

Prosegue il focus sul comparto dell'acquacoltura italiana in collaborazione con l'**Associazione Piscicoltori Italiani (API)**. Si tratta di un approfondimento sulle imprese di troticoltura italiana che hanno saputo diversificare la produzione, creare eccellenze riconosciute a livello europeo e mondiale, investire nella innovazione dei prodotti rivoluzionari sostenibili e salutari.

La **FriulTrota** pur mantenendo ben salde le radici nelle origini e nella tradizione non ha tardato ad innovarsi, a testimonianza di ciò una produzione attenta alle esigenze del consumatore e la presenza sul web già in tempi non sospetti, pre covid per intenderci, con un sito dinamico e uno spazio dedicato all'e-commerce. **Mauro Pighin** ci racconta l'azienda di cui è titolare.



Per noi il rispetto delle tradizioni e l'impiego di metodi tradizionali di lavorazione sono fondamentali, ma la nostra azienda è nata in realtà proprio con un'innovazione: siamo stati i primi negli anni '80 ad offrire la Trota già pronta da mangiare, cogliendo le nuove esigenze dei consumatori che avevano sempre meno tempo da dedicare alla cucina, e valorizzando un prodotto del territorio che era poco considerato e ancora sottovalutato.

Nella nostra produzione abbiamo sempre posto un'attenzione particolare agli aspetti nutrizionali, utilizzando solo ingredienti naturali, senza l'impiego di coloranti e conservanti e impiegando metodi di lavorazione assolutamente studiati per preservare al meglio la ricchezza nutrizionale del pesce, in particolare il contenuto di Omega-3. Anche questa scelta si è rivelata vincente vista la crescente attenzione dei consumatori verso gli aspetti della propria salute legati all'alimentazione.



Il nostro prodotto principale è la **Regina di San Daniele**, la trota affumicata a freddo riconosciuta prodotto agroalimentare tradizionale italiano assieme al Fil di Fumo, il filetto di trota affumicato a caldo. Negli anni abbiamo costantemente innovato la gamma di pesci lavorati e di metodi utilizzati per la trasformazione, e contiamo oggi una varietà di oltre 30 specialità ittiche che vanno dai filetti cotti al vapore o affumicati, ai sughi agli stuzzichini. Tutte pronte da mangiare, si adattano facilmente anche a ricette più elaborate.

Da molti anni cerchiamo di raccontarci al meglio tramite il sito web e i social Facebook e Instagram. Abbiamo inoltre attivo lo shop online per raggiungere i nostri clienti anche nelle zone dove purtroppo non sono presenti negozi di gastronomia.



Per presenziare un mercato sempre più attento a valori sociali quali il rispetto per l'ambiente e la sostenibilità, l'acquacoltura ha la necessità di conformarsi a regole ben precise. Obbligo morale ma anche valore aggiunto spingono i produttori verso un approccio in grado di andare oltre la conformità. In che modo è possibile tener fede a questi valori pur rimanendo competitivi? Qual è il vostro modello di business?

Fortunatamente questi vincoli morali sono sempre stati alla base della nostra filosofia, da prima che diventassero mainstream.

Per il settore dell'acquacoltura la sostenibilità ambientale, oltre che un valore perseguito, è anche una necessità. Se non manteniamo un ambiente sano, nel tempo non ci può essere futuro. Materia prima sana vuol dire un prodotto finito sano. Vogliamo rimanere competitivi distinguendoci per la qualità, non facendo leva sui prezzi.

Come difendersi dalle fake news e veicolare invece le informazioni corrette sulla produzione e la trasformazione e la salubrità dei prodotti di acquacoltura?

Tramite una comunicazione diretta con i consumatori, veicolando messaggi trasparenti su tutti gli aspetti che riguardano la produzione: dalla materia prima, ai metodi di trasformazione utilizzati, alle proprietà nutrizionali del prodotto finito.

Impegnandosi nell'educare i consumatori riguardo i rigidi controlli che effettuiamo per assicurare la salubrità e sul fatto che la qualità ha un costo. Fargli capire che se di un prodotto valutiamo solo il prezzo, quello che non paghiamo alla cassa rischiano di pagarlo l'ambiente... e la nostra salute.



Vogliamo parlare del vostro "Fusillo 30-70"? Come nasce l'idea?

Con lo spirito innovativo che ci contraddistingue, oggi abbiamo pensato di spingerci oltre per abbinare le caratteristiche nutrizionali del pesce e dei cereali in un nuovo formato, creativamente italiano. Facile da trasportare e da preparare.

Da questa idea nasce **30-70**: una "pasta" che contiene il 30% di pesce e il 70% di cereali.

Un alimento all'apparenza semplice, ispirato alla tradizione alimentare italiana, ricco di proprietà nutrizionali.

È innanzitutto Ricco di Omega-3: la quantità di Omega-3 presente in una porzione consigliata di 100g corrisponde al fabbisogno giornaliero per la popolazione adulta di EPA+DHA, con bilancio Omega-3:Omega-6 di 2:1. È inoltre fonte di fosforo, fonte di proteine e a basso contenuto di grassi saturi. I macronutrienti bilanciati lo rendono ideale per la preparazione di un pasto completo, equilibrato e saziante.

30-70 è disponibile in due versioni: Fusilli 30-70 con pesce e mais (senza glutine) e Sedanini 30-70 con pesce, farro e legumi (Fonte di fibre).

Le sue caratteristiche nutrizionali rendono il prodotto ideale per chi persegue il benessere e crede nel valore dell'alimentazione per una vita sana, e per le particolari esigenze di sportivi, bambini e anziani. Per nutrirsi in modo sano senza rinunciare al gusto, e con un occhio di riguardo alla sostenibilità e alla praticità: 30-70 non richiede infatti la conservazione in frigorifero.

Anche se in maniera piuttosto light stanno riprendendo gli eventi dal vivo. Quanto è importante per la vostra azienda mettere ad occupare fisicamente i padiglioni fieristici?

Le fiere e gli eventi di degustazione sono fondamentali per noi: la Trota è un pesce spesso poco conosciuto e sottovalutato. L'assaggio è fondamentale per riuscire a trasmettere il vero valore dei nostri prodotti.

Per questo puntiamo molto anche sugli eventi degustativi in azienda, dove abbiamo creato uno spazio dedicato alla realizzazione di corsi di cucina con importanti Chef della regione, e degustazioni guidate anche in abbinamento a vini e altre specialità locali in ottica di promozione del nostro territorio.

Crede nel potenziale di una filiera coesa?

Certamente. Per assicurare un prodotto finito di qualità eccellente è necessario che tutti gli attori della filiera condividano metodi, principi e obiettivi.



Quali sfide il settore deve ancora affrontare e come lo immagina tra 10 anni?

La crescita della popolazione mondiale e i nuovi trend alimentari comporteranno una consistente aumento della domanda di prodotti ittici che non può essere soddisfatta dai portatori della pesca. Già oggi diversi stock di pesce selvaggio sono in sofferenza.

Ciò renderà necessario un adeguato incremento della capacità produttiva dell'acquacoltura. Questo sarà possibile solo promuovendo uno sviluppo sostenibile grazie al miglioramento delle tecniche di allevamento, favorito dalla ricerca e dallo sviluppo tecnologico.

Un altro rischio per le aziende di trasformazione medio piccole come la nostra sarà la competizione delle grandi aziende che operano a livello globale, spesso con regole diverse, contro le quali le nostre armi di difesa continueranno ad essere la qualità dei prodotti e la territorialità che li rende unici.

Per questo...siamo pronti!