



Il nuovo SelfCookingCenter® whiteefficiency®
L'efficienza incontra il gusto



forniture alberghiere di qualità



Italia a Tavola.net



Il quotidiano online di enogastronomia, territorio, ristorazione e ospitalità
sono le 14:39:40 di martedì 23 aprile 2013 - 28303 articoli presenti nell'archivio

EXPO2015 ALIMENTI VINI BEVANDE PROFESSIONI ATTREZZATURE LOCALI EVENTI MEDIA TURISMO RICETTE SALUTE CIRCOLI

LA SQUADRA NETWORK ABBONAMENTI PUBBLICITÀ SITEMAP CONTATTI POLICY

CERCA IN ARCHIVIO: Per parole chiave

Per codice articolo

ALIMENTI > PESCE

12/06/2011 11:00:00

L'appetito vien... studiando Per un consumo consapevole del pesce

Il progetto, voluto dal Gruppo Finiper Spa, dal Dutch Fish Marketing Board Ente Nazionale per la promozione del settore ittico olandese e dalla Scuola media Teodoro Ciresola di Milano, in associazione con la Società Eurofishmarket srl e la Guardia Costiera, è mirato a creare consumatori consapevoli

"L'Appetito vien studiando" è il titolo del progetto pilota di educazione al consumo consapevole destinato ai ragazzi di prima e seconda media. Il sottotitolo completo del progetto "L'appetito vien studiando, misurando, controllando, toccando, conoscendo e cucinando" a comunicare che non si è trattato di un semplice percorso di educazione alimentare in merito ai prodotti ittici ma di una vera e propria scommessa sui giovani di oggi, ossia i futuri consumatori di domani.



Il progetto infatti, fortemente voluto dal Gruppo Finiper Spa, dal Dutch Fish Marketing Board Ente Nazionale per la promozione del settore ittico olandese e dalla Scuola Media Teodoro Ciresola di Milano in associazione con la Società Eurofishmarket srl e la Guardia Costiera, per come è stato ideato e concepito, è mirato a creare consumatori consapevoli ed eventuali figure professionali utili al settore sensibilizzando anche le famiglie dei ragazzi coinvolti sul tema della sostenibilità in materia di pesca, sull'acquisto non solo delle solite specie e con un occhio particolare alle provenienze ed all'etichettatura a norma.

Non solo teoria dunque, ma anche tantissime prove pratiche dove i ragazzi hanno l'opportunità di fare la spesa del pesce in prima persona e successivamente, insieme a docenti specializzati imparare le caratteristiche dei prodotti per identificarli correttamente, verificarne la freschezza, valutarne la corretta etichettatura e sceglierli anche con un occhio all'ambiente ed alla dieta. Inoltre all'interno della giornata di pratica si è sempre ospitato il cuoco Marcello Leoni che ha provveduto a servire ai ragazzi i prodotti cucinati con ricette all'insegna della semplicità al fine di lasciarli percepire al massimo tutto il reale sapore di ciascun specifico prodotto.

Il progetto pilota ha messo in evidenza la scarsissima conoscenza da parte dei giovani intervistati dei prodotti ittici in generale poiché non sono più abituati a vedere pesci interi ma, quasi sempre, solo i loro filetti o tranci a volte già nel piatto. Difatti, chiamati a rispondere su domande di conoscenza di base come la colorazione esterna di un tonno rosso o perché i pesci hanno il muco superficiale o sui puntini aranciati di una platessa le risposte sono state estremamente fantasiose. Ne riportiamo alcune ad esempio esplicativo.

- Il tonno rosso è rosso anche esternamente: questo evidenzia che i giovani hanno consumato troppo tonno in scatola e visto il pesce esclusivamente in acquario, difatti il pesce che vive in Mediterraneo raramente ha colorazioni così vivaci tipiche dei pesci tropicali che popolano soprattutto l'acquario.
- Il muco cutaneo dei pesci è una conseguenza al loro "raffreddore": questo evidenzia la mancata conoscenza dei parametri di freschezza dei prodotti ittici dove la presenza di muco trasparente ed inodore è sinonimo di qualità soprattutto per alcune specie dove è particolarmente abbondante; i ragazzi

Giochi Preziosi - CCP04432 -
Peppa Pig - Tutti In Classe
EUR 24,74

Privacy



I migliori vini italiani
ed internazionali
protetti da chiusure
high tech

www.iononsoditappo.it

ARTICOLI RECENTI DELLA SEZIONE

- Scatta il *Fish dependence day* Già finito il pesce italiano per il 2013
- Orobica Pesca, il fresco 7 giorni su 7 Cacciolo Molica: Qualità prima di tutto
- Stop alla pesca intensiva L'Ue vara la riforma della pesca
- Aragosta cercasi ricette Cotta nell'acqua bollente soffre
- A Tokyo venduto un tonno da record Ma gli "eco-chef" lo tolgono dal menu
- Profumo di salmone al Plaza Gustoso, salutare e ricco di Omega 3

CERCA NELLA SEZIONE

Inserisci una o più parole chiave

inizialmente hanno visto negativamente questo parametro associandolo appunto al muco prodotto da malattie respiratorie e solo al termine del corso ne hanno capito ed apprezzato l'importanza.

- I puntini aranciati della platessa sono significativi che ha la 'varicella': sicuramente questa risposta evidenzia ancora una volta che la non conoscenza porta a intendere dei fattori positivi come fattori negativi. In realtà la platessa, uno dei più importanti pesci piatti commercializzati in Italia, arriva principalmente dall'Olanda già in filetti e dunque nessun italiano l'ha mai vista in commercio intera con i suoi caratteristici puntini aranciati.

I tre giorni di corso sono stati sufficienti a stimolare i ragazzi e dargli delle nozioni di base sul settore ittico utili a portarli a porsi davanti al banco per l'acquisto in modo sicuramente più consapevole oltre che a comunicare ai loro genitori quanto appreso sensibilizzandoli a valutare i parametri appresi durante le ore di corso.

Il progetto ha messo ulteriormente in evidenza lo scarso gradimento dei ragazzi relativamente al consumo di prodotti ittici soprattutto presso la mensa scolastica. Si è dunque proceduto con il chiedere quali specie ittiche fossero da loro conosciute e preferite e poi si sono proposte specie alternative tra le quali platessa, sgombro, acciuga, merluzzo. Inizialmente nessun ragazzo, chiamato a mettere realmente il naso a sentire l'odore vicino la branchia del pesce, ha accettato con piacere. Solo dopo aver accertato 'sentendo' con il proprio naso l'assenza di cattivi odori ha compreso che il pesce fresco non puzza! Stesso discorso per la degustazione dei prodotti inizialmente non richiesti dai ragazzi. Man mano che sono stati 'costretti' ad assaggiare si sono sbilanciati in complimenti ed apprezzamenti positivi sul prodotto dichiarando di volerlo rimangiare e dunque che lo avrebbero richiesto ai propri genitori.



Sicuramente le giovani generazioni conoscono sempre meno i prodotti ittici caratteristici del Mediterraneo e tipici italiani ma va fatta anche una ulteriore precisazione in merito. Oltre il 50% e direi anche il 70% delle nuove generazioni che frequentano le scuole in Italia sono 'figli' di extracomunitari di Paesi lontani sia geograficamente sia per tradizioni gastronomiche che non hanno assolutamente conoscenza delle specie ittiche nazionali anche perché non presenti nei loro Paesi. Ecco il motivo per cui anche il filetto di Platessa, un classico per molte famiglie italiane, non è più conosciuto dalla maggioranza delle stesse...nuove generazioni italiane per adozione.

Il progetto pilota ha riscosso un enorme successo testimoniato da una successiva grande richiesta da parte di numerose scuole italiane di replica dello stesso. Al fine di consentirne in futuro la possibile realizzazione su tutto il territorio nazionale anche in modo continuativo di anno in anno inserendo questo ed altri corsi su altri prodotti agro-alimentari nel programma di studi delle scuole medie tutti i promotori del progetto si stanno impegnando nella ricerca di un sostegno economico e politico al progetto stesso al fine di avere in futuro ricco di consumatori che acquistano e consumano in modo consapevole per se stessi e per l'ambiente.

I Promoter del progetto

Il **Dutch Fish Marketing Board** si occupa della promozione collettiva del settore ittico olandese dei prodotti ittici al fine di rafforzare l'immagine e stimolare l'aumento della domanda di pesce sul mercato olandese e sui mercati esteri. Negli ultimi anni è molto impegnata, in collaborazione con Eurofishmarket, a sostenere e promuovere le iniziative prese dal settore ittico olandese nei confronti della pesca sostenibile. È tutt'ora in corso un progetto di sviluppo della platessa pescata in modo sostenibile e certificata da MSC.

Gruppo Finiper

Iper, la catena di punti vendita alimentari della 'Grande I', che vuole 'stimolare, informare e formare i ragazzi alla conoscenza degli alimenti'. Iper, La grande I, da sempre impegnata nella sensibilizzazione del consumatore per una spesa consapevole e nella salvaguardia dell'equilibrio uomo-ambiente, lancia una nuova iniziativa nell'ambito del progetto I Naturale, il marchio dedicato alla CSR dell'insegna: 'L'appetito vien studiando', volto a stimolare, informare e formare i ragazzi alla conoscenza degli alimenti, per creare futuri consumatori consapevoli e figure professionali competenti. Nel 2010 ha ricevuto il prestigioso premio l'Ethic Award 2010 con il progetto 'Amo il pesce pescato all'amo', Iper la grande I.

Eurofishmarket

Eurofishmarket Srl leader in Italia per la consulenza, formazione ed informazione nel settore ittico collabora con tutte le più importanti catene di distribuzione organizzata del Paese e con aziende di importazione, grossisti, fornitori per il catering, la ristorazione collettiva e l'alta ristorazione. È una società specializzata nella valorizzazione dei prodotti ittici in generale e nella promozione, mediante l'omonima rivista, il suo sito, iniziative editoriali e creazione di eventi di formazione ed informazione, di tutte le tematiche e i vari aspetti tecnici meritevoli d'attenzione da parte degli operatori del settore.

Il percorso didattico in numeri

Numero di giornate dedicate alla formazione: 3 giornate dedicate alla formazione ad un primo gruppo di circa 75 ragazzi e 3 giornate ad un secondo gruppo di altri 100 ragazzi per un totale di 6 giornate e di circa 200 ragazzi.

Luoghi di svolgimento del progetto: 2 corsi di 2 ore ciascuno per un totale di 4 ore per ogni classe tenutosi presso le stesse aule dell'istituto della scuola media coinvolta nel progetto. Una uscita didattica di 2 ore per ogni classe presso il centro Iper di Portello a Milano e nella rispettiva Scuola dei Mestieri.

Numero di classi coinvolte nel progetto pilota: 6 classi (di cui 5 classi di prima

media ed una classe di seconda media) della Scuola Media Teodoro Ciresola di Milano.
Numero totali di alunni coinvolti nel progetto: circa 200

Mi piace 0 Tweet 0

Condividi    

COMMENTI (0) - di la tua

Esprimi liberamente il tuo commento scrivendo nella finestra, indica nome, cognome ed indirizzo e-mail e il campo alfanumerico di sicurezza.

Ai sensi del D.lgs. 196/2003, La informiamo che i dati personali da lei forniti sono necessari per poter procedere alla gestione della Sua segnalazione e saranno utilizzati, con strumenti informatici e manuali, esclusivamente per tali finalità. Letta l'informativa ai sensi del D.lgs. 196/2003, cliccando sul tasto INVIA, autorizzo il trattamento dei miei dati personali, per le finalità e con le modalità ivi indicate.

Cognome *	<input type="text"/>	Nome *	<input type="text"/>
Indirizzo	<input type="text"/>	Città *	<input type="text"/>
CAP	<input type="text"/>	Provincia	<input type="text"/>
Nazione	<input type="text"/>		
Telefono	<input type="text"/>	Fax	<input type="text"/>
Azienda	<input type="text"/>	Professione	<input type="text"/>
Categoria *	<input type="text"/>		
E-mail*	<input type="text"/>	Sito web	<input type="text"/>

Messaggio

Codice di verifica



Voglio ricevere le new sletter settimanali