondamento del prezzo all'acquisto di circa 1 euro.

10.2 Valorizzazione attraverso la tracciabilità

Tutte le materie prime sono sottoposte a ispezione prima dell'uso (controllo delle etichette, verifica sanitaria dell'imballaggio, della vitalità e della pulizia).

- L'azienda ha ricevuto dal Ministero Italiano della Sanità il codice di approvazione EC IT/5/CDM.
- Prima del confezionamento, effettuato con tecniche innovative, il laboratorio interno dell'azienda procede a un'analisi chimica e microbiologica del prodotto. La tracciabilità è garantita in tutte le fasi, dall'identificazione dell'azienda ittica alla certificazione dei produttori da parte di enti esterni come previsto dalla norma UNI EN ISO 22005:2008. In particolare, per cozze e vongole la tracciabilità è garantita fino al singolo allevatore.
- L'azienda si sta muovendo per ottenere la certificazione IFS, con la quale può garantire la conformità con i requisiti di qualità e sicurezza alimentare richiesti dalla normativa.

10.3 Valorizzazione attraverso il confezionamento

Dopo la raccolta, i molluschi vengono portati all'impianto per la lavorazione, il controllo e il conferimento, poi sono imballati con diverse tecniche di confezionamento. (Foto 6).

Il packaging può essere sottovuoto o in sacchetti di rete per la vendita BtoB (per esempio "filiera qualità Carrefour"). Il confezionamento sottovuoto offre diversi vantaggi:

- valutazione sensoriale per il consumatore (aspetto e odore);
- impermeabilità;
- freschezza e data di scadenza.

Purification equipment



Packaging machins



P
a
c
k
e
d

p
r
o
d
u
c
t
s



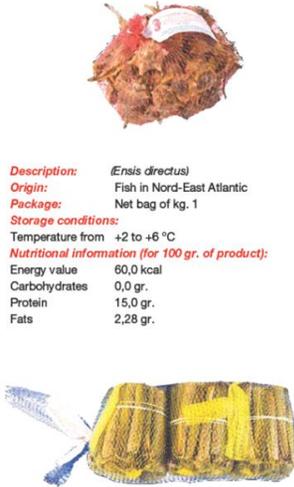
<p>Description: Grooved Carpet Shell (<i>Ruditapes philippinarum</i>) Breed in "Sacco di Goro" (Italy)</p> <p>Origin: Polystyrene box</p> <p>Package: Vacuum tank 500 gr., 1 kg., 2 kg., 5 kg., 10 kg.,</p> <p>Storage conditions: Temperature from +2 to +6 °C</p> <p>Nutritional information (for 100 gr. of product): Energy value 72 kcal Carbohydrates 2,2 gr. Protein 10,2 gr. Fats 2,5 gr.</p>	<p>Description: Mussel (<i>Mytilus galloprovincialis</i>) Breed in Italy; Breed in Spain</p> <p>Origin: Vacuum tank 1 - 1,5 kg., Net box 1 kg., Wooden box 1 kg.,</p> <p>Storage conditions: Temperature from +2 to +6 °C</p> <p>Nutritional information (for 100 gr. of product): Energy value 84 kcal Carbohydrates 3,4 gr. Protein 11,7 gr. Fats 2,7 gr.</p>	<p>Description: Smooth Callista (<i>Callista chione</i>) Fish in Mediterranean Sea</p> <p>Origin: Net box 1 kg., wooden box 1 kg.</p> <p>Package: Net box 1 kg., wooden box 1 kg.</p> <p>Storage conditions: Temperature from +2 to +6 °C</p> <p>Nutritional information (for 100 gr. of product): Energy value 72 kcal Carbohydrates 0,0 gr. Protein 8,57 gr. Fats 0,47 gr.</p>	<p>Description: Striped Venus (<i>Chamelea gallina</i>) Fish in Medaterranean Sea</p> <p>Origin: Vacuum tank 500 gr. - net box 1 kg.</p> <p>Package: Vacuum tank 500 gr. - net box 1 kg.</p> <p>Storage conditions: Temperature from +2 to +6 °C</p> <p>Nutritional information (for 100 gr. of product): Energy value 72 kcal Carbohydrates 2,2 gr. Protein 10,2 gr. Fats 2,5 gr.</p>	<p>Description: Mutable Nassa (<i>Nassarius mutabilis</i>) Fish in Mediterranean Sea</p> <p>Origin: Fish in Mediterranean Sea</p> <p>Package: Net bag of 1 kg.</p> <p>Storage conditions: Temperature from +2 to +6 °C</p>	<p>Description: Spiny Murex (<i>Bolinus brandaris</i>) Fish in Mediterranean Sea</p> <p>Origin: Fish in Mediterranean Sea</p> <p>Package: Net box 1 kg.</p> <p>Storage conditions: Temperature from +2 to +6 °C</p> <p>Nutritional information (for 100 gr. of product): Energy value 135 kcal Carbohydrates 5,0 gr. Protein 26 gr. Fats 1,2 gr.</p>
					
				<p>Description: Oyster or Flat Oyster (<i>Ostrea edulis</i>) Breed in France</p> <p>Origin: Breed in France</p> <p>Package: Wooden box 1 kg., 3 kg.</p> <p>Storage conditions: Temperature from +2 to +6 °C</p> <p>Nutritional information (for 100 gr. of product): Energy value 69 kcal Carbohydrates 5,4 gr. Protein 10,2 gr. Fats 0,9 gr.</p>	
					

Foto 16: diversi tipi di packaging per i molluschi

10.4 Trasferibilità all'area del FLAG VC :

Fattori di trasferibilità del sistema di depurazione	
Produzione di molluschi	Il FLAG VC non ha una grossa produzione di molluschi
Domanda	La depurazione dei molluschi è un prerequisito essenziale prima della vendita in base alle norme sull'igiene degli alimenti
Struttura della cooperativa	I pescatori di Le Grau du Roi operano in tre cooperative, una delle quali, La Criée aux Poissons du Grau d'Agde, dispone di un'area sufficiente a sviluppare altre attività. Nel 2019 verrà avviata la sperimentazione di bacini di depurazione e stoccaggio per Murex e Nassarius Mutabilis.
Struttura privata	La produzione locale di molluschi è acquistata da grossisti specializzati e non. Otto grossisti specializzati hanno il proprio impianto di depurazione.
Conclusioni	<ul style="list-style-type: none"> • Il lavoro di ricerca si avvale di un precedente studio sullo stoccaggio di Nassarius Mutabilis condotto dalla Cépralmar e dal Lycée de la Mer in Sète . • Nel corso della sperimentazione prevista da La Criée du Grau d'Agde nel 2019 sarà testata la trasferibilità di questi complessi di depurazione per Murex e Nassarius Mutabilis.

Fattori di trasferibilità delle attrezzature di confezionamento	
Produzione	Sono coinvolte tutte le specie
Domanda	La distribuzione di massa richiede il confezionamento sottovuoto Il singolo consumatore apprezza questo tipo di confezionamento (non ci sono perdite né odore, aspetto gradevole).
Struttura a cooperativa	<i>Testimonianza di un rivenditore:</i> " Attualmente, la Grand Frais, un cliente della cooperativa La Graulenne, confeziona acciughe in confezioni a norma ISO 21 000 I nostri clienti acquistano prodotti non lavorati " In generale, i clienti delle cooperative del FLAG VC acquistano prodotti non lavorati. Viste le vendite del prodotto non lavorato questo investimento non rappresenta attualmente una priorità per il settore.
Struttura privata	A Le Grau du Roi un venditore privato ha già scelto una macchina per confezionamento sottovuoto per via dei molteplici vantaggi che essa comporta sia per i prodotti lavorati che per quelli non lavorati.
Conclusioni	<p>Un'iniziativa privata prova che il confezionamento costituisce un'opportunità di creazione di valore aggiunto per i prodotti locali.</p> <p>A priori le strutture collettive non sono potenziali investitori. Secondo il loro parere, l'adeguamento alle norme vigenti costituisce una minaccia per la crescita degli operatori locali.</p> <p>In termini di confezionamento, gli operatori locali sembrano più interessati all'uso di vasetti in vetro.</p>

10.5 Il caso francese: lavorazione in una struttura collettiva

Questa lavorazione consente di fornire prodotti più adatti alle esigenze di alcuni gruppi di consumatori, come i turisti, e alla distribuzione a lunga distanza. per esempio, l'azienda Société

Cooperative Maritime Des Pêcheurs De Sète (Occitanie, Francia) ha cominciato a produrre tonno surgelato a tranci per rispondere alla domanda del mercato e per poter vendere tonno in piccole quantità secondo quanto previsto dalla normativa.

11) VALORIZZAZIONE ONLINE

11.1 Svantaggi e crescita delle vendite online di prodotti ittici

I circuiti di distribuzione sono distinti per dimensione, vale a dire per il numero di intermediari che intervengono sulla filiera tra il produttore e il consumatore. Le filiere corte hanno al massimo un intermediario e prevedono anche la vendita diretta sul luogo di produzione o di sbarco o sui mercati zonali, nei piccoli negozi, online o attraverso negozi specializzati e ristoranti: Il rendimento su ogni esemplare venduto può essere notevolmente più alto, il che rende la filiera corta un'ottima alternativa alla filiera lunga, a seconda dei tempi e del potenziale del mercato. Se la vendita avviene sul mercato locale è fondamentale che ci sia una popolazione sufficiente a garantire la redditività, tenendo conto non solo della popolazione residente ma anche dei turisti in visita.

Svantaggi	Opportunità
<ul style="list-style-type: none"> - Scarsa conoscenza della varietà dei prodotti ittici; - Scarsa conoscenza di piatti a base di pesce; - Variabilità dei prodotti disponibili; - Domanda basata sulla ricerca di prodotti facili da cucinare, poco costosi e veloci da reperire - Nessuna valutazione sensoriale prima dell'acquisto - Nessun contatto tra acquirente e venditore - Criticità del trasporto di prodotti altamente deperibili: quali sono le possibili soluzioni tecnologiche? - Le piattaforme di vendita online danno scarsa visibilità 	<ul style="list-style-type: none"> • I consumatori francesi mangiano meno pesce di quanto consigliato dal Ministero della Sanità • Il pesce ha ottime proprietà nutrizionali "Consumo dettato dalla salute" • Le piattaforme di vendita online soddisfano le esigenze di autenticità e tracciabilità dei consumatori • La domanda esiste ma l'offerta è molto limitata • Possibilità di promuovere specie meno conosciute di pesce povero • Servizio di consegna che attinge a una vastissima area di cattura • La vendita di prodotti ittici online rappresenta un settore dell'e-commerce in forte crescita poiché i consumatori acquisiscono sempre maggiore fiducia negli acquisti online e se ne avvalgono per la spesa settimanale

Come in Francia, anche in Italia i consumatori si servono sempre più di piattaforme di acquisti online. In Italia, le vendite online in generale sono cresciute del 68% lo scorso anno. Per valorizzare i prodotti ittici freschi della Costa dell'Emilia-Romagna vengono creati negozi online. ORA PESCE (www.orapesce.it) è un'azienda di Rimini che vende online con il solo scopo di garantire che i prodotti dell'Adriatico arrivino freschi sulla tavola del consumatore. Riducendo il numero di intermediari e di passaggi della filiera e grazie alle piattaforme digitali oggi

disponibili, si ha un processo snello e rapido che sostiene le comunità di pescatori, rispetta la stagionalità dei prodotti e promuove la bontà e la freschezza dei prodotti del mare. L'azienda attualmente vende i suoi prodotti nelle provincie di Venezia, Milano, Bologna, Rimini, Forlì-Cesena. L'attività che svolge è molto simile a quella dell'azienda descritta di seguito, Côte Chic.

11.2 Descrizione del canale di distribuzione della Côte Chic

L'azienda Côte Chic è stata fondata nel 2017 da due pescatori di Le Grau du Roi che avevano constatato come il valore aggiunto dei prodotti ittici raramente arriva al settore ittico di piccole dimensioni. Per ovviare a questo disequilibrio hanno creato una struttura locale che svolge tre funzioni:

- **Acquisto diretto dal pescatore (grossista).**
- **Trasformazione del prodotto ittico** in prodotto per il consumatore

Il prodotto è trasformato in molteplici prodotti finali (pesci interi, puliti, sfilettati, porzionati...) e poi confezionato sottovuoto e venduto super fresco (entro 24 ore dallo sbarco). Il confezionamento sottovuoto protegge i prodotti durante il trasporto, risolve il problema della freschezza e della data di scadenza, ha un aspetto accattivante e non emana cattivo odore né perde liquido, quindi soddisfa le aspettative del consumatore, in particolare dei Millennial.

- **Distribuzione diretta al consumatore** (o attraverso canali di distribuzione molto brevi).

Côte Chic ha scelto un servizio privato di consegna, Chronofresh. Dal momento in cui il distributore prende in consegna la merce la responsabilità di mantenere integra la catena del freddo ricade esclusivamente su di lui. Il vantaggio di un'azienda privata è dato dalla copertura territoriale illimitata. (Diversamente da Amazon, che offre la consegna a domicilio di prodotti freschi solo nelle grandi città, come Parigi, Bordeaux e Lione nella Francia metropolitana). Lo svantaggio è dato dal monopolio di Chronofresh nella Francia metropolitana.

In questo modo i prodotti arrivano dalle barche dei pescatori locali direttamente ai consumatori passando per un unico operatore, anch'esso locale. Così, evitando una miriade di canali di vendita e distribuzione, anche la valorizzazione (attraverso la lavorazione e la distribuzione) avviene a livello locale, contribuendo allo sviluppo economico del settore.



Foto 5 schema di distribuzione della Côté Chic

11.3 Strategia dei prezzi della Côté Chic

Per evitare di contribuire al disequilibrio commerciale, la Côté Chic e i pescatori concludono dei contratti commerciali basati sui prezzi del mercato ittico locale. I prezzi vengono aggiornati più volte all'anno a causa della volatilità e delle continue fluttuazioni del mercato.

Il prezzo finale al consumatore è calcolato in modo da risultare accettabile, tenendo conto della tracciabilità, dell'assoluta freschezza del prodotto, della qualità e dell'origine locale. I costi di confezionamento e consegna sono addebitati al consumatore per ordini fino a 100 euro.

Costo dell'ordine	Costo della consegna (imballaggio incluso)	Costo reale della consegna (imballaggio incluso ; 0-5kg)
0 – 50 €	11.30 €	28 €
51 – 100 €	8.50 €	
Sopra a 100 €	GRATUITA	

11.4 Apertura di un sito di vendita online

Come molti rivenditori, Côté Chic ha deciso di aprire il proprio sito web, sul quale i clienti possono effettuare gli acquisti. In questo modo l'azienda mantiene il pieno controllo delle vendite, ha accesso alle informazioni relative al cliente (ad esempio come ha trovato il sito di vendita online) e può controllare i prezzi. L'alternativa era la vendita attraverso altri negozi online o piattaforme di acquisto (Amazon, supermercati a domicilio, ecc.)

Il sito "Laruchequiditoui.fr" fornisce prodotti alimentari attraverso depositi locali. Uno di questi depositi si trova a Le Grau du Roi. Côté Chic ha deciso di valutare anche questa opzione. Si tratta di un canale di distribuzione praticamente diretto nel quale il cliente ha fiducia, quindi rappresenta un buon modo per acquisire credibilità online, perché aiuta l'azienda a farsi conoscere al grande pubblico in tempi piuttosto brevi.

11.5 Strategia di fidelizzazione della Côte Chic

Indipendentemente da dove e in che forma viene venduto un prodotto, il cliente che lo acquista deve conoscerne l'unicità e il valore aggiunto. Nel caso di prodotti trasformati o distribuiti in modo indiretto, questo scopo si raggiunge grazie alle etichette o al marchio del prodotto.

La vendita di prodotti alimentari online comporta una serie di sfide. Il consumatore è abituato a vedere con i propri occhi gli alimenti che acquista e a recarsi nei luoghi in cui vengono prodotti. Chi vende prodotti alimentari online perde il vantaggio che deriva dal fare annusare, vedere e magari assaggiare al cliente i propri prodotti. Per ottenere la fiducia dell'acquirente online è necessario superare questi ostacoli seguendo tre principi fondamentali: Moderazione, Informazione e trasparenza.

Moderazione:

Rispondere rapidamente alle domande e ai commenti postati dai clienti.

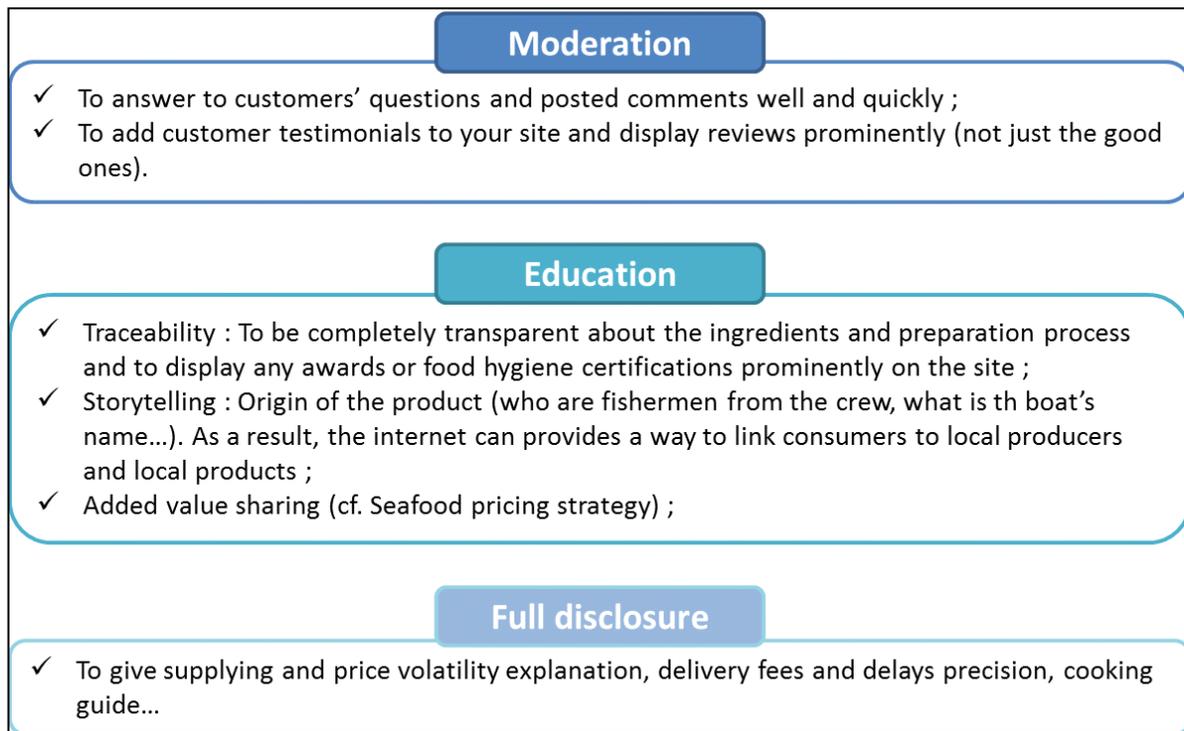
Aggiungere le testimonianze e le recensioni dei clienti sul sito (non solo quelle positive).

Informazione;

Tracciabilità: trasparenza completa sugli ingredienti e il processo di preparazione, informazioni su eventuali riconoscimenti o certificazioni d'igiene ottenuti

Raccontare una storia: raccontare la storia del prodotto (chi sono i pescatori che lo hanno pescato, come si chiama la loro barca...). In questo modo in rete i consumatori locali sono collegati ai prodotti locali.

Trasparenza: Fornire tutte le spiegazioni relative alla volatilità dei prezzi, ai costi di consegna e ai tempi, fornire un manuale di cucina.



Inoltre, è fondamentale che il sito sia arricchito di immagini di alta qualità, da cui i prodotti ittici risultino invitanti e saporiti. Le immagini sono l'unico strumento per vendere il prodotto, dal momento che l'assaggio e l'odore online non sono possibili. La cosa migliore è affidarsi a un fotografo professionista, il cui costo sarà ampiamente ripagato nel tempo. Normalmente si tratta di fotografie di vita quotidiana (ad es. un filetto di pesce adagiato in un piatto accompagnato da una fetta di limone). Non si tratta solo di una scelta di tendenza, aiuta davvero i clienti a capire il valore del prodotto che acquistano.

Una fase fondamentale delle vendite online è quella della consegna. I prodotti ittici sono prodotti che vanno consumati freschissimi e il cliente vuole riceverli in tempi molto brevi. Pertanto, la logistica è fondamentale. Due sono le opzioni possibili: gestire direttamente il servizio di consegna o affidarsi a un corriere affidabile. I big data possono costituire una soluzione ottimale. La Côte Chic ha scelto di affidarsi a uno spedizioniere. Le informazioni sulle consegne sono chiare e precise (dimensioni della merce, tempi, ecc.), e la spedizione avviene in modo del tutto ecocompatibile, il che aumenta ulteriormente il prestigio dell'azienda e può giustificare un costo aggiuntivo al cliente.

11.6 Prospettive: andare incontro alle esigenze dei millennial con l'innovazione

I Millennial sono spesso disposti a spendere di più per acquistare prodotti ittici preparati specificatamente per le loro esigenze:

- Prodotti preparati, pronti al consumo
- Prodotti spalmabili per l'aperitivo
- Kit pasto con istruzioni e ricette
- «Esperienze di gusto» : prodotti etnici pronti (sushi, tataki, tartar, ceviche...)
- Monoporzioni di alimenti da consumare in compagnia
- Prodotti takeaway

Comportamento alimentare dei millennial

- 15/17 anni: Semplice e facile, Da asporto, Da condividere, facile da cucinare, da cucinare al microonde;
- 18/22 anni: Snack, takeaway, rapido, d'effetto;
- 23/25 anni: Ecocompatibile, naturale e sano, sicuro, da preparare e consumare in compagnia;
- Destrutturato, Piacevole, Buono e funzionale. Sano ed etnico.

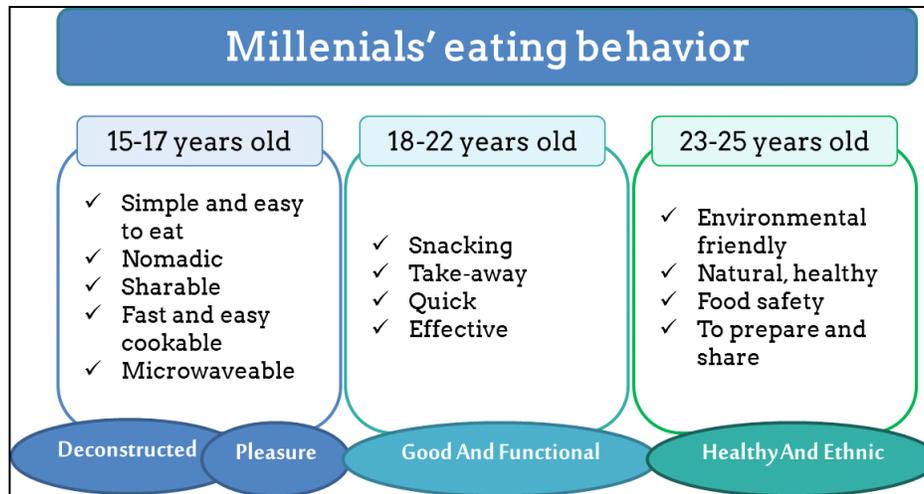
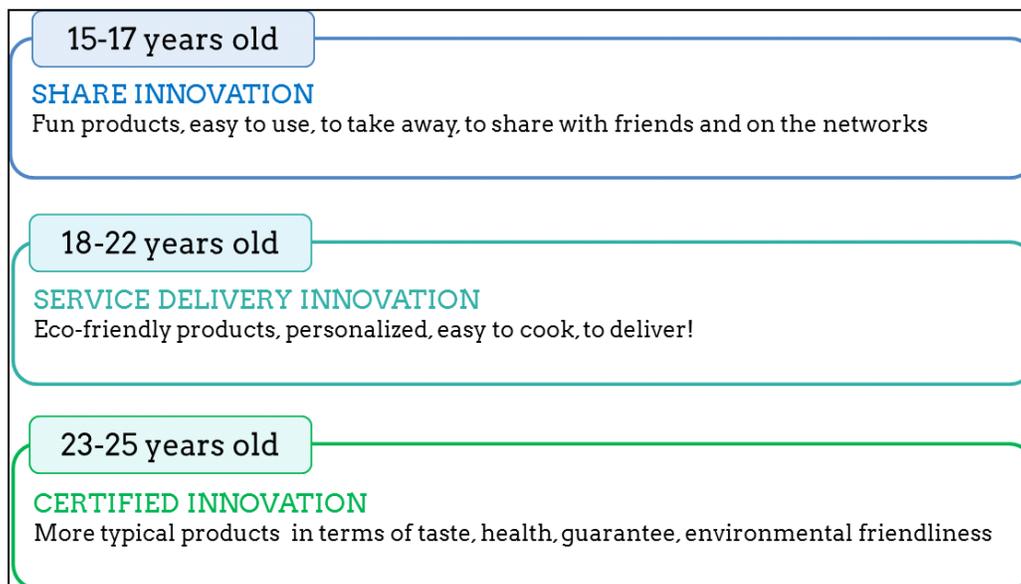


Foto 7: comportamento alimentare dei millennial

Per andare incontro alle esigenze dei millennial e creare innovazione sono possibili tre strategie, come mostra lo schema sopra riportato.

- 15/17 anni - INNOVAZIONE E CONDIVISIONE
Prodotti divertenti, facili da usare, da asporto, da condividere con gli amici e sui social.
- 18/22 anni - INNOVAZIONE NELLA CONSEGNA
Prodotti ecocompatibili, personalizzati, facili da cucinare e consegnare
- 23/25 anni - INNOVAZIONE CERTIFICATA
Prodotti tipici per gusto, salute, garanzia e ecocompatibilità



11.7 Prospettive: confezionamento e consegna di prodotti freschi

Confezionamento

Scatola in polistirene: La Côté Chic segue una serie di norme di solidità, impermeabilità, isote4rmia, che sono definite dalle condizioni di trasporto privato, Per esempio, la temperatura all'interno delle scatole è tra 0 e 4 gradi, cos' il ghiaccio non si scioglie per almeno 29 ore.

Poiché si tratta di un'azienda nuova non c'è ancora un flusso consistente di prodotti e pertanto il costo delle confezioni in polistirene è elevato (fino a 8 euro a scatola, sistema di raffreddamento incluso).



Foto 8: Spiegazione del test sulla tenuta ermetica delle scatole in polistirene



Foto 9: prodotti in confezione skin



Foto 10: attrezzatura per il sottovuoto

Fornitura

Il modello economico della Côté Chic diventerà redditizio nel momento in cui si raggiungeranno le 100 consegne al mese (secondo le previsioni ci vorranno 12 mesi). Il problema quindi è come vendere queste quantità di pesce fresco senza fare concorrenza diretta alla cooperativa locale. Il settore ittico di Le Grau du Roi non è in grado di vendere tali quantità di prodotti freschi senza avere un impatto negativo sui mercati esistenti. (Cooperative SOCOMAP e La Graulenne).

Collaborazione Francia Italia

La cooperativa italiana Cooperativa Piccola e Grande Pesca di Porto Garibaldi (FE) suggerisce una collaborazione per consegne sia in scatole di polistirene (proposta a breve termine) sia di pesce

fresco (proposta a lungo termine). Gli operatori hanno stabilito di incontrarsi per valutare il potenziale di una collaborazione commerciale.

Trasferibilità e normativa

Ci sono una serie di norme e regolamenti sulla vendita di prodotti alimentari. Si rende pertanto necessario l'esame delle normative vigenti per i prodotti ittici e le norme nazionali relative alla commercializzazione.

12) VALORIZZAZIONE ATTRAVERSO IL CATERING

La catena di distribuzione corta include sia prodotti freschi che prodotti lavorati, quali preparati (eviscerati, tagliati), cotti, essiccati, salati, affumicati o in salamoia, e confezionati (surgelati, inscatolati o sottovuoto).

Secondo Olivier Bassalade, pescatore autodidatta e gestore di un servizio di catering a Montpellier, ci sono due aspetti fondamentali:

- Sfruttare il reale potenziale dei prodotti ittici grazie ad una profonda conoscenza delle diverse specie. La lavorazione può contribuire a prolungare la conservabilità, aumentare la convenienza e migliorare l'attrattiva visiva o sensoriale. Pertanto crea prodotti nuovi (dalle insalate monoporzionamento in scatola per il pranzo agli sgombri marinati, alle frittelline di pesce) che rispondono alle esigenze dei clienti privati a livello locale e regionale.



Foto 11: piatti pronti a base di pesce prodotti da O. Bassalade

- Prendersi il tempo per spiegare al cliente cos'è il prodotto e da dove viene. La provenienza è un aspetto molto importante per il consumatore privato, il cuoco professionista e il ristoratore.

Conoscenza, provenienza e gusto valorizzano la qualità del prodotto.



Foto 13: il momento della spiegazione: provenienza, metodo di cottura e ricetta



Foto 14: Buffet a base di prodotti locali. Combinazione di erbe selvatiche costiere e pesce poco conosciuto



MENU DEGUSTATION
« ESPECES LOCALES DELAISSEES ET MECONNUES »
Traiteur « Chez le pêcheur » - Olivier Bassalade

❖ Alose feinte mariné à la salicorne
Alosa fallax, Famille des Clupeidae
 Italiano : « Cheppia »

❖ Mulet fumé avec un beurre de laitue de mer ou beurre citron

❖ Sashimi de mulet à la criste marine
Chelon labrosus (Linné 1758), Famille des Mugilidés (Perciformes)

Laitue de mer Criste marine

❖ Tartare de saupe et pourpier sauvage
Sarpa salpa, Famille des sparidés

❖ Carpaccio de tassergal à la fleur de saladelle
Pomatomus saltatrix (Linnaeus, 1766), Famille des Pomatomidae



PROJET DE COOPERATION « MIEUX GERER ET VALORISER LES RESSOURCES HALIEUTIQUES LOCALES »

Foto 15: Menù "Specie sconosciute o trascurate del Mediterraneo"

In Italia, PESCEVIA è un laboratorio itinerante di catering il cui obiettivo è recuperare la cultura tradizionale di consumo di pesce. Offre tre servizi; vendita di prodotti ittici freschissimi, vendita di prodotti ittici cotti, servizio di ristorazione a base di pesce. Per attirare l'attenzione del cliente PESCEVIA si affida all'informazione e all'educazione. I turisti italiani si sono rivelati sorprendentemente interessati alle origini locali e all'autenticità dei prodotti.

PESCEVIA
PESCATO & CUCINATO

**LABORATORIO
ITTICO
ALIMENTARE
ITINERANTE**



WWW.PESCEVIA.IT 

PER INFORMAZIONI E PRENOTAZIONI
+39 0541 080397

 **LABORATORIO ITTICO** - VIA CABOTO 41 CATTOLICA (RN)

È la nostra base operativa, è il luogo dove portiamo e lavoriamo il pescato, dove lo vendiamo fresco e lo cuciniamo.

ORARI DI APERTURA

MERCOLEDÌ, GIOVEDÌ, VENERDÌ, SABATO & DOMENICA
8.00 / 14.00 E 17.30 / 22.00 9.00 / 15.00

** D'INVERNO IL MERCOLEDÌ E GIOVEDÌ SOLO LA MATTINA*

 **LA PESCHERIA**

il nostro pesce viene pescato nel mare Adriatico e secondo le stagioni troverete:

Alici, Sardine, Sogliole, Sgombri, Merluzzi, Seppie, Mazzancolle, Canocchie, Triglie, Mormore, Cefali, Orate, Branzini, Palamite, Lanzardi, Sugarelli, Razze, Vongole, Spinaroli, Rane pescatrici, Rombi, Scorfani, pesce Sanpietro, Murici, Cozze, Calamari, Ombrine, Saraghi, Paganelli, Pagello Fragolino, Leccie, Ricciole, Corvine.

 **LA CUCINA**

lo stesso pescato viene grigliato, fritto, marinato e sfilettato per degustarlo crudo e cotto per insalate di stagione.

Con lo stesso pescato prepariamo anche sughi: di vongole, rosso o bianco. Di pesce: sgombro, sugarello, mormore, canocchie.

ANCHE DA ASPORTO / A PRANZO FINO ALLE 13 / A CENA FINO ALLE 20



WWW.PESCEVIA.IT 

Foto 16 Pescevia: stand, cucina e ristorante



Foto 17; Pescevia : Prodotti freschi e informazioni (provenienza, attrezzatura da pesca, ecc)



Foto 18 : Piatto pronto (spaghetti con le vongole)

Attenzione alla trasferibilità

La sfida maggiore che questi imprenditori hanno dovuto e devono affrontare è di carattere amministrativo a causa delle complesse procedure legate alla sicurezza degli alimenti.

13) IMPEGNO POLITICO E PROMOZIONE DEL PESCATO LOCALE

A Rimini (Emilia Romagna) ha sede la Little Fish, laboratorio di prodotti ittici che fornisce le mense delle scuole e dei centri ricreativi per bambini da 3 a 6 anni nelle province di Rimini, Bologna e Riccione. Nel 2007 ha distribuito 60 tonnellate di prodotto, soprattutto cefali e sardine.

Questa collaborazione tra il settore pubblico e quello privato nasce dall'esigenza espressa da un'associazione di genitori che chiedevano pesce fresco locale per i pasti dei loro figli. L'amministrazione pubblica ha quindi cercato un laboratorio che fosse in grado di rifornire le mense scolastiche locali. Soddisfare questa domanda rappresenta una grossa sfida a causa delle rigide norme sulla sicurezza degli alimenti negli istituti pubblici.

Un elemento fondamentale della fase progettuale è stata l'informazione e la formazione del personale che opera nelle mense degli istituti pubblici.

Il risultato di questo sforzo è stato un considerevole calo nelle quantità sprecate durante i pasti. Prima, i bambini rifiutavano l'80% degli alimenti a base di pesce, ora l'80% dei piatti incontra il

favore dei bambini. Per i responsabili delle mense la freschezza e la qualità dei prodotti ha portato un grosso vantaggio economico. Il pesce lavorato è costituito al 30% da acqua, quindi inizialmente erano necessarie tre porzioni di pesce ogni due bambini. Quindi il costo delle grosse quantità di prodotto non era controbilanciato da un prezzo basso. Inoltre, visto che i prodotti sono freschi, si riduce sia lo spazio necessario alla conservazione che il tempo di preparazione in cucina.



Foto 12 - Prodotti lavorati dalla Entec I&M

14) VALORIZZAZIONE ATTRAVERSO L'ORGANIZZAZIONE DI EVENTI

Eventi: « Les Graulinades » con Frédéric Alcacer

14.1 Obiettivi di Les Graulinades

- Coinvolgimento delle famiglie locali
- Promozione della varietà di specie locali
- Patrimonio gastronomico locale
- Destagionalizzazione delle attività ricreative a Le Grau du Roi

14.2 Le cifre di Les Graulinade

- Budget : 16 000 euro
- Unica fonte di entrate: affitto di tende alle associazioni locali
- Da 3 000 a 4 000 partecipanti
- Ingresso libero
- Seconda domenica di Aprile, ogni anno dal 2010

14.3 Eventi gastronomici

- 1 cooking show di un duo di Le Grau du Roi : 1 cuoco amatoriale e 1 cuoco di ristorante (assaggi gratuiti)

- 1 cooking show di uno chef stellato (assaggi gratuiti)
- Pasti a base di piatti della cucina locale venduti da un'associazione locale

L'interesse principale dei ristoranti locali è evitare la concorrenza, quindi la filosofia degli eventi si basa sul trasferimento gastronomico. Il pubblico è locale (nel raggio di 80km).

14.4 Comunicazione

Les Graulinades è un evento creato dagli abitanti della zona per gli abitanti della zona, quindi la comunità locale è l'ospite d'onore. Su volantini e poster sono stampate le foto delle famiglie e dei pescatori della zona, come si fa con i cantanti prima di un concerto. (vedi foto).

CHAMPIONNAT DE FRANCE DE BARBECUE 2014

DES GRAULENS EN CUISINE!
De tradition en héritage transmis de génération en génération, six Graulens sortent de leur cuisine, le temps d'une journée, pour préparer devant vous une recette locale, un plat oublié ou une spécialité Graulenne...

VENTE À LA CRÉE
Vente de poissons par un creux.

ROUILLE GEANTE
LA spécialité locale!

MARCHÉ DE LA MER
Vente et dégustation de produits de la mer et vins régionaux.

TIRAGE AU SORT
60 Pies, pour déguster les plats des Graulens.

la marque WEBER. Le show sera assuré par les 3 Champions de France du Festival de Barbecue 2015!

RICHEL KAYSER
RESTAURANT ★★
ALEXANDRE
Michel Kayser a fait de son restaurant « Alexandre » à Garons, un lieu unique.
Ses recettes savantes, enracinées et sudistes, subliment les produits du terroir sans jamais les dénaturer. Tel est le fil conducteur de sa cuisine.
Référéncé « Relais et châteaux » en 2009, élu chef de l'année par le guide Champérent en 2014, il nous fait l'honneur de sa présence et revisitera une spécialité, Graulenne épaulé de Paul Gros président de la coopérative des marins pêcheurs du Grau du roi.
Sa devise : « Plutôt que de se promener sur la rive et regarder le poisson d'un oeil d'envie, mieux vaut rentrer chez soi et tisser un filet. »

COURS DE CUISINE POUR ENFANTS
Marilyn et Cathy et leur 'Picqu'n Truck' accueilleront les enfants à partir de 8 ans tout au long de la journée.
Au travers d'ateliers culinaires ludiques, elles tenteront de transmettre à ces commis de cuisine du moment, le goût et les saveurs du poisson.

BLANCHE JULIANO
AJOILI GRAULEN
Monique sa grand-mère, provençale dans l'âme, a partagé avec sa petite fille l'amour de sa culture et de sa cuisine.
Son séné marié Atlantique et Méditerranée : moune et beignous s'attachent à l'ontano. On s'en lieche déjà les babines!

CHARSTELLE PELISSIER
MOULES FAGON
MAMÉ GEO-GEO
De part ses grands parents Georges et Ninou, poissonnière et pescare, il ne manque à Christelle que quelques écailles pour être une véritable séné Graulenne.
Ses moules façon mamé Geo-geo vont en régaler plus d'un!

ERIC LEAP
SEICHES AUX PORIS
Plus connu pour ambrer les boues que pour baptiser la sépia du large, Eric nous concoctera avec Alain dit Ercuts, non pas un gardianne, ni un peloton, ni un agaçou, mais des seiches aux poris, recette ligotée par sa mamé Simone.
On se borde d'avance!

FRED BASCIANO
FIDÉUA DE POISSONS
Dans la famille Basciano je voudrais le petit fils, Fred.
Quasiment né dans les cuisines du « Palangne » tenu par son père, il nous mijotera la fameuse et célèbre fidéua de sa grand-mère Jeanine. Ça va quicher aux barricades ! Oyé !!!

SABINE GARIN
BAUDROIE
AUX POIREAUX
Mariée à Denis, pêcheur et "Chocclat" de père en fils, Sabine épaulée de sa fille Jolaine, nous réalisera sa baudroie avec petits cigipous mais avec des poireaux. Même les plus roumeigates seront couffes.

SERGE MALABAU
MACARONADE DE POULPE
Qu'il soit de Gascogne, de Napoli ou du Grau, un poufre n'est tendre que si l'est baveé! Un poufre donc à plus d'un litre faire confondre à Serge.
Sa macaronade baveé de ses racines lotissimes et plus proches n'en sera que meilleure.

A volte l'evento include anche attività artistiche (vedi foto). Ogni cinque anni viene pubblicato e messo in vendita un libro che raccoglie materiale promozionale sui prodotti ittici, ricette della cucina locale e testimonianze.



Foto 21 Pesci argentei nel cielo



Foto 22 Tentacoli del polipo gigante



Foto 23 Il libro di Les Graulinades edizione 2013

Questo evento stabilisce un legame forte tra i ristoranti, i consumatori e i pescatori. Grazie ad esso i ristoranti e gli hotel della zona hanno iniziato a rifornirsi localmente. Inoltre le specie meno conosciute sono valorizzate attraverso le ricette tradizionali delle famiglie locali.

15) QUANDO IL SETTORE DELL'ECONOMIA SOCIALE E DELLA SOLIDARIETA' INCONTRA IL SETTORE DELLA PESCA

La vecchia cucina per l'affumicatura delle anguille

La Manifattura dei Marinati, a Comacchio (Emilia Romagna) è stata trasformata in un museo e laboratorio di integrazione sociale, dove i prodotti delle Valli di Comacchio vengono lavorati secondo la tradizione. La produzione è varia: marinatura e salatura delle acciughe, marinatura dell'anguilla affumicata e del pesce azzurro fritto. Tutti i prodotti vengono comunemente confezionati in scatole di alluminio da 5 kg.

Questo è un esempio di successo di promozione di prodotti ittici e gastronomia locale con un impatto positivo sul sociale. Si tratta di un'attività no profit che sostiene gli abitanti di Comacchio coinvolgendoli in un'attività di tipo professionale.

Il museo vende i suoi prodotti direttamente nel negozio interno, nonché a grossisti e negozi di gastronomia.



ALICI MARINATE

alici per gli amici



ARTIGIANALE

Alici freschissime lavorate ad una ad una, lavate, preparate, marinate e lasciate riposare un giorno intero. Selezionate minuziosamente, vengono inserite nella latta serigrafata.

SOCIALE

Le alici sono lavorate dalla cooperativa sociale Work and Services che opera senza scopo di lucro, realizzando progetti e attività lavorative rivolte a persone in difficoltà.

TRADIZIONALE

Alici pescate nella Costa del Delta del Po e lavorate freschissime a Comacchio dove, da secoli, la marinatura è il metodo di conservazione del pesce di mare e di valle.

I MARINATI di COMACCHIO

Foto 24 Laboratorio di integrazione sociale presso la Manifattura dei Marinati



16) OBIETTIVO NASSARIUS MUTABILIS

16.1 Contesto di pesca del Nassarius Mutabilis nel FLAG CER

vedi allegato

16.2 DATI SCIENTIFICI

vedi allegato

16.3 Gestione delle risorse

Piani di gestione locale

Strumenti di gestione	Ordinanza Rimini - FLAG CER	Ordinanza Pesaro - FLAG CER	FLAG VC
Periodo di chiusura	Dal 01/06 al 30/09	Dal 01/06 al 31/10	/
Fermo pesca	Domenica e festivi	Domenica	/
Quantità	Kg 70 - 1 persona	Kg 80 - 1 persona	/
	Kg 120 - 2 persone	Kg 150 - 2 persone	
	Kg 150 - 3 persone	Kg 180 - 3 persone	
Tolleranza peso	10%	10%	/
Setaccio a maglie	12 mm scare mesh	12 mm scare mesh	10 mm scare mesh
Spazio tra le barre	Spazio tra le barre > 9 mm	Spazio tra le barre > 9 mm	/
Taglia minima	20 mm	20 mm	/

38

Strumenti di misurazione in uso

Tavole di misurazione idraulica a bordo e graticci di misurazione a terra sono in uso sia in Francia che in Italia. Questi strumenti sono usati in modo diverso a seconda del pescatore e delle dimensioni della barca.



Foto 26 Metodi di pesca e selezione del Nassarius

16.4 PROSPETTIVE PER IL LAVORO DI RICERCA E MIGLIORAMENTO DEL PIANO DI GESTIONE DELLE RISORSE

39

Prospetto 1: Il personale scientifico della M.A.R.E. Soc. Coop. a r.l. ritiene necessario prendere in considerazione le caratteristiche di crescita e riproduzione al fine di ottenere un piano di gestione delle risorse efficace. L'identificazione della maturità sessuale nelle femmine consente di migliorare i piani di gestione. (fonte 2)

NB: Questo lavoro di ricerca, in collaborazione con i pescatori, risulta molto utile nella formazione dei professionisti. Durante la fase di ricerca sono fondamentali il dialogo e la collaborazione tra i ricercatori e i professionisti del settore della pesca. Una gestione sostenibile della pesca richiede assistenza, come stabilito dalle direttive Europee, nazionali e regionali. questo tipo di ricerca fornisce assistenza informale alle piccole aziende di pesca. (fonte 3)

Prospetto 2: La regolamentazione della taglia minima protegge gli esemplari fino alla maturità sessuale, garantendo il rinnovo della popolazione. Tuttavia, un aumento della taglia minima potrebbe avere un grave impatto sulle attività di pesca e sul reddito degli operatori del settore.

Prospetto 3: Deve essere creata una zona vivaio dove la pesca è vietata per garantire il rinnovo della popolazione e la semina di eventuali individui catturati al di sotto della taglia minima.

Prospetto 4: Un'alternativa valida può essere la pesca del *Nassarius reticulatus* , concorrente diretto del *Nassarius mutabilis*. La popolazione di *Nassarius reticulatus* è in crescita, seppure con fluttuazioni annuali.

16.5 VALORIZZAZIONE

Per trovare risposta a questo interrogativo l'azienda AMATI apre le porte alla delegazione francese. L'azienda produce circa 40 tonnellate all'anno di *Nassarius Mutabilis* congelato, che corrisponde all'eccedenza sul mercato nel periodo da ottobre a metà aprile. La ditta AMATI ha deciso di acquistare le eccedenze di mercato e prolungare il periodo di vendita (sul mercato nazionale) lavorando le lumachine di mare. La lavorazione è descritta di seguito.

- Depurazione in acqua a 120°C con rimescolamento per 24/36 ore - fase difficile
- Precottura (solo un minuto)
- Congelamento (molto lento)
- Confezionamento del prodotto congelato



Foto 27 AMATI gamma di prodotti lavorati



Foto 28 AMATI : *Nassarius Mutabilis* congelate

Gli scambi di esperienze hanno portato alla conclusione che la fase di depurazione è la più difficile perché le lumachine secernono grosse quantità di liquido dopo la cattura.

Di seguito riportiamo una lista di test su diversi metodi di valorizzazione del Nassarius Mutabilis, i risultati e le opportunità.

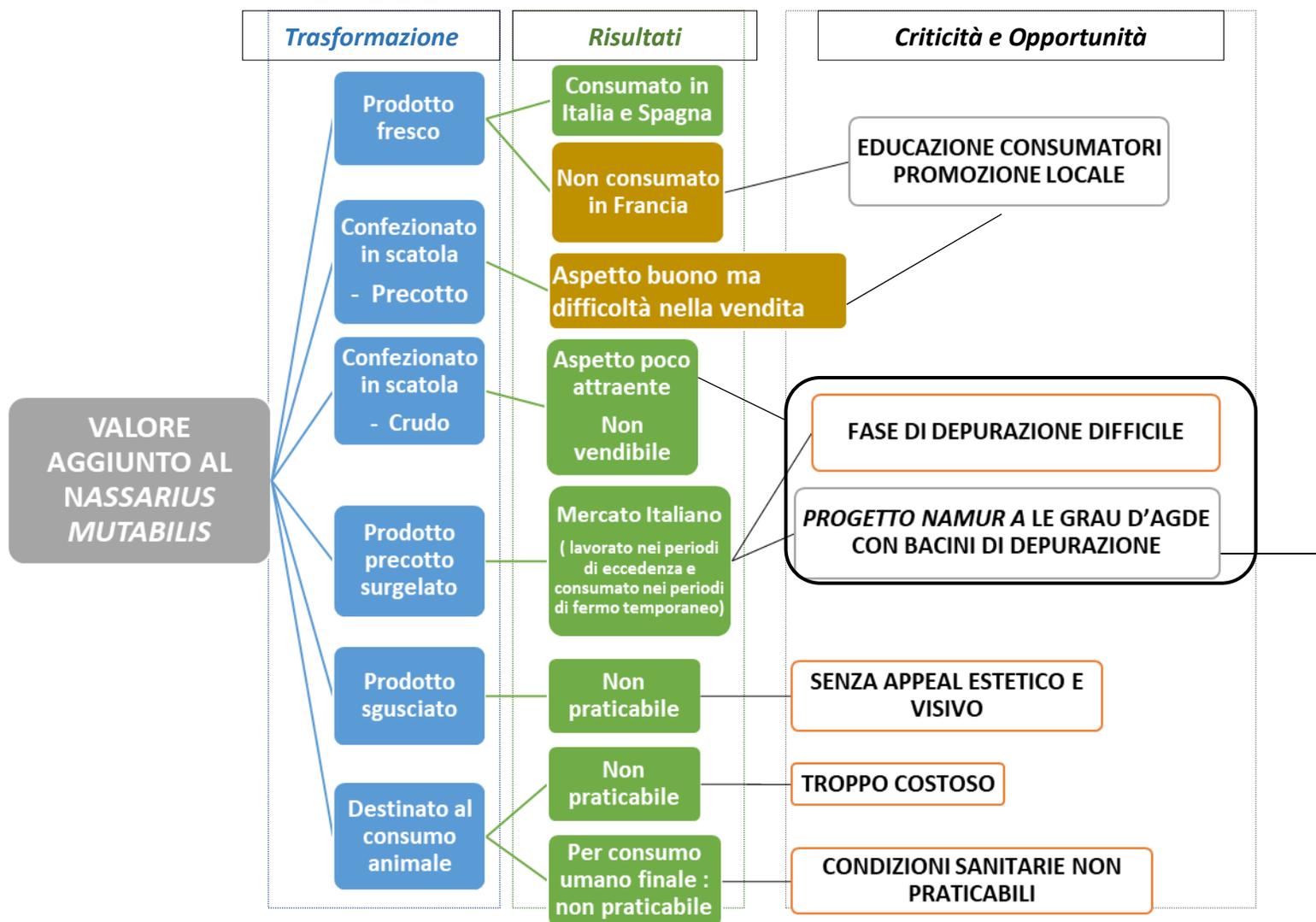


Foto 29 Test di sbocco e risultati (area dell'Unione Europea)



Foto 30 Valorizzazione del Nassarius Mutabilis

16.6 WORKSHOP DI RESTITUZIONE AI PROFESSIONISTI

Si sono tenuti due workshop di restituzione con gli operatori del settore. Di seguito si riportano i risultati e i pareri emersi.



Foto 31 Lista degli strumenti di gestione e opinioni espresse dai pescatori del FLAG VC

17 PROSPETTIVE DEL MERCATO COMUNE

Per il mercato comune sono state identificate tre specie. Gli studi sul campo condotti a Marzo e Settembre 2018 hanno dato agli operatori italiani e francesi l'opportunità di conoscersi e avviare un rapporto di collaborazione. Di seguito riportiamo una tabella della produzione per specie nel 2016 e 2017 per i membri della OPduSUD :

Anni	Peso (kg)	
	2016	2017
Mulet lippu	78 542,50	98 058,40
Mulets (lippu e labeon)	1 067,42	37 348,98
Mulet doré	21 290,34	22 222,40
Polipo e moscardini	354 660,76	482 672,31
Poulpe roc	493 466,41	446 531,52

A raffronto la tabella di produzione per porto della Costa Emilia-Romagna nel 2017:

Mercato Ittico	Calamari		Mullet	
	kg	euro	kg	Euro
Cattolica	2449.2	55071.5	19021.6	101930
Cesenatico	1392	31539.2	174729	384921.3
Goro	791	22286.3	15133.3	28781.6
Porto Garibaldi	995.6	22348.8	39319.9	138921.6
Rimini	4299.8	93482.9	135406.3	463234.4
Totale	9927.6	224728.7	383610.1	1117788.8

Risultato:

- La commercializzazione del Nassarius Mutabilis continuerà, con la potenziale collaborazione dei grossisti e dei laboratori che si sono incontrati nell'ambito del progetto.
- Mullet e calamari: sono stati presi contatti tra l'azienda italiana LITTLE FISH e i rivenditori francesi per una possibile collaborazione commerciale
- è nata l'idea che i pescatori del CER possano portare pesce azzurro a Le Grau du Roi e tornare con il pesce prodotto in loco

18. CONCLUSIONI

Una pesca più intelligente

Il progetto di cooperazione ha consentito ai due FLAG una concertazione sulla gestione e la valorizzazione del Nassarius Mutabilis: conoscenza delle caratteristiche biologiche, attuazione di misure di gestione, contenimento e valore aggiunto.

Valorizzazione dei prodotti ittici locali.

La valorizzazione deve sempre essere calibrata sulle esigenze del mercato, indirizzata quindi alle opportunità e alla domanda reale. In generale, l'obiettivo deve essere il mercato locale o mercati diversi, con un target di consumatori ben definito nelle preferenze e nell'atteggiamento nei confronti dei prodotti ittici.

I prodotti ittici, specialmente quelli freschi, presentano numerose sfide, soprattutto dal punto di vista dell'igiene e della pulizia, che hanno priorità assoluta.

Inoltre, c'è un legame forte con il territorio, che a volte è noto proprio per il prodotto in questione. Conseguentemente, la commercializzazione del prodotto è strettamente legata alla promozione del territorio e trae spesso vantaggio dal collegamento con altri settori, quali il turismo e l'ospitalità.

Infine, è necessario ottimizzare la produzione in termini quantitativi per garantire la sostenibilità e ottenere l'accesso, individuale o collettivo, alle risorse, alle tecnologie e agli strumenti commerciali necessari.

Le iniziative possono nascere da produttori singoli, gruppi di produttori o da una combinazione dei due. Le iniziative di gruppo hanno il vantaggio della ripartizione della spesa, e quindi del rischio, tra un certo numero di operatori. Consentono inoltre di condividere conoscenze e risorse e raggiungere la massa critica o le economie di scala per determinate iniziative.

Capitalizzare i punti di forza e le caratteristiche particolari di un territorio consente di differenziare il mercato e trovare nuovi sbocchi commerciali per i prodotti locali. Tuttavia, per avvalersi di queste opportunità sono necessarie nuove competenze, nonché una grande apertura nel settore della pesca, per favorire l'integrazione con il territorio e il processo di sviluppo locale.

Emerge infine la necessità di promuovere e valorizzare il "pesce povero" (mullet, trachurus, ecc). Le quantità sbarcate e il basso valore commerciale richiedono interventi mirati per incoraggiarne il consumo. La promozione del "pesce povero" pescato nei nostri mari è soprattutto un'operazione culturale, in quanto significa promuovere le qualità di questo prodotto e sfatare alcuni miti culinari che portano a trascurare questo tipo di pesce. Promuovere il consumo, sia a casa che al ristorante, di specie ittiche oggi dimenticate ma che per secoli sono state al centro di una dieta varia, bilanciata e sana, significa valorizzare il prodotto e garantire il reddito dei pescatori.

La riscoperta di queste specie dimenticate fa parte della strategia di riposizionamento di cui questo settore ha urgente bisogno, facendo appello al ruolo attivo che il consumatore può e deve svolgere, a fianco dei pescatori, nel migliorare la sostenibilità della pesca. Inoltre, l'informazione del consumatore è fondamentale per reindirizzare la domanda del mercato in modo tale da ridurre lo sfruttamento delle specie più comuni e promuovere il consumo delle specie locali, garantendo anche una più adeguata remunerazione degli operatori del settore.

Quindi, non solo il consumatore come alleato del pescatore per una pesca sempre più rispettosa dell'ambiente, ma anche pescatori e pesce povero come alleati dei protagonisti dello sviluppo locale, al quale la pesca contribuisce, anche attraverso una serie di attività (pesca turismo, turismo ittico, ecc.), con il fascino di un patrimonio culturale, storico e enogastronomico ancora tutto da esplorare.

Al fine di promuovere e far conoscere il pesce povero è necessario attivare campagne informative e di sensibilizzazione indirizzate sia al grande pubblico (consumatori, nuove generazioni, ecc), che al settore HORECA (Hotels, Ristoranti, Catering), incentrando le campagne promozionali sulle specie meno note, con azioni informative che ne esaltino le caratteristiche organolettiche e i valori nutrizionali, riscoprendo al contempo le tradizioni culinarie di cui i pescatori sono i principali detentori.