LINEE GUIDA

Per la costruzione di una filiera sostenibile del pescato di Bolsena

FEAMP
PO 2014-2020
Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca

mipaaf
Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali

FLAG
lago di Bolsena

REGIONE LAZIO

Anno: [2020]
AgriAvengers srls

Immagini: [Opuscolo illustrativo Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, 1964 "Più pesce sulla nostra tavola"]

FEAMP
PO 2014-2020
Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca

mipaaf
Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali

FLAG lago di Bolsena

REGIONE LAZIO

PREMESSA

Il Lago di Bolsena è per dimensioni il quinto in Italia. È situato nell'Alto Lazio al confine con Umbria e Toscana, nella caldera principale del complesso vulcanico Vulsinio. Ha forma ellittica, una superficie di 114,5 km^2, un perimetro di 43 km, una profondità massima di 151 m.

Il Lago di Bolsena è un bacino che lambisce 7 comuni laziali, di questi solo 6 fanno parte del FLAG del Lago di Bolsena, un partenariato pubblico privato che dal 2016 promuove attivamente il lago, e cerca di costruire una filiera del pesce di lago a supporto degli operatori della filiera.

Per promuoverne lo sviluppo è stato condotto uno studio della filiera, attraverso interviste e questionari, oltre ad inquadramento generale delle filiere del pescato di lago.

Tale analisi ha permesso di focalizzare le principali difficoltà riscontrate sulla filiera del pescato di Lago di Bolsena, osservare i punti di forza delle altre filiere lacustri e proporre delle soluzioni.

L'abbandono degli incubatoi, la scarsa offerta gastronomica di pesce lacustre, la limitata offerta turistica e l'esiguo consumo di pesce di lago da parte dei consumatori hanno richiesto degli approfondimenti.

Dal confronto con le iniziative delle altre filiere di pescato di lago in Italia, si è cercata una soluzione alle criticità riscontrate e quindi sono stare proposte le prospettive lungo per sostenere la filiera del pescato di Lago di Bolsena.

ITER DI PROGETTO

Per descrivere e comprendere il Lago di Bolsena si è focalizzata l'attenzione su quali e quanti fossero i principali attori coinvolti nella filiera del pesce del lago.

Le realtà coinvolte dal lato produttivo si sostanziano in cooperative di pescatori ed associazioni e una cooperativa che si occupa di trasformare il pesce, punto nevralgico per la filiera di Bolsena.

A queste si aggiungono numerose realtà di ristorazione che vendono prodotti preparati a base di pesce, lasciando al pescato di lago un ruolo complementare nelle relative proposte di menù ed in generale nella proposta gastronomica.

L'analisi è poi stata rivolta verso il consumo per comprendere quanto conoscenza ed aspettative sul pescato di lago, per la realtà di Bolsena potessero diventare driver per le pratiche di rilancio

e promozione.

Per individuare delle soluzioni sono state prese in esame le altre realtà italiane delle filiere del pescato di lago, approfondendo i temi, ovvero i modelli di promozione commerciale, con particolare riguardo alla definizione dei potenziali fattori di successo, è stato analizzato il target di prodotto rispetto alle condizioni del mercato di riferimento e dei fattori che contribuiscono all'acquisto di pescato dei principali laghi italiani.

Queste linee guida rappresentano la sintesi del percorso, nonché uno spunto per avviare delle opportune riflessioni sulle potenzialità e sui percorsi da intraprendere.

FATTORI DI SUCCESSO

Intorno alla filiera del pescato di lago, i maggiori laghi italiani hanno saputo costruire iniziative che garantissero vitalità economica, integrando alle attività del lago le attività produttive e ricettive (turismo e ricettività). Nelle prossime pagine sono riportati alcuni spunti raccolti quale sintesi delle principali realtà italiane.

Turismo

Il turismo è volano di iniziative associate alle tradizioni ed ai costumi dei luoghi. Le filiere lacustri possono trovare visibilità e promozione attraverso la complementarietà tra turismo ed attività produttive. Una delle iniziative virtuose individuata è quella del Lago di Garda che ha saputo costruire un turismo associato e complementare alla filiera del pescato di lago: l'incubatoio del Bardolino produce per il Garda e per i ripopolamenti di altri laghi, l' "associazione dei pescatori" veicola e concentra l'offerta locale di pescato ed i ristoratori hanno costruito percorsi enogastronomici che si fondano sul pescato locale.

Cooperazione

Il lavoro sinergico di alcuni dei principali attori della filiera lacustre, come allevatori, pescatori e grossisti si concretizza in sbocchi commerciali nazionali: un sistema dinamico permette che il pescato del Lago Maggiore arrivi con costanza sul mercato Ittico di Milano, uno dei principali mercati italiani del pesce. Tale iniziativa è sostenuta dalla presenza continuativa sul lago

attraverso eventi fieristici periodici e coadiuvata dalla presenza della Regione Lombardia.

I marchi e l'identità in filiera

Pescatori, grossisti e ristoratori sul Lago di Como hanno reso riconoscibile il pescato locale, evitando la concorrenza a basso prezzo del pesce importato: allevamento con produzione di pesce fresco tutto l'anno, il pescato locale che tra pescatori e ristoratori assume il marchio "Gustavo pesce di Lago", il nuovo marchio di territorio "Lago di Como un mondo unico al mondo", associato ad eventi promozionali, sono stati la chiave del successo.

I marchi e l'identità sulla spinta dei singoli

I pescatori del Lago Trasimeno hanno saputo costruire una intera filiera partendo dall'identità di marchio "Sapori del Trasimeno" imponendosi, valorizzando e trasformando il pesce locale per renderlo identificabile e fruibile a ristoratori e grossisti, che hanno colto l'occasione

commerciale e identitaria ed hanno recepito l'innovazione di un marchio locale del pescato, che ora è visibile per i consumatori.

Attività connesse alla pesca

Le filiere ittiche lacustri hanno saputo innovarsi anche in termini di attività complementari e connesse: è questo il caso del Lago d'Iseo, dove una tra le più importanti realtà della pesca locale ha inserito personale con disabilità nel suo organico, ha saputo associare il pesce ad altre eccellenze gastronomiche come il Franciacorta ed ha creato nuove concezioni associate al trasformato sfilettato di pesce di lago, oltre a valorizzare il lago con ittiturismo e pesca turismo.

Strumenti antichi e tecnologia

La riscoperta del valore del contatto con i consumatori può tornare ad essere un fattore di successo: i bacini di Lesina e Varano hanno investito sulla costruzione di un mercato del pesce, con postazioni per i pescatori per riportare il pubblico sulle banchine e su un'app che consente

ai pescatori di vendere il proprio pescato, senza dover passare per intermediari commerciali.

INTERVISTA CON I PRINCIPALI ATTORI

Pescatori, grossisti, ristoratori e biologi hanno contribuito ad una intervista il cui scopo è stato individuare quali fossero le criticità del lago, le problematiche sulla filiera, quali fossero i punti di forza del settore ed i potenziali investimenti per promuoverla.

I punti di forza della filiera sono stati individuati in: la scarsa numerosità degli operatori vede nella principale struttura di trasformazione del lago un riferimento che riesce a canalizzare la quasi totalità del pescato di lago; le associazioni dei pescatori e una rinomata bellezza paesaggistica.

I principali problemi riscontrati sono stati individuati in: mancanza di cooperazione tra i vari operatori di filiera, mancato funzionamento degli incubatoi e scarsa promozione del territorio. A questo però si aggiungono un progressivo abbandono del lago da parte dei pescatori e una fauna del lago poco conosciuta.

Tutti gli operatori concordano nel ritenere che i punti di forza potrebbero trovare nuovo slancio nel turismo; così come i punti di debolezza potrebbero diventare un'opportunità: pesci autoctoni con il marchio dagli incubatoi, iniziative tematiche promosse dall'intera filiera, multifunzionalità associata alla pesca o iniziative tecnologiche e di circular economy che abbiano come oggetto il pescato di lago.

QUESTIONARIO AL CONSUMO

I consumatori che hanno risposto al questionario somministrato on line, hanno invece tracciato delle aspettative ed una conoscenza del lago molto distante dalla realtà.

I consumatori percepiscono una filiera poco visibile: sia perché è stata riscontrata una scarsa conoscenza delle specie ittiche lacustri e presenti nel Lago di Bolsena, sia perché le proposte gastronomiche e ristorative del lago presentano molto pesce di mare.

Il segnale confortante lanciato dal consumo è invece la predisposizione a consumare più pesce di lago se ve ne fosse maggiore offerta sul mercato, propendendo per il pescato locale fresco. Lo stato attuale della percezione al consumo coinvolge in primis questo la scarsa offerta nelle pescherie e l'inadeguata promozione del lago.

Le proposte avanzate dal lato di consumo per avvicinarsi alla filiera sono state l'organizzazione di eventi formativi e informativi in modo da poter allargare la base e la diffusione della comunicazione, l'aumentare dell'offerta di pesce nei ristoranti e nelle pescherie e contestualmente una amplificazione dell'offerta turistica connessa.

I temi su cui i consumatori si sono molto spesi per il rilancio della filiera riguardano il ruolo proattivo dei pescatori nella tutela ambientale, il ruolo centrale delle amministrazioni per l'attivazione delle strutture già presenti come gli incubatoi la promozione del lago con eventi gastronomici e con l'introduzione di nuove attività; la cooperazione, alla base dello sviluppo della filiera, sembra essere il fattore comune a tutte queste iniziative.

CONCLUSIONI

Lo studio ha permesso di individuare alcune buone pratiche da adottare per promuovere la filiera del pescato del Lago di Bolsena: raccomandazioni sviluppate in modo sistematico per assistere nelle decisioni sulla gestione. Sono stati individuati 5 punti d'intervento:

Ripristinare l'integrità degli incubatoi ed aumentare il consumo di pesce lacustre: questa iniziativa riporta il controllo della fauna ittica nelle mani dei pescatori e permette di aumentare l'offerta ittica sul mercato e favorire il consumo di pesce attraverso la trasformazione.

Aumentare e migliorare la cooperazione tra i pescatori: questa iniziativa trova spazio attraverso incontri dove i pescatori possono disquisire su nuove tecniche di pesca ed esprimere le loro perplessità e frustrazioni, in modo da creare un tessuto sociale solido che è alla base di una filiera virtuosa.

Monitorare il lago e la pesca: questa iniziativa coinvolge pescatori professionisti e biologi affinché svolgano il ruolo di "controllori del lago", per monitorare lo stato di conservazione del lago e la fauna ittica presente.

Aumentare l'integrazione nella filiera: questa iniziativa permette di organizzare Work Group in cui ad ogni incontro si discute di una nuova idea e sulle innovazioni presenti negli altri FLAG o negli altri laghi, in modo da poter carpire le migliori idee che possono essere trasposte sul Lago di Bolsena. Questi incontri oltre a creare un sistema dinamico di filiera che si rinnova sempre, hanno la duplice funzione di consolidare i rapporti tra gli operatori della filiera.

Migliorare l'offerta turistica e gastronomica: questa iniziativa passa attraverso progetti associativi tra ristoratori con una cucina a base di pesce di lago con piatti della tradizione e piatti innovativi, associata ad una offerta turistica vasta: pesca turismo, bike sharing, degustazioni in barca, promozione dei borghi che circondano il lago, eventi culturali.

PROSPETTIVE

La principale delle prospettive riguarda la costruzione di una filiera del pesce virtuosa e resiliente, con creazione di nuova vivacità nel mondo del lavoro con avvicinamento di giovani a contrasto del progressivo invecchiamento.

Il monitoraggio del lago renderebbe possibile la pianificazione delle semine di avannotti e anche la possibilità di gestire alcune specie in modo da disporre di pesce fresco tutto l'anno.

La cooperazione tra pescatori porterebbe alla concentrazione dell'offerta di pesce e quindi a un migliore prezzo di vendita e alla gestione dell'incubatoio, questo comporterebbe la possibilità di pianificare nuovi investimenti che possono far accrescere la filiera.

La promozione dei prodotti locali attraverso un marchio porterebbe nuova visibilità al Lago di Bolsena.

L'aumento dell'offerta turistica aiuterebbe a destagionalizzare il turismo con minore sofferenza nei mesi invernali aumentando così la capacità di attrarre turisti e soprattutto di farli permanere per più di una giornata.

Riformando la concessione delle licenze potrebbero migliorare le condizioni economiche dei professionisti, inoltre, i pescatori aggiornandosi sarebbero sempre più preparati e lavorerebbero in sicurezza.

Forme multifunzionali di pesca, come pescaturismo e ittiturismo, la trasformazione e lo sviluppo di filiere per il riciclo dei materiali e la vendita di prodotti innovativi potrebbe portare a prospettive innovative.