Las pescaderías españolas organizan un concurso en internet para elevar su consumo

Noticias
El objetivo de "Fishfan" es atraer a los ciudadanos hacia el pescado y "poner en valor" el papel de los pescadero

La Federación Nacional de Detallistas de Pescados y Productos Congelados (Fedepesca) ha presentado el concurso "Fishfan" **[1]**, una iniciativa en internet para premiar a los aficionados y amantes del pescado o del marisco y reactivar así el consumo.

El objetivo de "Fishfan" es atraer a los ciudadanos hacia el pescado y "poner en valor" el papel de los pescaderos, mediante una plataforma en español y en inglés, con la que se pretende especialmente acercar estos alimentos a los jóvenes, según ha explicado el presidente de Fedepesca, Gonzalo González.

El concurso, abierto hasta el próximo día 30 en la web comepescado.com, en español y en inglés, tiene tres categorías: para quien comparta la campaña -enlazando a su web o a través de las redes sociales-; para vídeos o fotografías, y para consejos profesionales. Una de ellas premia la "experiencia" relacionada con la pesca y la acuicultura, es decir fotos, vídeos relacionados con la compra en un establecimiento minorista, de platos elaborados o pescando; en cuanto a la de "consejos", tendrán un máximo de 140 caracteres y tratarán sobre productos costeros o de temporada. Entre los premios a los que se opta en el concurso figuran cenas, viajes o experiencias pesqueras. La iniciativa cuenta con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y fondos de la Unión Europea (UE).

El director general de Industrias Alimentación, Fernando Burgaz, y el director general de Recursos Pesqueros, Carlos Larrañaga, han insistido, durante la presentación, en la caída de la ingesta de pescado en España durante los últimos años. Burgaz ha apuntado, no obstante, que el descenso del consumo en los hogares fue superior entre 2009 y 2012, con una bajada del 3,7 % anual, mientras que entre 2012 y 2015 ese retroceso se ha moderado al 1,1% anual.

Larrañaga ha apuntado que en estos momentos es fundamental el papel del pescadero y el transmitir "boca a boca" la necesidad de tomar pescado, especialmente entre los más jóvenes, que lo rechazan porque no saben cómo cocinarlo o conservarlo en la nevera.

No obstante, la directora de Comercio Interior del Ministerio de Economía, Carmen Cárdeno, ha afirmado que las ventas veraniegas en áreas costeras, asociadas al turismo, han sido alentadoras, lo que, según ha declarado a Efeagro el presidente de Fedepesca, se ha notado positivamente en zonas como Galicia, Asturias, País Vasco, Murcia, Andalucía y Cataluña.

La campaña "Fishfan", que comenzó a mediados de agosto, ha registrado hasta ahora la visita en internet de 750.000 personas, un 46 % en inglés, con un 40 % de internautas no españoles (europeos, de EEUU o latinoamericanos).

Redacción

Enlaces:
[1] http://comepescado.com/fishfan/