

TOSCANA



Il 'pesce dimenticato' protagonista con i ristoranti di 'Vetrina a Tavola'

Prosegue il progetto di promozione regionale del pescato 'di minor pregio'. In quindici locali della rete serate a tema. I dettagli

10/01/2012 - 15:33

[0 commenti](#)

Arriva la promozione sul campo del pesce dimenticato. I ristoranti di Vetrina Toscana a Tavola, da sempre impegnati nella valorizzazione dei prodotti della terra toscana, rivolgono la loro attenzione verso i prodotti del mare, con lo scopo di far crescere e rafforzare il consumo di pesci poco conosciuti e spesso sottovalutati e di favorire il trasferimento di conoscenze legate alla qualità, alle tradizioni e alla cultura marinara e alla filiera ittica.

Il pescato toscano cosiddetto "di minor pregio" è un prodotto fresco e di provenienza locale, facilmente reperibile e di qualità, da sempre ingrediente fondamentale della dieta del pescatore e della sua famiglia per la bontà delle sue carni. Nonostante presenti caratteristiche morfologiche e nutrizionali che lo rendono adatto alla commercializzazione, viene spesso ributtato in mare a causa di errati miti culinari che lo rendono non appetibile per la maggior parte dei consumatori.

Il progetto di promozione regionale sul pesce dimenticato vede l'intera filiera produttiva toscana impegnata per far sì che questo prodotto arrivi sulle tavole e nelle case dei toscani, e perché no, sulle tavole dei turisti per riguadagnarsi la sua dignità, grazie anche a ricette nuove e sperimentazioni degli chef.

Il progetto, finanziato grazie al Fondo Europeo della Pesca (FEP) 2007-2013, in particolare in virtù dei capitoli dell'Asse 3 - Misure d'interesse comune, Misura 4 - Sviluppo di nuovi mercati e campagne rivolte ai consumatori, è partito lo scorso ottobre 2011 con un'indagine territoriale volta ad individuare le specie ittiche da valorizzare, seguita da analisi nutrizionali, che hanno determinato i contenuti in proteine, carboidrati, acqua, lipidi e ceneri di ogni singola specie, e analisi organolettiche, che sono state effettuate dal Dipartimento di Scienze Ambientali dell'Università di Siena. Il progetto è continuato in questi mesi stringendo sinergie con altre attività svolte dal Sistema camerale regionale e dalla Regione.

In particolare, grazie al suo inserimento nel quadro delle attività di Vetrina Toscana, ha coinvolto la rete dei ristoranti che si sono lanciati nella riscoperta e nella somministrazione del pesce povero o dimenticato.

Sono infatti quindici i ristoranti aderenti alla rete di Vetrina Toscana a Tavola che organizzeranno serate a tema con menù incentrato su una particolare specie e la partecipazione di chef specializzati che faranno dimostrazioni sulla preparazione e cottura della specie "dimenticata" oggetto della serata. Il progetto prevede inoltre l'organizzazione, presso le sedi delle sezioni soci Unicoop Firenze, di serate a tema con la partecipe razione di biologi marini, nutrizionisti e cuochi, che tratteranno il pesce dimenticato sotto tutti i punti di vista, dagli strumenti con cui viene pescato, fino alle ricette e agli abbinamenti con i vini. A conclusione del ciclo di serate, verranno inoltre organizzate uscite di pesca turismo per divulgare la cultura del mare e della pesca.

Il progetto si concluderà a maggio 2012 con un seminario in cui verranno descritte le azioni intraprese e presentati i risultati ottenuti.

Soprattutto in tempi di crisi diventa fondamentale organizzare strategie globali nel campo della promozione, per questo è necessario il coinvolgimento di numerosi soggetti e settori. L'iniziativa del Pesce dimenticato mette insieme pescatori, ristoratori, le Strade del vino, dell'olio e dei sapori, il Consorzio di tutela e promozione dell'Olio extravergine di oliva toscano IGP. Nell'ambito del progetto Vetrina Toscana a Tavola, promosso con il supporto di Unioncamere Toscana, il Pesce dimenticato può rappresentare un trampolino di lancio per, puntando sulla promozione del territorio toscano nel suo complesso, disegnare una strategia regionale che metta insieme l'enogastronomia con la produzione agricola ed artigianale del nostro territorio con l'obiettivo di uno sviluppo sostenibile nei settori del turismo e del commercio. Un'integrazione dei settori da promuovere è, non solo auspicabile, ma necessaria per creare economie di scala sostenibili. Da questo nuovo modo di fare sviluppo tutti i soggetti ne potranno trarre beneficio. Anche per questo intorno alla rete Vetrina Toscana saranno sviluppate altre iniziative di valorizzazione delle produzioni agroalimentari e del turismo enogastronomico con una forte presenza delle produzioni agricole e artigianali della Toscana.

IL CONTESTO

Il pesce è una risorsa importante per l'economia Toscana: la quantità pescata ogni anno nei mari della regione ammonta a 10 mila tonnellate al netto degli scarti. Il pesce "dimenticato" rappresenta circa il 20% del totale.

Questo pesce (razza, sugarello, potassolo, muggine, sciabola, acciuga, sardina, palamita, moscardino) di più difficile commercializzazione, ma assolutamente valido dal punto di vista alimentare, nutrizionale e del gusto, è oggi considerato uno scarto, mentre le specie più richieste dal mercato sono oggetto di una pressione che genera problemi all'ecosistema e minaccia la riproduzione naturale.

A livello Ue la nuova Politica Comune della Pesca, di cui è prevista l'entrata in vigore nel 2012, prevede il divieto di rigettare in mare gli scarti del pescato e l'obbligo di riportarli a terra esclusivamente per la trasformazione in farine di pesce o per alimenti per animali. Delle oltre 700 specie marine commestibili, solo il 10% circa è oggi effettivamente commercializzato su larga scala.

La Regione Toscana, attraverso le risorse finanziarie messe a disposizione dalla L.R. n. 66/2005, rivolge da tempo particolare attenzione agli aspetti legati al recupero delle tradizioni volte all'utilizzo del "pesce povero" realizzando specifiche iniziative localizzate soprattutto in Versilia. Le marinerie locali hanno avuto modo di riscontrare le ricadute positive di queste iniziative anche attraverso lo sviluppo di nuove forme di commercializzazione del pescato, sfruttando ad esempio il canale dei GAS (Gruppi di Acquisto Solidale) e facendo arrivare il prodotto anche nelle aree interne della regione.

Oggi, con il progetto sul "pesce dimenticato" finanziato con risorse comunitarie, la Regione Toscana promuove la conoscenza di queste specie, concentrando l'azione in particolare tra i ristoratori, gli addetti del settore commerciale e gli opinion leader che possono far riconoscere ed apprezzare le qualità di questo pesce.

Salvadori: "Integrazione fra produzione e ristorazione"

"L'integrazione tra il progetto regionale di Vetrina Toscana ed il mondo della produzione agroalimentare- ha sottolineato alla conferenza stampa di presentazione del progetto l'assessore alla pesca della Regione Toscana, Gianni Salvadori- è per noi di estrema importanza. Vogliamo far interagire sempre di più queste due realtà perché siamo convinti che il mondo della produzione agricola è elemento indispensabile per favorire l'attrattività della Toscana dal punto di vista turistico. L'integrazione, che oggi vede coinvolte, nell'ambito di questo evento, le Strade del Vino dell'Olio e dei Sapori e quella del Consorzio di tutela e promozione dell'Olio extravergine di oliva toscano IGP - ha proseguito l'assessore - significa che le varie associazioni di categoria, i consorzi di tutela e promozione e tutti i soggetti che si occupano della promozione delle produzioni tipiche e tradizionali sono chiamate a svolgere un ruolo importante, così come le istituzioni locali. Solo lavorando sull'integrazione - conclude - come in Toscana abbiamo già dimostrato con i Pif, i piani integrati di filiera, e come l'Unione Europea oggi chiede, potremo operare con efficacia e rispondere alle sfide che il nuovo quadro economico ci richiede."

Scaletti: "Promuovere con intelligenza tradizione e identità"

"Con Vetrina Toscana vogliamo raggiungere l'obiettivo di un moderno sistema di promozione che non segue obbligatoriamente modelli globalizzati - ha sostenuto l'assessore regionale al turismo Cristina Scaletti -. Al contrario, noi pensiamo che si debba percorrere la strada dell'identità e della sostenibilità, e sottolineare la scelta europea in questa direzione. L'obiettivo è la valorizzazione dei nostri territori e delle loro tradizioni; questo è uno dei significati che insieme all'assessore all'agricoltura Salvadori abbiamo individuato lavorando alla definizione della filiera corta, radici forti che affondano in una sapienza antica capace di confrontarsi con il mutare dei tempi. Si tratta di un vero e proprio modello economico e culturale - ha concluso Scaletti - che individua e costruisce un rapporto tra produttori, distributori e consumatori teso a valorizzare la nostra tipicità".