



Scenari post Covid-19 ed idee di interventi nei settori della pesca e dell'acquacoltura

Avv. Claudio Vitale

FormezPA





COMUNICAZIONE

- Misure a favore della commercializzazione - Articolo 68: Il FEAMP può sostenere misure a favore della commercializzazione per i prodotti della pesca e dell'acquacoltura e di conseguenza, sostenere campagne di promozione per il consumo di pesce e frutti di mare, in particolare a favore della pesca costiera artigianale, per contrastare la pandemia da Coronavirus.
- Bisogna incentivare il consumo di pesce italiano e sostenere le produzioni locali e stagionali per garantire la qualità di ciò che viene messo a tavola, accorciando la filiera della pesca e dell'acquacoltura il tutto anche nell'ottica del Green Deal europeo, favorendo così la sostenibilità ambientale ed economica.
- Massima promozione del consumo dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura per mantenere alte le difese immunitarie e per tutelare il proprio organismo, soprattutto in questa fase di emergenza epidemiologica.



SCENARI POST COVID

- Boom dell'**e-commerce** con incrementi a tripla cifra del valore degli acquisti online (nella settimana tra il 23 e il 29 marzo 2020, le vendite per i prodotti di largo consumo sono aumentate del 162,1% rispetto all'anno precedente e nella settimana di Pasqua l'aumento è stato del 178,1% come da indagine Nielsen) e volumi di affari almeno raddoppiati (come accertato dall'Osservatorio del e-commerce del Politecnico di Milano).
- Incremento della **spesa on line** (nel solo **comparto alimentare**, nello spazio temporale che va dal 9 marzo al 5 aprile, ha portato ad un incremento degli acquisti del +227% come da studio dell'Osservatorio Consumi di Payback). L'indagine di mercato, relativamente agli acquisti on line per generi alimentari, vede al primo posto della classifica i condimenti e le conserve (+230%), seguiti dai surgelati (+180%).
- Per generare una **nuova abitudine** ci vogliono in media **66 giorni** (ricerca pubblicata sul European Journal of Social Psychology del 2010) e tenuto conto che la pandemia da Covid 19 dura da più di 66 giorni, è molto probabile che l'abitudine acquisita di comprare on line sarà un'attività che continuerà anche nella fase post-covid.



TURISMO VIRTUALE

- Secondo le stime di Assoturismo, quest'anno l'Italia perderà circa il 60% dei suoi turisti, chiudendo il 2020 con circa 172 milioni di presenze, pari ai livelli che si registravano a metà anni '60.
- Bisogna trovare una valida alternativa al pescaturismo ed ittiturismo.
- Fare **esperienze on line a pagamento** es. condividere con l'intero mondo del web le tecniche di pesca applicate dal vivo a bordo di un peschereccio, o vivere l'emozione di pescare in mare aperto, o conoscere i segreti di un lupo di mare su come va cucinato il pesce fresco appena pescato.
- Tra le spese on line con una maggiore impennata in aumento rientrano quelle relative ai prodotti per l'intrattenimento pari a +112% (fonte Osservatorio Consumi di Payback).



REMOTE TOURISM

- Esperienza delle Isole Faroe per far conoscere il territorio.
- Il Turismo da remoto è un'esperienza **interattiva** dove i cittadini, dotati di una videocamera in diretta posta su un caschetto, portano a scoprire paesaggi grandiosi e angoli suggestivi dell'isola sia a piedi che a cavallo, in barca ed in elicottero.
- Portare questo modello di **remote tourism nella nostra Regione Campania**, coinvolgendo gli operatori della pesca e dell'acquacoltura, ad esempio l'attività può essere operata da un pescatore con il proprio peschereccio (es. magari con un giro interattivo in mare ammirando le splendide costiere campane, le insenature e gli angoli più nascosti della terraferma o delle nostre isole; una battuta di pesca live con l'interazione delle persone da casa; oppure può essere condivisa l'esperienza di vita in un impianto di acquacoltura), facendo rientrare il tutto nel più ampio discorso FEAMP relativamente alla misura della "**diversificazione**" del reddito dei pescatori tramite lo sviluppo di attività complementari, sostituendo le più classiche attività di pescaturismo ed ittiturismo, che molto probabilmente diminuiranno nella fase post Covid.



TECNOLOGIA PER FAR VIVERE ESPERIENZE “REALI”

- Telecamere a 360 gradi (alcune di nuova generazione a forma di cerchietto da posizionare sul collo) o video VR (realtà virtuale – dove la visione virtuale viene azionata dal movimento della testa e non mediante lo spostamento del mouse).
- Sistema audio speciale quali ad esempio la registrazione binaurale ovvero a due orecchi (conosciuta anche come 8D) per dare l'impressione d'essere totalmente immersi, anche da un punto di vista acustico (infatti si parla di audio immersivo), nell'ambiente da cui proviene quel suono/rumore, creando un ascolto multidimensionale.
- Effetto audio 8D da sentire con le cuffie, es. <https://www.youtube.com/watch?v=jmOR3OR4v8>
- Connettività satellitare in mare es. antenne 4G per ricevere il segnale all'incirca fino a 20 miglia nautiche oppure i satellitari.



ALGHICOLTURA

- In Norvegia l'allevamento delle alghe è il nuovo business da parte degli allevatori dei salmoni.
- Le alghe **non inquinano**, anzi **catalizzano l'anidride carbonica** con benefici per l'intero ecosistema ed hanno l'ulteriore vantaggio di essere l'organismo vegetale con il ciclo di **crescita più veloce**, oltre a poter essere coltivate tutto l'anno **senza occupare suolo o consumare acqua pulita e senza produrre rifiuti** agricoli (rami, foglie, ecc.).
- Le colture algali possono trovare impiego nei settori degli **integratori alimentari, della cosmesi e del farmaco, fino ai biocarburanti**.
- Le microalghe, come la spirulina, l'astaxantina, l'alga wakame rappresentano il **superfood** per eccellenza **contro l'invecchiamento, tenuto conto che le alghe sono ricchissime di Omega 3**, il che significa che sono in grado di aiutare la salute della pelle, della vista e del cervello.
- La pubblicazione scientifica "Progress in cardiovascular disease" del 12 Febbraio 2020 che pone l'attenzione su alcuni alimenti nutraceutici come la Spirulina in grado di **ridurre la gravità dell'infiammazione, dando sollievo a pazienti con infezione da virus come il Covid-19** ed in passato fu evidenziato la sua capacità a ridurre la carica virale in soggetti con infezioni da Hiv.
- Come da una recente indagine (studio Research and Markets) il business delle alghe è stimato che passi dai 9,9 miliardi di dollari nel 2018 a **14,99 miliardi di dollari entro il 2024**. Basti pensare che la spirulina può **costare fino a 200 dollari al chilo** (circa 180 euro al chilo).
- Nell'ambito degli "investimenti produttivi destinati all'acquacoltura" previsti nelle misure FEAMP, si potrebbe pensare a prevedere contributi per realizzare **impianti di piscicoltura con annessa algocoltura**, definita acquacoltura multitrofica integrata, per l'allevamento di specie ittiche d'acqua dolce.
- La creazione di questo sistema integrato, oltre a garantire una diversificazione dell'attività commerciale comporta anche un intervento funzionale al raggiungimento degli **obiettivi del Green Deal europeo**, in particolare per la riduzione dell'impatto di anidride carbonica presente nell'atmosfera e un impianto integrato di piscicoltura e algocoltura determina un riuso dell'acqua di allevamento dei pesci per la coltivazione delle alghe.



E-COMMERCE IN REGIONE CAMPANIA

- Il consumatore campano è particolarmente propenso all'acquisto di prodotti alimentari online con un interesse del 12% per il **food delivery (cibo a domicilio)** che pone la regione Campania al terzo posto a livello nazionale dopo Lombardia e Lazio.
- L'attività formativa di promozione del commercio elettronico rientra tra le finalità poste dalla Regione Campania all'art. 15 della L.R. n. 7 del 21/4/2020 (Testo Unico sul Commercio) applicato anche ai pescatori e alle cooperative di pescatori ai sensi dell'art.5 della medesima legge regionale.
- Per le finalità di cui al predetto comma 1, la Regione: a) promuove l'introduzione e l'uso del commercio elettronico con azioni volte a sostenere una crescita equilibrata del mercato elettronico e a tutelare gli interessi dei consumatori; b) promuove lo sviluppo di campagne di apprendimento per operatori del settore ed operatori del servizio; c) favorisce l'uso di strumenti e tecniche di gestione di qualità per garantire l'affidabilità degli operatori e accrescere la fiducia del consumatore.
- La Regione può stipulare convenzioni e accordi di programma con soggetti pubblici o privati interessati, nonché con associazioni rappresentative delle imprese e dei consumatori.

