





# Cos'è Fish Scale



- \* Progetto nazionale di sensibilizzazione al consumo ittico consapevole
- \* Durata triennale: 1° ottobre 2010 - 31 settembre 2013
- \* Con il contributo dello strumento finanziario del programma Life+ dell'Unione europea





# I Partner del progetto

costa edutainment s.p.a. ha realizzato numerose iniziative per promuovere l'uso sostenibile delle risorse e la conservazione della biodiversità. e' coordinatore del progetto.

legambiente si occupa di promuovere la tutela dell'ambiente fin dal 1980. durante la campagna di "goletta verde" lungo le coste italiane, sono previste tappe dedicate al progetto.

coop liguria oltre all'attivit  di distribuzione, promuove iniziative culturali legate al tema del consumo consapevole. organizza il mese del pesce sostenibile.

lega pesca e agci agrital sono associazioni che rappresentano e tutelano gli enti cooperativi distribuiti sul territorio nazionale. il loro ruolo sara' di supporto per la creazione della rete di operatori coinvolti nel progetto.

softeco sismat s.p.a.   una azienda che opera nell'ambito delle tecnologie della comunicazione. e' responsabile della progettazione e lo sviluppo del sito e del portale "mapfish".

con il supporto di regione Liguria.



Edutain

# Gli obiettivi del progetto

- Riscoprire le specie ittiche locali
- Ridurre gli scarti di pesca
- Preservare la biodiversità marina
- Incrementare la domanda e il valore delle specie ittiche «ritrovate»
- Stimolare il cambiamento delle abitudini alimentari dei consumatori



# I principali contenuti della comunicazione

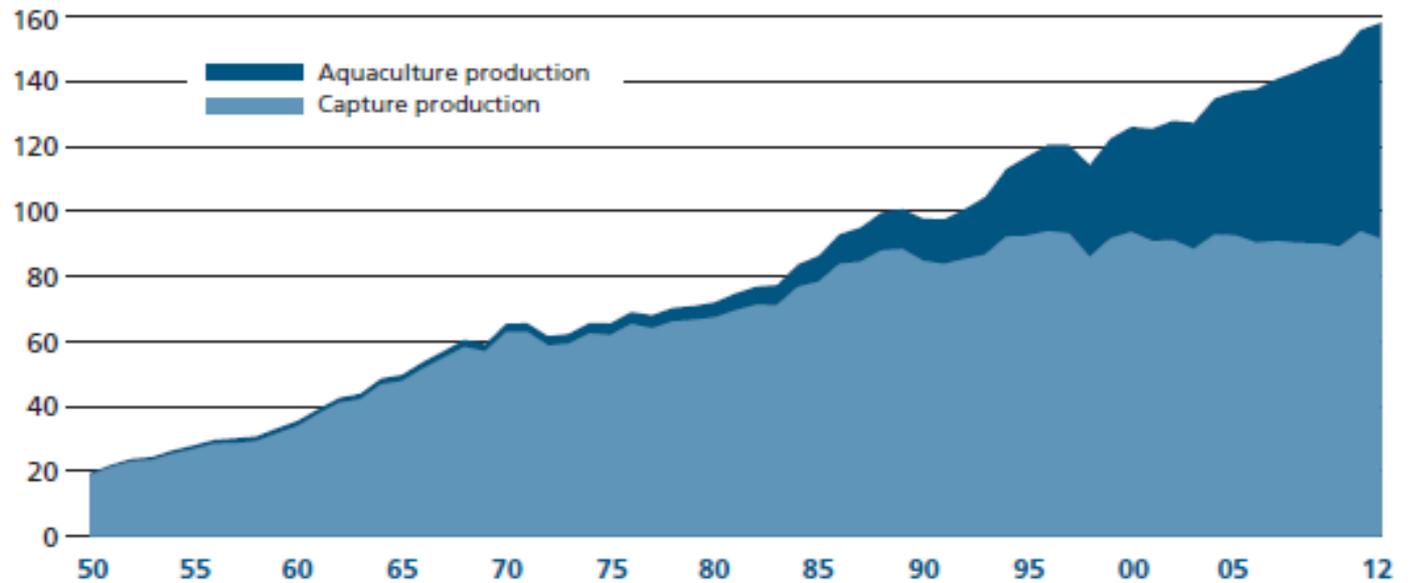
- Molti stock ittici sono sovrasfruttati e rischiano l'esaurimento
- Le catture accidentali e gli scarti di pesca sono molto elevati
- Solo una piccola percentuale delle specie commestibili è commercializzata, anche a causa di abitudini alimentari consolidate
- Occorre limitare lo spreco e il sovrasfruttamento delle risorse marine e modificare le nostre abitudini alimentari



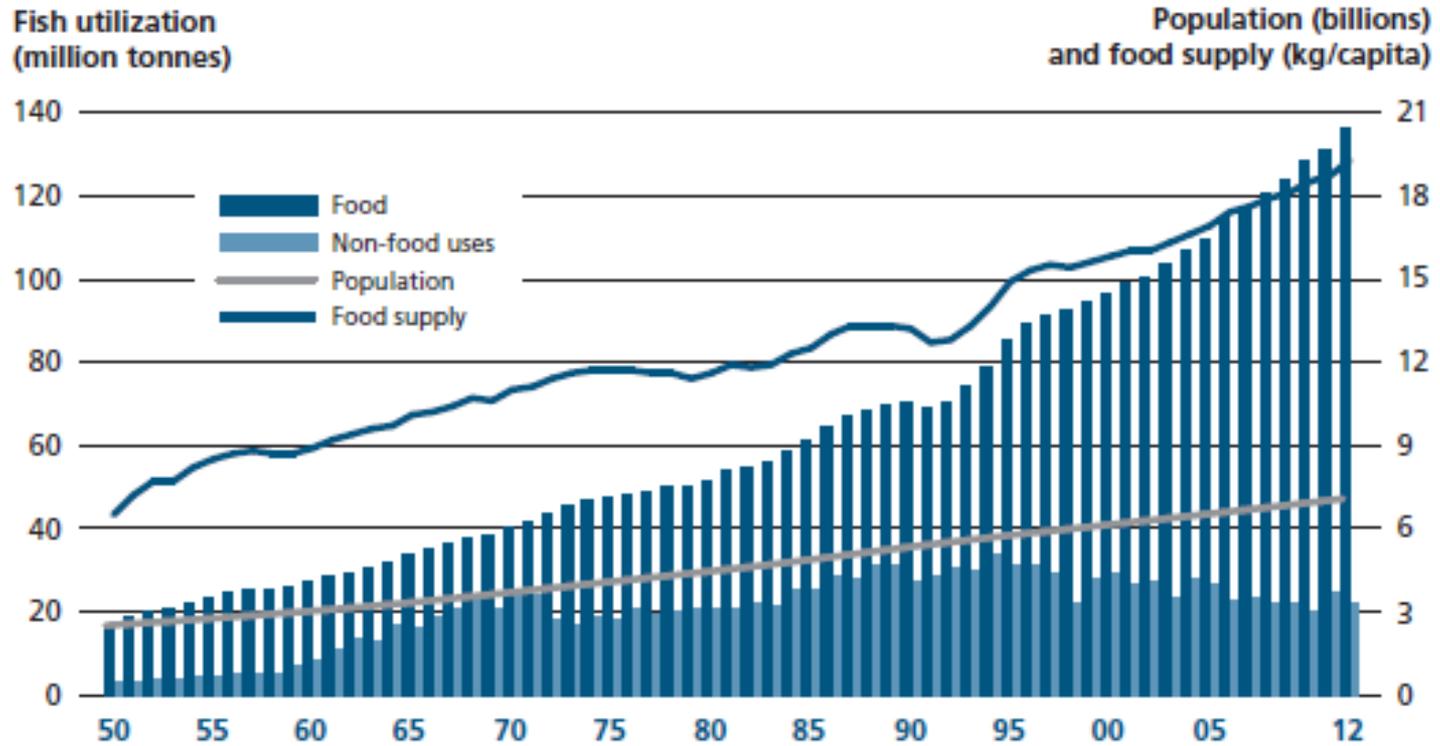
# Il problema ambientale affrontato

World capture fisheries and aquaculture production

Million tonnes



# World fish utilization and supply

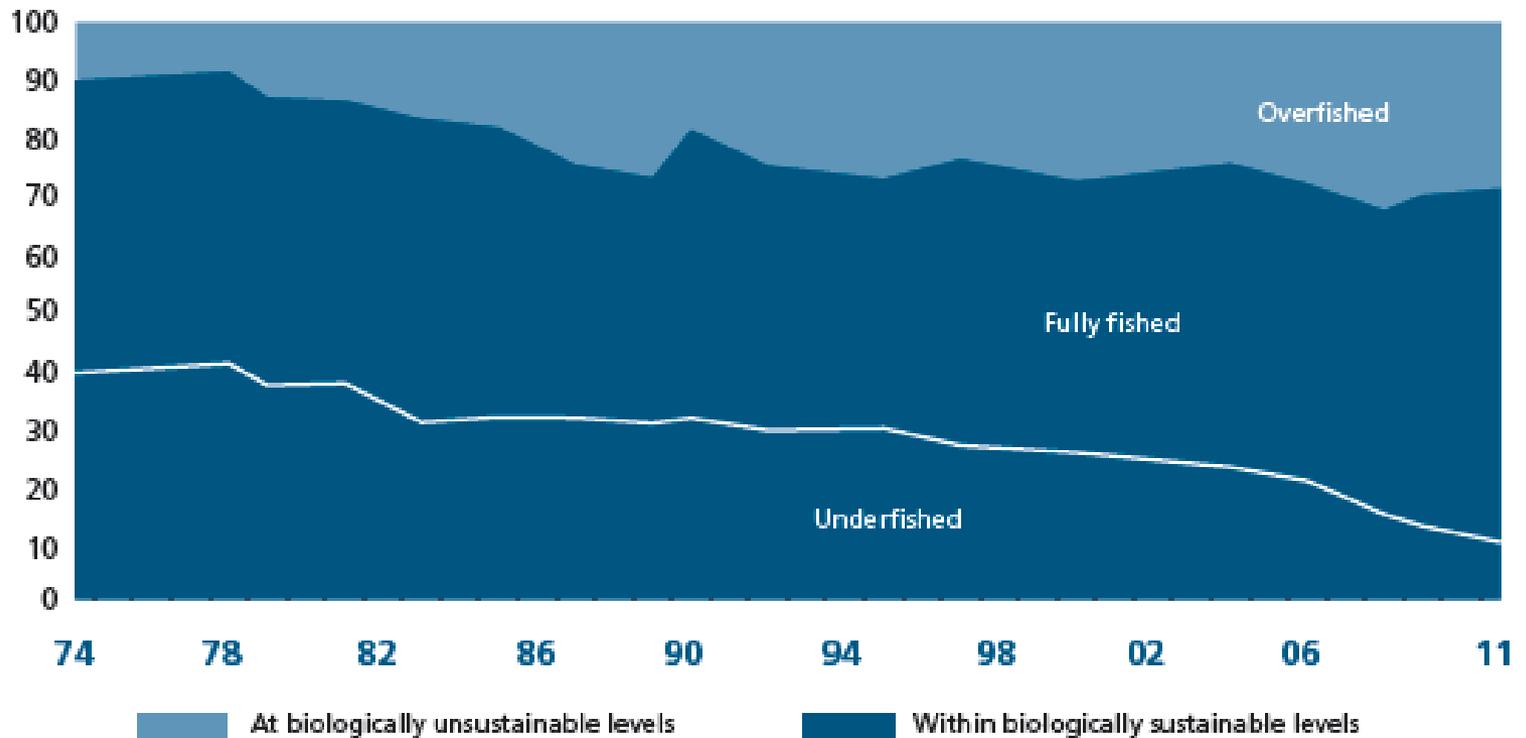


## Marine capture: major fishing areas

Fishing area code	Fishing area name	Variation				
		2003	2011	2012	2003–2012	2011–2012
		(Tonnes)			(Percentage)	
21	Atlantic, Northwest	2 293 460	2 002 323	1 977 710	-13.8	-1.2
27	Atlantic, Northeast	10 271 103	8 048 436	8 103 189	-21.1	0.7
31	Atlantic, Western Central	1 770 746	1 472 538	1 463 347	-17.4	-0.6
34	Atlantic, Eastern Central	3 549 945	4 303 664	4 056 529	14.3	-5.7
37	Mediterranean and Black Sea	1 478 694	1 436 743	1 282 090	-13.3	-10.8
41	Atlantic, Southwest	1 987 296	1 763 319	1 878 166	-5.5	6.5
47	Atlantic, Southeast	1 736 867	1 263 140	1 562 943	-10.0	23.7
51	Indian Ocean, Western	4 433 699	4 206 888	4 518 075	1.9	7.4
57	Indian Ocean, Eastern	5 333 553	7 128 047	7 395 588	38.7	3.8
61	Pacific, Northwest	19 875 552	21 429 083	21 461 956	8.0	0.2
67	Pacific, Northeast	2 915 275	2 950 858	2 915 594	0.0	-1.2
71	Pacific, Western Central	10 831 454	11 614 143	12 078 487	11.5	4.0
77	Pacific, Eastern Central	1 769 177	1 923 433	1 940 202	9.7	0.9
81	Pacific, Southwest	731 027	581 760	601 393	-17.7	3.4
87	Pacific, Southeast	10 554 479	12 287 713	8 291 844	-21.4	-32.5
18, 48, 58, 88	Arctic and Antarctic areas	142 548	197 838	178 797	25.4	-9.6
<b>World total</b>		<b>79 674 875</b>	<b>82 609 926</b>	<b>79 705 910</b>		

# Global trends in the state of world marine fish stocks, 1974–2011

Percentage of stocks assessed



# L'approccio metodologico

- L'elaborazione dei contenuti della comunicazione e l'individuazione delle specie da promuovere è avvenuta grazie al supporto di dati scientifici
- Il problema ambientale è stato affrontato con un approccio positivo
- Sono stati coinvolti tutti gli operatori di settore al fine di creare un network a livello nazionale che contribuisse al raggiungimento degli obiettivi



# La lista delle specie

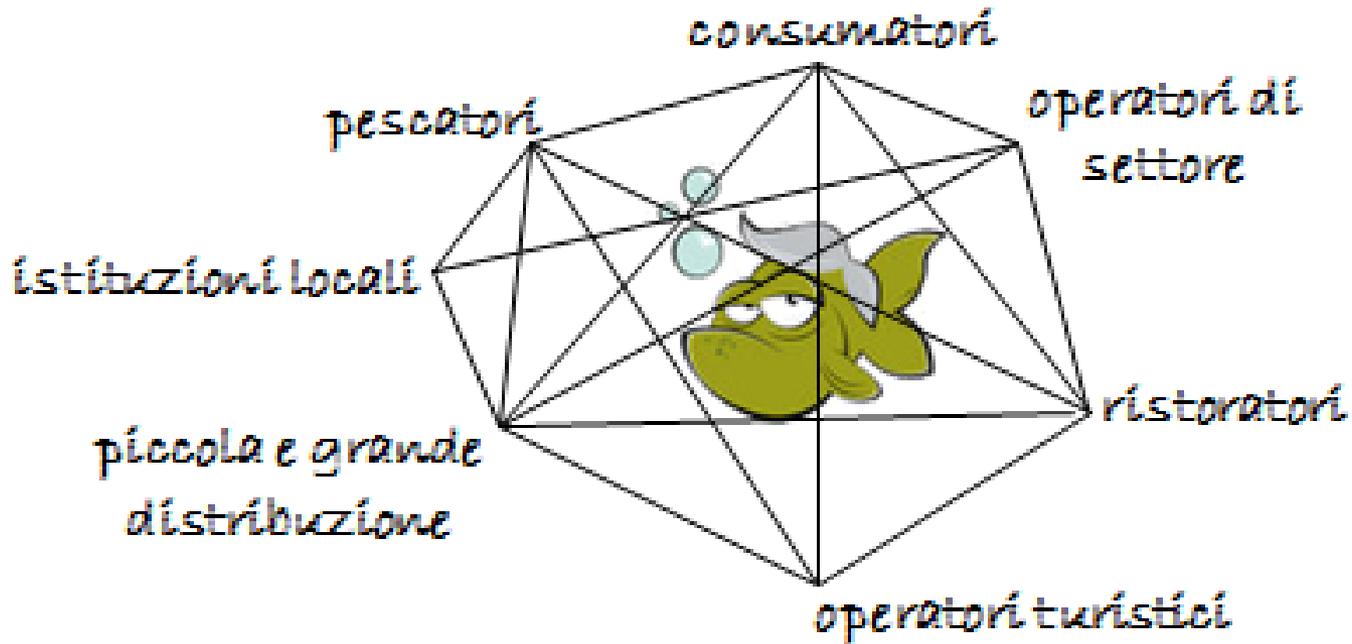
La lista nazionale di 18 specie ritrovate è stata elaborata con il supporto di un comitato scientifico nazionale.

Le specie sono state scelte corrispondono ai seguenti parametri:

- \* non inserite attualmente nelle liste di specie minacciate o sovrasfruttate
- \* possibilmente cicli riproduttivi brevi
- \* indicazioni di stagionalità
- \* reperibili localmente in quantità sufficienti
- \* buone dal punto di vista gastronomico
- \* facenti parte delle tradizioni locali se possibile



# La rete di stakeholder



# Azioni per il grande pubblico

Dimostrazioni gastronomiche, conferenze, laboratori didattici, giochi collettivi





# Ricercatori

Creazione di un comitato scientifico nazionale per la redazione delle specie da promuovere e per le linee guida scientifiche

**QUANDO LI RI-TROVO?**

NOME SCIENTIFICO	<i>Sardina pilchardus</i>	<i>Myxus leucostictus</i>	<i>Boops boops</i>	<i>Epigonus telescopus</i>	<i>Chelodactylus</i>													
<b>INVERNO</b>																		
<b>PRIMAVERA</b>																		
<b>ESTATE</b>																		
<b>AUTUNNO</b>																		
<b>PRESENTI IN TUTTI I MARI</b>																		
<b>ABBONDANTE IN</b>																		
<b>BARO IN</b>																		
<b>TAGLIA MINIMA DI PESCA</b>					20 cm			25 cm		11 cm		15 cm		30 cm				40 cm



# Ristoranti 1

**Attività:** Focus groups per l'identificazione delle specie sostenibili

**Strumenti:** Questionari, Focus Group



# Ristoranti 2

**Attività:** creazione di una lista di aderenti

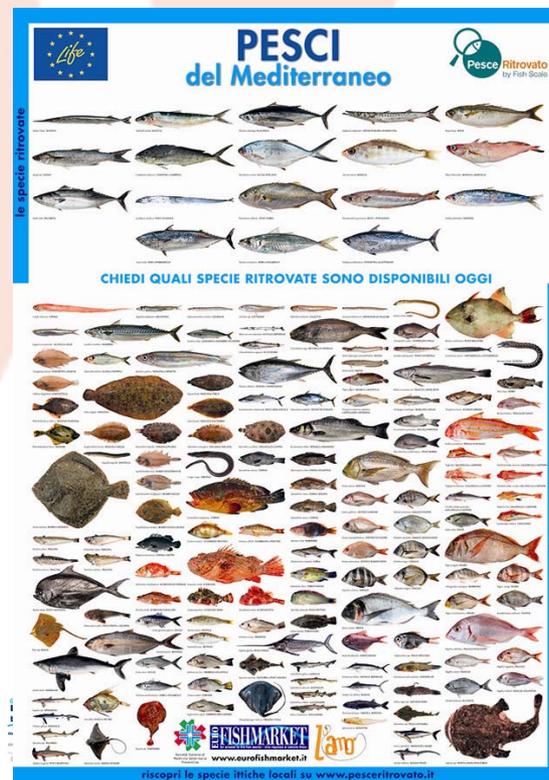
**Strumenti:** codice di adesione, materiali di comunicazione



# Pescherie

**Attività:** creazione di pescherie aderenti, organizzazione di eventi promozionali

**Strumenti:** codice di adesione, cartellini identificativi, poster



# Grande distribuzione

**Attività:** organizzazione de «le settimane del pesce sostenibile»

**Strumenti:** materiali di comunicazione





# Media

Attività: conferenze stampa, contatti periodoci

Strumenti: Comunicati stampa, piano di comunicazione



# IL PORTALE DEL PROGETTO

[WWW.PESCRITROVATO.IT](http://WWW.PESCRITROVATO.IT)



# I risultati: raggiungimento degli obiettivi

- 27% di incremento di consapevolezza (intesa come conoscenza del problema e delle sue cause) prodotta nel pubblico dalla campagna informativa messa in atto durante il progetto
- 70% di aumento del numero di specie ritrovate commercializzate;
- 37% di aumento del quantitativo di specie ritrovate commercializzate



# The results: gli aderenti

- 83 restaurants/hotels
- 27 pecherie
- 3 pesca turismo
- 1 distributore (Fish Box, <http://www.fishbox.it/>)
- 6 supermercati
- 1 tour operator.



# I risultati: gli eventi, i media

- 99 eventi realizzati
- 140 articoli usciti sui media nazionali e locali
- 600.000 persone raggiunte dalla campagna



# Gli interrogativi rimasti

- Come poter dimostrare un collegamento diretto tra il consumo di specie alternative e l'overfishing?
- Come poter dare ai consumatori delle liste univoche
- La sensibilizzazione del grande pubblico è sufficiente a spostare il mercato oppure occorre rivolgersi ai grandi colossi della distribuzione/ristorazione?



# Grazie per l'attenzione

