



Il Salone di Origine ad Agrifood si è chiuso da oltre un mese. Ma le porte che questa particolare iniziativa di valorizzazione ha aperto ci offrono lo spunto per spaziare su un orizzonte più ampio. Ecco che cosa ha reso autenticamente «originale» e attuale la nostra inedita partnership di intenti con otto produttori di eccellenze italiane

AD AGRIFOOD, UN DEBUTTO DI SUCCESSO



Scopri il valore dell'Origine

MONICA SOMMACAMPAGNA

Inaugurando Agrifood Luigi Castelletti, presidente di Veronafiere, ha presentato l'appuntamento come iniziativa dai contenuti nuovi, spiccatamente orientata al servizio. Un progetto che ha rappresentato un curioso mix tra esposizione e comunicazione, formazione e marketing. Il ministro dell'agricoltura Paolo De Castro ha sottolineato l'importanza di puntare sui mercati esteri per sviluppare un comparto agroalimentare che necessita di essere affiancato nella sua crescita. Tutti concetti che noi di *Origine* abbiamo sperimentato in prima persona.



L'occasione ce l'ha offerta proprio la manifestazione che si è svolta a Verona dal 16 al 18 novembre scorso e che ha visto una presenza di 5.000 operatori e di 100 buyer provenienti da una ventina di Paesi.

IL MARKETING DEI SAPORI E DEI SAPERI

Veronafiere ci aveva proposto uno spazio di visibilità ad Agrifood. Un'occasione perfetta per sottolineare l'opera di valorizzazione delle tipicità italiane che abbiamo intrapreso e raccontato da due anni con grande motivazione. Agrifood si è rivelata una piazza interessante per dimostrare con i fatti come il made in Italy possa farsi strada



Il frequentato spazio di *Origine* ad Agrifood



Il calendario di degustazioni di *Origine* durante i tre giorni è stato fitto

nei diversi segmenti di mercato in Italia e all'estero, puntando sui suoi valori maggiormente distintivi.

Più che come uno stand espositivo, il Salone di Origine si è presentato ai visitatori come un inedito insieme di realtà italiane, che spaziavano dal Veneto alla Sicilia, dalla Basilicata alla Lombardia, dall'Emilia-Romagna alla Campania. Un nucleo di produttori di eccellenze nazionali che si è messo in gioco con noi per innescare dinamiche coinvolgenti sia nelle relazioni business-to-business che business-to-consumer. In termini agroalimentari, *Origine* e le nostre otto aziende hanno attivato una particolare filiera virtuosa orientata al mercato, resa pulsante e straordinariamente vitale da degustazioni a tema, incontri con i buyer, relazioni con la stampa e con gli opinion leader e occasioni di visibilità sui media.

Per l'evento la nostra rivista ha realizzato una brochure, i cui contenuti riproponiamo di seguito. Una testimonianza concreta di come, attraverso il taglio nobile del racconto, si possa valorizzare la qualità di un prodotto in relazione al suo territorio. Mettendo doverosamente in luce chi, con impegno e passione, difende tradizioni secolari: gli uomini. Una piccola e polivalente case history di *experience marketing*, quindi, come direbbero negli Stati Uniti. Ma a noi piace descriverla in termini italiani, quelli che rappresentano la nostra bandiera nel mondo: una preziosa opportunità

di assaporare e conoscere le squisitezze custodite nella storia del nostro settore agroalimentare.

GUARDANDO AL FUTURO

La qualità di un cibo si esprime con un linguaggio che non necessita di traduzioni: il suo gusto inconfondibile. Certo, il palato, italiano o straniero, si conquista investendo in un processo produttivo rigoroso, garantendo la tracciabilità, impegnandosi nella selezione delle materie prime, nel rispetto del territorio. Dopo aver scritto fiumi di parole sui valori di un made in Italy «doc», che difendiamo a spada tratta, la vicinanza con otto piccoli grandi protagonisti di questo sistema di eccellenza ci ha fatto capire che cosa significa in concreto impegnare tempo, risorse e vite per «alimentare» un progetto coraggioso. L'Italia agroalimentare ha voglia di crescere. Ma necessita di valide guide per farsi strada nel mondo.

Abbiamo vissuto tre giorni con produttori che hanno iniziato da quella che poteva essere considerata fino a qualche tempo fa una produzione di nicchia. Relegata a un turismo sul territorio. Abbiamo percepito la loro fatica, ma anche la loro grande motivazione e quell'entusiasmo che è il motore più felice di ogni impresa di successo. Realtà produttive diverse si sono parlate al Salone di Origine. Sono state stuzzicate dalle nostre degustazioni-racconto, che hanno abbinato sapori diversi per emozio-

nare il pubblico. Si sono scambiati pareri e hanno iniziato a dialogare sia a livello culturale che commerciale. Dalle più piccole alle più grandi, queste aziende si sono dimostrate sempre attente a cogliere opportunità di stringere relazioni e accordi, in Italia e all'estero. Non trascurando il web come mezzo per ampliare le vendite. Nel Salone di Origine ogni visitatore è stato accolto come un ospite di riguardo. Abbiamo tenuto ben aperte le porte del made in Italy di qualità. Impegnandoci a comunicare con forza a produttori, a consumatori e a operatori l'importanza di radicare e diffondere la cultura del prodotto tipico di eccellenza.

E oggi, dopo il successo registrato ad Agrifood con i «nostri» produttori, possiamo dire che sono tanti i consumatori e gli operatori sensibili che possiamo fidelizzare con strategie di marketing ed emozionare con un prelibato mondo di saperi e di gusto. ●

Dedicato a chi ha fame di Sicilia

«**M**ia nonna è morta, all'età di 103 anni, ma mi ha trasmesso l'amore per le golosità. I suoi carciofini a spicchi, conditi a crudo con olio extravergine di oliva, aglio e menta, costituiscono una delle sue preziose eredità, che mi sono impegnato a tutelare ampliando la produzione dall'olio extravergine di oliva a un'ampia gamma di prodotti tipici siciliani». Gaetano Palermo spiega con queste parole la sua impresa, avviata nel 2005. Per dare continuità all'azienda familiare nata agli inizi del Novecento, ha pensato di valorizzare e commercializzare le squisitezze del suo territorio, con particolare riguardo per quelle di Salemi, in provincia di Trapani.

La sua ricerca delle origini dei sapori siciliani ha preso avvio da un amore sincero e appassionato per l'olio. Lo produceva suo nonno. E oggi costituisce il prodotto di punta della famiglia Palermo, tant'è che, in due anni, ha meritato riconoscimenti di carattere nazionale e internazionale. Alicos produce un olio extravergine di oliva ottenuto principalmente da piante di Cerasuola impiantate nel 1929 in contrada Guardanciolo a Salemi. Il nome dell'olio è legato al fiume Grande, vicino a dove si trovano gli oliveti, che un tempo era detto «Halycus» e faceva da frontiera tra le potenti città di Segesta e Selinunte.

L'olio extravergine di oliva unisce dunque, attraverso il sottile filo dorato della storia, nonno e nipote, intrecciando tradizione e dinamismo.

Gaetano Palermo, mostrandoci il sito Internet, racconta che crede nel «made in Sicily» come nel talento di un figlio tanto amato.

Ci propone una quarantina di prodotti, che spaziano dal salato al dolce; presenti in alcuni negozi di gastronomia, enoteche e ristoranti nazionali, sono molto apprezzati anche all'estero.

Dalle parole al gusto. Al Salone di Origine Gaetano Palermo non finisce di sorprendere il palato sia di consumatori appassionati che di ristoratori e buyer fortemente critici. Alicos ama ingolosire con ricette stuzzicanti e saporite preparate secondo le più antiche e genuine tradizioni siciliane e selezionando scrupolosamente le materie prime utilizzate.



Sono una quarantina le prelibatezze dolci e salate di Alicos



Patrizia e Gaetano Palermo, titolari dell'azienda di Salemi (Trapani)



Alicos sas

Via M. Cremona, 21
Salemi (TP)
Tel. 0924.983348
info@alicos.it - www.alicos.it

Cipolla soffritta, capperi, olive, pomodori e sedano sono gli ingredienti della caponata di mele, ispirata alla cucina povera palermitana datata tra il Settecento e l'Ottocento.

È una variante della ben più nota caponata di melanzane e si sposa con carni bianche e formaggio.

La crema al finocchietto selvatico è realizzata utilizzando le cime della pianta e olio extravergine di oliva.

La produzione di prodotti a base di pistacchio di Bronte è molto ampia: si va dal pesto al panettone, al torrone. Non mancano mieli e confetture. Stesa in un velo sottile su una fetta di pane croccante, la marmellata di mandarini di Sicilia diffonde l'aroma rotondo, zuccherino e penetrante del mandarino Tardivo di Ciaculli.

A completare l'offerta di Alicos i vini: Inzolia, Grillo e Nero d'Avola igt Sicilia, Zibibbo, Marsala Superiore dolce e secco riserva, che sono alla base anche di interessanti gelatine ideali da servire con i formaggi.

SICILIA - BONANNO: OLIO DOP, OLIVE NOCELLARA DEL BELICE E TANTO ALTRO

Mare verde



Oltre a olio e olive, marmellate, caponate e tanto altro nella produzione di Bonanno

Nella Valle del Belice, in provincia di Trapani, l'oliva ha due volti. Uno verde, dal sapore delicato. L'altro scuro, dal gusto deciso. Si tratta della stessa varietà, che ogni anno offre drupe considerate autentiche prelibatezze sulle tavole sicule (e non solo): l'oliva da tavola Nocellara del Belice dop. A fare la differenza è la maturazione. Domenico Bonanno, titolare di un'azienda agricola a Campobello di Mazara, per offrire al consumatore le due diverse sensazioni gustative, a partire dalla stessa cultivar, raccoglie parte delle olive verdi e croccanti. Il resto le lascia sulla pianta per circa un mese e mezzo, fino a che il loro colore diventa rosso vinoso. Poi le mette sotto salamoia: intere, denocciolate, condite o tagliate a rondelle. Ce le propone come invitante aperitivo e come contorno in abbinamento a formaggi, a salsicce e a verdure sott'olio. Ma la loro reputazione le vede anche come squisito ingrediente nella caponata di melanzane.

L'Azienda agricola Bonanno vanta un culto secolare per l'oliva, in una terra che contempla l'olivicultura dal V secolo a.C.

«Siamo collocati vicino alle cave di Cusa, dalle quali si ricava il tufo che veniva usato per la costruzione dei templi di Selinunte» ci dice Bonanno. In questa località, poco distante da un mare azzurro cielo, è possibile ammirare colonne scolpite nelle pareti color giallo oro delle cave.

Domenico Bonanno ha 40 anni. Suo padre ha il doppio dell'età e gli ha trasmesso la passione per quegli oliveti che oggi si estendono su un centinaio di ettari. Un impegno che il mercato sta riconoscendo all'intera dop, a testimonianza di una crescita di riscontri che sta interessando tutte le produzioni di eccellenza siciliane.

Il prodotto principe della Bonanno è l'olio extravergine Valle del Belice a denominazione di origine protetta. Il suo colore è verde con riflessi giallo oro e profuma di oliva appena franta con sentori

di erba. Il sapore è fruttato, leggermente piccante, con un retrogusto di mandorla. C'è chi ravvisa anche note di carciofo e di pomodoro.

Ma la grande rivelazione della produzione di Bonanno è rappresentata dalle olive da tavola Nocellara del Belice dop alla siciliana. Insaporite con aglio, olio extravergine dop Valli del Belice e un insieme di aromi che comprende basilico, origano, rosmarino e peperoncino, costituiscono un antipasto sfizioso.

Domenico Bonanno non si ferma al salato. Lo fa con una modestia tutta sua: quella che lo spinge a recuperare ricette antiche e a ripro-

porle, senza clamori. Non teme di mettersi in gioco. Al Salone di Origine ci propone la sua confettura extra di gelsi neri. Sua moglie ce ne serve un assaggio su un crostino: «Questi gelsi sono sempre più rari, è un peccato che dalle nostre parti si sia perso il culto dei loro frutti». Noi, amanti delle golosità, dopo aver degustato confermiamo. Ma le sorprese più belle devono ancora arrivare. Proprio questa prelibatezza ha ricevuto il premio Agrifood-Golosario nella categoria confetture e mieli. E Mariella Bonanno, con il volto ancora più luminoso, ci dice: «Stiamo pensando di impiantare nuovi gelsi. L'interesse dei consumatori e questo premio ci motivano ancora di più ad affrontare anche questa nuova sfida».



Azienda agricola Bonanno Domenico

Via Fiera dell'Eremita, 1
Campobello di Mazara (TP)
Tel. 333.7333885
info@bonannodomenico.com
www.bonannodomenico.com

AZIENDA AGRICOLA
Bonanno Domenico

Olio Extravergine d'Oliva
Olive Nocellara del Belice



La confettura di gelsi neri Bonanno ha ricevuto il premio Agrifood-Golosario

I partner

LOMBARDIA - CONSORZIO AGRITURISTICO MANTOVANO: 180 AZIENDE DI QUALITÀ



I prodotti del Consorzio sono numerosissimi e tutti eccellenti

Una favola lombarda

Al Salone di Origine Marco Boschetti emoziona consumatori e operatori con sapori robusti. Venticinque le tipologie di mostarda proposte dal Consorzio, si spazia dall'anguria bianca alle pere campane o cotogne, alla zucca.

Un buon bicchiere di Lambrusco, prodotto da una cantina condotta da sole donne, accompagna l'itinerario alla scoperta di autentici protagonisti delle campagne mantovane.

Benvenuti nella terra del salame Casalin dei contadini, illustre rappresentante dell'arte della norcineria e del maiale, che spopola nel Mantovano. Il colore è rosso fragola, la pasta compatta e morbida, punteggiata di grassoli bianchi o rosa, mentre l'aggiunta di pepe e aglio fresco conferisce un caratteristico profumo e un sapore inconfondibile.

Da provare, infine, i formaggi dop Grana Padano e Parmigiano-Reggiano, ma anche caciotte, ricotta, formaggi biologici e yogurt, che vengono prodotti in dieci caseifici a conduzione familiare.

Non solo cibo, però. Marco Boschetti insiste su questo concetto e in fiera ci mostra una vasta gamma di brochure esplicative sugli eventi più gustosi: da «Diamo del salame a tutti!» alle cavalcate nelle campagne di

Mantova, dalle fattorie didattiche sul territorio a «Di zucca in zucca».

Nel Mantovano, infatti, si possono scoprire le bellezze delle colline moreniche in bicicletta, percorrere le Strade del Riso e quelle del Vino e dei sapori, cimentarsi nella pesca o scoprire le virtù delle erbe aromatiche, tanto usate nella cucina tipica.

Pura poesia? Marco Boschetti ci dice fieramente «no». In Consorzio si parla di strategie di business. Off line e on line. Dopo aver creato un sito «nutrito» di informazioni allettanti, l'ente ha in programma di sviluppare le vendite attraverso l'e-commerce. E se già ha attivato un mercato contadino da un anno, aperto il sabato mattina sul lungo rio a Mantova, quando i farmers market saranno regolamentati per legge il Consorzio mira ad aprirne uno a Suzzara e uno a Castiglione delle Stiviere. L'idea più glamour? «Vorremmo organizzare un mercato contadino la domenica mattina, al Fashion District vicino a Mantova sud, a Bagnolo San Vito» ci anticipa Boschetti.

Il Consorzio, insomma, in una crescita futura ci crede. Nel Mantovano le favole si raccontano perché sono una bella realtà. In prospettiva di un lieto fine: «Il nostro sogno è aprire la commercializzazione all'estero» conclude Boschetti.

C'erano una volta alcune piccole aziende agricole del Mantovano. Producevano specialità legate alle tradizioni enogastronomiche del territorio: da mostarda a salami, da zucche a farro. Alcuni consumatori li definivano prodotti tipici. Altri di nicchia. Tutti erano però concordi sul fatto che fossero golosi e che, assaggiandoli, si avvertisse una netta differenza tra questi sapori di fattoria e quelli più diffusi.

Così, quelle che erano considerate realtà sparute, con scarsa capacità di fare grandi numeri, si sono costituite in un Consorzio che ha raggruppato anche gli agriturismi che utilizzano sistemi a basso impatto ambientale ubicati nella terra solcata da cinque fiumi: il Po, il Chiese, il Secchia, l'Oglio e il Mincio. È nato così il Consorzio agriturismo mantovano «Verdi Terre d'Acqua», che oggi comprende 180 aziende. E che, puntando su un concetto di genuinità rurale accompagnata da qualità e sul turismo di campagna, a livello commerciale sta trasformandosi da «brutto anatroccolo» a cigno. «Ci piace pensare che il nostro consumatore sia un "turista del gusto" che invitiamo a fare un giro per le campagne mantovane» ci dice Marco Boschetti, direttore del Consorzio. Il mondo caldo e familiare dell'accoglienza contadina abbraccia così il territorio, passando attraverso la genuinità e il sapore prelibato di cibi di lunga tradizione: «Le risorse agricole sono prodotte direttamente in azienda, qui vengono trasformate e vendute. Una sorta di filiera corta dove i controlli sono capillari. Il produttore mette la sua firma su ognuno».



Marco Boschetti nello spazio di Origine ad Agrifood



Consorzio agriturismo mantovano «Verdi Terre d'Acqua»

Largo Porta Pradella, 1 - Mantova - Tel. 0376.324889
info@agriturismomantova.it - www.agriturismomantova.it

Quando il palato «ride» di gusto



I diversi risi delle 12 aziende della Cooperativa

Nella veronese Isola della Scala, immersa nella Pianura Padana e solcata dai fiumi Tartaro e Piganzo, dal XVII secolo si coltiva riso. La formula è antica. La ricetta è da sempre appetitosa.

Ci troviamo in una terra dove trionfano gustosi primi piatti. Durante la scorsa Fiera del Riso, che ha portato tra settembre e ottobre 450.000 persone nella capitale del Vialone Nano Veronese – l'unico riso italiano a fregiarsi dell'igp – sono stati serviti oltre 350.000 risotti. Il più richiesto è stato sicuramente quello tipico della zona «all'isolana»: cottura a fuoco lento con un misto di carne di vitello magro e di lombata di maiale insaporito con rosmarino e, a fine cottura, una spolverata di Grana Padano e cannella.

In quest'area la cultura del riso è profondamente radicata.

Alla Cooperativa La Pila il riso seminato nella primavera e raccolto in settembre, dopo aver subito essiccazione e refrigerazione, riposa in apposite celle per mantenere omogenea l'umidità tra i chicchi. Verso Natale inizia la lavorazione del risone (riso grezzo) nuovo. Michele Rossi, presidente della Cooperativa, cita per l'occasione un detto, familiare tra i risicoltori: «Riso vecchio, pilato fresco», il riso più buono è quello che ha riposato per almeno due mesi dalla raccolta ed è lavorato di fresco.

La Cooperativa, che è nata dalla corporazione di 12 aziende produttrici di riso unite dal comune intento di controllare l'intera filiera del prodotto – dalla coltivazione al confezionamento, dallo stoccaggio alla vendita –, ha collaborato attivamente con il Consorzio di tutela del riso Vialone Nano Veronese per ottenere il riconoscimento dell'igp. E oggi rappresenta una delle realtà più importanti a livello quantitativo nel Veronese, che opera per favorire lo sviluppo di questa prelibata varietà. «In futuro miriamo a lavorare e a trasformare tutta la produ-



La Pila soc. agr. coop.

Via Crosoncino, 4/A
Isola della Scala (VR)
Tel. 045.6630879
info@lapila.it
www.lapila.it

zione di riso grezzo delle aziende socie e ad aumentare il numero di clienti, puntando anche su catene selezionate della Grande distribuzione».

Ricordando la partecipazione al Salone di Origine, Rossi sottolinea le ampie possibilità espressive del riso. Il risotto all'isolana degustato in fiera ha rappresentato per molti visitatori una deliziosa scoperta e riscoperta, vista l'affluenza registrata alle degustazioni, coinvolgendo persone di tutte le età.

L'esperienza ad Agrifood è stata preziosa. Mentre, a distanza di un mese, parliamo con il presidente de La Pila lo sguardo abbraccia il paesaggio con una visione che sposa passato, presente e futuro della cooperativa. Non dimentichiamo che nella porzione di pianura veronese che interessa i comuni di Mozzecane, Nogare Rocca, Vigasio, Buttapietra e Isola della Scala è

l'acqua a dettare legge. Le risaie disegnano ampi fazzoletti di campagna. Ci troviamo in una terra di risorgive, conche dalle quali emerge l'acqua delle falde sotterranee tra i 30 e i 40 metri sul livello del mare. L'acqua è l'habitat in cui nasce e cresce il riso e, inoltre, rappresenta il motore «storico» della sua lavorazione. Lo testimonia la quindicina di antiche pile disseminate lungo la Strada del Riso Vialone Nano Veronese igp, che comprende 24 comuni interessati alla produzione di riso. Caratterizzate da massicce ruote a pale, le pile un tempo venivano azionate proprio dall'acqua e con movimenti cadenzati liberavano il riso grezzo dalla pula.

L'acqua mette in luce, inoltre, la qualità del riso: è in pentola, nella delicata operazione di cottura, che si verifica la bontà del prodotto. Una delle variabili più rivelatrici è la tenuta. Il Vialone Nano Veronese igp, ad esempio, mantiene una buona consistenza anche a cottura ultimata. «Il tempo che trascorre da quando il riso è gelatinizzato a quando diventa molle è particolarmente lungo» spiega Michele Rossi.

E, quando c'è la qualità, il palato «ride» di gusto.





Chicchi di passione

Diamoci appuntamento in un bar. Chiediamo un caffè. E vediamo se quella che in gergo si chiama la «legge delle 4 M» viene rispettata: Miscela di ottima qualità, Macinatura fine, Macchina portata a una temperatura tra gli 84 e i 94 °C quando esce il caffè, e Mano, cioè una pressatura compatta legata all'abilità professionale dell'operatore. Difficile verificarlo, naturalmente, ma tra i segreti per ottenere un buon caffè espresso c'è anche questa semplice formula. L'analisi visivo-gustativa è il parametro di valutazione più immediato: la crema deve avere un caldo colore nocciola, essere densa al punto da fare scendere lo zucchero lentamente. Una volta mescolato il caffè, la crema si deve ricomporre dolcemente.

Il fattore critico per regalarci un caffè che profuma di buongiorno è la miscela. «È la saggia ed equilibrata arte del mastro tostatore, in grado di unire più origini e di creare una ricetta esclusiva, gelosamente custodita, a fare la differenza» ci dice Corrado Da Vià, titolare dell'azienda Eccelsio, una realtà nel Veronese che tosta e commercializza una selezione di Arabica 100%.

A livello botanico si conoscono circa un'ottantina di varietà del genere *Coffea*, ma il mercato è dominato da due tipologie: la *Coffea Arabica*, la più antica, pregiata e maggiormente diffusa, e la *Coffea Canephora*, nota come Robusta.

A fare la differenza dal punto di vista qualitativo è la grandezza dei chicchi. Ma non solo: le bacche devono essere raccolte con il metodo più costoso, il *select picking*, che prevede numerosi passaggi tra gli alberi di caffè per selezionare solo bacche rosse giunte a completa maturazione. Un ulteriore aspetto chiave è la lavorazione. Il procedimen-



Corrado Da Vià titolare di Eccelsio (a sinistra) sottopone con successo la sua miscela a un campano verace, Sebastian Di Nola

to a umido, il più impegnativo, permette, attraverso la fermentazione, di ammorbidire il gusto, neutralizzando l'apporto amaro. L'essiccazione deve avvenire al sole ma preferibilmente su pianali di legno. La selezione a mano, la più lenta e dispendiosa, completa il quadro.

Tenendo conto che le principali zone di coltivazione del caffè sono il Sud America, con il Brasile in testa, l'America Centrale, l'Asia Sud-Orientale e l'Africa, ai torrefattori resta l'importante compito di creare la miscela migliore. Corrado Da Vià aggiunge: «Un aspetto importante è dato anche dalla tostatura, che deve essere lenta». Quindi, mette l'accento sulla preparazione che deve avere il professionista che ci serve il caffè: «Gli errori più frequenti sono la fretta, l'utilizzo di troppo caffè e di una miscela non adeguata».

Per questo l'azienda ha investito risorse nella creazione di figure professionali che assistono a livello tecnico i titolari degli esercizi selezionati che propongono Caffè Eccelsio nelle diverse località italiane.

Insomma, un buon caffè è fatto da una miscela di ingredienti che nulla lascia al caso.

Che richiede tempo e investimenti. Per regalarci quel piacere che gli esperti chiamano *flavour*, ovvero la ricchezza e la corposità del gusto. E che, attraverso l'effetto eccitante della caffeina, dà tono alle nostre giornate. ●

Eccelsio® caffè

**Eccelsio snc
di Corrado
Da Vià & C.**

Via G. Verdi, 10
Zevio (VR)
Tel. 045.6050997
Fax 045.6067556
ECCELSIO1@
eccelsiosnc.191.it



Un piatto di... felicità

C'è chi dice che il termine derivi dal latino tardo «maccare», che significa «schacciare». Ma noi sposiamo l'idea che l'etimologia di «maccheroni» derivi dal greco «makarios», che significa «felice».

Facciamo un viaggio insieme nella terra dove sono nati. Scoprirete perché.

A Gragnano, comune della provincia di Napoli situato ai piedi dei Monti Lattari, tra il 1550 e il 1600 è nata la pasta. Sotto auspici sin da allora promettenti.

La fioritura della produzione di maccheroni coincide - fatalità - con un periodo storico di rinascita. Dopo i momenti drammatici di rivolta del 1647, passato il flagello della peste del 1656, ricomincia la produzione della seta e dei tessuti, l'agricoltura riceve nuovo impulso. I mulini ad acqua riprendono la loro attività: nel paese ve ne sono trenta, i cui resti si possono ammirare nella «valle dei mulini». Rifiorisce la produzione di maccheroni.

La pastificazione è un'arte tanto sopraffina e apprezzata da generare sin da allora una vena di ottimismo e di fiducia. Nel 1700 il consiglio dell'Università regola la produzione e il consumo interno dei maccheroni. La pastificazione diventa un'arte di primo piano, si costruiscono e si ristrutturano le antiche strade di comunicazione per facilitare i commerci.

Oggi Gragnano è reputata la culla e il tempio della pasta. Ma la peculiarità di questo gioiello della cultura gastronomica mediterranea è legata a un fatto sostanziale e importante.

Nessuno degli abitanti di Gragnano di ieri e di oggi avrebbe mai investito tanto tempo e risorse nella pasta e, tra l'altro, nei celebrati maccheroni, se non ci si fosse messa la natura a fare la sua buona parte. Se la terra non avesse sorriso.

Ce lo racconta, con grande semplicità, Sebastiano Di Nola, direttore commerciale dei marchi «La Pasta di Gragnano, sapori sen-



La Rocca del Pastaio è un marchio fondato nel 1910

La Pasta di Gragnano

Via Roma, 13 - Gragnano (NA)
Tel. 081.8014256
info@lapastadigragnano.com
www.lapastadigragnano.com
(sede legale: Iperweb Editore
Piazza Borromeo, 10 - Milano)



Carmela e Sebastiano Di Nola

za confini» e «La Rocca del Pastaio» (stessa qualità ma destinati, rispettivamente, ai mercati esteri e nazionali), la cui pasta di alta qualità è prodotta da pastifici artigianali gragnanesi. «La distanza dal mare, a 2 chilometri, ha da sempre creato un microclima particolarmente favorevole per un'asciugatura lenta della pasta. I maccheroni venivano essiccati nelle strade.

Oggi questo processo viene effettuato all'interno dei pastifici, ma rimangono tre ingredienti speciali: la scelta di grano duro del Tavoliere delle Puglie, l'asciugatura lenta e graduale, la trafilatura in bronzo che rende la pasta ruvida, perfetta per trattenere il sugo.

Gragnano è baciata dalla fortuna anche da un altro punto di vista: «La natura ci ha regalato l'acqua poco calcarea della sorgente dei Monti Lattari, acqua benedetta per la lavorazione».

Il connubio tra Stati Uniti e Gragnano è molto stretto. «La Rocca del Pastaio di Gragnano è un marchio fondato nel 1910 da mio nonno» ricorda Di Nola. «Portata nelle valigie di cartone dei nostri emigranti, la pasta di Gragnano proprio in quell'epoca ha cominciato a farsi apprezzare a Little Italy».

L'ottimismo pervade anche il futuro della Pasta di Gragnano. «Puntiamo a diffondere la cultura della pasta di qualità e di altre tipicità italiane di marchi che si sono appoggiati a noi attraverso il portale del nostro gruppo (www.prymea.com), visitato ogni giorno da un migliaio di utenti

all'estero». Rigatoni, scialatelli, vesuviotti, calamari, cappelli dello chef, spaghetti corti, paccheri, ricciarelle, quindi. E non solo. Nel piatto del «made in Italy» si possono trovare mille occasioni per fare festa con il gusto.

Mezzogiorno in Lucania

Dal 1880 il sole splende sulla produzione zootecnica e agricola di una ridente azienda posta nel cuore della Basilicata. Situata alle pendici del monte Li Foj, a 1.550 metri sul livello del mare, quello che oggi è l'agriturismo Punzi si trova a pochi chilometri da Picerno, incantevole cittadina in provincia di Potenza dominata da una mastodontica torre di origine normanno-sveva.

La Punzi, giunta alla sua quarta generazione, rappresenta una realtà impegnata a difendere la semplicità dell'arte contadina. «Ci piace proporre sapori tipici, di un secolo fa» racconta Carmine Capece.

Per mantenere integro il gusto di un tempo, la Punzi ha sposato il biologico. «I nostri 280 bovini sono alimentati con prodotti naturali e tradizionali ottenuti da agricoltura biologica.

Per i nostri formaggi usiamo solo caglio naturale e in genere sale iodato. Il momento forse più importante nella nostra fattoria è la trasformazione del latte nei suoi derivati: mozzarelle, caciocavalli, scamorze, burro, burrate, stracciatella, ricotta». Il fiore all'occhiello della produzione è costituito da autentiche perle casearie della tradizione lucana. Il caciocavallo di varie stagionature, il re dei formaggi bovini meridionali, Punzi lo propone nella tipologia tradizionale del monte Li Foj. Ha forma rotondeggiante, è morbido, ha colorazione bianco panna e un sapore dolce.

La stagionatura varia da 30 giorni a un anno, quando la pasta si fa compatta e leggermente più piccante e diventa giallo oca. La sua bontà è legata alle qualità organolettiche del latte ottenuto da vacche Pezzate Rosse all'alpeggio.

Da provare, inoltre, il burrino: formaggio a forma di pera a pasta filata compatta ed elastica che racchiude



Carmine Capece, a destra, ha deliziato pubblico e operatori con i suoi prodotti

una prelibata palla di burro molto aromatico. A proposito della loro origine, si dice che siano nati da un'antica usanza dei pastori transumanti per conservare il burro durante i loro spostamenti.

Ma ci sono altri prodotti di Punzi che meritano un assaggio. Il treccione, detto anche treccia dura, è un

formaggio di latte crudo di vacca, a pasta semidura lungo circa un metro e tipico delle zone montane della Lucania, che ben si sposa con il pane casereccio a lievitazione naturale cotto in forno a legna e deliziosamente rustico.

Le scamorze, formaggi a pasta filata di latte bovino intero a forma di pera, possono avere diversa stagionatura: la crosta liscia e sottile nella breve stagionatura vira dal bianco avorio al giallo.

La pasta è più consistente della mozzarella, ma sempre morbida e burrosa. Si può consumare fresca, alla griglia o in padella.

L'offerta di Punzi comprende anche salumi tipicamente lucani, come la soppressata e la salsiccia «lucanica», e carni bovine provenienti dall'allevamento aziendale.

Infine, per chi volesse fare turismo in Basilicata, Punzi offre anche accoglienza.

«È con orgoglio che vantiamo la nostra semplicità di vita, dell'arte contadina e zootecnica – dice Carmine Capece – che proponiamo sia agli ospiti dell'agriturismo sia a chi si ferma nel nostro ristorante. Tutti i prodotti che proponiamo sono biologici: da pasta e pane, prodotti da farina ricavata dal nostro grano, alle verdure utilizzate».



Azienda zootecnica agrituristica Punzi Maria

Strada Vallone dei Pioppi, 4 - Picerno (PZ)
Tel. 0971.795010 - info@agriturismopunzi.it
www.agriturismopunzi.it



Pianeta balsamico

Nell'Emilia il tempo si misura in gocce. Nella regione dove trionfa il mito della Formula Uno, rappresentato dalla Ferrari, si «rincorre» la massima concentrazione di gusto, assecondando i ritmi sonnacchiosi che impone la tecnica di produzione dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena. Siamo in una terra di contrasti, che trovano una delle loro migliori espressioni negli accenti caldi, rotondi e decisi che si incarnano nel carattere orgoglioso dei custodi di una tradizione secolare. Uno di essi è Vittorio Ferioli, che con il suo aceto nel 2006 è arrivato primo al Super Palio del Quarantennale Consorzeria dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena a Spilamberto, dopo aver vinto il primo premio nel Palio annuale del 2004, al quale hanno concorso più di mille produttori.

Se la filosofia del Balsamico qui è una sorta di religione, il signor Ferioli è deciso a raccogliere nuovi adepti, appassionati dell'oro rosso scuro. Il suo «culto» si sviluppa a partire dal *tasel* (sottotetto) di un edificio secentesco nel centro storico di Modena, dove si trova la sua acetaia più antica. In questo arioso solaio, caldo d'estate e algido d'inverno, si trovano due batterie di vaselli che risalgono alla metà del 1800. Ciascuna è costituita da sette botti in rovere, castagno e ginepro. «Da essa produco un massimo di 5 litri all'anno di Aceto Balsamico Tradizionale di Modena, invecchiato in botti che hanno più di cento anni».

L'aspetto più gelosamente custodito nella tecnica produttiva riguarda le modalità con cui si rispetta il tempo. Qui non c'è fretta. «L'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena è una sorta di pazzia collettiva del Modenese. Se prelevo un litro all'anno dalla botticella più piccola e metto un litro di mosto nuovo nella botte più grande, solo nove anni e mezzo dopo ottengo una quantità di aceto corrispondente a quella estratta. Alcuni anni non prelevo niente, per ottenere la massima concentrazione. Travaso solo il necessario per compensare i fenomeni di evaporazione naturale» ci confida Vittorio Ferioli.

Dell'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena ha un'opinione tutta sua. L'aceto rispecchia la tempra dei modenesi: dolci ma bruschi, estrosi ma orientati a raggiungere i massimi risultati.

Premiata Acetaia Vittorio Ferioli

Via Ganaceto, 111 - Modena
Tel. 059.218941
info@alzano.it - info@habitema.it
www.tenutadialzano.it



Vittorio Ferioli, oltre all'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena, produce vini doc nella Tenuta di Alzano

Insomma, qui, arrivare primi al Palio della Consorzeria è come vincere un campionato automobilistico mondiale. In questo caso, però, per distinguersi occorre puntare sulla lentezza. «La produzione "dell'acetaia nobile" – dice Vittorio Ferioli – è per sua vocazione scarsa: l'oro scuro dai riflessi ambrati finisce sulla tavola della mia famiglia, lo condivido con pochi amici». Così, forte del patrimonio di conoscenze tesaurizzate nel tempo, Vittorio Ferioli ha acquisito un'altra acetaia, situata in un vecchio fienile di Corlo di Formigine, nella campagna modenese, e rivolta a un più ampio pubblico. Iscritta al Consorzio produttori Aceto Balsamico Tradizionale di Modena, produce Aceto Balsamico Tradizionale affinato, invecchiato almeno 12 anni, ed extravecchio, con oltre 25 anni di età. Certo, se i Balsamici di oltre sessant'anni non hanno prezzo, un Aceto Balsamico di Modena Tradizionale dop vive comunque, per sua natura, nell'aura dell'esclusività: l'ampolla validata dal Consorzio comporta una spesa dai 100 euro in su. «Se l'acetaia nobile per noi rappresenta la Ferrari, l'acetaia di Corlo è la Maserati. Il mio sogno è affascinare un ampio numero di persone con la magia del Balsamico». In questa terra, tra i custodi del Balsamico, il rispetto della storia è sacro. Qui l'uomo asseconda lo scorrere delle stagioni, in un atto di fiducia e di amore che permette di estrarre dal mosto cotto, ottenuto da una selezione di uve locali, il suo talento nascosto. Una modalità che il tempo apprezza e che restituisce, goccia dopo goccia, con la generosità magnifica che si esprime quando una passione è ricambiata. ●