

# Un brand ad hoc per il pescato di Gaeta: ecco i risultati dell'indagine sul mercato ittico locale

[Stampa](#)

Dettagli

Scritto da Paola Colarullo Addetto Stampa Comune di Gaeta

Pubblicato: 30 Settembre 2015

Visite: 321



**Gaeta 30/09/2015** – Un pescato da brand: così è stato definito il pesce di Gaeta dai ricercatori dell'Università La Sapienza di Roma che hanno svolto, su richiesta dell'Amministrazione Comunale, un'indagine quali – quantitativa sulla pesca e sul consumo di pesce a Gaeta, nell'ambito del progetto "Gaeta: Mare è vita", quale proposta di ricerca per il Fondo Europeo per la Pesca (FEP) 2007/2013 Asse prioritario IV - misura 4.1: "Sviluppo sostenibile delle zone di pesca".

*Presentati in Conferenza stampa dai Proff. Bernardino Quattrococchi e Luca Pasqualino dell'Università degli Studi di Roma La Sapienza, mercoledì 30 settembre, alla presenza del Sindaco di Gaeta Cosmo Mitrano, del Direttore GAC Pasquale Ranucci, i dati dell'indagine fotografano un mercato ittico locale trasparente dove i prezzi della domanda e dell'offerta sono assolutamente compatibili: "Non c'è speculazione, e non presenta nessun operatore commerciale dominante rispetto ad altri. Inoltre il pescato locale ha peculiarità quali - quantitative che rendono possibile la creazione di un vero e proprio brand, anche perché il pescato di Gaeta porta con sé la storia della popolazione di Gaeta" ha dichiarato il prof. Quattrococchi. La ricerca è stata condotta dai ricercatori dell'Università degli Studi di Roma La Sapienza, facoltà di Economia sede di Latina, e da Sinergica S.p.A, società di ricerca aderente al Consorzio Universitario di Economia Industriali e Manageriale (CUEIM).*

**Ecco i principali dati illustrati dai Proff. Bernardino Quattrococchi e Luca Pasqualino:** "L'indagine ha coinvolto gli attori principali del mercato ittico: pescatori, ristoratori, commercianti al dettaglio e consumatori finali. Dai dati raccolti si evince che il consumo di pesce a Gaeta è leggermente superiore alla media nazionale, e i prezzi sono un po' più bassi della media italiana. L'80 % dei consumatori acquista il pesce in pescheria, il 20% in banchina. Dalle interviste è emerso che il consumo medio mensile pro capite è pari a 6,9 kg. Il 70% degli intervistati verifica la provenienza del pesce che acquista, e di quest'ultima percentuale di consumatori l'80% preferisce il pesce locale. Il 40% dei pescatori vende in media 250/300 kg di pesce a giorno, tra i 200 ed i 300 kg la media mensile di vendita per il 60% dei commercianti al dettaglio intervistati. La tipologia di pesce maggiormente venduta è il pescato stagionale con 186 kg al mese per i pescatori e 80 kg al mese per i commercianti al dettaglio. Inoltre è emerso che il ristoratore ha l'influenza maggiore nella determinazione dei gusti e delle preferenze dei consumatori".

*"Dall'indagine – ha concluso il Prof. Quattrococchi - è emersa la necessità di creare nei consumatori la consapevolezza delle ciclicità delle specie ittiche durante l'anno e quindi della loro disponibilità stagionale presso i punti di vendita. Importante è dunque promuovere una cultura del mare, ed in particolare informare ed educare i giovani sul pescato locale, primo patrimonio culturale ed economico di Gaeta e di tutto il Golfo più in generale".*

*L'input è stato subito raccolto dal Sindaco Mitrano che ha dato piena disponibilità alla produzione di un opuscolo informativo sul pescato locale, semplice ma completo, da distribuire nelle scuole: "Sensibilizzare e*

*informare sul pescato di Gaeta – **ha detto il Primo Cittadino** – significa anche valorizzare il pesce del Golfo, il lavoro dei pescatori e tutta la tradizione storica, culturale e gastronomica celata in un tipico piatto a base di pesce locale. Acquisire e diffondere la consapevolezza di avere nel nostro Golfo un prodotto unico, giungendo alla creazione di un vero e proprio brand per il Pescato di Gaeta, vuol dire contribuire in modo incisivo all'aumento della competitività **del pesce locale e delle imprese operanti nell'ambito della filiera della pesca**".*

Anche per il consigliere comunale **Pasquale Ranucci**, presente all'incontro in qualità di Direttore del GAC (Gruppo di Azione Costiera) Mar Tirreno Pontino e Isole Ponziane *"E' fondamentale la promozione di una cultura del mare, attraverso campagne di comunicazione ed iniziative di informazione ad ampio raggio, che coinvolgano principalmente i bambini e i ragazzi. Ottima l'idea dell'opuscolo che dovrà essere chiaro ma esaustivo, ed indicare per ciascuna tipologia di pesce locale tutte le specifiche caratteristiche, compresi i valori nutrizionali"*.