

OMNIROMA

Omniroma-CAR, PALLOTTINI: "APERTO A FAMIGLIE PER NATALE E CAPODANNO"

(OMNIROMA) Roma, 18 dic - "Le previsioni dei ricercatori, messi a lavoro su dati del 2008 e su stime economico-commerciali relative al periodo in corso, prefigurano 35.000 consumatori in entrata nel Centro Agroalimentare Roma (furono 10.000 il 19 dicembre 2008) nei prossimi nove giorni di aperture agli utenti non professionale. Cioè famiglie. Per fedeltà alle tradizioni natalizie dei commercianti romani, per promuovere i consumi di salutari freschezze alimentari soprattutto locali (verdure, frutta e pesce) preziose anche nella prevenzione nutrizionale dei disturbi più vari, per compiacere consumatori in affanno economico offrendo squisitezze stagionali a buon mercato, anche quest'anno per le feste natalizie e i relativi cenoni al Centro Agroalimentare di Roma è stato varato il calendario ufficiale delle giornate con le aperture speciali ai consumatori". E' quanto si legge in una nota del Centro Agroalimentare di Roma. "Per sette giorni (da domani 19 dicembre, domenica 20, martedì 22, mercoledì 23, giovedì 24, mercoledì 30, giovedì 31) sarà il seducente mercato ittico che dalle 7 fino 12 aprirà i suoi 48 box commerciali alla golosa concupiscenza di consumatori allettati da pesce, molluschi, crostacei di parecchie decine di specie, varietà, sapori e provenienze diverse - prosegue la nota - Per due giorni (il 27 dicembre ed il 3 gennaio) toccherà invece ai grossisti attivi nelle due maestose gallerie del Mercato Ortofrutticolo aprire i loro 120 odorosi punti vendita (dalle 8 alle 12) agli appetiti di una clientela formata soprattutto da famiglie romane. Ma pure da cittadini dei paesi della Valle dell'Aniene e dell'Agro Tiburtino. Solo domenica 20, infine, tutte e tre le strutture del Car saranno aperte a un'utenza non professionale felice dal 2002 di questo servizio che la società di gestione Cargest giudica utile anche per formare e informare consumatori garantiti da qualità, convenienza e sicurezza. I grossisti ittici quest'anno hanno tre obiettivi". "Innanzitutto - spiega il Consigliere delegato di Car Scpa, Arturo Carpignoli - rilanciare i consumi vendendo a prezzi allettanti anche varietà che i consumatori non conoscono, trascurano, ignorano, rifiutano, malgrado costino molto meno delle varietà commerciali che per le Feste invernali toccano cifre alte per il rigido concentrarsi della domanda su 5 o 6 prodotti in pochi giorni prima del cenone del 24>. Carpignoli ha lanciato la campagna 'Pesce azzurro campione del mondo' proprio per dare peso alle vendite di alici, aliciotti, maccarelli, sarde, sgombri e perché i mercati rionali conservino l'usanza cortese e furba di pulire, eviscerare, sfilettare gratis il pesce azzurro". I prezzi? "Non esistono indici precisi - spiega Massimo Pallottini Direttore generale del Car - ma di solito i listini delle vendite ai consumatori sono più convenienti di quelli di dettaglianti e supermarket dal 20 al 40%". Agli esercenti che potrebbero soffrire questa concorrenza Pallottini oppone il secondo obiettivo della iniziativa: "Vogliamo diffondere i consumi di pesce in aree della provincia, come l'Agro Tiburtino e la Valle dell'Aniene, dove le pescherie sono scarse, i supermercati puntano sul congelato e i prezzi del fresco volano. Noi concorrenza ai dettaglianti? No, pubblicità". Terzo obiettivo: informare. "Con 48 box in 20.000 metri quadri - dice Carpignoli - la varietà merceologica del mercato ittico del Car è enorme e articolata oltre le tipologie più richieste e più costose (spigole, orate, dentici, rombi, scorfani, scampi, gamberi, ostriche). Con saraghi, cernie, dentici, ombrine, polpi, gallinelle, occhiate, lampughe, ricciole, cefali, seppie, fraulini, anguille, arzille, tonni, capitoni si fanno delizie a buon mercato". "A tutela del Car e delle famiglie che vi entrano il Dipartimento di prevenzione della ASL Rm10, dalla quale dipendono cinque veterinari che a turno verificano freschezza, qualità e tracciabilità del pesce venduto nel mercato ittico del Car (controllati anche dai Nas e dalla Capitaneria di Fiumicino) in questi giorni ha intensificato le visite e chiede ai grossisti l'assoluto rispetto delle norme igienico-sanitarie contrattualmente sottoscritte", conclude la nota. "Indispensabile - dice Pallottini - l'esposizione dei prezzi, il riferimento alla provenienza dei prodotti e soprattutto una specifica molto precisa: fresco o congelato".