

Il pesce ... in rete

di Gaetano Vallini

La storia di «Fish Box», un'esperienza innovativa di vendita di pesce italiano direttamente dai pescherecci alle case, attraverso internet. Nel rispetto della natura.

«È stata una scommessa rischiosa vendere pesce fresco attraverso internet. Noi stessi eravamo titubanti: la gente si sarebbe fidata, accontentandosi di sapere che dietro quel progetto c'era una filosofia ben precisa di rispetto dell'ambiente? Quando proponemmo l'idea ai pescatori, molti ci presero per matti. Alcuni, però, sembrarono interessati, così come quelle famiglie di un gruppo d'acquisto romano dalle quali ci era giunta l'iniziale inattesa richiesta». Roberto Lanzone, 42 anni, di Termoli, cittadina molisana sulla costa adriatica, racconta così la nascita, quasi quattro anni fa, di «Fish Box», prima esperienza in Italia di vendita di prodotti ittici con un progetto di consumo consapevole e sostenibile, che rispetta i naturali cicli di vita e la stagionalità delle specie, accorcia la catena distributiva, offrendo pesce che arriva direttamente dai pescherecci, a prezzi più bassi rispetto al mercato.

Un'impresa pionieristica, una sfida senza garanzie di successo quella accettata da questo giovane imprenditore che ha deciso di dare una svolta alla sua attività riconvertendo in parte la pescheria che



gestisce. Roberto viene da un'esperienza scout; l'amore e il rispetto per la natura ce li ha dentro. E allora ha provato a portare anche nel settore ittico questa attenzione. «Stiamo facendo i conti con una pesca distruttiva – spiega – che impoverisce i mari, portando alla scomparsa di molte specie. Dobbiamo fare qualcosa per preservare il pesce rimasto, o saremo costretti a mangiare solo prodotti di allevamento, meno buoni e di scarsa qualità. Siamo noi che scegliamo; con il nostro consumo e la modifica delle abitudini possiamo condizionare il mercato e invertire la rotta». Dopo un avvio non facile – si partì con un solo ordine al mese – si può dire che la sfida è stata vinta. «A quel gruppo di famiglie romane si sono aggiunte altre realtà. Oggi ogni settimana ci sono diverse centinaia di famiglie appartenenti a Gruppi di acquisto solidali (Gas) che aspettano i nostri box. Ci piace pensare che siano diventate un movimento che aderisce alla nostra filosofia», aggiun-

ge Daniele Mugnano, termolese trapiantato a Roma che supporta Roberto nell'impresa. «Le regioni servite attualmente con consegne settimanali, quindicinali o mensili sono l'Abruzzo, il Lazio, l'Emilia Romagna, il Piemonte e, da poco, la Lombardia. Ci siamo aperti anche alle botteghe equosolidali e bio, che diventano punti di raccolta di ordini e svolgono un ruolo capillare nel territorio, perché coinvolgono persone che non usano internet o non fanno parte di gruppi d'acquisto».

Roberto e Daniele sono solo i due referenti maggiori di un'attività svolta con passione e dedizione da una rete di amici che cooperano per la riuscita del progetto. Un'idea che si sta tramutando in opportunità di lavoro per alcuni pescatori, una quindicina, che con «Fish Box» si garantiscono un minimo di entrate sicure. «Lavoriamo con due battelli di una cooperativa di piccola pesca che utilizzano tecniche a impatto ambientale zero, tanto che non



GAETANO VALLINI

sono soggetti a fermo biologico – spiega Roberto –, e con tre pescherecci, dai quali ci riforniamo direttamente ogni sera, dal lunedì al giovedì. Li contattiamo quando sono ancora in mare, così già sappiamo che cosa hanno pescato».

Supportare la pesca preservando il mare

Il riferimento è il Community Supported Fishery – di cui «Fish Box», secondo «Slowfood», è uno dei pochi esempi in Italia – nato per dare un impulso all'economia locale e garantire la tutela dell'ambiente. Il modello è quello sperimentato con i Community Supported Agriculture, basati sull'alleanza tra coltivatori e gruppi di consumatori. Questi ultimi concordano quantità e prezzo dei prodotti disponibili impegnandosi a pagarli in anticipo; i produttori consegnano secondo stagione e tempi pre-stabiliti. Per «Fish Box» funziona così: c'è un monitoraggio costante con i comandanti dei pescherecci per sapere

che cosa è finito nelle reti; in base alle esigenze della giornata si fa un'asta telefonica, che va confermata una volta che il pesce è sbarcato e passa l'esame qualitativo dell'esperto Roberto; se c'è il via libera, il pescato viene acquistato ed è pagato al momento. E prima di entrare nei box viene sottoposto a controllo sanitario.

«Il nostro modello è una boccata d'ossigeno per i pescatori – precisa Daniele – visto che paghiamo il 15-25 per cento in più del grossista e riusciamo a consegnare a un prezzo fisso in tutta Italia con un risparmio fino al 25 per cento rispetto ai tradizionali canali di vendita. Ci piacerebbe avere la certezza di ordini tutti i giorni, in modo da appaltare completamente alcune barche. Il vantaggio sarebbe reciproco: i Gas avrebbero pescherecci che lavorano esclusivamente per loro e i pescatori la certezza del pesce venduto tutto l'anno. Chissà!».

Con i pescatori c'è dunque un rapporto quotidiano. Con loro si condividono le strate-

gie di pesca. «Lavoriamo con chi ci ispira fiducia e condivide il nostro progetto – sottolinea Daniele –. La selezione dei collaboratori avviene con una stretta di mano e uno sguardo sincero. È questa genuinità che finora ha garantito solidità al progetto. Ai pescatori sottoponiamo un rigido protocollo: non pescare pesce sottomisura e squaloidi, utilizzare reti con maglie a norma europea, rispettare i periodi di fermo biologico. Se, quando selezioniamo il pesce a bordo, ci accorgiamo che il protocollo è stato violato, lasciamo l'intera pescata ed escludiamo la barca dal progetto. Il rispetto deve partire da noi stessi». Dopo la diffidenza iniziale, i pescatori convinti che avranno un futuro solo adottando pratiche sostenibili sono aumentati.

Ma la barca è solo uno degli anelli della catena. Quando si apre un ordine in una città, si attiva una macchina collaudata. C'è chi si occupa degli aspetti commerciali; chi della selezione e del confezionamento del prodotto. Altri si interessano della logistica per le consegne, dell'accertamento della soddisfazione del cliente, dell'aggiornamento del sito. «Tali attività, che variano sempre in volume – sottolinea Mugnano –, sono svolte coinvolgendo nuove risorse, amici, competenze e professionalità. L'affiatamento nel gruppo è fondamentale perché la velocità del processo, garanzia di freschezza, non permette soste. Spesso si passano notti insonni. E certe cose si fanno volentieri se si è mossi dalla passione».

Gli ordini si chiudono un paio di giorni prima della consegna e la conferma, che dipende dalle condizioni meteorologiche,

Termoli

La cittadina molisana (in provincia di Campobasso) si trova sulla costa adriatica. Da qui è partita l'esperienza di «Fish Box». I due referenti principali dell'iniziativa sono Daniele Mugnano (qui sotto) e Roberto Lanzone (nella foto di pagina successiva).



GAETANO VALLINI

ZOOM

Il Pesce ritrovato

«**F**ish Box» dall'anno scorso aderisce, con un apposito prodotto, al progetto nazionale «Pesce ritrovato» by Fish Scale, finanziato dalla Commissione europea all'interno del programma LIFE+ e supportato dalla Regione Liguria. Scopo del progetto – coordinato dall'Acquario di Genova e avente come partner, tra gli altri, Legambiente e Lega Pesca – è stimolare il cambiamento delle attitudini alimentari dei consumatori aumentando la loro conoscenza e, di conseguenza, il loro apprezzamento di specie ittiche trascurate, preservando così la biodiversità marina. In sostanza, si vuole costruire una rete che raggruppi gli operatori di settore, le istituzioni locali, i consumatori e la distribuzione per promuovere ed estendere questo tipo di

approccio a livello nazionale pubblicizzando qualità di pesce poco conosciute e quindi con meno mercato, per innescare un circolo virtuoso. Questo permette di dare spazio a specie che normalmente non vengono consumate ma che hanno proprietà organolettiche ottime, la cui pesca aiuta soprattutto ad allentare la pressione su specie più sfruttate e quindi più a rischio, favorendo il ripopolamento in nome di un uso sostenibile degli ambienti marini. Secondo il ministero delle Politiche agricole, delle oltre 700 specie commestibili, solo il 10 per cento viene commercializzato. Il progetto ne ha individuate 18, con il supporto di un comitato scientifico nazionale, che vengono promosse durante fiere, convegni ed eventi specifici. Chi volesse saperne di più può visitare il sito www.pesceritrovato.it.



GAETANO VALLINI



FISH BOX

viene data a poche ore dallo scarico. Inoltre, non essendo «una piattaforma commerciale, Fish Box» propone ciò che il mare offre nelle varie stagioni. I prodotti in vendita attualmente, consultabili sul sito www.fishbox.it, sono diversi. Ma all'inizio l'offerta era molto semplice. «Quando abbiamo cominciato – spiega Daniele – abbiamo chiesto a pescatori termolesi di replicare quella che nella tradizione marinara della nostra città si chiama *schaffetta*, cioè la cassetta di pesce misto assemblata nell'ultima cala dell'ultimo giorno di pesca, che spetta all'equipaggio. Così è nato il nostro primo prodotto, il Fishbox Classic, ancora tra i più richiesti».

Non mancano progetti per il futuro. Roberto Lanzone spera di uscire sul mercato entro l'anno con «conserve di mare», marchio rivolto alle botteghe bio ed equo con piccole produzioni di conserve, prodotte in Sicilia, dove c'è un'antica tradizione e sopravvivono laboratori per il mercato locale. Ma la vera scommessa è l'apertura a Termoli di un laboratorio per la sfilettatura del pesce fresco. «Molte famiglie non mangiano pe-

sce o lo mangiano solo surgelato, perché non sono in grado di pulirlo – rileva Mugnano –. Abbiamo proposto l'idea di una cooperativa; aspettiamo risposte. Pensiamo sia un'opportunità di lavoro, certamente piccola, ma importante in un periodo di crisi». «Fish Box» appare oggi come una scommessa vinta. Gli ideatori sono soddisfatti del percorso compiuto: un'esigenza di pochi è diventata consuetudine di molti e ogni settimana arrivano *mail* di persone che si complimentano per il lavoro svolto. Un lavoro che comincia ad attirare l'attenzione. L'Unione europea sta studiando il modello «Fish Box», che inoltre è menzionata nel «Libro d'oro della responsabilità sociale d'impresa» come unica azienda italiana con un approccio teso a migliorare le abitudini alimentari e a portare avanti un discorso di pesca sostenibile.

Insomma, il successo di «Fish Box», ultima frontiera per i Gas ma anche di un'imprenditoria attenta non solo al profitto, dimostra che le buone pratiche, quelle che partono da solidi propositi e da motivazioni serie e credibili, difficilmente falliscono. n