

Hello Fish: bilancio positivo per Taranto



nella foto il Cav. **Luigi Sportelli**

*" Per una città circondata dal mare partecipare a **Hello Fish** era doveroso" ha detto il Cav. **Luigi Sportelli** presidente della **Camera di commercio di Taranto**, che ha aderito con convinzione alla campagna promossa da **Unioncamere** e dal **Ministero delle Politiche Agricole** "perché credo nella blue economy come importante elemento di sviluppo del territorio. In questo momento il settore è in grande difficoltà e questo non va dimenticato: dopo i problemi legati all'inquinamento, infatti, il gran caldo ha distrutto le coltivazioni di mitili e ostriche. Certo, l'acquacoltura è solo un segmento della più vasta economia del mare ma è una parte significativa non solo dal punto di vista economico, ma anche perché educa al consumo di prodotti allevati che garantiscono qualità e tracciabilità ed impone elevati standard di produzione. Un buon numero di pescherie e di ristoranti ha partecipato all'iniziativa esponendo il materiale informativo e allestendo menù specifici, a loro va il nostro ringraziamento. Resta alta l'attenzione **della Camera di commercio di Taranto** sulle risorse del mare e sulle sue enormi potenzialità, un patrimonio da salvaguardare e da valorizzare. Il nostro impegno non finisce qui".*

Con queste parole il presidente della **Camera di commercio di Taranto**, commenta la conclusione di *Hello Fish*, il progetto di **Unioncamere** e **Ministero delle Politiche Agricole**. Lo scopo era quello di incentivare il consumo dei prodotti ittici di allevamento e per questo è stata coinvolta la parte finale della filiera: pescherie, ristoranti, consumatori. Il progetto ha avuto anche contenuti didattici soprattutto in relazione al ruolo di ammortizzatore che l'acquacoltura può svolgere tra le attività della pesca e l'ecosistema marino. Finalità diverse, quindi, ma comuni: informare i cittadini sull'opportunità di consumare i prodotti dell'acquacoltura, migliorare l'immagine dell'intero comparto, considerare la problematica determinata dal rapporto pesca/ambiente.

✘ I risultati di **Hello Fish** si sono rivelati particolarmente positivi.

Alla campagna di sensibilizzazione hanno collaborato nei territori coinvolti ben 149 ristoranti e 172 punti vendita contattando direttamente così ben 268 mila clienti ai quali i ristoratori hanno proposto menu di degustazione con ricette ad hoc per far provare ai consumatori la bontà dei prodotti di acquacoltura e hanno distribuito 103.000 folder informativi e 42.000 ricettari. Le attività di comunicazione su stampa, tv, radio, cinema e affissioni hanno colpito capillarmente circa 18 milioni di contatti. Anche il web è stato protagonista della promozione: sul sito www.hellofish.it si contano dal 22 luglio al 31 agosto 91.000 visitatori per un totale di 217.000 pagine viste.

Nello stesso arco temporale la pagina Facebook che ha ottenuto 1.600 "like" ed ha raggiunto ben 409.000 persone italiane e straniere con un totale di 1,8 milioni di copertura dei post. A Taranto hanno aderito i ristoranti: *Il Grillo, La Fattoria, Le Fogge, Conte Ristorante, Trattoria Gesù Cristo, Al Faro, Nautilus, Ristorante La Paranza*; le pescherie: *Perimetro Sud – Iperfamila, Maximarket Srl – Famila, Megagest Srl – Dok, Maricoltura del Mar Grande scrl, Pescheria Ipercoop, Conte pescheria, Pescheria Ricchiuti Cosimo*. Le pescherie ed i ristoranti hanno esposto e distribuito il materiale informativo di **Hello Fish**, i ristoranti hanno predisposto anche menù specifici con prodotti di acquacoltura cui era legato il concorso "hello click" con il quale si chiedeva di fotografare piatti realizzati con prodotti di acquacoltura in uno dei ristoranti aderenti all'iniziativa. A Taranto è stato premiato un classico della tradizione culinaria di mare preparato da "la Fattoria".