



Città
metropolitana
di Milano



PARCO
AGRICOLO
SUD
MILANO

**Arte
e scienza
del cibo**

Periodico gratuito
Anno 11 - n 4
20 aprile 2023
www.cibiexpo.it



centro studi
anticontraffazione



**Fitochem
e i fertilizzanti
fogliari**



**Mare
nostrum**



**Luca Mercalli,
climatologo**

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

Ristoranti virtuali, influencer, creator economy...

Ma si sta parlando di cibo? Servono chiarimenti. Oppure si può decidere di ignorare le nuove tendenze e di frequentare solo il piccolo mondo antico fatto di trattorie e cucina casalinga.

Ma, prima di rinunciare all'avventura, proviamo a capire.

I ristoranti virtuali sono entità in cui si ordina il cibo attraverso le piattaforme di Food Delivery per le quali non vale la regola: un locale = un ristorante. A ogni ambiente possono corrispondere fino a 15 ristoranti virtuali, permettendo così al titolare di ricevere più ordini, tramite app, siti Web o telefono. La consegna è a domicilio.

Passiamo agli influencer: sono personaggi di successo nei social network capaci di condizionare per imitazione le scelte del loro pubblico d'elezione. La creator economy, arrivata in America da tempo,

in Italia una novità, ha a che fare con la realizzazione di contenuti (video, immagini, audio...) da parte di chi, grazie al rapporto con i propri follower (seguaci, *ndr*), riesce a trarne un guadagno.

Risultato: a Roma è nata la prima catena di ristoranti virtuali italiani di proprietà di un influencer. L'ha lanciata l'attore comico Leonardo Bocci, che cambia e adatta il formato dei piatti trasformando gli spaghetti alla gricia, cacio e pepe, all'amatriciana e il pollo ai peperoni in più pratici kebab.

Un piccolo passo per l'uomo, un grande passo per l'umanità*? ■

*Paola Chessa Pietroboni
direzione@cibiexpo.it*

*Celebre frase di Neil Armstrong, il primo uomo che mise il piede sulla Luna.



Ben fatto

Polpettone ripieno 5
di Giovanni Romano e Matteo Scirpoli

C'è del buono

VITRUM 2023: partenza sotto i buoni auspici 6
a cura della redazione

A Milano il lavoro

si trova anche al bar 7
a cura della redazione

Ricerca e innovazione

Vino ed emozioni 8
di Alessandra Meda

Vedere gli odori 10
di Tiziana Mazzitelli

Le tappe dei tappi

Centesimino 12
di Elisa Alciati

Storia del cibo

Acqua + k = vodka 14
di Riccardo Vedovato

Protagonisti

Luca Mercalli 16
di Paola Chessa Pietroboni

Segreti della spesa

Bello dentro 19
a cura della redazione

Bello da mangiare

L'autentica essenza dell'opera d'arte 20
di Ave Appiano e Chiara Capeettini

Made in Italy

Polvere di insetti 22
di Daniela Mainini

Free from fake

Dieta vegana, totalmente vegetale 23
di Giorgio Donegani

Tendenze

Fitochem e i fertilizzanti fogliari 24
di Marta Pietroboni

Provolone del Monaco 27
di Giovanni Romano

MEatSCHOOL 28
di Marta Pietroboni

Mare nostrum 30
di Marina Greco

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

20/04/2023 anno 11, n.4

5

Polpettone ripieno

Un secondo casalingo gustoso e saporito per il pranzo della domenica

Il polpettone è un piatto ben conosciuto in Italia, di cui però non è facile individuare l'origine. In genere, ha una forma allungata, cilindrica. Cucinarlo era un modo semplice ed economico per sfamare la famiglia, perché spesso per la sua preparazione si utilizzavano gli avanzi. Incerta è anche l'origine del termine. Probabilmente, i nomi "polpettone" e "polpetta" hanno la stessa genesi. Deriverebbero da "paupière", ovvero "palpebra", paragonandone la chiusura a protezione delle pupille alla realizzazione del rotolo che include e ripara l'interno. Altre tesi sostengono che l'origine del nome viene da "polpa", in quanto per farle si usano parti tenere della carne. Il termine "polpetta" compare per la prima volta intorno alla metà del Quattrocento in un ricettario della cucina italiana scritto da Maestro Martino, il quale dichiara la paternità italiana della preparazione.

Ingredienti (per 4-6 persone)

Per il polpettone:

- 1 kg di carne macinata
- 400 g di pancetta a fette
- 150 g di formaggio a fette
- 130 g di pangrattato
- 100 g di spinaci
- 25 g di sale fino
- 9 g di pepe
- 2 uova

Per la frittata:

- 2 uova
- olio di oliva
- sale e pepe
- erbe aromatiche

Preparazione

Mescolare la carne macinata con il pangrattato, aggiungere sale, pepe e uova. Foderare una teglia da forno con due fogli di alluminio. Stendere sopra il primo la carne e livellare bene. Contemporaneamente, preparare la frittata: sbattere in una ciotola le uova, aggiungere sale, pepe ed erbe aromatiche; versarle in una padella antiaderente dopo averla irrorata con un filo d'olio. Lasciare cuocere a fuoco basso. Ricoprire la padella con un coperchio per una cottura omogenea

del composto. Girare la frittata aiutandovi con una spatola. Spegnerne il fuoco e lasciare riposare per qualche minuto. Sull'impasto di carne, ben livellato, adagiare la frittata, tagliando i bordi in eccesso. Aggiungere gli spinaci leggermente sbollentati e le fette di formaggio. Con l'aiuto del foglio di alluminio arrotolare il polpettone e metterlo da parte. Nella medesima teglia, stendere una dietro l'altra, sull'altro foglio di alluminio, le fette di pancetta. Prendere il nostro rotolo di carne, posizionarlo sulla pancetta e arrotolarlo in modo tale che le fette aderiscano perfettamente alla superficie esterna. Cuocere il polpettone in forno a 200°C per 60 minuti circa. ■

Giovanni Romano e Matteo Scirpoli
fondatori di GeoFood

Nelle foto: 1. gli ingredienti; 2. il ripieno steso sull'impasto di carne; 3. il rotolo pronto per essere rivestito con le fette di pancetta; 4. il piatto terminato, da servire in tavola.



I contatti della redazione

CiBi

Arte e scienza

del cibo

Periodico gratuito

Anno 11 - n 4

Milano

20 aprile 2023

Direttore responsabile:

Paola Chessa Pietroboni

Redazione:

Alessandra Meda
alessandra.meda@cibiexpo.it

Giovanni Romano - giovanni.romano@cibiexpo.it
Marta Pietroboni - marta.pietroboni@cibiexpo.it

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

Illustratore: Libero Gozzini

info@gozzinilibero-illustratore.com

Collaboratore editoriale: Anna Francioni

Fotografo: Guido Valdata

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 Simona Galimberti: torte e non solo





VITRUM 2023: partenza sotto i migliori auspici

Gli espositori apprezzano le novità, già 9.000 m² prenotati e oltre 100 le aziende iscritte nel primo mese di apertura delle vendite

Più che motivato l'ottimismo di Dino Zandonella Necca, Presidente VITRUM e GIMAV (l'Associazione che raggruppa i costruttori e fornitori italiani di macchine, accessori, attrezzature e prodotti speciali per la lavorazione del vetro), per la partenza sprint delle vendite di VITRUM 2023, la 23^a edizione del Salone dedicato all'industria del vetro, che si terrà dal 5 all'8 settembre presso la fiera di Milano-Rho. Sono infatti oltre 100 le aziende finora iscritte alla rassegna. «Ringrazio tutti gli espositori – ha commentato il Presidente Zandonella Necca – per il rinnovato entusiasmo e la fiducia che mostrano verso le nostre recenti iniziative. Continuiamo a lavorare per offrire agli espositori sempre più opportunità e contenuti di alto livello: i primi riscontri molto positivi delle iscrizioni alla fiera ne sono la prova. Sono infatti più di 100 le aziende che hanno confermato la loro partecipazione, prenotando già quasi il 70% dell'area espositiva netta della scorsa edizione, e, anche se nel 2021 eravamo in piena pandemia, si tratta di un bel risultato».

Grande interesse a livello internazionale

Saranno molte le novità di VITRUM 2023, dal nuovo layout dei padiglioni fino alle modalità di invito degli operatori del programma di accoglienza supportato da ICE Agenzia, l'organismo governativo per la promozione all'estero e all'internazionalizzazione delle imprese italiane. Inoltre, è importante ricordare che la piattaforma di riferimento per il Settore, VITRUM Life (vitrumlife.it), continuerà a proporre un magazine con notizie sulla fiera e news dagli espositori, la web-tv e il marketplace dei prodotti. Infine, sarà attiva anche VITRUM International, la vetrina dedicata ai mercati esteri, interlocutori cruciali per il settore in questo particolare momento storico, se si considera che il 46% degli espositori iscritti a VITRUM 2023 arriva dall'estero e che per il 10% si tratta di nuovi ingressi.

Eventi metropolitani

Non è più una novità, ma un appuntamento atteso e giunto alla sua terza edi-

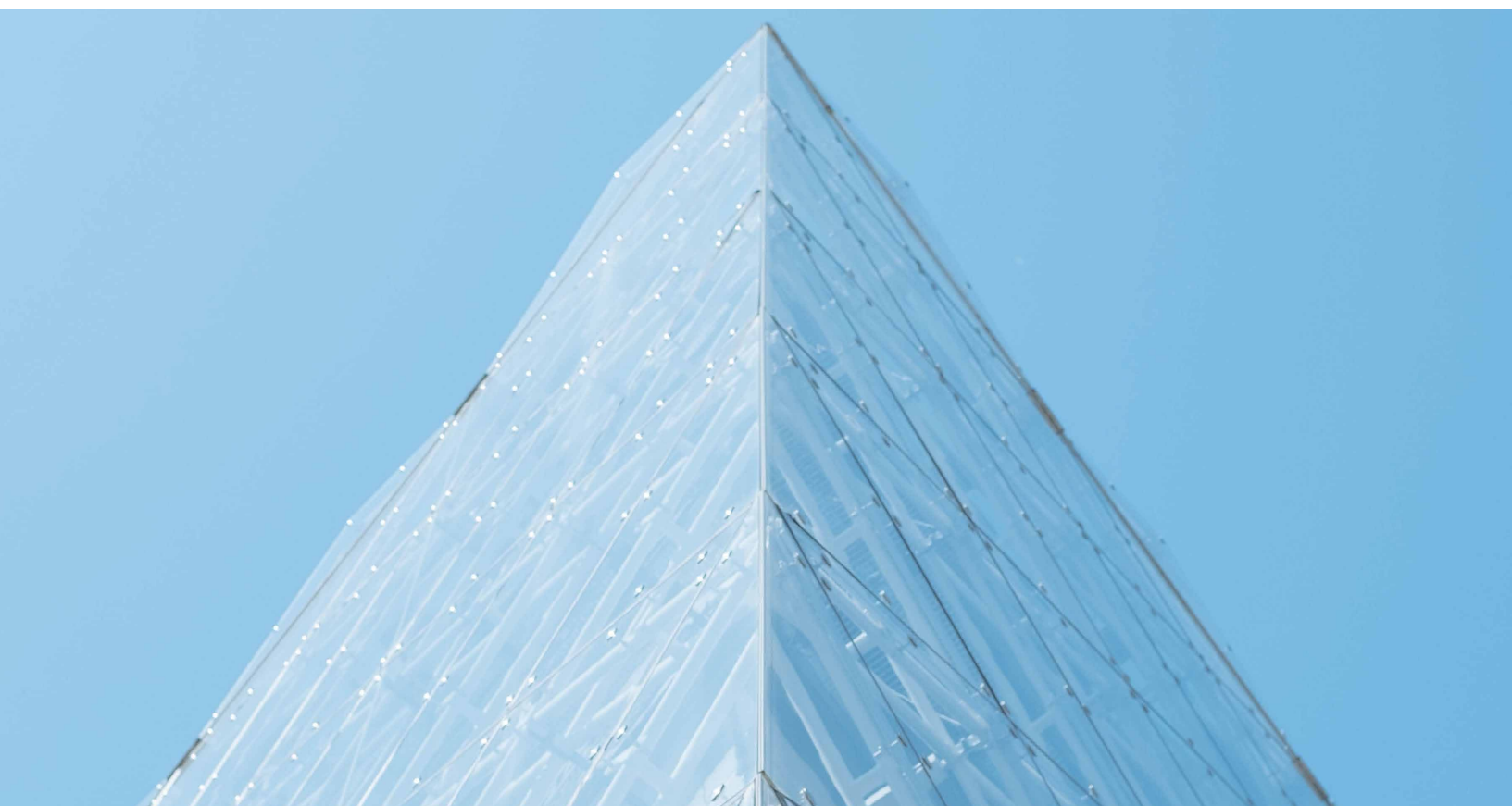
zione, la Milan Glass Week, la rassegna di iniziative ed eventi speciali proposti in città. Quest'anno si terrà dal 4 al 10 settembre, rivolgendosi ai milanesi e ai turisti, coinvolgendo le eccellenze che caratterizzano la filiera del vetro Made in Italy, dal vetro artistico e artigianale a quello industriale e tecnologico. ■

*La redazione
info@cibiexpo.it*

Info per esporre e visitare

Sul portale dedicato a VITRUM 2023, nella sezione degli espositori, è ancora possibile compilare il modulo per prenotare il proprio spazio a VITRUM. Sempre su vitrumlife.it/vitrum sarà a breve attiva anche la sezione dove i visitatori potranno richiedere il biglietto di ingresso in fiera.

Sotto, un esempio dell'utilizzo del vetro nell'architettura contemporanea.



A Milano il lavoro si trova anche al bar

L'agenzia per il lavoro e-work apre una caffetteria in Foro Buonaparte, dove domanda e offerta s'incontrano nei momenti più piacevoli della giornata

E-work, gruppo specializzato nella consulenza, somministrazione di lavoro e gestione di soluzioni HR (Human Resources, ndr) per aziende e multinazionali, con 38 filiali in Italia, punta su Milano per l'evoluzione del progetto e-workafé: le caffetterie del lavoro nate per avvicinare domanda e offerta hanno un nuovo indirizzo in centro città. L'e-workafé di Foro Buonaparte 53 sorge vicino alla filiale e-work di via Dante, il cuore pulsante del mondo finanziario milanese. È la prima di una serie di aperture programmate entro i prossimi mesi in altri punti del capoluogo (dal quartiere Adriano al Naviglio della Martesana) pronte a replicare il successo di via Galvani, accanto al Palazzo della Regione Lombardia, aperto nel 2021.

Un format innovativo

Nel nuovo spazio, le persone avranno la possibilità di interagire con l'agenzia attraverso schermi touch, consultare le posizioni offerte senza orari pre-

predeterminato, semplicemente dando uno sguardo agli schermi dove scorrono gli annunci e poi, QR alla mano, approfondire le posizioni aperte o candidarsi direttamente sul portale e-work attraverso i propri device (dispositivi elettronici come gli smartphone, ndr). «Nei prossimi tre mesi, il format e-workafé consentirà a ragazzi e meno giovani di scoprire sempre nuove offerte di lavoro e ricevere consigli di orientamento professionale comodamente seduti a bere un caffè o uno spritz – spiega Paolo Ferrario, AD di e-work –. Il mismatch tra domanda e offerta, anche a Milano, continua a creare situazioni paradossali, per cui le imprese non trovano persone adeguatamente formate e, d'altro canto, molti aspiranti lavoratori non ottengono un'occupazione stabile proprio perché non convenientemente istruiti o in uscita da precedenti attività che prevederebbero una seria riqualificazione professionale. Il progetto degli e-workafé apporta così un ulteriore servizio alla città, alle persone e alle imprese».

Oltre a brevi pause caffè e aperitivi, anche l'e-workafé di Foro Buonaparte darà la possibilità di partecipare a momenti di incontro e iniziative legate al mondo del lavoro, della formazione professionale e dell'orientamento. Il programma delle 3 nuove aperture milanesi porterà, infine, lavoro anche all'interno degli e-workafé stessi, per i quali è prevista l'assunzione di 20 nuove figure professionali Ho.re.ca (Hotel-erie-restaurant-café, ndr). ■

*La redazione
info@cibiexpo.it*



Sopra, lo schermo touch presente nell'e-workafé.

Nella foto a destra, la vetrina del nuovo e-workafé aperto in Foro Buonaparte numero 53 a Milano.



E-work

È un'agenzia per il lavoro nata nel 2000 e presente sul territorio nazionale con 38 filiali; attraverso l'attività di 210 professionisti, serve annualmente oltre 1.200 aziende e 40.000 persone. Grazie a una rete di divisioni specializzate in ricerca e selezione di profili di difficile reperimento – come l'ambito ICT, Finance e Banking e Cyber Security – e-work è in grado di affrontare e gestire le varie necessità di compagnie multinazionali e corporate, enti pubblici, aziende dal profilo nazionale e regionale. I diversi servizi offerti spaziano dallo Staffing (sia Temporary che Permanent) alla Formazione, anche quella finanziata, da Outplacement ad Assessment fino alla gestione delle Politiche Attive del Lavoro. Nel 2016 e-work ha lanciato il nuovo format e-workafé: caffetterie che creano un ponte tra svago e mondo del lavoro. Attraverso la Fondazione Pino Cova l'agenzia promuove anche l'inserimento di giovani in particolari condizioni di emarginazione sociale e disabilità, sia fisica che psichica.

Vino ed emozioni

Tristezza, paura, rabbia, gioia, disgusto: queste sono le emozioni di base dalle quali ne derivano molte altre. Come si colloca il vino nel panorama emozionale?

È noto che il Nettare di Bacco suscita emozioni. Ci coinvolge infatti attraverso i sensi, attivando processi di natura olfattiva, gustativa, visiva oltre che cognitiva e affettiva.

Quando il vino è condivisione, si lega con frequenza a ricordi di momenti vissuti ed è capace di riattivare gli stati emotivi provati anche a distanza di tempo.

Possiamo misurare le emozioni da un punto di vista scientifico? Qual è la posizione delle neuroscienze? Esistono delle correlazioni tra i dati sensoriali e le molecole presenti?

Per rispondere, bisogna ricordare che il vino ingloba un mondo: al suo interno contiene oltre 800 molecole.

Indagare la relazione di queste con il nostro sistema percettivo ha l'obiettivo di definire i processi sensoriali e fisiologici che stanno alla base delle emozioni, di sviluppare le tecniche per misurarli e identificare le molecole ri-

conosciute dai nostri recettori, per poi trasformarle in dati.

Per rispondere a queste e altre domande, l'International Academy of Sensory Analysis (IASA, fondata nel 2005 con l'obiettivo di studiare e diffondere l'analisi sensoriale come mezzo per migliorare la qualità della vita) con il suo team scientifico multidisciplinare di esperti provenienti da 7 università italiane e 2 istituti di ricerca (CNR e Centro Studi Assaggiatori) ha creato un protocollo di prova ed effettuato alcuni test usando differenti tipi di vino.

I risultati delle sperimentazioni

Le emozioni sono risposte chimiche e neurali, reazioni alla percezione prodotte dal cervello di fronte a un dato stimolo.

L'approccio percettivo implica che sollecitazioni come il sapore di un vino siano in grado di attivare determinati

processi fisici, e che i segnali evocati siano rilevabili e quantificabili, decodificati dalla corteccia orbitofrontale (cervello cosciente) e dall'amigdala (inconscio). Le aree cerebrali coinvolte, durante l'elaborazione, permettono di unire informazioni sensoriali a ricordi di esperienze passate ed emozioni evocate.

Le nostre risposte emotive possono poi essere rilevate attraverso diverse modalità, come l'encefalogramma, il cardiogramma, i test sensoriali e la trasmissione cutanea.

Parte della sperimentazione prevedeva il coinvolgimento di individui naturalmente all'oscuro d'informazioni relative alla marca e alla denominazione dei vini assaggiati, così da non esserne influenzati. Definita la sequenza dei passaggi, i partecipanti venivano esposti allo stimolo, attraverso misurazioni esplicite delle emozioni e la successiva registrazione. Dai risultati dei test

viene confermato, innanzitutto, il legame tra familiarità e piacevolezza rispetto a un dato stimolo. Inoltre, in linea generale, si rileva che le emozioni prodotte dai vini sono positive e facilmente associate, in differenti proporzioni, ai sentori floreale, fruttato, speziato.

Entrando più nello specifico, diventa fondamentale l'analisi dei composti volatili, ovvero i veicoli attraverso i quali un vino comunica sensazioni ed emozioni al nostro sofisticatissimo sistema percettivo.

Questa indagine evidenzia che la gioia è, spesso, collegata a molecole terpeniche (responsabili degli aromi, ndr) che conferiscono note floreali e balsamiche oltre che a esteri etilici, composti organici in grado di far percepire il fruttato. Al contrario, la rabbia e la tristezza vengono legate a caratteristiche analitiche percepite come difetti. In ogni caso, la relazione

tra il consumo di vino e le emozioni è tutt'altro che semplice.

Bere vino attiva reazioni sul piano fisiologico, neurale, somatico, ma è in grado anche di favorire processi che possono, a loro volta, suscitare ulteriori emozioni.

Nella percezione e nella valutazione sensoriale anche il valore edonico gioca un ruolo da protagonista nel determinare la positività o la negatività dell'emozione descritta.

Per delineare in maniera completa l'esperienza emozionale data dal consumo di vino, dobbiamo uscire dai confini della percezione sensoriale di uno stimolo in sé, ma è necessaria una valutazione delle circostanze sociali e situazionali.

Esiste anche una difficoltà oggettiva che si prova nell'esprimere la propria esperienza olfatto-gustativa in termini emozionali.

È più facile descrivere le sensazioni fi-

siche registrate dal nostro cervello nel momento in cui beviamo un vino.

Per la scienza, molte sono le possibilità di ricerca che si intravedono all'orizzonte, oltre ai riscontri già forniti. Ma su un altro versante, le risposte emotive legate al vino potranno essere usate come strumenti per strategie di marketing, al pari delle etichette o del prezzo? Questi dati saranno in grado di influenzare il comportamento dei consumatori in termini di scelte e di acquisto? Le emozioni potranno essere usate per caratterizzare la qualità di un vino? Luigi Odello, presidente del Centro Studi Assaggiatori, crede che comprendere le correlazioni e disporre di queste informazioni possa essere molto utile alle diverse aziende vitivinicole per la creazione di nuovi vini. ■

Alessandra Meda

alessandra.meda@cibiexpo.it

Nella pagina di sinistra, una scheda di degustazione vini; nella foto qui sotto, invece, una bottiglia di vino accostata ad altri elementi sensoriale.



Vedere gli odori

Si tratta di una nuova esperienza sensoriale che stimola la percezione degli odori anche in loro assenza

Chi non ha mai pensato che la frase “mangiare con gli occhi” fosse un'espressione comune ma metaforica? Adesso potrebbe invece diventare realtà.

Da un perfetto mix di scienza e creatività nasce l'idea di Noemi Emidi, dottoranda del Dipartimento di Ingegneria Gestionale e della Produzione del Politecnico di Torino, che, nel suo percorso di studi, riesce a immaginare una sorta di metalinguaggio in grado di dare forma visiva alla dimensione olfattiva anche in mancanza di odori. Un'intuizione che offre nuove prospettive e che diventa un libro, *Comunicazione sensoriale*, sotto la guida di Luigi Odello, presidente del Centro Studi Assaggiatori (CSA), che dal 1990 lavora per creare nuovi metodi di analisi sensoriale fornendo servizi alle associazioni dei degustatori.

Il cibo in una nuova dimensione comunicativa

Perfettamente al passo con le esigenze della contemporaneità, in cui tutto deve

essere veicolato attraverso i canali mediatici, Noemi Emidi, con la sua visione ambiziosa, trova un legame tra sapori, odori e design. “La dimensione comunicativa è il fil rouge delle sue esperienze di progettazione, attraverso la ricerca si affida a una razionale metodologia influenzata da una personale curiosità e creatività” – si legge nella presentazione che apre il suo libro, nato come tesi universitaria, durante il tirocinio presso il CSA, che vede protagoniste le scienze sensoriali.

Un approccio innovativo che va dalla costruzione di mappe alla definizione di apposite infografiche e che, una volta concluse le fasi di valutazione e analisi, traduce i dati in rappresentazioni visive: i risultati della ricerca effettuata diventano immagini in grado di offrire una percezione chiara delle caratteristiche aromatiche, somestetiche (relative alla sensibilità somatica, che ci permette di raccogliere informazioni con tutte le par-

ti del corpo – cute, muscoli e tendini – e d'inviarle al sistema nervoso, ndr) e di gusto dei prodotti.

Ecco come l'aroma del cibo, che attraverso il Web, le etichette o i cataloghi, è impossibile da sentire, diventa conoscenza, addirittura emozionale e coinvolgente, grazie alla grafica, realizzata come fusione di un processo analitico e di interpretazione creativa. Il cibo trova un nuovo modo di essere presentato, ma, soprattutto, raccontato.

L'olfatto si trasforma in esperienza visiva

“Una buona visualizzazione non è solo un'immagine; è una storia. Il racconto di un viaggio nei dati”, afferma Dimitris Panagopoulos, esperto di effetti visivi e classificazione del colore, citato da Noemi nel suo libro in cui spinge il design in una direzione nuova, quella dell'analisi sensoriale, che intende offrire una descrizione e una misurazione dei valori organolettici

propri di un determinato prodotto.

Se le percezioni sono giudizi istintivi e soggettivi che determinano ciò che piace o che non piace, l'obiettivo di questa nuova ricerca è invece quello di disegnare una forma visiva degli odori in grado di passare dalla soggettività all'oggettività dell'esperienza.

Si aprono quindi nuovi orizzonti e, soprattutto, nuove forme di narrazione del cibo, in cui la vista si sovrappone all'olfatto e il bello incontra il buono, offrendo un viaggio di sapore inaspettato e coinvolgente.

Comunicazione sensoriale

Questo il titolo di Noemi Emidi che è stato inserito in Officina della Comunicazione Sensoriale del CSA, progetto che intende produrre contenuti per i canali online e offline partendo dall'analisi sensoriale ma adottando un linguaggio accessibile, non tecnico, con una precisa identità visiva in grado di

rendere immediatamente comprensibili le caratteristiche di un prodotto, creando aspettative realistiche ed esperienze intense. Nella presentazione si legge: “Inedite chiavi di lettura per il racconto visivo di proprietà organolettiche – associazioni metaforiche, confronti aromatici alla ricerca del perfetto equilibrio e giochi olfattivi – hanno permesso di diversificare, sintetizzare e strutturare l'informazione scientifica, ottenendo una narrazione chiara e accessibile con cui valorizzare gli elementi intangibili della percezione sensoriale umana”.

Il racconto visivo degli odori non solo permette di sperimentare in modo inedito la dimensione olfattiva dei cibi, ma riesce a coinvolgere la sfera emozionale che è propria della scelta dei prodotti alimentari. Una comunicazione che ambisce a generare nuovo interesse, e nuova consapevolezza, a tutto vantaggio del settore enogastronomico, offren-

do slancio alle potenzialità del Made in Italy. “Per questo abbiamo voluto trasformare la tesi di Noemi in un libro”, dice Luigi Odello, “nella convinzione di rendere un servizio alle migliaia di professionisti che ogni giorno devono spiegare a qualcuno qualcosa d'intangibile. Ma c'è di più: unendo le scienze sensoriali alla grafica, tutto può diventare gioco e quindi essere di utilità per avvicinare i clienti in un modo nuovo e arricchente, sia durante gli eventi, sia nelle trattative che sempre più sono condotte a distanza, oggi attraverso due schermi, domani utilizzando la realtà immersiva.” ■

*Tiziana Mazzitelli
tiziana.mazzitelli@cibiexpo.it*

Nelle foto in queste pagine, spezie, frutta, fiori e verdura, oggetti dell'indagine sensoriale condotta da Noemi Emidi.



Centesimino

La settima puntata di questa rubrica si ferma in Emilia-Romagna. Vi raccontiamo il Centesimino

Questa è una storia recente, rispetto a quelle raccontate fino a oggi.

Infatti, è solo dall'epoca post-fillosserica (cioè da dopo il 1850 circa, quando in Europa si diffuse la fillossera, un parassita devastante, ndr) che abbiamo notizia di questo vitigno.

Per conoscerlo in tutti i particolari, ci ha fatto da Cicerone Rita "l'energia" (così la definiscono in famiglia) dell'Azienda Agricola Ancarani di Oriolo dei Fichi, nel comune di Faenza, in provincia di Ravenna.

Raccontiamone la storia.

Il Centesimino è stato salvato inconsapevolmente dalla fillossera da un signore che viveva a Faenza, tale Pietro Pianori, che lo usava come pergola decorativa all'interno del suo cortile. Siamo in Corso Matteotti n. 10, in pieno centro città.

Che precisione!

La precisione è dovuta al fatto che la mia

mamma stava al numero 6 della stessa strada, pertanto vicinissimo. Questo signore aveva dei terreni di proprietà nella zona di Oriolo dei Fichi, e negli anni Cinquanta decise di mettere a dimora un po' di marze di vigne presenti nei suoi fondi, tra cui, evidentemente, quella che oggi conosciamo come Centesimino.

Tuttavia, su questo vitigno ci fu molta confusione: venne chiamato Savignon Rosso (ma senza avere nulla a che fare con il Sauvignon Rosso) e ritenuto di origine spagnola. Solo l'esame del DNA svolto agli inizi del Duemila ha messo un punto fermo sulla questione: si trattava di un vitigno non ancora censito.

Era necessario trovargli un nome.

Ci si ricordò che Pietro Pianori, l'uomo che in qualche modo aveva salvato questo vitigno, era un grossista alimentare con la caratteristica risaputa di essere tirchio; per questo, in dialetto, veniva chiamato Centesimino.

Iscritto al Registro Nazionale delle Varietà di Vite solo dal 2004.

Dalla procedura per l'iscrizione al Registro otteniamo l'IGT, l'Indicazione Geografica Tipica, e da quest'anno 2023 su vendemmia 2022 abbiamo la DOC (Denominazione di Origine Controllata) per la zona di Oriolo dei Fichi.

I produttori del Centesimino a oggi sono pochissimi: solo 6 o 7 per un totale di 20 ettari dentro a Oriolo dei Fichi; possiamo aggiungerne 2 o 3 se andiamo oltre la provincia di Ravenna.

Pochi ettari, pochi produttori, poco spazio. C'è un rischio di omologazione del vino?

Identità, identità, identità! È la parola d'ordine per il Centesimino di Oriolo dei Fichi, ma non solo per il terroir. Devo dire che i vini prodotti in questa zona sono tutti diversi tra loro; in ognuno è possibile percepire la diversa mano di chi lo produce.

Nella pagina accanto, il territorio in cui viene prodotto il Centesimino. Qui sotto: a sinistra, Rita Babini, intervistata in questo articolo; a destra, una bottiglia di Centesimino.

Perché parlare di "identità"?

Oriolo dei Fichi, a differenza di altri luoghi, ha diverse caratteristiche che contribuiscono a rendere il vino Centesimino particolarmente riconoscibile. Abbiamo una connotazione geologica peculiare: 8 chilometri di sabbie pleistoceniche, un'insenatura che ha fatto da spiaggia ai dinosauri, una sabbia estremamente ricca di ferro, calcare e fossili. Per questa pianta, molto rustica, è diventata la dimora ideale.

Una combinazione fortunata quindi.

Sì, ma non solo. La buona sorte del Centesimino è stata quella di incontrare il gusto delle persone fin dalle prime vinificazioni, quando ancora si vendeva sfuso. Ma il merito va anche alle caratteristiche del vitigno. È una pianta resistente alle malattie come botrite, oidio, peronospora. Ha un'uva a bacca piccola ma dalla buccia spessa che la protegge. Non molto produttiva,

su cui oggi insiste il grande problema della siccità, che incide tanto sulla quantità che sulla qualità. L'alto tenore zuccherino tipico del Centesimino e la riduzione dell'acqua nell'acino, dovuta appunto alla siccità, portano con sé diversi problemi tra cui: l'indebolimento dei lieviti e il rischio dell'opulenza gusto-olfattiva; quindi, è arduo trovare il giusto equilibrio di piacevolezza.

Veniamo a voi.

Da parte nostra cerchiamo di non intervenire sul vino. Ovvero, facciamo quanta più prevenzione possibile in vigna, e in cantina proviamo a osservare soltanto. Il nostro obiettivo è legare il prodotto al territorio e all'annata. Raccontandolo da capo ogni volta.

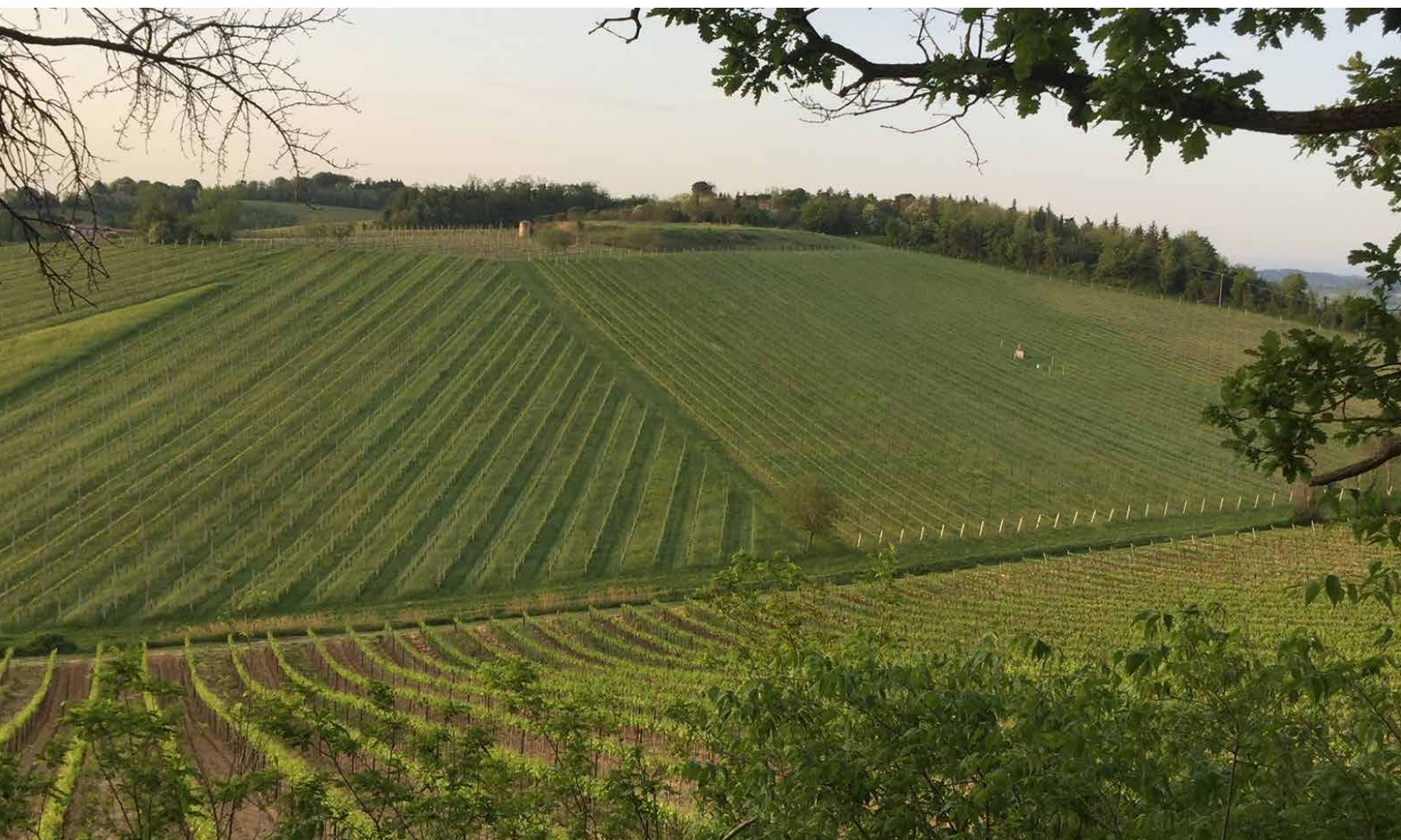
Il vino.

Sono possibili molte vinificazioni differenti. Come dicevamo prima, ognun

no ha la sua mano. Nel nostro caso, procediamo con fermentazione spontanea sulle bucce e con lieviti indigeni per 20 giorni, a cui segue una pressatura soffice. Matura per 3 mesi sulla feccia fine (per fecce fini si intendono tutti i sedimenti che si formano alla fine della fermentazione alcolica, ndr) e prosegue l'affinamento in vasche di cemento per altri 10 mesi. Seguono 3 mesi in bottiglia prima della commercializzazione. Per il resto, che dire... va assaggiato!

Da parte nostra, alla conclusione di questa settima tappa, permetteteci di essere davvero contenti di avervi raccontato un'altra chicca della nostra magnifica biodiversità vitivinicola italiana, qualcosa che esiste in solo 20 ettari di terreno in tutto il mondo. ■

Elisa Alciati
elisa.alciati@cibiexpo.it



Acqua + k = vodka

“Acquetta”. Beh, vodka significa questo, più o meno. Deriva dalla parola “voda”, che nelle lingue slave significa “acqua”

Quella “k” sembrerebbe proprio essere un suffisso con funzione di diminutivo, un po’ come i nostri -etta, -ina, eccetera. Eppure, perché c’è un eppure, non si è sempre chiamata così. Anzi, nelle regioni che la producono maggiormente tuttora non ha (solo) quel nome. In zone come la Polonia, l’Ucraina, la Bielorussia, o la Lettonia, l’Estonia e la Lituania, per indicare la vodka si usano termini o espressioni che significano “bruciare”, “che brucia”. Anche nella Russia del XVII e XVIII secolo la si indicava con l’espressione горяще вино, alias *goryashie vino* e cioè “vino che brucia”. Sembra tuttavia che questo modo di dire non fosse una tendenza solo delle lingue slave: in Germania abbiamo il *branntwein* (traduzione: spiriti), in Danimarca *brændevin* (brandy), nei Paesi Bassi (che non sono la stessa cosa dell’Olanda, care lettrici e lettori: l’Olanda è una delle regioni dei Paesi Bas-

si) troviamo la parola *brandewijn* (ancora brandy), come in Svezia *brännvin* e in Norvegia *brennevin* (liquore), tutte con lo stesso significato, che alla lunga ha finito per riferirsi un po’ alle bevande alcoliche più *strong*, più forti. E come dar loro torto? Eccome se bruciano! In effetti, pure il buon Gabriele D’Annunzio, nel clima di soppressione dei barbarismi tipico dell’habitat fascista, in cui si andava a caccia di sostituti per tutte le parole non italiane, aveva proposto la parola “arzente” in cambio dell’inaccettabile inglese “brandy”. Arzente ossia arde, brucia. Carino eh? Comunque, questa benedetta vodka da dove viene fuori? Chi se l’è inventata? Gli accademici stanno ancora litigando a riguardo, perché, come al solito, i materiali storici sono pochi e, in genere, non sono nemmeno un granché. Tra i primi cenni espliciti al nostro caro distillato troviamo un riferimento dello

storico russo inglese (nel senso che era un inglese che si occupava di storia della Russia) William Tooke, che la definisce un distillato di mais... ma la vodka non si fa col mais! La vodka si fa con cereali maltati (dai quali cioè si sono fatti uscire piccoli germogli). Ci sta forse prendendo per i fondelli mr. Tooke? No, c’è il trucco! Perché nel tempo le parole nascono, muoiono o cambiano... e l’inglese *corn*, che oggi vuol dire solo “mais”, all’epoca si riferiva a diversi tipi di cereali.

Nel 1800, nel suo *Voyage en Russie*, Théophile Gautier (un noto critico d’arte da non confondere con l’omonimo poeta che nascerà solo 11 anni dopo, autore del famoso romanzo *Il Capitano Fracassa*) la annovera come liquore di grano, servito insieme ai pasti in Polonia. E proprio qui appare la prima menzione di *wódka*, ma quattrocento anni prima, nel 1405, tra i documenti di cor-

te del voivodato di Sandomierz (nella Polonia centro-occidentale). Tuttavia, a quel tempo la suddetta parola si riferiva a medicinali e detergenti cosmetici. La produzione di liquore invece ha inizio cinquant’anni dopo, ma – c’è sempre un ma – la parola polacca per tale bevanda non era *wódka*, ma *gorzałka*, dall’antico polacco *gorzeć* che significa (indovinate un po’) “bruciare”. Sempre lì torniamo.

Ora, dato che i distillati a quel tempo erano largamente utilizzati in campo medico, fioccano un po’ alla volta trattati che illustrano varianti e ne decantano proprietà medicamentose. Il medico e botanico polacco Stefan Falimierz ne descrive nel suo trattato *Sulle Erbe* gli effetti di accrescimento della fertilità e risveglio della lussuria. Beh, almeno sulla seconda possiamo forse convenire.

Se però spostiamo la nostra atten-

zione dalla Polonia alla Russia, beh, le cose cambiano. Intanto, l’hanno inventata loro. O, almeno, la mitopoesi è quella, basata sulla leggenda di un monaco, tale Isidoro, che dal monastero di Chudov nel 1430 (per cui comunque 25 anni dopo i polacchi) avrebbe portato al Cremlino la prima vodka russa, ideata da lui. Avendo una speciale conoscenza di strumenti e marchingegni per la distillazione, diventò il creatore di questa nuova sensazionale bevanda, questo “vino di pane” (o, tanto per cambiare, “vino che brucia/bruciante”), che per lungo tempo fu prodotto solo nel Granducato di Mosca (allora i vari Rus’ non erano ancora la Grande Madre Russia). Perlomeno fino al XVIII secolo resterà relativamente basso in gradazione, servito diluito, attorno ai 24% di volume alcolico (dal 75% in su solo per usi medici).

La prima comparsa ufficiale del termine vodka con il suo significato moderno è dell’8 giugno 1751, in un decreto dell’imperatrice Elisabetta per regolare la proprietà delle distillerie. Un centinaio di anni dopo, dal 1860 in poi, una politica governativa volta a incentivare il consumo degli alcolici prodotti dallo Stato renderà a mano a mano la vodka la prima scelta per i russi. Dal 1911 il successo la porterà a coprire l’89% di tutto l’alcol consumato in quel Paese e a diffonderne nel mondo l’idea di alcolico “slavo” per eccellenza. ■

Riccardo Vedovato
riccardo.vedovato1994@gmail.com

Le immagini in queste pagine sono di Libero Gozzini, illustratore con all’attivo una lunga carriera in pubblicità ed editoria.



Luca Mercalli

Consiglia sempre ai suoi studenti d'innamorarsi fin da bambini di una qualsiasi attività. Lui, climatologo, ricercatore, divulgatore, lo ha fatto

In questa pagina: a sinistra, Luca Mercalli durante una conferenza e, sotto, in montagna, mentre utilizza un tubo carotiere per misurare la densità della neve; nelle foto di destra, il libro *Salire in montagna* e il suo fumetto *Il tuo clima*.

Nato nel 1966 a Torino, quindi vicino alle Alpi, faceva lì le vacanze, e la montagna e i ghiacciai sono sempre stati per lui fonte di grande curiosità. Si occupa da più di 30 anni di cambiamento climatico, da quando era una teoria scientifica per pochissimi, praticamente inesistente nel dibattito pubblico, a oggi, con le tante impreviste alterazioni che provano tutti sulla propria pelle.

Lei ha iniziato ad appassionarsi da ragazzo, giusto?

Cominciare presto vuol dire avere le idee chiare e avere più tempo per apprendere; quindi, mi sembra un buon consiglio coltivare gli interessi precocemente per prepararsi alle future attività. Tra l'altro, come diceva Primo Levi, questa è una delle migliori garanzie per una vita felice, perché, almeno, uno fa quello che desidera davvero, un lavoro che piace, non un'occupazione per forza.

Meteorologo e climatologo. Mi spiega la differenza?

La meteorologia studia quello che succede in un certo luogo a breve termine: 2 o 3 giorni, una settimana; il clima, invece, copre tempi che arrivano anche a milioni di anni. Quindi, possiamo dire che il clima è la somma del meteo giornaliero.

Ricordiamo che lei è stato anche un previsore di valanghe.

Durante il servizio militare l'ho fatto per gli Alpini e la NATO. Si mettono insieme tutti i dati relativi alla tipologia di neve che c'è su un certo territorio con l'obiettivo di stilare un bollettino d'informazione, ed eventualmente d'allerta. È il bollettino che tutt'oggi le amministrazioni pubbliche diramano. Quando il rischio è 5, meglio rimanere a casa.

C'è chi comunque rischia.

C'è più gente che va in montagna; quindi, statisticamente, aumentano le probabili-

tà, e poi c'è anche una frenesia tipica dei nostri tempi. Penso alle 2 ragazze svedesi che sono morte a marzo a Courmayeur, sul Monte Bianco. Avevano fatto tanti chilometri per arrivare e forse hanno sfidato i bollettini di pericolo. Il rischio 3 non è elevatissimo, ma neanche trascurabile. Certe volte, se la vacanza è breve, si va lo stesso. Poi, purtroppo, le disgrazie capitano.

Parliamo di cambiamento climatico. Siamo davvero al limite delle possibilità di risoluzione del problema?

Purtroppo sì. È il 1992 quando a Rio de Janeiro si tiene la Conferenza delle Nazioni Unite sull'ambiente e sul clima, il Summit della Terra. Ed è lì che viene firmata la Convenzione sul clima delle Nazioni Unite tuttora in vigore. La quale dice che il rischio a cui va incontro l'umanità per i cambiamenti climatici è enorme e inedito. Bisogna fare di tutto per limitarlo. Sono passati 30 anni. Non abbiamo fatto

niente. Anzi, abbiamo via via peggiorato la situazione. Il risultato è che oggi i sintomi sono palesi. Il clima è già cambiato e non tornerà indietro. Non si può recuperare se non su tempi di migliaia e migliaia di anni. Per cui, adesso possiamo solo limitare il peggioramento. I problemi sono già in atto: siccità, ondate di calore, eventi estremi intensi, alluvioni. Quindi, bisogna diminuire il prima possibile le emissioni di gas effetto serra per frenare l'aumento costante della temperatura. Se non lo facciamo, l'aggravamento porterà a fine secolo a un pianeta ostile per le generazioni future.

Forse, delle generazioni future attualmente importa poco.

Quando parlo di generazioni future, penso ai bambini di oggi; sono persone che vediamo già in faccia. I nostri ragazzi, i nostri figli, i nostri nipoti sono già qui. E protestano giustamente per questa indifferenza. Sono i Fridays for Future, quella parte di giovani, di studenti, che negli ultimi 3 o 4 anni, sull'onda dell'iniziativa di Greta Thunberg, attenta a quanto dice la scienza, si sono un po' svegliati e giustamente hanno paura, si preoccupano

dell'indifferenza che c'è nei confronti di questo problema.

Visto che il problema è grave, come mai nessun Governo si muove in modo deciso, perlomeno per limitare le conseguenze?

Quando mai l'umanità dimostra di muoversi con anticipo di fronte ai problemi? L'uomo in genere vive alla giornata. E, alla giornata, ci sono altre convenienze, il costo della vita, le tasse... Il tema ambientale alle persone non piace; è molto meglio far finta di niente. Finché la popolazione mondiale non interiorizza il fatto che il cambiamento climatico ci può uccidere tutti fra 50 o 100 anni, non ce ne preoccuperemo. Eppure, basta aprire il sito Copernicus dell'UE e il suo archivio di dati climatici satellitari. Si vede per ogni mese la carta della temperatura terrestre. Ci sono delle zone azzurre dove ha fatto un po' più freddo e delle zone rosse dove ha fatto più caldo. Le zone azzurre sono sempre molto più piccole di quelle rosse. La Terra si sta riscaldando.

Come è iniziata nel 2003 la storia della sua partecipazione alla trasmissione di

Fabio Fazio "Che tempo che fa"?

Vent'anni fa abbiamo portato all'attenzione del pubblico il tema climatico. Poi il contenuto importante sulla meteorologia e sul clima nel tempo si è ridotto. Il Covid è diventato più protagonista del clima.

Solo che il clima continua, il Covid speriamo di no!

Esatto. Ma i professionisti del settore non sono mai stati ascoltati, incluso il sottoscritto. ■

Paola Chessa Pietroboni
direzione@cibiexpo.it

Divertirsi con la scienza

Luca Mercalli ha partecipato anche a diversi spettacoli teatrali, quello più noto con la Banda Osiris "Non ci sono più le 4 stagioni", portato con successo in tutta Italia per un paio d'anni. Un modo un po' diverso per comunicare argomenti molto seri attraverso l'ironia, la musica, il cabaret. Mercalli è anche autore di molti libri tra cui *Non c'è più tempo, Il clima che cambia, Salire in montagna* e il fumetto *Il tuo clima*.



Bello dentro

Polpa verde, gialla, più raramente rossa. Buccia marroncina, pelosa o liscia, non particolarmente attraente né gustosa; eppure, come vedremo, commestibile

Il kiwi è un frutto, anzi più esattamente una bacca, originario della Cina, dove si coltiva da diversi secoli. Introdotta in Inghilterra all'inizio dell'Ottocento, alla fine del secolo emigrò con successo in Nuova Zelanda, che le diede il nome del suo uccello simbolo, appunto il kiwi. Nel Novecento si diffuse in Europa. Oggi è l'Italia uno dei suoi maggiori produttori nel mondo.

Nel nostro Paese il periodo migliore per iniziare la raccolta è il mese di ottobre, e si può andare avanti – riparandolo in caso di gelate invernali – fino a maggio. Tra giugno e ottobre si trovano sul mercato frutti di provenienza neozelandese.

Le due principali varietà sono la verde e la gialla (o gold).

Il kiwi è buono maturo; acerbo è molto acido. Ma come si capisce se è pronto per il consumo? Al tatto. Una leggera pressione deve rivela-

re una polpa cedevole e morbida. Attenzione però: non troppo molle. Altrimenti potrebbe essere già iniziata la fermentazione, che lo rende praticamente immangiabile. Per evitare di scegliere frutti troppo maturi, osservate la buccia: deve essere senza grinze, priva di macchie o di altre imperfezioni.

La buccia, come dicevo, è commestibile, anche se il suo sapore non è dei più appetitosi. Piena di sostanze preziose, è ricchissima di fibre, che hanno un effetto positivo sul colesterolo. Contiene una quantità notevole di vitamina C ed è un toccasana in caso di stipsi. Per consumarla, basta lavarla bene, spazzolando anche i peli sulla sua superficie se si tratta di kiwi verdi. Poi si consiglia di frullare polpa e buccia insieme, mescolandolo o con altra frutta o con uno yogurt. Il kiwi è ricco di vitamine C ed E, di potassio, magnesio, rame, ferro e

fibre. L'abbondanza di potassio e la scarsità di sodio lo rendono perfetto per gli sportivi, perché diminuiscono il fastidio dei crampi.

Un modo comodo per gustarlo è tagliarlo a metà: poi si scavano i due mezzi kiwi con un cucchiaino. Oppure si tagliano delle fettine sottili che, nel caso il frutto sia troppo aspro, si spolverizzano con un po' di zucchero. È ottimo nella macedonia.

Si conserva in luoghi freschi e asciutti; lo danneggiano umidità e caldo. A temperatura ambiente dura circa 5 giorni, di più se si tiene in frigorifero. C'è anche un sistema per accelerare la maturazione: basta metterlo di fianco ad altra frutta come mele, pere, banane. ■

*La redazione
info@cibiexpo.it*

Nella foto, un kiwi verde aperto.

inrete

Relazioni Istituzionali e Comunicazione

Sviluppiamo progetti. Gestiamo strategie.

in-rete.net

Advocacy e Lobbying

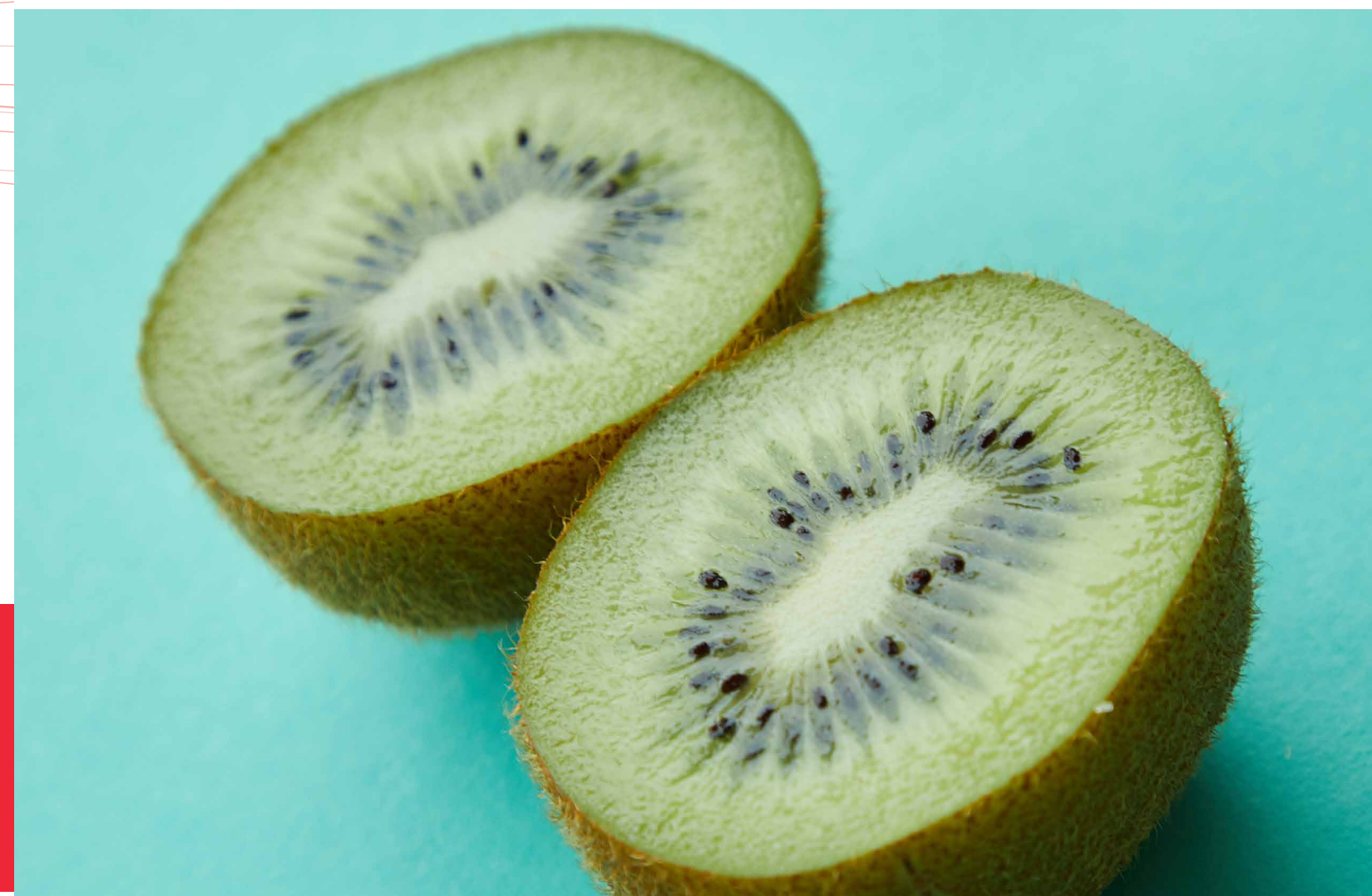
Media Relation e Crisis Management

Digital PR & Social Media

Organizzazione Eventi e Mostre

Strategie di Marketing e Comunicazione

Consulenza Healthcare



L'autentica essenza dell'opera d'arte

Una composizione con frutta come simbolo di ospitalità

C'è sempre un mito all'origine delle cose, una ragione archetipica che spiega il loro ruolo simbolico e la loro funzione. In quest'ottica, comprendere un'opera d'arte significa afferrarne l'idea originaria e la sua più autentica essenza, disponendoci a viverla in modo totale come esperienza estetica.

La genesi dell'idea di "natura morta" come soggetto pittorico risale al concetto greco antico della xenía – da xénos, straniero – dunque ospitalità, ossia i rapporti rituali di accoglienza del forestiero e di riconoscenza di questo verso l'ospitante.

Vitruvio riferisce come gli artisti si preoccupassero di riservare particolare attenzione alla "mimesis", ovvero alla "imitatio naturae", di questi soggetti che, solitamente, erano costituiti di un cesto di fiori, di frutti e dolcetti, composti come dono con argenteria, porcellane, vetreria, secondo un'idea di bello e utile.

Tutto ciò valeva a siglare una verità,

una possibilità e una necessità, un gesto di benvenuto o di riconoscenza, di rispetto o di affetto che rimanesse nel tempo. Dall'originaria xenía i Romani dedussero il motivo ornamentale dei vasi colmi di fiori dipinti con uccelli a decorazione delle pareti delle stanze, come è visibile nella casa di Livia (Livia Drusilla, nobildonna romana, moglie dell'imperatore romano Augusto e trisavola di Nerone, ndr), da cui si può pensare che derivi il soggetto pittorico barocco del "canestro di frutta", di cui quello caravaggesco del 1598 fu tra i primi celeberrimi esemplari.

Il madrilenio Juan van der Hamen y Gómez de León (1596-1631), di origine olandese, pittore di spicco del '600 spagnolo e trait d'union fra la pittura dei Paesi Bassi e la Spagna, oltre a essere un esperto ritrattista e paesaggista, ebbe grande successo grazie alla produzione di ricercate e originali nature morte, molto richieste dai mercanti

dell'epoca, genere nel quale si rivelò il più ingegnoso artista della sua generazione. Nella "Natura morta con frutta e uccelli" (1621, El Escorial, Madrid), l'ambientazione con paesaggio in lontananza riporta chiaramente al ruolo originario del soggetto come decoro e dono beneaugurante. Il pensiero del portoghese Francisco de Hollanda (1517-1585), diffuso in Spagna, fu presumibilmente per Juan un riferimento estetico. Formulata sul principio di aderenza al vero fra tradizione e maniera, l'idea in pittura è immaginativa e, guidata da furor divino, è "phantasia" e conoscenza. ■

Ave Appiano

Dall'arte al piatto

Se vogliamo accogliere al meglio e festeggiare il nostro ospite, ispiriamoci a questa tradizione di natura morta. Vestiamo la tavola con una cesta, un'al-

zata o una grande coppa di maiolica, ricolme di fiori e frutta e ramaggi con fogliami che ci possono ispirare a preparare un bel dono di ospitalità, estetico quanto poetico ma anche "storico". Possiamo poi completare con canditi di frutta, frittelle di mele, frutta secca caramellata, il tutto presentato in un piatto antico di porcellana bianca e blu (ispirata al commercio nel Seicento olandese con l'Oriente, sulla via della seta) o in un cesto artigianale intrecciato a mano.

Ma non solo fiori e frutta: ricordiamoci infatti che non c'è nulla di più simbolico che offrire al proprio ospite del pane, che rende "compagni" coloro con i quali lo si divide. Il pane è sacro; ecco perché in moltissimi Paesi (dal Canada alle valli montane piemontesi), prima di infornarlo, viene benedetto.

Nelle tradizioni dell'Est Europa è abitudine offrire agli invitati un vassoio

di legno con pane, sale e grappa. Il sale è simbolo di rispetto e fiducia e, non dimentichiamolo, aiuta a tenere lontano il maligno. Ecco perché, se entriamo in un'abitazione in Romania, dobbiamo attendere in cortile che il padrone di casa ci serva su un vassoio di legno del pane, cosparso con del sale grosso, di cui, prima del pranzo, tutti andranno a servirsi. In Arabia Saudita esiste perfino un'espressione riconducibile a "C'è pane e sale tra di noi" per indicare il patto di onestà e gratitudine reciproche derivato dal mangiarli insieme. La grappa, naturalmente, viene offerta in segno di abbondanza e generosità.

Ecco allora il benvenuto ideale: fiori e frutta fresca, magari dei crostini un po' alti di pane fresco ben lievitato – anche il lievito ha una forte valenza simbolica in quanto è alla base dei processi di trasformazione – spalmati

generosamente con burro salato. E se volete creare un piacevole contrasto con l'acidità della frutta, consigliamo qualche gambero crudo o leggermente scottato e zeste di limone, che con l'arancio è frutto del Paradiso Terrestre. Non dimenticate l'abbinamento con una bevanda alcolica: al pari del pane, queste sono frutto di una trasformazione e di una purificazione e, quindi, in grado di trasferire all'uomo tutte le energie primordiali. Un calice di vino o birra, o, in questo caso, osare anche con un bicchierino di gin con olio d'oliva, emblema quest'ultimo di purificazione, armonia e temporalità. Un'ospitalità che è un trionfo di gusto, simboli e bellezza. ■

Chiara Caprettini
www.nordfoodovestest.com
info@centroemnea.it
www.centroemnea.it

A destra, l'opera di Juan van der Hamen y Gómez de León, situata presso il monastero di S. Lorenzo de El Escorial, a Madrid.



Nella foto qui a destra, gamberi crudi decorati con fiori e da servire, come proposto dalla ricetta di Chiara Caprettini, con crostini di pane e burro salato.



Polvere di insetti

Qualcuno certamente ricorda l'immagine dell'astronauta Cristoforetti che, sulla stazione spaziale, si nutriva sorridendo con una barretta di farina di grillo al mirtillo

Una novità in arrivo anche sugli scaffali dei nostri supermercati: le polveri (non chiamiamole farine...) di insetti. L'UE ha dato il via libera alla commercializzazione di polveri di 4 insetti nel territorio comunitario, più precisamente quelle ottenute da grilli, locuste migratorie, vermi della farina e larve gialle; per quanto riguarda l'Italia, ben 4 decreti interministeriali (uno per insetto) hanno dato regole e indicazioni per il consumo umano.

Anche se 1 italiano su 3 pare propenso ad assaggiare il "novel food", rimangono diversi interrogativi circa la sicurezza e gli eventuali rischi per la salute. È noto che l'utilizzo di insetti a scopo alimentare, autorizzato dalla UE, intende far fronte alla necessità di reperire fonti di proteine alternative alla carne e agli altri alimenti della dieta tradizionale, rispondendo così a una maggiore

sostenibilità del sistema alimentare. Gli insetti, infatti, pur ricchi di proteine, determinano una minore impronta del carbonio totale rispetto agli allevamenti intensivi, che, come noto, contribuiscono all'immissione nell'atmosfera di grandi quantità di gas a effetto serra.

I decreti, emanati dal Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, di concerto con il Ministero delle Imprese e del Made in Italy e con le Regioni, stabiliscono che l'etichetta di questi prodotti, che dovrà esser visibile e chiara, indichi la provenienza del prodotto, i rischi connessi al consumo e il quantitativo di polveri di insetti presente negli alimenti, che nei supermercati dovranno essere esposti in appositi scaffali.

I decreti stabiliscono inoltre il divieto dell'utilizzo di polveri di insetti in ali-



Daniela Mainini, Presidente del Centro Studi Anticontraffazione.



menti tipici della dieta mediterranea, quali pizza e pasta, affidando ai NAS la rigorosa vigilanza circa il rispetto delle norme nazionali al fine di evitare frodi in commercio, il cui rischio appare elevato, considerando che, ad esempio, la polvere di grillo risulta essere il prodotto più facilmente utilizzabile, in modo ingannevole, per la preparazione di dolci, pane o biscotti.

In attesa di conoscere quanta presa faranno questo tipo di alimenti sugli italiani, è bene distinguerli dai cibi sintetici, questi sì totalmente innaturali e già vietati in Italia.

In conclusione, un'informazione al consumatore chiara e trasparente rimane sempre la via maestra. ■

Daniela Mainini

*info@anticontraffazione.org
www.centrostudigrandemilano.org*

Dieta vegana, totalmente vegetale

In molti oggi scelgono un regime alimentare vegano, escludendo ogni prodotto di derivazione animale, convinti che sia il più sano e naturale per l'uomo. Hanno ragione?

Chi punta su un'alimentazione totalmente vegetale assume di solito meno calorie, meno colesterolo e molta più fibra di chi invece ne segue una onnivora. A fronte di ciò, escludere completamente dalla dieta gli alimenti di origine animale pone comunque il problema di garantire all'organismo quantità sufficienti delle sostanze che proprio quella categoria di cibi fornisce in maggior quantità e in forma più facilmente assimilabile.

Prima di tutto, rinunciando a uova, carne, pesce e latticini, si deve riorganizzare la dieta in modo da coprire comunque il fabbisogno proteico. Le proteine vegetali – non bisogna dimenticarlo – hanno un "valore biologico" inferiore a quelle animali (cioè sono carenti di alcuni aminoacidi essenziali) ed è necessario allora scegliere attentamente gli alimenti da portare in tavola, così

che, integrando i diversi apporti proteici (per esempio, miscelando cereali e legumi), si ottenga un mix completo di aminoacidi.

Un altro problema, più grave, è quello di introdurre sufficienti quote di acidi grassi "omega 3", dei quali è il pesce la fonte di gran lunga migliore. I semi di lino e la frutta a guscio possono aiutare, ma è sempre opportuno considerare l'idea di un'integrazione.

Escludendo i latticini dalla dieta si può poi incorrere in deficit di calcio; per questo, bisogna puntare sulle acque ricche di questo minerale e sui vegetali che ne contengono di più (come i legumi, le verdure a foglia verde, la frutta a guscio). Anche l'assunzione di ferro è problematica, perché quello di origine vegetale viene assorbito meno rispetto a quello di origine animale. Infine, parlando delle vitamine, i rischi maggiori

di carenza riguardano la vitamina D e la vitamina B12. La prima si trova soprattutto nel tuorlo d'uovo, nei formaggi e nei pesci grassi, ma viene anche sintetizzata dall'organismo esposto alla luce solare (se si è vegani, è utile esporsi un po' di più al sole), mentre la vitamina B12 si rinviene esclusivamente negli alimenti di origine animale, e per questo motivo deve necessariamente essere assunta con degli integratori.

In definitiva, se con le dovute attenzioni e integrazioni è possibile mantenere il benessere seguendo un regime vegano, non si può certo affermare che questo tipo di alimentazione, che ha bisogno di integratori e alimenti fortificati per essere completa e bilanciata, sia davvero la più naturale per l'uomo. ■

Giorgio Donegani

www.giorgiodonegani.it

Qui sotto, immagine realizzata da Libero Gozzini, illustratore professionista.



-GOZZINI-

Fitochem e i fertilizzanti fogliari

L'acido fulvico che fa bene a tutto e a tutti

Fertilizzanti e pesticidi non hanno una buona nomea. Spesso vengono nominati insieme pur essendo due cose diverse.

I fertilizzanti, in estrema sintesi, sono per le piante quello che gli alimenti sono per l'uomo e gli animali: elementi nutritivi. Il terreno è naturalmente ricco di tutte le sostanze necessarie ad alimentare perfettamente la vegetazione ma, se coltivato, anno dopo anno tende a impoverirsi e per preservare la propria fertilità ha bisogno di aiuto. I fertilizzanti normalmente utilizzati reintegrano i nutrienti principali – come azoto, fosforo e potassio – e secondari – come calcio, magnesio, zolfo, ecc... – di cui necessita. Senza di loro, la natura faticerebbe a nutrire il suolo coltivato.

I pesticidi, più correttamente chiamati prodotti fitosanitari – antiparassitari, fitofarmaci o agrofarmaci –, sono invece microrganismi o sostanze chimiche (naturali e prodotte industrialmente)

utilizzati in agricoltura per proteggere le piante da parassiti, insetti, funghi, batteri ecc...

Fertilizzanti e pesticidi, insieme, hanno portato all'umanità vantaggi significativi, come l'eliminazione di alcune malattie importanti e il netto incremento della produzione agricola per fronteggiare l'aumento della popolazione mondiale, ma anche problemi, impattando sull'ambiente, a volte addirittura sulla salute dell'uomo.

La ricerca sta facendo molto anche in questo settore. Ha messo a punto dei pesticidi detti "selettivi", che sono tossici per gli organismi bersaglio ma non per l'uomo (quindi svolgono la loro funzione ma non sono dannosi), e dei fertilizzanti che non solo non hanno un impatto ambientale negativo, ma anzi determinano effetti benefici a lungo termine sia per il suolo sia per le coltivazioni.

Ne abbiamo parlato con Juan Carlos

Flores, CEO (Chief Executive Officer, in italiano amministratore delegato) di Fitochem, azienda messicana con una importante esperienza nei fertilizzanti fogliari (in particolare, l'acido fulvico). Questo tipo di concimazione consiste nella nutrizione delle colture attraverso l'apparato fogliare, anziché attraverso quello radicale. È una pratica antica, che negli ultimi decenni è andata evolvendosi sempre più, grazie a una serie di ricerche e sperimentazioni che l'hanno resa estremamente efficace, motivo per il quale ha assunto importanza e si è diffusa significativamente. L'assorbimento nutritivo via foglia, ad esempio, è molto elevato, arrivando a essere 8-10 volte superiore a quello della concimazione alla radice. E non solo. In molti casi migliora la qualità della produzione: aumenta il grado zuccherino, il peso specifico, il colore, la conservabilità... E in alcuni momenti particolari, come il post rac-

colta frutti, aumentando fino al 400% la presenza di micronutrienti nelle piante coltivate, garantisce un prezioso accumulo di sostanze di riserva che permettono, nella stagione successiva, una partenza migliore della fase vegetativa.

La Fitochem, specializzata nella produzione e commercializzazione di prodotti biologici per l'alimentazione vegetale e animale, sta studiando da anni l'acido fulvico. Uno dei due principali costituenti dell'humus, miscela complessa di sostanze organiche ossigenate contenenti vari gruppi funzionali, questo acido, mi spiegano, utilizzato come fertilizzante fogliare, aumenta la produzione di clorofilla e quindi migliora l'assorbimento dell'ossigeno e di altri elementi nutritivi, lavorando con questi in modo sinergico. Più è concentrato più ha un effetto benefico sia per le coltivazioni che per il suolo.

Nella pagina di sinistra, una coltivazione di fragole, frutto molto adatto a essere trattato con fertilizzante fogliare.

Sotto, due diverse tipologie di terreno a confronto.

(E sappiamo quanto oggi il suolo e la composizione dei suoi microrganismi siano oggetto di attenzione). Essendo naturale e solubile, permette inoltre a chi sceglie di utilizzarlo di ottenere la certificazione biologica.

L'azienda messicana, sempre molto attenta a qualità e normative, commercializza solo prodotti organici, certificati OMRI. L'Organic Materials Review Institute è una realtà nata per supportare chi pratica agricoltura biologica e, nello specifico, per guidare all'utilizzo corretto di materiali e prodotti. Fornisce informazioni, linee guida e pubblica revisioni indipendenti di articoli, come fertilizzanti, antiparassitari, prodotti per la cura del bestiame. E svolge un'azione di consulenza puntuale, rispondendo a domande di aziende in merito a quanto utilizzato, al fine di rispettare gli standard biologici. Quelli accettabili sono OMRI Listed® e com-

paiono negli elenchi OMRI Products List®. OMRI fornisce anche supporto tecnico e formazione per i professionisti del settore biologico.

Pertanto, nel 2021 è entrata in vigore una nuova bioregolamentazione europea, che loro sostengono con tutto il cuore. Questa inedita serie di prodotti è concepita per garantire a tutti gli agricoltori di conoscere, categoria per categoria, quelli – e le sostanze – ammessi nella coltivazione biologica e, quindi, di utilizzare microcomponenti e componenti della stessa (buona) qualità. Inoltre, l'acido fulvico presente nella lista, aggiungono, oltre a essere sostenibile, va bene per ogni terreno e può essere utilizzato in ogni stagione, avendo anche un prezzo competitivo. Difetti? Pare nessuno. ■

Marta Pietroboni
marta.pietroboni@cibiexpo.it



Provolone del Monaco

Formaggio semiduro a pasta filata

Il Provolone del Monaco è ottenuto da caglio di capretto e latte crudo di vacche allevate principalmente in Campania. La zona di produzione comprende 13 comuni della provincia di Napoli. Questo formaggio a marchio DOP (Denominazione di Origine Protetta) è artigianale e le forme vengono realizzate singolarmente a mano. Il 20% del latte vaccino utilizzato proviene da mucche allevate in Campania di razza Agerolese; la restante quota da Frisona, Bruna Alpina, Podolica, Pezzata Rossa.

Origine del nome

Il formaggio in questione, prodotto sui Monti Lattari della penisola sorrentina, raggiungeva i mercati di Napoli soltanto via mare. I commercianti a bordo di queste barche si coprivano con un grande mantello simile a un saio. La gente del porto, quando li vedeva arrivare, diceva: "È arrivato il Provolone del Monaco".

Caratteristiche e sapore

Si parte dalla coagulazione del latte per un'ora con il caglio di capretto. Raggiunta la consistenza desiderata, il composto viene rotto in grani piccolissimi e lasciato riposare per 20 minuti. Successivamente, viene portato alla temperatura massima di 52 °C e lasciato riposare per circa mezz'ora. Il passaggio successivo è rimuoverlo dal siero e trasferirlo in panni di canapa. Una volta acquisita l'elasticità voluta, si taglia in fette di dimensioni non omogenee e poi viene filato modellandolo, in acqua a 95 °C, a mano. Realizzata la forma, viene lavata in acqua fredda e salata. Poi si lega in una coppia che si appende per la prima asciugatura di 20 giorni. Successivamente, si avvia la seconda asciugatura/stagionatura, in un ambiente a 15 °C, per non meno di 6 mesi, durante i quali il Provolone viene sottoposto soltanto a pulizia e rimozione della muffa con panni leg-

germente oleati.

Di sagoma simile a quella di un melone leggermente allungato, si presenta con 6 facce o spicchi. Una forma può avere un peso dai 3 agli 8 kg. All'interno, la pasta è uniforme con occhiature (fori tondi, *ndr*) di diametro variabile. La crosta esterna è sottile e liscia dal colore giallo con toni appena più scuri. Lo spessore della buccia dipende dalla stagionatura. Il sapore è dolce, leggermente piccante.

Utilizzo e conservazione

Il Provolone del Monaco deve essere conservato in frigorifero a una temperatura di massimo 8 °C e consumato con un buon calice di vino rosso sorrentino o con confetture dal sapore non intenso.

Il prezzo varia in proporzione alla stagionatura. ■

Giovanni Romano
giovanni.romano@cibiexpo.it

Nella foto si mostrano una forma intera di Provolone del Monaco e una porzione affettata.



Arte
e scienza
del cibo

Eden on Demand
11 Maggio 2023
Corso Garibaldi 27, Milano

Venite a conoscerci
durante il Festival Eden on Demand,
all'interno dei bellissimi spazi
dell'ex-convento di S. Maria degli Angeli

Assaggeremo cibo paradisiaco
e ne parleremo insieme



MEatSCHOOL

Una nuova Accademia dove imparare tutto sulla carne, in particolare bovina

Derivata principalmente dall'allevamento di bovini, suini, ovini e avicoli, ma in alcune regioni anche di leporidi, lavorata e prodotta in ogni luogo d'Italia e tradizionalmente molto consumata, la carne ha nel nostro Paese una grande importanza. La filiera è caratterizzata da una significativa diversità regionale e dalla presenza diffusa sul territorio di piccole e medie imprese che si distinguono per la produzione di carni di alta qualità, molte volte provenienti da razze autoctone. Negli ultimi anni, inoltre, ha attirato attenzione la carne di selvaggina, in particolare quella di cinghiale e di cervo. In ragione di una crescente attenzione al tema della sostenibilità, dell'impatto ambientale e del benessere animale, la filiera nel suo complesso sta vivendo anni di trasformazioni e innovazioni. Da un lato, sta crescendo il consumo di carne proveniente da allevamenti biologici o a km zero, che garantiscono un'alta qualità del prodotto e una maggiore attenzione

alla salute degli animali e all'ambiente circostante; dall'altro, quello di "fake meat", ovvero di prodotti a base di proteine vegetali come la soia o il pisello, con aspetto e funzione nutrizionale simile a quelli della carne. In più, la ricerca sta sperimentando la produzione di carne sintetica a partire da cellule animali e la coltivazione di carne in vitro. Queste ultime tecniche sono ancora in fase di sviluppo e non hanno raggiunto la commercializzazione di massa, ma potrebbero rappresentare una soluzione sostenibile per ridurre l'impatto ambientale dell'allevamento intensivo. Il consumo di carne, infatti, è ancora molto diffuso nella cultura e nella cucina italiana, ed è probabile che continuerà ad avere un ruolo importante nella nostra alimentazione anche in futuro.

Forse per tante delle questioni citate è nato un progetto particolare, che si chiama MEatSCHOOL, allo stesso tempo *io a scuola e scuola di carne*. Di che si tratta?

Di un'Accademia nata con lo scopo di trasmettere alle persone (dal consumatore al professionista) la cultura della carne. L'idea si deve a Centro Carni Company «ed è stata stimolata dall'esigenza di avere nel proprio capitale umano», come ci racconta Elisa Pilotto, Presidente di MEatSCHOOL e coordinatrice dei progetti in via di sviluppo, «persone con delle competenze tecniche indiscutibili, altamente preparate. MEatSCHOOL è nata quindi con una idea nuova e precisa: dedicare un'Accademia alla filiera della carne bovina, con l'obiettivo di aumentare il grado di professionalità di chi già opera nel settore, in ogni comparto della filiera; fornire una formazione specialistica a tutti quelli che sognano di lavorare nell'industria della lavorazione delle carni o nei canali distributivi dei prodotti; informare e formare concretamente curiosi e consumatori sui processi dell'intera filiera, creando cultura e conoscenza».

L'Accademia proporrà contenuti diversificati – dall'allevamento alla lavorazione del prodotto, dalla ricerca e sviluppo alla logistica, arrivando all'analisi sensoriale, ecc... –, darà informazioni corrette al consumatore finale, ad esempio in merito alle razze, alla provenienza delle carni, ai metodi di allevamento, a lavorazioni e proprietà importanti come frollatura e marezzatura, e creerà sapere diffuso sul tema. Riassumendo, MEatSCHOOL formerà specialisti del settore, in grado di trasmettere al consumatore la passione e la cultura per la carne.

Dove e come terrete i corsi?

Abbiamo un edificio ad hoc per l'Accademia, ma le attività di MEatSCHOOL si svolgeranno anche all'interno di aziende e ristoranti, e questo modello operativo è stato studiato per integrare i contenuti formativi con le metodologie di chi li richiede.

Esistono progetti simili al vostro nel mondo?

Una scuola che, come la nostra, affronta diverse tematiche formative riguardanti l'intera filiera produttiva bovina – dalla selezione del bestiame vivo all'allevamento, dalla macellazione al disosso, dalla preparazione di porzionati e lavorati alle ultime tecniche di confezionamento e conservazione, fino a trattare il tema della ottimale preparazione e cottura del prodotto – di fatto non credo ci sia.

Il consumo della carne sta cambiando: il pubblico è più attento sia alle questioni ambientali sia alla qualità del prodotto sia al benessere animale. Come affrontate questi temi?

MEatSCHOOL li ha a cuore e l'inserisce in tutti i corsi, destinati sia ai professionisti sia ai privati. Cerchiamo di fornire informazioni corrette anche su argomenti così sensibili e importanti.

Parlerete anche delle cosiddette "carni vegetali"? Che opinioni avete in merito?

"Carne vegetale" è un ossimoro... però sarà un tema che negli anni futuri farà parte della nostra vita, e siamo aperti ad affrontarlo.

Come mai solo carne bovina?

Il nostro know-how era quello; peraltro, è la tipologia più complessa di carne. Ciò nonostante, nei nostri corsi, ne trattiamo anche altre.

Prevedete qualche sviluppo futuro di MEatSCHOOL? Quale?

La nostra intenzione è quella di accreditarci come scuola e, perché no, di diventare la scuola specializzata in carne di riferimento anche a livello nazionale. ■

Marta Pietroboni
marta.pietroboni@cibiexpo.it

Nelle foto in queste pagine, carne bovina.



Corsi in partenza

Come ci ricorda Elisa Pilotto, sono 3 i corsi per i privati che hanno preso avvio in marzo: "Grasso è bello", dedicato all'importanza dei lipidi, che prevede la degustazione di una carne con consistente infiltrazione di grasso – e quindi di abbondante deposizione lipidica – e permette di scoprire come durante la cottura si liberino le molecole gustose; "Chianina... quanto mi garbi!", riservato a una razza tra le più antiche d'Italia, allevata lungo la dorsale appenninica (con focus sull'alimentazione); "Team Angus o Team Chianina?", destinato alla comparazione delle due razze, con tipologie di preparazioni a crudo e a cotto e un cenno al processo di frollatura, applicato ad entrambe le tipologie.



Le regioni italiane e la produzione di carne

Lombardia: è al vertice in Italia, specializzata per carne bovina, suina e pollame.
Piemonte: è nota la carne bovina di pregio, in particolare di razza Piemontese.
Veneto: bovini, suini e pollame; da citare il maiale di Padova e il pollo di Chioggia.
Emilia-Romagna: è molto famosa per i salumi di qualità, come il prosciutto di Parma e la mortadella.
Toscana: anche questa regione è rinomata per i salumi di qualità, come la finocchiona e il lardo di Colonnata.
Campania: detiene il maggior numero di bufalini allevati, il 72% del totale nazionale.
Puglia: è specializzata nella produzione di carne ovina e caprina, in particolare il pregiato agnello di Altamura.
Sicilia: soprattutto carne di ovini, ma anche di suini e bovini.

Mare nostrum

Una gemma azzurra di circa 3 milioni di km²
incastonata tra tre continenti: Europa, Asia e Africa.
Così appare il Mediterraneo visto dallo spazio

È un mare relativamente piccolo, ma dotato di straordinaria bellezza. Basta immergersi a pochi metri oltre il litorale per imbattersi in un ambiente marino unico, caratterizzato da un'elevata varietà di habitat, frutto di una serie di equilibri, relazioni e interazioni ecologiche instauratesi nel corso di circa 5 milioni di anni. È proprio grazie a questa eterogeneità naturalistica che il Mar Mediterraneo vanta la presenza di oltre 17.000 specie animali e vegetali, aggiudicandosi di diritto il titolo di uno dei maggiori punti caldi di biodiversità del pianeta; dove per biodiversità si intende la varietà di organismi viventi che popolano una determinata area.

Il Mare nostrum è casa, ad esempio, per gli organismi unicellulari del plancton, dei molluschi del benthos (categoria degli organismi che vivono a contatto con il fondo, ndr), dei delfini del necton (gruppo dei nuotatori attivi, ndr), che compiono in questo ambiente il loro completo

ciclo vitale: nascono, si riproducono e muoiono.

Poiché in natura tutto è strettamente correlato, è importante sottolineare come la biomassa marina e l'insieme dei meccanismi chimici e fisici da essi innescati producano una serie di benefici essenziali, come concetto generale, su tutto il pianeta.

Purtroppo, alcune attività antropiche quali l'overfishing (la pesca eccessiva) e il conseguente sovrasfruttamento delle risorse naturali, l'inquinamento, il traffico marittimo, ma anche il surriscaldamento globale, incidono negativamente sulla rete di equilibri degli ecosistemi, mettendo tutto a duro rischio.

La biodiversità è in pericolo.

Specie aliene

Le ultime ricerche scientifiche hanno evidenziato che la sopravvivenza delle specie endemiche o autoctone, presenti cioè esclusivamente nel bacino del Medi-

terraneo, quali la Pinna nobilis, il Corallo rosso, la Posidonia oceanica, è sempre più minacciata dalla presenza di specie aliene o alloctone.

I nuovi abitanti del nostro mare sono circa un centinaio e la loro introduzione ha provocato, a causa di processi di competizione e predazione, una riduzione delle specie autoctone di circa il 40%.

In linea generale, le specie ospiti, solitamente di natura invasiva, sono geneticamente più forti delle specie ospitanti. Di qui nasce la necessità di monitorarle, in modo da tenere quanto più possibile sotto controllo il fenomeno di invasione e salvaguardare, di conseguenza, la diversità biologica dell'ambiente marino e terrestre.

In base a recenti studi, ad esempio, si è potuto osservare come il tasso di arrivo e di insediamento delle nuove specie sia esponenzialmente aumentato nel corso degli ultimi decenni. Ciò è dovuto, essenzialmente, ai cambiamenti climatici

e al riscaldamento globale che hanno provocato un repentino aumento delle temperature delle acque del Mar Mediterraneo, + 20% rispetto alla media globale.

Questa condizione ha inevitabilmente innescato una serie di fattori biotici e abiotici e di dinamiche spazio-temporali che ha comportato una modifica dell'ambiente originario.

Quanto detto è traducibile in un unico, semplice concetto: Il Mare nostrum è più tropicale che mai!

A onor del vero, bisogna sottolineare il fatto che il processo di tropicalizzazione non è solo dovuto al cambiamento climatico, ma anche a un flusso migratorio involontario causato, ad esempio, dalle acque di sentina (la parte bassa dello scafo in cui si raccolgono infiltrazioni d'acqua) delle navi.

Il flusso migratorio si è sviluppato, nel corso degli ultimi anni, prevalentemente da due aree del pianeta: dal Mar Ros-

so attraverso il Canale di Suez e dalle coste africane dell'Oceano Atlantico attraverso lo Stretto di Gibilterra.

Secondo l'ISPRA (Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale) e l'Istituto per le risorse biologiche e le Biotecnologie marine, IRBIM, del CNR, sono 4 le specie aliene di origine tropicale particolarmente pericolose per l'ecosistema e per la salute dell'uomo. Il pesce palla maculato (*Lagocephalus sceleratus*), il pesce scorpione (*Pterois miles*), il pesce coniglio scuro (*Siganus luridus*) e il pesce coniglio striato (*Siganus rivulatus*) sono le specie facenti parte della campagna di segnalazione "Attenti a quei 4".

Il granchio blu (*Callinectes sapidus*) è una specie aliena del Mar Mediterraneo originario delle coste Atlantiche americane. Si tratta di un vorace predatore, la cui presenza, lungo le nostre coste, è in costante e netto aumento grazie anche al suo elevato tasso di ri-

produzione. Questa specie rappresenta una minaccia concreta alla caratteristica biodiversità del nostro mare.

Contrastare la sua proliferazione è fondamentale, e l'unico modo per far ciò sembrerebbe essere basato sulla pesca e il suo consumo alimentare. Una semplice strategia per trasformare questa minaccia in opportunità economica e tutelare la biodiversità e l'equilibrio degli ecosistemi.

Una gemma azzurra di circa 3 milioni di km², complessa, in continua evoluzione, tesoro di varietà ecologica e biologica. Così è il Mar Mediterraneo.

Una ricchezza infinita che abbiamo il dovere di tutelare. ■

Marina Greco

marina.greco83@hotmail.com

Nella foto: il pesce scorpione (*Pterois miles*), specie tropicale che oggi popola il Mediterraneo.

**Sotto:
il Mare
nostrum
visto
dallo spazio.**



Limone di mare



I LIMONI DI MARE SONO GIALLI
SI MANGIANO COME LE OSTRICHE
HANNO SAPORE IODATO E INTENSO.

NOTIZIE E INFORMAZIONI A PAG. 27 MAGGIO 2023