



CLASSIFICHE TREND NOVITÀ CONSUMI COMUNICAZIONE BUSINESS ▾

TURISMO



Iscriviti alla newsletter

Home 2025 Settembre 13 Nascono le "farm" italiane del tonno rosso: progetto [Coldiretti](#) per sostenibilità, tracciabilità e nuovi mercati

BUSINESS

Nascono le "farm" italiane del tonno rosso: progetto [Coldiretti](#) per sostenibilità, tracciabilità e nuovi mercati



Creare fattorie del tonno rosso in Italia per rafforzare la sostenibilità della filiera, garantire ai consumatori un prodotto tracciato e di qualità e aprire nuove opportunità di mercato. È l'obiettivo del progetto lanciato da [Coldiretti Pesca](#) durante il vertice europeo del settore organizzato a Cetara, città simbolo della tradizione marinara italiana, con la partecipazione di operatori e rappresentanti istituzionali dei principali Paesi produttori. L'iniziativa sarà presentata lunedì 15 settembre a Bruxelles al Commissario Ue alla Pesca Costas Kadis dal presidente Ettore Prandini e dalla responsabile nazionale Daniela Borriello.

Recent Posts

La Grappa è l'unico spirits italiano ad Indicazione Geografica tutelata nell'accordo UE-Mercosur

Nascono le "farm" italiane del tonno rosso: progetto [Coldiretti](#) per sostenibilità, tracciabilità e nuovi mercati

L'Associazione Enotecche Italiane – Vinarius nomina Giuliano Rossi nuovo Presidente

Cantina Valpolicella Negrar annuncia la nomina di Francesca Marastoni a responsabile commerciale

Il Tortillas Tour di Dimmidisi trasforma le città italiane in un'esperienza di gusto, musica e allegria

Giovani, scuola e sport: l'importante ruolo dei salumi per energia, crescita e sostenibilità

Pesca e nettarina di Romagna Igp: proseguire nella valorizzazione del marchio e investire di più in comunicazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

080516

Al centro del progetto c'è un modello di sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Oggi la maggior parte del tonno pescato dalla flotta italiana nel Mediterraneo viene destinato a Malta per l'ingrasso e la successiva lavorazione. L'idea di **Coldiretti** è riportare questa fase in Italia, consentendo alle imprese ittiche di investire in impianti nazionali. L'ingrasso sarebbe "light", quasi di mantenimento, per offrire un prodotto più vicino al gusto italiano ed europeo, disponibile tutto l'anno e con caratteristiche organolettiche nuove. Prevista anche un'attenzione particolare all'impatto ambientale lungo tutta la filiera, dai materiali delle gabbie a quelli di confezionamento.

Le farm del tonno rosso coinvolgerebbero diversi segmenti della flotta, creando nuove opportunità di occupazione anche per gli impianti di trasformazione nelle comunità costiere. Il progetto si inserisce nella campagna di trasparenza del Masaf, che ha introdotto l'obbligo del sigillo di garanzia su ogni esemplare di tonno rosso per certificarne provenienza e qualità, valorizzando le circa 170 imbarcazioni autorizzate alla cattura.

Accanto al lancio del progetto, **Coldiretti** Pesca presenterà a Bruxelles anche le preoccupazioni per la proposta di bilancio della Commissione Von der Leyen che riduce drasticamente i fondi destinati al settore ittico, da 6,1 miliardi a poco più di 2 miliardi, con un taglio netto del 67%.



«
Spoon Brands entra nel capitale di
Rossopomodoro per accelerarne la crescita

La Grappa è l'unico spirits italiano ad Indicazione
Geografica tutelata nell'accordo UE-Mercosur
»

Related Post



Lollobrigida: nasce
l'Alleanza Europea per
difendere qualità e identità
del riso

Gruppo VèGé sponsor del
GP Red Bull di San Marino

Esselunga presenta la
collezione Liberty in
collaborazione con Pozzi
Milano 1876

Lidl conferma la partnership
con UEFA Europa League e
UEFA Conference League

Simone Masè lascia il ruolo di
Direttore Generale del
Gruppo Lunelli. Interim a
Matteo Lunelli

Elena Arpegaro è la nuova
head of marketing di Julius
Meinl Italia

Federazione Latterie Alto
Adige lancia la sua prima
campagna nazionale,
'Buono per davvero'

Il celebre vaso bianco e blu
Amarena Fabbri celebrato
in un francobollo

Oleificio Zucchi celebra 215
anni di storia con un
francobollo commemorativo

Vicenzi lancia Grisbi made
with KitKat, limited edition
che unisce due icone del
gusto

Mowi sfata i falsi miti sul
salmon

Old Wild West premia i
giovani talenti con la prima
edizione del contest 'Music
Star'

Chupa Chups è Official
Partner di Fiera Milano Live