

LA RUBRICA

Alcuni utili consigli da parte
del presidente dei grossisti ittici

Dal Car i "dieci comandamenti" per scegliere il pesce migliore Carpignoli: *Gustiamo i sapori del mare*

DAL CENTRO Agroalimentare Roma, guida all'acquisto delle specialità ittiche. Il "decalogo" Carpignoli, cioè "I dieci comandamenti per gustare i sapori del mare" del presidente dei grossisti ittici della Confcommercio romana.

Presidente da una vita dei grossisti ittici della Confcommercio romana (IttiRoma), a suo tempo consigliere del ministro Alemanno e del sottosegretario Scarpa Bonazza per l'agricoltura e la pesca, responsabile della "Conferenza permanente per i molluschi bivalvi" e presidente della Authority per la pesca di Ancona, San Benedetto, Civitanova, ma anche memoria storica dei Mercati generali di Roma (dove da bambino lavorava con la famiglia), il Cavaliere del Lavoro Arturo Carpignoli è il maggior esperto di commercio del pesce in tutt'Italia. Perciò è il consulente più autorevole per spiegare ai lettori di *Guidonia Oggi* le dieci regole d'oro in base alle quali - in vista di liete e salutari scorpacciate estive di pesce - acquistare prodotti freschi, salubri, gustosi e di eccellente qualità a prezzi equi.

1) Fornitore - Se per comprare un anello da tenere al dito ci si rivolgersi ad orefici, o a gioiellieri di fiducia, a maggior ragione per comprare cibi freschi deperibili come il pesce che mangeremo con figli, parenti, amici, bisogna andare in prima istanza dal pescivendolo dal quale siamo abituati a fornirci. E lo stesso vale per i ristoranti.

2) Occhi di pesce - Quelli del pesce fresco si riconoscono perché, oltre ad essere lucidi e brillanti, non sono infossati, né "rientrati nelle orbite" e presentano una leggera convessità verso l'esterno, simile a un gonfiore.

L'occhio che, invece, sembra secco, quasi schiacciato e "rientrato nell'orbita", non è quello di un prodotto freschissimo.

3 - Un tipo appiccicoso - La consistenza del pesce è un altro importante indice delle sue condizioni di freschezza, specie se al tatto è tesa, elastica, soda, compatta e se ha la lucentezza della pelle del pesce fresco, con le scaglie attaccate al corpo.

Un altro aspetto essenziale della freschezza è la



"appiccicosità" quasi collosa della pelle.

4) Rintracciate quel branzino - Rispetto a un passato anche vicino, la legislazione che tutela i consumatori ha fatto enormi passi avanti.

E oggi per chi vende all'ingrosso e chi lo fa al dettaglio, c'è l'obbligo di etichettare i prodotti con precisione e rigore per garantire al consumatore la "tracciabilità" di ciò che compra cioè l'identità di specie, la provenienza, se è pesce di mare o di acqua dolce, se è stato pescato o allevato e

dove, etc. Senza questi dati, è meglio non fidarsi.

5) - Non aprire quelle branchie - Se nel passato si cercava il colore rosso nelle branchie del pesce per verificarne la freschezza, oggi si ritiene questo cautela inutile o poco indicativa. Meglio riscontrarne l'umidità. Infatti, in passato qualche venditore non serio arrossò artificialmente con sostanze irritanti le branchie del pesce vecchio. E io stesso, anni fa, pescai una splendida spigola con branchie pallide, rosee, esangui.



Arturo Carpignoli,
presidente
dei grossisti
ittici del Car

6) Puzze o profumi? - L'odore del pesce è importante e può causare liti. "Annusi questo inebriante profumo di pesce freschissimo: odore di spiaggia con una mareggiata" dice uno dei due litiganti all'interlocutore che risponde irritato: "Inebriante aroma di mare? E' puzzo di marcioli!" Ai due contendenti proporrei questo principio. Un giudizio di qualità su sapori e odori sarà sempre soggettivo. Ma dovendo giudicare l'odore di un pesce si sappia che se è davvero fresco la semitotalità delle varietà

ha odore leggero, delicato, tutt'altro che acuto e niente affatto penetrante. Se l'odore è forte, persistente, disgustoso, non dobbiamo vergognarci di chiamarlo puzzo e di rifiutare il pesce dal quale proviene. Ma in verità, non ho mai visto un pescivendolo vendere pesce puzzolente; c'è tutto l'interesse ad eliminare subito un prodotto così.

7) Le cozze morte - Le cozze si comprano vive in sacchetti che ne indichino le origini e la data di produzione. Se una conchiglia aperta non si chiude al mi-

nimo gesto di sollecitazione, il mollusco è già morto e non va mangiato. Analogamente se in un sauté di cozze o in ogni altro piatto di cozze una conchiglia è chiusa e tale resta, è meglio non mangiare il mollusco, morto chiaramente prima di esser cotto dalla acqua calda. La conchiglia dev'essere lucida, chiusa, pesante e il corpo deve aderire alla conchiglia. Le cozze non si lavano con l'acqua dolce. Mangiarle crude? Rischia di essere un azzardo, se non si conosce chi le ha preparate.

8) Cozze in grigio - Senza dilungarsi in complesse e noiose disamine delle prerogative e delle diverse origini dei tipi di cozza in commercio, in Italia o all'estero, consiglio di scartare quelle di colori diversi dal giallo-arancio al quale i consumatori europei e mediterranei sono più abituati. Ci sono anche varietà più chiare e più bianche, più beige, più rosate e grigiastre altrettanto pregiate e gustose.

9) Gamberi scoloriti - Se poco dopo l'acquisto di una data quantità di gamberi si vede che la testa di molti ha perso l'usuale pigmentazione rosa, o rossa, per assumere un colore che man mano da grigio si scurisce fino ad assumere sfumature scure non ci si deve allarmare.

Vuol dire che quei gamberi non sono stati trattati con bisolfito di sodio: un additivo il cui impiego per mantenere il migliore aspetto commerciale dei gamberi è del tutto lecito, ma non depone a favore della freschezza dei crostaceo.

10) L'acqua dell'ostrica - Lavando le ostriche nell'acqua dolce si dimostra di non capire nulla di questo mollusco.

Intanto, privarlo di quel poco d'acqua di mare che tiene all'interno significa privarlo del suo gusto pregiato. Anche più grave sarebbe tenere l'ostrica in acqua dolce anche poco tempo perché nell'acqua dolce non resta a lungo in vita. Sono così buone e così care le ostriche, che vanno trattate bene e ricordando che il vecchio consiglio di evitarle nei mesi senza la "erre" (giugno, luglio, agosto) proviene da epoche lontane nelle quali non c'erano ancora sistemi di refrigerazione.

Il Centro Agroalimentare rimarrà aperto anche ad agosto

AL CAR solo nel giorno di Ferragosto si fermeranno le attività commerciali e distributive. Il Centro Agroalimentare Roma ad agosto non chiude i battenti.

Anche sotto il solleone di agosto, il Centro Agroalimentare Roma assicura la continuità giornaliera degli approvvigionamenti di prodotti ortofrutticoli ed ittici freschi destinati al rifornimento della rete distributiva e degli esercizi di ristorazione della Capitale e dei territori ad essa contigui del Lazio e delle altre regioni

centromeridionali. A eccezione soltanto del giorno di ferragosto, le aziende grossiste della Città dei Commerci rimarranno quindi aperte alle aziende clienti per permettere ai mercati rionali, ai supermercati, ai negozi di frutta e verdura, alle peschierie e ai ristoratori di soddisfare le loro esigenze aziendali. Più precisamente, per il Mercato ortofrutticolo del Car l'orario di apertura obbligatoria rimarrà (fino al 15 settembre) dalle ore 02,30 alle 10 dal lunedì al venerdì e quello facoltativo dalle

14 alle 18. Quanto al Mercato Ittico l'orario obbligatorio resta, invece, quello dalle 02 alle 08. Pur con la garanzia del pieno funzionamento del Car pure in agosto, va considerato fisiologico il rallentamento delle attività e qualche breve chiusura delle serrande da parte delle aziende interne. Con questa premessa, l'apertura ai consumatori finali del mercato ittico resta di sabato dalle 8 alle 12, per il Mercato Ortofrutticolo sempre il sabato, ma dalle 8 alle 10,30.

L'area comunicazione di Cargest rivela: visite aumentate del 66%, visitatori del 150%

E il portale tocca quota 5 milioni di click

SUL PORTALE web del Car 5 milioni di click: le visite aumentano del 66% e i visitatori addirittura del 150%. L'Area Comunicazione di Cargest: «Riceviamo circa 25.600 single visitors al mese».

Con un aumento dei singoli visitatori pari al 32% ed un incremento pari al 33% delle visite (gli hits) rispetto ai precedenti monitoraggi di appena 3 mesi fa (marzo 2007) il monitoraggio degli accessi al portale web del Centro Agroalimentare di Roma ha brillantemente superato la quota dei 5 milioni di click e sfiora ormai il traguardo dei 270.000 singoli visitatori. «Sono risultati di assoluta rilevanza e non soltanto statisti-

ca - spiegano dall'Area Comunicazione di Cargest che sovrintende dall'ottobre 2005 alla cura ed all'aggiornamento del portale www.agroalimroma.it - perché bisogna leggerli nel contesto delle cinquanta pagine di rilevazioni e anche alla luce degli interessi e delle motivazioni di chi naviga nel portale prediligendo le news giornalistiche, le rassegne fotografiche, i listini prezzi». Malgrado il normale calo di interesse fisiologicamente rilevato anche l'estate scorsa nel luglio 2006 - in concomitanza forse con le distrazioni delle vacanze e la sonnolenza indotta dal solleone - il periodico monitoraggio degli accessi al portale del Car

datato al 31 luglio scorso sancisce il grande successo per la società di gestione Cargest. In dodici mesi (luglio 2007 su luglio 2006), le visite si sono moltiplicate da 158.968 a 263.337 (+66%) e i visitatori da 7.866 a 19.637 (+150%). Ad appena 22 mesi dalla messa on line del portale www.agroalimroma.it diretto dal giornalista professionista Fabrizio Venturini, gli hits totali sono stati inoltre 5.040.544 a fronte dei 3.800.000 registrati nella precedente rilevazione del marzo 2007 e corrispondenti alla media giornaliera di 400 visitatori, che vale un aumento del 32% della cifra (302) rilevata a marzo.

