



Città
metropolitana
di Milano



PARCO
AGRICOLO
SUD
MILANO

Arte e scienza del cibo

Periodico gratuito
Anno 12 - n 11
20 novembre 2024
www.cibiexpo.it



centro studi
anticontraffazione



Le pere



Sneakers sostenibili

Alberto Pellai e l'allenamento alla vita



Mamma li Turchi!

Il 28 luglio 1480 la città di Otranto venne messa a ferro e fuoco da Gedik Ahmed Pascià, ammiraglio dell'Impero ottomano

Pochi giorni dopo, 800 superstiti salentini, maschi, dovettero scegliere: abiura del cristianesimo o decapitazione. Preferirono farsi tagliare la testa.

Sono passati più di 5 secoli e i turchi stanno di nuovo invadendoci. Per fortuna, in modo incruento, con prodotti televisivi che negli ultimi decenni hanno conosciuto un successo strabiliante, una delle esportazioni economiche e culturali più significative del Paese. Grazie a loro, la Turchia è oggi uno dei principali venditori di serie al mondo, al terzo posto dopo Stati Uniti e Gran Bretagna. L'ascesa inizia negli anni 2000 e coincide con il periodo della presidenza di Recep Tayyip Erdogan. Il "brand Turchia" è proposto nei suoi elementi più esotici e fascinosi.

Ogni anno si producono circa 60 serie che si vendono in 170 Paesi, Italia inclusa. Ma perché piacciono tanto? Le linee narrative sono 3: romantiche, storiche e d'azione. Nella prima, oltre all'amore, i temi sono i legami familiari e la vita nella metropoli o in sperduti villaggi anatolici; le serie storiche celebrano le conquiste dell'Impero ottomano e delle tribù guerriere; i thriller sono ispirati spesso a storie di cronaca. Il risultato è che, secondo i dati forniti dal Ministero turco della Cultura, sono circa 700 milioni i telespettatori che nel mondo ne garantiscono il successo. ■

*Paola Chessa Pietroboni
direzione@cibiexpo.it*

Qui sotto, alcune amiche sfogliano sul tablet il menu delle serie tv: tra queste ultime, le produzioni turche giocano sempre più un ruolo da grande protagonista.

inrete
● ● Digital

Ascoltiamo. Definiamo. Raggiungiamo.

www.inretedigital.it

MONZA

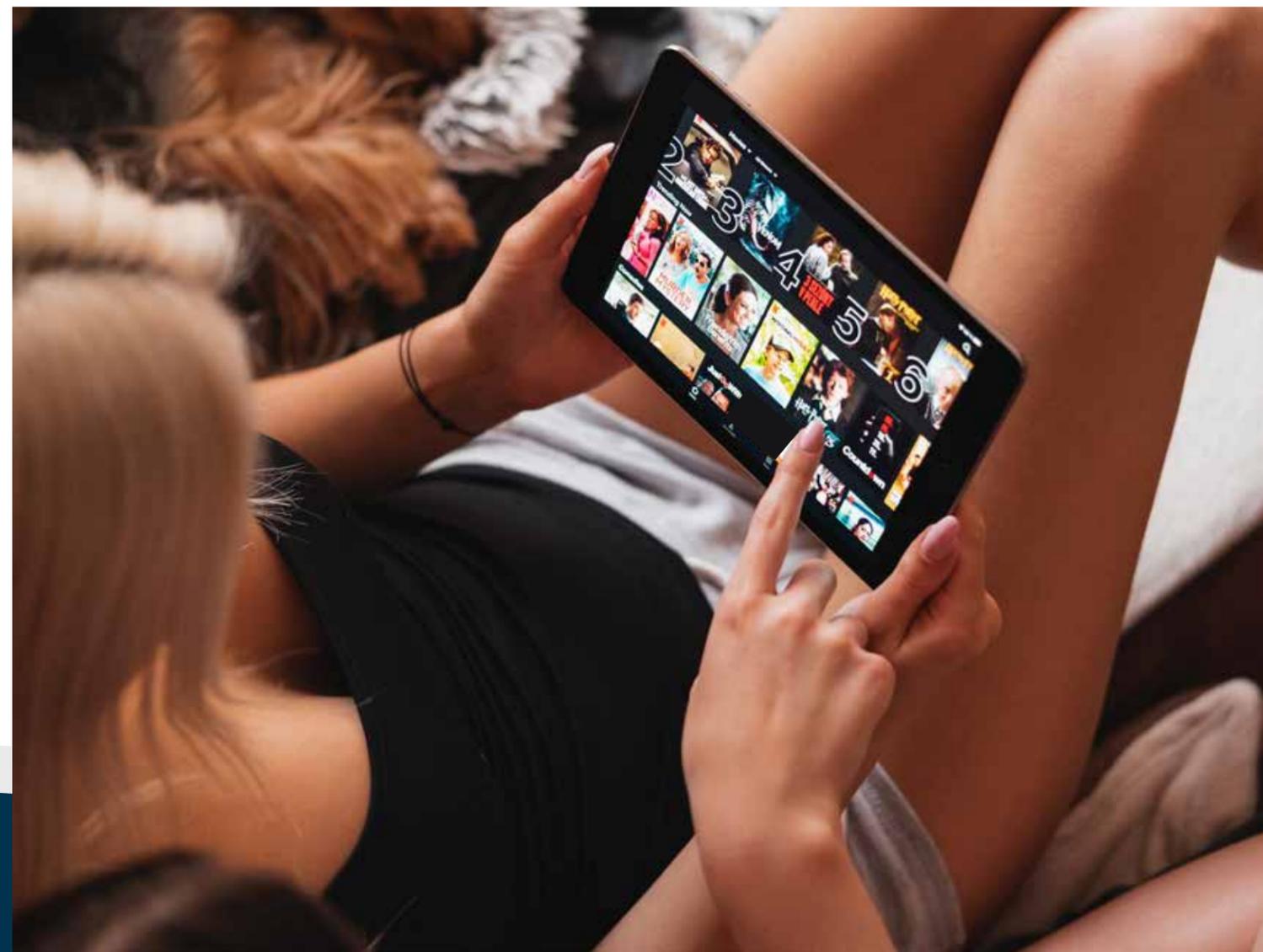
Via Latera Destra Nobel, 49 - 20851 Lissone MB

MILANO

Via G. Fara, 35 - 20124 MI

ROMA

Piazza di Pietra, 31 - 00186 RM



Semi, seminati e semantica.

La voce degli agrari

Qualifica, imprenditorialità

e innovazione **5**

di Simone Benini e Stefano Mecozzi

C'è del buono

Peroni e Peroni Nastro Azzurro

ora marchi storici di interesse

nazionale **6**

a cura della redazione

Ricerca e innovazione

Meno zucchero più tecnologia **8**

di Lucia Massarotti

L'Asparagopsis

10

di Paola Chessa Pietroboni

Le tappe dei tappi

Lecinaro **12**

di Elisa Alciati

Storia del cibo

Un pecorino che rispetta

le quote rosa al 100% **14**

di Massimo Faustini

Protagonisti

Alberto Pellai e l'allenamento

alla vita **16**

di Marta Pietroboni

Segreti della spesa

Le pere **19**

di Lucia Massarotti

Alimentazione e salute

Le ultime scoperte sul microbiota **20**

di Marta Pietroboni

Made in Italy

Alimenti per bambini **22**

di Daniela Mainini

Ben fatto

Gelatina d'uva al Torcolato **23**

di Giovanni Romano e Matteo Scirpoli

La scienza in cucina

Quell'asterisco sui menù... **24**

di Giorgio Donegani

La parola agli istituti

per l'enogastronomia e l'ospitalità

Sono gli ex professionali

alberghieri **26**

a cura della redazione

Tendenze

Il salmerino **27**

di Alessandra Meda

Sneakers sostenibili

28

di Lucia Massarotti

Gli acquisti

della Generazione Z **30**

di Alessandra Meda

La scienza

e le sue ramificate radici **31**

di Paola Chessa 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@gozzinilibero-illustratore.com

Qualifica, imprenditorialità e innovazione

Corsi 3LoE all'Istituto Tecnico Agrario "Emilio Sereni" di Roma

Il nostro Istituto, negli ultimi 3 anni, ha partecipato al Progetto Erasmus+ "3LoE", coordinato dalla Hanse Parlament di Amburgo in collaborazione con 22 Paesi europei e finalizzato all'implementazione dell'istruzione duale (che prevede alternanza scuola-lavoro, ndr) attraverso la creazione di percorsi di formazione caratterizzati da 3 livelli di eccellenza (qualificazione, imprenditorialità e innovazione). In quest'ambito, il Sereni ha organizzato corsi professionalizzanti rivolti agli studenti per creare figure specializzate nell'ambito della *Green Economy*, capaci di adottare modelli sostenibili e pratiche di innovazione digitale nel settore agroalimentare.

Nell'immagine, un esempio di utilizzo dei droni in agricoltura.

Sono stati attivati 4 corsi gratuiti erogati da docenti interni in orario extrascolastico: "Tecniche di agricoltura verticale", "Benessere animale", "Agricoltura biologica" e "L'utilizzo dei droni nell'agricoltura 4.0". Tra questi, ha avuto particolare successo quello sui droni, strutturato in 7 lezioni della durata di 3/4 ore ciascuna, suddivise tra teoria e pratica. In aula sono state spiegate le tecniche di volo del drone, le leggi che ne regolamentano uso e funzionamento, mentre, durante le esercitazioni, grazie all'aiuto dell'istruttore, è stato possibile assistere a dimostrazioni effettive di volo. Il corso è stato veramente molto interessante. Il docente, con un linguaggio tecnico ma accessibile agli studenti, ci ha spiegato nel dettaglio le funzionalità del drone anche grazie all'ausilio di schemi, foto e slide. Le lezioni pratiche, che si sono svolte nell'azienda agraria della scuola, oltre che istruttive sono state appassionanti. Non solo abbiamo potuto veder volare il drone e verificare nella pratica quello che avevamo studiato in teoria, ma

è stato anche possibile scattare delle foto che sono state successivamente scannerizzate ed elaborate al computer. In questo modo, grazie all'apparecchiatura tecnica messa a disposizione dall'istruttore, abbiamo analizzato e interpretato i dati acquisiti dal drone che possono segnalare la presenza di parassiti o malattie, monitorare lo stato di crescita delle colture, eventuali carenze nutritive o di acqua. Molti dei partecipanti hanno espresso il desiderio di continuare a studiare per poter conseguire il patentino di guida per i droni; le competenze acquisite durante il corso, infatti, hanno chiaramente evidenziato i vantaggi, in termini di produttività e sostenibilità, dell'innovazione 4.0 in agricoltura. ■

Simone Benini 5BPT
Stefano Mecozzi 5DEN



I contatti della redazione

CiBi
Arte e scienza
del cibo
Periodico gratuito
Anno 12 - n 11
Milano
20 novembre 2024

Direttore responsabile:
Paola Chessa Pietroboni

Redazione:

Alessandra Meda

alessandra.meda@cibiexpo.it

Giovanni Romano - giovanni.romano@cibiexpo.it

Marta Pietroboni - marta.pietroboni@cibiexpo.it

Comitato scientifico:

Ettore Capri - Ordinario di Chimica agraria -

ettore.capri@unicatt.it

Giorgio Donegani - Tecnologo esperto

di nutrizione, consigliere OTALL

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

Illustratore: Libero Gozzini

info@gozzinilibero-illustratore.com

Collaboratore editoriale: Anna Francioni

Fotografo: Guido Valdata

Realizzazione editoriale: Cibi srl

Redazione: Via Vigoni 8, 20122 Milano

Email: info@cibiexpo.it

Editore: Cibi srl

Presidente del consiglio d'amministrazione:

Paola Chessa Pietroboni

Sede legale: Corso Sempione 62, 20154 Milano

P.IVA: 08210050962

Progetto grafico: Marco Matricardi

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

a socio unico

Stampato su carta patinata opaca 170 gr

CLASSIC DENIMATT PATINATA OPACA

Registrazione: n. 104 del 3/04/2013

presso il Tribunale di Milano

© 2019 Cibi srl

È vietata la riproduzione anche parziale di testi, grafica, immagini e spazi pubblicitari senza l'autorizzazione dell'Editore. L'Editore dichiara la propria disponibilità a regolarizzare eventuali omissioni o errori di attribuzione.

Pubbliche relazioni:

Marta Pietroboni - marta.pietroboni@cibiexpo.it

Visita il nostro sito www.cibiexpo.it

Troverai approfondimenti, contenuti extra e la versione digitale dei numeri precedenti di CiBi.

Il prossimo mese: Anna Cecilia Rosso: docente universitaria e imprenditrice nel settore risicolo.



Peroni e Peroni Nastro Azzurro ora marchi storici di interesse nazionale

L'azienda e i suoi due brand sono stati accolti nello speciale registro che riunisce tutte le eccellenze del Made in Italy

Birra Peroni entra a far parte del "Registro dei marchi storici di interesse nazionale": oltre all'azienda nel suo complesso, anche i suoi due brand, Peroni e Peroni Nastro Azzurro, sono ora diventati ufficialmente "Marchi storici di interesse nazionale". Lo speciale registro del Ministero delle Imprese e del Made in Italy, istituito nel 2019, tutela la proprietà industriale delle aziende storiche e delle eccellenze italiane, e può essere definito come una sorta di "club" a cui afferiscono i marchi d'impresa registrati o per i quali sia possibile dimostrare l'uso continuativo da almeno cinquanta anni.

Inutile tentare di minimizzare l'orgoglio con cui questo nuovo traguardo è stato accolto in casa Peroni: «L'inserimento della nostra azienda e dei nostri brand tra i Marchi storici di interesse nazionale dà ulteriore valore, storico, culturale e sociale, a quello che abbiamo fatto in oltre 175 anni di storia»,

commenta infatti Federico Sannella, Direttore Corporate Affairs di Birra Peroni, che aggiunge: «In particolare, con Peroni Nastro Azzurro rappresentiamo con fierezza il Made in Italy nel mondo portando ovunque il gusto e il saper fare italiano oltre a una tradizione di passione e amore per quello che facciamo. Una tradizione che affonda le radici nella capacità di guardare costantemente al futuro per non smettere mai di innovare l'azienda e i suoi prodotti e di conseguenza continuare a soddisfare le esigenze dei consumatori». A conferma di tutto questo, gli ultimi 5 anni hanno segnato una profonda evoluzione di Birra Peroni che ha ridisegnato completamente la sua strategia, mettendo al centro la sostenibilità sociale, ambientale ed economica. In questo percorso, l'azienda ha lavorato anche per rendere il suo portafoglio prodotti più premium, con investimenti tra gli altri su Peroni e

Peroni Nastro Azzurro. Il primo, è stato rivisto nel suo aspetto grafico per renderlo più contemporaneo, grazie anche all'aggiunta della tracciabilità in blockchain, così da dare valore e rendere tangibile per il consumatore il claim "100% malto italiano". Il secondo è stato invece rilanciato sotto il nome originale e completo di "Peroni Nastro Azzurro", per lavorare in modo più sinergico sul brand a livello globale, facendo leva anche sulle sponsorizzazioni, come quella recente con Scuderia Ferrari HP.

Un marchio, un pezzo di storia italiana

Il Registro dei marchi storici di interesse nazionale comprende quelli che identificano un'impresa produttiva italiana di eccellenza, storicamente collegata al territorio nazionale, nell'ultimo mezzo secolo. Per ottenere il titolo di "marchio storico" è ne-

cessario farne richiesta all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi. Requisito fondamentale per potere ambire al riconoscimento è che il marchio sia registrato da almeno 50 anni e rinnovato con continuità nel tempo oppure, nel caso di marchio non registrato, che vi sia stato un uso effettivo e continuativo da almeno 50 anni, da comprovare. Se, al termine dell'istruttoria, la domanda viene accolta, è consentito l'utilizzo del relativo logo "Marchio Storico". All'azienda non viene attribuito alcun diritto di esclusiva del marchio, se non il permesso di utilizzarlo a lungo termine, accompagnato al logo originale.

Peroni, il Made in Italy nel mondo

Guidata dall'obiettivo di "Creare connessioni di valore", insieme a tutto il Gruppo Asahi di cui è parte, Birra Peroni è impegnata nel gene-

rare un impatto positivo per il pianeta ed offrire un'esperienza inclusiva per le persone e la società. Con la sua produzione annua che supera i 7 milioni di ettolitri di birra, di cui più di 2 per il mercato estero, è tra le maggiori realtà del Paese con brand ormai simbolo del Made in Italy nel mondo, grazie alla passione delle oltre 800 persone che ne fanno parte, divise tra uffici, forza vendita, 3 stabilimenti - Bari, Roma, Padova - e la malteria di Pomezia. Focalizzandosi su aree in cui può avere un impatto, Birra Peroni aderisce inoltre ai *Sustainable Development Goals* (obiettivi di sviluppo sostenibili, ndr) sanciti dall'Onu con "Legacy 2030", il programma di sostenibilità di lungo termine che impegna tutte le aziende del Gruppo Asahi al raggiungimento di obiettivi sfidanti in termini di emissioni, approvvigionamento sostenibile, consumo di

acqua, packaging, diversità, equità, inclusione e consumo responsabile. Birra Peroni produce e vende alcuni dei più popolari e amati brand di birra, sia in Italia sia nel mondo: Peroni, Peroni Nastro Azzurro, Peroni Nastro Azzurro Stile Capri, Peroni Nastro Azzurro 0.0, Tourtel, Asahi Super Dry, Peroni Gran Riserva e le sue varianti, Peroni Cruda, Peroni Non Filtrata, Peroni Senza Glutine, Peroni Chill Lemon, Peroncino, Raffo, Itala Pilsen, Wuhler, Kozel, Pilsner Urquell, Grolsch, St. Stefanus, Meantime, St. Benoit, Fuller's. Per saperne di più sull'azienda e i suoi marchi: www.birraperoni.it ■

La redazione
info@cibiexpo.it

Sotto, il logo "Marchio Storico" affiancato dalle bottiglie Peroni e Peroni Nastro Azzurro.

A destra, dall'archivio storico Peroni, una foto risalente alle origini dell'azienda, fondata nel 1846.



Meno zucchero più tecnologia

Le dipendenze, compresa quella da zucchero, sono dannose per la salute

La riduzione dello zucchero in tanti cibi e in molte bevande è l'esito auspicabile di una rivoluzione tecnologica. I dolcificanti, come l'aspartame, stanno lasciando il passo a nuovi ingredienti, sulla via di una sempre maggiore sostenibilità. Una delle prime aziende a intraprendere questo cammino è stata Blue Tree Technology, startup israeliana diventata un'impresa di riferimento del settore. Grazie all'intuizione relativa all'applicazione di nuovi sistemi nell'industria delle bevande, utilizza l'ultrafiltrazione (un processo di filtrazione attraverso membrane semipermeabili, ndr) abbinata all'assorbimento per rimuovere selettivamente i disaccaridi come il saccarosio, il lattosio e il maltosio da succhi, latte e birra senza rinunciare al gusto e

senza compromettere la cosiddetta "etichetta pulita". Concetto tradotto dall'inglese "clean label", che include diversi significati: innanzitutto, viene definito così il cartellino che fornisce al consumatore informazioni chiare e precise e si riferisce a un prodotto che contiene ingredienti tutti di origine naturale. Spesso questa espressione viene adoperata anche per indicare che la filiera segue regole etiche e l'azienda è socialmente responsabile.

Il Ceo di Blue Tree Technology, Michael Gordon, ha recentemente confermato l'intenzione di concedere in licenza la tecnologia, di proprietà della società che rappresenta, ai produttori di succhi di tutto il mondo, così come già hanno iniziato a sperimentare in America Latina,

nel Sud-est asiatico e in Europa, dove le imprese del settore, esaminati i numeri, hanno dichiarato una grande sostenibilità economica.

Sempre negli stessi territori mediorientali ha sede Incredito, una scale-up – cioè un'azienda che è riuscita a espandersi rispetto alla fase iniziale di startup – partecipata anche da Ferrero tramite Teseo Capital. L'impresa italiana e quella israeliana hanno un patto di sviluppo congiunto per trovare nuove soluzioni basate sulla tecnologia, con l'obiettivo di lanciare insieme nuovi prodotti. Incredito, sulla strada aperta dai nuovi sistemi, ha recentemente stretto un accordo di produzione e distribuzione commerciale con il produttore di zucchero Sucro di Miami. La tecnologia sviluppata utilizza la silice

come vettore per le molecole di zucchero. Le sue caratteristiche sono l'essere insapore, inodore e priva di calorie. Il saccarosio ricopre le particelle di questa sostanza per formare strutture che i recettori umani del gusto percepiscono come più dolci di una quantità comparabile di zucchero in forma libera, consentendo riduzioni di quest'ultimo in percentuale che va dal 30 al 70%. Incredito Sugar con il vettore silice può essere elencato in etichetta semplicemente come "zucchero" nella maggior parte delle giurisdizioni. Il composto funge infatti da additivo addizionale e non deve essere menzionato.

Più recente è l'avventura imprenditoriale di Roquette Italia, che ha posto la sua attenzione sul tagatosio, uno zucchero già esistente in natura, molto raro, a basso indice glicemico, con il 92% della dolcezza ma solo il 38% delle calorie. L'azienda, leader mondiale nel settore degli ingredienti di origine vegetale, ha annunciato una collaborazione con l'americana Bonumose, all'avanguardia nelle soluzioni enzimatiche (gli enzimi sono prodotti dalle cellule

e agiscono da catalizzatori favorendo specifiche reazioni chimiche, ndr) per la produzione dei monosaccaridi rari, con un brevetto per un metodo di produzione alternativo a basso costo che potrebbe essere in grado di trasformare il monosaccaride da prodotto di nicchia a dolcificante di uso comune. Questa alleanza unisce l'esperienza di Roquette nella produzione di amido e nelle soluzioni di dolcificazione con la tecnologia di Bonumose. Insieme vorrebbero proporre sul mercato un'alternativa sana e naturale al saccarosio perché, afferma Ed Rogers, Ceo di Bonumose, "il tagatosio si avvicina al gusto, al sapore e alla facilità dello zucchero bianco, offrendo al tempo stesso benefici per la salute come calorie ridotte e un indice glicemico molto basso". E ancora, aggiunge Anne Hirsch, responsabile della gestione presso Roquette, "questa collaborazione fa parte della nostra visione a lungo termine per una produzione sostenibile e per soddisfare la crescente domanda globale di soluzioni per la gestione dello zucchero". Si riconosce il potenziale

dell'innovativa tecnologia enzimatica di Bonumose, che produce tagatosio di elevata purezza. L'esperienza nella produzione su larga scala di soluzioni dolcificanti dall'amido può migliorare significativamente l'efficienza del processo dopo la conversione enzimatica. Le premesse ci sono tutte perché questa nuova squadra possa rivoluzionare il mercato dei dolcificanti fornendo, da un lato, un'alternativa sana e naturale allo zucchero comune e, dall'altro lato, soddisfacendo la crescente domanda di nuove soluzioni per la gestione di quest'ultimo. Il tagatosio si candida così a diventare un ingrediente chiave nell'industria alimentare, destinato a portare vantaggi sia ai consumatori sia ai produttori. ■

Lucia Massarotti
lucia.massarotti@gmail.com

Qui sotto, veduta di dettaglio dei laboratori Blue Tree Technology, in cui avviene la rimozione degli zuccheri dalle bevande.

Nella foto a destra, diverse varietà di zucchero: bianco raffinato, di canna e in cristalli.



L'Asparagopsis

È un' alga tipica dell' Australia e della Nuova Zelanda che, aggiunta al mangime, può ridurre in modo consistente le emissioni di gas dei ruminanti

Uno dei principali responsabili del riscaldamento globale, che cresce anche grazie alle attività agricole svolte dall'uomo, è il metano. I bovini – più di 1 miliardo e mezzo nel mondo che nutrono, in modo diretto o indiretto, oltre 1 miliardo di esseri umani – sono responsabili di una quota rilevante del volume mondiale di gas che viene generato nel loro apparato digerente, in particolare nella prima camera, il rumine. Qui diversi microbi spezzano le fibre dei vegetali producendo il metano enterico, che poi viene rilasciato in gran parte nell'atmosfera attraverso l'eruttazione.

Secondo un rapporto dell'Agenzia svedese per la protezione dell'ambiente (Naturvårdsverket), negli ultimi anni sono stati compiuti significativi progressi nella lotta all'inquinamento da metano grazie alla introduzione, nel mangime di ruminanti come mucche, bufali, capre e pecore, delle microalghe *Asparagopsis taxiformis*. Grazie alla

grande quantità di bromoformio in esse contenuta – una sostanza che impedisce ai microrganismi presenti nei primi 2 stomaci degli animali (in tutto sono 4) di produrre metano –, riducono drasticamente le eruttazioni durante il processo di digestione.

L'impatto delle emissioni inquinanti è attualmente un serio problema. Secondo i dati delle Nazioni Unite, gli allevamenti intensivi in Europa producono annualmente una quantità equivalente a 704 milioni di tonnellate di CO₂, superando così quelle complessive di automobili e furgoni in circolazione sul pianeta.

Nel settore agricolo, ben il 32% delle emissioni è attribuibile alla digestione dei bovini, che comprende sia l'eruttazione che la produzione di letame. Alla luce di questi risultati, il rapporto svedese suggerisce al Governo d'incaricare l'Agenzia e altre autorità di condurre indagini aggiuntive. Le aree

di studio dovrebbero coprire l'impatto socioeconomico, il supporto agli agricoltori, il miglioramento della ricerca, l'innovazione e una maggiore collaborazione con l'industria. Inoltre, potrebbero essere esplorate ulteriori possibilità di analisi relative al miglioramento della produttività delle mucche e alle variazioni genetiche tra le razze in termini di produzione di metano.

Nel febbraio 2022, l'Unione europea ha ammesso l'uso del 3-NOP, una sostanza simile a quella contenuta nelle alghe. Questo composto, dopo numerosi studi condotti in 13 Paesi, è stato somministrato a vari tipi di bovini – in particolare vitelloni da carne – con risultati incoraggianti. Al momento, però, gli allevatori sono preoccupati per i costi associati all'attuazione di tali misure. Ciò nonostante, le opportunità in questo settore cruciale suscitano un notevole interesse. Diverse imprese e organizzazioni, in particolare austri-

liane e americane, comprese le grandi opportunità di sviluppo, stanno lavorando su questo tema.

CH4 Global

È un'azienda con sede operativa negli Stati Uniti che si è posta come missione quella di avere un impatto significativo su larga scala sui cambiamenti climatici sviluppando soluzioni di mitigazione dei gas serra (GHG, ovvero Greenhouse Gases). Uno dei GHG più potenti è il metano. Coltiva in acquacoltura le *Asparagopsis* ed elabora i bioprodotto che ne derivano. Li mette in commercio sotto forma di integratori specifici per ruminanti, facilmente integrabili nella loro alimentazione. Basta aggiungere una piccola quantità di alghe al mangime per ridurre le emissioni di oltre l'80%.

Le principali attività svolte da CH4 Global includono la sperimentazione

in siti ad alta presenza di metano in Asia meridionale e orientale, Africa subsahariana e Sud America.

FutureFeed

È la società australiana costituita nel 2020 per commercializzare la tecnologia sviluppata dall'agenzia scientifica nazionale CSIRO (acronimo di Commonwealth Scientific and Industrial Research Organization), insieme a MLA (un fornitore di servizi per l'industria della carne rossa) e all'Università del Queensland James Cook. Ha rilasciato licenze ai coltivatori di alghe marine che permettono di fornirle agli allevatori. Inoltre, promuove la ricerca, lo sviluppo e la *peer review* (revisione paritaria, ndr) per sostenere la scoperta di *Asparagopsis*. Sono in fase di sviluppo gli standard di certificazione e il marchio di garanzia. FutureFeed è supportata da un consistente gruppo di investitori.

Rumin8

Un esempio di successo è l'australiana Rumin8, startup fondata nel 2021 con sede a Perth, che si è posta l'ambizioso obiettivo di "decarbonizzare 100 milioni di bovini entro il 2030", con una riduzione dello 0,4% delle emissioni globali di gas serra all'anno. Rumin8 ha sviluppato sistemi imperniati su integratori alimentari naturali a base di alghe, seguendo l'esempio di aziende come Volta Greentech in Svezia e Irish SeaSolutions in Irlanda. La startup ha ottenuto finanziamenti iniziali per un totale di 16 milioni di euro, e recentemente ha attirato l'attenzione anche di Breakthrough Energy Ventures (BEV), il fondo di investimento fondato da Bill Gates, che a sua volta ha contribuito con un contributo di circa 8 milioni di euro. ■

Paola Chessa Pietronboni
direzione@cibiexpo.it



A sinistra, un allevamento di bovini, nel cui apparato digerente viene prodotta gran parte del metano presente oggi nell'atmosfera. A destra, invece, una coltura di *Asparagopsis taxiformis*, l'alga che, introdotta nel mangime dei ruminanti, potrebbe contribuire a ridurre l'inquinamento.



Lecinaro

Vitigno autoctono a bacca nera, ancora una volta raro; anzi questa volta occorre dire rarissimo

Parliamo del Lecinaro, un antico vitigno del Lazio, salvato da un progetto di ricerca dell'Agenzia Regionale per lo Sviluppo e l'Innovazione dell'Agricoltura (ARSIAL) che ha portato all'iscrizione al Registro Nazionale della Varietà di Vite nel 2010 assieme ad altri vitigni molto rari come Capolongo, Maturano, Pampanaro, Rosciola. Le informazioni reperibili sul Lecinaro sono davvero poche; uno dei rari documenti di cui si ha conoscenza risale al 1882 ed è il Censimento delle Risorse Agricole che lo riporta tra le varietà del Lazio. Attualmente si trova soprattutto nel territorio di Frosinone e, in particolare, nel comune di Arce.

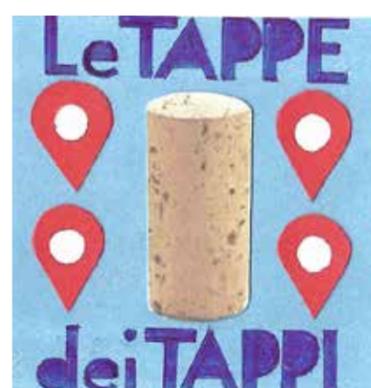
Proprio ad Arce si trova la cantina Palazzo Tronconi di Marco Marrocco. Marco nasce ingegnere meccanico e lavora per molti anni nell'azienda di famiglia che si occupa di ascensori. Ma c'è un fatto fondamentale nella sua vita: ogni

volta che giocava la Roma, suo papà lo portava ad Arce, dai nonni. Questo contribuisce enormemente a creare un legame importante tra Marco e Arce. È così che nel 2007 si compra un appartamento nel centro storico di Arce, nel Palazzo Tronconi. Per questa ragione Palazzo Tronconi è il nome della cantina di Marco, che, partito da zero il 25 febbraio 2011, data di impianto del primo vigneto, oggi conta 40 ettari di terreno tra cui 18 di vigneto, un uliveto, un viscioleto, ai quali aggiungere la sua cantina con osteria.

A questo punto racconta che c'è un detto: «Lo sai come si fa a diventare milionari con questo mestiere? Bisogna essere bilionari». E ride.

Dunque, pochissime informazioni sulla storia e le origini del Lecinaro.

A livello storico si sa molto poco, se non quello a cui si fa riferimento nel disci-



plinare dell'IGP Frusinate, e cioè che le radici sono sicuramente antichissime e affondano probabilmente a Fregellae, importante colonia romana nota per la produzione di uva.

È la storia di un altro vitigno che scompare.

Sì, buio assoluto. Siamo nel comune di Cassino, dove si trova anche la Fiat. Qui la gente abbandonava i campi per andare a lavorare in fabbrica. Non solo; negli anni Settanta i vitigni autoctoni venivano spesso sostituiti dalle varietà internazionali a scapito di quelle locali, più delicate e meno produttive.

E poi?

Poi il Lecinaro è rimasto sconosciuto al catasto della viticoltura fino al 2009. Prima della registrazione non poteva nemmeno essere dichiarato nell'etichetta, perché, appunto, non registra-

to. Ricordo che con lui altri vitigni come il Pampanaro hanno avuto lo stesso destino.

Qual è la storia, dalla decisione di avviare un'azienda vitivinicola al Lecinaro all'epoca ancora più sconosciuto di oggi?

All'inizio, devo ammettere che stavo piantando tutte varietà internazionali, ma incontro il professor Gaetano Ciolfi, docente all'Università della Tuscia, all'epoca direttore dell'Istituto Sperimentale per l'Enologia a Velletri, con il quale poi decido anche di studiare, appunto, enologia. Lui è stato il fautore della registrazione di queste varietà. Me le fa provare e io mi innamoro del progetto.

Quali sono le caratteristiche più importanti di questo vitigno?

Il nome Lecinaro viene dal dialetto "lecena", che significa prugna perché ha i chicchi molto grandi. Addirittura, quest'uva poteva essere venduta come uva da tavola. Il vitigno ad Arce è un po' come il maiale: non si butta via niente; io ci faccio un rosso, ma anche un rosato, un rifermentato e un metodo classico, gestendo bene i

diversi tempi e modi di vendemmia.

Quindi si tratta anche di un vitigno estremamente versatile.

Sì, certo è una pianta che va gestita bene, in base al prodotto che si vuole raccogliere, e questo va deciso già in fase di potatura. Perché ha un grappolo molto grande, circa 250 grammi come peso medio; significa che è fondamentale gestire il carico a seconda del vino che si vuole produrre. Voglio dire: se vuoi fare un vino rosso e lasci troppo l'uva in pianta, ti inizia a marcire prima della vendemmia.

Nonostante tutto questo, gli ettari di Lecinaro si contano sulle dita di una mano o poco più...

Io ho 5 ettari e altri due colleghi ne avranno insieme un altro paio. Diciamo che saranno meno di 10 ettari in tutta Italia.

Per quanto concerne la vinificazione?

Per quanto mi riguarda, produco vini naturali. Mi piace dire che faccio il vino come mamma l'ha fatto, perché è lì che puoi apprezzare o meno le qualità e le tipicità di un vitigno. Adotto fermentazioni spontanee e dal 2020

l'unica accortezza è il controllo della temperatura. Non rompiamo gli acini, facciamo macerazione carbonica su tutto. Ovviamente senza raspo. Utilizzo questo tipo di vinificazione perché mi permette di tirar fuori più frutto ed avere un vino più pronto.

Caratteristiche identitarie nel bicchiere?

Ha sentori fruttati tipici della prugna, ma uno dei motivi per cui l'ho piantato sono i sentori di caffè e cioccolato che sono normalmente di affinamento e invece il Lecinaro li ha di suo.

Un abbinamento tipico del territorio?

Qui facciamo maltagliati e fagioli, una minestra molto saporita, oppure lo abbiniamo con spezzatino di bufalo, carne per cui siamo famosi in provincia di Frosinone. ■

Elisa Alciati

elisa.alciati@cibiexpo.it

Sotto, a sinistra, una cassa regalo Palazzo Tronconi. Al centro e a destra, due vini prodotti con Lecinaro: Frusinate Igp - rosso e Frusinate Igp - rosato frizzante.

In questa pagina, grappoli di uva di Lecinaro, risonoscibile per via delle notevoli dimensioni degli acini.



Un pecorino che rispetta le quote rosa al 100%

Il Pecorino di Farindola, un formaggio unico al mondo, prodotto tradizionalmente da sole donne, regala al consumatore sapori e richiami storici pressoché dimenticati

Le immagini in queste due pagine sono state realizzate da Libero Gozzini, illustratore specializzato in editoria e pubblicità.

Il territorio italiano è letteralmente disseminato di numerose realtà produttive che si occupano di ortaggi, frutta, salumi e formaggi; tra questi ultimi, in una circoscritta area abruzzese si dà vita a un cacio che racchiude in sé un autentico concentrato in termini di tradizioni, ma anche di aromi e sapori altrettanto ricercati: si tratta del Pecorino di Farindola (paese in provincia di Pescara), prodotto nel comune omonimo e in una ristretta regione limitrofa (9 comuni in totale, inclusi nelle province di Pescara e Teramo). Di latte esclusivamente ovino – come un suo degno predecessore descritto nell'opera "De Agricultura" di Marziale (scrittore latino vissuto nel III secolo d. C.) – è definito "il formaggio delle donne". Perché tale denominazione? La sua caseificazione è stata nel passato – ed è tuttora – condotta esclusivamente da loro, in

quanto un tempo, mentre gli uomini si occupavano della gestione delle greggi e della transumanza, lontano da casa, le donne erano coinvolte nelle fasi della mungitura e nella trasformazione del latte.

Ancora oggi questo formaggio viene commercializzato corredato da un'etichetta riportante il nome della donna che l'ha caseificato. Il prodotto, generalmente con pezzatura di 1,6 kg, deriva da latte intero di pecora semicotta; la particolarità risiede nel fatto che la coagulazione delle caseine si ottiene da caglio suino e la cagliata, a sua volta, si ottiene unendo al latte (scaldato a 36-37 °C) un caglio ottenuto trattando la mucosa dello stomaco di suino con sale, aceto e vino bianco, con una conservazione di 3-4 mesi. La produzione del caglio avviene secondo tecniche tramandate di generazione in generazio-

ne; viene quindi filtrato e utilizzato nel processo di caseificazione. Ottenute le forme con l'ausilio di fucelle (cestini di vimini, oggi prevalentemente di plastica, ndr), si passa alla stagionatura, procedura particolarmente complessa, per almeno 3 mesi; questo periodo può prolungarsi fino a 6 mesi e oltre, a seconda delle caratteristiche del prodotto che si desidera ottenere.

Come è noto, i formaggi devono le loro note aromatiche, gustative e la texture non solo all'ambiente e alle condizioni di stagionatura, ma anche ai metodi di coagulazione e di trattamento della cagliata; il caglio suino conferisce al prodotto caratteristiche uniche, differenti dai formaggi pecorini ottenuti con l'impiego di quello ovino o bovino. Ciò è stato rilevato sperimentalmente su pecorini stagionati 180 giorni prodotti con diversi tagli. L'analisi sensoriale

ha evidenziato in quelli prodotti con caglio suino una ridotta intensità di aromi fruttati e di fieno e una notevole diminuzione delle note amare rispetto a pecorini ottenuti con caglio bovino o caprino. Tali differenze sono dettate dallo sviluppo di composti volatili e di componenti derivati dalle proteine che crescono con modalità differenti rispetto ai formaggi prodotti con caglio di vitello o capra. A media stagionatura si segnalano profumi di muffe dolci, funghi, legna e una certa pastosità in bocca, con grande equilibrio tra il piccante e un amabile aroma di latte ovino.

Anche le caratteristiche di tenacità della cagliata e della pasta sono significativamente differenti quando viene impiegato caglio suino, in quanto il pecorino così ottenuto ha una compattezza maggiore rispetto a quello

prodotto con caglio caprino, in modo analogo rispetto agli effetti dell'impiego di caglio bovino.

A seguito del processo coagulativo dettato dal caglio suino, il Pecorino di Farindola sviluppa, già dalle prime fasi di maturazione, note aromatiche differenti rispetto ad altri tipi di caglio, che saranno "pilotate" e definite dalle specifiche colonie di microrganismi (in primis, i batteri lattici all'esordio della maturazione).

Per mantenere le sue caratteristiche uniche, il pecorino deve essere caseificato solamente da pecore allevate per tutto l'anno nella zona di produzione specifica, con lo scopo di conferire e mantenere nel tempo sapori e aromi del formaggio. È ammessa in ogni caso la cosiddetta "transumanza verticale", intesa come il soggiorno estivo ad altitudini più elevate, ma

rimanendo nella medesima area di allevamento.

Le razze ovine impiegate sono generalmente tipiche del centro-sud Italia (Gentile di Puglia, Pagliarola, Sopravissana, Comisana), ma anche quella Sarda (che si è diffusa nell'Italia centrale). Il Pecorino di Farindola è riconosciuto come PAT (Prodotto Agroalimentare Tradizionale) dalla Regione Abruzzo, ed è tutelato dal Consorzio del Pecorino di Farindola, istituito nel 2002. Andrebbe senza dubbio rivalutato quale prezioso tesoro del nostro patrimonio in termini di cultura e storia dei prodotti tradizionali italiani. ■

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



Alberto Pellai e l'allenamento alla vita

Medico specializzato in sanità pubblica noto per aver guidato un importante progetto di prevenzione primaria dell'abuso sessuale, poi specializzatosi in psicoterapia comportamentale

In questa pagina:
a sinistra, il recente saggio di Alberto Pellai edito da Mondadori e dedicato ai genitori e in generale a chi ricopre un ruolo educativo; a destra, Pellai durante un convegno.

Ogni persona parla di sé diversamente in base alla fase della vita che vive. Così ho chiesto ad Alberto Pellai – terapeuta esperto di età evolutiva, ricercatore, scrittore, autore e voce di diverse trasmissioni radiofoniche – di raccontare chi è oggi, personalmente e professionalmente.

Iniziamo il racconto.

Sono un uomo di 60 anni, insieme alla propria compagna di vita da 30, genitore di 4 figli, che, come psicoterapeuta e ricercatore universitario, si occupa da anni di questioni rilevanti anche nella sua vita personale: relazione genitori-figli e prevenzione in età evolutiva. Fondamentalmente, il mio contributo al mondo per renderlo un posto migliore è stato sostenere la crescita delle fu-

ture generazioni in una prospettiva di sanità pubblica e di psicologia dell'età evolutiva.

In trent'anni di professione ha visto – in questi ambiti specifici – dei cambiamenti significativi?

Ho visto il cambiamento radicale degli stili genitoriali e dell'offerta educativa proposta a chi cresce; siamo passati da un mondo adulto molto attento ai bisogni del bambino, per il quale l'infanzia era una straordinaria risorsa collettiva, seguita nella crescita dal "villaggio", a un mondo adulto autoreferenziale, che guarda più ai propri diritti che a quelli di chi diventa grande e vede l'infanzia come un ingombro in termini di autorealizzazione e tranquillità... Cosa che fa un po' tristezza.

La seconda enorme rivoluzione, sulla quale ho lavorato tanto, entrata a gamba tesa sulle nostre vite e sulle vite dei figli, è stata quella digitale. La terza cosa, bella, che ho visto accadere, è una trasformazione dei ruoli di genere. Mi sono occupato molto anche di questo, in particolare del maschile; secondo me, abbiamo messo le fondamenta per permettere di non aderire al modello del *vero uomo* ma di stare connessi con i propri bisogni profondi per essere invece uomini veri.

Questo cambio di paradigmi educativi, secondo lei, da cosa dipende?

Credo dal non aver trovato un equilibrio nei cambiamenti (che erano necessari per evitare di entrare in vite con copioni già scritti). Conciliare lavoro e fami-

glia, generare una reale condivisione tra uomo e donna all'interno della coppia amorosa e genitoriale non è un compito facile, e ci si sta ancora lavorando.

Intanto, si è affermato un modello di vita spaventosamente consumistico, che ha messo dentro di noi una serie di bisogni non reali, che legano la felicità alla soddisfazione istantanea. All'oggetto e non alla relazione. Ci siamo un po' dimenticati che noi umani abbiamo la capacità di essere profondamente felici non consumando ma relazionandoci, e ci siamo persi.

Per essere anche positivi e propositivi, riesce a individuare nelle generazioni più giovani dei tratti che stanno emergendo come veri e propri punti di forza?

Credo che le nuove generazioni siano quelle che su alcune questioni di rilevanza mondiale, quelle fondamentali per la sopravvivenza della specie, ci hanno più fatto riflettere. Hanno puntato il dito su crisi ambientale, pace nel mondo e cambiamenti da attuare – problemi che le generazioni precedenti non hanno voluto vedere e di cui non hanno voluto nemmeno farsi

carico – con la spinta ideale che l'adolescenza ha.

All'interno di questo desiderio sociale di costruire un futuro migliore, vedo progetti individuali molto deboli, pervasi da grande ansia. Come stanno insieme le due cose?

È verissimo perché questa è proprio la generazione ansiosa per definizione, anche in base a quello che ci dicono i dati clinici. È una generazione cresciuta con un racconto costante del futuro come uno spazio di rischio e non di opportunità, che è davvero il peggior autogol che si possa fare con chi sta crescendo. Crescere vuol dire avere una tensione desiderante che spinge in avanti, verso un domani promettente, non deludente. Se quello che ti viene prospettato è il tuo rischio di fallimento, l'ansia diventa una dimensione inevitabile e lì dentro si liquefanno anche un po' i grandi ideali.

I ragazzi oggi sperimentano e sviluppano molto poco il principio di realtà. Le nostre vite online, dove ci siamo persi tutti – e purtroppo i giovani più di noi adulti –, sono spazi in cui costantemente facciamo cose per finta.

Forse gli stimoli che vengono dati

oggi da adulti, scuola, ovviamente social, non sono alimenti di grandissima qualità...

Vero. Credo che questo sia un tema enorme per chi si occupa della salute della mente, perché noi l'abbiamo veramente denutrita e malnutrita dentro allo stile di vita della società contemporanea, facendola soffrire enormemente. Ci siamo illusi che la gratificazione istantanea e la felicità del qui ed ora sia la vera felicità, ma siamo in realtà gli esseri umani che devono consumare più antidepressivi, stabilizzanti dell'umore e induttori del sonno di tutti i tempi, il che vuol dire che da qualche parte il meccanismo un po' si è rotto o non ha trovato il suo equilibrio.

Speriamo di ritrovarlo presto, o almeno di riuscire a prendere una strada migliore. ■

Marta Pietroboni
 marta.pietroboni@cibiexpo.it

Qui sotto, un gruppo di giovani ragazze in pausa pranzo: secondo Pellai, anche in Italia le nuove generazioni, prediligono sempre più un tipo di alimentazione veloce.



Attuali abitudini alimentari
 Ci sono due o tre modelli imperanti. Uno sicuramente che spinge verso un tipo di alimentazione più rispettosa dell'ambiente. Uno funzionale all'estetica, dipendente da un'enorme pressione sociale nei confronti di corpi perfetti rispondenti agli standards, in cui la credenza di base è che il cibo ingrassa, non nutre. E infine uno stile alimentare molto veloce, fast food, per il quale mangiare è riempire la pancia. Pellai invita a pensare ai consumi alcolici. Noi che siamo in una nazione dove la cultura enogastronomica è importante, vediamo che i ragazzi escono e bevono invece drink e cocktail, seguendo una tendenza consumistica e non culturale.

Le pere

*Dolci e versatili, sono buone e fanno bene.
Non dovrebbero mancare nella spesa autunnale*

In realtà, le pere si trovano facilmente tutto l'anno, ma questa è la loro stagione. Le varietà sono molte – da 3 a 5 mila nel mondo –, in Italia se ne contano una trentina tra le più note. Tra queste c'è la pera Abate, che deve il nome al religioso francese che la selezionò nel XV secolo. Coltivata in Italia, soprattutto in Emilia-Romagna, ha forma allungata e buccia di colore verde con sfumature rossastre. Croccante, è ottima da consumare cruda. Sempre nel nostro Paese è diffusa la Williams, più piccola rispetto alla precedente, dalla polpa succosa. Si tratta di una varietà estiva, da mangiare dal mese di agosto fino all'arrivo dei primi freddi. Perfetta anche cotta. Possiamo trovare quasi sempre, dall'estate alla primavera, la Kaiser, di colore marrone, lunga, di dimensioni medio-grandi e dal sapore intenso. Chi preferisce le pere estive potrà scegliere tra le Coscia, verde pallido,

Nella foto qui sotto, una pera della varietà Williams.

piccole, con una polpa chiara e granulosa; le Guyot, di medie dimensioni, simili alle precedenti per forma e sapore; le Nashi, di origine asiatica, di colore giallo e con la polpa croccante e succosa; le Santa Maria, ottenute nel 1951 per incrocio naturale di Williams e Coscia, o le rustiche Conference. Fino a inverno inoltrato troviamo la pregiata Decana, individuata in Francia all'inizio del XIX secolo, oggi coltivata soprattutto in Italia e Olanda, perfetta fresca. Ancora oggi, nonostante le tecnologie di conservazione siano all'avanguardia, il picciolo rosso le è rimasto come simbolo di qualità. Ha una forma tondeggiante e una polpa dolce e gustosa. La Spadona, detta anche pera Campana, o la tonda Passacrassana, cultivar ottocentesca originaria della Francia, si raccolgono a partire da fine settembre. Molti sono i benefici che questo frutto

può regalarci. Grazie alle fibre, è un alleato formidabile per l'intestino, aumenta il senso di sazietà, riduce l'assorbimento di zuccheri e grassi, contrasta l'ipertensione e fa bene alla pelle. Va bene per tutti, a partire dai bambini durante lo svezzamento. Le pere sono buone sia cotte sia crude. In cucina si possono usare – oltre che a fine pasto – in tante diverse ricette: dai dolci al cucchiaio alle torte con il cioccolato, come ripieno per lo strudel, in accompagnamento ad alcuni formaggi, in aggiunta alle insalate più sfiziose e stagionali, in qualche torta salata e perfino nel risotto con il gorgonzola. Nella scelta è bene controllare il grado di maturazione che, come accade sempre per la frutta, dà anche la misura della dolcezza. ■

*Lucia Massarotti
lucia.massarotti@gmail.com*

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



Le ultime scoperte sul microbiota

Gli estratti delle bucce d'arancia potrebbero essere impiegate per proteggere la salute cardiovascolare

Qui sotto, un'ampia varietà di formaggi, alimenti che alla lunga possono favorire lo sviluppo di un microbioma poco sano. Nella foto a destra: kefir e frutta secca, che invece producono effetti molto positivi sul microbioma intestinale.

L'insieme di tutti i microrganismi – batteri, funghi, protozoi e virus – che convivono con il nostro organismo senza danneggiarlo, e anzi, in molti casi, aiutandone processi metabolici e risposte immunitarie, è detto microbiota. Sulla pelle, sui capelli, nella cavità orale, nei polmoni, negli organi genitali (vagina), nelle narici, nella cavità oculare, nel canale uditivo ma soprattutto nell'intestino vivono numerosissime di specie differenti di microrganismi.

Il microbiota di ogni individuo è unico, dipende da alimentazione, stile di vita, contesto ambientale, e rappresenta una vera e propria impronta biologica; impronta biologica che impatta sulla nostra salute ben più del DNA (dagli studi attuali sembra 70% il primo, 30% il secondo). Per questo, da anni è al centro di tantissimi, e in molti casi sorprendenti, studi scientifici.

L'ultima sfida che sta affrontando l'APC

Microbiome Ireland, il centro di ricerca leader a livello mondiale sul tema, che si trova all'interno dell'University College di Cork, è quella di definire un microbioma umano (il patrimonio genetico del microbiota, cioè tutto il DNA e RNA dei microrganismi che lo compongono) "sano". Lo studio, essenziale per affrontare le sfide globali future in ambito sanitario, intitolato "Examining the healthy human microbiome concept", guidato dai professori Paul Ross e Joël Doré, offre preziose intuizioni su come funzionano le comunità microbiche e sul loro ruolo in relazione a diversi aspetti della salute degli esseri viventi, tra cui la digestione, il sistema immunitario e il metabolismo.

Un microbioma intestinale sano, cioè caratterizzato da una adeguata "biodiversità" di specie di microrganismi, è capace di eliminare le sostanze tossiche, favorire digestione e corretto assor-

bimento degli alimenti, contribuire alla sintesi di vitamine essenziali, e proteggere l'apparato cardiocircolatorio. Per questo, è stato associato a una riduzione del rischio di diverse malattie, inclusi appunto i disturbi cardiovascolari. Svariati studi hanno infatti dimostrato negli ultimi anni che un microbiota equilibrato – composto cioè sia da batteri buoni (ad esempio Bifidobatteri e Lactobacilli) sia da batteri cattivi (ad esempio Enterococcus faecalis e Clostridium difficile) tra loro in equilibrio (eubiosi), e con una prevalenza di microrganismi vantaggiosi per l'uomo – può aiutare a regolare il metabolismo del colesterolo, un fattore chiave nelle malattie cardiache. Viceversa, si è notato che, quando l'equilibrio viene alterato e si instaura uno stato di disordine (disbiosi), sono più frequenti le malattie cardiovascolari, come le neurologiche, le psichiche e le oncologiche, quelle dell'apparato

digerente, nonché diabete e obesità. Tra le recenti ricerche che esplorano il ruolo del microbiota nella salute umana, un tema di particolare interesse riguarda le bucce d'arancia e i loro effetti benefici sugli specifici microrganismi che colonizzano l'intestino ritenuti responsabili della salute cardiovascolare.

Alcuni ricercatori dell'Università della Florida hanno analizzato i composti presenti nelle bucce d'arancia e scoperto infatti che alcune loro proprietà chimiche possono interagire con il microbioma intestinale per influenzare positivamente la salute cardiovascolare. I risultati della ricerca mostrano che da tali bucce, spesso viste come scarti, si possono ottenere estratti e composti capaci di inibire e contrastare il TMAO, un composto organico prodotto e liberato nel sangue dal fegato quando i batteri intestinali metaboliz-

zano determinati nutrienti presenti in alimenti come la carne rossa e i latticini. Livelli elevati di TMAO aumentano il rischio di patologie cardiache, tra cui l'aterosclerosi, l'alta pressione sanguigna, la fibrillazione atriale e l'ictus, e sono associati anche a malattie renali croniche e al cancro del colon-retto. Nello specifico, i ricercatori americani hanno ricavato due estratti e un composto estremamente interessanti. Il primo è capace di inibire significativamente l'enzima responsabile della produzione di trimetilammina (TMA), un precursore del TMAO. Il secondo di fermarne direttamente la produzione. Infine, il composto, la feruloilputrescina, si è rivelato particolarmente efficace nell'inibire l'enzima responsabile della produzione di TMA.

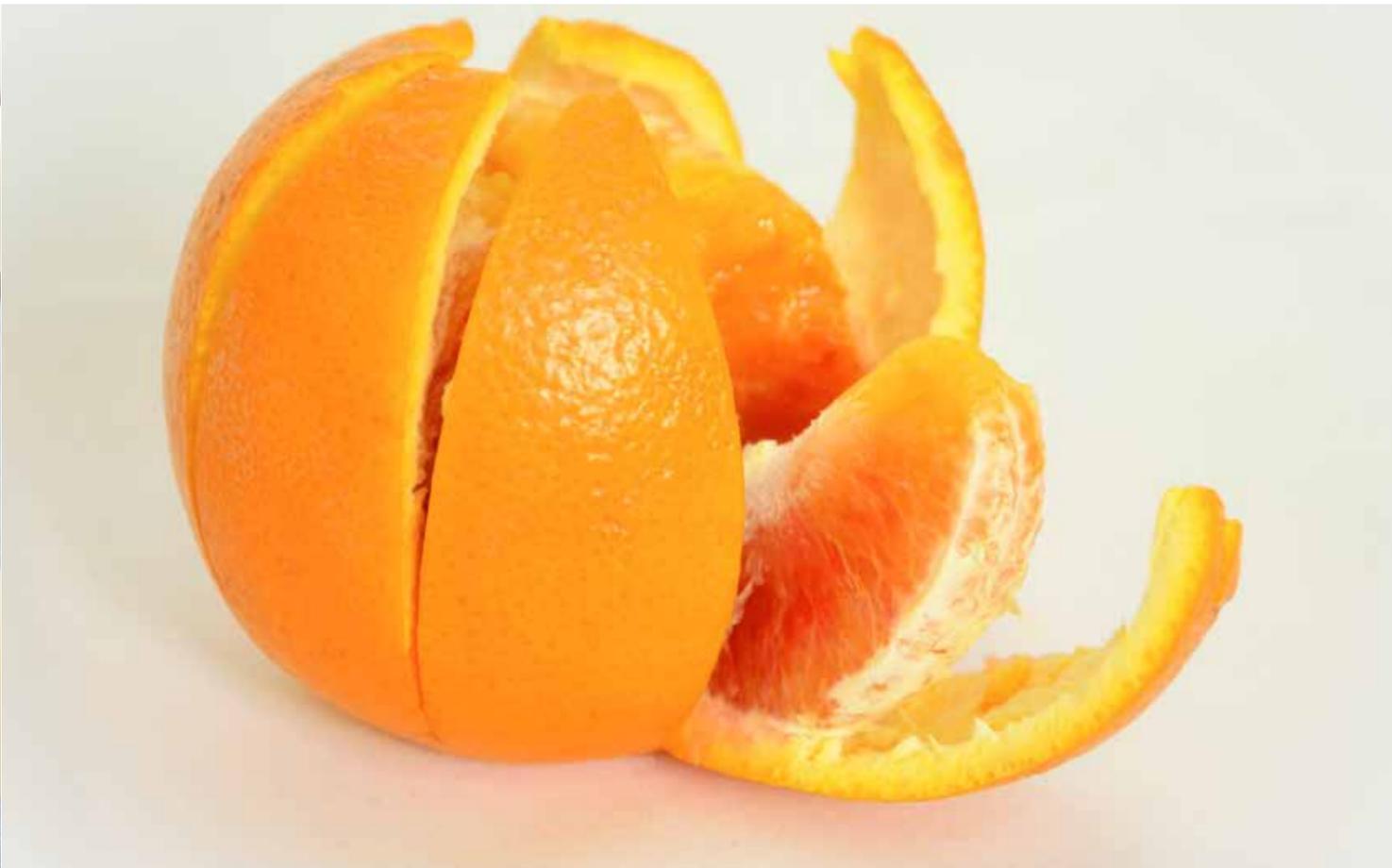
Le bucce d'arancia sono anche una ricca fonte di potassio, di fibre e di antiossidanti che possono ridurre l'in-

fiammazione e migliorare la funzione endoteliale (l'endotelio è il tessuto che riveste la superficie interna dei vasi sanguigni, linfatici e del cuore). Il potassio contribuisce alla regolazione della pressione sanguigna, le fibre aiutano a mantenere livelli sani di colesterolo e agiscono come prebiotici, sostanze che alimentano i batteri benefici nel nostro intestino.

Studi come questi possono guidare politiche europee verso un approccio più integrato e sostenibile alla salute pubblica, basato sulla comprensione del microbioma e delle sue interazioni con il nostro organismo. ■

Marta Pietroboni
marta.pietroboni@cibiexpo.it

In questa pagina, bucce d'arancia, preziose per la protezione della nostra salute cardiovascolare.



Alimenti per bambini

La crescente diffusione di prodotti alimentari contraffatti destinati ai bambini desta grande preoccupazione tra le famiglie e le autorità sanitarie

I minori hanno notoriamente un sistema immunitario più fragile e il consumo di cibi alterati può comportare gravi rischi alla loro salute.

Tra le diverse tipologie di frodi alimentari c'è la fabbricazione e vendita di cibi che imitano prodotti originali senza rispettarne gli standard di sicurezza e contenenti ingredienti di bassa qualità, coloranti, additivi non dichiarati o sostanze chimiche pericolose.

Uno dei settori più colpiti è quello degli snack e delle merendine. Articoli molto popolari tra i bambini, come biscotti, cioccolatini e bevande zuccherate, sono spesso oggetto di falsificazione. Il packaging dei prodotti contraffatti può essere talmente simile all'originale da renderne molto difficile la distinzione.

Qui sotto, biscotti farciti e snack dolci, tra le merende predilette dai bambini.

Naturalmente, esistono anche alimenti perfettamente legali ma potenzialmente dannosi per i bambini, se consumati in eccesso: sono quelli contenenti coloranti artificiali, zuccheri raffinati, grassi saturi e conservanti

chimici che possono provocare effetti collaterali come iperattività, disturbi del sonno e problemi digestivi nei soggetti più sensibili.

Un caso emblematico è stato quello del latte in polvere cinese contenente melamina (una resina termoindurente, ndr), che qualche anno fa ha gravemente compromesso la salute di circa 300.000 bambini, causando purtroppo diverse vittime.

Nonostante gli stringenti controlli da parte delle autorità, anche in Italia si registrano sequestri di alimenti destinati ai più piccoli, come quello effettuato dai NAS qualche anno fa di 45.000 confezioni di omogeneizzati privi delle informazioni aggiuntive obbligatorie su alcuni coloranti dagli effetti negativi sulla salute.

In questo contesto, è fondamentale che i genitori prestino la massima attenzione, scegliendo prodotti di qualità e marchi affidabili per proteggere la salute dei piccoli, che dovrebbero essere educati sin dai primi anni a



Nella foto sopra, Daniela Mainini, Presidente del Centro Studi Anticontraffazione.

consumare alimenti sani, affinché possano acquisire una consapevolezza alimentare che assicuri loro una dieta sicura e salutare.

Le aziende devono naturalmente fare la loro parte, garantendo la trasparenza lungo tutta la filiera produttiva e investendo in certificazioni di qualità. La lotta contro i prodotti contraffatti a tutela dei nostri bambini richiede necessariamente una collaborazione stretta e coordinata tra istituzioni, scuole, famiglie e aziende, poiché il fenomeno non può essere affrontato in modo efficace da una sola parte, ma richiede un approccio concreto, sinergico e integrato. ■

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



Gelatina d'uva al Torcolato

Dessert che unisce dolcezza e croccantezza, avvolto dal profumo intenso del vino

Questa gelatina è un fine pasto raffinato e leggero che combina frutta fresca e secca con l'inconfondibile aroma del Torcolato, un vino passito tipico del Veneto. La dolcezza e l'aromaticità del Torcolato si sposano perfettamente con l'uva bianca, le noci e la panna montata leggermente zuccherata, creando una combinazione equilibrata, ideale per concludere un pasto elegante. Servita in stampini a forma di ciambella e decorata con pistacchi e menta, questa gelatina non è solo deliziosa ma anche visivamente attraente. Ideale per occasioni speciali, la ricetta valorizza la qualità degli ingredienti pur essendo semplice.

Ingredienti (per 4 persone)

- Per la gelatina:
- ¼ di litro di vino Torcolato
 - 30 g di zucchero
 - 3 fogli di colla di pesce
 - 200 g di uva bianca
 - 20 g di gherigli di noce pelati
 - 10 g di uva sultanina (ammollata)



Per la decorazione:

- 150 g di panna fresca da montare
- 1 goccio di sciroppo di zucchero
- 1/2 cucchiaino di pistacchi sguosciati e pelati
- qualche fogliolina di menta fresca

Preparazione

Ammollare i fogli di colla di pesce in acqua fredda per circa 10 minuti, affinché non risultino morbidi. Portare il Torcolato a bollire in una casseruola insieme allo zucchero, mescolando fino a che si scioglie. Lasciare sobbollire alcuni minuti, poi togliere dal fuoco e aggiungere la colla di pesce strizzata. Anche qui mescolare per scioglierla e lasciare intiepidire senza che arrivi a rapprendersi. Pelare gli acini d'uva, tagliarli a metà ed eliminare i semi. Foderare 4 stampini a forma di ciambella con l'uva, quasi tutti i gherigli di noce spezzettati e l'uva sultanina scolata. Versare lentamente la gelatina negli stampini, coprendo gli ingredienti senza spostarli. Riporre in

frigorifero per almeno 2 ore, finché la gelatina non risulta rassodata. Montare la panna con un goccio di sciroppo di zucchero fino a ottenere una consistenza morbida. Tritare i pistacchi e tenere da parte qualche gheriglio di noce per la decorazione. Sformare le gelatine su piatti da dessert, disporre la panna intorno e cospargere con i pistacchi tritati, i gherigli rimasti e qualche fogliolina di menta fresca. Questo dessert al Torcolato è fresco ed elegante. La dolcezza del vino si accorda bene con il gusto della frutta e la croccantezza delle noci. ■

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

Nelle foto sotto: 1. gli ingredienti per realizzare la ricetta; 2. la fase di aggiunta della colla di pesce strizzata; 3. il dessert ultimato, pronto per essere servito in tavola.



Quell'asterisco sui menù...

9 italiani su 10 dichiarano di utilizzare in cucina prodotti e ingredienti surgelati non più come soluzioni di emergenza, ma come componenti di una dieta buona, sana e variata

Nello scorso anno, ogni italiano ha consumato mediamente oltre 17 kg di alimenti surgelati: un valore record per una categoria di prodotti che nel tempo ha raggiunto livelli altissimi di qualità e presenta prerogative vincenti non soltanto sul piano della sicurezza e del gusto, ma anche su quello del valore nutritivo e della sostenibilità. Eppure, a fronte di indiscutibili doti di sicurezza e qualità, permane nel nostro Paese (unico in Europa) l'anacronistica consuetudine di indicare sui menù dei ristoranti l'uso di ingredienti surgelati con un asterisco che, a tutti gli effetti, suona come una sorta di penalizzante marchio di Caino...

Partiamo dalle evidenze: la surgelazione è certamente la pratica di conservazione che mantiene meglio le caratteristiche dei prodotti freschi. Gli enormi progressi nelle tecniche del freddo garantiscono infatti di poter sottoporre gli

alimenti a un congelamento ultrarapido raggiungendo in brevissimo tempo i -18 °C, il che produce la formazione di micro-cristalli di ghiaccio che lasciano praticamente intatta la struttura dei prodotti, bloccandola al massimo della sua qualità.

Sono molte ormai le ricerche che dimostrano come la composizione nutritiva delle verdure surgelate si mantenga inalterata anche a 6 mesi dalla produzione e risulti migliore di quella dei corrispondenti prodotti freschi consumati a pochi giorni dalla raccolta (nella surgelazione industriale, il tempo che intercorre tra la raccolta e la lavorazione è di poche ore).

Inoltre, i surgelati garantiscono la massima sicurezza dal punto di vista sanitario, dato che il sottozero blocca l'attività di microrganismi ed enzimi che, a temperatura ambiente, minacciano l'integrità di un alimento.

I progressi tecnici poi si riflettono anche sulle qualità sensoriali dei surgelati che, come dimostrato da numerosi test (vedi il sito www.istitutosurgelati.it), non hanno nulla da invidiare a quelle del fresco.

Di fronte a tutto questo, in Italia, e solo in Italia, da quasi mezzo secolo un ristoratore viene sanzionato se, nel proprio menù, non contrassegna con un asterisco accanto a un piatto l'eventuale presenza di uno o più ingredienti congelati o surgelati. Viene da chiedersi perché lo si debba fare, vista l'equivalenza con i prodotti freschi (non per nulla nel mondo anglosassone i surgelati vengono definiti alimenti "long fresh"), e la risposta non manca di sorprendere. L'obbligo dell'asterisco, infatti, non è previsto da alcuna legge dello Stato, ma è solo il frutto di un orientamento della giurisprudenza italiana, consolidatosi a partire dal-

la fine del secolo scorso attraverso numerose sentenze della Corte di Cassazione. Accadde infatti, negli anni Settanta del Novecento, che un cliente di un ristorante litigasse con il gestore perché a suo dire avrebbe dovuto informarlo che il pesce servito era surgelato. In sede di giudizio, al cliente venne data ragione e da allora l'orientamento è rimasto immutato. Sono cambiate però enormemente le condizioni di contesto, al punto che la legge – questa volta sì che esiste – oggi obbliga addirittura i ristoratori a congelare i prodotti ittici da servire crudi per garantirne la sicurezza. Siamo all'assurdo che un trattamento obbligatorio per rendere il cibo sicuro venga poi penalizzato da una consuetudine arcaica che non ha alcuna ragione d'essere. A voler ben vedere, tutto si potrebbe ridurre a una semplice questione di buon senso:

la surgelazione migliora la sicurezza dei prodotti, evita sprechi, mantiene le caratteristiche sensoriali e nutritive, permette una maggior varietà dei menù... Che senso ha perseverare nell'assurdità di un asterisco che induce a pensare che i surgelati siano prodotti di qualità inferiore? E perché non segnalare allora anche l'uso di ingredienti diversamente conservati, dalle salse di pomodoro alle erbe essiccate, ai prodotti sotto sale, solo per fare alcuni esempi...

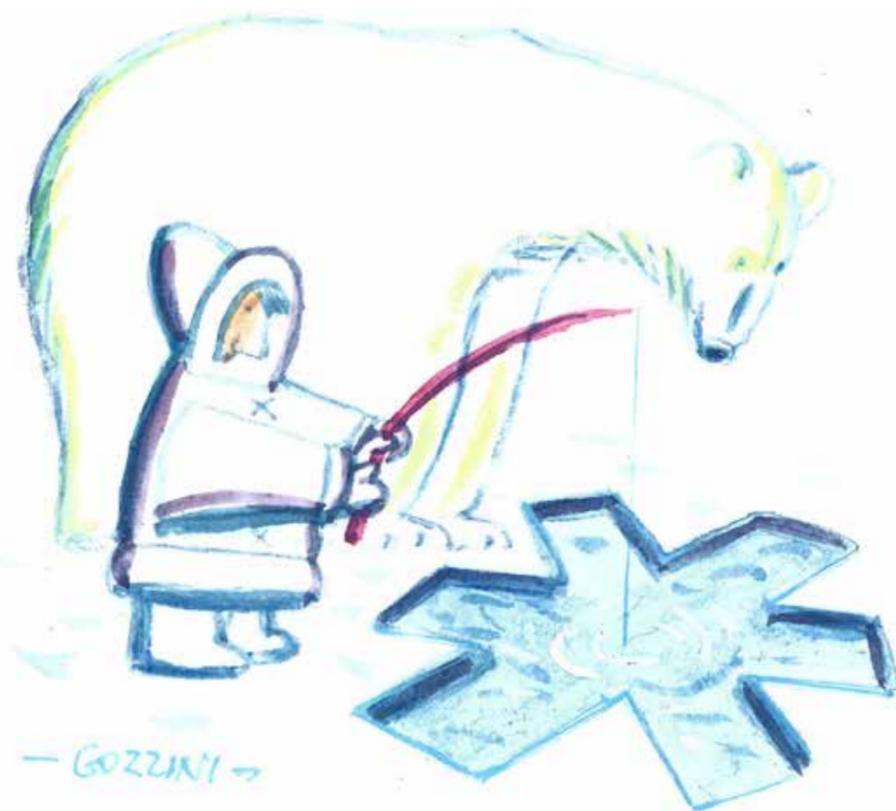
Il buon senso invece lo troviamo applicato in tutti gli altri Paesi europei: nessun ristorante in Spagna, piuttosto che in Francia, in Germania o altrove si sogna di segnalare la presenza di ingredienti surgelati nel menù. E al cliente questo non importa nulla, perché ciò che è per lui giustamente rilevante è trovare nel piatto cibi buoni, sani, sicuri e ben cucinati. Lo stesso

cliente che, arrivato in Italia, guarda con curiosità il famigerato asterisco, chiedendosi se nella cucina nostrana ci sia qualcosa di cui diffidare.

In conclusione, allora è normale domandarsi: l'asterisco è davvero uno strumento utile per tutelare il consumatore, o invece rischia di fornire un'accezione negativa e fuorviante a un prodotto alimentare di assoluta qualità? La risposta dovrebbe essere evidente... ■

*Giorgio Donegani
Tecnologo alimentare
www.giorgiodonegani.it*

L'immagine nella pagina a sinistra è realizzata da Libero Gozzini, illustratore professionista collaboratore di CiBi. Qui sotto, prodotti ittici sottoposti a congelamento.



Sono gli ex professionali alberghieri

Esiste una Rete Nazionale degli Istituti Professionali per i servizi alberghieri e della ristorazione (Re.Na.I.A.), come è Re.N.Is.A. per gli istituti agrari

Le origini della Re.Na.I.A. risalgono al 1972 e all'A.N.P.I.A.S. (Associazione Nazionale Presidi Istituti Alberghieri); nasce a Montecatini Terme, per assicurare la certezza della funzionalità, in particolare, degli istituti professionali alberghieri.

Tutti i piani di riforma, dal Progetto '92 al Progetto 2002, hanno visto l'A.N.P.I.A.S. prima e la Re.Na.I.A. dopo protagonisti attivi e importanti per l'apporto di forza lavoro alle aziende del settore alberghiero-ristorativo, comparto strategico e volano per l'economia nazionale, visti i notevoli riflessi positivi sull'occupazione e sulla bilancia dei pagamenti dell'Italia.

Con l'avanzare della normativa sull'autonomia scolastica (Art.21 Legge 15 marzo 1997, n.59; Art. 7 D.P.R. 8 marzo 1999 n. 275 e Art. 33 D.M. 1° febbraio 2001, n.44), il direttivo nazionale A.N.P.I.A.S. ha manifestato la

volontà di costituirsi in Rete e di cambiare la propria ragione sociale: nasce così Re.Na.I.A. che, grazie all'impegno dei suoi vertici, è cresciuta rapidamente e ora riunisce circa 200 Istituti Alberghieri disseminati in tutte le regioni. Le diverse aree territoriali del nord, del centro e del sud sono ugualmente coinvolte in modo capillare.

Se volessimo quantificare in cifre il numero degli utenti, studenti, famiglie e del personale che la Re.Na.I.A. rappresenta, otterremmo cifre ragguardevoli, anche in considerazione del fatto che, soprattutto negli ultimi anni, la popolazione scolastica che si orienta come scelta di percorso di formazione e studio ai nostri istituti è in costante crescita.

La Re.Na.I.A. ha un proprio organigramma al cui vertice c'è un Presidente, un Vicepresidente Vicario, a cui si affiancano una Giunta Esecutiva, un

Comitato Direttivo e un'Assemblea Generale che riunifica tutti gli istituti associati.

Fra le attività che la Rete cura con particolare attenzione vi sono l'organizzazione di corsi di formazione-aggiornamento su tematiche di settore, seminari a tema, convegni, concorsi rivolti ai dirigenti, ai direttori amministrativi, al personale, ai docenti e agli studenti, creando sinergie con le filiere produttive emergenti dei diversi territori.

In specifico, il diplomato è in grado di gestire i servizi enogastronomici e l'organizzazione della commercializzazione e i servizi di accoglienza, di ristorazione e di ospitalità. ■

*La redazione
info@cibiexpo.it*

Nella foto, la cucina di un ristorante.

Il salmerino

Pesce d'acqua dolce molto apprezzato in cucina per gusto e delicatezza della carne

Appartiene alla famiglia dei Salmoidi, la stessa di trote e salmoni; vive prevalentemente in acque dolci fredde e pulite come laghi di montagna, fiumi e torrenti, in particolare nelle regioni del nord del pianeta. Alcune specie sono presenti anche nei laghi alpini e prealpini italiani. Ha un corpo affusolato, la testa è relativamente piccola e la bocca ben sviluppata. Colorazione e dimensioni variano in base a specie, età e ambiente. In generale, può raggiungere una lunghezza compresa tra i 25 e i 50 cm – alcuni esemplari superano i 60 cm – e il peso varia di conseguenza. La sua pelle è liscia e ricoperta di squame piccole, una caratteristica che lo rende particolarmente gradevole al tatto e facile da pulire. È armonioso il contrasto tra il dorso scuro – dal verde al grigio –, il ventre più chiaro e argentato, le pinne bordate di bianco e le macchie colorate sui fianchi.

Proprietà nutrizionali

È un'ottima fonte di proteine di alta qualità, utili per il mantenimento della massa muscolare. È ricco di omega-3, che contribuiscono al benessere del cuore e del cervello. Possiede vitamina D, alleata della salute delle ossa, e alcune del gruppo B, utili per il corretto funzionamento del sistema nervoso e per il metabolismo cellulare. Non mancano i minerali come il selenio antiossidante e il potassio, efficace per la regolazione della pressione sanguigna. Adatto a regimi ipocalorici, è sano e leggero e ha un contenuto di grassi relativamente basso: una porzione di 100 g apporta circa 130-150 kcal.

Usi in cucina

È molto versatile. Può essere cotto intero o a filetti. È ottimo al forno e alla griglia, insaporito con olio, limone e spezie. Gustoso in padella, una

cottura che permette di ottenere una crosticina croccante e di mantenere la carne morbida. Si accompagna a contorni freschi come le insalate o a verdure alla brace. Buono anche al vapore o lessato, servito con salse leggere; fritto è meno comune. Come il salmone, è ottimo affumicato; il sapore delicato del pesce ne viene esaltato, rendendolo perfetto in piatti freddi come insalate, tartine e sushi. Si può consumare anche crudo, in tartare o carpacci, purché sia stato precedentemente abbattuto. È gustoso come ingrediente per zuppe o brodi: un classico esempio è la zuppa di pesce con crostini di pane. Più facilmente reperibile nelle regioni montane, è acquistabile anche on line. ■

*Alessandra Meda
alessandra.meda@cibiexpo.it*

Nella foto, un salmerino di fonte.



Sneakers sostenibili

Che la vera sfida della moda oggi sia quella di essere sempre più sostenibile non è una novità. Se ne parla da tempo e se ne vedono i risultati

Con un po' di fiuto e la voglia di fare qualche ricerca ci si può vestire dalla testa ai piedi con attenzione e rispetto per l'ambiente. Partendo dai capi creati con i filati di nuova generazione, proseguendo con il denim di fibre proteiche, per finire con le scarpe. Meglio ancora se sneakers, di gran moda tra i giovani e non solo, ormai non più relegate al tempo libero, ma sdoganate in tanti contesti sociali e perfino professionali. Anche l'industria delle calzature si è messa al passo con la moda che protegge l'ambiente. E l'ha fatto grazie alle sinergie tra filiere, rese possibili soprattutto dal Green Deal, valorizzando i sottoprodotti plant-based, sulla strada già tracciata dalla farmaceutica e dalla nutraceutica. Era il 2019 quando Giuliana Borzillo, brand manager di grandi aziende di calzature, ha iniziato a sentire l'esigenza di indossare sneakers re-

alizzate con materiali a basso impatto ambientale, ma al tempo stesso anche comode ed esteticamente gradevoli. Detto, fatto. Lei stessa ha fondato insieme al marito, il designer sud-coreano Dong Seon Lee, il marchio Id.Eight, una start-up che produce scarpe sportive partendo dagli scarti vegetali come i raspi, le bucce d'uva o di mela. La coppia è stata tra gli antesignani di un mercato in forte ascesa. I dati parlano chiaro: ogni anno vengono prodotte circa 24 miliardi di sneakers con un peso dell'1,4% sulle emissioni globali di gas serra. Il mercato delle calzature più sostenibili ha la capacità di ridurre notevolmente questa percentuale, passando anche dalla circolarità. Ed è questo uno dei significati, racconta Giuliana Borzillo, del loro progetto. A partire dal nome. "Id" sta infatti per "identità", mentre "Eight" ("otto", ruotato, è anche

simbolo dell'infinito). E proprio nell'ottica di un'economia che gira in cerchio la giovane fondatrice del marchio racconta i primi passi alla ricerca di nuovi materiali. «Noi non produciamo materiale innovativo», precisa l'imprenditrice, «ma lo compriamo da chi lo fa già, recuperando scarti dalle filiere». Così hanno conosciuto e stretto collaborazioni con Mabel, azienda che utilizza gli avanzi delle mele; Vegea, che adopera ciò che dell'uva non viene consumato; o Coronet e Bioveg, che non spreca le parti del mais altrimenti buttate. Ad oggi i modelli proposti da Id.Eight sono tre: Hana, Sanji e Hana Mid, che in coreano significano Uno, Due e Tre. Sempre nell'ottica della filosofia che guida il progetto creativo. In arrivo per la fine di quest'anno Uriduri, il numero Quattro. Tutte le sneakers del marchio sono di qualità, unisex, cruelty free e

Nella foto, il modello di sneakers Hana Mid prodotto da Id. Eight e realizzato con materiali innovativi derivati da mais, mele, micelio e uva.



certificate vegan da LAV (Lega Anti Vivisezione). La scelta di utilizzare un mix di materie vegetali viene dal rifiuto di scegliere pelle animale, molto inquinante, spesso risultato di processi di produzione che hanno luogo nelle zone più povere e disagiate del mondo. Queste scarpe non sono però totalmente organiche, contengono anche materiali sintetici come gli stabilizzatori (per sostenere per esempio l'arco plantare). Non sono compostabili, ma le analisi di Lca (Life cycle assessment, Analisi del ciclo di vita, la metodologia che valuta l'impronta ambientale di un prodotto lungo il suo intero ciclo di vita) hanno dimostrato una sostenibilità decisamente maggiore rispetto ai materiali sintetici tradizionali. Va detto poi che le sneakers di Id.Eight non contengono sostanze chimiche tossiche ma sono

realizzate con energie rinnovabili. Il prezzo è stato definito "premium", ossia il più alto per la sua categoria, ma risulta equo perché non vengono sfruttati ambiente, risorse e persone. Infine, al momento dell'acquisto, viene garantito anche un servizio di riparazione e riciclo. La sperimentazione verso una sempre maggiore attenzione all'impatto ambientale continua e l'eccellenza italiana si mostra sempre più in chiave ecosostenibile. Dall'idea di due fratelli torinesi, Giulia e Filippo Gandini, è nato Steve's, marchio di sneakers "plant-based". Per la creazione dei prodotti vengono usati velluto upcycled, avanzo di precedenti produzioni, ed ecopelle vegana creata con scarti di mele dell'Alto Adige. Sempre partendo dallo stesso materiale derivante dalla frutta, a cui

viene aggiunto per la tomaia il nylon creato grazie al riciclo delle bottiglie, vengono costruiti i prodotti di Womsh. Il loro nome sta per "word of mouth shoes". Scarpe che parlano, veicolo di un messaggio a difesa dell'ambiente e degli acquisti consapevoli. Marchio sostenibile e circolare in ogni passaggio della produzione, dall'utilizzo di energie rinnovabili allo smaltimento finale. Quando non si possono più utilizzare, infatti, queste sneakers vengono ritirate da un'altra azienda, la Eso, che le ricicla per creare il granulato di gomma adoperato per la copertura della pavimentazione delle aree gioco cittadine utilizzate dai bambini. E il cerchio si chiude in bellezza evitando lo spreco, a favore dei bambini. ■

*Lucia Massarotti
lucia.massarotti@gmail.com*

Qui a destra, le scarpe "plant-based" proposte da Steve's.



Gli acquisti della Generazione Z

Tecnologia, autenticità e responsabilità sociale: parole chiave per un gruppo di consumatori fortemente condizionati dalla loro cultura di appartenenza

L'approccio agli acquisti dei nati tra la metà degli anni '90 e il 2012 rispecchia un profondo radicamento nel mondo social-digital. Molte delle spese avvengono on line, su piattaforme di e-commerce o social media come Instagram, TikTok, YouTube, spazi virtuali dove scoprire, ed eventualmente anche acquistare, i prodotti.

Gli influencer giocano un ruolo decisivo con i loro contenuti, le recensioni e gli "unboxing", video in cui mostrano l'atto di "spacchettare" gadget e prodotti. Oltre all'uso di tecnologie, è evidente il desiderio di comprare in modo più consapevole. La sensibilità nei confronti delle tematiche sociali e ambientali li porta verso brand impegnati per la sostenibilità. Amano i marchi etici che promuovono iniziative socialmente responsabili e acquistano prodotti eco-friendly, realizzati con materiali realizzati nel rispetto dell'ambiente.

Un altro aspetto rilevante è il deside-

rio di vivere un'esperienza personalizzata, immersiva e interattiva che coinvolga più sensi, a volte con l'ausilio della realtà virtuale e di quella aumentata (che potenzia il mondo reale). Vogliono essere parte di un cambiamento positivo, quindi amano i brand che creano un senso di appartenenza e un coinvolgimento.

Da un'indagine di Trovaprezzi.it, tra i 18-24enni (nel periodo agosto 23/24) è emersa una diminuzione del 5% circa dell'uso dei dispositivi mobili per fare acquisti. Probabilmente ha influito la crisi economica oltre alla volontà di esplorare nuove abitudini, esperienze digitali integrate come il "click and collect" (acquisti on line e ritiro in negozio).

Tra le categorie di prodotto più ricercate, in cima al podio troviamo integratori e vitamine, una preferenza che mostra come salute e benessere siano oggi prioritari. Seguiti da cellulari e smartpho-

ne; i modelli più richiesti sono quelli "di punta" di Apple e Samsung; innovazione tecnologica, connettività unita a estetica e reputazione del brand sono valori fondamentali.

Non mancano le ricerche sui prodotti per la cura della persona, i profumi e l'abbigliamento, anche quello second hand (seconda mano).

Naturalmente alla luce di questi "nuovi" consumatori, le aziende devono capire quali sono i meccanismi che guidano le loro scelte, così da anticiparne le tendenze e promuovere un dialogo autentico in linea con la tecnologia e le esigenze sociali ed emotive di un segmento di mercato così dinamico. ■

Alessandra Meda

alessandra.meda@cibiexpo.it

Sotto, una schermata con integratori e vitamine, tra i prodotti più ricercati on line dalla Generazione Z.



La scienza e le sue ramificate radici

Nel corpus della scienza occidentale sono spesso confluiti, senza che il loro ruolo venisse significativamente riconosciuto, saperi di altri mondi

Nella narrazione "bianca" della scienza mancano i capitoli scritti da popoli e culture alternative, nonostante alcune scoperte fondamentali, basate sulle conoscenze di popolazioni indigene, in epoca coloniale siano state assorbite dagli europei.

Marco Boscolo, giornalista scientifico e titolare di un laboratorio all'Università di Bologna, ha scritto un piccolo libro (*La bianca scienza*) denso di episodi fondamentali che si sono verificati fin dai tempi di Niccolò Copernico e dell'epopea coloniale per arrivare alle proteste del movimento #ScienceMustFall (La scienza deve cadere, ndr) nato all'Università di Cape Town, in Sudafrica, nel 2016. Il sapere occidentale è spesso in debito con il pensiero coloniale. Il divario che permane tra il Nord e il Sud del mondo è in larga parte determinato dal vantaggio ottenuto con la violen-

za delle conquiste. Boscolo, davanti a una platea di studenti multietnici, si è allineato a quegli storici che mettono in discussione la narrazione occidentale-centrica.

Copernico e Galileo, per esempio, hanno avuto un debito molto forte nei confronti di altre culture, e loro stessi lo riconoscevano, ma poi si è un po' dimenticato. Pensiamo alla matematica e all'astronomia.

Anche tante forme di vita sconosciute in Europa sono state saccheggiate. All'inizio del Seicento è emblematica la storia del chinino. La moglie del viceré del Perù si ammalò di una febbre che non guarisce. L'ultima spiaggia è provare un rimedio proposto da un esperto di medicina locale: usare la corteccia di un albero utilizzata da millenni per curare le febbri intermittenti. Lei guarisce. Per un secolo e mezzo, la Spagna diventa esporta-

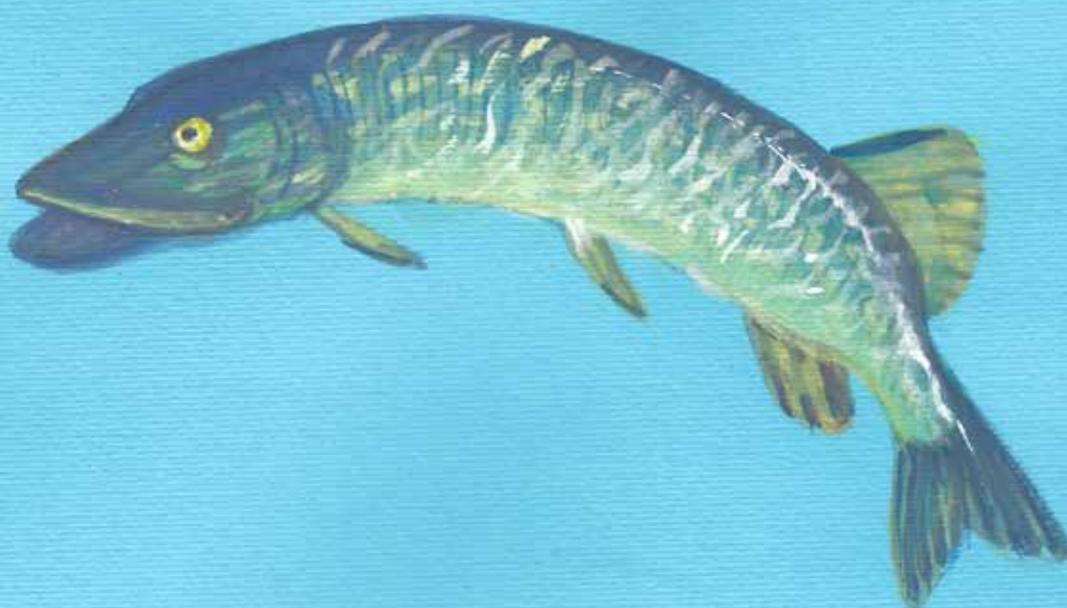
trice in Europa della corteccia peruviana. Però poi all'inizio dell'Ottocento un'altra grande potenza coloniale, l'Inghilterra, reputa che sia strategico per i propri interessi geopolitici diventarne il monopolista mondiale. Portarla a Londra è uno sforzo scientifico enorme, perché vuol dire da una parte cercare di capire quali sono le tecniche di conservazione più efficaci per i semi e per le piante vive e, dall'altra, fare un viaggio in nave di mesi. Il chinino viene riprodotto in grande quantità e poi parte per altri 3/4 mesi di viaggio per arrivare fino in India e in Sri Lanka, dove i botanici avevano individuato due siti adatti per una piantagione industriale. Gli inglesi faranno poi lo stesso con l'albero della gomma e con le spezie. ■

*Paola Chessa Pietroboni
direzione@cibiexpo.it*



Sotto: a sinistra, alcune cortecce di chinino; invece a destra, il libro scritto da Mario Boscolo per Eris editore.

LUCCIO.



PESCE D'ACQUA DOLCE
PRELIBATO GUSTOSO E SAPORITO
È CARATTERIZZATO DALLA BOCCA
A BECCO D'ANATRA
È DIFFUSO NELLA MAGGIOR
PARTE DELL'EUROPA.

NOTIZIE E INFORMAZIONI A PAG. 27 DICEMBRE 2024