

Viaggio tra il pesce dimenticato

Dal 30 al 70 per cento del pescato sono “scarti”, che spesso i cittadini non vogliono. Sul peschereccio per imparare a conoscerlo



VIAREGGIO - «Non sappiamo mai cosa raccolgono le reti...», dice Moreno, pescatore da una vita, guardando il mare sulla sua barca “Mass 500”. Non tutto il pesce che viene tirato su corrisponde con i gusti del mercato. Dal 30 al 70 per cento del pescato sono “scarti”, pesci che spesso i cittadini non vogliono: «Magari semplicemente non lo sanno cucinare oppure non lo conoscono», spiega Maurizio Acampora, presidente della Cooperativa Mare Nostrum. Si chiama “pesce dimenticato” e la Regione Toscana con un progetto punta a rilanciarlo.

Sardine, acciughe, sugarello, polpo e razza di sabbia, pesce sciabola, muggine e palamita. Sono solo alcuni degli abitanti del mare della Toscana che finiscono in abbondanza nei pescherecci, ma difficilmente riescono ad arrivare sulla tavola. Più semplicemente ribattezzato “pesce povero”. «E' un pesce buono – dice Silvia Gambaccini della Lega Pesca – e contiene proprietà nutritive importanti». E soprattutto costa poco, una media di 5 euro al chilo, in confronto ai 30 euro del pesce pregiato. In tempi di crisi economica sembra quasi impossibile che esistano “scarti”: «Di solito siamo costretti a ributtarlo in mare – racconta Ancampora – anche se è uno spreco incredibile».

Da qui nasce il progetto del “pesce dimenticato”, che nel giro di qualche anno ha prodotto i primi risultati: 20 ristoranti toscani che propongono regolarmente dei piatti di pesce povero nei loro menù, 40 chili di pescato ordinato ogni settimana e 300 mila euro di fatturato nei primi mesi del 2012. Un viaggio in peschereccio, con gli assessori regionali Cristina Scaletti e Gianni Salvadori, è stata l'occasione per vedere da vicino l'attività dei pescatori. «Credo che quest'attività vada sostenuta – afferma Salvadori – dobbiamo intensificare questa esperienza ci sono le condizioni per farlo: una scommessa che non è ancora vinta, ma quasi». «Dobbiamo assecondare la crescita sostenibile del mare - dice Scaletti - accompagnata da percorsi come questo, legato a filiera corta che premia quello che è un prodotto che fa tanto bene».

Le prossime iniziative saranno dei percorsi formativi negli istituti alberghieri, delle serate a tema in collaborazione con Unicoop Firenze e la promozione del pesce povero all'interno di “Vetrina Toscana e in collaborazione con “Le strade del Vino”, con il “Consorzio per la tutela dell’Olio extravergine d’oliva Toscano IGP” e con il “Consorzio del pane toscano a lievitazione naturale”.