

The background of the entire page is a black and white photograph of several fish, likely salmon, lying on a dark surface. The fish are arranged in a way that creates a sense of depth and texture, with their scales and fins clearly visible.

**ROADMAP PER UNA
PESCA RESPONSABILE
LA VISIONE DI
GREENPEACE**

A school of fish swimming in blue water. The fish are silvery and appear to be moving in a coordinated pattern. The background is a deep blue color with a wavy top edge.

“Vision without action is merely a dream.
Action without vision just passes the time.
Vision with action can change the world.”

Joel A. Barker, author



CONTENUTI

I. Introduzione	08
II. Un mercato del pesce distorto	10
III. Un'economia della pesca emergente	16
a. Tre casi europei	
b. Spunti per facilitare il cambiamento	
IV. Favorire la transizione verso una pesca responsabile	22
V. Allegato	24
VI. Note	24

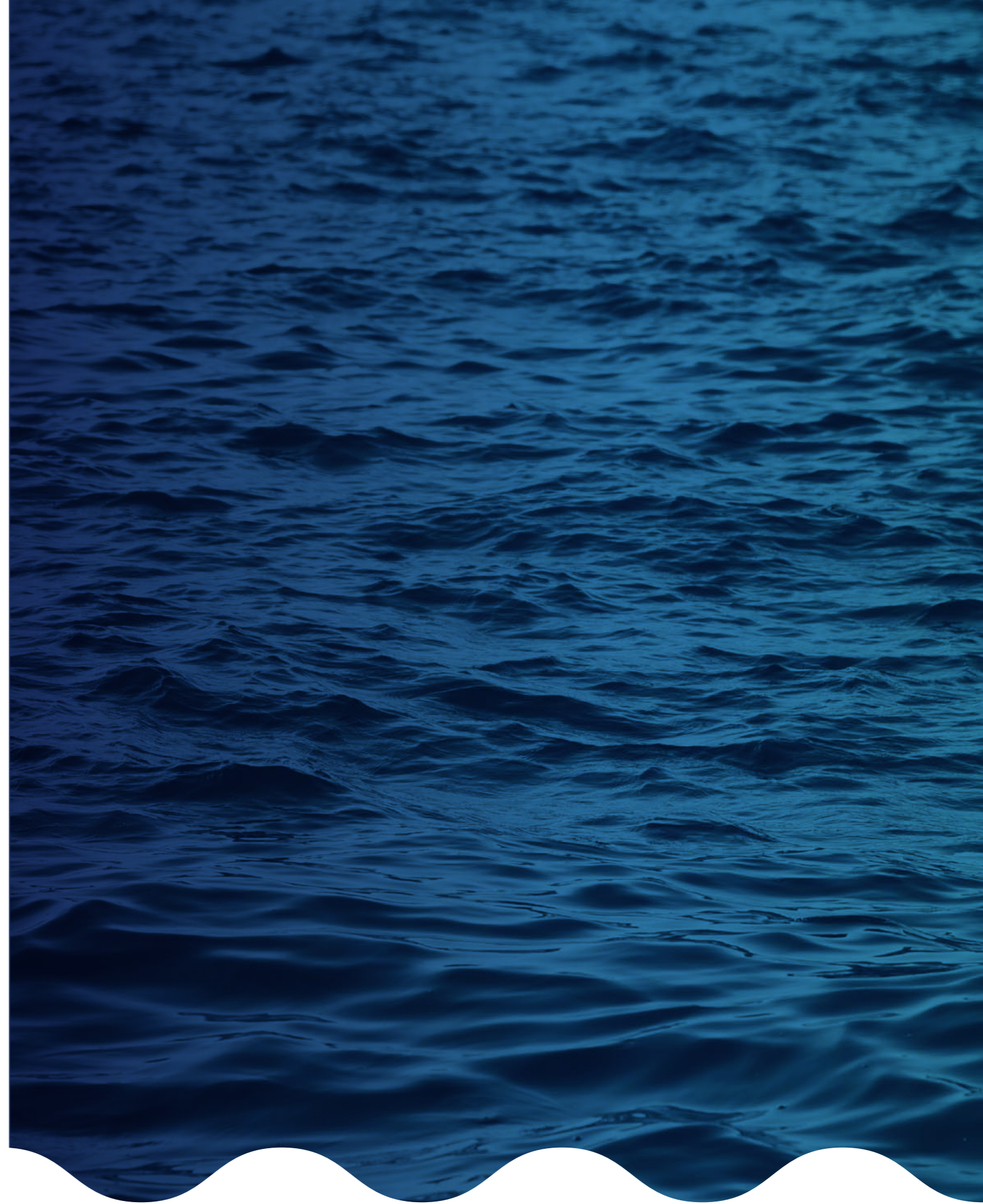


Written by: Myrto Pispini, Alkis Kafetzis, Angela Lazou Dean, Serena Maso & Celia Ojeda Martinez.
With the valuable contribution of Sebastian Losada **Layout:** Stella Dimitrakopoulou
Suggested reference: Greenpeace (2018). A Roadmap to Fair Fisheries.



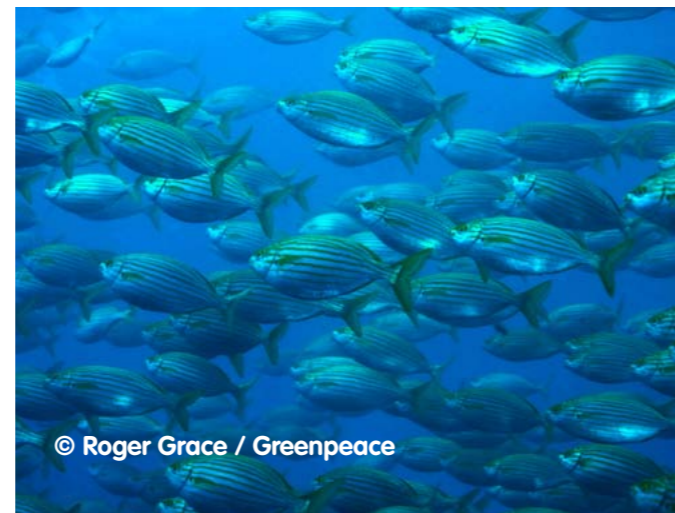
**“With every drop
of water you drink,
every breath you
take, you’re
connected to the sea.
No matter where
on Earth you live -**

SYLVIA EARLE



I. Introduzione

Il modo in cui peschiamo e consumiamo il pesce può contribuire alla conservazione degli oceani, o può danneggiarli. Gli oceani ci danno tanto: ossigeno, acqua, cibo, svago, energia e, allo stesso tempo, regolano il clima. Oceani sani sono vitali per nutrire una popolazione umana in crescita, in un contesto ambientale mutevole e volatile.



Ma noi esseri umani non trattiamo in *modo corretto* questa risorsa tanto preziosa. La pesca industriale intensiva impoverisce e sfrutta eccessivamente l'ambiente marino, a ritmi preoccupanti. Svuotiamo il mare dei suoi pesci, ne distruggiamo gli habitat e inquiniamo l'ambiente marino, accelerando la sua distruzione e deteriorando la salute del mare. Mare malato, pianeta malato, umani malati. Perdiamo tutti.

La domanda è, possiamo invece vincere tutti? La pesca può trarre benefici dagli oceani senza degradarli? Possiamo cambiare questo comportamento umano *sbagliato* e iniquo, prima che sia troppo tardi? Sbagliato per il pianeta, *sbagliato* per i mari e per la vita marina, *sbagliato* per noi e per le generazioni future.

Crediamo che la risposta sia sì. Questo è il motivo per cui vogliamo condividere la nostra *Roadmap* per una pesca responsabile e giusta. Una *visione* dove pescatori, comunità costiere, filiere commerciali, governi e consumatori partecipano alla creazione di un **nuovo modello equo e sostenibile da cui trarranno beneficio tutti: mare, pesci, pescatori, mercati e... i nostri piatti.**



L'obiettivo di questo documento è quello di evidenziare la tendenza crescente verso un consumo di prodotti ittici più sostenibili, equi ed etici, e di come si stia attualmente manifestando in Europa. Vogliamo mostrare alcune interessanti iniziative e tendenze esistenti, nel settore del commercio del pesce, che si muovono nella direzione giusta. Allo stesso tempo vogliamo sottolineare la necessità di far crescere un movimento trasversale a sostegno di una pesca più responsabile e equa, che potrà avere un ruolo fondamentale nella fase di transizione verso un mercato equo dei prodotti ittici.

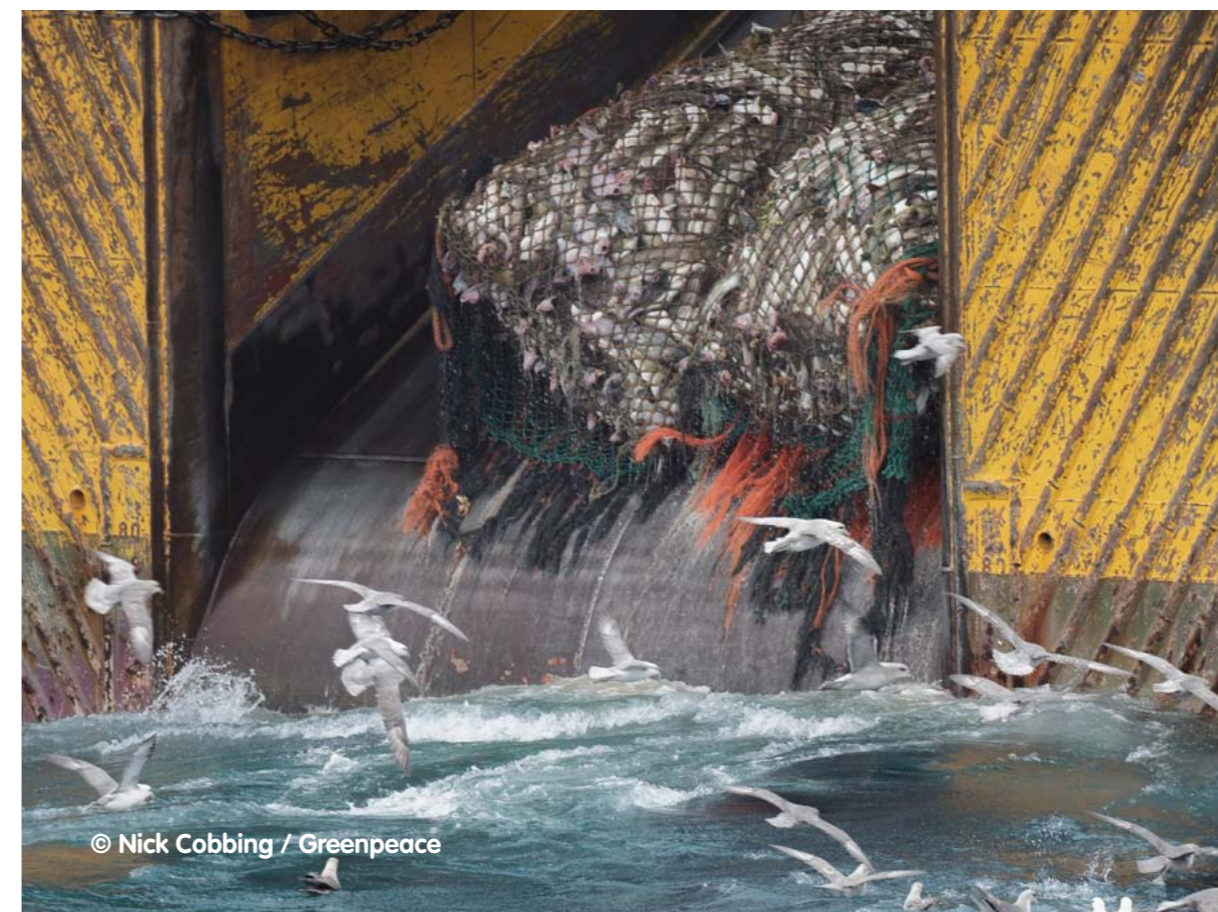
Questa nuova economia della pesca deve rispettare ciò che gli oceani possono offrire - nel rispetto dei loro limiti - e fornire al mercato prodotti che abbiano una vera identità, tracciabili 'dal mare fino al nostro piatto' e mettano in contatto i consumatori con i produttori e il mare, ponendo al centro il ruolo dei pescatori che pescano a basso impatto ambientale. È fondamentale capire che è necessario **magiare meno e meglio e comprendere cosa significa veramente consumo sostenibile di prodotti ittici**, pesce di qualità, pescato in modo rispettoso dell'ambiente.

Questa *visione* arriva in un momento in cui il settore della pesca è in profonda crisi, e in particolare i pescatori artigianali. Greenpeace vuole sostenere questa *visione alternativa* e trasformarla in azione, appellandosi a tutti gli operatori del settore e ai consumatori, per unire le forze e insieme dare forma a questa necessaria transizione.





© Sergio Salazar / Greenpeace



© Nick Cobbing / Greenpeace

II. Un mercato del pesce distorto

Abbiamo scelto il termine **pesca responsabile e non pesca sostenibile**¹ per sottolineare la necessità di procedere verso un sistema che riconosca l'interconnessione dei sistemi naturali e umani e li consideri non come forze esclusive concorrenziali, ma come parte dello stesso insieme. Abbiamo scelto il termine **pesca responsabile** per evidenziare che una gestione equa delle risorse marine, produce equità anche per i pescatori a basso impatto ambientale e per i consumatori. Abbiamo scelto il termine **pesca responsabile, equa e giusta** per indicare con chiarezza che immaginiamo qualcosa di diverso dall'attuale mercato dominante dei prodotti ittici, che:

- incentiva lo sfruttamento eccessivo dei nostri oceani e la distruzione degli habitat marini²;
- è pervaso da pratiche di pesca illegali, non regolamentate e non dichiarate²;
- permette di rigettare in mare e sprecare milioni di tonnellate di pesce³;
- utilizza sussidi pubblici che favoriscono l'utilizzo di metodi di pesca distruttivi che stanno impoverendo molti stock ittici⁴;
- non garantisce condizioni di lavoro dignitose a bordo delle navi⁵;
- priva i piccoli pescatori a basso impatto ambientale della loro principale fonte di reddito e sostentamento⁶;
- vanifica gli sforzi per ripristinare gli stock ittici globali⁷;

- favorisce la crescente tendenza verso un consumo eccessivo;
- impedisce ai consumatori di fare scelte consapevoli;
- si basa su catene di approvvigionamento lunghe, articolate e non trasparenti;
- consente di trovare spazio nel mercato a soluzioni inadeguate e interpretazioni fuorvianti di quello che è un vero consumo di pesce corretto e responsabile.

L'attuale modello di pesca e mercato dei prodotti ittici non solo non è sostenibile, ma ci costa anche una fortuna. Un rapporto della Banca Mondiale (2012) ha rilevato che se avessimo adottato una gestione della pesca più sostenibile, avremmo guadagnato 83 miliardi di dollari (73,7 miliardi di euro). In altre parole, se continuiamo con l'attuale modello industriale e distruttivo della pesca, perdiamo questi 83 miliardi di dollari, che la Banca Mondiale definisce *miliardi sommersi*.

“Le pratiche di pesca sostenibili si ripagherebbero da sole più volte e migliorerebbero notevolmente i mezzi di sostentamento di milioni di persone.”

World Bank 2017⁸

L'attuale sistema della pesca è una trappola. Da una parte, gli stock ittici sono già in grave difficoltà (globalmente, il 93% degli stock è completamente sfruttato o eccessivamente sfruttato⁹) e dall'altra, sembra che proseguiamo impertentiti in un percorso che prevede **sempre più catture**. Inoltre, l'attuale mercato dei prodotti ittici sembra accettare che **il settore della pesca sia vulnerabile alle pratiche di pesca illegali, Non dichiarate e Non regolamentate (INN)**. La pesca INN è riconosciuta come un crimine ambientale che ha gravi implicazioni sociali, economiche, lavorative e ambientali.¹⁰ Allo stesso tempo, il mercato globale commercia grandi volumi di prodotti ittici ed è alterato da pratiche di riciclaggio del pesce, mischiando il pesce proveniente dalla pesca pirata con le catture legali¹¹, fornendo così un **incentivo a continuare, o addirittura aumentare, le pratiche di pesca illegali**.

Il bycatch è un altro "effetto collaterale" di un settore della pesca destinato ad aumentare i volumi di prodotti ittici forniti al mercato. **Le catture accidentali durante le operazioni di pesca**, (chiamate anche bycatch) di mammiferi e uccelli marini, tartarughe, squali e numerose altre specie, sono considerate un grave problema. In generale, il bycatch comprende specie non bersaglio e specie ittiche oggetto di pesca, che non possono essere sbarcate perché, ad esempio, sono troppo piccole oppure poco richieste dal mercato. Il bycatch è ampiamente riconosciuto come uno degli impatti ambientali più gravi causato dalle moderne attività di pesca commerciale.¹²

Lo sfruttamento eccessivo degli oceani del pianeta è in gran parte alimentato dai generosi **sussidi pubblici che sostengono il settore della pesca industriale**^{13 14}, e consente attività di pesca che altrimenti non sarebbero redditizie. Se gestiti in modo appropriato, i sussidi potrebbero essere uno strumento efficace per ridurre l'eccesso di pesca (overfishing) ma, nei casi peggiori, **i sussidi nascondono e favoriscono le inefficienze economiche del sistema, portano a una pesca insostenibile e distorcono le politiche e il mercato**. UE, Corea, Taiwan e Cina sono stati individuati come alcuni dei peggiori Paesi per quanto riguarda il cattivo utilizzo dei sussidi di pesca^{15 16 17 18 19}. Sono state prese misure per affrontare questo problema, ma restano ancora da compiere i passi più significativi.

La mancanza di adeguate attività di monitoraggio, controllo e applicazione delle leggi, insieme ai bassi margini di profitto e alla conseguente corsa alle catture, spesso porta a **bassi standard lavorativi** a bordo dei pescherecci, e persino nelle industrie di trasformazione e negli impianti di acquacoltura a terra. Il cattivo stato delle risorse ittiche, il fatto che molte flotte operino in una situazione di sovracapacità di pesca, e una **crescente domanda di prodotti ittici a basso costo**, spingono verso una *corsa al pesce* e portano le compagnie a lasciare più a lungo i pescherecci in mare,



© Christian Åslund / Greenpeace



© Kate Davison / Greenpeace

e in condizioni più pericolose. I lavoratori possono subire numerose violazioni dei diritti quali **salari estremamente bassi, servizi igienici inadeguati, carenze nelle dotazioni di sicurezza, mancanza di spazio personale e orari di lavoro eccessivamente lunghi**. Sono stati documentati anche casi di **lavoro forzato, traffico di esseri umani** e persino **omicidi** in mare.^{20 21}

Questo sistema distruttivo di pesca e utilizzo delle risorse globali è la conseguenza di un modello di business altamente industrializzato, orientato ad alimentare i mercati e non le persone. **Minaccia il sostentamento di miliardi di persone, in tutto il pianeta**, persone che dipendono dalle risorse ittiche come principale fonte di proteine, così come i 120 milioni di persone direttamente impegnate in attività collegate alla pesca (pesca, trasformazione, commercio), il 90% dei quali operano nel settore della piccola pesca artigianale.²² Solo il 2% circa di tutti i pescherecci sono "industriali". Tuttavia **nonostante siano numericamente inferiori, la capacità di cattura dei pescherecci industriali, è estremamente più grande ed efficiente di quella dei pescherecci più piccoli**.²³

E mentre il consumo di prodotti ittici continua ad aumentare (il consumo medio pro-capite è raddoppiato negli ultimi 60 anni circa²⁴), i consumatori **non vengono sufficientemente informati e quindi non possono scegliere in modo consapevole e sostenibile** il pesce che finisce nei loro piatti. I dettagli sulla **provenienza, sull'attrezzo di pesca utilizzato**, sull'origine da un'attività di pesca non sostenibile o, peggio, da attività di pesca illegale, sono informazioni che difficilmente raggiungono gli scaffali del supermercato. Ciò è evidente anche nel caso dell'Unione Europea, dove nel 2014 è entrato in vigore un nuovo **Regolamento sull'etichettatura e tracciabilità** che rende obbligatorio, per tutti i prodotti ittici venduti sul mercato comunitario, fornire una serie minima e obbligatoria di informazioni al consumatore. Tuttavia, non sempre sulle etichette di supermercati, pescherecci e mercati rionali vengono inserite le informazioni corrette.

Dal momento che la consapevolezza fra i consumatori sta crescendo, si cerca di colmare il gap informativo con iniziative di certificazione sostenibili private. Un recente rapporto dell'International Institute of Sustainable Development²⁵ sottolinea che **la produzione di prodotti ittici certificati è cresciuta rapidamente** negli ultimi decenni. Sebbene vi siano benefici da tali sistemi di certificazione, essi **sono stati oggetto di critiche per l'utilizzo di standard deboli che consentono così la proliferazione di pratiche di pesca non sostenibili** e creano una **concorrenza sleale per i pescatori artigianali**, che a differenza delle grandi compagnie o società di pesca, non possono facilmente certificare i loro prodotti allo stesso modo.

Il **Marine Stewardship Council (MSC)**, il marchio di qualità ecologica più conosciuto sul mercato dei prodotti ittici, è l'esempio più evidente. **MSC ha certificato attrezzi di pesca distruttivi, come i pescherecci a strascico, che hanno impatti negativi sull'ecosistema marino bentonico.** Non solo, **MSC sta addirittura certificando prodotti ittici che potrebbero provenire da stock già eccessivamente sfruttati e in declino**, una pratica che in nessun caso dovrebbe essere considerata sostenibile²⁶. All'inizio di quest'anno, una coalizione di organizzazioni ed esperti, critica nei confronti delle certificazioni MSC, ha inviato una lettera aperta all'amministratore delegato di MSC²⁷ in cui esprimeva la preoccupazione per i piani di espansione dei prodotti certificati nel programma, che includerebbe il 20% delle catture mondiali entro il 2020. Purtroppo *"un numero crescente di attività di pesca discutibili ha ricevuto la certificazione MSC o è stata rinnovata nonostante il fatto che queste attività di pesca:*

- *catturino migliaia di specie vulnerabili e in via di estinzione,*
- *scartino e sprechino regolarmente quantità eccessive di esemplari marini, come le catture accessorie di specie non bersaglio,*
- *distruggano in modo irreversibile habitat vulnerabili dei fondali marini,*
- *continuino a catturare specie sovrasfruttate e a utilizzare metodi di pesca non certificati e non sostenibili per ottenere gran parte delle loro catture"*.

Un caso inaccettabile quanto preoccupante di certificazione "verde" a marchio MSC è stato recentemente pubblicizzato in Italia²⁸, dove è in corso la certificazione delle vongole catturate nel Mare Adriatico con le draghe idrauliche - uno degli attrezzi da pesca più distruttivi esistenti, eppure assurdamente definito e pubblicizzato come sostenibile.

Con il consumo globale in costante aumento, il pesce è diventato **uno dei prodotti alimentari più commercializzati al mondo**²⁹. Le catene di approvvigionamento globali sono sempre più complicate e fra queste, **poche risultano più complesse e criptiche di quelle che coinvolgono il pesce**. La difficoltà di gestire correttamente le catene di approvvigionamento globali dei prodotti ittici è accentuata dall'elevata deperibilità del prodotto, dalla grande distanza che intercorre tra i processi decisionali e la pesca stessa, e dalla difficoltà di individuare e tracciare i singoli prodotti ittici³⁰.



Dal momento che gli stock ittici di tutto il mondo continuano a collassare, l'acquacoltura viene solitamente rappresentata come una soluzione ovvia, se si vuole soddisfare la crescente domanda di pesce e frutti di mare, ma la realtà è molto diversa. La maggior parte dei prodotti dell'acquacoltura vengono commercializzati come prodotti di alta qualità e come una soluzione alla pesca eccessiva, **ma non esiste alcun meccanismo che possa garantire che i prodotti provengano da attività di acquacoltura sostenibili ed eque.** Al contrario, **molte pratiche moderne di acquacoltura si basano su una produzione altamente intensiva e non sostenibile di poche specie, le più diffuse, destinate a mercati di esportazione di alto valore.** Il rapido sviluppo e l'espansione degli impianti intensivi di acquacoltura per specie come il salmone e i gamberi hanno provocato, ad esempio, un diffuso degrado dell'ambiente e il trasferimento delle comunità di pescatori e di agricoltori costieri³¹.

Un settore della pesca basato su tassi di produzione sempre più in crescita, che superano chiaramente la capacità degli oceani di mantenere questi ritmi di prelievo, che consente o addirittura incentiva pratiche illegali e non dichiarate. Dipende infatti dalle sovvenzioni pubbliche per rimanere economicamente redditizio e si basa su un modello di business costruito su valori bassi e volumi elevati. Il settore della pesca è anche pervaso da cattive condizioni di lavoro e catene di approvvigionamento criptiche. Questo sistema contorto e distorto mette a rischio il sostentamento di miliardi di persone, a livello globale e alla fine offre ai consumatori un prodotto di origine e qualità sconosciute. Questo sistema sbagliato e insostenibile non può essere la risposta al nostro bisogno di un uso trasparente, responsabile e etico delle risorse marine.

Con questo appello, vogliamo definire il quadro di un'economia della Pesca Responsabile che si allontani da questo paradigma dominante, aprendo la strada a un futuro sostenibile basato sulla pesca a basso impatto ambientale, sulla gestione collettiva delle risorse naturali comuni, sul rispetto delle comunità costiere e dei consumatori, su nuove etiche di consumo basate sulla qualità, piuttosto che sulla quantità.

Questo cambiamento sta già avvenendo nei quattro angoli del mondo, guidato da pescatori che hanno un basso impatto sull'ambiente, consumatori consapevoli e pionieri del mercato. Greenpeace vuole mettere in luce questi primi passi nella giusta direzione e, insieme a coloro che condividono la necessità di questo cambiamento, agevolare la transizione verso un altro modo di fare impresa nel settore della pesca.

Un caso studio nel Mediterraneo sul mercato distorto della pesca

Quanto è trasparente il mercato?
I consumatori hanno tutte le informazioni per fare scelte consapevoli?
I pescatori a basso impatto ambientale possono competere con la attuale, distorta situazione del mercato?

Esaminando alcuni esempi in Grecia, Italia e Spagna, risulta ovvio che la risposta è *no*. La mancanza di **trasparenza e controlli e etichette incomplete o errate** espongono il mercato a **prodotti ittici non sostenibili a basso costo, spesso derivanti da stock sovrasfruttati.**

Le nostre indagini condotte in Italia³² hanno accertato una **diffusa inadempienza e mancanza di controlli**. La ricerca ha evidenziato che solo il 21,4% delle etichette risultava corretta, mentre sono state scoperte irregolarità nel 78,6% dei casi, in particolare per quanto riguardava gli attrezzi di pesca utilizzati e le informazioni dettagliate sull'area di cattura. Tutte informazioni che al contrario dovrebbero obbligatoriamente essere fornite in etichetta ai consumatori in modo chiaro e dettagliato. La situazione è risultata la stessa in **Grecia**³³ e in **Spagna**, dove la ricerca sul campo di Greenpeace³⁴ ha dimostrato la mancanza di **trasparenza e l'etichettatura errata**, o la carenza di informazioni accurate, fornite da rivenditori e pescivendoli.

In tutti e tre i Paesi, la mancanza di trasparenza e di informazioni dettagliate espone i consumatori a prodotti provenienti dalla **pesca non sostenibile** e illegale, o da operazioni di pesca durante le quali i lavoratori hanno subito maltrattamenti in mare.

Inoltre, i prodotti "certificati" (menzionati in precedenza) che sono immessi sul mercato, non sempre con le adeguate garanzie di sostenibilità, di fatto diventano concorrenziali con i prodotti ittici commercializzati dai pescatori artigianali a basso impatto ambientale, che spesso sono piccoli produttori che mancano di solide nozioni di marketing e non hanno gli strumenti e le competenze per reggere la concorrenza e trovare alternative efficaci. Per soddisfare la domanda dei consumatori in termini di qualità e sostenibilità, si è verificato un **evidente aumento di etichette e certificazioni spesso certificate come scelte sostenibili, nonostante esse non siano sempre affidabili.**

© Roger Grace / Greenpeace



© Lorenzo Moscia / Greenpeace

III. Un'economia della pesca emergente.

“Though the problems of the world are increasingly complex, the solutions remain embarrassingly simple.”

Bill Mollison
biologo

A livello globale, c'è una crescente tendenza verso un consumo più sostenibile, equo ed etico. La si può osservare dal boom del settore alimentare del biologico e del commercio equo e solidale. Questa tendenza però non la si riscontra ancora nel consumo di prodotti ittici, soprattutto a causa della mancanza di consapevolezza da parte dei consumatori e della mancanza di capacità, know-how, organizzazione e visibilità degli operatori del mercato in grado di guidare tale movimento. Tuttavia, **il mercato si appresta ad affrontare tale cambiamento**, considerate le crescenti preoccupazioni ambientali e sanitarie da parte dei consumatori che richiedono sempre più un prodotto sano e di qualità, consapevoli che la qualità dovrebbe essere garantita fin dalle prime fasi della catena alimentare. I consumatori sono pronti a pagare anche di più pur di avere queste garanzie e sostenere i piccoli produttori, che cercano di garantirsi i mezzi di sostentamento. Allo stesso tempo, i pescatori a basso impatto sono consapevoli del fatto che il loro ruolo è vitale per la conservazione del mare e delle risorse marine ed esplorano i modi in cui questo si potrebbe riflettere sul prodotto finale.

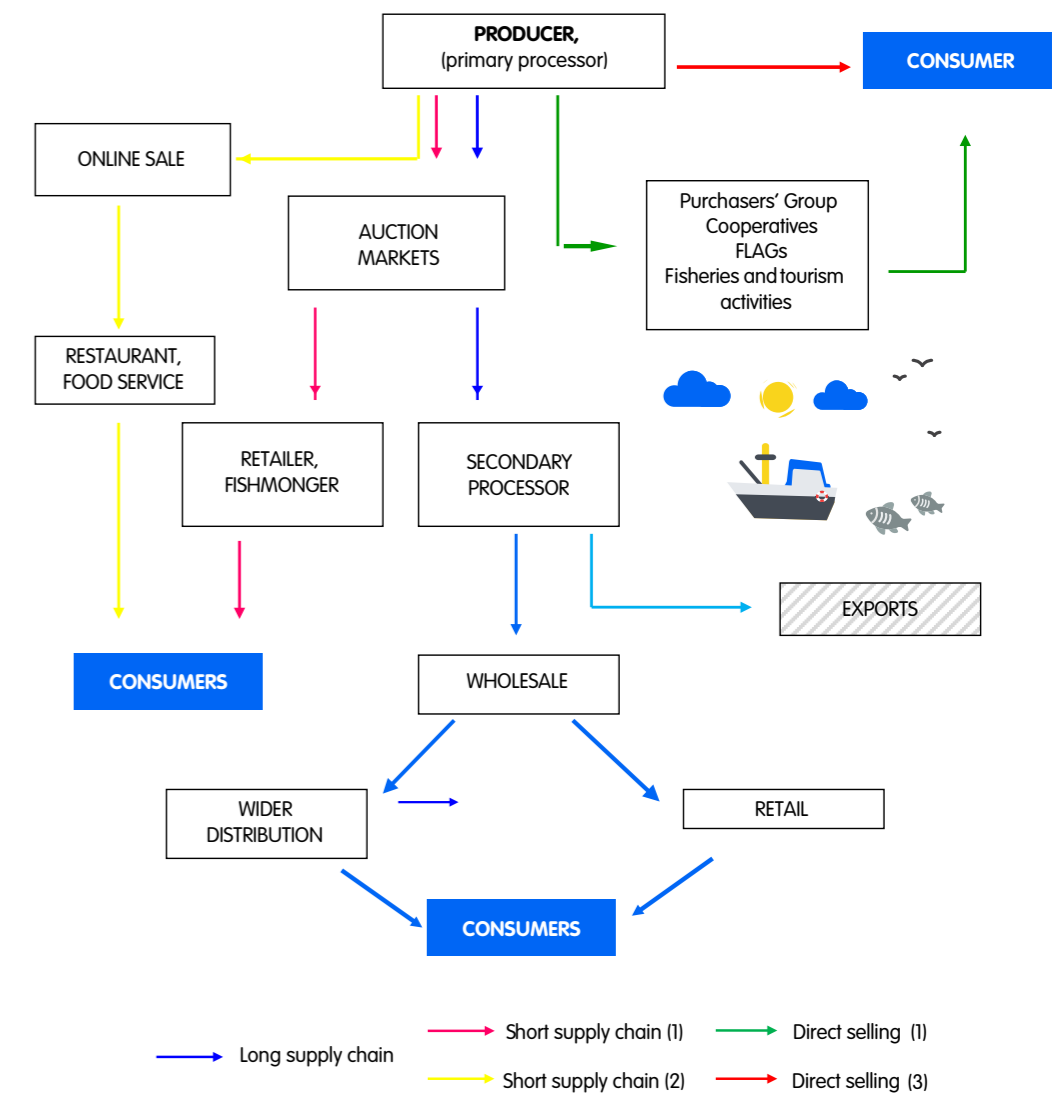
Stanno nascendo sempre più iniziative imprenditoriali e sperimentali, dando **speranza a un cambio di paradigma verso una pesca responsabile**. Modelli di business alternativi basati su operazioni **ad alta intensità di lavoro e non a forte intensità di capitale**, all'inseguimento di una crescita infinita. Piuttosto, cercano di creare “un sistema economico e stazionario che sia in equilibrio con i limiti del pianeta”, come l'ha correttamente definito il World Watch Institute, descrivendo la “decrescita” come la strada per evitare un collasso planetario.³⁵

Questi modelli di business “alternativi” non seguono i modelli lineari di *business-as-usual*, lungo tutta la catena di approvvigionamento (vedi diagramma sotto). Diversamente, individuano **percorsi e strade nuove, più semplici** tra gli attori che operano nella catena di approvvigionamento. Spesso utilizzando **soluzioni tecnologiche innovative** come le vendite online e/o attraverso i social media, o creando **attività complementari rivolte alle comunità locali**,

come laboratori di cucina, attività turistiche come il **Pescaturismo e l'ittiturismo** che generano entrate aggiuntive per i pescatori e supportano ulteriormente l'attività principale di pesca.

Alternativi significa **garantiti, trasparenti e tracciabili**, con l'obiettivo di creare un *modello peer to peer* fra pescatori, rivenditori e consumatori, consentendo il contatto diretto tra pescatore e consumatori, o attraverso collaborazioni e piattaforme online che forniscono al consumatore finale tutte le informazioni necessarie e verificabili.

Mapping the chain: long, short & direct sale





© Markel Redondo / Greenpeace



© Giorgos Moutafis / Greenpeace

Nel 2017, Greenpeace ha mappato le iniziative esistenti in Europa che basano la propria attività su modelli alternativi e cercano di favorire questa transizione.

Questa nuova economia emergente della pesca si è diffusa in gran parte del continente, in quanto abbiamo individuato 31 iniziative in 13 Paesi (Cipro, Belgio, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Portogallo, Spagna, Svezia e Regno Unito). La maggior parte di queste (32%) sono in Spagna. Il 29% fanno capo ad associazioni / cooperative di pescatori, il 38,7% a pescivendoli, il 6,5% a singoli pescatori, l'19,3% a pescatori che hanno creato la loro impresa e il 6,5% a organizzazioni non governative.

Probabilmente ci sono altre iniziative simili in Europa e certamente nel mondo, con denominazioni e termini diversi per distinguersi. Un termine che ha acquisito slancio, diventando il punto focale di una moltitudine di iniziative imprenditoriali alternative in tutto il mondo, è **"Community-Supported Fisheries"**. È ispirato al movimento Community-Supported Agriculture e ne condivide i valori di **promozione della sovranità e della giustizia alimentare**, mettendo nuovamente in collegamento i consumatori con il cibo e la sua provenienza e origine.

Attraverso la nostra mappatura abbiamo identificato una varietà di modalità operative:

- a. **singoli pescatori** che vendono direttamente ai consumatori (ad esempio a bordo dei pescherecci o al porto);
- b. **pescatori che creano associazioni / cooperative o società o sistemi alternativi di mercato** per la vendita diretta a consumatori, pescivendoli e ristoranti, utilizzando applicazioni innovative per registrare le catture e informare i consumatori di quale pesce sia disponibile;
- c. in Spagna, **solitamente le associazioni di pescatori** chiamate Cofradías che rappresentano formalmente

gli interessi economici dei pescatori, consentono ai pescatori di vendere direttamente ai consumatori e ai dettaglianti;

d. **intermediari / pescivendoli** che mettono in contatto pescatori a basso impatto ambientale con consumatori, ristoranti, vendita online, consegna a domicilio o nei negozi;

e. **organizzazioni non governative** che agiscono in qualità di intermediari promuovendo sistemi di pesca responsabili e di vendita attraverso la consegna a domicilio di cassette di pesce o marchi di qualità.

Le **principali forze trainanti**, dietro queste iniziative, coinvolgono **tre fattori. In primo luogo, i pescatori che hanno un basso impatto sull'ambiente**, le prime vittime di un settore in crisi, che cercano nuovi modi per garantirsi il sostentamento e trovano la loro forza nell'unione.

In secondo luogo, la crescente domanda da parte dei consumatori di pesce locale, fresco e pescato in mare, che puntano alla salute e alla qualità dei prodotti, che vogliono diversificare e provare prodotti nuovi, ma che vogliono sapere esattamente da dove proviene il cibo che mangiano e quale sia il suo impatto ambientale e la sua sostenibilità.³⁶ Questi consumatori sono consapevoli che la loro domanda deve corrispondere a ciò che il mare può offrire, e basano le loro scelte sulla qualità piuttosto che sulla quantità. Vogliono diventare attori attivi, chiedendo maggiori informazioni su etichette e tracciabilità e non esitano a pagare un prezzo equo e giusto per i prodotti che consumano.

La terza importante forza trainante sono **gli intermediari del mercato** che fungono da collegamento tra i pescatori a basso impatto e i consumatori. Questo gruppo può essere composto da associazioni di pescatori³⁷, operatori del mercato del pesce (pescivendoli, piccoli commercianti, ristoranti, cuochi), supportati da un quarto gruppo, **non**

connesso direttamente alle attività di pesca, come gli **scienziati e gli esperti in materia di pesca e ambiente marino, economisti, esperti di tecnologie e di impresa, autorità pubbliche, organizzazioni dei consumatori, ONG ambientaliste**. Riconoscono l'importanza del mercato e dei pescatori a basso impatto nella protezione dell'ambiente. In un mondo sempre più connesso, questo tipo di partnership consente ai loro membri di trarre delle conclusioni dai successi di tutto il mondo, e metterli in atto a livello locale.

Non dovremmo sottovalutare i nuovi modelli emergenti di **economie collaborative, basate su innovazioni tecnologiche**, e la crescente tendenza delle **reti peer-to-peer (P2P)** che, attraverso diversi strumenti online, cominciano già a veicolare la commercializzazione di una pesca equa e sostenibile.

a. Tre casi europei

Al fine di far conoscere queste nuove economie emergenti della pesca, vogliamo presentare tre iniziative da Spagna, Francia e Regno Unito, per fornire una migliore visione del paradigma emergente di pesca responsabile.

Fresco y del mar, Spagna, Galizia

"Siamo una società impegnata a proteggere il nostro ambiente naturale, riteniamo che il modo migliore per continuare a godere dei nostri eccellenti pesci e rutti di mare sia assicurarne l'esistenza futura, quindi i prodotti che commercializziamo provengono principalmente da attività di pesca a basso impatto, che rispetta l'ambiente marino: crediamo in una pesca equa e responsabile come unico modo per rispettare l'ambiente marino e il mantenimento delle attività di pesca tradizionali, un'attività secolare in Galizia".

Fresco y del Mar è una pescheria online che vende prodotti ittici della Galizia provenienti da attività di pesca a basso impatto nel rispetto dell'ambiente marino. Pertanto, si evitano i prodotti da pescherecci a strascico o che utilizzano altri attrezzi distruttivi.

Comprano nei mercati ittici locali, nella zona di Costa da Morte, dove la flotta a basso impatto è la parte più significativa del comparto, e collaborano direttamente con alcuni pescatori a basso impatto ambientale. Nonostante comprino alle aste, dove i prezzi sono volatili, cercano di adeguare i prezzi e di assicurarsi che la maggior parte del prezzo che paga il consumatore finale vada ai pescatori.

Promuovono le specie meno conosciute e puntano ad aumentare il valore della produzione della pesca a basso impatto e di conseguenza il guadagno dei pescatori artigianali. Con la loro iniziativa, vogliono far risaltare l'alta qualità e la freschezza di questi prodotti e allo stesso tempo proteggere il mare e le risorse ittiche.

Vendono direttamente a consumatori e aziende (negozi biologici, ristoranti) utilizzando diversi strumenti online (pagine web, blog, applicazione di social media). Tengono in grande considerazione l'opinione dei loro clienti, i feedback dopo ogni consegna, e applicano la trasparenza informando i loro clienti sui diversi attrezzi utilizzati, sulle date e le aree di cattura e sulle specie.

Poiscaille, Francia, Parigi

*"Mangia bene sé, a spese del pianeta no!"
"Direttamente dalla barca al piatto"
"La nostra rete di pescatori è al centro dei nostri valori",
Charles Guirriec, Co-Fondatore*

Poiscaille è un sistema di vendita online di cassette di prodotti ittici, che collega pescatori al 100% a basso impatto, di tutta la Francia. L'obiettivo della loro iniziativa è

creare un mercato in cui i pescatori peschino meno e siano pagati di più. Cercano di sviluppare un senso di comunità con i pescatori con cui collaborano, assicurandosi che ricevano un prezzo equo e un reddito costante. Le barche dei loro pescatori sono artigianali e inferiori ai 12 metri, usano attrezzi passivi e non trainati (reti fisse, lenze, trappole), con a bordo al massimo 3 persone e scarti (bycatch) minimi.

Il rapporto con i loro clienti (consumatori e ristoranti) si basa sulla fiducia, registrano le preferenze e gli acquisti dei consumatori al fine di creare una "storia sull'acquisto" e un'identità ai prodotti. Per loro è importante rispettare ciò che il mare offre e promuovere le specie meno conosciute, e lo comunicano anche ai loro clienti. Cercano di fornire prodotti ittici mantenendo un equilibrio tra le specie considerate economiche e quelle costose. Per promuovere la propria attività, utilizzano gli strumenti online (web, e-mail, social media).

Sole of Discretion, Regno Unito, Plymouth

"Ci impegniamo a procurarci pesci e molluschi che siano stati catturati con il minor danno possibile per l'ambiente marino, abbiano contribuito al sostentamento dei pescatori che operano su piccola scala e delle loro comunità, per portare questi pesci, di alta qualità e gustosi, alla tua porta", Caroline Bennett, fondatrice³⁸

Sole of Discretion è un progetto pionieristico avviato dal proprietario di un noto ristorante di sushi di Londra³⁹ che, preoccupato della freschezza del prodotto, decise di trovare un modo per ottenerlo da metodi non distruttivi. Fungendo da intermediario, ha messo in contatto pescatori e consumatori attraverso un sistema di vendita di cassette di prodotti.

È un'impresa, che ha fra i suoi azionisti pescatori a basso impatto. Sostengono il concetto di proprietà della collettività, pagando i pescatori con un prezzo concordato, e facendo in modo che tutti i profitti ritornino alle comunità costiere.

Danno priorità ai pescatori che hanno un basso impatto sull'ambiente, alle barche inferiori ai 10 metri che utilizzando palangari e attrezzi fissi. Monitorano attentamente i metodi di pesca per garantire che si riducano al minimo gli impatti, scegliendo habitat e attrezzi specifici. Inoltre, portano a bordo scienziati per monitorare e raccogliere dati sulle attività di pesca.⁴⁰

La trasparenza e la tracciabilità dei prodotti è molto importante, e forniscono ai clienti un'etichetta con il nome della barca, il metodo di cattura e il nome del pesce. Utilizzano metodi di trasporto alternativi per i loro prodotti come i treni, dal porto di Plymouth a Londra, e/o il corriere, sebbene risulti una soluzione piuttosto costosa.

Per la promozione dei loro prodotti, hanno collaborato anche con un'impresa online di più ampio respiro, la Farmdrop.⁴⁰

Una delle sfide che devono affrontare è mantenere il livello della domanda dei loro prodotti e mantenere i prezzi stabiliti. Per stabilizzare l'offerta, anche quando il tempo è brutto, a volte congelano i prodotti. Lo fanno a condizione che ne vengano informati i clienti.

b. Spunti per facilitare il cambiamento

Sebbene le iniziative mappate (in Europa) sembrano una goccia nell'oceano, il fatto che la maggior parte di queste abbia avuto successo nel tracciare una nuova strada per un mercato funzionale e più responsabile è molto incoraggiante.

I fattori chiave del successo delle iniziative descritte possono essere riassunti come segue:

- mantenere un **prezzo equo fisso** per i pescatori;
- assicurare **una catena di approvvigionamento corta** che opera in tempi brevi per la consegna di pesce fresco (24-72 ore dalla cattura ai clienti);
- creare **un canale di comunicazione affidabile e trasparente verso clienti e consumatori** (blog, social media) aggiornandoli in tempo reale e ricevendo feedback e commenti direttamente da loro;
- variare le specie e promuovere il consumo di prodotti ittici alternativi, meno conosciuti e commercializzati,
- **diversificare l'attività**, per esempio sperimentando il Pescaturismo e l'Ittiturismo o lavorando non solo con i singoli consumatori, ma anche con ristoranti, chef e con il settore turistico.

La maggior parte delle iniziative analizzate si procurano il 100% dei prodotti ittici da attività di pesca a basso impatto ambientale. Sono guidati da una **filosofia sociale, ambientale e etica, garantendo che i pescatori artigianali ricevano un prezzo equo e giusto in quanto sono coloro che tutelano le risorse marine**. Garantiscono la tracciabilità e la trasparenza. Conoscono i loro pescatori, conoscono i loro clienti.

Promuovono **prodotti di qualità, specie meno conosciute, pescate localmente**. Il prezzo a volte può essere più alto di quello dei pescivendoli, ma i loro clienti sono informati e pronti a pagare di più, pur di contribuire a mantenere sani i nostri mari e sostenere le comunità di pescatori. Vale la pena segnalare che alcuni di loro cercano di avere un approccio olistico nel portare avanti le loro attività, esplorando alternative possibili per **minimizzare la propria impronta ecologica lungo le diverse fasi della catena di fornitura** (ridurre gli sprechi, riutilizzare e riciclare gli imballaggi, utilizzare motori a bassa potenza).

Molte di queste iniziative utilizzano **nuove tecnologie** per **comunicare direttamente** con i propri clienti, come telefono, e-mail, web, social media e applicazioni per smartphone. Questi strumenti si sono rivelati molto utili per promuovere, in tempo reale, il pesce fresco e anche per ottenere i feedback dai clienti. Inoltre, poiché le catture di pesce sono influenzate da **fattori imprevedibili come il clima**, è molto importante tenere i consumatori sempre informati, per non perdere la clientela.

Una piccola percentuale delle iniziative è gestita da **un mix di portatori di interesse, appartenenti alle diverse fasi della catena di custodia**.

Queste iniziative sembrano avere un vantaggio: collegano la comunità di pescatori con professionisti con competenze diverse, danno al consumatore finale un ruolo più attivo e forniscono ai pescatori un prezzo più equo. Ancora di più, è preferibile che questi team includano anche esperti di marketing e business.

Alcune di queste iniziative **stanno cercando di diversificare la propria attività**: vendere prodotti ittici, promuovere il turismo della pesca, vendere altri prodotti locali, organizzare programmi di sensibilizzazione dei consumatori, workshop di cucina, festival dedicati ai prodotti ittici, ecc. Questa tendenza consente alla **pesca a basso impatto di diventare un fattore di sviluppo** per una parte più ampia della comunità costiera.

Le principali sfide che hanno affrontato e **gli aspetti che vanno ancora migliorati e perfezionati** sono:

- **mantenere i prezzi fissi** per i pescatori, in un mercato con prezzi volatili;
- stabilire una **buona ed efficiente organizzazione** che garantisca **l'approvvigionamento di pesce tutto l'anno**. Una soluzione messa in atto dall'iniziativa di Poiscaille, in Francia, è quella di lavorare con pescatori a basso impatto provenienti da diverse regioni e acquistare all'asta, se non c'è abbastanza pesce;
- **migliorare gli imballaggi**;
- **migliore l'organizzazione logistica per la consegna è il trasporto** dei prodotti, investendo nei veicoli utilizzati o collaborando con sistemi di distribuzione di alimenti già esistenti, come la vendita attraverso altri rivenditori online;
- cercare fondi per investire in una **forte strategia di marketing e sensibilizzare l'opinione pubblica sulla pesca sostenibile e responsabile**;
- investire per mantenere una comunicazione efficiente e tempestiva con i consumatori;
- **lavorare direttamente con pescatori di fiducia, a basso impatto ambientale**, invece di comprare pesce alle aste dove i prezzi del pesce sono variabili;
- chiedere supporto alle **autorità** e istituzioni pubbliche per valorizzare la pesca responsabile;
- cercare il sostegno delle **ONG** per le loro capacità di comunicazione e competenza.

È ovvio che queste iniziative pionieristiche sono all'inizio, ma hanno preso la giusta direzione. Naturalmente hanno ancora molta strada da fare perché si concretizzino in una soluzione tangibile e realmente sostenibile. Quel che è certo è che stanno costruendo le fondamenta e ponendo le basi di un nuovo modello equo di business della pesca che andrà a beneficio di tutti.





© Alessandro Gianni / Greenpeace



© Lorenzo Moscia / Greenpeace



© Constantinos Stathias / Greenpeace

IV. Favorire la transizione verso una pesca responsabile

“Little Drops of water...make the mighty Ocean”
Julia Carney, Little things poem

Spesso ci si rende conto che quando c'è una crisi, le soluzioni arrivano dal basso. I numeri parlano da soli. Il settore della pesca è in crisi: sebbene a livello politico siano stati compiuti dei progressi, il mare, i pesci e i pescatori artigianali a basso impatto ambientale non possono aspettare ancora. E i pescatori sono andati avanti, prendendo l'iniziativa e per creare un modo alternativo di fare impresa.

La nostra **visione per una pesca responsabile** è stata ispirata dalle innovative iniziative di mercato che già esistono.

- Questi modelli di mercato responsabile della pesca avvantaggiano i pescatori artigianali che pescano con basso impatto ambientale, sostengono e nutrono le tradizioni culturali e l'economia delle comunità costiere.
- Collegano direttamente il pescatore, e il pesce catturato in modo sostenibile, con il consumatore, in modo responsabile e trasparente.
- Creano nuove collaborazioni, piattaforme, partnership, sotto una visione comune, per preservare i nostri mari e sviluppando soluzioni creative a beneficio di tutti i soggetti interessati.

Le nostre raccomandazioni per collegare queste piccole “gocce” di iniziative e renderle un “oceano” pieno di vita sono le seguenti:

•**Dalla pesca su piccola scala alla pesca a basso impatto ambientale:** la pesca artigianale su piccola scala non significa necessariamente che sia una pesca a ridotto impatto ambientale. Artigianale non è sempre sinonimo di sostenibile. I piccoli pescatori devono garantire di utilizzare le migliori pratiche di pesca in relazione alle specie bersaglio che catturano, la selettività degli attrezzi, la stagionalità dei prodotti e lo sforzo di pesca.

•**Unire le forze e utilizzare il loro potere:** i piccoli pescatori sono tanti e rappresentano la maggior parte della flotta peschereccia globale. Più uniscono le loro forze in iniziative congiunte di mercato sostenibile, gestite dalla comunità, più possono ridurre i costi, aumentare i loro profitti e i benefici per le loro comunità, creare posti di lavoro e contribuire al ripristino dell'ambiente marino e degli stock ittici.

•**Avere un'unica voce:** i pescatori a basso impatto spesso sono scarsamente rappresentati nei processi decisionali e politici. Più i pescatori a basso impatto ambientale sono uniti, più possono efficacemente rivendicare un trattamento equo da parte delle autorità. Le istituzioni locali e le autorità pubbliche possono sostenere i pescatori a basso impatto in molti modi: agevolando lo sviluppo di sistemi alternativi di vendita e promozioni della pesca responsabile, fornendo sostegno finanziario, salvaguardando i loro diritti di pesca e l'accesso alle risorse comuni, adottando un'etichettatura corretta e combattendo i prodotti ittici illegali. È indispensabile che i pescatori a basso impatto ambientale diventino uniti e coesi affinché possano diventare una forza vitale auto-organizzata e rappresentativa del settore

•**Collegare e rispettare:** pescivendoli, piccoli e grandi rivenditori, negozi online e sistemi di vendita a domicilio, sono collegamenti cruciali tra i pescatori a basso impatto e i consumatori, tra il mare e la terra. Possono svolgere un ruolo attivo nel garantire una catena di custodia trasparente, equa ed responsabile, dal mare al piatto. Possono garantire prezzi equi per pescatori e consumatori, avviare adeguati programmi di etichettatura e tracciabilità e

favorire un modello di pesca responsabile che diventi una forza per trasformare il settore dei prodotti ittici.

•**Diffondere e condividere:** il successo e le sfide di queste iniziative devono diffondersi ampiamente, per stimolare un deciso cambiamento verso un mercato equo e responsabile della pesca. Il futuro dei nostri oceani e dei nostri mari si dovrebbe basare su iniziative sostenute dalla comunità e su partnership creative e innovative *peer to peer*. Al fine di replicare e moltiplicare questa tendenza, dovrebbero essere investiti finanziamenti pubblici e privati nella creazione di piattaforme per la creazione di comunità, strumenti di marketing come marchi comunitari di pesca a basso impatto, workshop, studi scientifici e analisi dei benefici socio-economici e ambientali.

•**Usare la nostra voce:** il consumatore emergente di prodotti ittici è consapevole, ha un ruolo importante in questo cambio di paradigma verso una pesca equa, innanzitutto non accettando ciò che il sistema attuale mette nel suo piatto. Ogni volta che acquisterà pesce, richiederà informazioni dettagliate e piena trasparenza da mercati, ristoranti, autorità pubbliche. Userà queste informazioni per fare la scelta giusta, sostenendo i pescatori a basso impatto ambientale.

A conclusione di questo nostro documento, è opportuno ricordare che questa transizione sta già avendo luogo in tutto il pianeta, favorita da un ampio movimento di persone e organizzazioni che lottano per cambiare il modo in cui produciamo e consumiamo il cibo. Greenpeace sostiene i loro sforzi e i loro successi per creare un sistema alimentare alternativo. Con questa **visione per una pesca responsabile**, Greenpeace vuole esprimere a questi pescatori che operano nel rispetto dell'ambiente la sua solidarietà, stando al loro fianco e invitandoli a esplorare insieme il percorso da intraprendere per un futuro equo e sostenibile.

Qualsiasi operatore e soggetto interessato a svolgere un ruolo nel processo di trasformazione verso una nuova economia della pesca, insieme a Greenpeace, può inviare una e-mail a fair.fisheries@greenpeace.org

