



Città
metropolitana
di Milano



PARCO
AGRICOLO
SUD
MILANO

**Arte
e scienza
del cibo**

Periodico gratuito
Anno 14 - n 06
20 giugno 2026
www.cibiexpo.it



centro studi
anticontraffazione



**Il latte
d'oro**



**Pane
e videogiochi**

**Michele Ghedini,
cuoco e content
creator**



Authentikós, fedele alla propria essenza

È la qualità del genuino, del non contraffatto. Il termine si applica sia agli oggetti materiali - garantendone l'originalità - sia alla sfera personale, presupponendo la coerenza tra valori e comportamenti. L'autenticità garantisce che una "cosa" non sia un falso o un'imitazione. Nella società contemporanea, è l'attestazione di conformità di prodotti, servizi, usanze o prassi a determinati standard.

Ma parliamo di un'aspirazione o di realtà, cioè di un dato tangibile, che viene dall'osservazione scientifica? Se facciamo riferimento al cibo, l'autenticità, in cucina, è qualcosa che si costruisce nel tempo, ha a che fare con la storia, la cultura, i cambiamenti sociali. In alcuni casi la tradizione viene definita per legge. Un caso emblematico è quello della Pizza Napoletana STG (Specialità Tradizionale Garantita) riconosciuta dall'Unione Europea, che ha un preciso disciplinare: diametro

massimo di 35 cm, cornicione gonfio, consistenza morbida ed elastica...

E, se da una parte c'è la memoria, dall'altra è presente il mercato, il luogo, fisico o virtuale, in cui s'incontrano domanda e offerta, che ha fiutato quanto la parola "autentico" sia potente come leva economica.

Ma non dobbiamo pensare che la ricetta ufficiale sia quella che esiste da sempre, intoccabile. È facile dimostrare che la storia della cucina italiana racconta altro: contaminazioni, rielaborazioni, ingredienti e aggiunte che arrivano da lontano. L'autenticità, dunque, non coincide con la permanenza e l'immutabilità. Si difende la verità di un piatto, salvaguardando la sua storia. ■

*Paola Chessa Pietroboni
direzione@cibieipo.it*

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



Semi, seminati e semantica. La voce degli agrari

Radici Oltre – Storia, identità e futuro **5**
a cura della redazione

C'è del buono
Pane e videogiochi **6**
a cura della redazione

Ricerca e innovazione
Medicina e AI **8**
di Marta Pietroboni

Una seconda vita per olio e vino **10**
di Tiziana Mazzitelli

Il cammino del vino
Le donne e il vino: tra emancipazione e disobbedienza **12**
di Elisa Alciati

Storia del cibo
Camu camu **14**
di Riccardo Vedovato

Protagonisti
Michele Ghedini **16**
di Alessandra Meda

Segreti della spesa
Riso di Baraggia **19**
a cura della redazione

Alimentazione e salute
I lattini fermentati, tra tradizione e innovazione **20**
di Massimo Faustini

Ben fatto
Semifreddo al caffè e anice **23**
di Giovanni Romano e Matteo Scirpoli

La scienza in cucina
Il dimostratore ARCA **24**
di Marina Greco

Istituti per l'enogastronomia e l'ospitalità
8° Campionato Nazionale di Pasticceria **26**
a cura della redazione

Tendenze
Il tonno **27**
di Alessandra Meda

Marche: un tour alla scoperta di rarità del gusto **29**
di Tiziana Mazzitelli

8 ore per realizzare una scarpa **30**
di Lucia Massarotti

Il latte d'oro **31**
di Marta Pietroboni

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.

Libero Gozzini

Illustratore diplomato all'Istituto d'Arte applicata del Castello Sforzesco, è stato presidente dell'Associazione Illustratori. Ha collaborato con numerose agenzie di advertising. Dal 2009 è fra i fondatori di Mimaster Illustrazione, un contenitore di processi creativi dedicati all'illustrazione, al linguaggio delle immagini e alla pratica del mercato editoriale. info@gozzinilbero-illustratore.com

Massimo Faustini

Laureato in Scienze delle Produzioni Animali all'Università Statale di Milano, conseguito a Sassari presso la Facoltà di Medicina Veterinaria il dottorato di ricerca in Fisiologia della Riproduzione degli Animali Domestici, dal 2017 è Professore ordinario di Fisiologia Veterinaria. È interessato agli aspetti funzionali del latte di differenti specie, alla riproduzione animale e all'endocrinologia neonatale. massimo.faustini@unimi.it

Radici Oltre – Storia, identità e futuro

È il titolo del XVII Congresso nazionale della rete degli agrari Re.N.Is.A., in programma dal 18 al 20 maggio 2026 ad Alba. Focus su IA, sostenibilità e nuove competenze professionali

L'evento è stato ospitato all'IIS Umberto I, guidato dalla dirigente Antonella Germini. È stato un momento di confronto importante, dedicato all'evoluzione dell'istruzione tecnica agraria in Italia. L'obiettivo: valorizzare la storia e l'identità degli istituti italiani, coinvolti nella transizione ecologica, nell'innovazione tecnologica e nel ridisegno dei modelli produttivi e formativi del made in Italy. Per 3 giorni, dirigenti scolastici, docenti, esperti, rappresentanti istituzionali e stakeholder del settore agroindustriale si sono confrontati sul ruolo strategico della scuola agraria. Il programma si è articolato attorno a tre parole chiave: Radici, Oltre, Futuro. La giornata inaugurale è stata

dedicata all'identità culturale e al ruolo degli istituti agrari. A tema, la riforma dell'istruzione tecnica e professionale, il modello formativo "4+2" e le opportunità legate al marchio "Made in Mim (Ministero dell'Istruzione e del Merito)". Ampio spazio è stato riservato alla sostenibilità e della tutela del territorio, in particolare a fronte dei cambiamenti climatici. La seconda giornata si è focalizzata sull'innovazione e sulla gestione del cambiamento. Particolare attenzione si è dedicata all'Intelligenza Artificiale, allo sviluppo delle competenze digitali e alla tecnologia che supporta i nuovi processi decisionali. Sono state svolte sessioni pratiche in campo, tra vigneti e cantine, dedica-

te all'innovazione applicata. La giornata conclusiva è stata riservata alla governance della rete nazionale Re.N.Is.A. e al rinnovo della presidenza. L'obiettivo da raggiungere è rafforzare il ruolo degli istituti agrari come presidi educativi, scientifici e sociali. "Radici Oltre" nasce dalla consapevolezza che le scuole oggi sono veri e propri laboratori di innovazione, in cui si mescolano agricoltura, scienza, tecnologia, ambiente e cittadinanza attiva. In questo senso, la scuola agraria si conferma un attore chiave nella preparazione delle nuove generazioni, chiamate a governare le transizioni del nostro tempo. ■

La redazione info@cibiexpo.it



I contatti della redazione

CiBi
Arte e scienza
del cibo
Periodico gratuito
Anno 14 - n 06
Milano
20 giugno 2026

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
Massimo Faustini - Ordinario presso Università degli Studi di Milano Dipartimento DIVAS - massimo.faustini@unimi.it
Flavio Merlo - Sociologo - flavio.merlo@unicatt.it

Illustratore: Libero Gozzini
info@gozzinilbero-illustratore.com

Collaboratore editoriale: Anna Francioni
Realizzazione editoriale: Cibi srl
Redazione: Via Vigoni 8, 20122 Milano
Email: info@cibiexpo.it
Editore: Cibi srl
Presidente del consiglio d'amministrazione:
Paola Chessa Pietroboni
Sede legale: Corso Monforte 2, 20122 Milano
P.IVA: 08210050962
Progetto grafico: Marco Matricardi
Stampa: 4GRAPH S.R.L.
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.

Maria Grazia Calandrone: poetessa, drammaturga e giornalista.



© CHIARA PASQUALELLI



Pane e videogiochi

Accanto alla ristorazione e all'enogastronomia, in Italia, quest'anno, un altro settore commerciale conferma una buona stabilità: quello dei videogiochi

Scopriamo insieme come si diverte gran parte degli Italiani, scorrendo i dati del report presentato dall'associazione di riferimento: dopo la crescita degli ultimi anni, il settore entra in una fase di consolidamento, mentre si trasformano le modalità di consumo. Gli Italiani giocano di più e in modo diverso, con un crescente ricorso a modelli digitali, mobile e servizi in abbonamento. È quanto emerge dal rapporto "I videogiochi in Italia nel 2025", realizzato da Ipsos per IIDEA, l'associazione di riferimento (si veda il box, *ndr*), e presentato lo scorso maggio a Roma presso il Ministero delle Imprese e del Made in Italy, nell'ambito di un evento dedicato all'evoluzione del settore tra innovazione digitale, nuove forme di fruizione e tutela dei giocatori.

Più tempo per il gioco

Nel 2025 il mercato italiano dei videogiochi ha prodotto un valore pari a

circa 2,4 miliardi di euro. A trainare i ricavi sono i contenuti software, che rappresentano il 77% del totale con circa 1,8 miliardi di euro. Il comparto hardware mostra dinamiche differenziate: le console crescono del 3% sfiorando i 400 milioni di euro, mentre gli accessori scendono del 5%, a 152 milioni. L'indagine mostra che lo scorso anno i videogiocatori in Italia sono stati 14,2 milioni, un dato sostanzialmente in linea rispetto all'anno precedente. Cresce il tempo dedicato al videogioco, che raggiunge una media di 7 ore e 53 minuti a settimana. Il pubblico resta prevalentemente maschile (60%) e giovane, con circa il 60% degli utenti sotto i 35 anni. Lo smartphone si conferma il dispositivo più diffuso, con 11,1 milioni di giocatori e 929 milioni di euro di ricavi, pari a oltre metà del mercato software. Le console coinvolgono 6,5 milioni di utenti e rappresentano la piattaforma

con il più alto livello di coinvolgimento (circa 6 ore settimanali), generando 643 milioni di euro. Il PC resta più di nicchia, con 3,7 milioni di giocatori e 111 milioni di euro di ricavi.

Il mercato dei videogiochi completi (console e PC) vale circa 560 milioni di euro. Il digitale rappresenta il 59% del totale (328 milioni di euro), mentre il formato fisico pesa ancora per il 41% (231 milioni di euro).

Crescono abbonamenti e modelli continuativi

Si consolida il modello degli abbonamenti, che nel 2025 ha generato 153 milioni di euro: il 59% sulle console, il 35% su singoli giochi o publisher e il 6% su mobile: un dato che conferma la transizione verso modelli di fruizione continuativa e servizi. Le classifiche dei videogiochi più venduti confermano la centralità dei grandi marchi interna-

zionali, con titoli come EA SPORTS FC 26, EA SPORTS FC 25, Grand Theft Auto V, Hogwarts Legacy e Red Dead Redemption 2, tra i più diffusi. Tra le nuove uscite si distinguono EA SPORTS FC 26, Battlefield 6 e Assassin's Creed Shadows, che hanno rapidamente conquistato il pubblico.

L'informazione: cresce l'ecosistema digitale

I videogiocatori si informano sempre più attraverso canali digitali e social. Il 24% utilizza YouTube e piattaforme video, il 23% i social media e il 22% siti specializzati, mentre una quota simile si affida al confronto diretto con amici e familiari.

Gli influencer incidono per il 10%. YouTube resta il principale punto di riferimento (23%), seguito da WhatsApp (18%), Instagram (17%), Facebook (14%) e TikTok (13%).

«Il 2025 conferma un mercato in fase di consolidamento nei valori, ma in profonda evoluzione sul piano dei comportamenti e dei modelli di consumo» ha commentato Cédric Mimouni, Vicepresidente di IIDEA, presentando i dati, che ha poi così proseguito: «La crescente centralità del digitale, l'espansione dei servizi in abbonamento e l'aumento del tempo di utilizzo indicano una trasformazione strutturale che sta ridisegnando le modalità con cui i videogiochi vengono fruiti e monetizzati. In questo scenario, il settore si conferma una componente sempre più rilevante dell'economia dell'intrattenimento, con prospettive di crescita legate alla capacità di innovare, rafforzare la competitività e offrire maggiore valore al pubblico».

Alle parole di Mimouni ha fatto eco Thalita Malagò, Direttrice Generale e Consigliera Delegata di IIDEA: «La

presentazione del rapporto al Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha rappresentato un momento di confronto tra istituzioni e industria sui principali temi del settore, dall'evoluzione dei modelli di business alla sicurezza dei giocatori online, anche alla luce delle nuove politiche digitali europee e degli aggiornamenti del sistema PEGI (*Pan-European Game Information*, una classificazione per età dei videogiochi. Introdotto nel 2003, aiuta a fare acquisti consapevoli, indicando se un gioco è adatto a una determinata fascia d'età, *ndr*). In un contesto in trasformazione, resta centrale garantire un equilibrio tra la tutela del pubblico e un quadro competitivo capace di sostenere lo sviluppo del settore in Italia e in Europa». ■

La redazione
info@cibiexpo.it



IIDEA (Italian Interactive & Digital Entertainment Association)

È l'associazione di categoria dell'industria dei videogiochi in Italia. È la voce del settore su questioni di interesse comune per i suoi membri. Lavora per promuovere gli operatori italiani in Italia e all'estero e per facilitare l'accesso al nostro mercato per gli operatori stranieri. Realizza diverse iniziative per valorizzare il ruolo del settore nell'economia, nella società, nella cultura e nell'istruzione. A livello internazionale, IIDEA è membro di Video Games Europe e dell'EGDF (European Game Developers Federation). Per info: <https://iideassociation.com>

Medicina e AI

Dalla diagnosi alla dieta: come l'intelligenza artificiale sta cambiando l'approccio alla cura della salute

L'utilizzo dell'AI in medicina non è una novità degli ultimi anni. Le prime applicazioni risalgono agli anni Novanta, ma è soprattutto nell'ultimo decennio, grazie alla crescita della capacità di calcolo e alla disponibilità di enormi quantità di dati sanitari, che queste tecnologie hanno compiuto un salto di qualità.

Oggi i Paesi più avanzati nell'impiego dell'intelligenza artificiale in ambito medico sono Stati Uniti e Cina. Negli USA, grandi ospedali, università e aziende tecnologiche investono da anni in sistemi capaci di supportare diagnosi, ricerca farmacologica e medicina personalizzata. La Cina, favorita da una forte integrazione tra innovazione digitale e sistema sanitario, ha accelerato la sperimentazione su larga scala. Anche in Europa si stanno moltiplicando i progetti, soprattutto nel Regno Unito, nei Paesi nordici e in Germania, con un'attenzione particolare agli aspetti etici, normativi e alla tutela dei dati personali.

Ma a cosa serve realmente l'intelligenza artificiale in medicina? L'ambito più maturo è senza dubbio quello della dia-

gnostica. Algoritmi addestrati su milioni di immagini sono in grado di individuare anomalie in radiografie, TAC, risonanze magnetiche e vetrini istologici, aiutando gli specialisti a riconoscere precocemente tumori, patologie cardiovascolari e altre malattie. Non si tratta di sostituire il medico, ma di fornirgli uno strumento aggiuntivo che può aumentare precisione e velocità nell'interpretazione degli esami. Un secondo campo di applicazione riguarda la medicina personalizzata. Analizzando dati genetici, clinici e anamnestici, l'AI può contribuire a individuare i trattamenti più efficaci per il singolo paziente, riducendo il rischio di terapie poco adatte o inefficaci. In oncologia, per esempio, questi strumenti vengono utilizzati per supportare la scelta dei percorsi terapeutici e per valutare grandi quantità di informazioni, che sarebbe difficile elaborare manualmente. Un terzo, apparentemente meno significativo ma invece altrettanto rilevante, è l'ambito amministrativo: molte strutture sanitarie stanno sperimentando sistemi capaci di automatizzare attività buro-

cratiche, dalla trascrizione delle visite alla compilazione di referti e lettere di dimissione, per consentire a medici e infermieri di dedicare alla cura e alla relazione con il paziente la maggior parte del tempo.

L'intelligenza artificiale sta inoltre rivoluzionando la ricerca farmaceutica. Lo sviluppo di un nuovo farmaco richiede normalmente anni di lavoro e investimenti enormi. Gli algoritmi consentono di analizzare rapidamente milioni di molecole e simulare possibili interazioni biologiche, accelerando alcune fasi della ricerca e riducendo tempi e costi.

E l'Italia? Il nostro Paese presenta un quadro a due velocità. Da un lato esistono centri ospedalieri e universitari all'avanguardia, soprattutto nei settori della radiologia, dell'oncologia, della telemedicina e della ricerca clinica. Dall'altro permangono problemi strutturali legati alla frammentazione dei sistemi informativi, alla disponibilità dei dati e alla necessità di formare nuove competenze professionali. Non a caso molti esperti sottolineano che la vera sfida non è

soltanto tecnologica, ma organizzativa e culturale; prima di introdurre nuovi strumenti occorre ripensare processi, modalità e competenze di lavoro.

Particolarmente interessanti sono le applicazioni che riguardano alimentazione, nutrizione e prevenzione. Grazie all'analisi dei dati individuali, l'AI può contribuire alla costruzione di percorsi personalizzati, tenendo conto di età, condizioni cliniche, attività fisica e obiettivi di salute. Alcuni sistemi sono già in grado di riconoscere i cibi da una fotografia, stimarne il contenuto nutrizionale e monitorare le abitudini alimentari nel tempo.

Queste tecnologie potrebbero rivelarsi preziose nella prevenzione dell'obesità e delle malattie metaboliche, due delle principali sfide sanitarie dei prossimi decenni. L'analisi continua dei dati consente infatti di individuare comportamenti a rischio e suggerire interventi tempestivi prima che si sviluppino patologie più gravi.

Anche nel campo dei disturbi alimentari si stanno aprendo nuove prospettive.

Strumenti digitali e sistemi di monitoraggio possono aiutare i professionisti a seguire meglio i pazienti e a individuare segnali precoci di disagio. Ma questo settore evidenzia con particolare chiarezza i limiti dell'intelligenza artificiale: anoressia, bulimia e disturbo da alimentazione incontrollata coinvolgono aspetti psicologici, relazionali ed emotivi che nessun algoritmo è in grado di comprendere, dimostrandosi ad oggi strumento non autonomo.

Il futuro della medicina non sembra quindi destinato a essere dominato dalle macchine, ma dalla collaborazione tra competenze umane e strumenti sempre più sofisticati.

L'intelligenza artificiale può migliorare diagnosi, ricerca, organizzazione sanitaria e prevenzione. La vera sfida sarà utilizzarla per rendere la medicina più efficace senza perdere ciò che la rende davvero insostituibile: il rapporto umano tra chi cura e chi viene curato. ■

Marta Pietroboni
marta.pietroboni@cibiexpo.it

**Nelle foto,
immagini
di indagini
diagnostiche,
in cui oggi
sempre più
viene impiegata
l'intelligenza
artificiale.**

Medicina narrativa

Se da un lato si spinge l'acceleratore sull'intelligenza artificiale, dall'altro, almeno in ambito medico, prendono giustamente spazio nuove attenzioni e orientamenti, profondamente umani. Forse una nuova disciplina. Stiamo parlando della medicina narrativa, un approccio alla cura, nato tra la fine degli anni '90 e l'inizio del nuovo secolo, grazie al lavoro della dottoressa e studiosa americana Rita Charon, che mette al centro non solo la malattia, ma anche la storia del paziente. Non sostituisce certo la medicina basata sull'evidenza scientifica, ma la affianca: da una parte i dati, dall'altra la storia della persona. L'obiettivo è una cura più completa, perché considera il paziente non solo come "caso clinico", ma come individuo. In pratica significa che il medico non si limita a raccogliere sintomi, esami e dati clinici, ma ascolta e interpreta anche il modo in cui la persona racconta la propria esperienza di malattia: cosa prova, come vive i sintomi, che impatto hanno sulla sua vita quotidiana, sulle relazioni, sul lavoro, sull'identità, al fine di costruire un percorso di cura mirato.



Una seconda vita per olio e vino

Dalla ricerca internazionale alle nuove filiere d'avanguardia, la scienza trasforma i residui di frantoio e cantine in alimenti funzionali e risorse per i territori

L'eccellenza agroalimentare nell'area mediterranea si celebra da sempre in due produzioni simbolo: l'olio extravergine d'oliva e il vino.

L'impegno costante per raggiungere la massima qualità, in calice e nel piatto, oggi affronta però una sfida cruciale per l'agricoltura moderna: l'economia circolare.

Dietro raccolta, frangitura e svinatura, si nasconde infatti una gestione complessa. Sanse, acque di vegetazione, foglie e vinacce generano grandi volumi di residui organici che rappresentano un costo economico notevole e un importante peso ambientale per i produttori. Far dialogare i frantoio e le cantine attraverso una co-valorizzazione integrata significa trasformare quello che

finora è stato un semplice scarto in una risorsa preziosa.

Tesori nascosti tra vinacce e sanse

Se si va oltre l'apparenza, ogni residuo della frangitura e della svinatura, attraverso tecniche di estrazione verde, come ultrasuoni o fluidi supercritici (sostanze portate a temperature e pressioni superiori al proprio punto critico, ndr), rivela un profilo biochimico straordinario, con efficacia eccezionale per la salute.

Nel mondo dell'olio, la sansa e le acque di vegetazione non sono semplici scarti liquidi ma veri scrigni, potenti fenoli che agiscono in perfetta sinergia. Lidrossitirolo, grazie a una grande

solubilità, viene assorbito rapidamente dal nostro organismo, contribuendo a proteggere il sistema cardiovascolare e a regolare la pressione sanguigna. L'oleuropeina, invece, stimola le naturali difese immunitarie e mostra spiccate proprietà antinfiammatorie.

Guardando alle cantine, nelle vinacce si concentrano grandi quantità di fibre nobili e antociani, pigmenti naturali che migliorano la salute del sistema intestinale, favoriscono la digestione e regolano l'assorbimento degli zuccheri, aiutando a gestire l'indice glicemico dopo i pasti.

Ma la vera perla è custodita nei vinaccioli, da cui si estrae un olio leggerissimo e pregiato, ricco di acido linoleico e resveratrolo, che si può considerare

un vero e proprio elisir naturale contro l'invecchiamento cellulare, agisce direttamente sul cuore delle cellule e migliora l'elasticità dei vasi sanguigni. I maggiori benefici di tutte queste sostanze si registrano in unione ad alimenti base della nostra tavola, come pane, pasta fresca, yogurt e cioccolato, poiché ne triplicano il valore nutrizionale, l'apporto di fibre e ne prolungano la freschezza, con azione antiossidante, senza ricorrere ad additivi chimici.

La forza delle idee: un'alleanza di territorio

Uno studio internazionale, condotto dalla ricercatrice Maria Rodríguez-Pérez, Facoltà di Scienze Ambientali e Biochimica, Università di Castilla-La Mancha, evidenzia come i benefici di questa nuova transizione non si fermino al piatto.

Unendo le forze di cantine e frantoio, si supera il riutilizzo isolato delle singole filiere, migliorando il recupero dei composti bioattivi, allineandolo ai principi dell'economia circolare. La vera svolta culturale riguarda l'accoglienza rurale, combinando l'enoturismo all'oleoturismo in un unico

percorso di valorizzazione.

Secondo lo studio, infatti, *"l'integrazione della produzione di vino e olio d'oliva offre resilienza contro la volatilità del mercato"*, svelando che la cooperazione strategica può fare la differenza. Chi viaggia per borghi cerca un'esperienza autentica, poiché *"i turisti che visitano cantine e frantoio sono generalmente interessati alla cultura locale, alla produzione artigianale, al cibo sano e alle esperienze sensoriali"*.

Per questo *"strategie turistiche congiunte, come campagne promozionali condivise, itinerari coordinati e un marchio unificato, possono aumentare la domanda, ridurre la stagionalità e migliorare la redditività in entrambi i settori"*, sottolineando che *"la collaborazione tra aziende vinicole e produttori di olio d'oliva può prolungare i soggiorni turistici, distribuire i benefici economici in modo più ampio e rafforzare l'identità regionale"*.

La spinta verso il futuro

Il cammino che unisce il laboratorio alla terra deve però fare i conti con

ostacoli non da poco, legati soprattutto alla particolare attenzione che i polifenoli richiedono, al delicato trattamento e alla naturale variabilità stagionale delle materie prime.

Ma il vero freno per i produttori è spesso rappresentato dagli imbuti burocratici. Ottenere il via libera per l'uso alimentare di questi estratti richiede infatti percorsi lunghi e dispendiosi, come le severe autorizzazioni *Novel Food* stabilite dall'Unione Europea, che finiscono per "imporre approcci centralizzati e costi insostenibili per le piccole e medie imprese" come riporta la ricerca di Rodríguez-Pérez. Nonostante le rigide barriere normative, però, lo spiraglio all'orizzonte è luminoso e aprirsi alla flessibilità significa non solo alleggerire i costi di gestione dei residui, ma anche "creare nuovi flussi di reddito attraverso la diversificazione del prodotto" e una governance realmente inclusiva. ■

*Tiziana Mazzitelli
tiziana.mazzitelli@cibiexpo.it*

A sinistra, un frantoio e, qui sotto, una cantina.



Le donne e il vino: tra emancipazione e disobbedienza

Diritto di voto, livello di istruzione, carriera lavorativa.

Sono questi i grandi temi a cui viene da pensare quando

si argomenta di emancipazione femminile. Invece parliamo di vino

L'industria del vino, e tutto quello che vi ruota attorno, è sempre stato spazio prevalentemente maschile. Non tanto perché le donne ne fossero escluse: hanno sempre lavorato nelle vigne e nelle aziende vitivinicole, soprattutto quando di famiglia, occupandosi di qualunque cosa, dal terreno alla vendita.

Ma tutto questo avveniva sempre dietro il palcoscenico, all'ombra di qualche uomo.

Accadeva tanto nei luoghi di lavoro, quanto negli spazi sociali.

Osterie, taverne, bar, si sa, erano luoghi di aggregazione maschile per eccellenza.

Le disobbedienti

Le chiama così, il podcast Donne, vino e segreti, creato in collaborazione con Le donne del vino. Parla di questo: delle donne che si sono sottratte ai ruoli di genere che la società aveva preconfezionato per loro.

Per questo "disobbedienti"; poteva esserci definizione migliore?! "La storia delle donne del vino è fatta di prime volte, di cose fatte in modo del tutto inedito, da persone da cui il mondo si aspettava prendessero tutt'altra strada".

Quindi mai definizione fu più giusta. Se pensiamo agli anni '60, '70, '80, quello che ci si aspettava era che

stessero a casa, che si occupassero della famiglia, che supportassero il marito. Qualunque altro percorso sociale e professionale usciva dall'ordine preconstituito e, in quanto tale, costituiva un atto di disobbedienza bella e buona.

Giannola Bulfoni, friulana, classe 1938. Decisamente più famosa con il nome da sposata: Giannola Nonino. Sì, quella della grappa, a cui deve la fama di cui gode ancora oggi. Ma parliamo di un'epoca in cui la grappa era considerata un semplice sottoprodotto della vinificazione, e quindi poco più di uno scarto. Giannola racconta che, nei primi tempi, la portava come



dono alle cene a cui era invitata ma, con grande amarezza, scopriva, non solo che non veniva mai offerta agli ospiti, ma che finiva nel lavandino. Da lì, nobilitare la grappa divenne la sua sfida.

La prima idea fu quella di produrre una grappa monovitigno. Iniziò utilizzando le vinacce del Picolit.

L'idea, giustissima, era quella di caratterizzarla maggiormente. Farne una monovitigno significava trasferire nel distillato gli aromi e le caratteristiche originarie. Ma non si fermò a questo. Per un contenuto prezioso, serve un contenitore altrettanto prezioso; così cambiò la bottiglia, di dimensioni ridotte, come quella dei profumi. Capiva già l'importanza del modo con cui veicolare i messaggi. E poi, non si è mai fermata. Intraprese, negli anni, numerose iniziative, tra premi vitivinicoli e letterari. Arrivando a coinvolgere nei suoi concorsi il ricercato e altisonante nome di Mario Soldati. Ed ecco che il marchio Nonino e la grappa presero il volo.

Mariuccia Borio, piemontese, è figlia del dopoguerra; negli anni '70, dopo la morte del padre, eredita Cascina Castlèt, decidendo di assumersene la guida. Pur trattandosi di

un periodo relativamente recente, non era certo quello che ci si aspettava da una giovane donna. Il retaggio culturale era ancora quello delle figlie femmine che non ereditavano i terreni agricoli, piuttosto conferiti in dote ai mariti.

La strada delle prime volte non manca mai di essere lastricata di avversità. A Mariuccia toccarono anni molto complessi, legati alla più grande crisi di sempre del settore vitivinicolo: lo scandalo del metanolo. Riuscì a superare la tempesta e ad anticipare i tempi. In anni in cui molti guardavano esclusivamente alla quantità, la Borio inizia a pensare ai temi della sostenibilità e alla valorizzazione dei vitigni rari, tutelando e riportando alla luce.

E oggi?

Oggi una donna che guida un'azienda vitivinicola non fa rumore. Come non lo fa un'enologa o una sommelière. Allora, l'emancipazione si è compiuta oppure occorre ancora disobbedire? Cosa ci dice il vino al proposito?

Qualche anno fa la scrittrice Antonella Boralevi in televisione diceva: "Una donna deve sempre combattere con quella parte di sé che non si

sente "all'altezza". Le donne bevono come prima fumavano una sigaretta, bevono per darsi un tono.

Non abbiamo bisogno del bicchiere di vino per sapere di essere di valore, meglio una piccola dose e soprattutto mai bere da sole in casa". E allora mi chiedo: perché una donna con un calice di vino in mano può essere ancora oggetto, se non di stupore, di discussione o anche solamente di riflessione?

E ancora: qualcuno avrebbe rivolto la medesima frase a un uomo? Qui la risposta è semplice e pacifica ed è un fragoroso: NO.

Ancora una volta, il vino è un'ottima lente attraverso la quale guardare alla società. A come si è trasformata negli anni, a come è ancora.

Oggi un calice di vino è sufficiente a ricordarci che si è fatta molta strada ma che non è il tempo di smettere di disobbedire, almeno fino a quando una donna con un bicchiere di vino in mano non sarà solo una donna con un bicchiere di vino in mano. ■

Elisa Alciati

elisa.alciati@cibiexpo.it

A sinistra: Giannola Nonino.

Nella foto sotto: Mariuccia Borio.



Camu camu

Una piccola super-bacca dell'Amazzonia per smascherare il colonialismo alimentare

Myrciaria dubia è, dal punto di vista botanico, una bacca. Dal punto di vista del mercato, l'ennesimo antidoto a una modernità che ci ha rotto la schiena a furia di stress, smog, cibo industriale. Schiena da riparare con un ingrediente "magico" venuto da lontano, dalla foresta intoccata, da un luogo che immaginiamo ancora selvaggio e puro. Un ulteriore ingranaggio da inserire nel rotismo consumista della modernità (metafora in cui il motore è l'acquisto continuo di beni materiali e culturali).

Il camu camu cresce nelle zone umide dell'Amazzonia - Perù, Brasile, Colombia, Venezuela, Bolivia, Ecuador - lungo fiumi e piane allagate. È un frutto piccolo, tondeggiante, dal colore rosso-violaceo e dal sapore fortemente acido. La ricerca scientifica lo descrive come una delle fonti naturali più ricche di vitamina C (anche se, certo, i valori variano in base a maturazione, tipo di pianta, dove lo analizzi e come

lo trasformi). Ha anche composti fenolici, antociani, flavonoidi, insomma, il profilo bioattivo è interessante. Possibili effetti antiossidanti e antinfiammatori? Forse. Ma - e qui, come sempre, sta il trucco - tra: "la pianta ha proprietà interessanti" e "l'integratore che cura...", c'è un abisso di prove cliniche che non ci sono. Ma il mercato lo trasforma comunque in "ingrediente funzionale". Non importa più il sapore, l'uso locale, la stagionalità. Importa una sola cosa: estrarlo, polverizzarlo, standardizzarlo, certificarlo, venderlo come medicina.

Il frutto viene tradotto in numeri - percentuali, milligrammi, dosi giornaliere consigliate - e inserito in un linguaggio dalle grammatiche precise, pensate per i consumatori: "supporta il sistema immunitario", "naturale", "dalla foresta pluviale". Non stai più mangiando un frutto. Stai incorporando una promessa.

È qui che l'antropologia ha già avuto

qualcosa da dire. Lo storico Sidney Mintz ci ha insegnato che lo zucchero non era soltanto dolcezza: era colonialismo, lavoro schiavista, capitalismo. Lo stesso accade con il camu camu. Non possiamo accontentarci di chiederci "fa bene?". Dobbiamo chiederci: chi lo raccoglie? Quanto viene pagato? Chi lo trasforma? Chi controlla il prezzo globale? Chi decide che cosa sia "naturale"? Chi beneficia dell'immagine dell'Amazzonia come farmacia verde del pianeta?

La retorica del "superfood" tende a comprimere storie complesse in una formula seducente: un luogo remoto, popolazioni indigene, una pianta miracolosa, un consumatore urbano in cerca di autenticità e salvezza. Ma dietro quella polvere rosa troviamo una rete invisibile di attori - raccoglitori, agronomi, intermediari, aziende nutraceutiche, ricercatori, influencer - in cui il valore maggiore (il denaro) sfugge il suo luogo d'origine.

In altre parole: il camu camu rischia di essere venduto come "Amazzonia", ma l'Amazzonia non trattiene la parte principale del valore economico. Il ricco margine di profitto? Quello sta nelle fasi di trasformazione, certificazione, marketing e distribuzione internazionale. L'antropologa Mary Douglas ha mostrato che ogni cultura classifica il cibo secondo logiche di purezza e contaminazione. Il camu camu globale viene collocato dalla parte del "puro": naturale, vegetale, amazzonico, antiossidante, non industriale. Ma ecco il paradosso: questa purezza è costruita. Quella che arriva nel barattolo è una polvere lavorata, trasportata attraverso lunghe catene logistiche, venduta online, standardizzata secondo parametri industriali. La "natura" nel tuo barattolo è già una natura mediata, resa leggibile dal mercato, costretta in una filiera globale. Quando ac-

quisti camu camu in polvere, non compri soltanto "vitamina C". Compri una distanza. Compri l'idea che la salute perduta nella modernità possa essere recuperata attraverso un ingrediente proveniente da un altrove ecologico e morale. Compri il diritto di sentirti virtuoso mentre continui la tua vita urbana, industriale, veloce.

Nel mercato del wellness, il cibo non nutre il corpo: lo rassicura, lo purifica, lo disciplina. Una piccola tecnologia morale di auto-gestione. Camu camu, açai, quinoa, spirulina, goji, ginseng, guaranà: oscillano tutti tra una valorizzazione economica reale dei territori d'origine e un'appropriazione simbolica spietata da parte dei mercati del benessere occidentali.

Negli ultimi anni il camu camu è stato promosso come ingrediente per alimenti funzionali, nutraceutici, cosmetici, prodotti industriali.

Questa valorizzazione economica potrebbe creare opportunità reali per produttori amazzonici. Ma riproduce sempre le stesse vecchie disuguaglianze: il valore simbolico, strappato alla foresta ("amazzonico!", "naturale!"), il valore economico nelle mani di chi trasforma, certifica, marketta e distribuisce. È la vecchia storia del colonialismo, riscritta nel linguaggio contemporaneo: la materia prima sottratta al sud del mondo, il profitto con le radici ben piantate nel nord. Ma la domanda che dovremmo porci è: perché abbiamo bisogno di comprare l'ennesimo ingrediente "magico" per risolvere i nostri problemi? ■

*Riccardo Vedovato
riccardo.vedovato1994@gmail.com*

Le immagini in queste pagine sono state realizzate da Libero Gozzini, illustratore professionista.



Michele Ghedini

Dalla cucina della nonna ai social, passando per MasterChef Italia

La sua storia nasce nella cucina di casa e dalla passione trasmessa dalla nonna. Dopo l'esperienza televisiva, ha trasformato quell'interesse in una professione, costruendo una carriera tra ristorazione e comunicazione digitale.

Oggi è chef food e content creator su Cookist, progetto editoriale del gruppo Ciaopeople in cui racconta la ricchezza della cucina italiana, tra tecnica, tradizione e identità regionali. Nei suoi contenuti valorizza ricette storiche, prodotti del territorio e tradizioni locali, con l'obiettivo di rendere la cultura gastronomica più accessibile. Un racconto autentico della cucina, dove tradizione e linguaggio digitale convivono senza perdere qualità e identità.

Quando hai capito che la cucina sarebbe diventata la tua strada?

La cucina mi è sempre piaciuta. Da bambino guardavo mia nonna cucinare e cercavo di rifare le ricette insieme a lei. Però, al momento di scegliere la scuola superiore, non ho fatto l'alberghiero:

dove vivevo non c'erano scuole che mi convincessero, e così ho scelto il liceo artistico. Solo più tardi ho capito che avevo sbagliato percorso: io ero portato per fare il cuoco.

Quanto ha influito MasterChef Italia sulla tua crescita professionale?

Mi ha cambiato la vita. Prima non avevo una direzione precisa, poi ho deciso di mettermi in gioco, seguendo quella che era sempre stata la mia più grande passione: la cucina. Dopo il programma sono arrivate subito le prime chiamate dai ristoranti e da lì è iniziato il mio vero percorso professionale, fatto di gavetta e lavoro sul campo. Venivo da un piccolo paese vicino Mantova e, in quegli anni, avere successo nel mondo della ristorazione senza un percorso formativo specifico alle spalle sembrava impossibile. Avevo inviato curriculum anche per ruoli da aiuto cuoco o lavapiatti, ma senza ricevere risposte concrete. Oggi, il settore è cambiato e la richiesta di personale è più alta, ma allora riuscire a trovare

spazio in cucina non era affatto semplice.

Quindi MasterChef è stato davvero un trampolino di lancio?

Absolutamente sì, ma non nel senso della visibilità social o della televisione. Per me è stato il modo per entrare davvero nel mondo della cucina professionale. Non cercavo notorietà, ma un'opportunità concreta per lavorare nei ristoranti. E, tra le cose più belle che mi ha lasciato, c'è anche l'incontro con la donna che sarebbe poi diventata mia moglie.

Oggi il cibo è sempre più legato ai social media e alla comunicazione digitale. Come vedi il rapporto tra cucina e social?

È un rapporto complesso, ma inevitabile. Oggi i social hanno reso la cucina più accessibile e permettono di raccontare tradizioni, metodi e territori a un pubblico enorme.

Allo stesso tempo, però, la comunicazione online richiede velocità e immediatezza, rischiando a volte di semplificare

troppo un mondo fatto di studio, tecnica e sacrificio.

Secondo te, questo fenomeno ha migliorato o impoverito la cultura gastronomica?

Dipende da come viene utilizzato. I social possono avere un effetto molto positivo, perché ci sono creator bravissimi che trasmettono metodologia, conoscenza e passione. Però esiste anche il lato opposto: tanti contenuti puntano solo alla viralità. Ci sono professionisti molto preparati e altri che fanno video "acchiappa-like". Però, quando dietro ai contenuti c'è un vero background da cuoco, si percepisce subito. Io seguo volentieri chi riesce a trasmettere davvero il saper fare in cucina, non solo immagini belle da vedere.

Come ti definiresti?

Dopo la nascita del mio primo figlio, ho scelto di lasciare il lavoro da chef perché i ritmi erano difficili da conciliare con la vita familiare. Quindi oggi mi considero uno chef food content creator: continuo a cucinare e, allo stesso tempo, racconto il cibo attraverso i social, cercando di valorizzare soprattutto le ricette della tradizione italiana. Mi piace raccontare, non solo

il piatto finale, ma la storia di una ricetta e il legame con il territorio.

Le ricette tradizionali sembrano essere centrali nei tuoi contenuti.

Sì, sto lavorando molto sulle ricette antiche. La cucina italiana è incredibile, perché è vastissima: ogni regione, ma anche ogni paese, ha piatti diversi. L'altro giorno ho scoperto un procedimento tipico del territorio dove vivo, che non avevo mai sentito nominare. Questa frammentazione è la nostra vera forza. Basta spostarsi di pochi chilometri per trovare varianti completamente diverse dello stesso piatto. Pensiamo al risotto alla pilota mantovano e al risotto veronese con il tastasal (un impasto di carne di maiale tipico della tradizione contadina). Sono molto simili, ma il nostro è asciutto e sgranato, mentre quello veronese è più cremoso. Sono dettagli che raccontano identità diverse.

Cosa ti piacerebbe trasmettere oggi attraverso il tuo lavoro?

Vorrei far capire che la cucina non è solo intrattenimento. Dietro un piatto ci sono tradizione, tecnica, storia e territorio. I social sono uno strumento potentis-

simo, ma bisogna usarli con autenticità. Alla fine, quello che resta davvero è la passione. ■

Alessandra Meda

alessandra.meda@cibiexpo.it

Cookist

È un progetto editoriale digitale, edito dal gruppo Ciaopeople, dedicato al mondo del food. Attraverso ricette, video e contenuti social, racconta il cibo in modo semplice, contemporaneo e accessibile a un pubblico molto ampio. Riconosciuto da Facebook tra le migliori case history globali e da Gambero Rosso tra i migliori siti di cucina, oggi conta quasi 50 milioni di follower nel mondo e raggiunge oltre 15 milioni di persone solo in Italia, affiancando all'intrattenimento anche contenuti dedicati a storia, tradizione e salute. Nel 2025 ha ampliato la propria presenza cross-mediale con l'approdo in TV sul canale Food Network.

Nelle foto, Michele Ghedini durante le riprese video di Cookist.



Riso di Baraggia

Da quasi vent'anni rappresenta un'eccellenza nel panorama agroalimentare nazionale: è l'unico in Italia a vantare la Denominazione di Origine Protetta europea

Coltivato tra le province di Biella e Vercelli, nasce in un'area pedemontana rivolta verso il Monte Rosa che si estende per 44 mila ettari. Circa la metà è destinata alla coltivazione del riso. È un territorio speciale dal punto di vista ambientale: suoli di origine glaciale, acque pure, clima aerato e fresco, con frequenti inversioni termiche, favorite dall'ingresso dei venti che discendono dai monti. Le caratteristiche morfologiche del terreno, e il particolare sistema di irrigazione, con la raccolta delle acque provenienti da Alpi e Prealpi incanalate direttamente verso i campi, destarono l'interesse della Comunità Europea per il territorio, posizionato nella massima latitudine nord in cui è ancora possibile la risicoltura. Queste condizioni climatiche rendono più rapida la formazione dei chicchi durante la maturazione, conferendo loro una dimensione inferiore e una minore produttività, ma un'ottima consistenza, con un evidente miglioramento della qualità del riso.

La certificazione DOP garantisce che ogni fase produttiva, dalla coltivazione alla lavorazione, avvenga all'inter-

no dell'area di origine, secondo un disciplinare rigoroso e controllato. Nel 2007, fu approvata la Denominazione di Origine Protetta per il Riso di Baraggia Biellese e Vercellese. Lo stesso anno venne riconosciuto, con apposito decreto del Mipaaf, il Consorzio di Tutela della DOP "Riso di Baraggia Biellese e Vercellese", con l'incarico di svolgere le funzioni di vigilanza, promozione e valorizzazione del primo e unico, per qualità e caratteristiche organolettiche, riso DOP italiano.

In un mercato orientato ai grandi volumi, con un'offerta sempre più ampia, il Riso di Baraggia DOP punta su un modello opposto: produrre meno ma meglio, con rese controllate, filiera tracciabile e attenzione agromeconomica finalizzata alla qualità finale del prodotto. Il risultato è un riso particolarmente apprezzato dall'alta ristorazione grazie a chicchi più consistenti e resistenti alla cottura, con elevata capacità di assorbimento dei sapori. Oltre alle qualità gastronomiche, il Riso di Baraggia Biellese e Vercellese DOP si distingue anche per caratteristiche nutrizionali rilevanti:

elevata digeribilità, naturale assenza di glutine, buon equilibrio tra amido e proteine, rilascio graduale di energia grazie alla struttura del chicco, elevata tenuta in cottura che preserva le proprietà organolettiche, un equilibrio nutrizionale che lo rende adatto a un'alimentazione moderna e consapevole. ■

*La redazione
info@cibiexpo.it*

Il Riso di Baraggia

È protagonista dell'evento *Riso d'Autore*, ospitato al Castello di Buronzo e promosso dal Consorzio di Tutela del Riso di Baraggia Biellese e Vercellese DOP. L'iniziativa, realizzata nell'ambito dello Sviluppo Rurale Piemonte 2023-2027, riunisce istituzioni, studiosi del settore risicolo e professionisti della ristorazione, per raccontare un prodotto agricolo di nicchia.

Le varietà di riso DOP

I risi DOP da risotto sono: Carnaroli, dal chicco grande e perlato, considerato il principe dei risotti; Arborio, uno dei più conosciuti al mondo, nato nel 1946 proprio ad Arborio, il cui valore aggiunto è l'autenticità della varietà; Baldo, unico riso italiano da risotto cristallino, ovvero senza perla; S. Andrea, fiore all'occhiello della Baraggia, che prende il nome dalla storica Abbazia di Vercelli, dove è utilizzato per la preparazione del piatto tipico locale, la panissa.

Nella foto, una tipica cascina del territorio di Baraggia.

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



I lattati fermentati, tra tradizione e innovazione

Conosciuti sin dall'antichità, sono ricchi di proprietà positive, grazie all'evoluzione contemporanea della fermentazione

Quando si considera un prodotto a base di latte, che ha subito una trasformazione naturale a opera di microrganismi come batteri, lieviti o muffe, si pensa allo yogurt, che nei paesi occidentali rappresenta una grandissima quota di mercato. Nelle diverse varianti, non solo racconta le più antiche procedure biotecnologiche della storia, ma apporta diversi benefici per i consumatori e, non ultimo, racchiude nicchie di storia e cultura di ogni parte del mondo.

I lattati fermentati costituiscono una classe di alimenti funzionali, pilastro della nutrizione umana globale. Vengono ottenuti attraverso l'inoculazione mirata di microrganismi all'interno della matrice latte.

Il processo si basa sulla conversione enzimatica del principale zucchero del latte, il lattosio, in acidi organici, alcoli e altri composti minori.

La storia dei lattati fermentati accompagna l'evoluzione della civiltà umana

fin dalla nascita dell'agricoltura e della pastorizia. Non nascono da una scoperta scientifica pianificata, ma da una fortuita, straordinaria combinazione di necessità biologiche e condizioni ambientali. Già nel Neolitico (~8000-3500 a.C.) si consumava latte fermentato spontaneamente grazie ai climi caldi e a batteri lattici autoctoni. Ciò portava anche a un gel acido digeribile, e più conservabile del latte fresco. Quest'ultimo aspetto è fondamentale per preservarlo sotto forma di lattati fermentati e formaggi, come testimoniano in particolare iscrizioni sumere e bassorilievi egizi.

Nel mondo greco e romano era diffuso un analogo dello yogurt, l'"oxygala" o "melca", ottenuta acidificando il latte con aceto e aggiungendo la vecchia produzione come "starter" per la reazione batterica; in Asia centrale, nascono nello stesso periodo il kumiss (da latte di giumenta) e nel Caucaso il kefir, la

cui produzione veniva assicurata dalla perpetuazione di colture batteriche acidificanti tramandate di generazione in generazione.

Facendo un salto di qualche migliaio di anni giungiamo ai primi anni del XX secolo, quando il medico Stamen Grigorov isola il batterio *Lactobacillus bulgaricus*, il principale responsabile della produzione dello yogurt. Si passa dal puro empirismo all'evidenza di un preciso fenomeno biologico. Poco dopo questo punto di svolta fondamentale, Ilya Mečnikov, premio Nobel per la Medicina 1908, ipotizza che l'elevata longevità dei pastori bulgari derivi dal consumo di latte fermentato, che contrasta lo sviluppo di batteri intestinali indesiderati.

Nel 1919, in Giappone, nasce un latte fermentato ispirato a un analogo mongolo: il suo nome commerciale è Calpis, ed è tuttora in produzione. Il Calpis, insieme allo yogurt, ha aperto la strada ai

lattati fermentati moderni.

Verso gli anni '30 del '900 il mondo dei lattati fermentati subisce nuove spinte: il microbiologo Minoru Shirota isola il *Lactobacillus casei* Shirota, iniziando l'era dei probiotici commerciali, e dagli ultimi decenni del XX secolo fino a oggi, la ricerca si è spostata sulla comprensione profonda dell'asse intestino-cervello e sull'utilizzo dei lattati fermentati, non solo come alimenti, ma come complessi sistemi biologici terapeutici.

Il consumo costante di lattati fermentati esercita comprovati effetti benefici sulla fisiologia umana. La presenza di colture vive e vitali garantisce l'apporto di lattasi batterica nel lume intestinale.

L'enzima resiste parzialmente alla digestione gastrica e supporta quella del lattosio residuo, riducendo i sintomi di intolleranza (meteorismo, dolori addominali).

Inoltre, i ceppi probiotici (come *Lactobacillus casei* Shirota o l'ecosistema del kefir) competono attivamente per i siti di adesione epiteliale (tali siti sono specializzazioni delle membrane cellulari. Permettono alle cellule del tessuto epiteliale di aderire fortemente tra loro e con i tessuti sottostanti) contro patogeni endogeni, modulando la permeabilità intestinale.

Il Calpis agisce come postbiotico intestinale e non come apportatore di ceppi batterici, in quanto viene inattivato per pastorizzazione: avrebbe una certa attività antiipertensiva, grazie a peptidi (brevi catene di amminoacidi) che agirebbero, una volta assorbiti dall'intestino, come inibitori di un enzima detto ACE (Angiotensin Inhibiting Enzyme), coinvolto nel meccanismo dell'ipertensione arteriosa.

La distruzione termica dei lattobacilli libera composti che possono agire stimolando l'attività immunitaria delle

cellule intestinali e la produzione di immunoglobulina A.

Manifestando, inoltre, un'attività di potenziamento dell'assorbimento di minerali come calcio e magnesio.

Il mondo dei lattati fermentati unisce quindi grandi tradizioni e innovazioni industriali, allargando enormemente le potenzialità di questi prodotti certamente antichi, ma, ne sono certo, ancora da scoprire.

Questi aspetti saranno certamente ampliati con l'avvento di nuove tecniche e di trial clinici approfonditi: quella che era una strategia di pura sopravvivenza nel Neolitico è diventata oggi una delle branche più avanzate della biotecnologia alimentare globale. ■

Massimo Faustini
Università degli Studi di Milano
Dip. DIVAS
massimo.faustini@unimi.it



NON BUTTARLO VIA. NON È UN RIFIUTO.

Lo hai abbandonato come un rifiuto.
Ma non è un oggetto: **ha paura,
soffre e cerca amore.**
Abbandonarlo è un crimine.
Adottarlo è una responsabilità.

Aiutaci a fermare tutto questo.
Agisci con ENPA.



Ente
Nazionale
Protezione
Animali
Ente morale • ODV

Semifreddo al caffè e anice

*Una fresca tradizione per un dessert
che è diventato un classico*

Qui sotto:
a sinistra gli
ingredienti
per preparare
il semifreddo;
a destra
il dessert,
pronto
per essere
portato
in tavola.



Un incontro tra aromi intensi e note speziate.

Il semifreddo è uno dei dolci più apprezzati della tradizione italiana, amato per la sua consistenza, che si colloca a metà strada tra la leggerezza di una mousse e la ricercatezza di un gelato. Nato come dessert raffinato nelle cucine aristocratiche del XIX secolo, nel corso del tempo ha conquistato le tavole di tutte le famiglie italiane, diventando un classico della pasticceria casalinga e della ristorazione.

In questa versione, il gusto deciso e avvolgente del caffè si unisce alle note aromatiche dell'anice, una spezia conosciuta e utilizzata fin dall'antichità per profumare dolci, liquori e preparazioni classiche. L'incontro tra i due ingredienti dà vita a un equilibrio armonioso di sapori, dove l'intensità del caffè viene ammorbidita dalla freschezza speziata dell'anice. Il risultato è un dessert dal carattere originale ma allo stes-

so tempo familiare, capace di sorprendere il palato senza risultare eccessivo. Fresco, delicato e piacevolmente profumato, rappresenta una scelta ideale per concludere una cena tra amici o un'occasione speciale, con un tocco di eleganza.

Ingredienti (per 6 persone)

- 250 ml di panna fresca da montare
- 80 g di zucchero
- 3 uova
- 2 tazzine di caffè espresso ristretto
- 2 cucchiaini di liquore all'anice
- 1 cucchiaino di semi di anice pestati (facoltativo)
- cacao amaro per decorare

Preparazione

Preparare il caffè e lasciarlo raffreddare completamente. Separare i tuorli dagli albumi e sbattere i primi con lo zucchero, fino a ottenere un composto chiaro, gonfio e spumoso. Unire il caffè freddo, il liquore all'a-

nice e, a piacere, i semi di anice leggermente pestati per esaltarne l'aroma. Montare la panna fino a renderla soffice e compatta e incorporarla delicatamente. Frullare gli albumi a neve ben ferma e aggiungerli poco alla volta al preparato, mescolando dal basso verso l'alto per non smontare la massa e conservarne la fluidità. Versare il composto ottenuto in uno stampo da plumcake, oppure in pratici stampini monoporzione; coprire accuratamente con pellicola alimentare e riporre nel congelatore per almeno quattro ore. Estrarre il semifreddo qualche minuto prima del servizio per favorire una consistenza più cremosa e piacevole al palato. Completare con una leggera spolverata di cacao amaro e servire. È un dessert fresco, aromatico ed elegante. ■

Giovanni Romano e Matteo Scirpoli
fondatori di GeoFood
geofoodadvisor@gmail.com



Il dimostratore ARCA

Da sempre la terra ci nutre, secondo un regolare e delicato equilibrio, che si basa sulla cooperazione, sinergica e costante, tra uomo e natura

Il modello agricolo “dare-avere”, secondo il quale ogni seme, piantato e curato con dedizione, racchiude in sé la forza di germogliare, crescere e tramutarsi in fonte di sostentamento, ha subito, nel corso degli anni, una profonda trasformazione. Si è passati dalla più antica e semplice semina manuale, all'utilizzo di trattori e trebbiatrici, fino ad arrivare a quella che è stata definita “rivoluzione verde”, una profonda evoluzione tecnologica che ha visto l'utilizzo di pesticidi e fertilizzanti chimici, al fine di incrementare la produttività a discapito della sostenibilità.

Oggi, le pratiche agricole moderne stanno vivendo una forte trasformazione, grazie all'utilizzo di tecniche atte a soddisfare il fabbisogno dell'intera popola-

zione mondiale, in continuo aumento, senza compromettere la disponibilità delle risorse per le generazioni future. Attuare un'agricoltura sostenibile è ormai una necessità imprescindibile per affrontare le sfide legate ai cambiamenti climatici, alla perdita di biodiversità, alla riduzione di risorse fondamentali per il sostentamento.

Nel nostro paese, il settore AgriTech (agricultural technology - insieme delle tecnologie avanzate per ottimizzare la produzione, ridurre i costi e aumentare la sostenibilità ambientale - è in continua crescita, grazie a una serie di iniziative e di incentivi economici, sia pubblici che privati.

Ora più che mai, si riconosce l'importanza di promuovere le nuove tecnolo-

gie digitali e le strategie Farm to Fork (dal produttore al consumatore) per raggiungere l'ambizioso obiettivo della neutralità climatica da raggiungere entro il 2050.

È proprio in questo contesto che nasce il Dimostratore ARCA, all'interno del Polo Universitario dell'Università degli Studi di Napoli Federico II di San Giovanni a Teduccio, inaugurato il 10 aprile scorso dal Centro Nazionale Agritech.

Si tratta di un hub per la ricerca e l'innovazione, un luogo in cui le imprese possono realmente interagire con il mondo universitario, colmando quella che viene definita “valle della morte” dell'innovazione, ovvero la distanza esistente tra il risultato scientifico e la sua applicazione commerciale.

«ARCA è un hub per le imprese dove di potranno fare studi pilota sull'utilizzo delle tecnologie. Si tratta di una struttura strategica che rende visibili e accessibili i risultati della ricerca più avanzata applicata all'agroalimentare, mettendo in connessione università, imprese e territori» afferma Matteo Lorito, Rettore della Federico II e Presidente Fondazione Agritech.

Primo in Italia, ma anche in Europa, in grado di ospitare più di 200 ricercatori, ARCA si sviluppa su cinque livelli, ciascuno dedicato a un definito ambito scientifico:

- Piano terra: 9 ecotroni (impianti di ricerca modulari utilizzati per simulare e monitorare condizioni climatiche ed ecosistemi controllati) di ultima generazione e camere climatiche avanzate per la risposta delle colture, in grado simulare microclimi differenti e monitorare le reazioni fisiologiche delle piante alle diverse condizioni ambientali.

- Primo piano: robotica e automazione agricola, dove robot, di diverse dimensioni e configurazioni, sono in grado

di sondare terreni impervi, effettuare rilevamenti topografici e simulare operazioni in campo.

- Secondo piano: coltivazioni fuori suolo e colture protette grazie alle camere climatiche, in grado di dare indicazioni sulle migliori metodologie, dall'aeroponica all'acquaponica, fino al substrato sintetico.

- Terzo piano: recupero e valorizzazione degli scarti attraverso gestori, fermentatori e altre apparecchiature di termochimica.

- Quarto piano: biologia molecolare (in fase di allestimento).

Il nome ARCA

Non è stato scelto solo perché acronimo di Agritech Research Center Arena, ma anche perché racchiude in sé il significato simbolico di custode di biodiversità.

Uno dei punti di forza dell'hub è avere spazi dedicati predefiniti per l'esposizione di piante a microclimi diversi, in modo da poter studiare il loro adattamento ai cambiamenti climatici. L'innovazione consiste nell'avere la possibilità di cambiare in maniera

estremamente precisa l'ecosistema in cui le piante si sviluppano e avere, attraverso l'utilizzo di molteplici tipologie di sensori, un monitoraggio puntuale e costante, attraverso il quale è possibile valutare eventuali variazioni dei parametri di crescita in base ai diversi fattori di stress.

ARCA promette davvero di fare la differenza poiché mette in relazione processi e soluzioni inerenti a tutta una serie di problemi, legati alla sfera della sostenibilità ambientale, come il riciclo degli scarti e l'utilizzo delle risorse idriche.

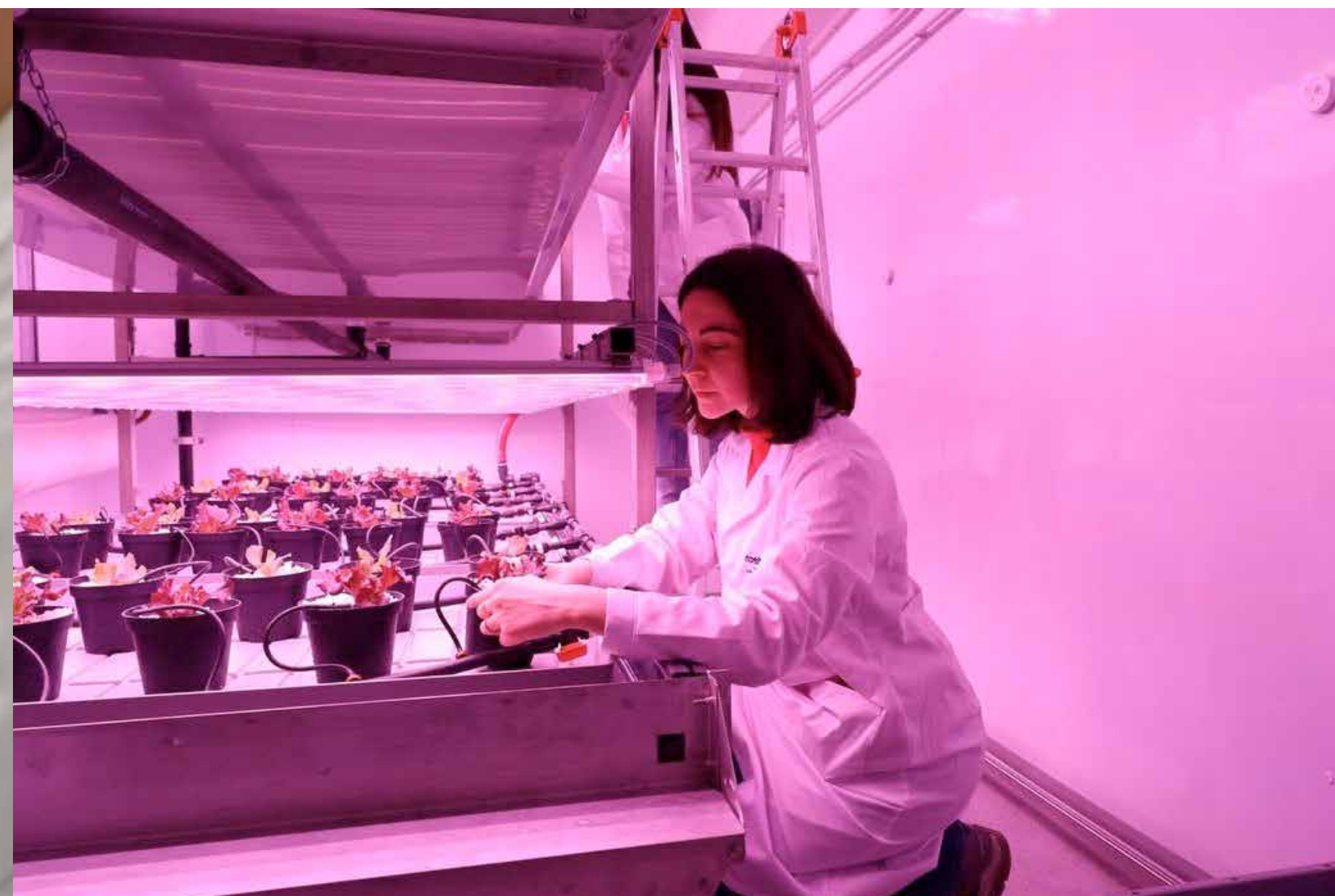
Inoltre, con 250 tecnologie, 23 start-up, 30 living labs, 1000 pubblicazioni in quattro anni di attività, l'hub evidenzia il successo di un modello di ricerca collettiva.

Dopotutto la sostenibilità è una responsabilità di tutti, e solo attraverso un impegno serio e condiviso si potrà definire e attuare un modello produttivo circolare, finalizzato ad azzerare le differenze economiche e sociali. ■

Marina Greco

marina.greco83@hotmail.com

A sinistra, alcuni ricercatori mostrano il funzionamento di un robot agricolo. Qui sotto, una camera climatica.



8° Campionato Nazionale di Pasticceria

La tre giorni della manifestazione si è conclusa, a maggio, a Catania, con la partecipazione di oltre 20 scuole e più di 40 futuri pasticceri

La kermesse, ideata dalla Federazione Internazionale Pasticceria Gelateria Cioccolateria (FIPGC), in collaborazione con il MIM (Ministero dell'Istruzione e del Merito), quest'anno è stata organizzata dall'Istituto Professionale di Stato per i Servizi Enogastronomici e dell'Ospitalità Karol Wojtyła. In palio il titolo nazionale di Campione Nazionale Fipgc Studenti – Miglior Pasticcere Juniores.

A conquistare il gradino più alto del podio è stato l'IIS "Vergani-Navarra" di Ferrara con gli studenti Daniel Muca e Beatrice Aleida Zaccaria, autori di "Briu": praline al limone e pistacchio di Bronte e cioccolatini alla ricotta e arancia di Sicilia. Il tema di questa edizione: La Sicilia, profumi e

sapori di un'isola dalle molteplici contaminazioni.

Al secondo posto l'IISS "Cillario Ferrero" Arte Bianca di Neive con un team tutto al femminile – composto da Giorgia Sandri e Sara Appendino – con "Battito Mediterraneo", realizzato con ingredienti come Limone dell'Etna IGP, yuzu, mandorla di Avola, pistacchio di Bronte, ricotta, arancia di Sicilia, caffè Alfoli e fiori di sambuco. Terzo posto per l'IPSSEOA "Pietro Piazza" di Palermo con le studentesse Maria Picciurro e Asia Massei, artefici del dessert "Risveglio in Sicilia", una creazione dai profumi intensi, richiami agrumati e lavorazioni ricercate.

Questo il verdetto della giuria presieduta dal Presidente Cutolo e composta

dai Maestri Pasticcieri FIPGC Cesare Sciambarruto, Filippo Nici, Salvatore Ravese, Giuseppe Arena, Antonio De Santis, dalla rappresentante del MIM Lidia Scollo, da Maria Buffa dell'Ufficio Scolastico Regionale (USR) e da Salvo Filangieri, delegato della Re.Na.I.A.

Si chiude così un'edizione ricca e intensa. L'appuntamento è ora per il 2027 a Ferrara: al primo classificato, è affidato l'onore di ospitare il Campionato Nazionale degli Istituti Alberghieri del prossimo anno. ■

La redazione
info@cibiexpo.it

Sotto, alcune immagini dei vincitori.



Il tonno

Dal banco del sushi alla dispensa, il pesce simbolo del nostro tempo

Grande migratore e instancabile nuotatore, è uno dei pesci più iconici dei mari temperati, subtropicali e tropicali. Ha corpo fusiforme, muscolatura potente, dorso blu metallico e ventre argenteo, che lo rendono perfetto per la velocità, consentendogli di percorrere lunghe distanze e risultare quasi invisibile nelle profondità marine. Predatore vorace, si nutre di pesci, cefalopodi e crostacei. Vive in banchi e frequenta acque superficiali e profondità maggiori, tra il Mediterraneo, l'Atlantico; il tonno pinna gialla è presente in tutti gli oceani del mondo.

Le specie più note riflettono differenti usi culinari: cambiano colore, struttura e contenuto di grasso, elementi che determinano il valore gastronomico e commerciale. Il tonno rosso è il più pregiato, con carni compatte e sapore intenso; il pinna gialla è più delicato e versatile, mentre il tonnetto striato domina l'industria conserviera.

Gli esemplari più grandi possono superare i 3 metri e i 600 kg, anche se sul mercato si trovano pezzature più contenute. Più calorico rispetto ad altri pesci magri (circa 130 - 50 kcal per 100 g, variabili secondo il taglio),

è una fonte preziosa di proteine nobili, omega-3, vitamine del gruppo B e sali minerali come ferro e fosforo, pur richiedendo attenzione per la possibile presenza di mercurio.

Le sue carni sode e saporite si prestano a numerose preparazioni: crudo in tartare, carpacci e sushi, oppure scottato, alla griglia, al forno, in umido o sott'olio. È preferibile scegliere tranci dal colore vivo e brillante, con carne compatta, elastica e senza odori pungenti, soprattutto se destinati al consumo a crudo. Celebre nella tradizione mediterranea è il tonno con cipolla, pomodoro e olive; il suo gusto deciso si abbina bene ad agrumi, erbe mediterranee e spezie.

Apprezzato per duttilità e praticità anche nella versione conservata, le parti meno nobili vengono impiegate per sughi.

Già noto nell'antico Impero Romano, veniva pescato e mantenuto sotto sale, anticipando moderne tecniche di conservazione. Nel Mediterraneo, le storiche tonnare, con reti fisse e rituali tramandati nei secoli, rappresentano ancora oggi un importante patrimonio culturale e marinaro.

Il tonno è oggi protagonista del mer-

cato globale, soprattutto in Giappone. L'alta domanda internazionale ha reso centrale il tema della sostenibilità: scegliere specie e provenienze controllate è fondamentale per tutelare gli ecosistemi marini. ■

Alessandra Meda
alessandra.meda@cibiexpo.it

Curiosità tra scienza

e storia

Dal tonno si ottengono tre carni diverse:

l'Akami, magra, ricavata dai fianchi e dal dorso del pesce, dal colore rosso vivo

e dal gusto deciso. Il Chutoro, una zona

a media nodosità di grasso che offre una

consistenza incredibilmente morbida, e

si trova nella pancia del tonno. Infine,

l'Otoro, racchiuso nella parte più bassa

dell'addome: la pregiatissima ventresca,

ricca di venature di grasso, famosa per la

consistenza burrosa che si scioglie in bocca.



Marche: un tour alla scoperta di rarità del gusto

Una terra in cui la montagna si trasforma in costa e l'Appennino si tuffa nell'Adriatico, mescolando profumi di bosco e salsedine

Le Marche sono l'unica regione italiana declinata al plurale e la ragione affonda le radici in un passato di frontiera. Il nome deriva dal termine germanico *mark*, confine. Infatti, questo territorio segnava il limite del Sacro Romano Impero. Per difenderlo, Carlo Magno e i suoi successori istituirono diverse "Marche", veri e propri avamposti, ma anche piccoli stati autonomi: la Marca Anconitana, la Marca Fermana e quella di Camerino che, unendosi hanno dato vita a una regione plurale nell'anima e nel nome. Per chi ama raccontare il cibo, quello nelle Marche è un itinerario alla scoperta di una regione che non urla la sua bellezza ma la svela, un boccone alla volta.

Il nord tra piadine principesche e prosciutti massaggiati

Il nostro viaggio inizia nel Montefeltro, cuore rinascimentale della regione. Qui

nasce il Prosciutto di Carpegna DOP, un prodotto che sfida le convenzioni. La sua unicità risiede nella *stuccatura*, un massaggio rituale con il pesto, una miscela segreta di strutto, farina, sale e paprika, che lo rende incredibilmente dolce e burroso. Proseguendo verso Urbino, la cucina si fa regale con la Crescia Sfogliata, di origine rinascimentale, nata alla corte dei Duchi di Monteferrato, una sfoglia fragrante, ricchissima di uova e pepe, che chiede solo di essere accompagnata dalla Casciotta d'Urbino, il pecorino gentile che conquistò persino Michelangelo Buonarroti. Questa tappa chiude in dolcezza con la Mela Rosa dei Monti Sibillini, piccola e profumatissima, un vero gioiello di biodiversità.

Verso la costa, il mare e il carciofo senza spine

Scendendo verso l'Adriatico, la tavola si colora di rosso. A Fano, il re è il Brodetto, nato dall'ingegno dei pescatori pronti

a valorizzare anche il pesce povero. Più di una zuppa, la ricetta fanese esige l'uso di almeno dieci tipologie di pesce, dalla gallinella al San Pietro, dalla seppia alla tracina, cucinate in un fondo di olio, cipolla, aceto e un'abbondante dose di concentrato di pomodoro. Il risultato è un sugo denso, dal sapore agrodolce, perfetto per inzuppare fette di pane casereccio bruscato (dal dialetto *bruscare*, ovvero abbrustolire).

Un'altra vera rarità di queste terre è il Carciofo di Montelupone, un presidio Slow Food dalle caratteristiche uniche, privo di spine e così tenero da poter essere gustato crudo, tagliato sottilmente, per apprezzarne il sapore autentico. Nell'entroterra anconetano, poi, si incrociano i celebri Vincisgrassi.

Non chiamiamoli semplici lasagne perché la ricercata ricetta tradizionale esige dodici strati di sfoglia sottilissima e un ragù di sole frattaglie e carni tagliate al coltello, un omaggio alla cucina di recu-

pero delle grandi casate.

Dritti al cuore, salumi da spalmare e alchimie sotterranee

Addentrando nel maceratese, il paesaggio si fa più selvaggio e i sapori più audaci. Un piccolo miracolo della norcineria, il Ciauscolo, a differenza di qualsiasi altro insaccato, è famoso per la sua incredibile morbidezza, perfetto da spalmare sul pane tostato ancora caldo. Ma la vera esperienza *estrema* di questo territorio ci porta a Talamello, dove il formaggio di pecora viene sigillato in grotte di tufo per tre mesi e in questo buio protetto avviene una magia sotterranea che regala al Formaggio di Fossa un'anima piccante e inconfondibili sentori di tartufo e sottobosco. Un'altra piccola scoperta è il Lonzino di Fichi, un impasto prezioso di fichi essiccati, noci e sapa, un mosto cotto che funge da dolcificante naturale, il tutto

A sinistra, il prosciutto di Carpegna. Sotto, il carciofo di Montelupone.

avvolto con cura in foglie di fico, un fine pasto di grande eleganza che racconta perfettamente la nobiltà della terra marchigiana.

L'anima del Sud, sapori finissimi

Il nostro viaggio immaginario si conclude ad Ascoli Piceno, assaggiando l'Oliva Ascolana del Piceno DOP, frutto della manualità con cui l'*Oliva Tenera* viene denocciolata per accogliere un ripieno di tre carni diverse (suino, bovino, pollo o tacchino). Quindi ci lasciamo stupire dai Funghetti di Offida, piccoli dolci croccanti preparati con acqua, farina e zucchero, riconoscibili per la consistenza che custodisce l'aroma intenso dell'anice verde.

E, prima di rientrare, irrinunciabili i Maccheroncini di Campofilone IGP, spaghetti finissimi, così sottili da cuocere direttamente nel condimento, e una bottiglia di Lacrima di Morro

d'Alba, un rosso D.O.C. che profuma di rose e violette, perfetto per un intenso arriverci.

Una firma d'eccellenza, il marchio QM

In questo viaggio, il nostro miglior alleato è il logo QM - Qualità Marche, molto più di un semplice bollino, una vera garanzia istituzionale che certifica la tracciabilità della filiera *dal campo alla tavola*. Acquistare prodotti QM significa scegliere alimenti OGM Free, coltivati nel rispetto del benessere animale e della sostenibilità ambientale. Privilegiare la firma della Regione Marche che tutela le piccole produzioni rare - come il carciofo di Montelupone o la mela rosa - garantisce di portare in tavola alimenti, non solo buoni, ma controllati e certificati. ■

Tiziana Mazzitelli
tiziana.mazzitelli@cibiexpo.it



© CONSORZIO PROSCIUTTO DI CARPEGNA



8 ore per realizzare una scarpa

Sempre più spesso moda fa rima con sostenibilità

Soprattutto quando si tratta di sneakers. Sta diventando noto il distretto calzaturiero di Casarano, in Puglia, nel cuore del Salento, dove il made in Italy incontra la tecnologia, senza perdere la tradizione. Un incubatore per start up è sostenuto dalla Regione Puglia e beneficia di strumenti di agevolazione economica e fiscale.

All'interno di questo progetto speciale s'inserisce Servati, l'azienda che prende il suo nome dal latino "servus", conservato, e che, da piccola start up, è cresciuta fino a partecipare alla Milano fashion week. Nato dall'idea di due giovani imprenditori, Matteo Di Paola e Marco Primiceri, che volevano riuscire a realizzare una scarpa in sole otto ore, il progetto è diventato l'esempio di come si possono creare calzature di lusso unendo stampa 3D, intelligenza artificiale e design circolare. Grazie a un modello produttivo ibrido coperto

da brevetto europeo, l'azienda riesce a mantenere l'eccellenza artigianale, riducendo drasticamente i tempi di lavorazione. Il segreto sta nell'aver integrato l'intelligenza artificiale e 30 stampanti 3D: mentre la suola e la complessa struttura esterna vengono realizzate con l'aiuto dei sistemi tecnologici più avanzati senza cuciture né colle né solventi, la tomaia viene ancora realizzata rigorosamente a mano da maestri artigiani locali.

Il cuore dell'idea di Servati è creare una scarpa altamente sostenibile. Queste sneakers sono infatti progettate per essere modulari e interamente disassemblabili, in modo che i materiali possano essere riutilizzati o per un nuovo paio di scarpe, o per accessori diversi come una borsa o un cinturino.

Le calzature Servati spopolano sul web e sul mercato e il loro successo è confermato dai numeri e dall'espansione

del gruppo di lavoro. Oggi l'azienda conta 7 giovani professionisti, oltre ai fondatori. Le collezioni già lanciate sono 12 e migliaia sono le paia di scarpe vendute.

Questa start up sta attirando l'attenzione dei mercati internazionali; molte sono anche le richieste che vengono dai paesi arabi, incuriositi dal nuovo concetto di lusso tecnologico.

Sempre per una questione di sostenibilità, oltre che per rafforzare il legame con il cliente, Servati offre anche servizi di riparazione e personalizzazione dei prodotti.

Il prossimo passo dell'azienda, che potrebbe portare il concetto di lusso sostenibile fuori dai confini pugliesi, è consolidare la propria presenza in un retail fisico. ■

Lucia Massarotti
lucia.massarotti@gmail.com



Il latte d'oro

La bevanda, formulata secondo i principi dell'Ayurveda, l'antica medicina tradizionale indiana, è diventata trend nei bar

Negli ultimi anni, nei menu dei locali più attenti al benessere di tutto il mondo, ha iniziato a comparire un preparato vellutato e dorato, il golden milk (latte d'oro). È caldo, a base di latte (vaccino o vegetale) e curcuma, arricchito quasi sempre con spezie come zenzero, cannella, pepe nero e, a volte, miele o dolcificanti naturali. Noi occidentali lo scopriamo oggi, ma in realtà ha origini antichissime... Chiamato in hindi "haldi doodh" e in nepalese "besaar doodh" (letteralmente latte di curcuma) è una bevanda tipica della tradizione ayurvedica perché agisce come un potente equilibratore dei Dosha, le tre forze vitali fondamentali che governano le funzioni psicologiche e fisiologiche di ogni individuo. Viene preparato da sempre nelle case indiane e nepalesi come rimedio naturale contro raffreddore, dolori articolari, problemi digestivi e insonnia. Il vero segreto della sua efficacia non risiede nei singoli elementi, ma nella straordinaria sinergia chimica e biologica che si crea unendoli. La curcumina, ottimo antiossidante naturale, da sola ha un grandissimo limite: una bassissima biodisponibilità. Significa che il nostro intestino fa molta fatica ad assorbirla e tende a eliminarla subito senza integrarla. La combinazione con il latte è fondamentale. I grassi naturalmente presenti nel latte intero

(o l'aggiunta di olio di cocco/ghee) sciolgono la curcuma - che è liposolubile - e inglobano la curcumina, permettendo alle pareti intestinali di assorbirla efficacemente. Ma in questa bevanda un altro ingrediente è essenziale: il pepe nero. La sua presenza è l'elemento metabolico più importante: la piperina blocca temporaneamente l'enzima del fegato che distrugge la curcumina. Studi scientifici confermano che l'unione di pepe nero e curcuma aumenta la biodisponibilità della seconda e l'assorbimento della curcumina fino al 2000%.

Anche la temperatura gioca un ruolo. Il latte caldo non solo rende la bevanda confortante prima di dormire. Il suo calore agisce anche come catalizzatore che attiva e scompone i legami chimici delle spezie, rendendo i diversi principi attivi immediatamente pronti per essere assimilati dal corpo e potenziando l'effetto rilassante sulla digestione.

Oggi il golden milk è diffuso in molte parti del mondo, dagli Stati Uniti all'Europa, fino all'Australia, spesso reinterpretato in chiave moderna con latte vegetale di avena o mandorla e spezie aggiuntive. Ma adesso anche voi potrete preparare la vostra versione! ■

Marta Pietroboni
marta.pietroboni@cibiexpo.it

I Dosha

Secondo la medicina ayurvedica, i Dosha (Vata, Pitta e Kapha) sono le tre forze vitali che governano il nostro equilibrio psicofisico e che oscillano continuamente in base ad alimentazione, stress e stile di vita. Quando si parla di un loro "accumulo eccessivo", si intende che una di queste energie cresce a dismisura fino a "straripare", trasformando le sue funzioni positive in veri e propri disturbi. Per esempio, se l'energia del movimento (Vata) si accumula nel sistema nervoso genera ansia e insonnia, mentre l'eccesso dell'energia del calore (Pitta) provoca acidità e infiammazioni. Il benessere si raggiunge quindi mantenendo queste forze nei loro livelli originari, prevenendo i blocchi fisici e mentali causati dal loro sovraccarico. Rimedi tradizionali come il Golden Milk agiscono per calmare i Dosha alterati e ripristinare l'armonia naturale dell'organismo.



COLOMBACCIO.



COLOMBACCIO
UCCELLO DELLA FAMIGLIA
DEI COLOMBI.
CARNE TENERA CON SAPORE
LEGGERMENTE FERROSO
E SELVATICO.

NOTIZIE E INFORMAZIONI A PAG. 27 LUGLIO 2026