

Fish All Days: consegne a domicilio dal mare in tavola

FLAG: Terre di Mare
Molfetta, Puglia, Italia

Sintesi del progetto

Fish All Days permette ai clienti di acquistare pesce fresco direttamente dal peschereccio, oppure di farselo consegnare a domicilio. Combinando forme tradizionali di educazione al consumo e promozione con l'uso delle nuove tecnologie e dei social media, un'impresa ittica di Molfetta ha sviluppato una rete di clienti fedeli.



Dal Mare alla Tavola

Pesce appena pescato, fresco e garantito
DIRETTAMENTE A CASA TUA.

L'impresa familiare Facchini Pesca non era soddisfatta dei bassi prezzi pagati all'asta del pesce locale. Allo stesso tempo il progetto di vendita diretta "[Fisch vom Kutter](#)" (Pesce dal peschereccio), presentato a una conferenza FARNET, ispirava al FLAG Terre di Mare l'idea della vendita diretta come possibile soluzione per la situazione di alcuni pescatori locali. Anche Mimmo Facchini, incaricato dell'amministrazione dell'impresa familiare (mentre il fratello comanda il loro peschereccio da 23 metri), era convinto che l'idea avesse un buon potenziale e, con il continuo sostegno e incoraggiamento del FLAG, si è adoperato per attivare la sua versione del progetto "Pesce dal peschereccio".

Si trattava di attrezzare l'imbarcazione di famiglia per poter procedere alla vendita diretta del pescato nel rispetto delle norme di salute e sicurezza, e il furgoncino refrigerato per le consegne a domicilio. A questo ha fatto seguito un notevole lavoro di promozione del servizio di vendita diretta proposto dall'impresa e di sensibilizzazione della popolazione locale sui vantaggi del consumo di pesce fresco tracciabile e di qualità per la salute dei consumatori.

A questo proposito vi sono stati vari interventi: organizzazione di un evento sul tema "moda e pesce"; creazione di dépliant e tovagliette per i ristoranti locali; apertura di una pagina Facebook con informazioni e prezzi delle catture di Facchini Pesca; uso dei social media per coinvolgere la popolazione locale nel dibattito sulle qualità del pesce locale e le sue preparazioni. È possibile ordinare via Facebook, per email, per telefono, sms o WhatsApp (minimo 3 kg e 1 kg per specie) e ricevere le consegne a domicilio al rientro del peschereccio. Mimmo e suo figlio consegnano il pescato di persona e forniscono informazioni sulle diverse specie (dove sono state catturate, quanto tempo le diverse specie possono essere conservate prima di doverle mettere in congelatore, come pulirle, come cucinarle ecc.), ed è così che instaurano solide relazioni personali con i loro clienti. È in fase di realizzazione anche un sito web con una sezione per le vendite online.

Insegnamenti tratti

- › **Pertinenza rispetto alle tematiche FARNET:** conferire valore aggiunto ai prodotti della pesca locale, vendite dirette, innovazione.
- › **Risultati:** diversificando le sue attività di vendita, l'impresa Facchini Pesca ha ristabilito il legame tra pescatori e consumatori, oltre a incrementare del 30-35% il ricavo delle vendite. Dopo 10 mesi, Fish All Days ha già una base di clientela composta da 60 famiglie in un raggio fino a 100 km dal porto di attracco. A queste si aggiungono 6 ristoranti locali e l'impresa prevede di creare un nuovo posto di lavoro una volta raggiunti 100 clienti.
- › **Trasferibilità:** l'idea del progetto è essa stessa trasferita dal progetto tedesco dell'Asse 4 "[Fisch vom Kutter](#)", adattato al contesto di Molfetta e arricchito con le consegne a domicilio. Le vendite dal peschereccio al consumatore, consegne a domicilio comprese, possono essere trasferite a molte zone di pesca in tutta Europa, laddove i prezzi all'ingrosso troppo bassi erodono la redditività delle attività ittiche locali. I pescatori che stanno valutando la possibilità di passare alla vendita diretta dovranno tenere in considerazione le norme nazionali ed europee sulle vendite dirette e la sicurezza alimentare, e in questo contesto i FLAG possono fornire un adeguato supporto. Inoltre, è importante che nell'impresa vi sia una persona che dispone del tempo e sia in grado di gestire la commercializzazione e, nel caso specifico, la distribuzione delle catture.
- › **Osservazioni finali:** nello sviluppo di questo progetto, il supporto del FLAG è stato fondamentale per superare gli ostacoli legali e amministrativi alla vendita diretta. In effetti, un precedente progetto del FLAG che aveva messo a punto le [linee guida per la vendita diretta del pescato](#) è stato uno strumento fondamentale per la realizzazione di Fish All Days. I principali fattori di successo del progetto sono stati il tempo dedicato alla gestione costante e professionale dei social media (Facebook, Twitter, Google plus, Linked-in, Pinterest, Instagram, YouTube e Vimeo) con il supporto di un'agenzia di marketing; il contatto personale tra i clienti e il dinamico promotore del progetto, appassionato dei suoi prodotti. Il legame emozionale instaurato tra produttore e consumatore, inoltre, ha garantito una solida base di clienti soddisfatti e fedeli che apprezzano la qualità del prodotto e del servizio.

Costo totale e contributo del FEP

Costo totale del progetto: 42 000 €

- › Finanziamento proprio: 42 000 €
- › Asse 4: animazione e supporto allo sviluppo del progetto

Informazioni

Titolo: Fish All Days

Durata: dicembre 2013 – in corso | **Data del caso di studio:** ottobre 2014

Promotore del progetto

Facchini Pesca s.a.s. | Domenico Facchini | domenicofacchini@tiscali.it
+39 335 135 3410 | <https://www.facebook.com/FishallDays?fref=nf>

Estremi del FLAG

GAC Terre di Mare, Italia | Angelo Farinola
gacterredimare@libero.it | +39 0802146387
www.gacterredimare.net | [Scheda del FLAG Terre di Mare](#)

Editore responsabile: Commissione europea, direzione generale degli Affari marittimi e della pesca, il direttore generale.

Clausola di esclusione della responsabilità: la Direzione Generale degli Affari Marittimi e della Pesca è responsabile della realizzazione del presente documento nel suo complesso, ma non ha alcuna responsabilità in merito al suo contenuto e non garantisce l'esattezza dei dati.