



Città
metropolitana
di Milano



PARCO
AGRICOLO
SUD
MILANO

Arte e scienza del cibo

Periodico gratuito
Anno 10 - n. 6
20 giugno 2022
www.cibiexpo.it



centro studi
anticontraffazione



Capelli ben nutriti



La pappa reale

Aldo Cazzullo, scrittore per attitudine e passione



inrete
● ● Digital

Ascoltiamo. Definiamo. Raggiungiamo.

www.inretedigital.it

MONZA

Via Latera Destra Nobel, 49 – 20851 Lissone MB

MILANO

Via G. Fara, 35 – 20124 MI

ROMA

Piazza di Pietra, 31 – 00186 RM

EDITORIALE

Consumo energetico

Non parlo di quello delle nazioni o delle aziende. Parlo degli umani e del loro personale fabbisogno, che varia da soggetto a soggetto e da un giorno all'altro, in relazione per esempio all'età o al sesso. Lo soddisfiamo con il cibo.

Ma è vero che più mi muovo più energia spendo? E, quindi, che più mi muovo più posso mangiare? Non necessariamente. Herman Pontzer, professore di antropologia evolutiva alla Duke University, una delle più prestigiose degli Stati Uniti, ha misurato il consumo di energia di esseri umani e primati (molto limitato rispetto ad altri mammiferi) alle prese con diverse attività e vari stati d'animo e ha dimostrato che l'uomo ne spende molta di più delle altre grandi scimmie, probabilmente per via del cervello che, da solo, erode quotidianamente un quinto del totale. In rapporto alla massa corporea, l'uomo ne brucia il 20% in più al

giorno rispetto agli scimpanzé, il 40% in più rispetto ai gorilla e il 60% in più rispetto agli oranghi. Questi consumi di energia non possono però essere spiegati in base a differenze nell'attività fisica ma piuttosto a uno specifico adattamento metabolico.

Per quanto poi riguarda il grasso corporeo, i maschi della specie umana ne accumulano il doppio delle altre grandi scimmie, e le femmine il triplo.

Dunque, riassumendo, consumiamo più energia ma, ciò nonostante, accumuliamo più grasso. Viviamo a lungo, con tassi di crescita, riproduzione e invecchiamento eccezionalmente lenti.

Allora è vero che chi va piano va lontano. Anche sano?

Non sempre. ■

*Paola Chessa Pietroboni
direzione@cibiexpo.it*



Ben fatto

Il tipico condimento ligure **5**

di Elisa Alciati

C'è del buono

Le aziende del futuro puntano sul welfare **6**

di Anna Francioni

Ricerca e innovazione

Esemplare sintonia tra scienza e pratica **8**

di Julia Rizzo

Chi è Ley? **10**

di Marta Pietroboni

Gourmonde

Ucraina **12**

di Alessandra Meda

Storia del cibo

Le cotture in 4 elementi **14**

di Riccardo Vedovato

Protagonisti

Aldo Cazzullo **16**

di Paola Chessa Pietroboni

Segreti della spesa

La senape **19**

di Giovanni Romano

Alimentazione e salute

Capelli ben nutriti **20**

di Fabio Rinaldi e Anna Trink

Made in Italy

L'etichettatura delle uova **22**

di Daniela Mainini

Free from fake

La pappa reale **24**

di Giorgio Donegani

Tendenze

Battipaglia, il primo hub del freddo **25**

di Tiziana Mazzitelli

La spesa a tempo di musica **26**

di Alessandra Meda

La colatura di alici **27**

di Carolina Cusumano

La DOP Economy **28**

di Marta Pietroboni

Anziani. Protagonisti in cucina **30**

di Mauro Del Corpo

Vitigno autoctono da scoprire **31**

di Elisa Alciati

Hanno collaborato a questo numero

Centro Studi

Anticontraffazione

Il Centro Studi Anticontraffazione

è il dipartimento del Centro Studi

Grande Milano che si occupa

esclusivamente di tutela della

proprietà intellettuale, made in

Italy e lotta alla contraffazione.

Monitora i settori più colpiti

dalla contraffazione nelle aree

metropolitane, in Italia e

all'estero, collaborando con tutte

le Forze dell'Ordine preposte al

contrasto del fenomeno.

Giorgio Donegani

Tecnologo esperto di educazione

alimentare, consigliere OTALL

(Ordine dei Tecnologi Alimentari

Lombardia e Liguria).

www.giorgiodonegani.it

Libero Gozzini

Vive e lavora a Milano come

illustratore. Diplomato all'Istituto

d'Arte applicata del Castello

Sforzesco, è tra i fondatori dello

Studio Ink e dell'Associazione

Illustratori, della quale è stato

presidente. Negli anni '70

e '80 collabora con numerose

agenzie di pubblicità di Milano,

realizzando anche spot televisivi.

Per i lungometraggi di animazione

Joan Padan e *Opopomoz* realizza

i *modelling* tridimensionali, come

pure i personaggi di Cippiuti di

Altan e del Signor Rossi

di Bozzetto. Molti i lavori per

l'editoria e la Scuola di Fumetto.

BEN FATTO

Il tipico condimento ligure

Il pesto alla genovese, meglio ancora il Pesto: una salsa il cui protagonista indiscusso è il basilico

Nelle foto:
1. alcuni tra i principali ingredienti del pesto ligure;
2. il tipico mortaio in marmo;
3. il pesto, pronto per condire.

La pianta proviene da India e Asia tropicale ed è conosciuta da almeno cinquemila anni. Ne esistono moltissime varietà. Ma nel suo luogo d'elezione, a Prà, nel Ponente ligure, oggi viene indicata con un nome ben preciso: Basilico Genovese DOP.

Il motivo è che il basilico non è tutto uguale, ed è provato che il profilo organolettico varia molto in base alle caratteristiche pedoclimatiche. La DOP, quindi, serve a identificare questo specifico profilo: foglia piccola e tenera, sapore delicato e privo di sentori di menta.

La ricetta per il miglior pesto richiede ingredienti precisi: Basilico Genovese DOP, Parmigiano Reggiano DOP (meglio se almeno di 24 mesi), Pecorino Sardo, Pinoli di Pisa, Aglio di Vessalico e olio extravergine di oliva taggiasca (entrambi noti per la loro estrema delicatezza) e, infine, sale. Devono essere dolcemente pestati nel mortaio di marmo e amalgamati fino a che non si formi una crema omogenea. La modernità consente l'utilizzo del frullatore,

purché non si surriscaldino le lame.

Il risultato deve essere un'esplosione di sapore in cui ogni ingrediente è percettibile ma nessuno prevarica l'altro. Tutti coesistono esaltandosi a vicenda.

Ingredienti (indicativamente per 4/5 porzioni)

- 2 mazzetti di Basilico Genovese DOP
- ½ bicchiere di olio extravergine di oliva taggiasca
- 70 g di Parmigiano Reggiano DOP
- 40 g di Pecorino Sardo
- 50 g di Pinoli (meglio se di Pisa)
- sale
- 1 spicchio d'Aglione di Vessalico

Preparazione

Lavare il basilico e asciugarlo. Porlo all'interno del mortaio con i pinoli, il Parmigiano Reggiano e il Pecorino Sardo. Schiacciare con cura fino a ottenere una poltiglia alla quale aggiungere aglio battuto e sale. Diluire con acqua bollente e, sempre pe-

stando, amalgamare con l'olio extravergine di oliva fino ad avere un'emulsione compatta.

Ingredienti, dosi e passaggi per la preparazione provengono dalle ricette di Ferrer Manuelli in "Pesto e Buridda", volume scritto nel 1974 insieme a Dario G. Martini ed edito da Marco Sabatelli di Savona.

Utilizzo

Il pesto si utilizza per condire, oltre alla pasta comune o agli gnocchi, varietà tipiche liguri come: trenette, trofie, croxetti o corzetti, mandilli.

Inoltre, si aggiunge al minestrone, possibilmente con le croste di Parmigiano Reggiano. Ma questo è un altro "Ben Fatto". L'eventuale avanzo può essere conservato per diversi giorni all'interno di un barattolo di vetro, ponendolo sott'olio. ■

Elisa Alciati
elisa.alciati@libero.it



I contatti della redazione

CiBi

Arte e scienza

del cibo

Periodico gratuito

Anno 10 - n. 6

Milano

20 giugno 2022

Direttore responsabile:

Paola Chessa Pietroboni

Redazione:

Alessandro Caviglione

alessandro.caviglione@cibiexpo.it

Giovanni Romano - giovanni.romano@cibiexpo.it

Marta Pietroboni - marta.pietroboni@cibiexpo.it

Relazioni istituzionali:

Cinzia Maddaloni - maddalonicinzia@gmail.com

Comitato scientifico:

Ettore Capri - Ordinario di Chimica agraria -

ettore.capri@unicatt.it

Giorgio Donegani - Tecnologo esperto

di nutrizione, consigliere OTALL

Flavio Merlo - Sociologo - flavio.merlo@unicatt.it

Toni Sàrcina - Storico della cucina

e dell'alimentazione - altopalato@altopalato.it

Fotografo: Guido Valdata

Illustratore: Libero Gozzini

info@gozzinilibero-illustratore.com

Realizzazione editoriale: Cibi srl

Redazione: Via Carchidio 2,

20144 Milano

Email: info@cibiexpo.it

Editore: Cibi srl

Presidente del consiglio d'amministrazione:

Paola Chessa Pietroboni

Sede legale: Corso Sempione 62, 20154 Milano

P.IVA: 08210050962

Progetto grafico: Marco Matricardi

Stampa: © 1994–2020 Pixartprinting S.p.A.

a socio unico

Stampato su carta patinata opaca 170 gr

CLASSIC DENIMATT PATINATA OPACA

Registrazione: n. 104 del 3/04/2013

presso il Tribunale di Milano

© 2019 Cibi srl

È vietata la riproduzione anche parziale

di testi, grafica, immagini e spazi pubblicitari

senza l'autorizzazione dell'Editore. L'Editore

dichiara la propria disponibilità a regolarizzare

eventuali omissioni o errori di attribuzione.

Pubbliche relazioni:

Marta Pietroboni – marta.pietroboni@cibiexpo.it

Visita il nostro sito

www.cibiexpo.it

Troverai approfondimenti, contenuti extra

e la versione digitale dei numeri precedenti

di CiBi.

Nella prossima uscita:

Hugo Vau, surfista

da record, attivista

e tanto altro.



Le aziende del futuro puntano sul welfare

Edenred Italia presenta i dati dell'Osservatorio Welfare 2022: empowerment femminile, giovani e sostenibilità sono tra le priorità delle aziende più all'avanguardia

Tra emergenza pandemica, conseguente crisi finanziaria e conflitto esteuropeo, è indubbio che negli ultimi 2 anni il quadro economico e sociale internazionale sia mutato radicalmente. Il mondo del lavoro, in particolare, è il settore che ha subito maggiori trasformazioni, non solo negative. Basti pensare alle nuove opportunità di lavoro flessibile, che hanno permesso a tante lavoratrici e tanti lavoratori di conciliare l'impiego con l'attività di cura dei figli o dei familiari più anziani. In questo contesto, si rivela quindi sempre più cruciale il ruolo del welfare aziendale come misura integrativa di carattere sociale, ma anche come strumento di integrazione del reddito, secondo quanto emerso dall'indagine sui comportamenti delle aziende dell'Osservatorio Welfare a cura di Edenred.

Le nuove generazioni attratte da gratificazioni alternative

Realizzata negli ultimi mesi del 2021 su un campione di 530 mila utenti e circa 3 mila imprese, la ricerca ha rivelato

come i giovani siano sempre più sensibili nei confronti di quelle politiche aziendali che propongono, oltre alla retribuzione, anche benefici di vario tipo. Per oltre il 50% dei dipendenti con meno di 39 anni che hanno risposto alle domande, l'offerta di benefit costituisce infatti uno dei principali fattori di attrazione nella scelta del posto di lavoro. Basti pensare che i cosiddetti "fringe benefit" (la retribuzione in servizi accessori come per esempio auto aziendale, assistenza sanitaria, finanziamenti agevolati, assicurazione) costituiscono circa il 65% della spesa complessiva delle aziende per i lavoratori sotto i 30 anni. Tale misura si è dimostrata una leva significativa di sostegno al reddito e ai consumi in un contesto di marcata difficoltà economica.

Il welfare aziendale e l'attenzione per le lavoratrici

Il ruolo sociale del benessere in azienda è diventato ancor più incisivo nel rafforzare la presenza femminile all'interno del luogo di lavoro. Sempre dai dati dell'indagine, le donne (fino ai 60 anni)

risultano infatti beneficiarie di erogazioni in media superiori alla controparte maschile. Questa evidenza in parte può essere spiegata dalla presenza, nei piani welfare aziendali, di componenti a sostegno diretto della maternità delle dipendenti, sostegno che si può concretizzare anche attraverso l'erogazione di quote aggiuntive per figli, oltre che da un maggior ricorso all'istituto di convertibilità in welfare dei Premi di Risultato (eventualmente raggiunti per incrementi di produttività, redditività, qualità, efficienza e innovazione) rispetto alla controparte maschile. Tra i servizi più offerti e maggiormente utilizzati: baby-sitting, assistenza agli anziani o a familiari non autosufficienti, aiuti in genere legati alla salute e all'istruzione. Questo tipo di supporto, definito welfare sociale, assorbe il 50% della spesa complessiva delle aziende per quanto riguarda i benefit.

Nuove frontiere: sostenibilità ed ecologia

È importante poi sottolineare la forte domanda di welfare familiare anche

domanda di welfare familiare anche a sostegno della natalità: il 92% delle aziende coinvolte nel campione afferma che la spesa su questa voce debba essere rafforzata e aumentata. Dal punto di vista, invece, delle nuove frontiere del benessere aziendale cresce il trend della sostenibilità, seppur ancora in fase iniziale: il 12,5% ha attivato misure di mobilità sostenibile e il 37,5% sta pensando di farlo. Tali interventi si affiancano a comportamenti virtuosi già attuati da tempo in diverse realtà aziendali, come per esempio la riduzione dei consumi di carta o delle emissioni di inquinanti. «Così come accaduto nel 2020, anche nel 2021 l'ecosistema del welfare aziendale si è consolidato in molti suoi ambiti e ha confermato la sua solidità», ha commentato Paola Blundo, Direttore Corporate Welfare di Edenred Italia, che ha proseguito evidenziando come i servizi di supporto a lavoratori e lavoratrici abbiano grandi margini di crescita: «Al mutare delle esigenze delle persone, il welfare si evolve in modo "naturale". Si tratta di

un'evoluzione dinamica, che si adatta alle nuove sensibilità emergenti di una generazione consapevole e con maggiori aspettative. Il welfare aziendale si conferma, anche in una fase di straordinaria difficoltà come quella dei 2 anni appena trascorsi, una leva fondamentale di sostegno alle persone, alle aziende e al territorio. Valore che si concretizza sia nella sua dimensione di sostegno al reddito sia in quella più prettamente sociale come l'ambito della previdenza e sanità integrativa, la formazione e i servizi alla persona con un occhio alle nuove tendenze della sostenibilità e della mobilità green. Empowerment femminile, attenzione alle nuove politiche di lavoro e alle esigenze dei giovani – ha concluso quindi Blundo – sono per noi centrali, perché in questo modo la funzione integrativa del welfare aziendale si fonde sempre più nel macrosistema del welfare di comunità». ■

Anna Francioni
anna.francioni@cibiexpo.it

Al fianco delle aziende e di chi lavora

Da oltre 40 anni, Edenred innova il mondo del lavoro migliorando il benessere delle persone e la produttività delle aziende, generando valore per l'intero sistema economico locale e nazionale. Si posiziona come acceleratore di business per la propria rete di partner, con la volontà di fornire servizi aggiuntivi puntando sulla digitalizzazione. Nasce come inventore del Ticket Restaurant® e diventa leader mondiale nelle soluzioni che innovano e semplificano il mondo del lavoro, favorendo inoltre il benessere della popolazione aziendale. Oggi il Gruppo rappresenta una rete unica nel suo genere, con 50 milioni di beneficiari, 900.000 aziende ed enti pubblici clienti e 2 milioni di esercizi commerciali affiliati. www.edenred.it

In queste due pagine, da sinistra: esempi di mobilità sostenibile; Paola Blundo, Direttore Corporate Welfare di Edenred Italia; due donne in contesto lavorativo; una scena di smart working e contemporanea cura dei figli.



Esemplare sintonia tra scienza e pratica

Il Centro di Sperimentazione Laimburg, fondato nel 1975, è l'istituto di ricerca per l'agricoltura e la qualità degli alimenti in Alto Adige

La regione Trentino-Alto Adige è caratterizzata da condizioni sclimatiche e geologiche molto diverse tra loro. A causa dell'esposizione e dell'altitudine, i ghiacciai e le zone vinicole possono distare pochissimi chilometri in linea d'aria. Di conseguenza, è variegata anche l'agricoltura. In particolare, l'Alto Adige è la maggiore area continua di frutticoltura in Europa: qui viene prodotto più di un milione di tonnellate di mele ogni anno, che corrisponde a più della metà di quelle coltivate in Italia e a oltre il 10% di quelle dell'intera Europa. Il clima garantisce le condizioni ideali per la maturazione sull'albero. A differenza della melicoltura, la zona viticola dell'Alto Adige, con i suoi 5.500 ettari, è una delle più piccole in Italia. Caratteristiche sono le piccole aziende agricole a conduzione familiare, e la loro competitività è garantita da un forte sistema cooperativo. Tuttavia, i

cambiamenti climatici, la crisi della biodiversità e le esigenze sempre più elevate dei consumatori sono alcune delle sfide che sta affrontando il settore agroalimentare anche in Alto Adige. La transizione ecologica e digitale è ritenuta una risposta adeguata a queste sfide, ma necessita di forti investimenti in ricerca e sviluppo.

Il Centro di Sperimentazione Laimburg come importante riferimento per il settore agroalimentare locale

Tramite attività di sperimentazione e ricerca effettuate con criteri scientifici, qui creiamo know-how, elaboriamo soluzioni e realizziamo innovazioni per l'agricoltura e la trasformazione agroalimentare. Ci occupiamo di tutti i diversi settori – dalla frutticoltura alla viticoltura, dalla qualità degli alimenti all'innovazione di prodotto per le azien-

de del settore – coprendo così l'intera catena. Con la ricerca scientifica e i servizi laboratoriali, il Centro Laimburg garantisce in Alto Adige la realizzazione di produzioni agricole di alta qualità.

Come nasce il Programma di attività annuale del Centro Laimburg

Gli oltre 200 tra collaboratrici e collaboratori del Centro si occupano annualmente di circa 350 progetti e attività. I "progetti" vengono elaborati in seguito all'insorgenza di una nuova problematica oppure di una concreta necessità di ricerca e hanno tempi di realizzazione definiti.

Per "attività" invece si intendono i lavori di ricerca costantemente in atto, come ad esempio l'esame varietale o l'identificazione dei siti più adatti in frutticoltura, viticoltura e coltivazione di piante aromatiche, l'analisi di nuovi

sistemi di allevamento, come anche la valutazione di fitofarmaci o di strategie per il controllo di malattie e insetti invasivi.

Chi decide effettivamente quali ricerche debbano essere svolte?

In qualità di istituzione che si occupa di ricerca applicata, il Centro di Sperimentazione Laimburg pone grande attenzione a orientare le proprie attività alle sfide e ai problemi concreti legati al mondo agroalimentare. Il Programma di attività viene elaborato e definito annualmente durante le riunioni dei Comitati scientifici di settore, ai quali partecipano esponenti dell'agricoltura e della trasformazione agroalimentare locale. Ogni anno, in estate, il Centro invita oltre 130 organizzazioni rappresentative dell'agricoltura e della trasformazione alimentare altoatesina a individuare

nuove e ulteriori proposte di progetti e attività sperimentali. Queste vengono raccolte e raggruppate con quelle interne, discusse ed elaborate dalle ricercatrici e dai ricercatori del Centro, e si stabilisce un ordine di priorità. La proposta di Programma con le rispettive priorità viene presentata in autunno al Comitato scientifico del Centro di Sperimentazione Laimburg. Esso è composto dai portatori d'interesse del settore agroalimentare locale e da esperti internazionali che promuovono la rete mondiale del Centro. Il Programma di attività viene approvato dal Comitato scientifico internazionale. Una volta stabilite le priorità, il direttore del Centro di Sperimentazione Laimburg redige il Programma di attività per l'anno successivo che, così definito, viene pubblicato sul sito Internet istituzionale del Centro. Grazie a questa prassi, garantiamo che i problemi e le sfide della pratica

agricola e industriale vengano affrontati, già nell'anno successivo, con progetti e attività di ricerca mirati. In questo modo, il Centro di Sperimentazione Laimburg contribuisce concretamente allo sviluppo e alla competitività delle aziende locali. ■

Julia Rizzo

Responsabile

Comunicazione Scientifica ed Event

Management del Centro

di Sperimentazione Laimburg

julia.rizzo@laimburg.it

Nelle foto: 1. un frutteto coltivato a mele; 2. l'ingresso principale del Centro di Sperimentazione; 3. le rovine di Castel Varco, residenza dei signori di Laimburg. Per sapere di più sulle attività del Centro: www.laimburg.it/it/ricerca/programma-di-attivita.asp



Chi è Ley?

Mi presento: sono una farina di birra. Adesso vi racconto la mia storia

Poco tempo fa è nata una startup, a Castelfranco Veneto, con un obiettivo chiaro: trasformare in cibi nuovi, sani e gustosi, i residui di alcuni processi produttivi agroalimentari.

Si chiama Circular Food e ha già brevettato una tecnologia che consente di recuperare i beni di risulta delle lavorazioni di distillati e fermentati (whisky, gin, salsa di soia, vodka, ecc...) per realizzare farine.

Io, Ley, sono il primo prodotto ricavato con questa tecnologia. Sono una farina ottenuta dalla trebbia di birra, principale scarto dei birrifici – circa 35-40 kg di trebbie ogni 100 litri di bevanda – tradizionalmente utilizzato come additivo per mangimi di animali, o direttamente classificato rifiuto organico.

Per darmi vita, vengono raccolte le trebbie umide, cioè il residuo del processo di estrazione a caldo dell'orzo germinato (ammestamento), passaggio fondamentale del processo di birrifi-

cazione. Per produrre la birra, infatti, l'orzo viene prima bagnato e fatto germogliare (maltazione), poi essiccato e poi ammostato.

La startup che mi ha inventata ha saputo restituire dignità alle trebbie umide – malto d'orzo fermentato – generalmente scartate, ricavandone me, un'ottima farina integrale e proteica, ad alto contenuto di fibre (52%) e con un sapore tostato che mi rende ideale come base per prodotti da forno. In questo modo, Circular Food ha anche aiutato i birrifici a smaltire un residuo di lavorazione e ha determinato nuove dinamiche territoriali. Le trebbie, per garantirmi freschezza e salubrità, devono infatti essere lavorate entro 24 ore dalla raccolta, e quindi, almeno in questa fase di startup, vengono scelte in birrifici locali; una volta essiccate e macinate, prendo forma io: un'eccellente farina pronta per diventare ingrediente principale di prodotti da forno,

come pasta, pane, pizza, sia salati che dolci – sì, perfino biscotti! – con un aspetto rustico e un sapore particolare che ha sentori erbacei e tostati, ma non sa di birra!

Anche la trasformazione e la cottura di alimenti che hanno me come ingrediente principale oggi si devono a forni del territorio, ovviamente selezionati per qualità della produzione e rispetto dell'ambiente. Mi trovate convertita in fusilli, grissini e snack salati e in biscotti particolari, buoni e sani: tutti con un alto contenuto di fibre e proteine vegetali e un basso contenuto di glutine; e pure rispettosi dell'ambiente: l'approccio circolare e cooperativo adottato da Circular Food consente ovviamente di ridurre gli sprechi e di creare nuove collaborazioni.

Se siete curiosi di assaggiarmi, e quindi provare i prodotti a marchio Ley, dovete cercare – vista la naturalmente ridotta capacità distributiva iniziale – qualche

catena o negozio di piccola-media dimensione –, anche se l'obiettivo, nell'immediato futuro, è di affacciarsi al mondo della GDO.

Una valutazione conclusiva

Adesso aggiungiamo due parole noi. L'innovazione non è da cercare soltanto nell'idea, già di per sé meritevole, di dare una seconda vita a scarti di produzione – come vediamo per fortuna sempre più spesso avvenire in diversi comparti del settore agroalimentare grazie a competenze puntuali, conoscenze specifiche e creatività o nella scelta di packaging ecosostenibili – ma anche nell'impiego di impianti tecnologicamente molto avanzati. Quelli scelti da Circular Food, infatti, non utilizzano combustibili fossili, permettono un risparmio di fabbisogno energetico notevole, garantiscono un ridotto impatto di CO2 e il recupero dell'acqua estratta. E non

solo: riducono anche i tempi di lavorazione degli alimenti e, allo stesso tempo, esaltano specifiche qualità organolettiche dei prodotti trasformati (mantenendone ovviamente intatti caratteristiche, composizione e principi nutritivi).

Anche se spesso, soprattutto in momenti come questo, non è facile essere ottimisti, esempi positivi ci ricordano che tutela ambientale, qualità, bontà e disponibilità dei cibi possono camminare insieme verso il futuro: una prospettiva quindi non necessariamente infausta, per il quale l'Italia sta giocando un ruolo importante, sollecitata anche da sempre crescenti consapevolezza ed esigenze dei consumatori.

Anche per questo, da poco Circular Food ha iniziato a collaborare con Too Good To Go – app alla quale abbiamo dedicato anni fa un articolo e che permette l'acquisto a prezzi ridot-

ti del cibo (ancora integro e buono) rimasto invenduto in bar, ristoranti, supermercati e altri negozi – sposando la campagna Etichetta Consapevole: iniziativa che invita l'acquirente a valutare l'opportunità di consumare un articolo oltre il termine minimo di conservazione, osservandolo, annusandolo e assaggiandolo, e per la quale i produttori applicheranno la dicitura "Spesso Buono Oltre", per ricordare ai consumatori di utilizzare i propri sensi per verificare le effettive condizioni di un prodotto prima di decidere se buttarlo via. ■

Marta Pietroboni
marta.pietroboni@cibiexpo.it

Nella pagina accanto, lavorazione delle trebbie umide (cioè il residuo del processo di estrazione dell'orzo). Qui sotto, grissini e biscotti prodotti con la farina di birra Ley.



Ucraina

Il nostro viaggio attraverso le cucine del mondo prosegue parlando di un Paese a cui, in questo momento, siamo particolarmente vicini

Tre studentesse – Julia di Kiev, Anastasiya di Ivano-Frankivsk e Katya di Mykolaiv – ci raccontano le loro abitudini alimentari. Tradizione russa, ingredienti semplici e genuini riescono a rendere unici i piatti di questo territorio. Barbabietole, funghi e carne sono tra i componenti più diffusi. L'Ucraina è anche conosciuta per la ricca produzione di frumento, che le ha meritato l'appellativo di "paniere d'Europa".

Sveglia! È ora di alzarsi!

A colazione, il tè e il caffè sono accompagnati dagli *syrniki*, pancake serviti con formaggio cremoso, frutta o cioccolato. Anche le uova cotte in padella con bacon, pomodorini e cetrioli sono piuttosto diffuse e vengono servite con pane di grano saraceno e composte di frutta secca.

A tavola! È pronto!

A pranzo e a cena, tra i piatti più tradizionali, il podio è occupato dai *vareniki*: ravioli di pasta ripieni, serviti con burro fuso, *smetana* (panna acida) e cipolle fritte.

I giovanissimi li consumano anche con maionese e ketchup. Possono essere dolci o salati: con amarene, ciliegie, mirtilli, fragole e ricotta, nella prima versione; o, in alternativa, con patate, carne, pesce e funghi. Un posto speciale nelle tavole ucraine lo ricopre la carne, che sia di mucca, maiale o pollo. Un altro must è il *boršč*: una zuppa tradizionale di barbabietola, fagioli, altre verdure come cipolle, pomodori e carote, servita con panna acida. Piatto molto ricco di ferro e sali minerali, è anche un ottimo antiossidante.

A Kiev, molto diffuso – e ideale nella stagione estiva – è l'*okroška*. Si tratta di una zuppa fredda a base di cetriolo, patate, cipolle, carote, uova e salsiccia, manzo o vitello, e *kefir* diluito con acqua o con il *kvas*, una bevanda, moderatamente alcolica, ottenuta dal pane nero o di segale fermentato. Un altro piatto, divenuto popolare tra il popolo ucraino dopo la Seconda Guerra Mondiale è il *pollo di Kiev*, un involtino di pollo arrostito intorno al burro freddo e successivamente impanato e fritto.



Un'altra pietanza tipica è *lostew*: uno stufato, cotto al forno, di verdure e carne, spesso consumato come secondo piatto. Nelle zone costiere troviamo il *lovchenyky*, un piatto di pesce cotto nel brodo ristretto e servito con cipolle fritte.

Tra i dolci, il *kasha*, un piatto di origine russa, simile al porridge. È a base di acqua, latte e brodo di carne al quale si aggiungono semolino, grano saraceno, miglio mondato, riso o avena.

Auguri! I piatti della festa

La Pasqua, *Velikden* (Grande giorno), è una ricorrenza molto importante. Protagoniste delle tavole sono le uova dipinte: *krashanky* e *pysanka*. Le prime bollite, le altre crude. Si mangiano pollo e agnello con ricche insalate di contorno. Tipici di questa giornata sono gli *holubtsi*: involtini di foglie di cavolo, ripieni di carne o di riso, speziati. Molto caratteristica è la *paska*, un dolce cilindrico che viene realizzato con farina di grano e abbellito con una glassa e decorazioni. È usanza lasciare tutto il giorno

la tavola apparecchiata e ricca di cibarie. Il Natale viene festeggiato tra il 6 ed il 7 gennaio. Alla cena della Vigilia, chiamata *Svjata Večerja* (Cena Santa) vengono servite 12 portate simboliche e 12 apostoli: piatti tradizionali di verdura o pesce e la *kutia*, un dolce che non può assolutamente mancare, preparato con grano, *mak* (papavero) e miele, uva secca, noci. Molte le insalate servite il giorno di Natale: l'*Olivier*, simile alla nostra insalata russa, la *Caesar salad* e l'insalata greca. I piatti della tradizione vengono accompagnati dal vino o dal tè nero. Sotto la tovaglia natalizia si mette un ciuffo di paglia a simboleggiare la mangiatoia del Bambin Gesù.

Zibaldone delle curiosità

Lo Street Food, importato dal resto del mondo, è ormai popolare soprattutto tra i più giovani. Hot dog, sandwich, kebab, che siano fritti o al forno, sono sempre accompagnati dalla panna fresca. Sono molto diffuse anche le pizze: quella più amata è con l'ananas. Diffusissimo il *liv*,

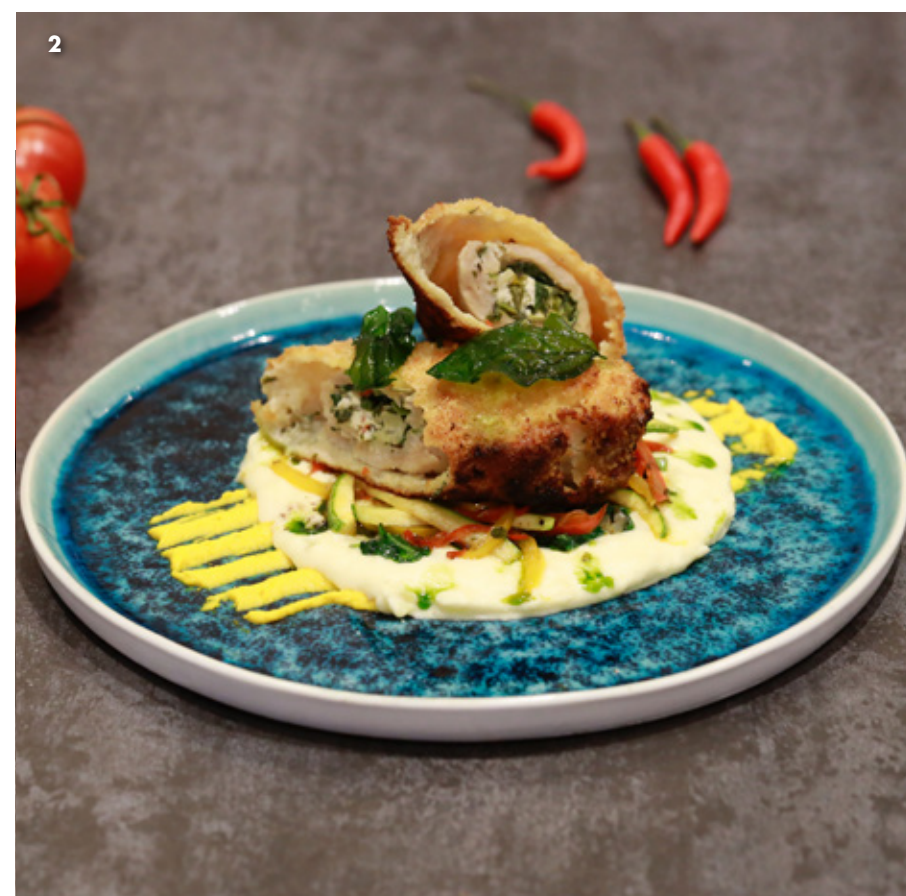
un croissant salato o dolce servito con il caffè. Tra le farciture possiamo gustare funghi, insalata, prosciutto, formaggio; per quelle dolci, le classiche sono con marmellata o cioccolato. Sono amatissime le cucine italiane e francesi, e sono molto diffusi i ristoranti asiatici: cinesi in testa alla classifica. Concludiamo citando alcune bevande. Il *birch* è una bibita a base di betulla e zucchero, analcolica, rinfrescante, salutare e anche gustosa. La bevanda più popolare è l'*uzvar*, un infuso di frutta secca e miele. Va menzionato anche il *kvas*, un drink frizzante, super dissetante, con una bassa gradazione alcolica, ottenuto dal pane. E l'*horilka*, un distillato di frumento e segale simile alla vodka dal tasso alcolico elevato e dal gusto particolarmente speziato. Ottimi anche i vini, in particolare quelli della Crimea, visto il clima temperato favorevole per i vigneti. ■

Alessandra Meda
alessandra.meda@cibiexpo.it

Nelle foto: 1. *syrniki*; 2. *pollo di Kiev*; 3. *kutia* e *uzvar*, rispettivamente dolce e bevanda tipici delle festività natalizie; 4. le allieve ucraine accolte a Milano; 5. uova decorate secondo la tradizione pasquale.

A Milano per studiare

Julia, Anastasiya e Katya sono tre delle nove allieve (nella foto sotto) arrivate a Milano lo scorso aprile, per proseguire gli studi nelle arti dello spettacolo alla Civica Scuola di Teatro Paolo Grassi. Fino al 24 febbraio frequentavano a Kiev la National University of Arts and Culture e la Municipal Academy of Circus and Variety Arts: a seguito dell'invasione russa sono giunte in Italia con l'aiuto del regista veronese Matteo Spiazzi, in Ucraina per una tournée, che si è attivato con istituzioni e teatri per consentire a loro e ad altre giovani di studiare ancora, nonostante il conflitto. Fondazione Milano – Ente sostenuto dal Comune di Milano, che si occupa di Alta Formazione – ha subito dato disponibilità ad accogliere le ragazze nelle proprie Scuole Civiche, tra cui appunto la Paolo Grassi, accademia di teatro.



Le cotture in 4 elementi

La magia dell'acqua, l'argomento di questo articolo, sta nella sua infinita capacità di regalarci nuovi modi per usare a nostro vantaggio il mondo che ci circonda

Ad esempio, la terracotta, la straordinaria invenzione di cui abbiamo parlato nella puntata precedente, è il frutto di un processo in cui l'acqua compare più volte come elemento imprescindibile: è lungo i corsi d'acqua, tra il metro e il mezzo metro di profondità, che in crepe e fessure si trova l'argilla grezza. Essa viene frantumata, "condita" con qualche additivo, come frammenti di vasellame vecchio, polvere di quarzo, e con la nostra preziosa acqua si può formare l'impasto da plasmare, lasciar asciugare per qualche giorno e infine cuocere sul fuoco fino a ottenere l'oggetto di terracotta desiderato, sintesi di fuoco, terra e, appunto, acqua.

Non passerà troppo tempo prima che, da semplice ingrediente per la produzione di vasellame, l'acqua diventi a sua volta uno strumento di cottura. Anche se non sappiamo "quando" accadde. È molto difficile stabilire con certezza una data di

invenzione del processo di bollitura o, in generale, dell'uso dell'acqua come mezzo per cucinare. In realtà, non possiamo nemmeno escludere del tutto che possa essere anteriore alla scoperta della ceramica! Vi ricordate il forno interrato di cui abbiamo parlato nella scorsa puntata? Bene, ne esistono versioni in cui l'acqua ha un ruolo centrale. Prendiamo una tecnica utilizzata anticamente (si va dai 10.000 ai 30.000 anni fa) dalle tribù del Nord America: abbiamo la nostra buca nel terreno, le pietre arroventate a dovere, uno strato protettivo, le pietanze da cuocere e la copertura finale che va a chiudere il tutto; ma, proprio nel mezzo, un canale permette di versare dell'acqua direttamente sulle pietre. L'alta temperatura la fa evaporare e il vapore abbraccia le pietanze, trasformandone radicalmente la modalità di cottura. Un'altra tecnica, successiva, consiste nell'usare invece le pietre non per far evaporare, ma

per far bollire: la buca viene impermeabilizzata con uno strato di corteccia o di altro materiale e riempita d'acqua nella quale verranno tuffati i nostri alimenti, adeguatamente impacchettati e incartati in grovigli di foglie, così da poterli bollire.

Senza concentrarci troppo sulla primogenitura dell'uovo o della gallina, capiamo già che l'acqua è uno strumento preziosissimo che ci permette di utilizzare ben 2 modalità di cottura: la bollitura e la cottura al vapore. Oggi ci concentreremo sulla prima, lasciando la seconda alla prossima e ultima puntata di questa serie, dedicata all'elemento "aria".

Quali sono allora i vantaggi nel bollire un alimento piuttosto che cuocerlo direttamente sul fuoco o su una pietra calda? Innanzitutto, conserva meglio le sue proprietà nutrizionali; ma questo i nostri antenati non potevano saperlo. La bollitura, però, presenta anche altri vantaggi:

se prendiamo ancora una volta il nostro forno interrato, abbiamo la possibilità di sostituire via via le pietre, arroventandole nuovamente sul fuoco e ri-immersedole, così da mantenere l'alta temperatura più a lungo. Questo non solo consente di cucinare meglio gli alimenti, ma anche, eventualmente, di preparare più "pacchetti" di cibo in successione, riciclando il forno invece di doverne creare di volta in volta uno nuovo.

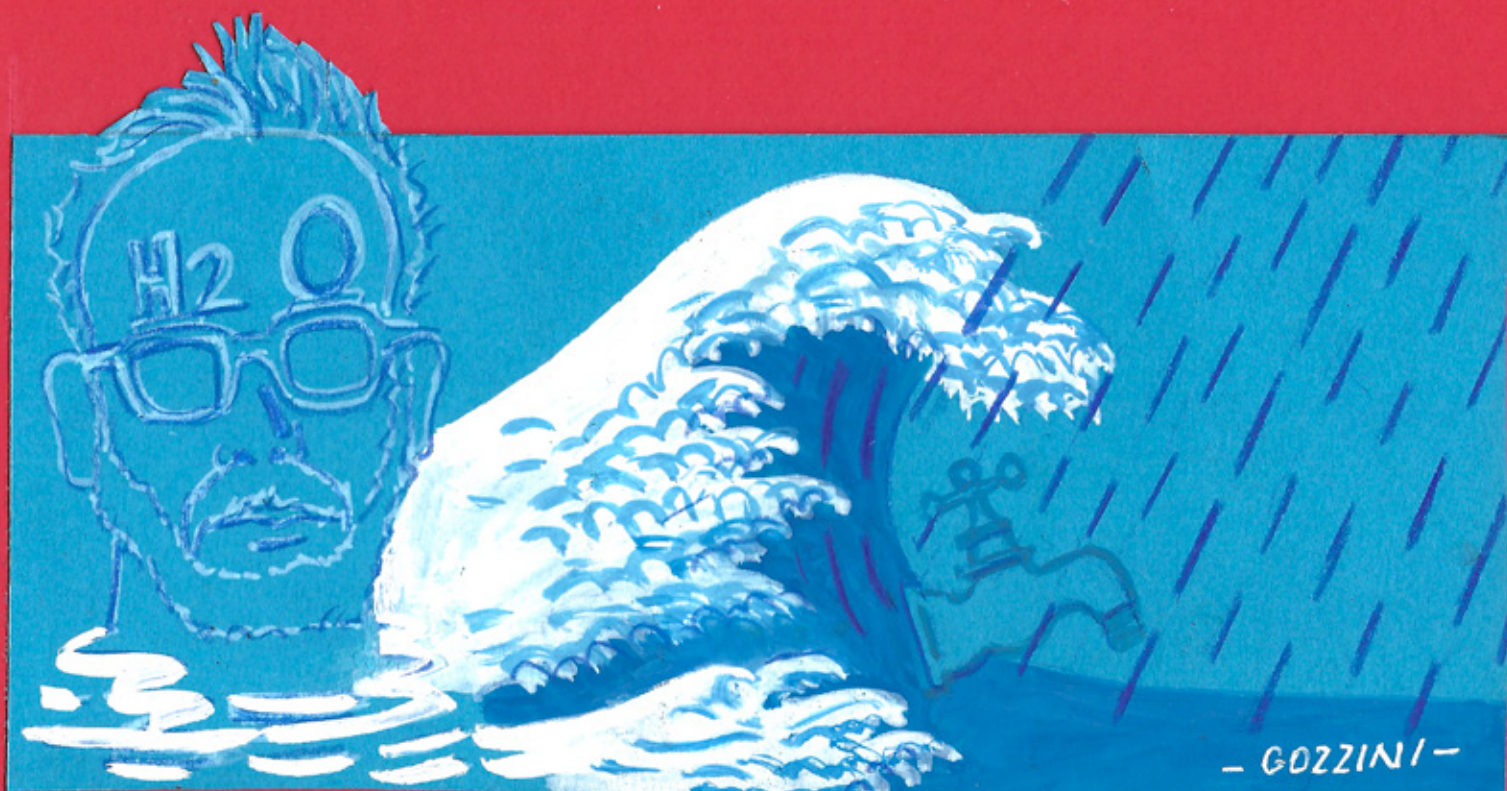
Però lo snodo cruciale per la storia delle cotture si concretizza quando l'acqua non viene fatta bollire in una buca, ma in pentola, permettendole di mescolarsi più direttamente con il cibo che vi è immerso. Qui avviene la vera magia. Nella danza degli alimenti e dell'acqua che bolle, la seconda cede il calore e i primi il sapore. Nasce un'idea, un concetto nuovo, e l'acqua diventa brodo. Così il nostro prezioso elemento liquido e cristallino non è più

un semplice mezzo per cuocere, ma diventa esso stesso un alimento, parte integrante della pietanza o da consumare a parte, a scelta. E così si scoperchia il vaso di Pandora e ne esce la tipologia del cotto-umido, se vogliamo prendere nuovamente in prestito gli strumenti analitici di Claude Lévi-Strauss, introducendo nella categoria del "cotto" una coppia di opposizione tra secco e umido. L'acqua è un medium del processo di cottura e, insieme, parte del risultato finale, che si tratti di bolliti, zuppe o minestre. Ma tanti sono i beni – in questo caso – che fuggono dal vaso, da travalicare il confine del cibo in senso stretto. La bollitura e l'idea di acqua come mezzo-ingrediente penetrano nella mente dell'umanità, che ne trova ed elabora sempre nuovi e numerosi utilizzi: in Cina, le foglie di *Camellia sinensis* (la pianta del tè), opportunamente essiccate, vengono lasciate in

infusione nell'acqua ad alta temperatura, e idee simili fioccheranno in tutto il mondo, dal matè in Sud America al caffè in Etiopia, riempiendo il globo di infusi e decotti, spesso a scopi più medicinali o "rafforzanti" che semplicemente alimentari. Senza contare che, da annoverare tra i doni dell'acqua, ci sono tutte le bevande che ispirarono dèi ed eroi, scrittori e poeti: già dal lontano Medio Oriente di 13.000 anni fa, dal prodotto della macerazione di malto e orzo si otteneva la birra. ■

*Riccardo Vedovato
riccardo.vedovato1994@gmail.com*

Le immagini in queste due pagine sono state realizzate da Libero Gozzini, illustratore professionista con all'attivo una lunga carriera nella pubblicità e in editoria.



Aldo Cazzullo

Giornalista prolifico e scrittore di non comune versatilità ed efficacia, attualmente condivide con i lettori uno nuovo spazio di dialogo: la pagina delle lettere Lo dico al Corriere

È stata un'intervista "facile": molto ricca, tanto che potrei stenderla in 2 puntate. Gli lascio subito la parola.

La prima cosa che mi hai detto è che sei langarolo.

Sono nato ad Alba da 4 nonni e 8 bisnonni, tutti langaroli; la mamma da ragazza lavorava nella macelleria del padre, nonno Aldo. Mi hanno trasmesso la religione del lavoro.

Le langhe sono una terra misteriosa: il tartufo di Alba, i grandi vini, la Nutella Ferrero, imprenditori come Farinetti, Ceretto... Angelo Gaja, vignaiolo famoso, diceva che la riuscita era il contrappasso della disperazione, la "malora" raccontata da Beppe Fenoglio nel romanzo che inizia così: "Pioveva su tutte le langhe, lassù a San Benedetto mio padre si pigliava la sua prima acqua sotto-

terra". Paese di giocatori d'azzardo e di suicidi, di afflizione ma anche di vitalità e dinamismo.

Con l'impegno e il lavoro si è trasformata in un territorio ricco. Però è anche un posto da cui, dopo che hai mangiato e bevuto benissimo, si va via. Io stesso sono andato via: prima a Torino, poi a Milano, poi a Roma.

Scrivi influenzato da qualcuno?

Mi è sempre piaciuto molto. In prima elementare componevo poesie. La maestra costringeva i miei compagni di scuola a impararle a memoria; poi loro mi aspettavano fuori per picchiarmi, e facevano bene perché erano bruttissime. In prosa è andata meglio. La dimensione che sento più mia è quella del reportage: andare in un posto, parlare con la gente e scrivere.

Quale argomento t'interessa in particolare?

L'uomo. Siamo al mondo per cercare di capire l'animo umano. Poi, su alcuni temi sono più competente e su altri meno. Non si può sapere tutto di tutto. Bisogna andare in giro, parlare con le persone; stare poco sui social e molto per strada. I confini del mondo non coincidono con quelli della nostra testa. Oggi le opinioni sono tutto e i fatti non sono nulla. Io penso che i fatti siano più importanti delle opinioni; bisogna chinarsi sul solco delle vite quotidiane e cercare di raccontarle.

Carta o web?

Comunicazioni molto diverse. Il web ha un suo linguaggio e tempi di fruizione molto bassi; ci muoviamo ancora tutti in una terra incognita. Dobbiamo difende-

re la carta con le unghie e coi denti; però, nello stesso tempo, dobbiamo cercare di dare ai giovani dei prodotti per loro: articoli più brevi e magari approfondimenti più lunghi, usando molto i video... Bisogna sperimentare, dialogare. Dare un'informazione di qualità, verificata, approfondita, ha un costo: se vuoi giornalisti bravi, devi spendere, mandarli in giro... L'informazione non è gratis. Il problema è che i nostri contenuti vengono rubati dai giganti della rete, che se li prendono senza pagare, rastrellano la pubblicità ed evadono le tasse.

Nella pagina a fianco, la trippa, piatto tipico delle regioni rurali, spesso presente sulla tavola della famiglia d'origine del giornalista. Qui sotto, Aldo Cazzullo, qualche anno fa, insieme a Francesco e Rossana, i suoi due figli.

Una giornata tipo.

In realtà non esiste. Vivo a Roma, ma è solo una base da cui mi muovo. Non sono un mattiniero: mi prendo il mio tempo per leggere i giornali, poi vado in giro magari per un'intervista, leggo la posta (la pagina delle lettere del *Corriere* ne riceve circa 300 al giorno); poi si sceglie quella a cui rispondere. Insomma, è un lavoro che ha tante sfaccettature.

La stesura dei libri richiede molto tempo, perché li scrivi in 2 mesi però li pensi per anni: le idee le rimugini,

accumuli materiale, prendi appunti. Io ho sempre cercato di lavorare sull'identità italiana: Risorgimento e unità nazionale, Prima Guerra Mondiale, Resistenza.

Hai successo e credito, ma ti è accaduto di pensare: non sono più un ragazzo?

Sì, questa cosa è successa verso i 45 anni, quando ti rendi conto di non essere immortale, che devi morire. Quando senti che stai andando vero il meno e non verso il più, scatta un po' di crisi. Ed è una crisi collettiva, perché non è solo un fatto generazionale. L'Italia ormai da anni è un Paese che sta andando verso il meno. Nel '48 gli italiani erano molto più poveri di adesso ma avevano la sensazione che si andasse verso il più. Renzo Piano mi ha raccontato che ogni giorno il cibo era più gustoso, la mamma era più di buon umore, le strade erano più pulite. Adesso proviamo la sensazione opposta. Abbiamo l'idea che le cose stanno andando peggio.

Per concludere, parliamo di cibo. Che posto ha nella tua vita?

Molto importante, anche troppo. Dovessi pensarmi in un girone del Purgatorio, mi metterei tra i golosi. Ho sempre avuto un po' di pancetta. A casa nostra si mangiava un sacco di carne con il nonno macellaio, ma il filetto e la bistecca erano per i clienti. Noi mangiavamo la trippa, le lasagne con il sanguinaccio di maiale, il quinto quarto. Da ragazzo avevo una passione per i ristoranti stellati; adesso invece mi piace di più la trattoria, la ricetta tipica, la materia prima.

Ti capita di fare turismo in base ai prodotti che il territorio offre?

Sì, spessissimo. Per esempio, adoro la Toscana perché ha prodotti semplici, genuini, pane sciocco, olio, vino; o l'Emilia con i ravioli di ricotta ed erbe, o Venezia con le schie. O Napoli, perché altrove la pizza e il caffè non sono così buoni.

Chissà cosa mangia in Africa, dove ama viaggiare con i figli. Glielo chiederò la prossima volta.. ■

Paola Chessa Pietroboni
direzione@cibiexpo.it



I libri di cui mi ha parlato

Viva l'Italia! incentrato su Risorgimento e unità nazionale, 2010; *Basta piangere!* sui suoi anni di formazione, 2013; *La guerra dei nostri nonni*, 2014; del 2015 *Possa il mio sangue servire*, dal titolo di una lettera di un condannato a morte della Resistenza; *Le donne erediteranno la terra*, 2016; *Giuro che non avrò più fame*, fotografia dell'Italia della Ricostruzione, 2018; *A riveder le stelle. Dante, il poeta che inventò l'Italia*, 2020; *Le italiane. Il Paese salvato dalle donne*, 2021; infine, *Il posto degli uomini. Dante in Purgatorio dove andremo tutti*, 2021 (nella foto qui sotto).



La senape

Nota sin dai tempi dei Greci e dei Romani, da questi ultimi veniva utilizzata come conservante per frutta e verdura. La pianta appartiene alla famiglia delle Crucifere

È una grande famiglia che comprende tutti i cavoli oltre ad alcuni altri ortaggi, come rucola e rapanelli, caratterizzati dalla piccantezza. La senape è originaria dell'Asia. Quando i semi della pianta sono maturi – di regola raggiungono la crescita completa a fine estate – vengono polverizzati e mescolati con acqua, aceto, vino, succo di limone, sale e altri aromi e spezie. Così nasce l'omonima salsa che si usa per insaporire i piatti di carne bollita, le insalate, le uova o i wurstel. In commercio si trovano diversi tipi di senape, che cambiano da Paese a Paese:

- la senape bianca (conosciuta anche come senape gialla), originaria del Mediterraneo. Il nome si rifà al colore del suo seme, che è il più grande tra tutte le varietà. La pianta arriva più o meno a un'altezza di mezzo metro;
- la senape bruna, detta anche senape cinese, nata dall'incrocio tra quella nera e quella selvatica. L'altezza della

pianta è di circa un metro e mezzo;

- la senape nera, la prima a essere coltivata come spezia, i cui semi più antichi, risalenti all'età del bronzo (3400 a.C. - 600 a.C.), sono stati ritrovati in una palafitta sul lago di Bienna in Svizzera. La pianta arriva fino a 3 metri. Si riconosce dal sapore più pungente;
- la senape selvatica, che cresce spontaneamente in campi incolti dal clima temperato fino a 1400 metri di altitudine.

Caratteristiche della pianta

Le foglie che crescono nella parte bassa dell'albero sono più larghe rispetto a quelle che crescono nella parte alta. Dal fiore, giallo a forma di pannocchia, si sviluppa il frutto con i relativi semi, ricchi di vitamina B, C, E, K. Dal seme, come si è detto, si ricava la famosissima salsa, più o meno piccante.

Dalla pianta alla salsa

Viene ottenuta attraverso la macina-

zione dei semi, che dà origine a una farina, poi miscelata con vari liquidi fino a ottenere la consistenza cremosa tipica della salsa che noi tutti conosciamo. Molto buona la senape "all'antica", ottenuta con una mescolanza della bianca e della nera. Si può preparare in casa, facendo riposare i due tipi di semi nell'aceto per una notte, per poi frullarli con acqua, olio, miele e sale. È possibile trovare in commercio sia i semi sia l'olio di senape, ricco di proprietà tonificanti.

Attenzione però all'uso prolungato. A causa della sua proprietà di stimolante intestinale non è consigliata a chi soffre di problemi gastroenterici. ■

Giovanni Romano

giovanni.romano@cibiexpo.it

Nella foto qui sotto, i fiori gialli della senape: i loro semi vengono polverizzati e trasformati in salsa.

inrete

Relazioni Istituzionali e Comunicazione

Sviluppiamo progetti. Gestiamo strategie.

in-rete.net

Advocacy e Lobbying

Organizzazione Eventi e Mostre

Media Relation e Crisis Management

Strategie di Marketing e Comunicazione

Digital PR & Social Media

Consulenza Healthcare



Capelli ben nutriti

Il capello è una delle strutture più vive e attive dell'organismo, e l'alimentazione può influenzare le strutture follicolari in cui si producono le cellule che lo costituiscono

Parlando di alimentazione e capelli, sono due i fattori da considerare: da un lato, gli alimenti indispensabili per la formazione dei fusti; dall'altro, l'effetto che gli stessi alimenti hanno sul microbiota intestinale e sullo stato di salute generale, capelli compresi.

Il fusto del capello è sintetizzato a partire dagli amminoacidi: quindi, è importante assumerli consumando quotidianamente fonti proteiche, soprattutto vegetali (per esempio, fagioli, ceci, lenticchie), con meno frequenza pesce e uova, occasionalmente carne.

Anche vitamine e minerali hanno un ruolo importante, perché rendono possibili le attività enzimatiche necessarie alla sintesi del fusto: ferro e zinco, contenuti ad esempio nel cioccolato fondente e nelle ostriche; vitamina D, che sostiene la fase di crescita del capello, di cui sono ricchi alcuni pesci (tonno, aringa, pesce spada); la biotina, necessaria per la sintesi del follicolo, che si trova soprattutto in arachidi, nocciole, uova.

Con l'avvicinarsi dell'estate, e quindi dell'e-

sposizione del cuoio capelluto al Sole, è importante che nella dieta siano presenti anche alimenti ad azione antiossidante (come i frutti rossi), per contrastare il danno ossidativo da raggi UV, in particolare per chi vive in città molto inquinate e subisce una doppia azione irritativa, del Sole e, appunto, degli agenti inquinanti.

Il microbiota

È rappresentato dall'insieme dei microrganismi (batteri, funghi, virus, protozoi e archei) che abitano il nostro corpo, in un rapporto simbiotico definito *eubiosi*, che consente il fisiologico svolgersi di importanti funzioni, tra le quali lo sviluppo del sistema immunitario, l'assorbimento dei nutrienti, il controllo degli stati infiammatori, il benessere e la performance psicofisica. L'equilibrio del microbiota intestinale dipende da molti fattori, come l'ambiente in cui si abita, lo stile di vita (inclusa l'attività fisica) e, soprattutto, la dieta. Quando c'è un'alterazione, le sue funzioni vengono compromesse.

Il microbiota intestinale a oggi è il più stu-

diato e, quindi, quello su cui si hanno le maggiori conoscenze scientifiche; ma anche il microbiota cutaneo e quello del cuoio capelluto negli ultimi anni sono diventati fattori dai quali non si può prescindere nella terapia delle più comuni patologie della pelle (ad esempio, la dermatite atopica) e tricologiche (come l'alopecia areata).

Un'alimentazione non corretta, in particolare se ricca di zuccheri (carboidrati raffinati) e grassi saturi (il cosiddetto cibo spazzatura), altera la corretta composizione del microbiota intestinale, favorendo la colonizzazione del tratto intestinale da parte di microrganismi patogeni; lo stato di *disbiosi* che si viene a creare può compromettere la corretta risposta immunitaria, alterare l'assorbimento dei nutrienti necessari alla sintesi dei capelli e favorire uno stato di infiammazione generale, che si riflette anche sul cuoio capelluto, con rallentamento della formazione di nuovi capelli e della loro crescita e accelerazione della caduta, secondo un'asse intestino-cute che è al centro di numerosi studi scientifici-

ci recenti. Il nostro gruppo di ricerca HMAP (*Human Microbiome Advanced Project*), per esempio, ha individuato specifiche variazioni nella composizione del microbiota, intestinale e del cuoio capelluto, in individui con alopecia areata rispetto a chi non la manifesta, suggerendo un possibile ruolo della deregolazione del microbiota nella sua patogenesi (cioè nel meccanismo che avvia un processo morboso, ndr). I microrganismi meglio studiati del microbiota intestinale sono i batteri. La flora batterica può essere "buona" (*Lactobacilli*, *Bifidobatteri*, *Escherichia coli*) o "cattiva" (*Clostridium difficile*, *Campylobacter*, *Enterococcus faecalis*) e l'equilibrio tra queste due componenti è fondamentale affinché il microbiota svolga le sue importanti funzioni. Sono stati fatti molti studi di confronto tra diversi tipi di dieta e le modificazioni del microbiota; in particolare, i migliori dati che si hanno a disposizione riguardano il raffronto tra la *Western diet*, caratterizzata da grandi quantità

di proteine animali, zuccheri raffinati e grassi saturi, e la dieta mediterranea, in cui invece prevalgono frutta, verdura, legumi e pesce.

I risultati mettono in evidenza i benefici di quest'ultima, tra i quali la riduzione dei livelli lipidici, la protezione verso l'infiammazione e il controllo dello stress ossidativo; in particolare, la dieta mediterranea favorisce l'aumento di *Eprausnitzii*, riconosciuto tra i principali produttori di butirrato, con proprietà anti-infiammatorie.

Un'alimentazione che provveda a fornire i nutrienti fondamentali e che favorisca il mantenimento dell'eubiosi intestinale contribuisce a preservare i meccanismi di sintesi del fusto e a controllare i fenomeni infiammatori e gli stati ossidativi a livello del cuoio capelluto, aiutando così la corretta crescita dei capelli, sia in lunghezza che in spessore. ■

Fabio Rinaldi e Anna Trink
fabio.rinaldi@studiorinaldi.com

Attività metabolica e attività enzimatica

Per attività metabolica (denominata anche dispendio energetico) si intende la potenza sviluppata da una serie di diversi processi di ossidazione che trasformano l'energia chimica contenuta negli alimenti in energia termica e in energia meccanica, indispensabili allo svolgimento delle funzioni vitali e delle occupazioni umane. L'attività enzimatica corrisponde alla velocità con cui una reazione procede verso l'equilibrio in presenza di un enzima. Le singole reazioni biologiche possono avvenire solo grazie agli enzimi. Essi sono costituiti in prevalenza da proteine e hanno l'importante funzione di aumentare la velocità di una reazione.

Qui sotto: frutti rossi, ricca fonte di antiossidanti, molto preziosi per i nostri capelli.

Nella foto in questa pagina: sole e mare, elementi che costituiscono un importante fattore di danno per la salute dei capelli.



L'etichettatura delle uova

Prima l'uovo o prima la gallina? Non perdiamoci il sonno: l'importante è che l'uovo esista. "Ma Per Fortuna Che C'È...", come recita il titolo di una raccolta di canzoni di Giorgio Gaber

Per fortuna che ci sono, perché le uova sono un alimento, a basso costo e dall'elevato valore nutritivo, che contiene proteine nobili, complete degli aminoacidi essenziali utilizzati dal nostro organismo per il mantenimento e la costruzione delle strutture cellulari.

Tra le principali direttive che regolano l'etichettatura delle uova si menzionano il Regolamento UE 1234/2007 relativo alle norme di commercializzazione e il Regolamento UE 1169/2011 relativo alle informazioni ai consumatori.

Innanzitutto, è necessario sapere che vi sono 2 principali categorie di uova in commercio: quelle di categoria A, fresche, destinate al consumatore finale, in cui risultano assenti corpi estranei e in cui l'albume possiede un colore chiaro e traslucido; e quelle di categoria B, utilizzate dall'industria alimentare per la produzione di prodotti da forno e alimenti a base di uova.

Le 2 tipologie sono regolate da norme diverse relativamente all'etichettatura, essendo destinate a mercati differenti. La classificazione delle uova avviene in base sia alla qualità sia alle dimensioni, come disposto dalle norme comunitarie. Non è obbligatoria quando la vendita al consumatore finale avviene senza intermediazioni.

Il codice del produttore deve comunque essere apposto sulle uova se l'allevamento è composto da più di 50 galline ovaiole. Laddove non si superi tale numero, non è obbligatorio etichettarle se non col suo nome e indirizzo.

La classificazione in base al peso, prevista solamente per le uova di categoria A, viene attuata attraverso l'indicazione delle taglie dalla XL (extra large) alla S (small).

Scritte da controllare

Sul guscio e sull'imballaggio di quelle

di categoria A deve essere indicato il termine minimo di conservazione, cioè la data di scadenza, fissato al 28° giorno dopo la deposizione, entro 21 dalla quale devono essere consegnate al consumatore; oltre tale termine, le uova vengono classificate nella categoria B. Sempre sul guscio deve essere apposto anche un codice alfanumerico relativo alla tracciabilità e alla tipologia di allevamento, che viene denominato codice distintivo del produttore e costituisce la vera e propria etichetta delle uova e deve essere riportato su ogni singolo esemplare.

Il primo numero del codice indica il tipo di allevamento, mentre i successivi sono relativi al Paese di produzione, al Comune di allevamento nonché a quello di deposizione delle uova.

Con riferimento alla tipologia di allevamento delle galline ovaiole esistono vari generi di codice, ovvero codice 0



Daniela Mainini,
Presidente del Centro Studi
Anticontraffazione.



**centro studi
anticontraffazione**

per il biologico, codice 1 per quello all'aperto, codice 2 per quello a terra e codice 3 relativo all'allevamento in gabbia.

Secondo le norme attualmente in vigore, la classificazione, la stampigliatura e l'imballaggio devono essere effettuati entro 10 giorni dalla deposizione e, nel caso delle "extra fresche", entro 4 giorni.

In etichetta sono consentite ulteriori informazioni facoltative relative all'origine delle uova, da indicare nella confezione esterna, così come al tipo di alimentazione delle galline.

Il colore del guscio è un fattore che incuriosisce, ma la cosa importante da sapere è che non incide sulle caratteristiche organolettiche dell'alimento né sui suoi valori nutrizionali. Può essere marroncino, bianco, giallo paglierino e, addirittura, verdazzurro o marrone cioccolato. A volte, ha par-

ti bianche e parti più scure. In realtà, nei punti vendita italiani della grande distribuzione la versione che si trova sempre è quella marrone chiaro. Da cosa dipende la colorazione? Da fattori genetici propri della gallina che le produce. Interessa soltanto le pareti esterne del guscio, costituite da una lamina di carbonato di calcio che ha sulla superficie dei piccolissimi pori presenti a migliaia con la funzione di favorire lo scambio dei gas tra l'ambiente fuori e quello dentro l'uovo; le pareti interne sono in genere tutte bianche, indipendentemente dalla specie.

Attirano, da un punto di vista estetico, le uova bianche, prodotte in Italia da alcune razze rustiche come la *Livornese* e la *Padovana*, anche se le più vendute sono attualmente quelle con un guscio di varie gradazioni di marrone chiaro, derivanti da razze frutto

di incroci creati a scopo commerciale. La violazione delle norme in materia di etichettatura è sanzionata dalla Legge del 7 luglio 2009 con pene pecuniarie fino a 4.500 euro, salvo i casi costituenti reato, che nel settore è tipicamente legato alle modalità di conservazione dei prodotti e a situazioni sanitarie precarie.

E comunque sapete come si riconosce un uovo fresco? Immergetelo in un bicchiere d'acqua: più andrà a fondo più sarà fresco, e viceversa! ■

Daniela Mainini
info@anticontraffazione.org
www.centrostudigrandemilano.org

Nelle due pagine: a sinistra, le uova dal guscio marroncino, le più vendute in Italia; a destra, invece, uova bianche, oggi molto apprezzate.



La pappa reale

L'estate è bella, ma il caldo e l'afa si fanno sentire: difficoltà di concentrazione, senso di fatica, sonnolenza... Come ritrovare il giusto sprint?

Con un alimento prodigioso come la pappa reale? Da sempre, la tradizione popolare identifica nel cibo delle nuove api regine un vero toccasana: ma è davvero così?

La prima argomentazione portata a supporto da chi la vede come il prototipo del miglior superfood è nel diverso sviluppo delle api operaie, che ne godono i benefici soltanto per i primi 3 giorni di vita, rispetto alle api regine, che invece continuano a nutrirsi fino alla metamorfosi da larva a insetto.

Non solo le larve delle api regine crescono a dismisura in breve tempo (aumentando il loro peso di circa 1.500 volte), ma la loro vita è poi lunghissima se paragonata a quella delle operaie: 5 anni contro una media di 45-50 giorni.

Ma cosa c'è di così speciale nella pappa reale? Biancastra, consistenza semifluida, odore e sapore molto intensi e

pungenti, in realtà è costituita da acqua per circa il 65%, da proteine e aminoacidi più o meno per il 14%, da un 10-12% di zuccheri, da un 6% di grassi, e per il restante 3% da altre sostanze (vitamine idro e liposolubili, potassio, ferro, calcio, rame, silicio, fosforo, zolfo, acetilcolina, ormoni e fattori antibiotici). Una composizione che non ha nulla di particolare rispetto a quella di altri alimenti di uso comune – non reputati certo prodigiosi – per i quali nessuno si sognerebbe di pagare tra i 1.200 e i 1.500 euro al kg, costo medio della pappa reale.

Nel tempo sono stati effettuati diversi studi scientifici per accertarne le proprietà, che non hanno evidenziato effetti straordinari. A dosaggi di circa 3 g al giorno si è osservato un certo miglioramento nella produzione di globuli rossi e nella tolleranza al glucosio, ma nulla ha mai confermato che abbia preroga-

tive antitumorali né virtù antinvecchiamento, attitudini antidepressive, immunostimolanti o particolarmente energizzanti... Quella che è stata effettivamente verificata è una certa capacità antibatterica, che però, per rimanere su prodotti vicini, è inferiore a quella del miele e della propoli. Probabilmente, ciò che ha fruttato tanta fama è l'idea, piuttosto ingenua, che i suoi effetti su un organismo minuscolo come quello di una larva (che ha nella pappa reale l'unico nutrimento) siano in qualche modo indicativi di effetti analoghi sull'organismo umano.

Ma noi siamo ben diversi dalle api e, per fortuna, possiamo contare su una varietà decisamente ampia di alimenti capaci di soddisfare i nostri fabbisogni. ■

Giorgio Donegani
www.giorgiodonegani.it

Illustrazione
a cura
di Libero
Gozzini.



Battipaglia, il primo hub del freddo

Si scrive una nuova pagina per il futuro dei prodotti ortofrutticoli, della pesca e del food italiani. Capitale dell'innovazione è la Campania

Portare in tavola alimenti qualitativamente eccellenti non dipende soltanto dalle tecniche di produzione quanto anche dalla loro conservazione. La catena del freddo è garanzia di mantenimento delle temperature di refrigerato e congelati nella filiera che va dal produttore al consumatore.

Per fornire una struttura in grado di supportare la commercializzazione dei prodotti ortofrutticoli delle aziende della Piana del Sele, in provincia di Salerno, durante il Fruit Logistica 2022, fiera internazionale del mercato ortofrutticolo di Berlino, ha preso il via il progetto del primo hub del freddo del Sud Italia.

Nuovo slancio alla quarta gamma

L'iniziativa promossa da Confagricoltura e Consorzio ASI Salerno e Regione Campania punta a rilanciare i settori ortofruttico-

lo, della pesca e del food attraverso la realizzazione di un hub del freddo sviluppato su una superficie di circa 300.000 m². Nel polo del Mediterraneo, la Piana del Sele fornisce, in alcuni periodi dell'anno, fino all'80% dell'intera produzione europea di settore grazie ad aziende leader della "quarta gamma", denominazione che indica l'ortofrutta fresca, sottoposta a trattamenti poco invasivi, entrata a pieno titolo nelle abitudini alimentari di consumatori che la scelgono per praticità e garanzia di sicurezza e genuinità.

I prodotti agroalimentari *ready to eat* (cioè pronti da mangiare) garantiscono all'Italia una presenza di primo piano nell'export internazionale, con un indotto di circa 5,2 miliardi, che spinge a sostenere questo progetto anche a fronte di un investimento che si aggira tra gli 80 e i 100 milioni di euro, con il supporto dei fondi PNRR (Pia-

no Nazionale di Ripresa e Resilienza). «Con questo polo di investimenti si completa un ciclo importante di un distretto che conferisce alla Regione Campania un grande valore aggiunto in termini di prodotto interno lordo», dice Franco Picarone, Consigliere della Regione Campania. La Piana del Sele, classificata come ZES – Zona Economica Speciale –, è infatti considerata un'area nazionale strategica, capace di attrarre importanti investimenti esteri, e l'hub del freddo intende dare slancio a nuove prospettive. Un progetto ambizioso per sostenere un'economia in crescita, che si apre a nuove filiere – come quella del kiwi in fase di sviluppo nella Piana del Sele e in Calabria – che richiedono servizi e logistica funzionali. ■

Tiziana Mazzitelli
tiziana.mazzitelli@gmail.com



La spesa a tempo di musica

È noto che la musica ha molti effetti su di noi: sui comportamenti, sugli stati d'animo e sulle nostre scelte, anche quelle relative agli acquisti

Qui sotto, passi di danza in un discount. A destra, un allestimento "green": così come la musica, anche le piante possono contribuire a migliorare l'atmosfera di un punto vendita.

Avete per caso mai fatto caso al sottofondo musicale in onda nei centri commerciali o nei supermercati? Io sì! Anzi, sono proprio le playlist di uno store di una catena tedesca che mi inducono a frequentarlo assiduamente.

Molte ricerche e indagini hanno dimostrato e supportato la teoria che la musica può incidere positivamente sulle vendite e, di conseguenza, "negativamente" sul portafoglio degli acquirenti, che sono spinti a spendere un po' di più.

La scelta di una playlist selezionata è diventata un forte elemento di marketing, per creare quell'atmosfera perfetta che ci stimoli ad aumentare i nostri tempi di permanenza nel punto vendita e a farci affezionare e ritornare. Una variabile fondamentale per incrementare gli acquisti.

Quante volte mi è capitato di trattenermi qualche minuto in più proprio

per la musica piacevole di sottofondo o per ascoltare "l'ultima canzone"! Un po' come da ragazza prima di rientrare a casa dopo una festa o una serata in discoteca.

Va anche considerato il punto di vista dei dipendenti e dei collaboratori. Questi, generalmente, privilegiano un ambiente musicalmente attivo che migliori il loro umore e, di conseguenza, il clima del punto vendita. Uno staff più motivato, di solito, è anche più produttivo.

Certamente, non tutti sono favorevoli: alcuni, infatti, trovano che la musica di sottofondo rappresenti un elemento di disturbo, oltre che un deterrente per gli acquisti. Così come melodia, ritmo e volume influenzano l'atmosfera di uno store, anche l'assenza di suoni può avere effetti sulle nostre scelte.

Esistono, infatti, persone con bisogni sensoriali speciali, come l'autismo o la

sindrome di Asperger, che necessitano di un'atmosfera tranquilla, in cui i rumori siano ridotti al minimo. In quest'ottica, è molto interessante l'iniziativa "L'ora della spesa silenziosa" promossa da ZeroPerCento, una bottega etica in via Luca Signorelli 13 a Milano. Qui, ogni lunedì dalle 14 alle 15 il silenzio è "d'oro": luci soffuse, telefoni spenti e nessuna musica, un vero e proprio Silent Market con un'atmosfera quieta e rassicurante. La necessità, la comodità, la qualità e l'offerta del punto vendita sono alcuni degli aspetti che ci spingono all'acquisto; ma anche la musica è tra questi e può fare la differenza rendendo migliore la nostra esperienza.

Cosa c'è di meglio dello shopping? A mio avviso, lo shopping a tempo di musica. ■

*Alessandra Meda
alessandra.meda@cibiexpo.it*



La colatura di alici

Salsa dal sapore intenso, capace di impreziosire tutti i piatti con poche gocce

Di origini molto antiche, è citata addirittura dal filosofo e naturalista Plinio il Vecchio.

Tipica della Campania, precisamente di Cetara, piccolo borgo marinaro situato nella Costiera Amalfitana, ha una ricetta che ci è stata tramandata dai monaci cistercensi che nel Medioevo abitavano quelle zone.

Per essere realizzata, richiede lunghissimi tempi di preparazione: ingredienti fondamentali le alici fresche, che devono essere pescate nel mare della Costiera Amalfitana solo nel periodo compreso tra il 25 marzo e il 22 luglio; durante questi mesi, per via della particolare temperatura delle acque e della fase del ciclo vitale del pesce, le alici risultano contenere al loro interno pochissimi grassi, caratteristica che le rende perfette per questa salsa. Una volta pescate con il tradizionale

metodo del cianciolo, ossia utilizzando la lampara, devono essere private della testa e delle interiora; fatto ciò, vengono messe per 24 ore consecutive sotto sale e, trascorso questo lasso di tempo, inserite all'interno di grandi botti di legno, i cosiddetti terzigni, e interamente ricoperte con il sale.

Chiuse poi le botti con il loro apposito coperchio di legno, il tompagno, sopra quest'ultimo vengono posizionati dei pesi, di solito grosse pietre marine: è proprio questa pressione a portare in superficie il liquido ambrato, la colatura, che viene poi versato in grandi recipienti di vetro tappati con foglie di origano fresco, esposti alla luce del sole per circa 5 mesi. Alla fine di ottobre, il liquido viene nuovamente rimesso all'interno delle botti con le alici, per poi essere fatto colare in appositi contenitori

di vetro. Infine, viene filtrato attraverso teli di lino e, trascorsi 18 mesi, potrà finalmente essere utilizzato. Oltre ad avere un sapore intenso e salato, la colatura di alici è anche un condimento molto versatile in cucina: risulta particolarmente indicata per le uova e per le verdure, in particolare per quelle saltate in padella, come la scarola, gli spinaci, le bietole e i pomodori. Trattandosi di una salsa ricavata da un pesce azzurro, si abbina perfettamente anche a tutti i piatti di mare, ma la ricetta forse più famosa sono proprio gli spaghetti con aglio, olio, peperoncino e qualche foglia di prezzemolo, un primo piatto tipico della zona di Cetara che viene sempre preparato il giorno della Vigilia di Natale. ■

*Carolina Crusumano
carolinacusumano@hotmail.com*

Nella foto: spaghetti aglio, olio, prezzemolo e peperoncino, spesso conditi con la colatura di alici. Questa salsa non solo è particolarmente gustosa, ma è anche fonte di benefici per l'organismo, perché ricca di sostanze nutritive come sali minerali, quali sodio, potassio, magnesio, calcio e ferro, provenienti dalla salamoia a base di sale marino, oltre che di amminoacidi e vitamina A.



La DOP Economy

Un fenomeno talmente vitale da essersi meritato un nome ad hoc, un neologismo che è nello stesso tempo un attestato di successo e un incentivo per il futuro

Parmigiano Reggiano, Prosciutto di Parma, Grana Padano, Prosecco, Chianti, Barolo... E, almeno a me che scrivo, vengono subito in mente specifici paesaggi italiani, aperitivi, momenti conviviali, tramonti; o lunghe cene corpose, accompagnate da vini che si portano in tavola quando ci si vuol trattare particolarmente bene o in occasione di matrimoni e feste.

Queste eccellenze enogastronomiche sono parte del bagaglio culturale ed esperienziale di ognuno di noi. Sono tantissime, in realtà, e alcune non così conosciute. La pitina, per esempio, sapete che cos'è? Una polpetta di carne affumicata originaria della Val Tramonina, nelle Prealpi carniche. Il marrone di Serino l'avete assaggiato? E poi il cioccolato di Modica – almeno un dolce bisogna citarlo – l'avete comprato e gustato?

Prodotti di qualità indiscussa, con caratteristiche, sapori e storie diversissime, ma accomunati da una connotazione im-

portante: sono tutti a Denominazione di Origine Protetta, acronimo DOP. E, nello stesso tempo, sono i più cercati sul web. Tutti li vogliono e tantissimi li comprano, sia in Italia che all'estero.

Un marchio di tutela giuridica

La dicitura DOP è stata introdotta dall'Unione europea nel 1992 per tutelare e promuovere ogni prodotto agricolo e alimentare di qualità con caratteristiche particolari, dipendenti spesso dall'ambiente geografico della sua genesi; quindi, allo stesso tempo, da fattori naturali, come il clima, e umani, come le tecniche di lavorazione, la manualità e, in generale, specifiche artigianalità. Oggi si contano circa 1.500 prodotti agroalimentari DOP, IGP (Indicazione Geografica Protetta), STG (Specialità Tradizionale Garantita), e di questi un terzo sono italiani.

L'interesse che suscitano in patria e all'estero è tale che il fenomeno – che genera

ricadute economiche importanti – viene studiato e osservato con attenzione.

Sicuramente sempre più al TOP – cresce anno dopo anno – e ormai quasi POP – popolare, nel senso che coinvolge un pubblico sempre più ampio di persone – ha richiesto e determinato la nascita, nel 2018, di un neologismo: DOP Economy!

«Un neologismo», scrive Alberto Mattiacci, professore ordinario di Economia e Gestione delle Imprese all'Università La Sapienza di Roma, «è sempre una bella notizia: per una lingua, per una cultura, per una civiltà. [...] Significa che esistono una società che progredisce e un'economia che sa rinnovarsi. [...]». E non è solo un riconoscimento per quello che è stato fatto, ma anche un incoraggiamento che certifica «il fatto che quella delle DOP è una strada giusta, sana, di valore».

Approfondiamo

Vi dice qualcosa tale neologismo? L'avete

sentito pronunciare o l'avete letto da qualche parte? Avete intuito che cosa voglia dire ma non avete approfondito? Proviamo a riassumervelo noi. Con DOP Economy si intende il complesso sistema economico e sociale che si è sviluppato attorno ai diversi prodotti agroalimentari e vitivinicoli con indicazione geografica; quell'insieme di risorse territoriali e culturali, di processi di lavorazione e trasformazione artigianale e industriale, di attività di commercializzazione, e ovviamente di valore economico generato, che certamente, per l'Italia, ha un ruolo fondamentale.

Come mai? Perché attraverso il cibo raccontiamo e promuoviamo le nostre regioni e il nostro territorio, la nostra cultura, la nostra artigianalità e tecnica, ma anche le nostre sempre nuove abilità, ricerche, competenze e – in assoluto – l'importanza della qualità;

come facciamo attraverso i vestiti dei nostri stilisti o gli oggetti dei nostri designer. E non solo; l'indotto economico che la DOP Economy genera sta permettendo agli agricoltori, allevatori e imprenditori di non abbandonare, ma anzi di perfezionare, alcune pratiche, tradizioni, lavorazioni e processi. Sta permettendo a tutta la nostra filiera agroalimentare di dedicare spazio a ricerca e innovazione, e quindi di tutelare la memoria e la storia, introducendo anche elementi di novità, che spesso guardano alla sostenibilità ambientale, sia in fase di processo produttivo sia di commercializzazione: pensiamo a macchinari nuovi, nuove risorse energetiche, nuovi packaging.

Ovviamente, i prodotti a marchio DOP non sono solo italiani. L'Italia ha la leadership per quantità e per indotto economico generato, ma Francia, Spagna e Portogallo la seguono da vicino.

E ogni mese c'è qualche nuova entrata. Di recente, la Mongolia ha visto registrare il suo primo prodotto IGP, delle particolari bacche di olivello spinoso, e da poco ha ottenuto il marchio anche una cannella dello Sri Lanka. A tutti i curiosi suggeriamo di andare a dare un occhio in questi registri di delizie. Senza dimenticare altre raccolte interessanti: quella dei prodotti tipici, o i PAT (Prodotti Agroalimentari Tradizionali), i Presidi Slow Food, i Sigilli di Campagna Amica e i De.Co (Denominazione Comunale), tipicità di nicchia lavorate secondo le tradizioni. ■

Marta Pietroboni
marta.pietroboni@cibiexpo.it

Nelle foto, due prodotti DOP: a sinistra, il Parmigiano Reggiano e, a destra, il cioccolato di Modica.



Anziani. Protagonisti in cucina

Promuovere l'invecchiamento attivo vuol dire formare cittadini in grado di agire sul territorio in modo il più possibile autonomo e utile per sé stessi e per la società

Durante l'emergenza sanitaria è cambiata la vita di tutti, anziani inclusi. Tuttavia, l'impatto che le restrizioni hanno avuto su questi ultimi è stato particolare: i minori contatti, l'isolamento e la paura di contrarre l'infezione hanno causato, per esempio, un ritardo delle cure mediche, con una variabilità spesso legata a differenze culturali ed economiche. È cambiato anche il rapporto con il cibo? Sì! Dagli assalti ai supermercati, passando per la spesa online e per l'appoggio alle botteghe di quartiere, le abitudini alimentari si sono più volte modificate. Così gli italiani, tra i maggiori sostenitori in Europa dei "cibi freschissimi", si sono ritrovati ad acquistare farina e lievito di birra, carne in scatola, legumi secchi. A questo punto, la Casa dell'Agricoltura ha stimolato una riflessione su queste tematiche, in particolare: origine, stagionalità

e qualità dei cibi, contrasto allo spreco e alle false informazioni. E ha presentato alla Fondazione Comunitaria Nord Milano il progetto "Nonni, nipoti e il benessere in Cucina".

Una prima sperimentazione è stata condotta ad Arese, Lainate, Pregnana Milanese e Vanzago, comuni della città metropolitana di Milano – il Rhodense – ma con caratteristiche diverse tra loro.

L'intervento ha contemplato due momenti: il primo con funzioni didattiche e informative per un gruppo selezionato di anziani "attivi", propedeutico alla conoscenza di contenuti utili al successivo sviluppo delle attività; il secondo con l'obiettivo di creare animazione nel territorio e consapevolezza sul ruolo dell'agricoltura e sull'importanza di una corretta alimentazione.

Negli incontri formativi si è parlato di

coltivazioni, di nutrizione e salute, di informazione scientifica e, come argomenti trasversali, di sostenibilità e di comportamenti socialmente utili.

Per la seconda fase del progetto sono stati individuati alcuni obiettivi: contrasto alla solitudine alimentare, sviluppo della consapevolezza di acquisto e consumo, organizzazione di giornate anti-spreco, momenti di educazione alimentare tra nonni e nipoti, visite alle aziende agricole del Parco Agricolo Sud Milano; e ancora: programmazione di pranzi multietnici, collaborazione con gli orti urbani, impulso all'educazione permanente (lettura, cinema, arti visive) e alla conoscenza della sostenibilità ambientale, sociale, economica, culturale. ■

Mauro Del Corpo
progettazione@casagricoltura.org

Un ricco calendario di incontri

La nutrizionista Angela Messina, Valter Molinaro, social marketing manager di Coop Lombardia, Claudia Sorlini, professore emerito, Maria Teresa Manuelli, giornalista specializzata in economia del settore alimentare, e Francesca Ossola, agronoma, hanno animato gli incontri che si sono svolti tra marzo e maggio. A questi si sono aggiunte alcune "uscite-laboratorio": un punto vendita di Coop Lombardia per sperimentare "La spesa simulata"; il Collegio Arcivescovile "Castelli" di Saronno per condividere con gli studenti dell'Istituto Alberghiero la preparazione di un pasto; un'azienda agricola del Parco Agricolo Sud Milano per conoscere un'impresa multifunzionale.

La Fondazione Comunitaria Nord Milano, nata nel 2006, è una delle 16 Fondazioni di Comunità presenti in Regione Lombardia e nelle due province di Novara e Verbano Cusio Ossola, che sono state costituite da Fondazione Cariplo per diffondere la cultura del dono e favorire il benessere della Comunità di riferimento.

Vitigno autoctono da scoprire

Non tutti i vitigni hanno la stessa importanza. Tuttavia, spesso, sono proprio quelli meno conosciuti e coltivati in aree di minore estensione a destare maggiore curiosità

Quanto è vasto il patrimonio ampelografico italiano (l'ampelografia è la disciplina che studia, identifica e classifica le varietà dei vitigni, ndr)? Naturalmente, ci sono molte differenze al suo interno, non solo di notorietà ma anche di capacità quantitative e qualitative.

In generale, il vitigno autoctono gode da anni di grande spazio, spesso a ragione e a volte a torto, ossia quando l'aggettivo è utilizzato al di fuori del suo vero significato. Quindi partiamo da qui: cosa significa realmente "autoctono"? Possiamo darne due definizioni, entrambe corrette. La prima è etimologica: dal greco αὐτός (stesso) e χθών (terra), quindi letteralmente "della sua stessa terra". Ma non ci accontentiamo; l'articolo 6 del Testo Unico della Vite e del Vino lo definisce così: un vitigno appartenente alla Vitis vinifera di cui è dimostrata l'origine esclusiva in

Italia e la cui presenza è rilevata in aree geografiche delimitate del territorio nazionale. Il nostro è uno dei Paesi che ne ha il maggior numero. Quanti sono?

La prima raccolta "Principali vitigni da vino coltivati in Italia" nasce nel 1966 a opera del Ministero dell'Agricoltura. Allora si trattava di 243 varietà. Da lì a poco, nel 1969, l'Italia, a seguito di una direttiva comunitaria, istituisce il Registro Nazionale delle Varietà di Vite, e oggi se ne contano oltre 600.

Questo dimostra quanto sia ampio e importante il patrimonio ampelografico italiano, quanto interesse vi sia nella scoperta di nuovi esemplari, ma dichiara anche implicitamente il suo potenziale: quanti ancora se ne potranno scoprire? C'è di più: spesso un semplice vitigno, magari magistralmente vinificato, diventa un motore economico, turistico e nar-

rativo. Dà impulso alle aziende vitivinicole, anche alle più piccole, muove turisti amanti dell'enogastronomia e alla ricerca delle più interessanti tipicità, si fa spunto di narrazione per chi informa. E il cerchio si chiude.

Nasce così, nella redazione di CiBi, la nuova rubrica AUTOCTONO DA SCOPRIRE. Non parleremo di 600 vitigni e nemmeno della metà, ma percorreremo le nostre regioni per descrivere alcuni di quelli rari o riscoperti, le aziende che li coltivano e i vini che ne nascono.

Chiudiamo anche con un invito per chi avrà il piacere di raccogliercelo: se avete una storia da raccontarci, un vino che vorreste far conoscere, frutto di un vitigno raro, scriveteci. ■

Elisa Alciati
elisa.alciati@cibiexpo.it

Nella foto,
panorama
di vigneti
in Toscana.



LEMONGRASS



PROFUMO
AGRUMATO
ANTIBATTERICO
PER BRODI ZUPPE SALSE
SOPRATTUTTO DI PESCE

LEVISTICO.



SEDANO DI MONTAGNA
O PREZZEMOLO DELL'AMORE
ERBA AROMATICA
PER INSAPORIRE MINESTRE
STUFATI BOLLITI
E FRITTATE.

NOTIZIE E INFORMAZIONI PAG. 27 LUGLIO 2022.