

# Il pesce di filiera corta al supermercato

written by Rivista di Agraria.org | 26 gennaio 2016

## Il mercato della produzione ittica nell'ambito della GDO - Le strategie di Unicoop Firenze

A cura di Lapo Nannucci



Imbarcazione dedita alla pesca a strascico.

Il mercato della produzione ittica nel corso degli anni ha subito cambiamenti molto importanti, sia per quanto riguarda le tipologie di specie presenti sui banchi, che la provenienza del prodotto ed il relativi prezzi di mercato. Considerando che oggi la maggior parte delle persone acquista pesce presso la Grande Distribuzione, al fine di ottenere un'informazione più realistica possibile riguardo l'evoluzione del mercato, ho ritenuto opportuno intervistare un responsabile di settore della GDO. Di conseguenza, ho sottoposto una serie di quesiti a Carlo Calusi, responsabile del settore freschissimi di Unicoop Firenze, persona molto disponibile e competente, che ha visto nascere il reparto pesce fresco della struttura di riferimento e grazie alle sue capacità ne ha permesso nel corso degli anni un notevole sviluppo.

Incontro Carlo Calusi una mattina di dicembre, nel periodo antecedente le festività natalizie, e dopo i saluti iniziali ed una chiacchierata introduttiva, ci accomodiamo in una sala gentilmente concessa da Unicoop Firenze ed iniziamo i lavori come da programma.

Di seguito è possibile visualizzare le domande da me sottoposte e le relative risposte ottenute:

### **Quali sono stati, in linea generale, i cambiamenti chiave che il mercato dei prodotti ittici ha subito nel corso degli anni?**

*"Il mercato è cambiato moltissimo nel corso del tempo e l'attività di pesca, che in passato rappresentava pressoché l'unica fonte di approvvigionamento del prodotto ittico, è stata via via affiancata dall'acquacoltura che per quanto riguarda la produzione di specie pregiate, come spigola ed orata, convoglia sul mercato quantitativi nettamente superiori. Il settore della pesca, se parliamo di prodotto fresco proveniente dai nostri mari, ad oggi non riesce a portare sui banchi del pesce quantitativi di prodotto sufficienti a soddisfare le esigenze del consumatore e di conseguenza, appare necessario ricorrere all'importazione di pesce pescato all'estero.*

*Al fine di valorizzare il pesce locale ed implementare la rintracciabilità delle produzioni della pesca, Unicoop Firenze ha iniziato, dall'anno 2008, un processo di promozione del pesce pescato nell'arcipelago Toscano denominato "PAT".*

*Il "PAT" consente di dare alcune importanti garanzie al consumatore, tra le quali:*

- *La data di prelievo del pesce, che deve essere pescato al massimo il giorno antecedente la vendita;*
- *La localizzazione della zona di pesca, che appare compresa entro la distanza di 6 miglia nautiche rispetto alla costa Toscana;*
- *L'identificazione dell'imbarcazione che ha pescato il prodotto.*

*Il "PAT", grazie alle sopracitate caratteristiche, risulta molto gradito dal consumatore ma a causa del ridotto numero di specie coinvolte e dei quantitativi poco rilevanti, il potenziale di sviluppo ad oggi appare piuttosto limitato.*

*Unicoop Firenze ha inoltre puntato sul comparto dell'acquacoltura Toscana, creando il pesce a marchio Coop,*

costituito nella fattispecie da spigole ed orate provenienti da impianti in gabbie a mare localizzati nelle acque prospicienti la Regione Toscana. Si tratta di prodotto garantito dal punto di vista della tracciabilità e della sicurezza che, rispetto al pesce pescato, riesce ad uscire sul mercato con un costo più contenuto, risultando quindi appetibile per una categoria di consumatori più ampia.”

**Il comparto della GDO a suo avviso nel corso degli anni è cambiato notevolmente riguardo le scelte di approvvigionamento del prodotto?**

“Il reparto pescheria è un settore di Unicoop che possiamo considerare giovane rispetto ad altri, basti pensare che risulta attivo dall’anno 1988 e che è stato provvisto di una Piattaforma distributiva solo a partire dal 2003. La messa in opera della Piattaforma ha rappresentato un importante passo avanti, consentendo di apportare una serie di miglioramenti nell’ambito delle politiche commerciali di approvvigionamento del prodotto.

Ad oggi, gli acquisti di pesce vengono effettuati su tutto il territorio Europeo, orientando le scelte sulla base della qualità del prodotto, dei prezzi e della stagione nella quale si effettuano le operazioni commerciali. In linea di massima, anche grazie allo sviluppo del settore dell’acquacoltura, che nel corso degli anni ha migliorato molto le produzioni dal punto di vista qualitativo, possiamo sicuramente affermare che l’evoluzione del comparto è avvenuta in senso positivo.”



Pesca con reti da posta.

**A suo avviso il settore dell’allevamento ittico può essere considerato come un comparto secondario rispetto a quello della pesca, oppure ad oggi le produzioni di allevamento appaiono di vitale importanza per garantire sufficiente approvvigionamento di prodotto sui banchi del pesce?**

“Personalmente ritengo che l’acquacoltura giochi un ruolo fondamentale sul mercato delle produzioni ittiche, soprattutto per quanto riguarda alcune categorie di prodotto e penso che ci sia ancora molto da fare. Tuttavia il consumatore, nonostante siano state effettuate una serie di campagne di valorizzazione del prodotto, ancora oggi percepisce il prodotto allevato come secondario rispetto a quello pescato. In realtà, a mio avviso, considerando l’attuale livello qualitativo del pesce di allevamento, dal punto di vista organolettico, il gap con il prodotto pescato si è ridotto moltissimo rispetto al passato.”

**Il settore dell’acquacoltura in Europa ed in Italia cresce con ritmi molto lenti rispetto al resto del mondo. Ritieni che le politiche europee e nazionali dovrebbero investire maggiormente per favorirne lo sviluppo?**

“Penso che l’attuale fase di rallentamento riscontrata in Europa ed in Italia sia dovuta ad una serie di fattori tra i quali, la situazione di stasi del consumo di pesce procapite della popolazione nazionale, che appare stabile da circa 3 anni, nonché la crisi economico-finanziaria globale. Quest’ultima sta da tempo condizionando le tasche di un’ampia fascia di consumatori, ponendo seri limiti riguardo le scelte di acquisto dei prodotti agroalimentari, nell’ambito dei quali, il pesce risulta notoriamente caratterizzato da un costo più elevato rispetto agli altri. Ad ogni modo, ritengo l’acquacoltura un settore fondamentale per il futuro e credo che le politiche di settore dovrebbero investire in maniera significativa, al fine di garantirne lo sviluppo. A mio avviso, il grande passo avanti potrà esser fatto se vi sarà l’opportunità di raggiungere due obiettivi, ovvero implementare ulteriormente il livello qualitativo del prodotto ed incrementare il numero delle specie allevate (es. saraghi, paraghi, ricciole etc).

Per quanto concerne la qualità, nel corso del tempo sono stati fatti enormi progressi anche grazie all’industria mangimistica, che ad oggi è capace di fornire alimenti bilanciati che consentono di calibrare in maniera piuttosto precisa la composizione chimico-fisica del prodotto finale, con particolare riferimento alla componente lipidica ed alla presenza di acidi grassi polinsaturi. Relativamente al panorama delle specie ittiche allevate, sarebbe molto importante riuscire a sviluppare ulteriormente le sperimentazioni volte all’acquisizione delle tecniche di riproduzione ed allevamento in cattività di numero superiore di specie. Questo consentirebbe di poter disporre di un rilevante ventaglio di prodotti allevati, pesce che risulta scrupolosamente controllato dal punto di vista della

sicurezza, qualitativamente molto valido e capace di spuntare prezzi di mercato più competitivi rispetto al pescato.

**Il consumatore appare ricettivo e propenso a spendere qualcosa di più per acquistare i prodotti locali a valore aggiunto promossi dalla GDO? L'acquirente appare sensibile relativamente al tema della tracciabilità delle produzioni?**

*"Il consumatore ad oggi appare molto sensibile riguardo la tracciabilità del prodotto ittico e molte persone sono propense ad investire qualcosa in più in termini economici per acquistare pesce proveniente dal contesto produttivo locale, che quindi ha percorso meno strada. Per quanto riguarda il prodotto della pesca, i prezzi ad oggi risultano piuttosto elevati, soprattutto in funzione delle ridotte quantità disponibili sul mercato e considerando le l'attuale situazione, non credo che nel breve periodo sarà possibile abbassarli e di conseguenza andare incontro alle esigenze di un numero maggiore di consumatori. Ritengo quindi che il grosso passo avanti consisterà nell'implementare ciò che già stiamo facendo, ovvero valorizzare ulteriormente il pesce allevato in Toscana."*



Pesca del pesce allevato in gabbie a mare.

Dopo quest'ultimo quesito, saluto Carlo Calusi e lo ringrazio per il tempo dedicatomi e per la gentilezza.

Le informazioni ricevute sono state veramente utili per capire come è cambiato il mercato del prodotti ittico nel corso degli anni e per comprendere i criteri che una grande realtà come Unicoop Firenze segue relativamente alle scelte di approvvigionamento del prodotto ed all'elaborazione dei programmi di valorizzazione. Possiamo quindi concludere affermando che, ad oggi, il prodotto proveniente da allevamento riveste un ruolo da protagonista nell'ambito delle strategie di programmazione degli acquisti della grande distribuzione, e che, nonostante le difficoltà riscontrate in conseguenza della diffidenza inizialmente mostrata dal consumatore riguardo a questo tipo di prodotto, ad oggi la situazione si è evoluta molto in senso positivo.

26/01/2016.