Il pesce Doc dell'Adriatico trova nuovi fans al Meeting

A Rimini la Regione presenta le nuove iniziative autunnali

— RIMINI —

IL PROGETTO di promozione per conoscere e consumare il pesce dell'Adriatico è partito l'anno scorso dal 'Meeting dell'amicizia' di Rimini e ora, nel grande stand della Regione Emilia-Romagna, si fa il punto sui tanti filoni in cui si è sviluppato il progetto 'La strada del pesce-Occhio al marchio' lungo i mesi della primavera e dell'estate sulla Riviera adriatica.

«L'anno scorso al Meeting — spiega l'assessore regionale alle attività produttive, Duccio Campagnoli — abbiamo testato il progetto proprio qui, con una ricerca sul rapporto tra i giovani e il loro rapporto con il prodotto ittico, e ne abbiamo tratto indicazioni importanti non solo per quanto riguarda le abitudini di consumo, ma anche per capire meglio quale tipo di cultura del mare abbiano le giovani generazioni».

E cosa è venuto fuori?

«Alcuni elementi molto interessanti. Prima di tutto che i giovani si accostano volentieri a questo tipo di alimentazione, ma anche che tendono a dare la preferenza, confermando la tendenza al pasto veloce e informale, a preparazioni pronte o surgelate. Al tempo stesso abbiamo verificato che, con una attenta politica informativa, i ragazzi sono pronti ad accettare le proposte alimentari legate alle diverse preparazioni del pesce, dei molluschi e dei crostacei tipici del nostro mare».

Ma al 'Meeting' avete anche cucinato il pesce?

«Certo. Sia l'anno passato che quest'anno, anche se con modalità diverse. In questi giorni, in collaborazione con Summertrade, società della Fiera di Rimini, abbiamo attivato un punto di ristoro 'take away' con il nostro marchio dedicato ai giovani e alle famiglie. E anche questa volta stiamo incontrando una risposta molto favorevole. Dall'apertura del Meeting ad oggi sono diecimila le persone che hanno visitato lo stand e oltre duemila gli assaggi di pesce dell'Adriatico distribuiti».

E dai giovani 'ciellini' avete avuto la conferma della bontà del vostro progetto?

«E' stato un contributo importante che ci ha permesso di calibrare meglio alcuni aspetti delle tante inziative contenute in un progetto molto articolato e per alcuni versi innovativo anche sul versante dell'organizzazione».

In che modo innovativo?

«Perché per la prima volta abbiamo distribuito il lavoro tra la Regione, in questo caso il mio assessorato, e le province rivierasche, Ferrara, Ravenna, Forlì-Cesena e Rimini. E il risultato è stato molto incoraggiante, sia per il coordinamento organizzativo sia, soprattutto, per la risposta del pubblico».

Durante il Meeting non ci saranno solo assaggi di sarde e peveracce, ma incontri per approfondire i tanti temi legati allo stato dell'Adriatico. Così nei giorni scorsi il professor Attilio Rinaldi, che sulla Daphne controlla la salute del nostro mare ha ricordato che negli ultimi dieci anni l'Adriatico è decisamente migliorato: «Si sono ridotte le immissioni di nutrienti e, grazie anche al depuratore di Milano, l'eutrofizzazione di un tempo è a livelli tollerabili se non quasi scomparsa».

E il professor Corrado Piccinetti, responsabile del Bes, il dipartimento di biologia evoluzionistica sperimentale dell'Alma Mater, ha spezzato una lancia a favore del progettato 'distretto' dell'Alto Adriatico che dovrebbe coinvolgere le regioni del versante italiano e slavo: «Perché — spiega — le diverse specie ittiche si spostano ciclicamente tra le coste ed è nell'interesse di tutti poterle studiare e conoscere meglio».

Assessore, la campagna 'Occhio al marchio' finisce qui al Meeting o avrà ulteriori sviluppi?

«No, continuerà. Da ottobre cominceremo a mettere in campo la seconda parte, questa volta alleati con Slow Food: dopo aver coinvolto le zone costiere, sarà la volta delle città dell'interno».