



ACCADEMIA ITALIANA DELLA CUCINA
Delegazione Singapore Malaysia Indonesia

13 ARTICOLI DI NOSTRI ACCADEMICI
che esplorano il Tema della

VI Settimana della Cucina Italiana nel Mondo

*“Tradizione e Prospettive della Cucina Italiana:
consapevolezza e valorizzazione della sostenibilità alimentare”*

Singapore 22-28 novembre, 2021





Accademia Italiana della Cucina
Delegazione Singapore Malaysia Indonesia

13 ARTICOLI DI NOSTRI ACCADEMICI
che esplorano il Tema della

VI Settimana della Cucina Italiana nel Mondo

*“Tradizione e Prospettive della Cucina Italiana:
consapevolezza e valorizzazione della sostenibilità alimentare”*

Singapore 22-28 novembre, 2021

Premessa

Il contesto di questa raccolta di articoli è il tema della "VI Rassegna Mondiale della Settimana della Cucina Italiana nel Mondo" promossa dal MAECI e di cui l'Accademia Italiana della Cucina è partner sin dalla prima edizione.

Il tema di questa edizione è: "*Tradizione e prospettive della cucina italiana: consapevolezza e valorizzazione della sostenibilità alimentare*". Corollario del Tema è la *Dieta Mediterranea* come modello e stile alimentare equilibrato,

- 1) che contrasta lo spreco del cibo,
- 2) che sottolinea l'importanza della connessione tra cibo e sostenibilità e quella tra biodiversità e diversità alimentare,
- 3) che lotta contro i sistemi di etichettatura,
- 4) che tutela i prodotti a denominazione protetta e controllata e contrasta il fenomeno dell'*Italian sounding*,
- 5) che tutela le tradizioni enogastronomiche e vitivinicole delle regioni e
- 6) che contribuisce all'offerta formativa in collaborazione con scuole alberghiere e scuole di cucina

Ringraziamo gli Accademici della Delegazione di Singapore per aver ispirato e contribuito a questo *Booklet*.

La Consulta

Indice degli articoli

1. A Singapore scendendo a *piatti* con la cucina asiatica- Civiltà della Tavola, Marzo 2020

Contrasto allo spreco di cibo

3. Cucinando con i fiori- Civiltà della Tavola, Aprile 2020

Eco-sostenibilità

5. La spesa *online* e il supermercato dopo la pandemia. Civiltà della Tavola, Giugno 2020

Consapevolezza e valorizzazione della sostenibilità alimentare

7. Il Futuro Della Carne E La Carne Del Futuro. Civiltà della Tavola, Settembre 2020

Eco-sostenibilità

9. Una zucca dal nome curioso: “cappello da prete” Civiltà della Tavola, Ottobre 2020

Tutela dei prodotti a denominazione protetta

11. La favola di Lee Yum Hwa: *dal fintech alla pasta all'uovo* Civiltà della Tavola, Ottobre 2020

Contrasto al fenomeno dell'Italian Sounding

13. I supermercati possono aiutare a risolvere gli sprechi alimentari. Civiltà della Tavola, Novembre 2020

Contrasto allo spreco di cibo

15. A Singapore la cucina italiana parla anche giapponese. Civiltà della Tavola, Febbraio 2021

Tradizione e prospettive della cucina italiana

17. Dobbiamo riscoprire *le conserve in scatola*? Civiltà della Tavola, Maggio 2020

Eco-sostenibilità

18. A Tavola dopo il Coronavirus: i nuovi scenari alimentari. Civiltà della Tavola, Aprile 2021

Tradizione e prospettive della cucina italiana

19. Lo Zenzero dai Tanti Nomi Civiltà della Tavola, Maggio 2021

Tradizioni enogastronomiche delle Regioni

21. La lunga storia della Cassoeula...che continua anche a Singapore Civiltà della Tavola, Luglio 2021

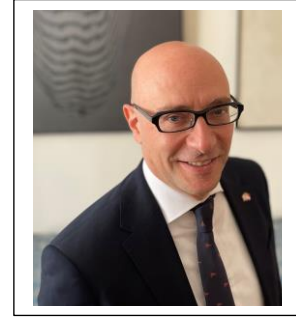
Tradizioni enogastronomiche delle Regioni

23. Bacon di Funghi- Civiltà della Tavola Ottobre 2021

Eco-sostenibilità

Messaggio di S.E. l'Ambasciatore

Da diversi anni la nostra rete di Ambasciate, Consolati, Istituti Italiani di Cultura e Uffici ICE all'estero promuove la "Settimana della Cucina Italiana nel Mondo" una rassegna tematica annuale, dedicata alla promozione della nostra cucina e dei prodotti agroalimentari italiani qualità. Tra gli obiettivi della rassegna, per la cui ideazione e coordinamento dobbiamo ringraziare la Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese della Farnesina, che opera assieme a un gruppo di lavoro che coinvolge istituzioni, enti territoriali, attori pubblici e privati,



filiere produttive e mondo accademico-scientifico, ivi inclusa l'Accademia Italiana della Cucina, quello di valorizzare la ricchezza e la varietà delle tradizioni culinarie dei nostri territori, ma non solo. Si vuol far conoscere la salubrità e la sostenibilità dell'intera filiera. Non a caso quest'anno la rassegna rivolge uno sguardo insieme alla storia e ai grandi temi dell'attualità. Di qui il titolo dell'edizione 2021, "Tradizione e prospettive della Cucina Italiana: consapevolezza e valorizzazione della sostenibilità alimentare". A Singapore, tra le iniziative che ci porteranno a valorizzare le tradizioni culinarie e i vini caratteristici delle nostre Regioni - considerando sempre, nei confronti di un pubblico colto e amante dei viaggi, l'aspetto del turismo eno-gastronomico - si inserisce anche questa interessante raccolta di articoli a cura dell'Accademia Italiana della Cucina. Trovo eccellente la scelta di raccogliere i contributi di Accademici di Singapore, i quali si rivolgono a noi non solo scrivendo di sapori e ingredienti, ma anche delle più recenti evoluzioni che interessano il settore alimentare, dalla produzione alla distribuzione, dalle ricette sostenibili alle nuove tecnologie, ma sempre attraverso la lente della loro personale esperienza in questa regione del mondo. La mentalità di questi Accademici nell'affrontare la tradizione è piacevolmente aperta, appassionata del confronto creativo tra identità. È una cifra particolarissima, che a Singapore costituisce la colonna portante di una società composta di identità solide e profonde, le quali proprio per la loro solidità prosperano insieme con spirito profondamente costruttivo. Il risultato è un racconto vivace e interessante, adatto a un pubblico di Singapore che ha una visione ampia della cultura culinaria, dai ristoranti stellati agli *hawker center*. Questi ultimi sono forse un elemento centrale della società della Città-Stato, se quest'anno addirittura nella Biennale dell'Architettura di Venezia, il padiglione di Singapore si è richiamato proprio ad essi nel suo allestimento, come luoghi di confronto e convivenza tra gusti, sapori e culture. Noi italiani, che viviamo la cucina come un linguaggio aperto, che ci fa comunicare con la ricchezza delle nostre identità regionali e territoriali, possiamo quindi approfittare grazie a questa pubblicazione, di un ulteriore strumento per entrare in risonanza con questo luogo così speciale. L'impegno dell'Ambasciata e delle istituzioni italiane presenti a Singapore, anche in questo settore così ricco e variegato, rimane quello di sviluppare insieme collaborazioni creative e inclusive, e di creare occasioni che favoriscano lo scambio culturale e la promozione dei nostri prodotti e dei nostri territori.

Mario Andrea Vattani

Messaggio del Delegato

13 articoli come il numero di monaci che ci volevano nel Medioevo per fondare un monastero. 13 come associazione alla grande dea che incarna la generosità della terra e della natura. 13 per prosperità, vita, creazione e distruzione. Una raccolta di 13 articoli scritti da nostri Accademici di Singapore che esplorano con ampio respiro, il tema della VI Settimana della Cucina Italiana nel Mondo: "Tradizione e prospettive della Cucina italiana: consapevolezza e valorizzazione della sostenibilità alimentare". Gli articoli sono stati pubblicati tra il 2020 e il 2021, su *Civiltà della Tavola*, rivista edita dall'Accademia Italiana della Cucina e in vendita in librerie ed edicole.



Quello di questo anno è un tema vasto e impegnativo, che questa raccolta affronta con disinvoltura proponendo esaurienti disquisizioni su dieta mediterranea, tradizioni, contrasto allo spreco e sostenibilità, come modello di stile alimentare equilibrato. A complemento è contestualmente proposto sui canali social della Delegazione e non solo, un intervento premium in forma di intervista del caminetto, sulla consapevolezza dei nostri prodotti DOC e dei loro aspetti salutistici, dal titolo "La modernità dei prodotti tipici italiani". Una chiave di promozione e internazionalizzazione della cucina italiana, dal taglio alternativo. La Delegazione completa il suo contributo per la Settimana dal 22 al 28 novembre, con una conviviale articolata su cinque sere, tenuta come da tradizione, presso il ristorante a cui è stato riconosciuto dall'Accademia, il Diploma di Buona Cucina 2021.

Immagino che il mondo si stia adattando a vivere con virus come il Covid-19 e che il senso di ordine e responsabilità richiesto a tutti per riprendere e mantenere una vita normale, stia prevalendo su timori e disinformazione. La nostra Delegazione con i suoi Accademici ha risposto "presente" anche con questa piccola pubblicazione. Una bella comunità, che ringrazio per l'atteggiamento positivo e costruttivo da Vita (super)Nova, come magnificamente sintetizzato dal Salone Internazionale del Libro a Torino intitolato al settimo centenario dantesco.

Giorgio Maria Rosica



A Singapore: scendendo a *piatti* con la cucina asiatica

di **Maurizia Debiaggi**

Accademica di Singapore-Malaysia-Indonesia

Garum, colatura di alici e fish sauce a confronto.

Al di là dello skyline di Singapore mi ha subito colpita la sua scena gastronomica incredibilmente unica: **la Città Stato è un food hub!**

Qui si possono scoprire **piatti provenienti da tutta l'Asia oltre a quelli della migliore cucina italiana e di molti altri Paesi occidentali.** E anche sapori così diversi, con contrasti tra dolce, salato e piccante, oppure le salse di origine marina che conferiscono ai piatti il gusto *umami*. I miei piatti preferiti sono i *rice noodles* e il *pad thai*, di cui ho subito **associato il gusto piacevolmente sapido conferito dalla tipica fish sauce, a quello della italianissima colatura di alici.**

Facile porsi una domanda: le due salse avranno qualche altro punto in comune oltre all'aroma e alla presenza di pesce? Sì, **entrambe sono in effetti il risultato di un processo di fermentazione a base di sale.**

La fish sauce è ampiamente diffusa nella cucina asiatica: è chiamata *nuoc mam* in Vietnam, *nam pla* in Thailandia, *ngan bya yay* in Myanmar, *budu* in Malesia e con altri nomi variabili in Cambogia, Laos, Indonesia e Filippine. Nonostante alcune confezioni della salsa di pesce raffigurino granchi o calamari, nella sua forma più semplice la salsa è composta da due ingredienti: pesce, di solito acciughe, e sale, fermentati per mesi in enormi vasche, in genere nelle proporzioni di tre parti di pesce e una di sale.

Il garum, la salsa tanto amata dagli antichi Romani

Spostandoci in Europa, troviamo che **una simile ricetta risale ai tempi dei Greci e dei Romani.** Apicio, nel I secolo,



parla infatti, nel *De re coquinaria*, dell'uso del *garum* che chiamava anche *liquamen*: una salsa di pesce così comune in quell'epoca, da non sentirsi in dovere di descriverne gli ingredienti o la preparazione. **Apicio la usava per insaporire e cuocere carni, pesce, verdure, frittate e perfino per friggere!** Ci sono notizie precise sul *garum* da Quinto Gargilio Marziale: la ricetta da lui descritta, nel III secolo, racconta di "pesci grassi come sardine e sgombri" che, insieme a interiora di pesce, venivano stratificati in grosse vasche insaporendoli con erbe aromatiche e sale. Anche Plinio il Vecchio, due secoli prima, nel suo *Naturalis Historia* scrive: "Un altro tipo di liquido pregiato, che chiamarono *garon*, è fatto con intestini di pesce e altre parti che di norma si dovrebbero buttare via, macerati nel sale, sicché quello diventi la feccia di cose in putrefazione. Questo *garum* era una volta ottenuto da un pesce che i Greci chiamavano *garos*".

Trovo questa descrizione del *liquamen* poco invitante, perché mi fa pensare più a un processo di decomposizione organica che a uno (più appropriato) di fermentazione. Dal testo di Plinio si può però rilevare che il *garum*, nonostante ottenuto da parti di scarto dei pesci, fosse considerato particolarmente pregiato e che il suo nome si deve al fatto che i Greci, già qualche secolo prima, utilizzassero per produrlo un piccolo pesce chiamato *garos*. Il suo uso nella cucina greca è peraltro testimoniato nei *Geoponica* compilati sotto l'impero di Costantino VII e da alcune fonti letterarie tra cui quelle di Eschilo, Sofocle e Platone. **C'è traccia della presenza del *garum* anche in Medioriente:** è stata trovata, infatti, **una fabbrica di produzione di questa salsa risalente a circa 2000 anni fa, alla periferia di Ascalona, in Israele.**

I Romani la consideravano talmente preziosa da essere importante merce di scambio nel Mediterraneo, come scrive Plinio, sempre nel *Naturalis Historia*: "Quasi nessuna altra salsa, tranne gli unguenti, comincia ad avere un prezzo alto, anche per le famiglie nobili". Andando ancora un po' indietro nel tempo,



si scopre che si produceva ottimo *garum* a Cartagine e in Numidia, l'attuale Algeri e che da qui il suo uso fu introdotto nella nostra penisola durante le guerre puniche. Volendo poi essere ancora più pignoli, non si può non considerare che **il *siqqu*, una salsa a base di pesce, venisse usata già nel II millennio a.C. in Mesopotamia**, dove i pesci (e a volte anche le cavallette, note in Asia come *gamberetti di terra!*) venivano abbondantemente salati e lasciati fermentare fino a ottenere una salsa simile al *garum* dei Romani. Non è difficile immaginare come il *garum* o *siqqu*, si sia poi diffuso all'Egitto e ai Paesi limitrofi per arrivare fino a Cartagine e Roma.

La colatura di alici ha oggi a Cetara il suo centro produttivo di eccellenza

L'eredità di tutto questo è oggi, in Italia, la colatura di alici, che a Cetara ha il suo centro produttivo di eccellenza. La sua ricetta è la stessa di quella descritta da Plinio, con l'unica differenza che **si usano solo le parti nobili dei pesci**, scartando la testa e le interiora, e

il liquido ottenuto viene filtrato con teli di lino.

Interessante il contributo di **Mark Kurlansky** che **ipotizza**, nel suo *Salt: A World History*, **che la *fish sauce* e il *garum* abbiano avuto un'origine indipendente** e che **la salsa asiatica sia originaria del Vietnam**, dove peraltro ancora oggi rappresenta il condimento più diffuso ed è usata per intingere gli involtini primavera, quale condimento per spaghetti e riso o come marinata per la carne alla griglia. I vietnamiti avrebbero tratto ispirazione dalla salsa di soia cinese che, nell'antichità, era prodotta attraverso la fermentazione di fagioli di soia e pesce. Per contro, **non va esclusa la possibilità che il *garum* sia arrivato in Oriente attraverso la Via della Seta:** le province romane commerciavano, infatti, con regioni lontane come l'India e la Cina, grano, olio, schiavi, tessuti, pietre preziose e molti altri prodotti tra cui il *garum*. Entrambe le ipotesi sono affascinanti, pensando anche che oggi, a Singapore, si trova la colatura di alici per insaporire un piatto di spaghetti (trafilati al bronzo ovviamente!) di alta cucina italiana ed eccellenti tagliolini di riso thailandesi che hanno il caratteristico profumo della *fish sauce*: cucine, ricette e sapori tanto distanti con un ingrediente in comune.



Cucinando con i fiori

di **Maurizia Debiaggi**

Accademica di Singapore-Malaysia-Indonesia

*Menu "petalosi"
tra bellezza, salute,
ambiente.*

Non sono solo belli e accattivanti ma anche sani, **ecosostenibili e unici nel complementare i sapori e aggiungere gusto**. I fiori eduli mi affascinano perché penso appartengano alla nuova frontiera del cibo che punta allo stretto contatto con la natura come fonte di benessere. Oltre alla bellezza conferiscono ai piatti gusti, come dire ... *petalosi*. Il loro utilizzo, che fino a pochi anni fa era considerato una moda, è **ora diventato il filo conduttore nei piatti di tanti grandi chef**.

Così, nei ristoranti di alta cucina italiana, troviamo sempre più spesso piatti con primule, viole, fiori di sambuco o amaranto, petali di tagete: un tocco di colore che cattura l'attenzione, appaga la vista e, a quanto pare, rappresenta anche un alimento nutraceutico e rispettoso dell'ambiente.

Molte sono le domande che mi pongo quando vedo fiori eduli in un piatto di risotto Carnaroli o su un crudo di gamberi rossi di Mazara, specialmente se serviti in ristoranti italiani nella lontana



Beppe De Vito e Mirko Febbrile: tartare di manzo con midollo



Singapore. Qual è la loro filiera e come vengono abbinati nelle diverse pietanze? Sono davvero un *plus* in un piatto d'autore? Niente di meglio che andare a parlare proprio con chi, tra gli chef italiani a Singapore, li sceglie e li utilizza tutti i giorni.

Gli chef italiani a Singapore li utilizzano nei loro piatti

"Anche l'occhio vuole la sua parte - dicono **Beppe De Vito e Mirko Febrile del ristorante "Braci"** (una stella Michelin dal 2017) - ma non sono solo un fattore estetico. I fiori servono quando dobbiamo **arricchire il sapore** di una preparazione o vogliamo **sottolinearne la stagionalità**: rappresentano un modo diverso di esprimerci. Li usiamo in molti piatti, dagli antipasti ai dolci".
"Li acquisto da un fornitore locale - prosegue Beppe De Vito - perché **a Singapore il mercato dei fiori commestibili è fiorente**; c'è un'ampia scelta e ho la possibilità di controllare la loro produzione **seguito la filiera dal seme al fiore in tavola**: la loro freschezza e sicurezza igienica sono garantite! Uso spesso **i fiori di origano, aglio orsino, fi-**

nocchio, zenzero, cetriolo, sambuco o gli *starfruit flowers* (*Averrhoa carambola*). Un fiore può aggiungere un sapore che "sorprende", come quello di amaranto che sa di spinaci bolliti o l'*oyster leaves flower* (*Martensia maritima*), un piccolo fiore blu, bellissimo e con un sapore simile a quello delle ostriche, ottimo per insaporire *finger food* e stupire con un gusto inaspettato.

"Li uso anche per dare contrasti di sapori - continua Mirko Febrile - come quando aggiungo la **linaria, un piccolo fiore simile alle bocche di leone e con proprietà antiossidanti, sui dolci**, perché ha note amare ed erbacee e conferisce un piacevole tocco salino. Nel mio ristorante ho un contatto stretto con il cliente e quindi la possibilità di spiegare perché uso i fiori e che cosa apportano ai piatti; educo anche i miei ospiti a "come" devono assaporarli. Il fiore di *shiso*, per esempio, è un piccolo grappolo al quale bisogna staccare i fiorellini partendo dal gambo verso le punte per farli cadere nel piatto ... ma anche il rametto è gustoso e da mangiare!

Nasturzio, borragine, ibisco si sposano rispettivamente a scampi, funghi e dolci

"Io utilizzo molto spesso i fiori eduli - afferma **Denis Lucchi**, resident chef del **ristorante neo stellato "Buona Terra"** - li compero nelle controllatissime *farm* di Singapore e studio attentamente il loro abbinamento agli ingredienti dei miei piatti. **I fiori e le foglioline di na-**



sturzio, per esempio, sanno di rafano e wasabi e quando vengono aggiunti a una pietanza ne determinano decisamente il gusto. Per questo motivo li **abbino a scampi e barbabietola o a piccione e pesche**, perché danno una nota di freschezza e **piccantezza a sapori delicati e dolci**. Adopero invece il fiore di aglio con i piselli freschi e i **coreografici fiori di borragine, che hanno sapore di cetriolo, sui funghi porcini** (questi ultimi rigorosamente importati dall'Italia!). Mi piace inoltre fare uso del fiore di **ibisco**, che si abbina alla perfezione con i dolci conferendo un aroma di lampone e rabarbaro.

Alcuni fiori mi servono invece solo per decorare, in particolare se sono "grossi" e viene usata tutta la corolla, come nel caso del tagete, delle rose o delle viole del pensiero".

Quello dei fiori eduli è, quindi, **un mondo tutto da scoprire e di crescente importanza nell'alta ristorazione**, soprattutto se pensiamo che oggi, in Italia, alcune aziende stanno investendo sulla "bellezza dei fiori" quale business agricolo del futuro. I fiori presenti sulle nostre tavole, o meglio nei nostri piatti, fino a pochi anni fa importati prevalentemente da Israele o dal Nord Europa, sono oggi prodotti in molte regioni italiane tra cui Liguria, Toscana, Trentino-Alto Adige, Veneto, Puglia e Sicilia, da aziende che in alcuni casi esportano all'estero fino all'80% della propria produzione. **I fiori commestibili Made in Italy arrivano oggi anche in Nord Europa, Dubai e Hong Kong** ... non ancora a Singapore. La loro popolarità è tale che sono reperibili anche nei supermercati più forniti e online a prezzi accessibili, per la gioia dei palati più raffinati, degli amanti del benessere, degli esteti, e anche di vegetariani e vegani!

Maurizia Debiaggi





La spesa *online* e il supermercato dopo la pandemia

di **Giorgio Maria Rosica**

Delegato di Singapore-Malaysia-Indonesia

Significativi cambiamenti nel settore alimentare, incluso il modo di fare la spesa.

Il supermercato, così come lo conosciamo, è nato nel 1916 a Memphis, negli Stati Uniti, da un'idea di Clarence Saunders. Da allora non è cambiato molto, sia per ragioni endogene al commercio di generi alimentari, sia esogene, come la difficoltà a modificare le abitudini e la psicologia del *fare la spesa*. Mi

chiedo se la pandemia possa indurre un diverso modo di "fare supermercato". Ai fini di questa chiacchierata, guardo al mercato statunitense che è il più strutturato e maturo. **In Italia, Amazon, Crai, Conad, Coop, Carrefour, Esselunga e Auchan operano in realtà e contesti diversi, ma con le stesse sfide.** Ugualmente per *NTUC Fair Price, Cold Storage* e *Uber Supermarket* a Singapore.

Le start-up di negozi di alimentari *online* tentarono per la prima volta, alla fine degli anni Novanta del secolo scorso, di cambiare il modo di vendere gli alimentari. Nessuna di loro sopravvisse al crollo delle dot.com del 2001.

Negozi, grandi catene di supermercati e high-tech ci stanno oggi riprovando. **Negli Stati Uniti, Amazon Fresh e Instakart, sono i leader nella vendita di alimentari online.** Per contro, le principali cate-

ne di supermercati (*Walmart, Kroger*) offrono servizi di acquisti *e-commerce* concentrandosi sul ritiro al negozio piuttosto che sulla consegna a domicilio.

Mancano il piacere del curiosare e l'emozione dell'acquisto di impulso

Fare la spesa *online* non è gratificante come entrare in un negozio di alimentari progettato per il piacere del curiosare, dell'emozione e dell'acquisto di impulso. In più la spesa *e-commerce* non permette di esercitare appieno i nostri sensi. **A tale carenza sono imputate le maggiori difficoltà a far decollare le vendite online di alimentari.** Le ingombranti dinamiche della catena di approvvigio-



namento dei supermercati e le considerazioni economiche fanno il resto.

Mi chiedo se la **spesa online** sia solo un **ripiego o una soluzione temporanea** in momenti di emergenza.

I pro e i contro. Una volta selezionati i prodotti, il negozio di alimentari *online* consente agli acquirenti di optare per **alcune sostituzioni nel caso in cui un articolo sia esaurito** o non disponibile. Il processo varia in base al servizio, con alcune piattaforme che indicano un'alternativa precisa, mentre altre suggeriscono scambi che dovrebbero avvicinarsi alle preferenze del cliente. Ciò porta a lamentele per errori lievi o perversi e per le preoccupazioni sulle scelte di prodotti in funzione di allergie o intolleranze.

Il costo della consegna a domicilio o del ritiro al supermercato, il problema dei resi, uno **scontrino medio maggiore** e il dover essere presenti alla consegna, sono **altri contro** che pesano sulla comodità della spesa *online*.

L'acquisto online di alimentari ha una ragion d'essere e un futuro?

I negozi di alimentari sono cambiati prima e possono cambiare di nuovo. I ristoranti creati solo per l'asporto o la consegna a domicilio sono un esempio del nuovo che avanza. Sono identificati come *gost-kitchen* (cucine-fantasma). **Il negozio di alimentari online è un servizio più maturo**, più economico e sta conquistando mercato perché, oltre alla comodità, riduce il rischio di contagio al quale sono esposti clienti e addetti. In questi mesi è passato dal 3% a oltre il 12% delle vendite di generi alimentari.

I supermercati non saranno obliterati dallo shopping online, ma potrebbero evolversi, cambiare veste. Un paio di scenari.

L'evoluzione organica. La continua crescita di acquisti *online* di alimentari potrebbe **spingere i negozi del settore a servirsi di addetti più preparati** a soddisfare le necessità della clientela, **favorendo** lo sviluppo di supermercati che



punterebbero su **qualità, freschezza e km 0**. Una specie di ritorno ai negozi di fine secolo. Le macellerie, per esempio, stanno già vivendo negli USA una seconda primavera.

I grandi operatori, per contro, si concentrerebbero sul mercato dei prodotti alimentari a lunga conservazione e dei prodotti di base su cui sta puntando *Amazon Pantry*. Se questa segmentazione prendesse piede, si tradurrebbe in un enorme successo anche per la spesa *online* di alimentari deperibili e di qualità.

L'alternativa dirompente potrebbe essere quella più probabile. Le grandi strutture dedicate all'*e-commerce*, quale *Amazon*, potrebbero stringere ulteriormente la presa sul settore e optare per soluzioni su larga scala come i **dark stores**, l'equivalente delle *gost-kitchen*. Queste *drogherie-fantasma* renderebbero più efficiente ed economica l'evasione degli ordini *online* dei loro *brand*. **I supermercati** (come Walmart, Kroger e Wegman's) **riorganizzerebbero l'area vendita per favorire, a loro volta, gli ordini online** piuttosto che la *navigazione*, consolidando la loro quota di vendita *online* di generi alimentari.

I **supermercati** hanno storicamente perseguito una politica di espansione basata sulla diversificazione. Un grande *Wegman's* è quasi come una città a se stante: vi si trovano bancarelle di gastronomia, panetterie, caffetterie, stazioni di succhi di frutta, sushi bar e farmacie, solo per menzionarne alcune. Mentre *Amazon*, *Walmart Groceries* e *Instakart* assorbono via *online* una crescente quota della spesa settimanale, questi supermercati, dopo aver creato i *dark stores*, punterebbero con forza sull'offerta di nuovi prodotti e servizi diventando **Superstore**, dove l'area destinata alla vendita di prodotti alimentari non è più precipua. Il *Superstore* si trasformerebbe di fatto nel *successore*

del *centro commerciale*. Tali sviluppi metterebbero fuori gioco i supermercati più piccoli e specializzati, che verrebbero acquistati dai grandi *brand* e convertiti in *dark stores* con buona pace del supermercato di qualità e del km 0. Vedasi *Whole Food*, di recente acquistato da *Amazon*.

Una modalità di acquisto che resta per ora un servizio per ricchi

Nonostante l'enorme e veloce crescita, la vendita *online* di alimentari resta un servizio per ricchi. A meno che non si facciano ordini ingenti, **i costi di piccoli ordini ripetitivi non sono alla portata dei meno abbienti**. Non possono essere usati *coupon* e **non tutte le promozioni sono estese alla vendita online**.

E allora, cosa ragionevolmente possiamo aspettarci **come conseguenza della pandemia**? Probabilmente che **i supermercati siano ancora più efficienti, con ambienti più sicuri** e grandi parcheggioggi. Che la gente voglia ancora andare al supermercato anche se lo farà un po' **più spesso con gli smart phones piuttosto che con i carrelli**. Che le consegne a domicilio di prodotti di base prendano quota.

I *Superstore*, per contro, offriranno sempre più servizi e attività commerciali diversificate con la possibilità, inoltre, di gustare un pasto caldo acquistato in uno degli innumerevoli chioschi.

Certamente continueremo, anche in Italia o a Singapore, a fare la spesa come l'abbiamo sempre fatta, sia che si affermino i piccoli negozi sia che trionfino le grandi catene di supermercati e *Superstore*. **La spesa online, tuttavia, farà sempre più parte delle nostre abitudini.**



Il futuro della carne e la carne del futuro

di **Maurizia Debiaggi**

Accademica di Singapore-Malaysia-Indonesia

Come fermare la crisi della biodiversità.

Modificare il nostro sistema alimentare diminuendo il consumo dell'amata carne è un po' come recidere le radici con il nostro passato, con la nostra storia. Sembra un piano di difficile attuazione, non a misura d'uomo. Eppure questa è la sfida che ci propone uno studio del World Economic Forum (WEF) del 2019. La considerazione

che siamo circa otto miliardi ha di certo avuto il suo ruolo.

*Ridurre il consumo di carne
comporta benefici
anche per l'ambiente*

L'analisi del WEF dimostra come il bilanciamento del consumo di carni, in particolare quella di manzo, con fonti proteiche alternative, possa portare a **benefici significativi per l'ambiente e la salute umana**, riducendo l'emissione di gas serra e le malattie legate all'alimentazione. La recente pandemia da Sars-Cov-2 aggiunge ulteriori motivazioni tra cui, in

primis, il timore (o meglio, la consapevolezza) dell'emergenza di zoonosi. Anche per i "salti di specie", infatti, la questione di fondo è ecologica e legata agli allevamenti animali intensivi, che ho sempre guardato con occhio critico.

Qual è allora il futuro della carne? Un sentiero sempre più stretto, sembra!

Una via per ridurre questi allevamenti consiste nel sostituire parte delle proteine animali con le vegetali, tanto che oggi una tendenza crescente nell'industria alimentare innovativa è quella di **sviluppare prodotti vegetali simili alla carne** per caratteristiche olfattive, di gusto e di consistenza. I due pionieri e leader del mercato della "carne vegetale" sono *Beyond Meat* e *Impossible Food*, aziende



californiane nate, rispettivamente, nel 2009 e 2011, che hanno abbracciato la causa ambientalista, presentando ai consumatori flexitariari prodotti appetibili ma a ridotto impatto ambientale.

La produzione delle carni vegetali utilizza infatti **dal 75 al 95% in meno di acqua e dal 93 al 95% in meno di suolo** rispetto alla carne bovina; a ciò si aggiunge una **diminuzione dell'emissione dei gas serra dall'87 al 95%**. I loro **principali ingredienti**, proteine di piselli, olio di cocco, succo di barbabietola, per il *beyond burger*, e proteine di soia, olio di cocco e girasole e leghemoglobina di soia, per l'*impossible burger*, **conferiscono al prodotto l'aspetto, il sapore e persino lo sfrigolio in cottura** simili a quelli della carne animale. Sulla scia di un innegabile successo nel mercato alimentare USA, **altre aziende in Europa hanno dato una pronta risposta**; l'*Incredible burger* di Nestlé o l'acquisto di *The Vegetaria Butcher* da parte di Unilever sono solo alcuni esempi.

La "carne non carne" inizia a piacere molto in Italia

Per la sempre crescente consapevolezza di una dieta più sostenibile, la "carne non carne" inizia a piacere molto in Italia: *beyond burger* è presente in catene e locali di successo come Well Done, Burger Wave, Ham Holy Burger o Avo Brothers; *incredible burger* è arrivato nella grande distribuzione e le polpette di *the vegetarian butcher* sono in vendita da Burger King, nell'alternativa vegana del suo prodotto di punta, il *whopper*.

A oggi, però, **tali carni vegetali non sembrano essere molto più salutari di quelle animali**: progettate per essere un loro sostitutivo organolettico, pur prive di colesterolo e con più fibre, **hanno una lunga lista di ingredienti e una quantità di grassi, compresi quelli saturi, simile a quelli della carne** da allevamento. Il loro **costo** è inoltre ancora relativamente **elevato**: un *burger* vegetale costa in media quasi il doppio di quello animale. Le aziende produttrici sono tuttavia consapevoli di ciò e pronte a una **nuova**



sfida: migliorare il loro prodotto per renderlo più sano ed economico.

Proprio in Italia possiamo oggi contare su una produzione di carne vegetale (ancorché limitata) che ha un notevole vantaggio nutrizionale rispetto a quella dei concorrenti stranieri: ossia una corta lista di ingredienti e grassi di buona qualità come l'olio extravergine d'oliva o di girasole. Sono i **burger a base di piselli e riso** di Emilia Foods (Modena) e i prodotti alternativi alla carne di pollo, suino e manzo, a base di farina di soia, di Joy Food (Perugia), questi ultimi venduti ora anche presso Esselunga, per esempio.

Alcuni scenari per la "carne del futuro"

Presto, però, **la carne di origine vegetale non sarà l'unica alternativa** commercialmente valida **alla carne di origine animale**: questi alcuni scenari per la "carne del futuro".

Carne stampata in 3D, in fase di elaborazione dalla start-up spagnola *Novameat*. Si ottiene con un processo brevettato, chiamato di *microestruzione*, che a partire da proteine vegetali e attraverso una stampante 3D, permette di ottenere un incrocio di filamenti che imita la disposizione delle proteine intracellulari nelle cellule muscolari.

Carne a base di cellule coltivate in laboratorio, ottenuta da staminali di un animale vivo (*clean meat*). Alcune start-up, tra cui *Mosa Meat*, *Memphis Meat*, *Aleph Farm* e *Just*, stanno mettendo a punto i primi prototipi di carne ottenuti da staminali prelevate senza danno per bovini, suini, ovini.

Carne ottenuta da sottoprodotti della pasta, del pane e della birra.

Questo è l'obiettivo del progetto **Smart Protein**, condotto dalla *School of Food and Nutritional Science-University College Cork* in Irlanda, con 33 *partner* provenienti dall'industria e dal mondo accademico.

Carne a base di aria. In California, la start-up *Air Protein* sta utilizzando microrganismi in grado di **convertire la CO₂ in una sostanza proteica** che ha lo stesso profilo aminoacidico della carne.

Tutto ciò può apparire fantascienza, ma la sfida è reale

Oggi tutto questo può apparire fantascienza perché non ne conosciamo la piattaforma di ricerca, i tempi di realizzazione, la capacità di produzione e i costi. La sfida è, però, lì davanti a noi ed è reale. Va affrontata e vinta in tempi rapidi **per garantire** agli oltre otto miliardi e di umani di domani, se non a quelli di oggi, **un'alimentazione sana con sistemi alimentari sostenibili**.

Il raggiungimento di un simile obiettivo comporterà in automatico un secondo e altrettanto importante successo.

La produzione della "carne vegetale" o quello della "carne del futuro", libererà, infatti, gran parte del nostro territorio dagli allevamenti; permetterà di riforestare; di fornire un habitat sufficiente per fermare la crisi della biodiversità e rivitalizzare gli enormi pozzi naturali di assorbimento di carbonio necessari per rallentare il riscaldamento globale. Trovo difficile ignorare tale necessità.



Una zucca dal nome curioso: "cappello da prete"

di **Maurizia Debiaggi**

Accademica di Singapore-Malaysia-Indonesia

Una varietà la cui forma, nella fantasia popolare, ricorda quella del tipico cappello di un parroco degli anni Cinquanta, come don Camillo.

Gli antichi Romani utilizzavano la zucca principalmente come contenitore per il preziosissimo sale, tanto che ancora oggi il "sale in zucca" è sinonimo di senno e oculatezza. Essi conoscevano, però, solo la zucca del genere *Lagenaria*, a forma di *fiaschetta* (dal greco *lagenos*, fiasco) e non ancora le molteplici varietà del genere *Cucurbita*, le più diffuse oggi, che arrivarono solo nel XVI secolo importate dai coloni spagnoli.

Distinguiamo oggi 15 specie e 500 varietà. Tra le più famose in Italia c'è quella mantovana, perché rappresenta la condizione necessaria per la preparazione dei famosi tortelli, simbolo della città. La *mantovana* è una varietà **appartenente al gruppo "cappello da prete"**, zucche storicamente coltivate nella bassa Pianura Padana: nelle province, oltre Mantova, di Pavia, Reggio Emilia, Parma, Piacenza,

Modena, Ferrara. Il gruppo è caratterizzato da una **buccia grigio-verde con superficie costoluta** e dalla presenza di due falde di cui quella inferiore più o meno sviluppata e **la cui forma, nella fantasia popolare, ricorda il tipico cappello di un parroco degli anni Cinquanta**, proprio come quello dell'indimenticabile **don Camillo nei famosi film con Peppone!**

La polpa, asciutta e saporita, è estremamente versatile in cucina

La polpa, giallo-arancio, soda, asciutta, saporita e decisamente dolciastra, e per questo estremamente versatile in cucina, è usata con successo non solo per il **ripieno di paste fresche**, ma anche per **risotti, gnocchi, vellutate, marmellate**. Un gusto ben diverso da quello troppo delicato, per non dire insipido, della *Lagenaria* dell'antica Roma, che Virgilio descrive come cibo di poco pregio e Marco Gavio Apicio consiglia di cucinare con molte erbe aromatiche e salse a base di aceto e mosto: possiamo, quindi, capire i Romani che la apprezzavano più come contenitore che come alimento!

Oggi della zucca, così come per il maiale nella tradizione contadina, non si butta via niente; **si utilizzano anche i semi**, tostati in forno, **le foglie**, nelle zuppe, **i fiori**, fritti, ripieni o nelle frittate, e persino **la buccia**, nelle salse, puree o fritte come chips!

La zucca "cappello da prete", il cui nome calza, tra l'altro, alla perfezione con l'etimologia del nome zucca (dal tardo





Un'immagine tratta dal film "Don Camillo e l'onorevole Peppone"

latino *cocutia*, testa), **può avere altre denominazioni locali**, riferibili a specifici ecotipi, come "zucca **berrettina**" piacentina, reggiana o di Lungavilla, in Oltrepò Pavese, o "zucca **bertagnina**" (da *bartò*, cappello in dialetto) di Dorno, in Lomellina.

Simbolo della straordinaria biodiversità dei prodotti della Pianura Padana, questa zucca è oggi protetta da enti e associazioni che hanno avviato progetti di rilancio e valorizzazione della produzione locale legata all'agroalimentare.

Molte associazioni di produttori si prodigano per valorizzarla

In provincia di Mantova, per esempio, i produttori si sono uniti per preservare la loro famosa e amata zucca dalla "invasione locale" di specie più economiche ottenendo per la "**cappello da prete**" mantovana il riconoscimento di **Prodotto Agroalimentare Tradizionale (Pat)**.

La zucca **bertagnina** di Dorno, dimenticata per anni fino a essere quasi ridotta a un esemplare in via di estinzione, è stata riscoperta e **valorizzata** dalla nascita dell'**Associazione produttori della zucca bertagnina**, che si propone, come principale obiettivo, lo sviluppo e il riconoscimento dei prodotti del territorio.

Nel Comune di Lungavilla, l'Associazione Gruppo Promotori della zucca berrettina, in stretta collaborazione con l'Ente Nazionale Sementi elette di Tavazzano (Lodi), ha avviato un progetto di ricerca che, a partire dai semi conservati dagli agricoltori, ne recupera e con-

serva i tratti originari del patrimonio genetico. La zucca berrettina di Lungavilla è oggi **protetta dalla Denomina-**

zione Comunale di Origine (De.C.O.), un'importante attestazione che lega un prodotto al luogo storico d'origine, un vero e proprio certificato di "nascita" e "crescita", simbolo del valore identitario per una comunità.

Il miglior modo di valorizzare le zucche "**cappello da prete**" è comunque quello di **celebrare le ricette della tradizione del territorio d'origine riportando alla luce le più antiche e forse meno note**. Per me, nata nel cuore dell'Oltrepò Pavese, merita una nota particolare il "**nusät**", una torta a base di polpa di zucca che si è tramandata oralmente per generazioni e nel tempo.



NUSÄT (Ricetta originale riportata dall'Associazione zucca berrettina di Lungavilla)

Ingredienti: 800 g di zucca pulita, 60 g di formaggio grana padano, 60 g di pane grattugiato, 1 uovo intero, 1 cipolla, olio, burro, noce moscata, qualche gheriglio di noce.

Preparazione: dorare la cipolla, tagliata a fettine, in olio e burro; toglierla dalla pentola lasciando da parte olio e burro. Cuocere la zucca, passarla nello schiacciapate e mescolarla con il pangrattato, il formaggio grana, l'uovo e la noce moscata. Salare e unire l'olio e il burro messi da parte. Stendere il composto in una teglia imburata e cosparsa di pangrattato in modo che abbia circa 2 cm di altezza. Passare sulla superficie una forchetta per creare una decorazione e aggiungere qualche fiocco di burro. Cuocere in forno per 35 minuti a 150°. Dopo aver tolto il nusät dal forno, cospargere la superficie con i gherigli di noce.

La favola di Lee Yum Hwa: dal fintech alla pasta all'uovo

di **Elena Simmen**

Accademica di Singapore-Malaysia-Indonesia

*Intervista con lo chef
pastaio, innamorato
della cucina italiana.*

Sentirsi italiano deve essere bello! Il mio amico Lee Yum Hwa me lo dice sempre con un grande sorriso e una risata che gli illumina il volto. Siamo a Singapore, la capitale della finanza del Sud Est Asia, dove Yum Hwa ha deciso anni fa di lasciare il suo lavoro di consulente finanziario e diventare pastaio. Una passione che lo ha portato ad **avviare "Ben Fatto 95", un laboratorio artigianale di pasta fresca con annessa cucina**, dove degustare la sua pasta "dalla trafilatrice al piatto", se non si avesse la pazienza di aspettare di arrivare a casa per la prima forchettata. È una *start-up* della pasta fatta a mano e non si potrebbe chiamarla altrimenti nella capitale della finanza! Ma andiamo in ordine.

Yum Hwa ha 36 anni, è energico e determinato e ha aperto "Ben Fatto 95" nel ga-

rage di casa, nel 2018. **Produce ogni settimana tra i 20 e i 25 kg di pasta** con farine di grano tenero e semola di grano duro dei *Molini Pivetti* di Renazzo (Ferrara). Insieme alla pasta, **vende anche salse e sughi** che realizza con ingredienti originali (per quanto possibile), seguendo ricette tradizionali, come pesto ligure, salsa di pomodoro con o senza carni e così via.

*I clienti che si siedono
nel piccolo, delizioso giardino
possono "assaggiare l'Italia"*

I suoi clienti sono per l'80% singaporiani (cinesi, malesi e indiani) e per il 20% europei. Tra questi, i 12 fortunati che riescono a sedersi nel piccolo, ma delizioso giardino con pergolato annesso alla cucina e al laboratorio, possono "assaggiare l'Italia" sul posto, ossia **degustare fumanti bucatini o spaghetti trafilati al bronzo, agnolotti alla canavese, papardelle, tortellini e tanto altro.**

Negli ultimi tempi, Yum Hwa usa sempre meno le macchine del suo laboratorio, puntando di più sul bellissimo e a dir poco **gigantesco matterello, cimelio che ha portato dall'Italia.**

Questo simpatico pastaio singaporiano, innamorato dell'Italia e del cibo italiano, **ci ha raccontato la sua storia** al lungo tavolo di lavoro, lo stesso dove impasta, stende e lavora la farina con acqua o uova. "Mi sono avvicinato al mondo della pasta in occasione di una vacanza in Italia, nel 2016 - dice Yum Hwa - quando sono partito alla scoperta della culla del mondo, l'**Italia**, un Paese che mi ha sempre affascinato perché **ha la capacità di offrire**

Lee Yum Hwa e il suo gigantesco matterello



prodotti gastronomici straordinari partendo da ingredienti semplici e genuini. Sono stato a Milano, in Toscana, a Bologna e in altre città dell'Emilia Romagna. Ed è proprio in Emilia Romagna che ho scoperto di avere un filo diretto con le paste lavorate a mano. Come? Gustando le innumerevoli specialità delle meravigliose trattorie emiliane. "Al rientro da questo viaggio - prosegue Yum Hwa - sono ritornato al mio lavoro e alla scrivania, ma il mio pensiero è rimasto a tavola, in Italia".

La prima esperienza in cucina

"Trasportato dalla coinvolgente esperienza italiana, ho iniziato a cucinare, non-stop, pasta per gli amici. L'apprezzamento riscontrato mi ha invogliato ad affinarmi e a fare un'esperienza di lavoro nel ristorante di un caro amico". **È stato amore a... primo piatto!** Ho deciso così di lasciare scrivania e computer per un più attraente tavolo artigianale, dove ho iniziato a dilettermi a fare la pasta a mano, usando anche i network per conoscere meglio questo mondo d'arte e cucina".

"In occasione di un altro viaggio in Italia, in Puglia e poi ancora in Emilia Romagna, ho seguito seminari *ad hoc* e ho conosciuto **Antonio Amadoni, che costruisce piccoli attrezzi per lavorare a mano le**



varie tipologie di pasta, e Rina Poletti ossia **'la sfogliana emiliana più famosa d'Italia'**, che mi ha insegnato a lavorare la sfoglia della pasta con l'uso del solo mattarello".

Mentre Yum Hwa parla, stupisce **la sua profonda conoscenza della nostra cultura gastronomica, che valorizza gli ingredienti quali veri protagonisti di un piatto.** La "stoffa" si nota nei dettagli, diceva qualcuno. E così questo simpatico "pastaio" prosegue nel suo intrigante racconto descrivendo il "colpo di fulmine" per alcune artistiche immagini di pasta sarda che nella sua assillante ricerca aveva scoperto su siti giapponesi.

Oggi la pasta sarda artigianale è il suo vero fiore all'occhiello

"Dovevo assolutamente conoscere personalmente l'autore di quella che mi è sembrata pura arte culinaria - *culinary-gold* - e così sono partito per Tokyo dove ho conosciuto quella che definisco **la mia mentore, Claudia Casu, sarda doc**, ora felicemente trapiantata in Giappone. È stata una delle più preziose esperienze, perché mi ha arricchito professionalmente e permesso di capire ed entrare in perfetta simbiosi con l'impasto. Ho imparato a fare i tradizionali *culurgiones* e persino il famoso *filindeu*. Oggi la pasta sarda artigianale è il mio vero fiore all'occhiello!".

Yum Hwa racconta di un successivo viaggio in Sardegna e di un episodio curioso: "Un'altra mia grande maestra è stata **un'affascinante novantenne sarda, nonna Gilda**, che ha saputo infondermi l'incanto della pasta. Pur non parlando la stessa lingua, ci siamo capiti come per magia grazie al linguaggio dei gesti, degli sguardi, della comune passione per la cucina e per la pasta fatta a mano. E così ecco che le *lorighittas* hanno preso forma dalle mie mani grazie ai suoi preziosi insegnamenti. Semplicemente straordinario!".

Il sogno di Yum Hwa, un romantico pastaio

"Quale è il mio sogno? Aprire un pastificio con distribuzione su larga scala. Vorrei concentrarmi su una produzione di quantità e qualità, che possa darmi la soddisfazione della notorietà nel mondo della pasta artigianale e farmi conoscere per quello che veramente amo e sono: un romantico pastaio".

Prima di lasciare "Ben Fatto 95" mi sorge spontanea una domanda, forse banale, ma assolutamente di rito: Yum Hwa perché tanta passione per la pasta e non per i *noodles*? Nessuna esitazione da parte di Yum Hwa: "Perché l'Asia a tavola è rappresentata dal riso, l'Italia invece è sinonimo di pasta, di stupende e infinite varietà". Nessun cenno ai *noodles*.



I supermercati possono aiutare a risolvere gli sprechi alimentari

di **Giorgio Maria Rosica**

Delegato di Singapore-Malaysia-Indonesia

Le dinamiche del cibo perso o non consumato e una riflessione su come i supermercati possano contribuire a contenere il fenomeno.

Lo spreco alimentare è un fenomeno strisciante e globale. Cresce con il crescere della popolazione. Porta disagio. Influisce su tutto e su tutti. Per le sue dinamiche è sotto la lente di ingrandimento di numerosi soggetti, come Stati sovrani e grandi multinazionali. Per questa chiacchierata ho scelto l'ottica del supermercato.

Nel mondo, circa il 30% dei prodotti alimentari finisce in rifiuti quando l'80% è ancora commestibile. Ciò equivale a gettare circa 500 Kcal al giorno per ogni persona del pianeta. Con l'aumento della popolazione aumenta l'insicurezza alimentare. È paradossale che **ogni anno venga sprecato**, da fornitori, rivenditori e consumatori, **circa il 45% di tutti i tipi di frutta e verdura, il 35% di pesce e frutti di mare, il 30% di cerea-**

li e il 20% di carne e latticini (*The Guardian*). I Paesi industrializzati e in via di sviluppo dissipano all'incirca le stesse quantità di cibo.

L'impatto ambientale ed economico dello spreco di cibo a livello globale

Gli sprechi alimentari sono causati da una mancanza di adeguata pianificazione, acquisto e preparazione di troppo cibo, errori nella lavorazione industriale e nel seguire le politiche di sicurezza alimentare, vincoli gestionali, finanziari e tecnici, *over-merchandising* e, non ultimo, il comportamento del consumatore. **Ogni anno si spreca un volume di acqua**



pari a tre volte il Lago di Ginevra e si generano inutilmente 3.3 mld di tonnellate di CO₂, occupando una superficie agricola di 1.4 mld di ettari, pari al 28% del totale del terreno agricolo mondiale, con una perdita economica di circa 750 mld di euro (FAO).

I supermercati possono aiutare a migliorare la gestione delle risorse alimentari. *Leader come Kroger, Sainsbury, Tesco, Carrefour e Wal-Mart* sono ben posizionati per migliorare la sostenibilità della filiera e ridurre gli sprechi, perché, grazie ai loro collegamenti diretti con agricoltori, trasformatori e consumatori, hanno la possibilità di influenzarne ogni aspetto e apportare cambiamenti virtuosi. In Italia, *Conad, Coop, Eurospin, Esselunga* e non solo hanno simili opportunità. Lo stesso vale per *NTUC, Cold Storage, Giant* e altri a Singapore.

Le inefficienze di attori e connessioni della filiera mettono pressione al modello dei supermercati costringendoli a intervenire. Il loro è un modello ad alto volume e basso margine, che li rende vulnerabili a concorrenza, fluttuazione dei prezzi e agli umori dei consumatori. Inoltre, i *super-discount store* come *Aldi, Lidl e Amazon* ne stanno ulteriormente schiacciando i sottili margini. I supermercati hanno bisogno di efficienza nella *supply chain* (catena di fornitura) e questa passa anche dal contenimento degli sprechi alimentari.

La strategia dell'efficienza poggia su quattro elementi fondamentali

1. Riduzione dell'inventario e relativi costi di gestione, acquisendo sistemi di tenuta dell'inventario avanzati, con applicazione di funzionalità di automazione modulabili su più *SKU* (*Stock Keeping Unit*) e tipi di prodotto. *Whole Foods e Target*, negli Stati Uniti, stanno già utilizzando il software dove sono state inserite le configurazioni dei loro negozi, in modo che le consegne avvengano direttamente allo scaffale di vendita. Tali tecnologie ridurrebbero l'inventario e i relativi costi di



gestione con contestuale contenimento degli sprechi.

2. Migliorare il coordinamento agricoltore-acquirente. Lo spreco alimentare inizia nelle aziende agricole. Ciò è in parte dovuto alla tendenza a coltivare più del necessario per ragioni di *hedging* (copertura del rischio). Se i rivenditori iniziassero a lavorare a più stretto contatto con gli agricoltori o incoraggiassero i propri intermediari a farlo, condividendo dati previsionali di vendita, conoscenze e tecniche che migliorino produttività e qualità dei prodotti, si stabilirebbe un **ciclo virtuoso di produzione, distribuzione e vendita con riduzione di costi e sprechi**. Ne beneficerebbe anche l'indirizzo di eccessi di derrate alimentari verso strutture come *Caritas, Banco Alimentare*.

Le grandi catene di vendita dovrebbero anche entrare in collaborazioni agro-tecnologiche con gli agricoltori per ridurre i rifiuti e favorirne un accesso differenziato al mercato e alla distribuzione (*Cortilia* in Italia e *Farming Data* in UK, per esempio).

3. I grandi supermercati devono modificare o eliminare le pratiche che comportano sprechi. I supermercati hanno abbracciato standard di qualità che **enfaticizzano l'aspetto di frutta e verdura, portandoli a rifiutare prodotti dall'apparenza marginalmente imperfetta** (*wonky*). Catene di alimentari, quali *Asda (Walmart, USA)* e *Morrisons (UK)*, stanno sperimentando con discreto successo il recupero e la vendita di prodotti *wonky* a prezzi scontati. Qualcosa si sta muovendo anche in Italia.

Kroger, M&S, Sainsbury e, in Italia, *Banco Alimentare*, stanno costruendo con successo sistemi per distribuire eccessi di cibo (commestibile ma non vendibile) a organizzazioni benefiche e non solo (*Citicibo* in Italia, *LeanPath* ed *Entonics* in UK). Anche **la data di scadenza** sulle

etichette **contribuisce allo spreco alimentare**. I consumatori, ma pure gli stessi rivenditori, spesso, interpretano erroneamente il messaggio e **scartano prematuramente i prodotti**. I supermercati, in quanto proprietari di *marchi*, hanno iniziato a svolgere un ruolo di *leadership* nello standardizzare le etichette, così come a migliorare gli imballaggi per estendere la durata di conservazione dei prodotti. In prima fila troviamo *Walmart* che ha standardizzato per il suo marchio *Great Value*, la dicitura "Eccellente se consumato entro il", il che unito all'imballaggio dà più flessibilità alla gestione.

4. I supermercati debbono sensibilizzare e fare squadra con i consumatori. L'entità dei rifiuti alimentari dei consumatori, è indice della disponibilità di reddito. Nei Paesi industrializzati, **più del 40% delle perdite e sprechi si verifica a livello di vendita al dettaglio e al consumo**. Solo il 3% delle persone attribuisce uno status sociale al buttar via il cibo. I supermercati possono contribuire a sensibilizzare ed educare i consumatori e soprattutto i giovani a contenere i rifiuti alimentari domestici e non.

Uno studio di *Sainsbury (UK)* mostra che i consumatori considerano i supermercati come una fonte di ispirazione e guida per ridurre gli sprechi alimentari **grazie alle riviste gratuite e App utilizzate per promozioni**, condividere ricette, riciclare avanzi e conservare il cibo.

Di successo l'iniziativa di *Kroger "Zero Hunger, Zero Waste"* (zero fame, zero rifiuti) per interagire con i consumatori e raccogliere idee per combattere lo spreco alimentare e la prevenzione della fame.

I supermercati hanno bisogno di connettersi in modo nuovo ed efficace con le esigenze e i desideri dei clienti. Sono sulla buona strada.



A Singapore la cucina italiana parla anche giapponese

di **Maurizia Debiaggi ed Enrica Nicolini**

Accademiche di Singapore-Malaysia-Indonesia

Intervista a due chef giapponesi che si sono formati in Italia.

Dal Paese del Sol Levante sono arrivati in Italia per studiare: sono tanti gli chef giapponesi rapiti dal fascino della cucina italiana. Alcuni hanno anche raggiunto le vette dell'Olimpo, come gli stellati **Yoji Tokuyoshi**, dell'omonimo ristorante **a Milano** e **Kotaro Noda** del "Bistrot 64" **a Roma** o ancora **Takahiko Kondo**, *sous chef* di Massimo Bottura. Perché tanti chef giapponesi sono conquistati dalla nostra cucina? Se scaviamo in due culture così diverse, possiamo trovare **importanti**

punti in comune: semplicità, freschezza degli ingredienti, enfasi della stagionalità.

Anche **a Singapore**, vera *food hub* del Sud Est Asiatico, che vanta **oltre 100 ristoranti italiani** e dove il cibo è quasi una religione, non mancano gli chef giapponesi "rapiti dal fascino" dell'Italia. Una bella sfida, quella di **Yohei Sasaki** e di **Seita Nakahara** che, dopo avere studiato e lavorato nel Bel Paese, si sono fatti appassionati interpreti della sua cucina... la stessa sfida di uno chef italiano che aprisse un sushi bar a New York!

Yohei Sasaki, quando cucina nel suo ristorante "Il Cielo", pensa in italiano

Chef Sasaki, 38 anni e un sorriso perennemente stampato su un volto da eterno adolescente, è la guida de "Il Cielo",

nell'elegante Hotel Hilton, sulla mondana Orchard Road. Offre ai suoi clienti una cucina che esprime concretamente un'esperienza gastronomica italiana, perfezionata con talento tutto giapponese. Gentile, discreto e affabile, traspare in lui la forza della pazienza e l'ambizione di servire sempre il piatto che più soddisfi il suo cliente. Mi racconta la sua storia tra una portata e l'altra, con il gusto velatamente compiaciuto di rispondere alle mie curiosità.

"Il mio primo incontro con la cucina italiana è avvenuto assaggiando i bocconcini di mozzarella e il prosciutto di Parma; sono rimasto *scioccato* dal gusto ... mi sono innamorato della loro bontà!" afferma sempre sorridendo e sfoggiando un discreto italiano. Per questo amore *Sasaki-san* si è formato professionalmente nei migliori ristoranti italiani in Giappone e ha poi viaggiato in Italia per lavorare in quelli stellati, come "Romano" a Viareggio, "Arnolfo Ristorante" a Siena e "Da Vittorio" a Brusaporto (Bergamo).

"Quando cucino penso in italiano, uso ingredienti italiani e tecniche giapponesi. Per i carpacci di pesce, preparati secondo la tradizione italiana, uso la tecnica di taglio del sashimi e per la mia ricetta preferita, gli spaghetti aglio olio e peperoncino, preparo gli spaghetti con la macchina del *ramen*, ottenendo così un prodotto di migliore consistenza. La ricetta è la stessa degli spaghetti classici: utilizzo 100% farina di semola rimacinata e acqua, aggiungendo anche un po' di olio all'impasto, per dare più gusto e collosità".

Yohei Sasaki-*san* ha, tuttavia, anche una sicura padronanza delle autentiche tec-





Seita Nakahara



Davide Tanda

niche italiane, come ho subito percepito assaggiando i suoi "spaghetti alla chitarra", fatti con la chitarra italiana doc, cotti al dente e conditi con un sugo di scampi sorprendentemente leggero e saporito. Nella sua cucina si avverte, in alcuni piatti, una nota, molto discreta, di elementi di due diverse tradizioni culinarie, ma alla domanda se la sua sia una cucina *fusion*, Sasaki-san risponde sicuro "Quando ho iniziato a 'Il Cielo' facevo solo piatti autentici italiani e i clienti singaporiani apprezzavano e commentavano 'buona questa cucina fusion'... ma non era *fusion*! Allora ho iniziato a offrire due menu, uno italiano e uno giapponese... ma anche quando cucino giapponese penso in italiano, la mia cucina - dice con fare sornione - non è *fusion*"... è *Sasaki*".

La cucina fusion di Nakahara: ingredienti italiani e giapponesi si fondono in piatti raffinati

Pensa in italiano anche lo chef Seita Nakahara, servendo Omakase (letteralmente "Lo lascio allo chef") a "Terra, Tokyo Italian", il suo ristorante *fine dining* nel vivace quartiere di Tanjong Pagar, una stella Michelin nel 2016. All'entrata del locale, oltre all'essenziale eleganza dei colori pastello e dell'arredamento in legno chiaro, è ben evidente un'insegna, "Japanese Food Culture in Italian Cuisine", a testimoniare l'ossequio-

so e devoto rispetto per le due cucine. Sì, siamo in piena *fusion*, se non l'aveste capito, dove per i suoi piatti Seita-san fa la spesa a Tokyo.

Sono seduta al tavolo del suo ristorante e ho appena terminato un'esperienza gastronomica che mi ha sorpresa; **in ogni piatto l'identità italiana è immediatamente percepibile e i sapori degli ingredienti giapponesi sono una nota discreta e intonata**. Per capire basta chiudere gli occhi... e assaggiare i suoi *spaghettoni al granchio di Hokkaido*, il *Kinki fish all'acqua pazza e profumo di yuzu*, o la *bruschetta di pane casereccio con uni* (riccio di mare) o con *ikura* (uova di salmone) e *mascarpone*, per portare gli esempi più rappresentativi. Una *fusion* di alta classe, dove gli ingredienti italiani e giapponesi si fondono e rincorrono dando vita a piatti unici per palati raffinati!

Anche Nakahara-san risponde con cortesia alle mie domande sulla sua passione per il cibo italiano, che ha radici lontane, profonde e molto curiose.

"Era il giorno del mio quinto compleanno - racconta facendo trasparire dagli occhi un'emozione infantile - e mia mamma mi aveva preparato un pollo alla crema presentandomelo come *pollo italiano*. **Senza sapere cosa fosse 'italiano' ho subito associato la parola al concetto di 'buono'**. So che è molto strano, ma tutto è nato da quel regalo, che solo più tardi ho realizzato che di italiano aveva solo il nome".

Da allora l'idea del cibo buono e italiano

non lo ha più abbandonato e, dopo gli studi superiori a Tokyo e alcune esperienze in ristoranti in Giappone e in Asia, si reca in Italia, il luogo di origine del famoso pollo della sua infanzia, per **inseguire la sua grande passione: cucinare italiano**.

"In Italia ho voluto lavorare soprattutto nelle trattorie per imparare la cultura del cibo, la vera cucina regionale, le tecniche di base. In otto anni ho imparato l'arte della pasta fresca, a usare sapientemente i tartufi, a fare il sugo di pomodoro con gli ortaggi appena colti, e ho imparato anche l'italiano naturalmente! - continua divertito - Quando ero a Firenze mi mancava un po' il Giappone e per ideare le mie ricette pensavo di cucinare andando a fare la spesa a Tokyo, che immaginavo dietro l'angolo. Per questo, **quando cucino, uso ingredienti giapponesi freschi e di stagione: la mia cucina è ispirata dallo shoku bunka (cultura del cibo) giapponese e dalla mia passione per la tradizione gastronomica italiana**".

Dopo queste esperienze nel nostro Paese, chef Seita ne ha fatta di strada, con tenacia, determinazione e la consapevolezza di seguire un percorso tanto difficile quanto gratificante. A Singapore, dopo ulteriori esperienze professionali in prestigiosi ristoranti ha ora il suo "Terra", dove in ogni piatto italiano, è possibile ritrovare, a sorpresa, un po' di Tokyo... sì, quella Tokyo elegante subito dietro l'angolo.

Sasaki-san e Nakahara-san sono buoni amici!



Dobbiamo riscoprire le conserve in scatola?

di **Maurizia Debiaggi**

Accademica di Singapore-Malaysia-Indonesia

Avviare la ricerca per rendere più sicuri per la nostra salute gli alimenti in scatola, può essere utile nei momenti d'emergenza come quelli che stiamo vivendo.

Sono cambiati i miei pensieri anche mentre faccio la spesa: così, aggirandomi tra le corsie di un supermercato a Singapore, mi è capitato di riflettere sull'attualità racchiusa in una lattina di prodotti a lunga conservazione. Già durante i momenti iniziali di allarme della pandemia da Covid-19 sono stati tra i primi articoli, insieme agli *instant noodles* e ai prodotti igienizzanti per le mani, a essere scarsamente reperibili. **È una realtà: rappresentano una riserva in dispensa**, non necessitano di refrigerazione, **sono pronti all'uso e sono economici**. Carne in scatola, tonno, legumi, verdura, frutta sciroppata... ma davvero torneremo ad aprire scatolette più spesso di quello che avremmo immaginato solo 3 mesi fa? E potremo davvero nutrirci più di cibi conservati che di prodotti freschi? È una domanda che mi sorge spontanea e che mi preoccupa anche un po'. Negli ultimi decenni abbiamo sempre associato l'idea del *fresco* a un cibo *appena colto* o *appena preparato* e in quanto tale ricco di gusto, di vitamine e in generale più *sano* di quello in scatola, perché *non lavorato*.

Non è stata tuttavia questa la prospettiva con cui l'industria conserviera, sorta alla fine del XIX secolo, proponeva i primi piselli o pomodori in scatola. Infatti, al contrario della conservazione sotto sale, aceto o olio, **la conserva in scatola non**



alterava in modo significativo il gusto del prodotto, che veniva pubblicizzato come cibo che arrivava *fresco* sulle nostre tavole.

La conservazione di un prodotto non sempre ne annulla il valore nutrizionale

Oggi la scienza degli alimenti ci insegna che, sebbene un prodotto *fresco* sia nella maggior parte dei casi preferibile, un recipiente di metallo, o ancora meglio uno di vetro o il più moderno tetrapak, non annulla sempre il valore nutrizionale di un prodotto in favore della sua conservabilità. **I legumi a lunga conservazione**, per esempio, possono mantenere sostanzialmente le stesse proprietà nutrizionali di quelli freschi; **il tonno in scatola** è una fonte economica di omega-3, così come la passata di pomodoro lo è di antiossidanti. Allo stesso tempo, **siamo anche bombardati dai numerosi studi che**, valutando la questione da un'altra prospettiva, **rilevano poca sicurezza per la nostra salute**: la presenza di conservanti, troppo sodio e zuccheri, il bisfenolo nelle lattine, la presenza di PET e inchiostro nel tetrapak... fino a creare una certa incertezza o, meglio, confusione. Tuttavia, come dicevo, sono tempi di riflessione e vi è un'unica certezza: questa guerra mondiale contro una particella infettante dell'ordine di grandezza del millesimo di milli-

metro, **ci porterà tutti a rivedere le nostre priorità**, inciderà sull'economia mondiale, sui rapporti sociali e di conseguenza **anche sul nostro approccio al cibo**. Il titolo di questo articolo non a caso è una domanda: è scritto nelle stelle che dobbiamo riscoprire i cibi a lunga conservazione? E per riscoprire intendo aggiungere a una scoperta di due secoli fa tutto il nostro sapere, per migliorarla. Io penso che sia inevitabile.

Dobbiamo rendere un alimento conservato in scatola sempre più sicuro ed ecosostenibile

Da quando, nel 1802, Nicolas Appert ha messo a punto la tecnica per la prima conserva alimentare in un vasetto di vetro e una decina d'anni dopo Peter Durant la applicò utilizzando contenitori di ferro e stagno, la tecnologia ha fatto passi da gigante. Elaborare metodi efficaci per conservare il cibo oltre la sua naturale durata è stato fondamentale per l'uomo fin dall'antichità, ma oggi non è più sufficiente conservare e mantenere allo stesso tempo gusto e proprietà nutrizionali. **Oggi possiamo, o meglio dobbiamo, utilizzare tutto il nostro bagaglio culturale, scientifico e tecnologico**, per rendere un prodotto conservato in scatola sempre più sicuro ed ecosostenibile, dal contenitore al suo contenuto.



Pensieri, racconti, ricette

Pubblichiamo la terza e ultima parte delle testimonianze sul lungo periodo di lockdown vissuto dagli Accademici.

SINGAPORE-MALAYSIA-INDONESIA

A tavola dopo il coronavirus: i nuovi scenari alimentari

La pandemia che si è abbattuta con la forza di un meteorite sul nostro Pianeta ci sta rendendo, nostro malgrado, protagonisti di una pagina di Storia.

Nel giro di poche ore, siamo diventati soggetti di un cambiamento travolgente, affrontato sotto la spinta della paura e del dolore e per questo difficile da sostenere in maniera lucida e consapevole. Il filtro della lontananza geografica può essere utile per una osservazione più distaccata, specialmente se ciò avviene da un osservatorio privilegiato quale è Singapore dove l'epidemia, per quanto diffusa e tenace, è stata finora gestita con un maggiore controllo del contagio. Da qui, dunque, alcune riflessioni sul futuro che ci attende, non solo negli scenari più urgenti della salute e dell'economia, ma anche delle abitudini a tavola.

Una delle grandi lezioni della Storia è che a ogni guerra corrisponde un cambiamento delle abitudini alimentari dei popoli coinvolti. È accaduto con la Prima guerra mondiale che ha dato una grande spinta alla nascente industria manifatturiera (prodotti conservati e congelati) e ha plasmato una nuova identità culturale con la capillare diffusione della pasta secca, ben presto simbolo della cucina italiana, da Nord a Sud. È accaduto con la Seconda guerra mondiale, il primo conflitto destinato a coinvolgere in modo drammatico anche la popolazione civile e che ha nel "pane nero" il simbolo della lotta per la sopravvivenza quotidiana. Razionamento, mercato nero, razzie di raccolti, in casi estremi anche carestie sono i tanti volti della fame, il nemico comune di un'Europa devastata dal conflitto.



La resistenza che si consuma a tavola si nutre della rassegnata consapevolezza di chi ha imparato a coltivare orti dietro casa e a creare ricette con poco, fondando i presupposti per concetti moderni, dal km 0 alla lotta agli sprechi che, sebbene figli della società del benessere, hanno le loro radici nella dura realtà di quel periodo.

Pur con caratteristiche molto diverse, la pandemia che ci sta colpendo in questi mesi è una guerra. Il nemico, invisibile ma non per questo meno reale, ha riaccessato in noi italiani paure antiche, sfogatesi anche sul versante del cibo, dal saccheggio dei supermercati alla esagerata produzione di pani e di pizze, altri simboli della nostra identità. Inevitabile, quindi, l'interrogativo su quello che ci attenderà, una volta usciti dalla zona del pericolo.

Dopo un decennio di cucina sempre più spettacolarizzata e virtuale, torneremo alla dimensione intima e reale dei forni e dei fornelli? Oppure riempiremo in massa quei ristoranti adesso inaccessibili per decreto, ma su cui la scure della crisi si era abbattuta anche prima della diffusione del virus? O ci convertiremo invece al cibo da asporto, allontanandoci da secolari abitudini alimentari, legate tanto alle nuove ricette quanto alla metodologia di consumo? E infine, avremo tutti una scorta di lievito di birra nel frigo, accanto al disinfettante per le mani nella borsa e alla mascherina nell'armadio? Tante domande su cui, come Accademici, possiamo soffermarci, per ingannare il forzato tempo libero di questi giorni, nella speranza che le risposte, anziché volare nel vento, siano davvero dietro l'angolo perché "abbiamo tanta voglia di ripartire con grande vigore".

(Alessandra Uccello, Accademica di Singapore-Malaysia-Indonesia)



Lo zenzero dai tanti nomi

di **Maurizia Debiaggi**, Accademica di Singapore-Malaysia-Indonesia
e **Anna Lanzani**, Accademica di Buenos Aires

*La storia millenaria
e le sue potenzialità
nella nostra cucina
di oggi e di domani.*

Zenzero come amore a prima vista? Difficile. Tuttavia, l'ingrediente è intrigante! Conosciamo il pan pepato e le virtù medicali delle tisane allo zenzero, ma quanto sappiamo dello zenzero che si trova all'opposto dello zaffera-

no nella scala di preziosità dei sapori che lottano per un posto a tavola? Vediamone insieme la storia e le potenzialità nella nostra cucina di oggi e di domani. Da qualche tempo, l'Occidente ha riscoperto le proprietà salutari dello *zingiber officinale*, confermando ciò che l'Oriente sapeva da qualche millennio: la sua radice, o meglio il rizoma fresco o in polvere, ha **proprietà antinfiammatorie e digestive**. Oggi è stato scientificamente dimostrato che ha **anche proprietà antiossidanti, anticoagulanti**, che è un "alleato del cuore", combatte gli stati influenzali e contribuisce ad abbassare i livelli di colesterolo nel sangue.

Consultando antichi manoscritti, ci rendiamo conto che, apprezzato fin dalla sua introduzione in Occidente per le caratteristiche nutrizionali, **lo zenzero è stato poi protagonista, insieme a zucchero e cannella, del tripudio gustativo rinascimentale**.

Ma andiamo in ordine.

*Fa la sua prima
apparizione scritta nei Dialoghi
attribuiti a Confucio*

Conosciuto da almeno sette millenni in quello che ora chiamiamo il Sud e Sud-est asiatico, lo zenzero fa la sua prima apparizione scritta negli *Analecta*, i Dialoghi attribuiti a **Confucio** (VI secolo a.C.) e raccolti nel Periodo dei Regni Combattenti. Nel testo si raccomanda di mangiarne a ogni pasto, ma con moderazione, per non aumentare eccessivamente la temperatura interna del corpo.

Nel Mediterraneo, arriva relativamente più tardi di altre spezie, ma si pensa che già nel I secolo a.C. fosse conosciuto dai Romani. Sicuramente era noto a **Plinio il Vecchio** (24-79 d.C.), e **Dioscoride** (40-90 d.C.) che, nel *De Materia Medica*, ne descrive le proprietà digestive, termogeniche e di antidoto contro l'avvelenamento.

Nel *De re coquinaria* (IV secolo d.C.), **Apicio** lo cita 14 volte. Non è solo ingrediente di polpette, del ripieno del pollo e del maiale, del condimento dell'insalata e dei piselli, dei rifreddi, degli arrostiti, della ventresca di maiale e del capretto, ma è anche protagonista di "sali acconciati giovevoli alla digestione" e a "fugare tutti i mali", a testimonianza di quanto gli antichi Roma-



ni lo considerassero già una panacea per la salute.

Nei ricettari medievali compare con denominazioni diverse

Lo zenzero ricompare **agli albori del Medioevo** nello splendido (e purtroppo poco conosciuto) *De observatione ciborum* del medico bizantino **Antimo**: un trattato di dietetica rivolto al re franco **Teodorico il Grande** per convincerlo ad adottare abitudini alimentari più sane, una cucina più varia e meno scipita: "La lepre, meglio se novella, è buona contro la dissenteria (sic!) con una salsa a base di pepe dolce, chiodi di garofano, lavanda e **gingiber**".

Con il nome di **zinzebre** ecco il "nostro" riapparire nel *Liber de coquina*, il capostipite di tutti i ricettari medievali europei, composto probabilmente alla corte di **Federico II**. Se ne fa una sola menzione (d'altra parte il manoscritto che è arrivato a noi è più tardo del presunto originale, e lacunoso), ma indimenticabile a **insaporire dolcetti ripieni di mele fritte, noci, uvette e fichi**.

Pochi anni dopo, l'Anonimo toscano (*Libro della cucina*) suggerisce lo **zenzovo** in 4 ricette: **brodo di pollo, savori per gli arrosti, pollo fritto e addirittura nel biancomangiare**, il dolce simbolo della cucina medievale. L'Anonimo veneziano (*Libro per cuoco*) lo menziona 34 volte (con il nome di **zenzevvo**) in **salse di accompagnamento delle carni**, "nel brodo de polasto, nel pastero de carne de porcho e nelle 'Specie fine a tute cosse' [una sorta di curry medievale]".

Siamo nel 1431 quando il cuoco tedesco **Johannes de Buckenheim**, a servizio di **Papa Martino V**, include nei suoi appunti del *Registrum Coquine* (altra "perla" di piacevole lettura, e poco nota) un "**polastro pro italicis**", torta di polli e piccioni, insaporita con cannella, "**spezie buone verdi**", uova crude e **zinsibere**.

Appena una generazione dopo, l'innovatore **Maestro Martino da Como** (*De arte coquinaria*) nomina lo **zenzevero** 44 volte in torte, salse e minestre. Da provare i suoi **ravioli di carni miste e formag-**



gio, spezie battute e zenzero "non più grandi di una castagna". E sempre in quegli anni, **Bartolomeo Sacchi**, il Platina, include lo zenzero, che "Giova al fegato e a quelli che hanno doglia ovvero affanno al cuore" nella "vianda gialla", una sorta di brodo di pollo spesso e grasso, insaporito anche con zucchero e cannella.

In pieno Rinascimento, Cristoforo da Messisbugo, a servizio degli Este, nomina il **genzevvo** 13 volte, non solo **come ripieno di "pastelli grandetti o piccoli"** profumati all'acqua di rose, ma anche in **torte dolci di pollo, fave o carciofi** e in polpette alla cannella, **savori**, funghi, pastelli di pesce, brodi, brodetti e **potaggi**.

Fu l'Artusi a chiamarlo finalmente col suo nome attuale

Passano i secoli e mentre la tavola si riorganizza nel dualismo del "dolce vs salato", per le note pungenti dello zenzero, che sfuggono alla nuova anatomia del gusto, rimane poco spazio. Nel 1773 **Vincenzo Corrado**, gentiluomo di camera del re delle due Sicilie, paladino e grande compilatore della cucina napoletana, nella sua estesa opera **dedica allo zenzero una sola ricetta**, i "**salsiccioni di Bologna**", un insaccato molto aromatico, "asciugato all'aria" e affumicato. E poco più di un secolo dopo, anche **l'Artusi** fa riferimento all'uso dello **zenzero** (finalmente chiamato con il suo nome moderno) solo una volta. In un cacciucco, "imparato a Viareg-

gio... assai meno gustoso dell'antecedente, ma più leggero e più digeribile".

Perché si apra nuovamente la strada all'uso dello zenzero dobbiamo arrivare agli anni Settanta, quando si delineano nuovi scenari gastronomici tra cui la **nouvelle cuisine** e l'adozione di **modelli di cucina sana, attenta alla dietetica e agli ingredienti dalle virtù benefiche**.

Riconquista la cucina del Bel Paese con l'uso creativo dei grandi chef

Lo zenzero inizia così a "riconquistare" la cucina del Bel Paese e si assiste a un suo uso creativo da parte dei grandi chef. Come non citare, di **Carlo Cracco**, il **riso al pepe di Sichuan, zenzero e pepe rosa, o quello mantecato allo zenzero e cacao** con ragù di frattaglie e piselli; come non applaudire l'estro di **Massimiliano Alajmo** che ha creato **l'olio essenziale di zenzero** da nebulizzare sui gamberi rossi con pistacchio e arancia e, lasciando per strada molti altri esempi, come non concludere con l'indimenticabile **Gualtiero Marchesi**, che usò lo zenzero **nell'insalata di capesante** e nel ripieno del tanto celeberrimo quanto rivoluzionario **ravio- lo aperto**? Da qui a portare lo zenzero nella dispensa degli italiani, a fianco delle tradizionali erbe aromatiche e dello zafferano sarà un lungo viaggio, ma auspichiamo una sua maggiore presenza al seguito delle cucine europee, magari usando quello coltivato a Ragusa!



La lunga storia della *cassoeula* ... continua anche a Singapore

di **Maurizia Debiaggi e Alberto Martinelli**
Accademici di Singapore-Malaysia-Indonesia

In città, la famiglia Valtulina ha fatto conoscere l'autentica cucina della Brianza.

Il legame dell'amata *cassoeula* con la tradizione culinaria milanese è antico e si vuole che trovi riscontro nel simbolo originario e celtico della città meneghina, "la scrofa semilanuta", sostituito poi in epoca comunale con l'attuale "biscione" visconteo.

La *cassoeula* è il **piatto povero per eccellenza della tradizione lombarda**, la vera antesignana delle ricette ottenute dagli scarti, tanto che se fosse "inventata" oggi rientrerebbe a pieno titolo nel *trend* dell'economia circolare. Un po' come gli scarti dell'industria del cibo che vengono convertiti in nuovi alimenti edibili grazie a soluzioni tecnologiche ideate da *start up* con o senza *blockchain*!

La *cassoeula* è prosaicamente popolana, anzi contadina; **ha una lunga storia e probabilmente una duplice genesi**. Visto che pur sempre siamo il Paese dei

Guelfi e Ghibellini, raccontiamo le due storie che, al di là dell'essere intriganti, partono proprio dagli antipodi.

Due ipotesi sull'origine del piatto

Secondo Toni Cuman, memorabile **giornalista enogastronomico** degli anni Ottanta del secolo scorso, quelli della *Milano da bere*, per intenderci, **la *cassoeula* trae origine dal Nord Europa e in parte dall'Asia centrale** e sarebbe stata **introdotta in Italia dalle tribù celtiche dei Galli**. L'origine del piatto ricondurrebbe alla *choucroute*, ai *sauerkraut* con salsiccia e all'abitudine delle tribù nomadi di cucinare stufati di carne di montone e verdure. Volendo dare credito a tale versione, dobbiamo citare che effettivamente la parola *cassoeula* è foneticamente simile al termine francese *cas-soulet*, piatto tipico della Linguadoca, guarda caso a base di fagioli e carne di maiale, e che ad Alghero, in Sardegna, una delle città celtico catalane d'Italia, esiste un piatto che si chiama *sa cassola*.

L'altra genesi storica della *cassoeula*, forse la più interessante e attendibile, fa risalire l'origine di questo piatto alle varie **contaminazioni culinarie** che nei secoli si sono succedute in Italia e a una serie di eventi e vicende affascinanti e coinvolgenti.

Si inizia dai Mori, che dominarono la Spagna dal 711 al 1492, e che lasciarono in eredità **uno strumento particolare detto *qasula***, il cui nome è peraltro foneticamente simile alla protagonista di tale storia. È questo un contenitore di terracotta, con l'interno vetrificato, che gli Arabi usavano **per cucinare uno stu-**



Alma e Valentino Veltulina

fato di carni di pollo, manzo o pecora insieme con verdure; era molto apprezzato all'epoca perché consentiva non solo di cucinare, ma anche di trasportare e riscaldare piccole quantità di cibo. In quegli anni, **anche le numerose popolazioni di religione ebraica**, che vivevano nella fiorente e tollerante Spagna araba, avevano la tradizione di un piatto facile da preparare, che unisce carne e brodo di montone, ceci e cavoli, la *adafina*.

In Spagna, gli Ebrei convertiti al cristianesimo sostituirono le carni tradizionali con il maiale

Nel 1492, l'evento che sembra porti all'avvio dell'utilizzo del maiale: è infatti l'anno dell'Editto che decretò la cacciata degli Ebrei dalla Spagna. Gli Ebrei convertiti al cristianesimo, i Marranos, si affrettarono, infatti, **come atto di abiura e di veridicità della loro conversione**, a sostituire le carni tradizionali della cucina mediterranea con il maiale, cucinandolo con verdure in umido in questo innovativo strumento arabo, la *qasula*.

Il primo riferimento letterario a tale piatto è di **Ruperto da Nola**, cuoco catalano alla corte del re di Napoli **Fernando I**, il quale scrisse, nel 1520, uno dei primi libri di cucina, *Libre de Coch*, chiamando la ricetta "Cassola de carn". Questo nuovo piatto, che iniziò a diffondersi in tutti i possedimenti spagnoli e a viaggiare sulle principali rotte commerciali, diventò particolarmente apprezzato in Occitania assumendo la tradizione dei *cassoulet* della Linguadoca.

A questa storia manca ancora quella dell'ultimo ingrediente: **la verza**. E qui una nuova sorpresa: **la verza arriva dalla Longobardia Minor, precisamente da Benevento**. Infatti, **il Regno dei Longobardi**, 568-774 d.C., **pur avendo in Pavia la sua capitale, aveva in realtà governato** buona parte della penisola e parte di **Campania, Puglia e Calabria**. Proprio dalla *Longobardia Minor* abbiamo l'aggiunta della verza, una delle poche verdure autoctone dell'Europa centrale e mediterranea. Dai Longobardi abbiamo



poi **la tradizione di legare la cassoeula a Sant'Antonio Abate**, protettore degli animali domestici, nel giorno che coincideva con la fine della macellazione dei maiali, il 17 gennaio.

Un ultimo ingrediente importantissimo: la tradizione!

Contaminazione, innovazione e sperimentazione, ma non solo. C'è un ultimo ingrediente importantissimo da aggiungere a questa ricetta... anzi a questa storia della *cassoeula*: la tradizione! È proprio **la tradizione lombarda** a trasmettere questo piatto da una generazione all'altra, **tenendolo orgogliosamente vivo in tutto il suo territorio con le varianti locali**: a Milano si usa la testina; a Pavia solo le puntine; in Brianza si accompagna con la polenta; a Varese si usano le salsicce piccole; a Como si sfuma con il vino bianco; a Bergamo il piatto è un po' asciutto.

E a Singapore? Sì anche a Singapore si cucina la cassoeula. Mantiene viva questa tradizione **la famiglia Valtulina, al ristorante "Da Valentino"**, che da più di quindici anni cucina la tanto amata e lombarda *cassoeula* sfidando il caldo umido di una Città Stato a 80 miglia dall'equatore... Quale sarà il segreto? Non è l'aria condizionata...

La cassoeula al ristorante "Da Valentino" a Singapore

La storia di **Valentino Valtulina** e del suo omonimo ristorante è la storia del successo di una numerosa famiglia lombar-

da che, con appassionata determinazione, tanto lavoro e fiducia nei propri mezzi, lo ha seguito dall'Italia, 16 anni fa, nell'audace avventura di **far conoscere a Singapore la tanto autentica quanto semplice cucina della Brianza**. La mamma Alma, vera anima della cucina della tradizione, almeno quando si parla di *cassoeula*, stufati e ragù, afferma: "Ogni famiglia fa la *cassoeula* alla sua maniera, e io seguo ancora la ricetta di casa mia, a Meda: poco musino, molte costine, cannella, chiodi di garofano e la verza, quella che arriva dall'Italia in inverno, dal gusto forte conferito dalla brina. La preparo sempre il giorno prima!". Parla con orgoglio Alma della sua tradizione familiare e di come abbia iniziato a cucinare qui, vicino ai tropici, un piatto tipicamente lombardo e invernale "Volevo far sentire ad Alberto (il genero ndr), molto goloso di *cassoeula*, il calore di casa e anche rassicurare la sua mamma che fosse nutrito bene... e all'italiana". Ride.

Al ristorante "Da Valentino" questo piatto è uno *special seasonal dish* molto richiesto dagli affezionati clienti locali che amano il gusto forte del *cabbage* cotto, le zuppe di verdura e la carne di maiale. "Un mio cliente - racconta Valentino - dice che la *cassoeula* è un po' come il *mei cai kou rou*, un piatto del Sichuan a base di pancetta di maiale e verdure alla senape. Piace ai singaporiani per la sua consistenza e il suo gusto deciso e perché è servito bollente, come tanti piatti della loro cucina. Arriva in tavola che ancora bolle". Che sia questo punto di incontro, tra cucine così distanti, il vero segreto del successo della *cassoeula* a Singapore? Forse... ma insieme alla forza e determinazione di una famiglia e a tanta passione tutta italiana!



Bacon di funghi

di **Maurizia Debiaggi**

Accademica di Singapore-Malaysia-Indonesia

Nell'attuale continuo interesse per le "carni" di derivazione vegetale, questa volta sono i funghi a proporsi per pancetta, bistecche e non solo

Sostenibilità è la parola d'ordine del momento. Il dibattito sul "costo ambientale" di carne e latte è sempre da prima pagina e, per questo, l'obiettivo di molte aziende del settore alimentare è quello di creare un'alimentazione non solo sana e nutriente, ma anche rispettosa del nostro pianeta. Così, dopo *Impossible Food*, *Beyond Meat* e *No Milk*, **le industrie della carne e del latte "plant based" sono ancora di più sotto i riflettori grazie ai funghi e al bacon vegetale ottenuto da essi.** Proprio il micelio fungino, un insieme di cellule filamentose, le ife, simili a radici, e che costituiscono l'apparato vegetativo dei funghi, potrebbe infatti rivoluzionare il mercato globale nel prossimo futuro.

Il progetto di una start up newyorkese sui possibili impieghi del micelio

È questo il progetto della *start up* newyorkese **Ecovative Design**, che solo due anni fa ha investito almeno 10 milioni di dollari nella ricerca sul micelio e sui suoi possibili impieghi, in un progetto che ha chiamato **Mycelium Foundry**. **La sua mission è quella di creare prodotti alternativi alla carne... ma non solo.** Il suo abbraccio alla causa ambientalista, che comincia con il **bacon vegetale**, va infatti oltre l'alimentare per includere la produzione di materiali da imballaggio





biodegradabili, la moda con pelli *cruelty-free* e la cosmesi, con prodotti biodegradabili sostitutivi della plastica.

I risultati sono incoraggianti e concreti e per presentare questa sfida ambiziosa che Singapore segue con interesse, partiamo, come da titolo, dal bacon “di funghi”.

Attraverso la *spin out* Atlast, *Ecovative Design* utilizza il micelio per affrontare il problema legato alla produzione alimentare: l'ecosostenibilità. In tale ottica è stato sviluppato il **“super ingrediente” MY** (abbreviazione di *mycelium*) e **MyBacon**, che, con un contenuto in proteine del 10% e in carboidrati del 15%, non solo ha un **buon profilo nutrizionale, ma vanta anche di essere privo di colesterolo e di OGM** e di contenere solo **un terzo dei grassi** e di avere **la metà dell'apporto calorico rispetto alla “vera pancetta”.**

Il MyBacon è già sul mercato americano

Il prodotto è già sul mercato americano **con un costo, al momento, simile a quello di una pancetta suina di alta qualità.** Non è un *minus*, perché va messo sulla bilancia che è un alimento “amico della Terra”: per la sua produzione viene infatti impiegato un quantitativo d'acqua 100 volte inferiore a quello necessario per un equivalente di carne suina, con un notevole e positivo impatto sul “costo ambientale”.

Niente paura inoltre per un MyBacon troppo processato, perché contiene solo sei ingredienti: My-micelio, olio di cocco, zucchero, sale, aromi naturali e, visto che

anche l'occhio vuole la sua parte, succo di barbabietola, per il tocco di colore che dà una naturale appetibilità visiva. Pancetta con meno senso di colpa, insomma, ... per noi, per il pianeta e i nostri piatti preferiti!

Come si arriva, dai funghi, a un cibo che sa di carne?

Come si arriva dai funghi, o meglio dal loro micelio, a un prodotto che sa di carne e soprattutto che ne ha la consistenza? **Tutto comincia con una vera e propria “programmazione biologica” per “domesticare i funghi”** e produrli su scala industriale. In altre parole, il micelio viene coltivato in grandi incubatori dove sono ricreate le condizioni di cui ha bisogno per crescere sottoterra. Usando poi un processo di fermentazione allo stato solido, il micelio può crescere in qualsiasi forma: è facile da modellare e può assumere diverse consistenze. Ciò che è più interessante è che a differenza di altre *carni a base vegetale*, che sono estruse e a volte altamente lavorate, con tale metodo si ottiene una struttura “intera”, la cui lavorazione è quasi zero. Il micelio diventa, con questo processo, una specie di grande blocco “cotonoso” di “tessuto miceliare” compatto, **un pezzo strutturato e intero**: basta tagliarlo a fettine, lasciarlo imbibire con una speciale marinatura ... ed ecco che MY diventa MyBacon! Grazie a questa specifica caratteristica, si posiziona in un segmento *premium* del mercato rispetto ad altri prodotti di carne “plant based” come i “macinati” per hamburger e salsicce.

Dalla pancetta alla amata bistecca il

salto sarà breve? Il co-fondatore di *Ecovative Design*, **Eben Bayer**, ha già dichiarato che ci potrebbero essere **novità in arrivo, come la produzione di bistecche ottenute da un fungo chiamato *Fistulina hepatica***, comunemente noto (non a caso) come “beefsteak”, che lui stesso definisce “una delle migliori carni intere a base vegetale esistente in natura”.

Ma le sorprese che ci riservano i timidi abitanti dei boschi non finiscono qui.

I processi di biofabbricazione del micelio permettono infatti di ottimizzarne la struttura in base alle caratteristiche del materiale desiderato, controllandone la porosità, la consistenza, la struttura reticolare, l'orientamento delle fibre. Quindi non solo MyBacon, ma anche MyCoComposite, un biomateriale utilizzato per imballaggi e MycoFlex, un materiale biodegradabile usato nell'industria della cosmesi e dell'abbigliamento.

I funghi come piattaforma su cui costruire una gamma di prodotti ancora più vasta?


I funghi come piattaforma su cui costruire il futuro di una gamma di prodotti ancora più vasta? **Sembra di sì**: troviamo infatti il micelio fungino in un piatto di *uova al bacon di funghi*, nei contenitori per spedire o proteggere materiali fragili, nelle spugnette per il make-up, nelle **maschere di bellezza** da impregnare con oli idratanti o antirughe, nelle **imbottiture** delle giacche a vento e nelle calzature. Il sistema sotterraneo di radici così versatili e rinnovabili dei funghi ha anche attratto l'attenzione di famose **case di moda**, tra cui **Stella McCartney**, che ha lanciato Mylo, **una pelle miceliare** con cui ha creato prototipi di abiti e la sua **mitica borsa Falabella**, ed **Hermes**, che ha annunciato il **lancio di Victoria, la sua prima borsa di pelle ottenuta appunto dai funghi.**


Sulla moda non ho dubbi, ma MyBacon arriverà presto anche a Singapore? È più che probabile, visto che la città-Stato ha programmato di produrre, entro il 2030, il 30% delle proprie necessità nutrizionali adottando tecnologia!

www.accademia1953.it

Email: accademia1953.singapore@gmail.com

 [Accademia1953.Singapore Malaysia Indonesia](#)

 [accademia1953.singapore](#)

 [Accademia1953.Singapore](#)

Note e Appunti

