

Quant'è buono il gelato italiano

In questo numero Il semifreddo artigianale del nostro Paese conquista il palato degli europei, mentre l'università "scopre" la scienza gastronomica istituendo un corso di laurea. E intanto una start up napoletana lancia un'app contro la contraffazione alimentare

ALLE PAGINE 2-3



CI PRESENTIAMO

La nostra idea di gastronomia

Giusto per riprendere l'editoriale del nostro giornalista stellato Pasquale Carlo, nel memorabile film "Misericordia e nobiltà", Totò, nei panni di Felice Sciosciammocca, auspicava un cambiamento radicale di vita grazie a un possibile matrimonio con un cuoco: uno qualunque, purché cuoco. Un cuoco quindi come possibile fonte di felicità. In fondo, scrivere di cibo, anzi di gastronomia, fa star bene, perché si sviluppano argomenti interessanti e divertenti e si sperimentano nuovi sentieri dell'informazione senza la pretesa di rivelare verità scientifiche. La redazione è formata da cronisti e non da esperti del "food", che scriveranno soprattutto dell'enorme filiera che si muove intorno al settore enogastronomico, sperando di ottenere ri-



scontri positivi da aziende, ristoratori, chef (anzi, cuochi) e appassionati. Ecco perché, molto semplicemente, neifatti.it ha deciso di sedersi a tavola. (mdm)

PROSIT

La magia del Gragnano il vino che univa lazzari e signori

di Pasquale Carlo

«**V**ai dal vinaio a nome mio, di Don Pasquale il fotografo, prendi due litri di Gragnano frizzante, assicurati che sia Gragnano. Tu lo saggi; se è frizzante, lo pigli, se no...». A don Pasquale, il grande Totò, nelle vesti di Felice Sciosciammocca lo scrivano protagonista di 'Misericordia e Nobiltà', rispondeva «...desisto!». Siamo immersi nella scena più celebre del capolavoro di Scarpetta. Peccato che il paltò che Totò stringeva tra le braccia non fosse «quello di Napoleone», dal valore tale da poter comperare spaghetti, buatta di pomodoro, salsicce e mozzarella di Aversa, per riempire le pance da troppi giorni vuote, prima di una bella bella fumata di sigaro. Soldati definiva il Gragnano «vino senza pretese, un piccolo vino», che bevuto a pasto diventa «veramente insuperabile». Rosso porpora violaceo, profumi di piccoli frutti rossi, lieve, spumoso. Fascino frizzante e storia seducente. Storia di duro lavoro, per lavorare le pergole allevate sui suoli vulcanici della Penisola Sorrentina, da cui prende il nome la Denominazione di Origine di cui Gragnano è una delle sottozone. Protagoniste sono le scontrose uve piediroso. E con loro aglianico, sciascinoso, tintore, castagnara. Coltivate nei territori di Gragnano e Pimonte e nella zona collinare di Castellammare di Stabia. Mix di varietà storiche da cui nasce un vino capace di far brindare insieme braccianti e borghesi, i Borboni con i lazzari. Misericordia e nobiltà. Un vino che si comporta da gran "signore" a tavola, con la bottiglia scolata di un colpo, e che dopo aver assolto in pieno al suo dovere è «pronto a tornare nella miseria», senza lamentarsi. Perché, come diceva Totò al calo del sipario, «basta sapere che il pubblico è contento».

Cibo italiano al 100x100 Te lo dice Authentic

Innovazione Una start up napoletana lancia un'applicazione rivoluzionaria che combatte la contraffazione alimentare. Basta scaricarla gratuitamente e attraverso la scansione del codice a barre è possibile conoscere l'effettiva provenienza dei prodotti

Un patrimonio unico, un bene da tutelare e far conoscere: è il cibo italiano, apprezzato in tutto il mondo e, per questo, anche imitato da tanti. Authentic è nata proprio per aiutare i consumatori a riconoscere, trovare e acquistare i prodotti italiani autentici e per contrastare il fenomeno Italian Sounding. Il progetto è stato sviluppato da una startup napoletana fondata da tre professionisti: Giuseppe Coletti (CEO), Gennaro Cirillo e Giancarlo Panico.

Due anni di ricerca per conoscere e documentare i vari tentativi di imitazione e per comprendere le dinamiche della produzione food & wine, che hanno dato vita ad un sistema innovativo, basato su una piattaforma digitale e un'App gratuita, disponibile per sistemi iOS e Android.

All'estero i consumatori hanno difficoltà a riconoscere un Parmesan da uno spicchio di Parmigiano Reggiano originale, uno dei prodotti alimentari italiani più imitati e contraffatti. Purtroppo questa forte domanda viene intercettata da scaltri produttori esteri che immettono sul mercato imitazioni dei nostri prodotti, utilizzando denominazioni geografiche, immagini e marchi che evocano l'Italia, ma che di Made in Italy non hanno proprio nulla.

Parliamo di un problema serio che affligge il mercato italiano: già nel 2014 le statistiche dimostravano che 2 prodotti su 3 venduti come italiani erano in realtà imita-



zioni e che il fatturato dell'Italian Sounding era di circa 60 miliardi. Oggi è salito a 90-100 miliardi, mentre, per fortuna, la proporzione di 2 a 3 si è leggermente ridimensionata, considerando che il nostro export agroalimentare vale 41 miliardi di euro.

La soluzione è Authentic. Basta scaricare, gratuitamente, l'App e attraverso la scansione del codice a barre è possibile conoscere l'effettiva provenienza italiana del prodotto. Mario, il testimonial, dirà con il suo pollice in su se si tratta di un originale, al contrario, se si tratta di un fake il pollice andrà in giù. In questo caso è possibile fare una segnalazione che arriva direttamente in redazione, per poi essere smistata ai produttori di quella specifica categoria merceologica.

Le funzioni non finiscono qui. L'App è utile non solo per gli stranieri che vogliono conoscere le prelibatezze nostrane, ma anche per gli ita-

liani che vogliono saperne di più sui prodotti. Si possono avere, infatti, informazioni sui prodotti, conoscere la storia, il territorio e il produttore e anche scoprire le ricette italiane originali. Authentic ha anche mappato tutti i ristoranti italiani nel mondo e segnalato solo quelli che cucinano nel rispetto della tradizione e utilizzano veri prodotti italiani. Authentic da, inoltre, l'opportunità ai produttori italiani di raccontare sé stessi e i loro prodotti. Aiuta le aziende ad intercettare la crescente domanda di cibo Made in Italy, a conoscere i tentativi di imitazione e a cogliere le numerose opportunità di business. La mission è quella di supportarle per vendere di più all'estero, per valorizzare l'unicità dei propri prodotti e per identificare i mercati a maggior potenziale, con l'obiettivo di vendere di più all'estero.

Felicia Liguori

Molte aziende, tra cui D'Amico, La Fabbrica della Pasta, Corbari, La Torrente, hanno già scelto Authentic per tutelare i propri prodotti e promuovere all'estero la cultura del buon cibo italiano.

Authentic ha anche stretto partnership importanti con ANICAV (Associazione Nazionale Industriali Conserve Alimentari Vegetali), Food Innovation Institute e OTACL (Ordine dei Tecnologi Alimentari Campania e Lazio).



Qualità, tecnologia e originalità È l'anno del gelato italiano

Tendenze Il nostro Paese ha conquistato per la prima volta il primato produttivo europeo. Il mercato vale due miliardi con circa 40mila addetti: la produzione è per un terzo industriale, per due terzi artigianale. Roma si conferma regina, con 1400 attività e 4200 addetti

Sostenibile e salutare. Raffinato ai fiori edibili e tradizionale con materie prime a denominazione garantita. Gastronomico e reso spumoso dal sifone. Sarà l'estate del gelato 4.0 che coniuga alta qualità, tecnologia e (più che) un pizzico d'ingegno. Sventola il tricolore italiano sull'Everest del gelato europeo. Nel 2016, il nostro Paese ha per la prima volta ottenuto il primato produttivo continentale. E nel 2017 ha migliorato ulteriormente la sua performance. Complice una stagione calda più secca e più lunga della norma, che ha fatto esplodere i consumi, la produzione di gelato italiano è stimata in crescita del 10/12% da una indagine del Centro studi Cna in collaborazione con Cna Agroalimentare condotta tra gl'iscritti alla confederazione.

In complesso, quindi, il 2017 dovrebbe archiviare una produzione italiana superiore ai 660 milioni di litri contro il precedente record di 595 mln del 2016, il 19% del totale europeo. Per intendersi, l'equivalente ogni giorno di un treno con 60 container a bordo. Dietro l'Italia, rileva l'Eurostat, l'istituto statistico europeo, nell'ordine si erano piazzate Germania (515 mln), Francia (454 mln), Spagna (301 mln) e Polonia (264 mln). Per rendere l'idea della performance, fino al 2010 il nostro Paese era quarto, alle spalle di Germania, Francia e Regno Unito. Poi per quattro anni è stato secondo e infine il primato, strappato ai produttori tedeschi appunto nel 2016.

Il mercato mondiale del gelato attualmente vale 15 miliardi di euro, secondo l'Osservatorio Sigep, con un tasso di crescita annuo del 4%. Quello europeo (fonte Unioncamere) si ferma a nove miliardi con 150mila addetti. Il mercato italiano vale due miliardi con circa 40mila addetti: la produzione è per un terzo industriale, per due terzi artigianale. Il giro d'affari del gelato artigianale si situa,



quindi, intorno al miliardo e mezzo con circa 30mila addetti.

Quanto ai consumi, nel 2017 in Italia ogni adulto avrebbe mangiato tra i 6,5 e i sette chilogrammi di gelato. Un dato, però, sicuramente influenzato dai forti consumi di turisti stranieri. Sul fronte dell'export, invece, l'Italia perde colpi.

Sempre secondo l'Eurostat, nel 2016 le esportazioni italiane del settore si sono fermate a 223 milioni, praticamente la stessa cifra del 2010, segnando un calo di valore superiore al 16%. Viceversa, la Germania ha esportato gelati per 401 milioni, la Francia per 398 milioni, il Belgio per 350. Numeri che a qualche osservatore hanno fatto paventare per il gelato lo stesso percorso di una strada purtroppo già battuta

da pizza ed espresso. Prodotti italiani di eccellenza riconosciuta, talmente globalizzati da perdere la connotazione originaria sui mercati mondiali, divenuti spesso appannaggio di anonime industrie con sede a migliaia di chilometri dalla Penisola.

La mappa nazionale della Camera di commercio di Milano, elaborando i dati del Registro delle imprese 2016, ha incoronato Roma regina del gelato con 1400 attività e 4200 addetti. A completare la top dieci, nella classifica per attività seguono Napoli (933), Milano (783), Torino (732), Salerno (529), Bari, Brescia, Palermo, Venezia e Catania. Nella graduatoria per addetti vengono Milano (2960), Napoli (2494), Firenze (2450), Torino (2443), Bari, Salerno, Venezia, Brescia e Palermo.

Vuoi ricevere il giornale? Scrivi a redazione@neifatti.it

Chiariello Costruzioni s.r.l.



Geometra Chiariello Raffaele
333 5922512

Sede: Via P. Picasso, 13/d - 80029 S.Antimo (Na) - Tel/Fax: 081.8330441
e-mail: chiariellocostruzionisrl@pec.it - C.F. e P. IVA: 05340691210

a Limatola c'è

EUROGRONDE
per tutti
tel. 0823 481116

Editoria

Uffici Stampa

Social Media

Marketing

Wilma Press

Storytelling

Editing

App

Progetti di Comunicazione

+39 547 8822829

Eventi

Multimedia

Design

wilmapress.mail@gmail.com

Manualistica
Disegno CAD



carrozzeria & servizi
iANNUCCI

soccorso stradale 24h - noleggio auto

MIO CARROZZIERE
FEDERCARROZZIERI
800 700 814

Mani esperte
per la tua auto!

0 8 2 4 - 9 4 0 6 1 0
3496702094 - 3285627977

neifatti gastronomici

supplemento settimanale di neifatti.it
Anno I - n. 1 - 30 luglio 2018

Registrazione al Tribunale di Nola n. 2 del 21/06/2017

Direttore editoriale: Pasquale Carlo
Direttore responsabile: Marzio Di Mezza
In redazione: Giuseppe Picciano

impaginazione vgodono

redazione@neifatti.it

Editore Wilma Press S.r.l.r.

Isola 2 - Torre 2, Int. 211

Cis Interporto - 80035 Nola (Na)



Mobili da bagno
Materiale edile
Rivestimenti
Rubinetteria
Pavimenti
Ceramica
Sanitari

SPEDIZIONI IN TUTTA ITALIA
Ceramica Italia

Nocera Inferiore (Sa), Via Atzori, 299
Tel. 081 18746992
Cell. 331 7294154
Email ceramicaitaliasrls@libero.it



Il più costoso carrello della spesa? Quello delle famiglie valdostane

Le nostre tasche La più piccola regione d'Italia si posiziona in testa alla classifica nazionale con 503 euro al mese per il solo acquisto di generi alimentari e bevande analcoliche. Il dato emerge da un'analisi della Coldiretti sui consumi delle famiglie nel 2017, che fotografa le abitudini alimentari regionali

La spesa delle famiglie valdostane è il 20 per cento superiore di quelle abruzzesi e la più piccola regione d'Italia si posiziona così in testa alla classifica nazionale con 503 euro al mese per il solo acquisto di generi alimentari e bevande analcoliche rispetto agli abitanti dell'Abruzzo che con 420 euro al mese fanno segnare il valore più basso lungo la Penisola. E' quanto emerge da una analisi della Coldiretti sulla base dei dati Istat sui consumi delle famiglie nel 2017 che fotografa le abitudini alimentari regionali. In Italia la tavola è, sostiene la Coldiretti, una componente importante della spesa familiare della quale assorbe in media ben il 18 per cento delle risorse con un valore medio mensile per famiglia di 457 euro al mese.

Dietro il valore nazionale si nascondono però, continua la Coldiretti, notevoli differenze a livello regionale con i consumi per alimentari e bevande che nel Mezzogiorno d'Italia assorbono quasi un quarto della spesa complessiva, anche se è il Nord Est dove gli acquisti di cibo sono più alti.

La situazione varia tuttavia da Nord a Sud nelle diverse regioni, dall'importo minimo di 420 euro al mese in Abruzzo ai 424 della Sicilia, i 431 in



Friuli Venezia Giulia, i 434 di Veneto e Umbria, i 442 della Sardegna, i 443 del Molise, i 445 della Liguria, i 447 del Lazio, i 448 della Calabria, i 457 della Puglia e dell'Emilia Romagna, i 460 delle Marche, i 461 della Toscana, i 475 della Lombardia, i 478 del Piemonte, i 479 del Trentino Alto Adige, i 485 della Basilicata, i 488 della Campania e i 503 della "regina" Valle d'Aosta.

Analizzando le singole voci della spe-

sa alimentare, il 2017 nel carrello delle famiglie italiane ha visto un prepotente ritorno della dieta mediterranea con l'aumento della spesa per l'olio d'oliva (+11%), frutta e verdura (entrambe con +4%), pane e pasta (+1%) nonché la riscossa della carne dopo anni di costante calo dei consumi. Uno stile di vita che ha consentito agli italiani, ricorda la Coldiretti, di conquistare valori record nella longevità con 80,3 anni per gli uomini e 85,2 anni per le donne.

In media, conclude la Coldiretti, la maggiore percentuale della spesa alimentare è destinata proprio all'acquisto di carne (94 euro), davanti a pane e pasta (76 euro), ortaggi (63 euro), latte, formaggi e uova (58 euro), frutta (43), pesce (39 euro), bevande (22 euro), zucchero e dolci (19 euro), oli e grassi (17 euro), caffè e the (14 euro) e piatti pronti (10 euro).

L'Università Federico II lancia il corso di Scienze gastronomiche

Scenari Iniziativa del Dipartimento di Agraria dell'ateneo napoletano. Si partirà con 50 matricole che studieranno il cibo mediterraneo. Il rettore Manfredi: «Un percorso didattico unico»

“**I**l corso di laurea in Scienze Gastronomiche Mediterranee rappresenta una forte innovazione nel quadro nazionale. L'obiettivo è promuovere professionisti del cibo che guardino a questo tema a 360°, combinando competenze più specifiche ad aspetti di cultura più generale, in modo da trasformare il cibo in risorsa e valorizzare il patrimonio gastronomico”. Gaetano Manfredi, rettore dell'Università di Napoli Federico II, presenta così il nuovo corso di laurea in Scienze Gastronomiche Mediterranee nel dipartimento di Agraria dell'ateneo federiciano che ha sede nella reggia di Portici.

Aperto a 40-50 studenti che dovranno superare un test d'ingresso, il corso

sarà attivato a partire dall'anno accademico 2018-2019, con avvio delle lezioni a settembre. I laureati in Scienze Gastronomiche Mediterranee saranno figure professionali esperte dell'intera filiera del cibo, dalla produzione primaria al marketing, dalla tecnologie alimentari alla nutraceutica, dalla sto-

“Un'iniziativa di straordinario valore che coglie il grande potenziale del settore enogastronomico, oramai decisivo anche dal punto di vista economico e ricco di contenuti di modernità”

VINCENZO DE LUCA

ria e filosofia del cibo alla comunicazione. Saranno formati, cioè, i futuri responsabili della ristorazione, della logistica della materia prima ma anche i comunicatori food di domani, con la possibilità di abbracciare una carriera dirigenziale nel settore alimentare, gastronomico o ristorativo. Si tratta di un percorso di studi triennale che si avvarrà anche della collaborazione di esperti esterni al mondo accademico ma vicini a quello della ristorazione e della gastronomia di alto livello.

Inoltre, a partire dal terzo anno, grandi chef italiani, rappresentati dalla 'stellata' Rosanna Marziale, condivideranno con gli studenti le proprie abilità e competenze sulla biodiversità dell'enogastronomia campana e di tutto il Mediterraneo, vini compresi. Anche la sede nel campus di Portici del dipartimento di Agraria è stata completamente rinnovata e dotata di supporti digitali, in un ambiente didattico innovativo senza banchi o cattedre, con strutture e strumenti da ristorazione, per stimolare l'interazione creativa tra studenti e docenti.

“Quando nasce qualcosa di nuovo, attento alle esigenze di un territorio ricco come quello campano, bisogna dimostrare la vicinanza delle istituzioni - dice il ministro dell'Istruzione, Marco Bussetti, intervenuto alla presentazione del corso di laurea”.

Il governatore della Campania, Vincenzo De Luca, ha parlato di “un'iniziativa di straordinario valore che coglie il grande potenziale del settore enogastronomico, oramai decisivo anche dal punto di vista economico e ricco di contenuti di modernità”.

Il brand Eccellenze Campane è l'unico partner privato nell'attivazione del corso di laurea “perché riteniamo che dietro ogni professionista del cibo - sottolinea il presidente di Eccellenze Campane, Paolo Scudieri - ci debba essere una formazione completa, non solo teorica ma anche pratica, che vada dalla conoscenza del patrimonio enogastronomico alla logistica e gestione della ristorazione fino agli aspetti legati al marketing e alla comunicazione”.

CULTURA

Noblesse oblige, sul sito dell'enciclopedia Treccani il primo dizionario dei prodotti Dop e Igp italiani

Un viaggio alla scoperta delle origini, dall'Aceto Balsamico di Modena al Parmigiano Reggiano, dal Prosciutto di Parma al San Daniele e ancora dal Cannonau di Sardegna al Franciacorta fino ad arrivare allo Zafferano dell'Aquila: 821 voci dalla A alla Z, 526 riferite ai vini e 295 ad alimenti, dal Sud al Nord Italia che definiscono le produzioni ad indicazione Geografica italiana riconosciute.

È online su treccani.it il “Dizionario dei prodotti Dop e Igp italiani”, primo dizionario enciclopedico frutto della collaborazione fra Treccani e Fondazione Qualivita che punta a rendere accessibile a tutti il patrimonio agroalimentare e vinicolo nostrano contro la diffusione di informazioni false e conoscenze sbagliate, per valorizzare le eccellenze e contrastare ogni forma di contraffazione. Il nuovo strumento digitale presentato a Roma è parte integrante del progetto

to Treccani Gusto, lanciato a gennaio 2018, per tutelare e promuovere la cultura del cibo italiano nel mondo e organizzare in un unico sistema le esperienze del settore rurale italiano a Indicazione Geografica che inoltre lancia come parola chiave l'hashtag #leparoledelgusto.

“Nell'anno del cibo italiano ho il piacere e l'onore di accogliere i prodotti agroalimentari Dop e Igp nel sistema dei contenuti digitali Treccani - spiega Massimo Bray, direttore generale Treccani -.

Grazie ai circa 600mila accessi unici quotidiani al nostro portale - ha aggiunto - le eccellenze italiane del settore agroalimentare hanno a disposizione un nuovo, importante strumento per una tutela delle loro caratteristiche identitarie. Una tutela che, da oggi - conclude - sarà sempre più connessa, anche nel panorama internazionale, a una migliore comunicazione dei valori culturali di cui questi prodotti sono portatori”.



Vuoi ricevere il giornale? Scrivi a redazione@neifatti.it



Contrada Pantano, Benevento. Tel. 338 845 7722



NAPOLEONE
PASTICCERIA | CIOCCOLATERIA
GELATERIA | CAFFETTERIA
since
1970
SHOP ONLINE

La Lanterna
Ristorante Pizzeria Braceria
Piazza dei Martiri 1943-45, 10
Bologna
<https://www.facebook.com/RistoranteLaLanternaBologna/>

Amor mio
Creatività e gusto in cucina
Chef : Vincenzo Toppi
Via G. Amendola, 69 - Bruscianno (Na)
info: 338.2673694
e-mail: toppivincenzo@libero.it

VIGNE SANNITE
IN OGNI BICCHIERE
TUTTA LA MILLENARIA
TRADIZIONE SANNITA
DEL COLTIVARE VIGNE
LOCALITÀ SALELLA - CASTELVENERE (BN)
TEL. +39 0824 941494
WWW.VIGNESANNITE.IT