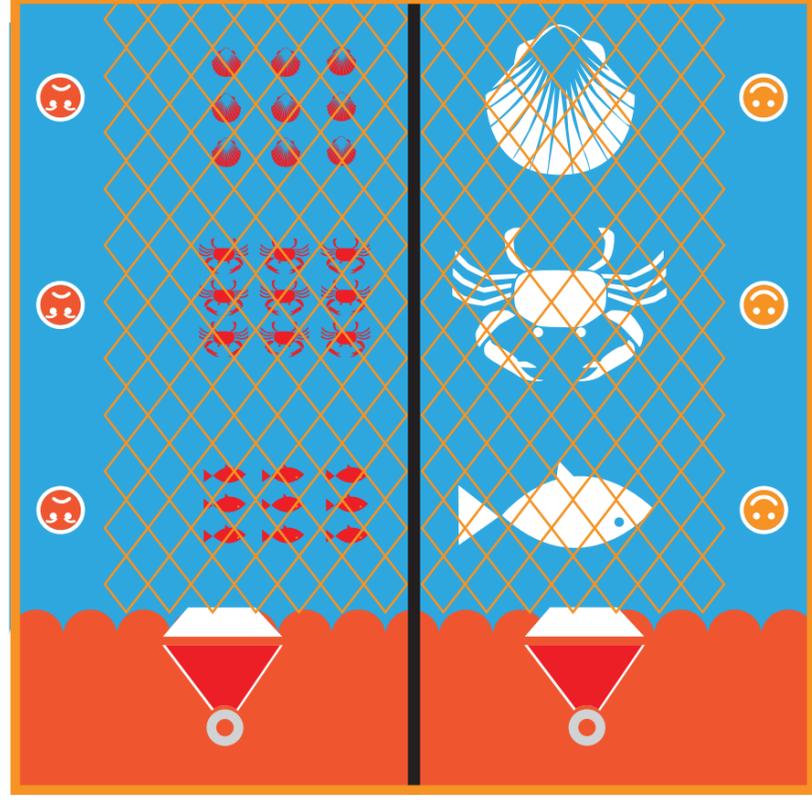


**MANUALE PRATICO:  
TAGLIE MINIME: QUALI NOVITA' ?**



Poste Italiane Spa – Sped. in A.P.D.L. 363/05 (conv.in L.27.02.04,n°46) art.1, c.1,DCB Milano- Eurofishmarket n°30 – n°2 del 29/11/2019

**LA DISCIPLINA SANZIONATORIA IN UNO SCHEMA.**



**INCHIESTA : LISCA DI PESCE O “CORPO ESTRANEO”?**

**RICERCA: CONSUMATORI EUROPEI ED ACQUACOLTURA: CONNUBIO (IM)POSSIBILE?**

**RICERCA: CONSUMATORI EUROPEI ED ACQUACOLTURA:  
CONNUBIO (IM)POSSIBILE?**

PAG. 05

**INCHIESTA: IL CASO DEL DANNO DA LISCA DI PESCE IN POLPETTE  
IN UNA MENSA SCOLASTICA**

PAG. 17

**FIERE E EVENTI: SEALOGY® SBARCA A FERRARA**

PAG. 31

**DOSSIER: LA DISCIPLINA SANZIONATORIA IN UNO SCHEMA**

PAG. 37

**INTERVISTA: O.P. I FASOLARI: UN MODELLO PER IL SETTORE ITTICO**

PAG. 46

# I PESCI HANNO LE LISCHE E ANCHE LE TAGLIE MINIME...



Questo numero di Eurofishmarket è dedicato prevalentemente ad un aggiornamento sulle ultime e principali novità normative nel settore, dalla disciplina sanzionatoria in materia di informazioni al consumatore di alimenti, a tutte le novità sulle taglie minime dei pesci, crostacei e molluschi in commercio.

Come nostra abitudine abbiamo cercato di fornire ai nostri lettori un servizio più che semplici articoli di aggiornamento. Infatti, tutto quanto contenuto nelle nuove norme è il più possibile schematizzato, al fine di fornire all'utente un riferimento facile da consultare e di immediata comprensione. Sviluppando il lavoro sulle taglie minime Eurofishmarket ha riscontrato, sia sul testo della norma in lingua italiana che in quello in lingua inglese, alcuni errori che abbiamo evidenziato, sempre in questo numero, indicandoli in quella che invieremo come interrogazione al MIPAAF. Essere di supporto e di servizio a tutti i nostri partner, clienti e lettori è per noi un dovere oltre che un piacere e siamo davvero contenti quando riusciamo in questo intento.

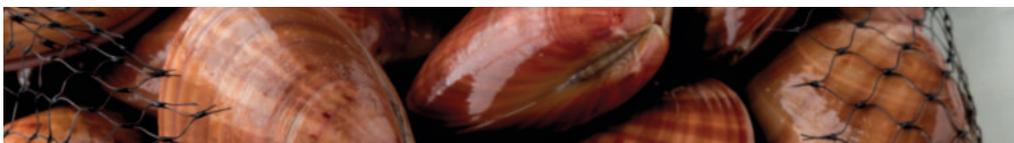
In questo numero si rinnova anche il nostro impegno a contrastare le fake news mediatiche, in particolare in tema di acquacoltura, che tanta confusione stanno generando tra i consumatori. Molto interessante è il report che sintetizza gli esiti di un progetto, contenente un'indagine di mercato, utile a comprendere la percezione che oggi il consumatore ha dei prodotti di acquacoltura, nonostante il consumo medio degli stessi pro capite abbia ormai superato il 50% della spesa ittica annuale. Sarà sempre più importante, dunque, un impegno da parte di tutti gli specialisti del settore sul fronte dell'informazione, e vi invitiamo a scriverci alla mail [info@eurofishmarket.it](mailto:info@eurofishmarket.it) per avere maggiori informazioni ed entrare a far parte del nostro gruppo di lavoro sull'informazione ittica. Non possiamo chiudere questo editoriale senza ringraziare il bravissimo Avvocato Francescotti che ha voluto condividere con tutti noi il trionfo ottenuto in aula di tribunale su un concetto che per chi lavora in questo settore è abbastanza scontato: "la lisca di pesce non è un corpo estraneo e non può essere considerato come tale". Speriamo che questa sentenza possa essere di supporto a quanti producono prodotti ittici lavorati e trasformati e soprattutto possa in qualche modo ricordare ai consumatori di prodotti ittici che è importante anche educare a masticare correttamente il prodotto e il rischio "lisca zero", come a volte riportato in alcune confezioni, è alquanto audace. Ci farebbe molto piacere avere i vostri commenti su questo numero e sulle nostre iniziative in corso. Buon anno.

Valentina Tepedino

EDITORIALE \ \ EDITORIAL

## O.P. I FASOLARI

## UN MODELLO PER IL SETTORE ITTICO



INTERVISTA A PAOLO TIOZZO, AD DELLA OP I FASOLARI DI CHIOGGIA IN MERITO AI RISULTATI DEL "PIANO DI PRODUZIONE E DI COMMERCIALIZZAZIONE PER LA CAMPAGNA DI PESCA RELATIVA ALL'ANNO 2019" SOSTENUTO DAL MIPAAF



## INTERVISTA

Cozze a valore aggiunto nel golfo di Oristano.

EUROFISHMARKET PER L'ANNO 2019 È STATA PARTNER, COME PER I PRECEDENTI DUE ANNI, DEL "PIANO DI PRODUZIONE E DI COMMERCIALIZZAZIONE PER LA CAMPAGNA DI PESCA RELATIVA ALL'ANNO 2019" DELLA O.P. I FASOLARI DI CHIOGGIA. DUNQUE IN QUESTI ULTIMI TRE ANNI ABBIAMO AVUTO MODO DI CONOSCERE MEGLIO LA OP I FASOLARI, AFFIANCARLI NEL LORO PROGETTO DI RICERCA E SVILUPPO E ANCHE NELLA PROMOZIONE DI UNA LINEA INNOVATIVA DI PRODOTTI A BASE DI FASOLARI "READY TO EAT" O "READY TO COOK" REALIZZATI INSIEME ALL'UNIVERSITÀ DI PARMA. QUESTA LUNGA COLLABORAZIONE CI HA ANCHE DATO L'OPPORTUNITÀ DI CONOSCERE MEGLIO QUELLO CHE OGGI SECONDO NOI E SECONDO ALCUNI DEI MASSIMI REFERENTI DEL MONDO DELLE ISTITUZIONI E DELLA RICERCA RAPPRESENTA UN MODELLO DI ORGANIZZAZIONE POSITIVO E DA IMITARE.





**Eurofishmarket:** Questo progetto ha centrato gli obiettivi descritti e richiesti dal “Piano di produzione e di commercializzazione per la campagna di pesca relativa all’anno 2019 e ha tenuto conto della disciplina comunitaria, derivante dal Regolamento di base in materia all’organizzazione comune dei mercati nel settore dei prodotti della pesca e dell’acquacoltura” ?

**P. Tiozzo:** i risultati del Piano che sono stati illustrati nelle opportune sedi e sono stati forniti al MIPAAF hanno dimostrato l’efficienza di un modello, a mio parere, vincente come quello della OP I Fasolari per diversi aspetti che di seguito ci tengo a puntualizzare:

-L’importanza dell’unità dei soci nella programmazione nel rispetto della stessa dalla pesca alla distribuzione.

-Il fatto che tutti i produttori di fasolari siano uniti a livello nazionale per raggiungere gli stessi obiettivi

-L’attenzione della OP I Fasolari a quelli che sono i temi più sensibili di questo momento sia per il consumatore che per il sistema in generale ossia : la sostenibilità, l’attenzione alla risorsa, la tracciabilità, le nuove esigenze del mercato in merito ai consumi

-La ricerca di un mercato utile a valorizzare il prodotto e che punta non alla quantità ma alla qualità dello stesso creando valore aggiunto e nello stesso tempo maggiore marginalità e soddisfazione per i produttori.

-I prodotti pronti al consumo a base di fasolari sono stati molto apprezzati dal target selezionato dalla OP e che serve tutta la ristorazione di alto e altissimo livello e questo a mio parere è quello che deve fare il nostro mondo produttivo nel settore ittico... puntare alla qualità... solo così la nostra produzione ittica potrà

mantenere, anzi aumentare i propri spazi conquistando anche i mercati esteri.

**Eurofishmarket:** diverse aziende che hanno sperimentato il prodotto e che sono interessate a diventare future acquirenti degli stessi hanno già i canali aperti anche per l’esportazione?

**P. Tiozzo:** esportare non solo il nostro prodotto ma anche la nostra storia, ossia la storia dei pescatori di fasolari e il nostro modello sostenibile, sicuro e tracciabile, è vincente e sicuramente potrà rappresentare un modello positivo anche per tutte le OP e per le Cooperative di pesca e di allevamento che oggi non fanno gruppo e non riescono a porsi sul mercato con la giusta forza ed affidabilità

**Eurofishmarket:** Il MIPAAF ha sostenuto questo vostro percorso e abbiamo sentito diversi loro referenti complimentarsi con voi per i risultati raggiunti. Cosa pensa sia importante dimostrare alle Istituzioni?

**P. Tiozzo:** io ringrazio di cuore il MIPAAF per questa importante opportunità, per la fiducia riposta nella O.P. I Fasolari e per le gratificazioni ricevute dai Dirigenti ministeriali che hanno avuto modo di partecipare ai nostri eventi progettuali. Credo che per le Istituzioni il successo è vedere che il sostegno a Piani di questo tipo porti a risultati concreti e utili a fare camminare in futuro le imprese/OP o cooperative che siano con le proprie gambe verso orizzonti sempre più positivi e utili a mantenere non solo in piedi il nostro sistema pesca ma anche portarlo a livelli sempre più alti di qualità, sicurezza e sostenibilità al fine di vincere la concorrenza su questi aspetti garantendo la giusta dignità e dando il giusto merito a chi produce ma anche rispettando l’ambiente e la risorsa e il consumatore .



## L'OP I FASOLARI IN BREVE

L'Organizzazione di Produttori, "I FASOLARI" associa tutte le imprese della Regione Veneto e Friuli Venezia Giulia che con i loro 67 pescherecci effettuano la pesca dei fasolari "Callista chione". I pescherecci sono operativi nei principali porti dell'Alto Adriatico quali Grado, Marano Lagunare, Caorle, Cavallino-Treporti e Chioggia. L'Organizzazione è fortemente strutturata nel territorio con tre uffici a Marano Lagunare (UD), Caorle (VE) e Chioggia (VE) dove si trova anche il Centro di Spedizione Molluschi che funge da piattaforma di smistamento per i mercati italiani ed esteri.

Fin dalla sua fondazione l'Organizzazione persegue il miglioramento e la qualificazione della produzione, anticipando per certi versi la direttiva europea, che punta, da un lato, alla stabilità dei mercati (regolarizzazione tra domanda e offerta) e, dall'altro, allo sfruttamento ecosostenibile delle risorse, obiettivi, questi, perfettamente coincidenti con quelli della scrivente. O.P. Al fine di perseguire le finalità sopra descritte sono state intraprese diverse iniziative, ossia:





-Uniformizzazione delle norme e dei comportamenti relativi alle modalità di pesca e alla sostenibilità ambientale

-Adeguamento delle attrezzature da pesca e delle modalità operative del lavoro a bordo alla normativa vigente;

-Adozione di misure di salvaguardia della risorsa (es. chiusura e rotazione degli areali di pesca)

Dal 01.04.2004, tutte le imprese che esercitano l'attività di pesca del fasolaro nei Compartimenti Marittimi di Chioggia, Venezia e Monfalcone hanno aderito all'Organizzazione di Produttori garantendo, così, l'unitarietà della categoria per gli aspetti relativi al miglioramento delle tecniche e per quelli relativi all'attività di pesca. In tal modo, si è resa effettiva la concentrazione dell'offerta, portando al controllo di un'importante fetta di mercato e a conseguenti benefici di natura economica per tutti i soci.





## IL PIANO DI PRODUZIONE E DI COMMERCIALIZZAZIONE PER LA CAMPAGNA DI PESCA RELATIVA ALL'ANNO 2019

L'Organizzazione di Produttori "I FASOLARI", nell'elaborare il presente Piano di produzione e di commercializzazione per la campagna di pesca relativa all'anno 2019, ha tenuto conto della disciplina comunitaria, derivante dal Regolamento di base in materia all'organizzazione comune dei mercati nel settore dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura.

La strategia di commercializzazione dei prodotti si lega strettamente al "Piano previsionale della produzione" e di adeguamento del volume dell'offerta al fabbisogno del mercato.

Durante il biennio 2018-2019 il consiglio di Amministrazione si è posto degli obiettivi ritenuti strategici per garantire la disponibilità di risorsa nel futuro e per cercare nuovi sbocchi commerciali. Tali obiettivi sono:

- Ridurre l'impatto ambientale della pesca, fornendo formazione e assistenza ai produttori al fine di facilitare l'attuazione di pratiche di pesca che ne limitino l'impatto sull'ambiente (mantenendo così in equilibrio l'ecosistema fasolari);
- Migliorare le condizioni di immissione sul mercato dei prodotti della pesca dei membri dell'organizzazione tramite l'individuazione degli sbocchi per la commercializzazione e canalizzazione dell'offerta, con lo studio e la realizzazione di un prodotto alternativo a base di fasolari che esplori nuovi mercati.

L'O.P. vende tutto il prodotto conferito dai soci. Il presente progetto mira a individuare nuovi sbocchi e altre opportunità commerciali. A seguito delle azioni previste dal presente Piano, ci si attende di sviluppare e favorire il consumo di fasolari su scala più vasta affiancando il tradizionale canale di vendita del prodotto fresco, con quello del cotto e/o del semi-preparato con le stesse proprietà organolettiche del crudo aumentandone la shelf life ma anche le modalità di presentazione (semilavorato, sugo bianco, sugo rosso, ecc) utili a valorizzare meglio il prodotto e conquistare il mercato dell'HORECA più adatto, almeno in questa prima fase, a comprendere il reale valore di questi prodotti innovativi. Se tale indagine produrrà effetti positivi sul settore HORECA, potrà garantire rapporti stabili con le aziende specializzate in tale ambito e con i ristoratori in generale.