



“La Dieta Mediterranea tra le stelle Michelin”

Quarta ricerca del MedEatResearch

Centro di ricerche sociali sulla Dieta Mediterranea
dell'Università Suor Orsola Benincasa di Napoli

Diretto da Marino Niola

Sintesi dei risultati della ricerca

Effetto Unesco: L'ipotesi della ricerca, che esce confermata dai risultati, è che esista un Effetto Unesco: a quattro anni dal riconoscimento della Dieta Mediterranea quale patrimonio dell'umanità si registra uno spostamento del baricentro della grande ristorazione. Se fino a pochi anni fa la cucina stellata era ancora attraversata da una sorta di linea gotica (cucine del Nord vs cucine del Centro Sud) e tendenzialmente si ispirava a quella francese, ora il successo mondiale della Dieta Mediterranea (la FAO l'ha definita il regime alimentare più sostenibile al mondo) ha funzionato come un fattore di unificazione nazionale, una bandiera gastronomica del Belpaese da mangiare.

Di fatto l'Unesco, al di là delle intenzioni dell'organizzazione delle Nazioni Unite, riconoscendo la Dieta Mediterranea Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità (16 novembre 2010), ha codificato un **marchio di qualità**. Al quale ormai fanno riferimento tutti gli chef stellati intervistati che applicano alla loro cucina d'autore una sorta di **coefficiente di mediterraneità**, i cui criteri sono leggerezza, stagionalità, territorialità, fantasia, artigianalità. Come dire eccellenza nella semplicità, ovvero i caratteri distintivi del Made in Italy. Tutti gli chef si sono convertiti al nuovo verbo mediterraneo. Non a caso l'olio extravergine diventa l'ingrediente principe di questa unità gastronomica che va dalle Alpi alla Sicilia. E persino uno chef come **Massimo Bottura**, modenese doc, annovera la sua cucina all'interno della DM, perché pur rimanendo una cucina vicina alla tradizione locale lui l'ha sottoposta ad un lavoro di restyling per alleggerirla nelle calorie e soprattutto per ridurre significativamente i grassi saturi.

Siamo insomma nel pieno di quella che Niko Romito ha chiamato “evoluzione gastronomica”.

PERCHE' GLI CHEF STELLATI

Tra gli intervistati: Massimo Bottura (3stelle, Modena) Heinz Beck (3, Roma), Chicco Cerea (3, Bergamo), Enrico Crippa (3, Alba), Niko Romito (3, Castel di Sangro AQ), Antonino Cannavacciuolo (2, Orta San Giulio, NO), Mauro Uliassi (2, Senigallia), Gennaro Esposito (2, Vico Equense, NA), Ernesto Iaccarino (2, Sant'Agata sui Due Golfi, NA),



Davide Oldani (2, Milano), Nino Di Costanzo (2, Ischia, NA), Pino Cuttaia (2, Agrigento), Ciccio Sultano (2, Ragusa), Valeri Piccini (2, Grosseto), Marianna Vitale (1, Napoli)

L'indagine ha scelto di sondare gli stellati, in quanto opinion leader in grado di influenzare le tendenze gastronomiche.

NUOVE TENDENZE

L'irresistibile ascesa del pesce: dopo l'olio è il pesce a scalare la hit gastronomica. Fino a qualche anno fa la *haute cuisine* era sinonimo di crostacei e pesci di prima - aragoste, astici, gamberoni, ostriche, branzini, rombi ecc. Oggi trionfa il pesce povero. Dal baccalà al pesce bandiera (o spatola che dir si voglia), dalle aringhe agli sgombri, dalle sarde alle acciughe. Così l'umile alice diventa il simbolo del paese delle meraviglie gastronomiche nazionali. Insomma il quarto stato del mare conquista i piani alti della tavola.

Più spazio alle verdure e ai legumi: Erbe e legumi, antichi simboli del mangiare di magro, dell'indigenza e della povertà (rappresentata dal Mangiatore di fagioli di Annibale Carracci) si prendono la rivincita su filetti, brasati, fiorentine e chateaubriand.

L'exploit della mozzarella di bufala: a sorpresa la bufala raggiunge la pasta nella hit degli stellati italiani. La pasta mantiene comunque, sia pur in condominio, il ruolo di piatto simbolo, senza eccezioni fra Nord e Sud. Ma adesso il pacchero non è più solitario.

Un po' di ricette mediterranee: Ricciola affumicata con salsa di yogurt, maionese di agrumi con buccia di arance di Sorrento, purea di favette, zenzero fritto e un filo di extravergine. È questo il Mediterraneo di **Ernesto Iaccarino** del Don Alfonso 1890. Mentre per **Niko Romito** il Mare Nostrum a tavola è verde, misticanza di verdure di campo con olio e aceto su una crema densa di mandorle. Vento e sole, invece, per **Pino Cuttaia**, ossia pomodorini essiccati, bottarga, tonno, carciofini sott'olio e cipolle in agrodolce.

Rosanna Marziale propone una sintesi tra classico e barocco: spaghetti al pomodoro e basilico chiusi in una mozzarella di bufala dop. Terra e mare per **Marianna Vitale**: lingua di vitello con pesce azzurro marinato, verdure dell'orto, maionese al pomodoro e polvere di capperi.

Mauro Uliassi propone una ricetta sensoriale, richiamando i profumi del mediterraneo: "Penso a un pianta di rosmarino che sta vicino ad una di lavanda. Le due si impollinano tra di loro e il rosmarino diventa appiccicoso e carico di resine della lavanda. E subito penso a uno spaghetti aglio, olio e peperoncino e un rametto di questo rosmarino: è roba da andar fuori di testa". **Aimo Moroni**, propone un abbicci della Dieta Mediterranea, che è un capolavoro di geopolitica, vermicelli conditi con pomodoro, basilico ligure di Pra, un filo di extravergine toscano rigorosamente a crudo e un pizzico di peperoncino calabrese di Diamante. E gli spaghettoni di Gragnano ai tre pomodori sono il piatto simbolo di **Nino Di Costanzo**, che cuoce il datterino nel forno a legna, il ciliegino lo spella a crudo e il pomodoro ramato lo cuoce per soli due minuti.

Le cookstar abbandonano Falstaff per Pitagora: Basta eccessi. È il nuovo mantra della gastronomia d'autore. Gli chef testimoniano unanimemente il mutamento in atto nella



domanda gastronomica. Ormai i loro clienti non si accontentano di soddisfare la gola, ma chiedono leggerezza e benessere. E questo a loro avviso è l'arma vincente della Dieta Mediterranea. Perché se la cucina italiana è sinonimo di gusto ed eccellenza degli ingredienti, adesso la sopraggiunta consapevolezza degli effetti benefici di una sana alimentazione, con le relative fobie alimentari, hanno contribuito al successo di un modello alimentare di cui l'Italia è la principale depositaria. Alla bontà della cucina, con la Dieta Mediterranea si è affiancata la possibilità di coniugare gusto, piacere e benessere.

DM è un format da esportazione. Anzi no, è meglio come attrattore turistico: su questo gli chef si dividono in due scuole di pensiero. Alcuni ritengono che esportare la Dieta Mediterranea equivalga a globalizzarla, quindi a snaturarla, considerato il suo legame inscindibile con il territorio. E quindi bisogna venire in Italia per gustarla nella sua versione originale - proprio come si viene per visitare musei e beni culturali. Per sperimentare quel nesso inscindibile e tipico del Belpaese, tra capolavori artistici e cattedrali del gusto, dove il Taleggio fa *pendant* con il Correggio, Raffaello col Culatello, e l'Amarone con Giorgione. Quella trama sottile di storia e di artigianalità che lega i templi di Paestum e la mozzarella di bufala, la pizza napoletana e gli antichi forni delle botteghe di Pompei. Dove Pomodoro e Basilico sono un'arte antica, ma anche i nomi di due artisti contemporanei.

Ma c'è un partito del sì che crede all'esportabilità della Dieta Mediterranea. Che farebbe bene all'economia e al tempo stesso farebbe conoscere al mondo l'alta qualità dei prodotti italiani finendo per favorire anche l'incoming di correnti di turismo internazionale di fascia alta.

Gli chef accusano lo Stato: che fa ben poco per promuovere la gastronomia nazionale. Su questo gli stellati sono unanimi. Lo Stato non ha colto l'occasione offerta dall'Unesco che ha costruito un trampolino internazionale per la nostra imprenditoria alimentare. Che si sente abbandonata a se stessa. Questa latitanza non tutela i nostri marchi di qualità e lascia così campo libero alle numerose imitazioni dell'italian food che di italiano hanno solo il suono del nome. È il cosiddetto fenomeno dell'Italian sounding.

La Dieta Mediterranea deve essere insegnata a scuola: solo con una alfabetizzazione alimentare che comincia dai primi anni della scuola dell'obbligo si può insegnare ai nostri connazionali a conoscere ed amare la nostra tradizione gastronomica, proprio come si insegna la storia.

Analisi dei risultati della ricerca

LA Dieta Mediterranea TRA MEMORIA E FUTURO

1 - La DM è percepita e definita dagli chef stellati come patrimonio culturale. Puccio Fischetti dell'Oasis di Vallesaccarda (Avellino) aggiunge: **“Noi siamo quello che mangiamo e quando si mangia mediterraneo si è vulcanici e solari”**. Il successo



crescente della Dieta Mediterranea viene considerato dagli chef stellati come un'opportunità per valorizzare il nostro passato "povero", quello della cucina regionale contadina, con poca carne e tante verdure e cereali (**Moroni**), ma anche con farine poco raffinate o integrali (**Piccini**). **Sultano** definisce la DM un "paniere di cibi" identificabili con l'area geografica del Mediterraneo, mentre Torrente (chef street food) parla di mare e sole come di elementi che connotano la DM. Marianna Vitale ci restituisce l'immagine di una DM come "la fotografia di un paesaggio in un'intera tavola, dove i commensali sono certamente i partecipanti al banchetto, ma anche i creatori, gli abitanti del territorio, i lavoratori del territorio, ma soprattutto i custodi di un patrimonio gastronomico tradizionale".

La Dieta Mediterranea detta in tre parole:

Per Oldani, la DM è, letteralmente, in tre parole: leggerezza, freschezza e armoniosità e per Cerea le tre parole sono: mare, sole e vento. Per Bottura la DM è una parte della tradizione da portare nel futuro, una forma di alimentazione che ha mantenuto e unificato tutti i popoli che si affacciano sul *Mare Nostrum*. Per Cuttaia la DM è riassumibile con le parole benessere, naturalezza, leggerezza e non è legata a una dimensione territoriale. Uliassi la definisce in maniera sensoriale, richiamando i profumi del mediterraneo: "Penso a un pianta di rosmarino che sta vicino ad una di lavanda. Le due si impollinano tra di loro e il rosmarino diventa appiccicoso e carico di resine della lavanda. E subito penso a uno spaghetti aglio, olio e peperoncino e un rametto di questo rosmarino: è roba da andar fuori di testa"

Il termine che ricorre con maggiore frequenza nelle risposte degli chef alla domanda circa la definizione di DM è territorio (12) (Di Costanzo - chef campano che lavora a Ischia - a tal proposito afferma : "Nel mio menù, a parte il riso e il cioccolato, non c'è nulla che esca fuori dalla Campania"), **seguito da stile di vita (8)** che nel caso di Scarallo significa anche una scansione dei tempi, dei pasti e del sonno molto precisa; un vero e proprio modello basato sull'abitudine, come suggerisce anche Beck, che si lega, dunque, al concetto di salute (6). Seguono stagionalità (6), tradizione (6), qualità (5), cultura (3), quest'ultima legata sia ai prodotti tipici, sia all'idea di mediterraneità e italianità. Uliassi unisce il concetto di tradizioni e territorio e afferma con forza il pericolo che si corre nel ridurre la DM allo stereotipo "pizza e pasta". La DM è fatta di equilibrio, in cui si alternano in modo sapiente benessere e trasgressione.

EFFETTO UNESCO

2 – Abbiamo chiesto agli chef stellati del Nord, del Centro e del Sud se definirebbero la loro una cucina mediterranea. Tutti la includono nella definizione di DM, ma fino a qualche anno fa questo plebiscito non ci sarebbe stato. Lo abbiamo definito **Effetto**



Unesco. Perché a quattro anni esatti dal riconoscimento della DM quale patrimonio immateriale dell'umanità questo stile alimentare è diventato un "marchio di qualità" internazionale.

Queste le loro motivazioni:

- per l'**uso dei prodotti della propria terra e della propria tradizione**: pesce azzurro (7), ortaggi e verdure di stagione (6), olio extravergine di oliva (4), legumi (3), mozzarella e prodotti caseari di bufala (2), frutta (2).
- per Di Costanzo è inconcepibile pensare di utilizzare prodotti che non siano tipici della sua isola d'Ischia e della sua tradizione;
- a causa dell'appartenenza all'area mediterranea, che si manifesta anche nei piatti pensati e proposti da Marianna Vitale: "io sono presente [...] in grandissima percentuale nei piatti che penso e che propongo. Di conseguenza **se mi caratterizzo come donna "mediterranea" trovo che la mia cucina possa definirsi mediterranea"**.
- come dice Puccio Fischetti "perché utilizza la parte più gustosa delle nostre radici";
- per l'utilizzo di quasi tutti gli ingredienti del mediterraneo nel pieno rispetto degli abbinamenti e delle cotture, come sostiene Pierfranco Ferrara;
- perché è **una cucina fatta degli odori e dei sapori della memoria**. Le caratteristiche specifiche di alcuni prodotti (profumi, colori, sapori) segnano l'appartenenza a un determinato luogo della memoria. Come afferma Fischetti: "Anche solo l'odore di una foglia di basilico sarebbe in grado di deliziare il nostro palato e portarci indietro nel tempo". Uliassi ricorda la raccolta dei pomodori d'antan, che erano caldi di sole e non freddi di frigorifero;
- per la naturalità dei prodotti legati all'habitat di ciascun territorio; per l'associazione alla cucina italiana e alla cucina regionale (Ciccio Sultano in particolare risponde: "La mia è una cucina siciliana"). Uliassi specifica con forza che la sua è una cucina marchigiana della costa e che l'autenticità dei suoi piatti è garantita dal richiamo alla tradizione che è appunto marchigiana, italiana e mediterranea: "Gli abitanti delle Marche che abitano sulla costa hanno davanti il mare e dietro le colline, per cui sono contadini e pescatori nello stesso tempo. La cucina è lo specchio quello che sei. Se sei contadino, mangi la verdura e le carni. Se sei anche marinaio includi anche il pesce";
- per la sua salubrità, come sostengono con forza Iaccarino e Romito, ma di fatto questo è pensiero comune a tutti gli chef;
- per la creatività che i colori e i profumi dei prodotti del Mediterraneo suscitano, come afferma Beck;
- per il gran lavoro sulla materia prima, come sottolinea Niko Romito;
- persino uno chef come Massimo Bottura, modenese doc, annovera la sua cucina all'interno della DM, perché pur rimanendo una cucina vicina alla tradizione locale lui l'ha

sottoposta ad un lavoro di restyling per alleggerirla nelle calorie e soprattutto per ridurre significativamente i grassi saturi.

LE RICETTE

3 - Alla domanda su come farebbero un piatto mediterraneo, tutti hanno indicato un piatto specifico e diverso da quello degli altri. I due risultati più significativi sono che il pesce la fa da padrone e che la mozzarella ha ormai eguagliato la pasta nel paniere degli chef. Ricorrono alcuni ingredienti: pesce azzurro e altri tipi di pesce (12), pomodoro (10), olio extravergine di oliva (8), pasta (4), mozzarella (4), basilico (3), agrumi (2).

Lo chef **Moroni**, toscano, afferma che il suo piatto da abbicci della DM consiste in vermicelli o pici fatti in casa con della semola di grano duro conditi con pomodoro, basilico di Pra ligure, un filo di olio extravergine d'oliva a crudo e un pizzico di peperoncino di Diamante calabrese.

Crippa ne fa una questione di stagionalità: il suo piatto mediterraneo cambia a seconda della stagione. In estate parla di mozzarella al pomodoro con alici sotto sale, mentre per l'inverno indica una zuppa di cavolo nero e una carne brasata accompagnata da cavolo rapa o cavolo rosso.

Per **Aversa** il piatto mediterraneo ideale fonde sintesi, essenza e autenticità: fornisce come esempio una fetta di pane con pomodori, olio e aglio.

Per **Romito** un esempio di piatto mediterraneo potrebbe essere la sua misticanza di verdure di campo condite con aceto, olio, alla cui base vi è una crema molto densa fatta con mandorle e acqua.

Per **Fischetti** il suo piatto mediterraneo ideale deve essere soprattutto equilibrato e multisensoriale, ossia saziare il cliente a partire dal senso della vista, seguito dall'olfatto, per arrivare al gusto.

L'importanza della memoria torna anche in questo caso. Come afferma **Di Costanzo**, i suoi piatti nascono sempre dai suoi ricordi d'infanzia e, infatti, la sua idea di DM sta anche nel riuscire, con le tecniche dell'alta cucina, che "elevano la materia prima", a portare in tavola piatti che lo riportino immediatamente indietro con la memoria, al tempo della sua infanzia, come ad esempio la **pasta al pomodoro (parla di tre tipi di pomodoro: datterino cotto nel forno a legna, ciliegino spellato crudo, pomodoro ramato cotto per due minuti).**

Per **Marziale** è la mozzarella di bufala (campana DOP) che "ci identifica": ecco perché il suo piatto ideale è spaghetti al pomodoro chiusi nella mozzarella di bufala.

Curiosità: Ciccio Sultano, siciliano DOC, indica come ingrediente essenziale di un piatto mediterraneo il sale integrale siciliano.

L'unico esempio di **cucina mediterranea a tutto tondo** lo fornisce **Fusari** quando indica il **cous cous come piatto emblematico del Mediterraneo**, mentre **Cannavacciuolo**



restringe il Mediterraneo al sud Italia inserendo quali elementi caratterizzanti gli aromi degli agrumi e delle erbe.

Marianna Vitale pensa un piatto basato sulle regole della piramide alimentare mediterranea, composto cioè da alimenti diversi in proporzioni diverse e propone un suo piatto: lingua di vitello con pesce azzurro marinato, verdure locali, maionese al pomodoro e polvere di capperi.

Antonio Tubelli identifica il piatto mediterraneo con i prodotti della terra e non del mare, ad esempio ortaggi, verdure e legumi.

Per **Valeria Piccini** un piatto mediterraneo deve appartenere alla tradizione alimentare del luogo e deve rispettare la stagionalità; propone, dunque, **zuppa di farro non raffinato con ceci o fagioli freschi in estate.**

I piatti della DM di **Ernesto Iaccarino** sono sue creazioni, come una **ricciola affumicata con salsa di yogurt, maionese di agrumi e buccia di arancia, purea di favette, zenzero fritto e olio extravergine d'oliva.** Un altro piatto è una **zuppa reale con granchio, origano e crosta di pane croccante.**

Massimo Bottura lo riassume in una sintesi dei prodotti eccellenti d'Italia da Nord a Sud, soprattutto pomodori del piennolo, paste, mozzarella.

Nella sua creazione di un piatto particolare, **Cuttaia** più che gli ingredienti, afferma che utilizzerebbe il **vento e il sole**, ossia farebbe un piatto con le conserve tradizionali dove i prodotti sono stati lavorati con metodi tradizionali: **pomodori essiccati al sole, bottarga, tonno e carciofini sottolio e cipolle in agrodolce.**

Nella preparazione del suo piatto **Mauro Uliassi** utilizzerebbe **verdure e pesce.** Nella scelta della tipologia di pesce si evince l'attenzione per la qualità del prodotto che diventa nello stesso tempo uno sguardo attento all'ambiente. Egli afferma di prediligere pesci piccoli perché le carni dei pesci grandi, come i tonni, contengono un alto tasso di mercurio.

IL SUCCESSO CRESCENTE DELLA Dieta Mediterranea

4 – Oggi si mangia più mediterraneo per 19 chef su 24 (79%). E chiedendo se in Italia si mangia mediterraneo più o meno che all'estero è emerso che per 9 chef si mangia mediterraneo in misura eguale sia in Italia sia all'estero, mentre per 7 chef si mangia più mediterraneo in Italia. Per Marziale si mangia mediterraneo non ovunque all'estero e riporta l'esempio specifico della California, uno degli stati americani in cui si presta più attenzione al binomio DM e salute. Mentre Di Costanzo afferma che all'estero la cucina italiana viene un po' "imbastardita". Uliassi riflette sul fatto che la DM sia associata all'estero soprattutto o unicamente a piatti come la pasta e la pizza. Iaccarino fa una differenza tra il sud e il nord d'Italia, dove la cucina subisce l'influenza della cultura culinaria nordeuropea. Anche **Crippa** fa una differenza tra Nord e Sud, affermando che al Sud la DM è più sentita, mentre al nord lo è meno, ciò nonostante rileva un'attenzione



generale crescente anche nel Settentrione. Inoltre, lo chef afferma che per alcuni **mangiare sano e mediterraneo è anche una questione di “moda”**, in alcuni casi più per l'apparire che per il benessere fisico. Anche **Aimo Moroni** ritiene che al centro-sud si mangi più mediterraneo ma, a suo parere, rispetto al periodo della sua infanzia, **crede si mangi meno mediterraneo a causa della globalizzazione della cucina**, ma più in generale della cultura, che ha comportato il diffondersi di cucine orientali (sushi) e “fast food”. Anche Marianna Vitale crede si mangi meno mediterraneo, sia in Italia che all'estero, in relazione ai dettami della DM. **Davide Oldani afferma che la DM “sia quella più giusta perché diretta all’armonia e alla leggerezza”**.

IL BINOMIO DIETA E SALUTE SPIEGA IL SUCCESSO DELLA DM

Il binomio DM/salute è dunque considerato dagli chef intervistati, uno dei motivi principali della maggiore diffusione, negli ultimi anni, di un'alimentazione “mediterranea”. Essi ritengono che la DM sia più salutare rispetto ad altri regimi alimentari. Pierfranco Ferrara, infatti, ritiene che i prodotti mediterranei siano consumati sempre di più, sia sulle tavole degli italiani, sia su quelle degli stranieri, grazie al lavoro dei media che hanno associato la DM a una cucina sana. Dello stesso parere è **Niko Romito che** parla di vera e propria **“evoluzione gastronomica”**, sottolineando come la comunicazione abbia portato in tal senso ottimi risultati, inducendo le persone a una maggiore attenzione alla qualità di prodotti che raccontino il territorio. **Ciccio Sultano e Lino Scarallo** si uniscono al coro, rimarcando che il modello mediterraneo si sia diffuso anche all'estero proprio perché rappresenta uno stile di vita di qualità, e soprattutto sano. L'espressione **“stile di vita”, che richiama l'etimologia greca della parola dieta**, ricorre in molte delle risposte date dagli chef alla quarta domanda. Ricorrono spesso, ma meno, anche le parole terra e territorio.

FINE DELLA LASAGNA ALLA BOLOGNESE E DELLA COTOLETTA ALLA MILANESE?

La sintesi tra italianità e qualità rappresentata dalla Dieta Mediterranea sta trasformando la percezione della cucina italiana classica nel mondo.

Torrente nota che oggi gli stranieri che vengono in Italia richiedono maggiormente piatti a base di verdure e pesce, o comunque semplici, rispetto alle scelte del passato che ricadevano su piatti più ricchi in grassi (animali e non) come la lasagna alla bolognese o la parmigiana di melanzane, simboli di un certo tipo di “italianità”. Anche Beck e Marziale affermano che la diffusione all'estero della DM sia dovuta all'attenzione verso una sana e corretta alimentazione. **Da questo punto di vista, si può notare come la percezione dall'esterno dell'identità italiana abbia subito una virata verso quei cibi oggi riconosciuti come caratterizzanti la DM dalla comunità scientifica/medica internazionale. Non a caso una ricerca OXFAM del 2012 ha rilevato che la pasta al sugo di pomodoro e basilico è il piatto più amato al mondo.**



L'ALTA CUCINA ORMAI SI FA CON L'OLIO EXTRAVERGINE D'OLIVA

Se il brand DM ha conquistato anche l'alta cucina, l'olio extravergine di oliva ne è l'ingrediente simbolo.

Piccini identifica la DM con la leggerezza e afferma che ovunque si mangia più leggero: oggi si usa solo olio d'oliva extravergine a crudo e si sono accorciati i tempi di cottura dei cibi. A questo proposito nota come i brasati non siano più così richiesti, mentre Uliassi ricorda che fa parte della nostra tradizione mangiare pesce poco cotto o crudo. **Anche Cuttaia sottolinea l'utilizzo dell'olio extravergine e, come Uliassi e Piccini, fa notare come stia gradualmente sostituendo, anche fuori dall'Europa, i grassi animali come lardo e strutto nell'uso quotidiano.** Di Costanzo evidenzia che in ogni caso bisogna sempre tener presente la complessità e la varietà della cucina italiana a livello nazionale e anche delle singole regioni, dove esistono differenze gastronomiche anche tra le province. Cerea sostiene che l'Italia è il volano per diffondere questa filosofia culinaria nel mondo. **Bottura evidenzia il diffondersi di una nuova sensibilità a livello mondiale per l'alimentazione e indica nella Dieta Mediterranea il simbolo di questa nuova sensibilità e della nostra qualità gastronomica che – sottolinea - ci hanno ricordato gli Americani.**

DM E' UN FORMAT ESPORTABILE? GLI CHEF SI DIVIDONO

5 - Una parte degli chef considera la DM un format da provare in loco (Crippa), come nel caso di **Nino Di Costanzo** e di **Puccio Fischetti** che sostengono che **la grande impresa italiana è il turismo e che spingere gli stranieri a recarsi in Italia significa mettere in moto un meccanismo importante per l'economia del nostro paese.** Anche per Marianna Vitale la DM dovrebbe essere inserita in un progetto economico a tutto tondo ma, a suo parere, a causa della nostra incapacità di riconoscere e valorizzare le ricchezze presenti nel nostro Paese, risulterebbe addirittura più semplice esportarla, così che, acquisito il giusto valore all'estero, l'Italia sarebbe poi in grado di realizzare un progetto economico importante. Tubelli (street food) a riguardo appare categorico; sostiene, infatti, di essere contrario alla globalizzazione e all'esportazione dei prodotti perché sono i luoghi a fare la differenza, quindi ritiene opportuno che i cibi vengano consumati in loco. Di diversa opinione è **Antonino Cannavacciuolo** che ritiene la DM un format più che esportabile in quanto vantiamo le migliori materie prime e i produttori che tutto il mondo ci invidia. A tal proposito lo chef sostiene che sia bello esportare e far conoscere anche all'estero quanto l'Italia produca, soprattutto per invogliare gli stranieri a **provare direttamente "sul campo"**. Anche Aimo Moroni ritiene sia un format esportabile non solo per "la piacevolezza del palato", ma anche perché "fa bene alla salute" e pertanto avrebbe piacere che fosse fatta conoscere. **Rosanna Marziale** ritiene importante sia spingere gli stranieri a venire a provare sul posto la DM, sia promuoverla e renderla un



format esportabile perché spesso gli italiani non valorizzano i prodotti del territorio, la qual cosa comporta una maggiore possibilità di imitazione della cucina italiana all'estero.

Sulla stessa lunghezza d'onda della Marziale c'è **Vittorio Fusari**, il quale sottolinea però che l'esportazione è legata all'industria, siccome la preparazione di un prodotto deve tener conto anche di altri fattori quali la tradizione, il pensiero e l'amore.

Uliassi afferma che, visto che la DM è anche uno stile di vita, è un format difficilmente riproducibile all'estero, data anche l'altissima qualità dei prodotti (parla di profumi della terra e di profumo del fresco, due qualità che non sono esportabili). Diversamente la pensa **Heinz Beck** che la ritiene un format esportabile se la si intende come un programma alimentare incentrato su corrette abitudini.

Ferrara ritiene che promuovere la Dieta Mediterranea sul posto avrebbe un appeal molto più forte sugli stranieri; diversamente, la promozione del format all'estero avrebbe effetti passeggeri paragonabili a una moda del momento.

Per **Cuttaia** il discorso diventa politico: le DM non è esportabile perché i prodotti richiedono dei metodi di lavorazione che non sono quelli delle multinazionali; necessariamente l'esportazione o la creazione in altri territori dei prodotti italiani porterebbe alla creazione di un prodotto completamente diverso.

La **Piccini** sostiene che molti prodotti tipici italiani si possono già trovare in giro per il mondo, ma che non c'è nessun controllo sulla qualità dei prodotti, che spesso si rivelando riproduzioni ottenute da materie prime molto più scadenti.

Per **Bottura** la DM è un modo di alimentarsi che può essere declinato in molti paesi del mondo compresi tra le due fasce temperate.

LO STATO ITALIANO NON PROMUOVE ABBASTANZA LA DM

6 – Alla domanda se lo Stato faccia abbastanza per divulgare la cultura della DM, **la maggior parte degli chef (18 risposte su 24 – 75%) afferma che lo Stato non fa abbastanza per promuoverla.** Piccini sottolinea che lo stato tutela poco i nostri prodotti, sia in Europa che fuori, ricordando un formaggio comprato a Miami con la dicitura *Parmesan* che era stato prodotto in terre non autoctone. Un tipico caso di Italian sounding.

RICOMINCIARE DALLA SCUOLA

L'educazione alimentare è un tema molto sentito dagli chef, che credono sia di vitale importanza educare al gusto, alla cucina e alla conoscenza delle materie prime sin dall'infanzia. Gli chef si fanno promotori di un nuovo modo di comunicare il cibo.

Domandando come promuoverebbero la DM, **10 chef rispondono che si dovrebbe lavorare sull'educazione alimentare a partire dalle scuole**, soprattutto primarie.

I distributori automatici sempre più presenti nelle scuole non aiutano e, in particolare, Marziale afferma che promuoverebbe la DM sin dall'asilo, dando un input ai bambini per conoscere i prodotti, in quanto se noi lo avessimo avuto saremmo stati adulti più consapevoli, attenti a quello che mangiamo. Pertanto si parla anche di considerare una



rieducazione degli adulti, magari attraverso l'organizzazione di eventi in luoghi specifici e con la collaborazione di un team di esperti che includa chef, medici e nutrizionisti. Torrente specifica poi che la presenza di uno chef nelle scuole alberghiere insegnerebbe ai ragazzi a cucinare secondo i dettami della DM. **Per Cuttaia le mense scolastiche rappresentano la cartina di tornasole del ruolo che lo stato svolge nell'educazione alimentare. La sua esperienza di genitore con figli alle scuole primarie rivela un profondo disaccordo con le scelte alimentari istituzionali. Come un discorso alimentare possa diventare un discorso su una possibilità di mondo migliore, Uliassi sostiene che lo Stato dovrebbe insegnare, già dalle scuole elementari, a mangiare e amare la musica. "Io credo che se si costruisse una società dove la gente ha imparato a mangiare bene e a suonare, si sarebbe costruita una delle società più felici che possiamo immaginare."**

Per Di Costanzo la promozione del Made in Italy deve uscire da una logica campanilistica e diventare un'operazione di educazione, conoscenza, comunicazione e promozione del prodotto italiano come prodotto unico. Sulla stessa linea **Crippa** sostiene la necessità di pubblicizzare maggiormente i nostri prodotti (sostiene lo stesso anche Aimo Moroni ma in riferimento all'estero), oltre che di veicolare messaggi precisi circa gli effetti benefici della nostra alimentazione, la quale si basa sulla varietà dei prodotti grazie alle biodiversità presenti nel nostro Paese e che noi italiani dovremmo imparare a comprendere, puntando, come afferma anche Tubelli, sulla variazione dei prodotti stagionali e sul rapporto, quindi, con il territorio.

Emerge in particolare la proposta di una metodologia di educazione al cibo indirizzata ai giovani, con un linguaggio più consono al loro modo di apprendere, utilizzando, ad esempio, mezzi come i cartoni animati o i fumetti, oppure innovando il packaging dei prodotti con nomi più accattivanti.

Niko Romito, con l'intento di lavorare sull'educazione alimentare, ha aperto un centro di formazione gastronomica con l'idea di formare i ragazzi, di far conoscere le produzioni nazionali, di far capire realmente che cosa è il mondo della gastronomia che vuol dire soprattutto produzione, territorio, cibo, trasformazione, rispetto di tutto ciò che va dalla terra al piatto finito. Riportando le testuali parole: **"Per me il principio base è conoscenza, formazione e ricerca, solo da qui possiamo cominciare ad aggiornare tutte le ricette che abbiamo ereditato in maniera meravigliosa"**.

Per **Bottura** sarebbe necessario diffondere fra gli italiani la cultura della stagionalità e le proprietà dei cereali che non sono abbastanza note o male applicate e ridurre il consumo di carne.

Marianna Vitale, considerando la descrizione UNESCO di DM che ne fa un patrimonio immateriale, la renderebbe materiale, tangibile, attraverso un'operazione di codifica e cioè "definendo le preparazioni gastronomiche tradizionali-regionali", così che in tutto il mondo



si abbia la giusta idea di com'è fatto, ad esempio, il *ragù napoletano* e non la sua interpretazione fatta da un emigrante.

Ferrara, in linea con il pensiero di Marianna Vitale, promuoverebbe la DM creando una pubblicazione in varie lingue nella quale ognuno degli chef "stellati" "adotta" un prodotto, ne descrive le caratteristiche e propone una ricetta.

LA HIT PARADE DEI PRODOTTI DELLA DM

7 – Chiedendo agli chef quale alimento della DM non manca mai nella loro dispensa, su tutti vince l'olio extravergine di oliva (14), seguito dal pomodoro (10) e dalla pasta (9) (Iaccarino e Di Costanzo specificano che la pasta deve essere di Gragnano). Chiedendo, invece, quale prodotto campano non manca mai 7 chef indicano la mozzarella. In particolare Moroni, oltre l'olio che indica come alimento della DM che non manca mai, segnala tra i prodotti campani la mozzarella, la pasta e le noci di Sorrento; precisando che queste ultime sono diventate difficili da trovare. Beck indica il carciofo e in generale tutte le verdure di stagione, anche per il colore che danno ai piatti; il prodotto campano sempre presente nella sua dispensa è il pomodoro San Marzano. Per Torrente e Marianna Vitale è la colatura di alici mentre per Di Costanzo, oltre all'olio e al pane, sono le alici di Cetara, i prodotti di bufala e la pasta di Gragnano. Fischetti inserisce, tra la mozzarella, il pomodoro e l'olio d'oliva (in particolare indica il Monocultivar Ravece, un extravergine irpino), le spezie e il miele irpino. Per Piccini capperi di Positano. **Uliassi afferma che "l'olio è l'ingrediente trasversale della cucina mediterranea. L'olio non può mancare: è la chiave di violino della musica del mediterraneo"**. Cuttaia all'olio aggiunge il sale e il buon vino della Campania.

Marziale indica come ortaggio di stagione prediletto le melanzane. Per **Crippa**, legumi e cereali in prima linea, ma anche pesce (tendenzialmente ligure), carne e formaggi (piemontesi); in particolare, afferma di utilizzare ricotta e mozzarella di bufala, quindi due prodotti campani, fatte però in loco, per una questione di maggiore freschezza.

Per **Oldani** su tutti **vince la pasta, simbolo di italianità e di mediterraneità**, mentre per Sultano a vincere è l'olio d'oliva insieme al pane, che fa lui stesso con farine autoctone.

Curiosità: Fusari indica come prodotti evergreen nella sua dispensa il salame e una bottiglia di Franciacorta, insieme alla mozzarella di bufala, al pomodoro e alle verdure di stagione. Romito, invece, si dichiara legato al progetto, al prodotto mediterraneo e non al singolo ingrediente, per questo volutamente afferma di non saper identificare il prodotto che non manca mai nella sua dispensa.

GLI CHEF ABBANDONANO GLI ECCESSI ALLA FALSTAFF E VANNO A SCUOLA DA PITAGORA

8 – Alla domanda quali dei cibi della DM abbiano una dignità gastronomica tale da poter essere annoverati nell'alta gastronomia, in particolare in una cucina stellata, a prescindere dalla loro salubrità, la maggior parte degli chef intervistati recepisce istintivamente



solo la prima parte della domanda e pensa soprattutto ai prodotti della DM che hanno dignità gastronomica e che sono anche salubri. Evitando di citare alimenti golosi e gourmet. Rimozione o conversione?

Questo l'elenco degli alimenti citati in ordine decrescente dai più gettonati a quelli più legati a preferenze individuali:

- **pesce** (Beck, Cerea, Crippa, Di Costanzo, Ferrara, Fischetti, Iaccarino, Scarallo – **33%**). Gli chef indicano in particolare pesci poveri come pesce azzurro (Ferrara), sgombro (Iaccarino), lampuga, palamita, pesce bandiera (Di Costanzo); pesce di terra: baccalà e aringhe affumicate (Fischetti), trota (Scarallo). Altro ingrediente indispensabile è la **colatura di Alici** (Crippa, Torrente - **8%**);
- **pasta** (Aversa, Crippa, Ferrara, Fischetti, Marziale, Oldani, Torrente – **29%**; Fischetti specifica **pasta fatta in casa**);
- **verdura** (Beck, Cerea, Crippa, Fischetti, Moroni, Esposito - **26%**);
- **olio** (Aversa, Cerea, Crippa, Moroni, Romito, Sultano - **26%**);
- **legumi** (Esposito, Ferrara, Fischetti, Moroni, Tubelli – **20%**; Moroni in particolare inserirebbe le fave e la cicoria fra i beni dell'umanità);
- **pomodoro** (Aversa, Moroni, Romito, Torrente - **17%**);
- **frutta** (Beck, Cerea, Esposito, Oldani - **17%**);
- **cereali** (Esposito, Ferrara, Moroni - **12%**);
- **pane** (Marziale, Moroni – **8%**);
- **riso** (Crippa);
- **latticini** (Crippa); in particolare Uliassi indica la mozzarella e la burrata;
- **formaggi** (Cerea) – dalla mozzarella al Parmigiano; *Per Bottura le croste di Parmigiano Reggiano possono avere la stessa dignità del caviale o del foie gras.*
- **farina** di mais per la polenta, grano saraceno (Crippa);
- **patate** (Scarallo);
- **melanzane** (Romito);
- **vino** (Cerea);
- **limoni** (Fusari);
- **mandorle** (Romito).

Gli chef che recepiscono la seconda parte della domanda - relativa ai cibi non immediatamente associabili all'idea di salubrità ma comunque annoverabili nell'alta gastronomia - indicano i seguenti cibi: il **fritto** in ogni sua declinazione (Marianna Vitale), **insaccati** (Crippa, Uliassi), **carne rossa** (Piccini) ma anche **mozzarella**, **burrata** (Uliassi).

Secondo l'irpino Puccio Fischetti, il più pitagorico di tutti, sarebbe completamente da escludere dalla DM la carne.



LA CUCINA COMINCIA DALL'ORTO

9 – Chiedendo agli chef se hanno l'orto, **tutti si dimostrano molto attenti a sottolineare l'importanza della scelta delle materie prime, a prescindere dal fatto di possedere o meno un orto.** Sono in 13 su 24 (54%) gli chef che coltivano la terra, ma solo in 7 possiedono un orto in maniera specifica per il ristorante, mentre gli altri 4 si limitano alla produzione familiare. In nessun caso l'orto è sufficiente a coprire le esigenze del ristorante ed è sempre affiancato da un'accurata scelta di materie prime da produttori fidati. Chi possiede l'orto tende a ribadire il legame con il territorio e a valorizzare i prodotti della propria terra d'origine (Fischetti, Iaccarino, Moroni) e in due casi (Iaccarino e Fischetti) la presenza di un orto è collegata a progetti più grandi per rivalutare il territorio circostante. Il prodotto che non può mancare negli orti degli chef sono le erbe aromatiche, nominate da tutti coloro che descrivono le proprie colture (7). In quattro casi (Fusari, Cannavacciuolo, Sultano, Cerea) l'orto è interamente o prevalentemente dedicato alla coltivazione di queste erbe.

Gli 11 chef che non hanno un orto, invece, si rivolgono tutti a produttori fidati e ribadiscono l'importanza della conoscenza delle materie prime e della scelta di prodotti di qualità. Per Bottura i contadini sono gli eroi veri di questo Paese. **Uliassi fa il bastian contrario, affermando che pur avendo un orto per uso familiare, non ritiene giusto alimentare il "romanticismo" un po' da baraccone, che esalta l'ideale del cuoco che ha l'orto o che va a comprare personalmente ciascun ingrediente. "Io faccio il cuoco, mi alzo alle 8 e vado a letto alle 3. Corro tutto il giorno e se avessi anche un orto farei il contadino, non il cuoco. La cosa molto importante è avere un vero e proprio culto delle materie prime".**

QUESTIONARIO

- 1) Mi dà una sua definizione di Dieta Mediterranea?
- 2) Definirebbe la sua cucina mediterranea? Perché?
- 3) Se dovesse creare un piatto dedicato alla Dieta Mediterranea come lo farebbe?
- 4) Rispetto a quando ha iniziato si mangia più o meno mediterraneo? In Italia più o meno che all'estero?
- 5) Pensa che la DM sia un format esportabile, o bisognerebbe piuttosto spingere gli stranieri a venirla a provare sul posto?
- 6) Secondo lei, lo Stato fa abbastanza per divulgare la cultura della DM? Lei come la promuoverebbe?
- 7) Nella sua dispensa, quale alimento della DM non manca mai? (e quale prodotto campano non manca mai?)



8) Quali dei cibi della DM hanno dignità gastronomica (possono essere annoverati nell'alta gastronomia, quindi in una cucina stellata) a prescindere dalla loro salubrità?

9) Lei ha il suo orto?

CHEF INTERVISTATI

PEPPE AVERSA * (Il Buco – Sorrento / Napoli)

HEINZ BECK *** (La Pergola - Roma)

MASSIMO BOTTURA *** (Osteria Francescana - Modena)

ANTONINO CANNAVACCIUOLO ** (Villa Crespi – Orta San Giulio / Novara)

CHICCO CEREÀ *** (Da Vittorio – Brusaporto / Bergamo)

ENRICO CRIPPA *** (Piazza Duomo – Alba / Cuneo)

PINO CUTTAIA ** (La Madia – Licata / Agrigento)

NINO DI COSTANZO ** (Il Mosaico – Casamicciola / Ischia NA)

GENNARO ESPOSITO ** (Torre del Saracino – Vico Equense / Napoli)

PIERFRANCO FERRARA * (Il Faro di Capo d'Orso – Maiori / Salerno)

PUCCIO FISCHETTI * (Oasis Antichi Sapori – Vallesaccarda / Avellino)

VITTORIO FUSARI (Dispensa Pani e Vini Franciacorta - Torbiato Di Adro / Brescia)

ERNESTO IACCARINO ** (Don Alfonso 1890 - Sant'Agata sui Due Golfi / Napoli)

ROSANNA MARZIALE * (Le Colonne - Caserta)

AIMO MORONI ** (Il luogo di Aimo e Nadia - Milano)

DAVIDE OLDANI * (D'O - San Pietro All'olmo / Milano)

VALERIA PICCINI ** (Da Caino – Montemerano / Grosseto)

NIKO ROMITO *** (Ristorante Reale – Castel di Sangro / L'Aquila)

LINO SCARALLO * (Palazzo Petrucci - Napoli)

CICCIO SULTANO ** (Il Duomo - Ragusa)

PASQUALE TORRENTE (street food) (Al Convento - Cetara / Salerno)

ANTONIO TUBELLI (street food) (Timpani e Tempura - Napoli)

MAURO ULIASSI ** (Uliassi – Senigallia / Ancona)

MARIANNA VITALE * (Sud - Quarto / Napoli)

CHEF INCLUSI NELLA RICERCA ANCORA DA INTERVISTARE:

MASSIMILIANO ALAJMO *** (Le Calandre - Rubano / Padova)

NADIA SANTINI *** (Dal Pescatore - Canneto sull'Oglio / Mantova)

FRANCESCO SPOSITO **N (Taverna Estia – Brusciano / Napoli)



CREDITS:

Direttore del Centro MedEatResearch prof. Marino Niola
Coordinamento delle ricerche MedEatResearch/1-2-3 prof. Elisabetta Moro
Coordinamento delle attività di ricerca ed elaborazione dei dati:
Dott.ssa Helga Sanità Ph.D
Dott.ssa Marzia Mauriello Ph.D
Dott.ssa Rossella Galletti Ph.D student
Ricercatori:
Dott.ssa Rita Fusco
Dott.ssa Annalisa Rascato Ph.D student

Dott.ssa Annarita Lecce
Dott. Davide Mancini
Dott.ssa Luana Di Tommaso
Sig.ra Nadia Ritaccio

MedEatResearch – Centro di Ricerche Sociali sulla dieta mediterranea

Presidente Lucio d'Alessandro, Direttore Marino Niola

Comitato scientifico: Enricomaria Corbi, Carlo Petrini, Franco Contaldo

Gabriele Riccardi, Antonello Petrillo, Margherita Musello, Alfonso Iaccarino, Livia Iaccarino, Licia Granello, Antonella Gritti, Elisabetta Moro, Ludovico Docimo, Guglielmo de' Giovanni-Centelles, Stefano Pisani, Giuseppe Cilento

Le ricerche MedEatResearch/1/ 2 e 3 sono pubblicate sul sito www.unisob.na.it

Le video-etnografie del MedEatResearch sono sul sito www.granaidellamemoria.it nella sessione Granai del mediterraneo.

Info: medeatresearch@unisob.na.it - tel: 0812522372

Le attività del MedEatResearch fanno parte del progetto CARINA “Sicurezza, sostenibilità e competitività nelle produzioni Agroalimentari della Campania” P.O.R. Campania FSE 2007/2013 Asse IV, Asse V, Avviso pubblico per le Reti di Eccellenza tra Università, Centri di Ricerca ed Imprese A.G.C.06 D.D.n. 414 del 13.11.2009 Codice Ufficio 4-17-10 CUP B25B09000080007 Asse IV Capitale Umano, Obiettivo Specifico I) Asse V Transnazionalità ed Interregionalità, Obiettivo Specifico: m)