GOLA gioconda

LUGLIO 2013

in questo numero:

COME CAMBIANO
I CENTRI
COMMERCIALI

il mistero del brustico

e

il pesce che non c'è

la Boquéria di Barcellona

il sorpasso del Lambrusco

prendiamo il Mondiale per la gola

le vere
ricette
della nonna

il vino della Gorgona

polvere di vino

quando un vino è ...salato

EDITORIALE

We came back.

Ebbene sì, siamo tornati: diciamo che tutto il nuovo che avanza anche in campo enogastronomico non ci convince del tutto, e allora l'approccio leggero che ha contraddistinto "Gola Gioconda" per tanti anni può essere ancora utile per orientarsi in un mondo cresciuto tanto, forse troppo, in fretta.

Gola Gioconda torna con qualche novità importante. Prima di tutto ha trovato casa, adesso vive a OpS il Centro che Sicrea ha aperto all'interno del Centro*Ponte a Greve. Seicento metri quadri dedicati al cibo e alla lettura all'interno di uno dei luoghi più frequentati dell'area metropolitana fiorentina.
Uno spazio dove organizziamo incontri e degustazioni, presentazioni di libri e film e in cui inevitabilmente abbiamo finito per dare tanta attenzione al cibo. Ci aiutano in questo gli amici di "Tuttobene" che qui gestiscono un caffè-bistrot e un ottima pasticceria e la libreria "Rinascita".

Cibo e libri, la nostra più grande passione.
Seguire Gola Gioconda sarà ancora più facile, ci trovate qui oppure in carne e ossa al Centro OpS.
Vi aspettiamo

SOMMARIO

Voci, armonia, spontaneità: tutti i colori della Boquéria	2
La fine dei centri commerciali?	3
Il Mondiale prendiamolo per la gola	6
Gorgona, il vino è speranza e dignità	6
Evitare di ordinare un vino a 20 euro e pagarlo più del doppio	7
Usi e (mal)costumi	7
Polvere di vino	7
C'è un lambrusco che mi sorpassa!	8
Quando bruciare la cena non è un peccato	10
Brustico, chi era costui?	10
Le reti a maglie larghe del pesce che non c'è	11
Le ricette della nonna. Ma quelle vere....	12

Barcellona

Voci, armonia, spontaneità: tutti i colori della Boquéria

A passeggio sulle Ramblas.
Un brulichio confuso arriva da destra, quasi all'improvviso. Nell'aria c'è un odore misto, chiassoso. Un randagio ne riconosce le singole componenti, e decide di seguire una scia. Gli andiamo dietro, attraverso una strettoia. La strada si apre. Davanti, la *Boquéria*,

il mercato di Barcellona ormai famoso quasi quanto Gaudì.
La papaya è sicuramente un frutto esotico per la mente di un europeo. Ma

qui, anche le uova hanno il loro fascino. Gusci più e meno bianchi sembrano stati messi uno a uno sui banchi dalle mani dei venditori, monaci certosini all'alba e feroci urlatori nelle ore di piena attività commerciale.
Ogni elemento sembra aver trovato la collocazione per la quale era destinato da sempre, dalla fragola

che spunta sotto il volto variopinto di una fruttivendola ai cestini di spezie messi uno accanto all'altro in scala cromatica. In ogni angolo, varietà e abbondanza si mischiano in un colpo d'occhio. Eppure, l'essenza della *Boqueria*, quella che distingue tutti i mercati dalle vetrine impostate delle boutiques del cioccolato parigine, rimane la spontaneità.

Ilaria Esposito

Molte città della Catalogna si sono sviluppate intorno ai mercati. La Boqueria, conosciuta anche come "mercat di San Josep" risale addirittura al XIII secolo. Pare che il suo nome derivi da "boc", termine che significa "capra": un tempo questa era la merce più venduta sulla piazza barceloneta. Oggi non solo vi si può trovare qualsiasi genere alimentare si desideri, ma all'interno ci sono bar e strutture che ospitano corsi di cucina. Fra 6 alle 21, tutti i giorni tranne la domenica, trovare un momento per una visita è d'obbligo. Per qualche informazione in più: **www.boqueria.info**

Presto per dirlo ma nuovi modelli si fanno strada

La fine dei centri commerciali?

Quando Turiddo Campaini ha annunciato l'abbandono del modello degli ipermercati per Unicoop Firenze ha certificato la fine di un sistema che in Italia ha avuto il suo periodo di massima diffusione attorno agli anni '70. Un modello che l'Italia, così come l'Europa, aveva importato dagli Stati Uniti. E' qui infatti che già a partire dalla prima metà degli anni '30 (il Country Plaza di Kansas City è del 1923) nasce e si sviluppa un nuovo sistema di vendita che, noi lo scopriremo solo più tardi, si nutre di tre elementi fondamentali: la quasi assenza di pianificazione urbana e la conseguente grande disponibilità di terreni edificabili, la disponibilità (economica e culturale) delle famiglie a spostarsi in auto per fare acquisti e l'attitudine a considerare la spesa, anche alimentare, un fatto episodico.
Tre elementi che in Europa e in Italia non sono mai stati troppo frequenti, ma che soprattutto la crisi economica ha quasi del tutto cancellato. Nonostante questo in Italia esistono circa 1.000 centri commerciali e una discussione sulla loro attualità e funzionalità è appena iniziata. Certo il concetto stesso di "consumo del territorio" ha posto un primo stop al diffondersi di queste strutture e casi di abbandono e di ripensamento sono all'ordine del giorno anche in Toscana, l'ultimo caso riguarda proprio Unicoop Firenze che titolare di una licenza per la costruzione di un nuovo iper nel comune di Scandicci ha di fatto rinunciato, fino a che il Comune non è intervenuto revocando la licenza. Dunque niente nuovi iper, niente grandi centri commerciali, fine dei "non luoghi" come li definì Marc Augè? Presto per dirlo ma appunto il tema è diventato attuale. Ma cos'è oggi un centro commerciale? Il modello nel corso degli anni è rimasto fedele all'originale e nessuno degli operatori del mondo della grande distribuzione ha saputo o voluto fare sperimentazioni, così oggi come 70 o 80 anni fa in un centro commerciale troviamo un supermercato di grandi dimensioni, una serie di negozi, qualche servizio, ristoranti e bar. Grandi spazi, molta luce e il tentativo, spesso patetico, di ricostruire un ambiente il più possibile umano ispirato ai vecchi centri delle città. La piazza è per esempio immancabile nei centri commerciali ed è spesso il centro da cui si diramano i corridoi che portano ai negozi, al super, ai servizi. Da luogo del risparmio i centri commerciali sono diventati presto luogo di ritrovo e di socialità. Tutti hanno in mente la quantità di giovani, che soprattutto nelle città di medie e grandi dimensioni, si danno appuntamento per trascorrere intere giornate all'interno di un centro commerciale ma il modello ha esercitato il suo fascino anche su anziani e famiglie. Proprio questa frequentazione passiva, il luogo che attrae di per sé, ha suscitato le critiche più forti sulla natura dei centri commerciali, fino a definirli appunto luoghi asociali e alienanti, privi di identità. In occasione della

liberalizzazione delle aperture domenicali la discussione si è fatta anche più accesa evidenziando il rischio che "i centri commerciali diventino luoghi in cui l'uomo contemporaneo partecipa di una cultura di massa mercificata, dominata dalla logica del profitto e innestata in un sistema in grado di generare bisogni falsi su cui non ha alcun controllo" (*). Tutto questo sarebbe probabilmente rimasto un bel dibattito culturale se la crisi economica non avesse messo in evidenza alcune delle contraddizioni insite nel modello stesso di centro commerciale, almeno per il nostro paese.
Ecco che allora anche il mondo della grande distribuzione comincia a interrogarsi sul futuro di queste strutture, un indagine apparsa di recente su una rivista specializzata parla senza mezzi termini di "morte dei centri commerciali ossia del precoce invecchiamento di quelle strutture – di solito a forma di "scatoloni" – che, atterrate sul territorio, deturpano il paesaggio, rendono la viabilità della zona un incubo e, almeno sino a un po' di tempo fa, rappresentavano lo standard socialmente accettabile di destinazione del tempo libero e delle risorse finanziarie di giovani e anziani (**). Quello che è cambiato è sotto gli occhi di tutti ed è uno degli effetti della crisi, lo shopping è sempre meno motivo di attrazione per le persone che anzi rifuggono l'impulso a comprare e pianificano con attenzione, luoghi e momenti dell'acquisto. Insieme quindi all'abbandono di un modello si pone il problema di una trasformazione delle strutture attuali. Da qui nasce l'idea e il progetto a cui Sicrea e Unicoop Firenze hanno dato vita. Un centro commerciale di medie dimensioni, quello di Ponte a Greve, tra Firenze e Scandicci dove si erano liberati circa 600 metri quadrati di superficie commerciale è la scintilla grazie a cui tutto parte. Il Centro di Ponte a Greve è uno di quelli di ultima generazione, innovativo già nelle scelte delle forme e dei materiali, frutto della collaborazione tra lo studio dell'architetto fiorentino Paolo Antonio Martini e lo studio di progettazione londinese di Chapman Taylor, leader europeo nel campo dell'architettura commerciale. 7.500 metri quadrati di superficie commerciale con oltre 1.200 posti auto hanno fatto di questo centro uno tra i più attrattivi della provincia di Firenze con una media di frequenze settimanali stimata intorno alle 40/45.000 presenze. La proposta che Unicoop Firenze avanza è quella di pensare a un utilizzo per quello spazio che non sia solo commerciale ma che contribuisca a portare dentro al centro attività di carattere culturale e sociale. Sicrea accetta la sfida e la condivide con sei aziende toscane tutte, a vario titolo, impegnate nel campo della comunicazione e dell'ITC. Nasce una delle prime esperienze di rete di impresa (legge n.122 del 20110) e da questa collaborazione un progetto per la realizzazione del primo centro multimediale situato dentro a un centro commerciale, con servizi di caffetteria, un bistrot e una libreria.

E' uno spazio nuovo nella concezione in cui le due attività di tipo commerciale, il bistrot e la libreria, si integrano perfettamente con le attività di comunicazione. OpS è il nome del centro aperto alla fine di giugno, acronimo di Open Space, lo spazio molto aperto come recita il claim pubblicitario. Aperto perché tutti gli spazi sono condivisi, perché l'ingresso a OpS è anche uno degli ingressi al centro commerciale ma anche perché tutte le attività si svolgono davanti al pubblico, sotto gli occhi di chi venuto a fare la spesa si trova coinvolto in dibattiti, presentazioni, degustazione e quant'altro. Cuore di OpS è l'auditorium.
Lo studio SAA, che ha realizzato il progetto, lo ha pensato come una struttura che interagisce con il

centro commerciale mettendo in relazione i cittadini con la politica, la cultura, l'intrattenimento e la comunicazione. Una piazza multimediale: studio televisivo e radiofonico, set per la produzione di programmi, sede di incontri e dibattiti, la casa dei food show e delle presentazioni di prodotti gastronomici e non.
L'auditorium è sempre on line, collegato con i maxi schermi dentro al centro commerciale, sul canale web del centro, sul digitale terrestre. Qui già in queste prime settimane si sono svolti incontri e presentazioni a cui hanno partecipato centinaia di persone che vanno ad aggiungersi a quelle che hanno potuto seguire l'evento in tv o sul computer. Le principali emittenti radio televisive sono partner di OpS e da qui realizzano propri programmi o usufruiscono delle opportunità date dalla struttura trasmettendo in diretta quanto succede tra le mura di Ponte a Greve. Lo spazio offre anche una straordinaria opportunità di comunicazione alle aziende, che qui trovano una vetrina di presentazione per i propri prodotti e servizi potendo contare sulla straordinaria affluenza al centro commerciale. Una particolare attenzione è dedicata al rapporto con le aziende toscane dell'agroalimentare che a OpS hanno trovato la possibilità di rivolgersi contemporaneamente a un pubblico reale, quello che ogni giorni fa la spesa al supermercato, insieme a quello virtuale dei media collegati. Ora a Ponte a Greve si può andare a fare la spesa, passa re dalla farmacia o dall'ufficio postale, ma anche essere coinvolti in un dibattito, partecipare a una degustazione, essere protagonisti di un programma televisivo. Ma anche semplicemente bere un caffè mentre sui monitor scorrono immagini e informazioni. Non sarà la fine "dei non luoghi" ma OpS un identità all'interno di un centro commerciale la sta cercando.

(*) Toscana Oggi, marzo 2012

(**)Re.d, divisione di M&T specializzata nel concepting e nel design di spazi commerciali e pubblici.

Maurizio Izzo

ops
Il centro molto aperto
Multimedia Caffè Bistrot Libreria Eventi

Il Centro* Ponte a Greve è tra i più dinamici centri commerciali di Unicoop Firenze.
All'interno della galleria si trova OpS, acronimo di Open Space: il primo centro di produzione multimediale situato dentro un'area commerciale, con aree di libero accesso, una libreria, una caffetteria, un auditorium, free wi-fi, corsi ed eventi.

Viuzzo delle Case Nuove 9, int. 10
50018 Ponte a Greve - FIRENZE (FI)
Tel. 055 8953651
www.opscentro.it

sicrea
eventi editoria allestimenti multimedia
Via di Gramignano, 70 50013 Campi Bisenzio (FI)
tel. 055 8953651 - fax 055 8953843
www.sicrea.eu

Il Mondiale prendiamolo per la gola

Dal 21 al 29 settembre arrivano i Mondiali di ciclismo. Attesi oltre un milione di visitatori, cosa gli offriremo?

Mondiali di ciclismo vuol dire anche Villaggi Mondiali. Dal 21 al 29 settembre la Toscana ospita l'evento sportivo dell'anno lungo le strade di Lucca, Montecatini, Pistoia, Fiesole, Firenze. Seguita tanto quanto la finale dei 100 metri alle Olimpiadi o la finale dei Mondiali di Calcio, la manifestazione sarà supportata, in quattro delle cinque città, da spazi espositivi di grande prestigio, con talk show e spettacoli di prim'ordine. Ogni villaggio sarà prossimo alle partenze (Lucca, Montecatini), o alle zone di transito (Fiesole), o ancora all'arrivo (Firenze, zona Campo di Marte). In ogni Villaggio troverà posto Casa Toscana, ovvero un luogo dove saranno esaltate al massimo le eccellenze e le tipicità della nostra regione. Artigianato, benessere e, naturalmente, i prodotti agroalimentari: vino, olio, pane, dolci, salumi, formaggi e tutto quanto appartiene al paniere dell'enogastronomia.I protagonisti di Casa Toscana potranno entrare a contatto con utenti finali, ma anche con le realtà istituzionali e professionali. Una occasione unica in un contesto irripetibile. La volontà è quella di valorizzare davvero il meglio delle nostre Docg, Doc, Dop Igt e Igp. Lo scenario è quello giusto, con il prestigio internazionale che merita e con l'attenzione di milioni di appassionati.

Forse non si tratta dell'inizio di un nuovo Rinascimento, ma certo può essere l'occasione per promuovere bene il brand Toscana, quello più da cartolina e quello solo apparentemente minore, e sfruttarne i risultati per lungo tempo.

http://www.toscana2013.it

Cristiano Maestrini

Gorgona, il vino è speranza e dignità

Può un vino essere così speciale da avere il profumo della speranza e il gusto della dignità ? Si se a produrlo sono i detenuti dell'isola della Gorgona. Ancora più speciale se pensiamo che il progetto vinicolo è in collaborazione con i Marchesi de' Frescobaldi e che a vestire le bottiglie sono le etichette realizzate dallo studio Doni e Associati di Firenze, uno dei più importanti in Italia.

Si tratta di 2700 esemplari fasciati da una pergamena avvolgente chiusa da un sigillo giallo come il sole e come la capsula. Una sorta di 'messaggio' nella e della bottiglia che vuole comunicare l'importanza sociale dell'iniziativa e la voglia di contato con il mondo esterno da parte della comunità carceraria delle piccola e incontaminata isola dell'arcipelago toscano. Un lavoro complesso ed entusiasmante che ha visto il positivo appoggio del Ministero di Grazia e Giustizia e il contributo della Dottoressa Maria Grazia Giampiccolo, direttrice del carcere, di Niccolò D'Afflitto, enologo di Frescobaldi, e di Annie Feolde, patron di Enoteca Pinchiorri.

Come evitare di ordinare un vino a 20 euro e pagarlo più del doppio

Sarà la crisi, sarà l'arte di arrangiarsi, fatto sta che il trucchetto del cappuccino è applicato da qualche tempo anche alle carte vini di certi ristoranti
Cos'è il trucco del cappuccino? Immaginate questa scena: un tavolo di giapponesi si siede al tavolo di un bar in pieno centro di Firenze. Ordinano 4 cappuccini dalla lista. Ipotizziamo un prezzo al tavolo di 2,50 euro. Un po' alto ma in fondo siamo in una delle più belle città del mondo. Arriva il conto e i giapponesi vanno a pagare 20 euro anziché 10, cioè il doppio.
Bene, adesso possono avvenire due o tre cose: i turisti non si accorgono di niente si alzano e se ne vanno. Oppure: se ne accorgono ma non hanno voglia di protestare. Oppure ancora: chiamano il cameriere per chiedere spiegazioni. Il cameriere cade dalle nuvole e dice che "casualmente" ha capito male. I quattro giapponesi volevano un cappuccino a 2,50 (e messo in alto nella lista del menù), ma il cameriere ha inteso invece *per errore* Super Cappuccino a 5,00 (messo in fondo al menù). Chiede scusa e allarga le braccia... Ma se i clienti a questo punto si arrabbiano sul serio che succede? Arriva il titolare che, per mettere a posto le cose, offre di restituire 5 dei 10 euro eccedenti. Molti turisti a questo punto o se ne vanno indignati o accettano i cinque euro. Se proprio non accettano il titolare restituisce anche gli altri 5, ma questo avviene molto difficilmente.
Ora la cosa non è fortunatamente così frequente, ma capita. Chiaramente il turista torna a casa e Firenze, nei suoi ricordi di viaggio, non ci fa una gran figura. Bisogna solo sperare che non sia un giornalista perché altrimenti fa anche un articolo con tanto di scontrino pubblicato.

Usi e (mal)costumi

Il trucchetto del cappuccino, utile a incrementare il conto finale, è adesso applicato anche da qualche ristorante e trattoria tipica. Fortunatamente si tratta di casi isolati, ma ci piace segnalare il fenomeno sul nascere. Della serie: se lo conosci lo eviti.
Anche perché viene applicato a tutti, fiorentini compresi. Ti siedi al tavolo, il cameriere arriva, chiede cosa volete mangiare e poi cosa volete bere. Vi porto la lista? Ok. Ecco la lista. Prendiamo... prendiamo... prendiamo... "Rosso di Mario Rossi" (nome inventato chiaramente) a 20 euro, prezzo tutto sommato accettabile. Mangi benino (ma non benissimo) ti portano il conto e magicamente il vino è a 48 euro (più del doppio). L'incidenza sul conto finale è più del 50%.
Chiami il cameriere e chiedi spiegazioni. Stessa scenetta del collega del cappuccino. Aveva 'casualmente' capito "Rosso selezione di Mario Rossi" e quello in effetti costa molto di più. Il posizionamento del primo vino è in alto, il secondo in basso, abbastanza distante. Di fronte alla comprensibile irritazione arriva il titolare e offre 10 euro di rimborso. I 10 euro se li può tenere ma certamente perde in un colpo solo il cliente. Non facciamo il nome del ristorante ma il tutto è documentato e per inciso il locale è in tutte le migliori guide del settore.
Come evitare tutto questo? Non far nascere il problema è la soluzione migliore: ovvero ordinare il vino indicandolo bene al cameriere che a quel punto non può sbagliarsi. E prima di pagare ricontrollare il prezzo sulla carta vini. Quando si è pagato tornare indietro non è facile. Di certo se qualcuno pensa di combattere la crisi con simili bassezze... siamo messi proprio bene!

Polvere di vino

Da qualche tempo i viaggiatori gourmet possono forse tirare un sospiro di sollievo. Alla fine di un anello trekking o di un tratto di crinale c'è chi li aiuta a rifocillarsi. Un'azienda tedesca ha messo on line un catalogo tutto dedicato al cibo per viaggiatori, dalla colazione al dessert. Ecco dunque il cous cous, il beef stroganoff, il pollo in riso al curry, la pasta al salmone, il risotto vegetariano, una serie di mousse, nonché il cibo d'emergenza ovvero i survival pack per almeno 30 giorni di autonomia. Un'offerta completa e a prima vista invitante.
Quello che più incuriosisce è il vino. Un bel quartino durante il pasto non fa mai male. Non si tratta tuttavia di una doc o docg rinomata. Si tratta di vino in polvere da portare nello zaino. Ne esistono addirittura due versioni: invernale ed estiva. Si allunga con l'acqua e viene fuori una bevanda di 8,5 gradi alcolici. Insomma roba che sfida qualsiasi palloncino.
Fantastici i dettagli: "vino per gourmand che chissà cosa darebbero per un bicchiere di rosso in cima alla vetta". Il prezzo è davvero economico e più che i gourmand soddisfa il palato di chi, giovane e meno giovane in giro per il mondo, non dà grande peso a raffinati sentori di vaniglia, spezie nobili, frutti rossi maturi.
Tutto ciò potrebbe far arrabbiare non poco chi in vigna ci va davvero e si danna l'anima per fare un vino che abbia identità e anima. Ma, si sa, le vie del marketing sono (quasi) infinite.
Comunque la pensiate date un occhio a www.trekneat.com

C'è un lambrusco che mi sorpassa!

L'appuntamento è nel piazzale davanti al Ferrari Store. Io arrivo con il gruppo dei bolognesi quando molti amici "nordisti" del nostro gruppo sono già lì che ci aspettano. Il nostro consueto appuntamento primaverile questa volta fa tappa a Maranello, terra di motori, lambrusco e tortellini: in programma un bel giro nell'appennino modenese e ovviamente un bel pranzo in un ristorante scelto da uno dei nostri che abita proprio da queste parti.
Nella sosta prepartenza c'è da lucidarsi gli occhi, siamo a due passi dalla fabbrica e accanto a noi transitano Ferrari di tutti i tipi, gioia per la vista e per l'udito. Ho visto più Ferrari in mezz'ora che in tutto il resto della mia vita! Noi guardiamo loro e loro guardano noi, si vede che anche la scenografica sfilata di decine di moto BMW fa sempre un certo effetto...

Partiamo, il rombo del mio boxer non è spettacolare come quello di una Ferrari ma mi piace lo stesso. Mi piazzo tra gli ultimi e sono ben distante da chi guida il giro. Il programma prevede di scendere verso sud, per poi proseguire a ovest verso il Secchia e infine a nord per rientrare nel cuore del Frignano. Procediamo un po' in ordine sparso, causa il traffico del sabato mattina che obbliga ad andature diseguali.
A Serramazzoni si deve girare a destra. *Ho detto a destra, dove hanno svoltato gli altri.* E infatti i tre che mi precedono proseguono a diritto.... Sono nuovi del gruppo, non li posso mollare così e quindi parto all'inseguimento, insieme ai due che mi stanno dietro: come dice il poeta "il traffico è lento nell'ora

di punta", la voglia di spiaccicarmi contro un mezzo nell'altro senso è poca e quindi prima di riprendere gli sbandati ci vuole qualche chilometro. *"Eh, mi pareva che qualcosa non tornasse... non vedevo più nessuno davanti a me e quindi acceleravo..."*. Benedetta pecorella smarrita, che ti devo fare? Andiamo, retrofront e vediamo di riprendere gli altri lungo la strada giusta.
Dopo un po' squilla il telefono, *"dove siete?"*, *"niente di grave, ho recuperato gli smarriti"*. Fissiamo di vederci al paese successivo, ma per una serie di circostanze tecniche buchiamo l'appuntamento (cioè passiamo da un sentiero sterrato indicato come scorciatoia dal navigatore, pochi chilometri ma lunghi e intensi). *"Dino, qui non li reggo più, vogliono*

andare, c'hanno tutti fame", *"vabbé andate, ci vediamo al ristorante..."*.
Anche noi sentiamo le prime avvisaglie dell'appetito e più che la strada cominciamo a vedere davanti a noi il menù del ristorante, accuratamente scelto da settimane. Sarà la mistica visione, sarà che voglio sgranchire un po' le ruote, daje der gasss e via verso la meta. Arriviamo prima noi che gli altri...
Via l'armatura protettiva e ci sistemiano alla nostra tavolata per la parte più gustosa del giretto.
Siamo a due passi da Maranello, al Piccolo Mugnaio, un'azienda agricola a conduzione familiare che oltre al ristorante situato all'interno di un vecchio mulino ad acqua completamente ristrutturato, dove c'è anche l'acetaia, gestisce

anche una bottega per la vendita dei propri prodotti e un agriturismo.
Per le boccucce che popolano il nostro gruppo abbiamo concordato:

Antipasto: gnocco fritto, salamella del contadino, scaglie di parmigiano reggiano all'aceto balsamico di Modena, marmellata di mirtilli e aceto balsamico di Modena.
Primi piatti: tagliatelle al ragù, tortelloni di ricotta e asparagi.
Secondi Piatti: capriolo brasato e cinghiale arrosto accompagnati dalle crescentine (tigelle).
Dolce: panna cotta con fragole.

Già l'antipasto basterebbe a saziare uno stomaco "normale", ma si sa, il (la) moto mette appettito....
Non saprei scegliere il piatto migliore, anche se i tortelloni hanno un gusto e una consistenza eccellenti. Molto simpatica la bella cucina a vista, che fa vedere i piatti mentre vengono preparati. Sul retro della sala c'è una grande stanza con le macine del mulino funzionanti e tutti gli ingranaggi a vista: un bel colpo d'occhio su un pregevole pezzo di archeologia industriale.
Il pranzo scorre felicemente e lentamente, intervallato da sorsi di Lambrusco Grasparossa di Castelvetro DOC e Pignoletto dell'Emilia IGT, con l'etichetta del lambrusco che ricorda dove siamo. Lieta nota finale il conto: 25 euro a testa.

Non resta che attraversare il cortile, entrare nella bottega e fare rifornimento di marmellata all'aceto balsamico e di ottimo Nocino di Modena da portare a casa.

Dino Giannasi

Quando bruciare la cena non è un peccato

Brustico, chi era costui?

Prendete un pesce persico e alcuni fasci di canne di lago. Date fuoco a tutto: per pranzo mangerete "brustico", il cibo degli etruschi che migliaia di anni fa popolavano le zone intorno al Lago di Chiusi e di Montepulciano. Se pensate che la cucina di casa vostra non sia adatta a questo tipo di cottura, avete a disposizione una manciata di ristoranti che, ancora oggi, conservano gelosamente i segreti di una tradizione millenaria.
"Da Gino" e "Il pesce d'oro" sono due dei locali dove si può ancora assaggiare il sapore semplice del persico "abbrustolito". Al Porto, una frazione di Castiglione del Lago – quindi appena messo piede oltre il confine tra Umbria e Toscana – nella settimana prima di Ferragosto si tiene una sagra dedicata a questa specialità.
"Dare fuoco a tutto", certo, non basta. La tradizione del brustico richiede, se non fantasia, almeno "intuizione, colpo d'occhio e – soprattutto – velocità d'esecuzione". La mattina presto si sceglie la materia prima: luccio, boccalone, scardola, tinca o, per lo più, persico reale. Raccolte le canne di lago, si fanno delle fascette. I pesci vengono stesi su una griglia di metallo, sopra la brace. Incendiate, le canne producono una fiamma altissima, che investe il pesce e lo trasforma, appunto, in "brustico".
Si tratta di una preparazione riservata ai depositari dell'antica tecnica etrusca: una mano inesperta rischierebbe d'incenerire tutto il pescato. Per questa ragione, ogni ristorante ha il suo insostituibile "custode" della tradizione. Solo una volta tolto dal fuoco, il persico viene ripulito da squame e interiora. Se il risultato è soddisfacente, il merito non è certo di chi impiatta: un filo d'olio locale, sale e limone sono l'unico condimento di cui ha bisogno il sapore dell'antichità.

Ilaria Esposito

Le reti a maglie larghe del pesce che non c'è

Si trova sott'acqua come tutti gli altri, o forse un po'più giù, dal momento che sulle nostre tavole non si vede quasi mai

E' il "pesce dimenticato": **sardine, sugarello, potassolo, cefalo, pesce sciabola** e molto altro. Già, il pesce sciabola. Ma chi sa cucinarlo? E soprattutto, se anche uno avesse capito come metterlo in padella, lo troverebbe sui banchi del mercato?
Paolo Sartor, ricercatore del Centro interuniversitario di biologia marina di Livorno, spiega: "Nei nostri piatti finiscono sempre le stesse 10-15 specie e il 30-40 percento della cattura non viene utilizzata".
Si, avete capito bene: una grossa parte del pescato viene rigettato in mare, oppure resta sdraiato sul banco in mezzo agli altri, umiliato da cartellini che segnano prezzi bassissimi. A livello comunitario si sta dibattendo circa l'opportunità di inserire un "discard ban", ossia un "divieto di scarto" di quello che viene pescato. I pescatori dovranno riportare a terra tutto il contenuto delle reti. Ma se il pescato dovrà sempre essere messo in commercio, qualcuno dovrà pur comprarlo. Per adesso, la situazione è quella del classico circolo vizioso: se nessuno chiede di una specie, questa non arriverà mai sui banchi del mercato o, al massimo, sarà venduta a pochi euro.
"Ultimamente – spiega Sartor – c'è stata qualche piccola apparizione di quello che si chiama pesce dimenticato". "Il merito – continua - è di enti come l'Acquario di Genova e Slow food che s'impegnano per far capire alla gente quanto certe specie sono buone e com'è facile cucinarle".
In un contesto di sovrasfruttamento delle risorse dei nostri mari, quello di dirottare i consumi verso le specie meno inflazionate è un consiglio che si sente dare spesso. "Un'educazione in questo senso – spiega Sartor – è giusta e utile, ma non bisogna cadere nei luoghi comuni". Il punto di vista del ricercatore aiuta a sfatare certi miti: "Non consumare un dato tipo di pesce, ad esempio, può essere utile al ripopolamento – continua Sartor – ma se lo sostituisco con uno che in quel periodo si sta riproducendo creo comunque un danno". Il nodo della questione, quindi, è come sempre trovare un equilibrio: "Siamo ancora lontani da a uno stato di sfruttamento sostenibile – afferma il ricercatore – perché la pesca non ha tempo di aspettare i tempi di risposta delle risorse. Se deve scegliere, un pescatore preferisce avere le reti piene oggi piuttosto che un mare ricco fra dieci anni".
Dire no al pesce d'importazione vuol dire sfruttare di più le nostre risorse. Allo stesso tempo, le iniziative di filiera corta piacciono e sono utili all'economia locale. Come al solito, siamo davanti a un problema di equilibri. Le risposte possono essere molte ma dimenticare un protagonista della questione, non aiuta certo a risolverla.

GOLA gioconda

LUGLIO 2013
Supplemento a Gola Gioconda on line.
Aut. Trib. di Firenze n. 4843 del 18/12/1998.
© 2013 Sicrea sr, tutti i diritti riservati.
Direttore responsabile:Maurizio Izzo
Redazione: Crisiano Maestrini, Ilaria Esposito, Dino Giannasi

Pubblicità: Sicrea srl, tel. 055 8953651

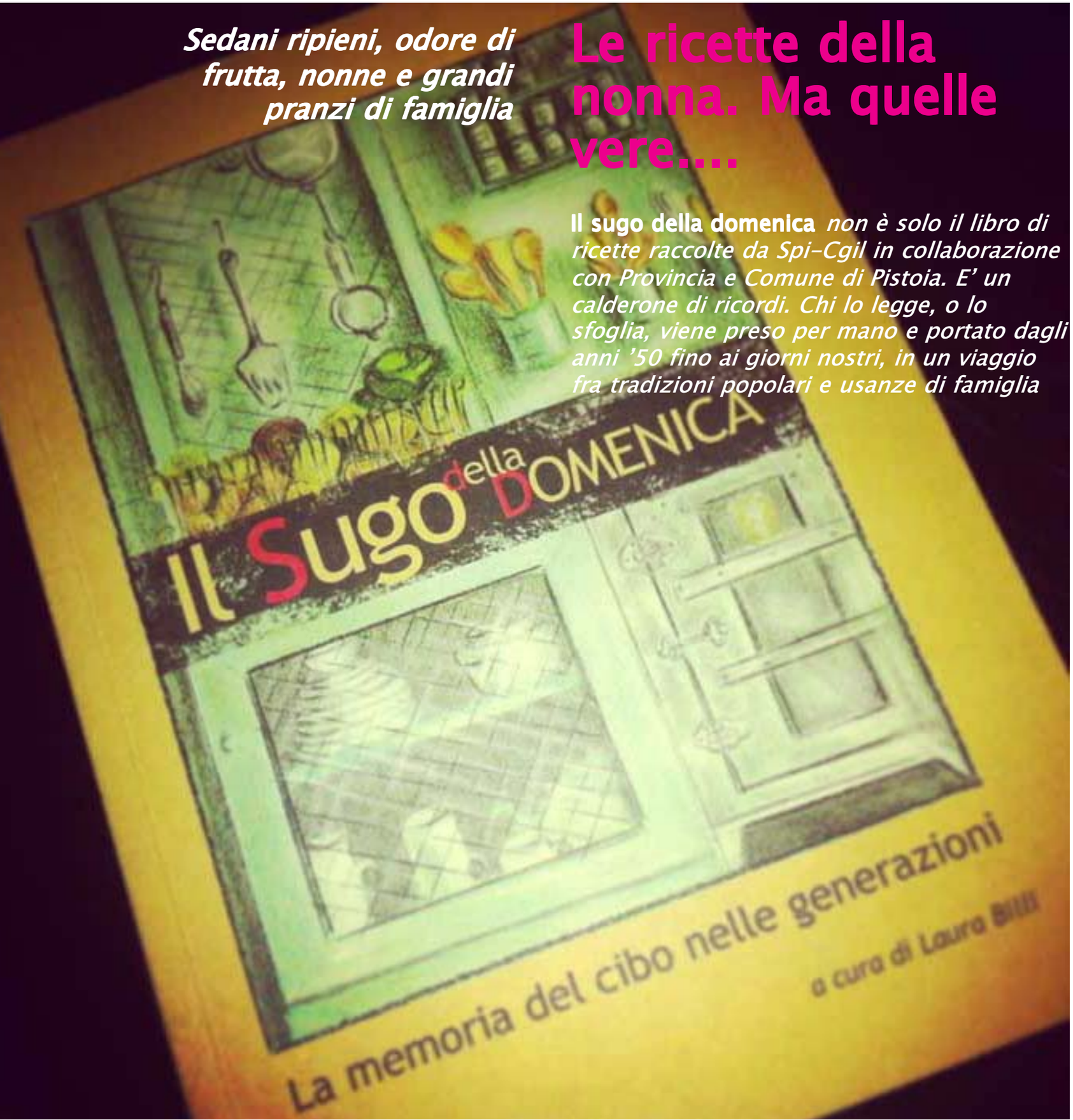
I VILLAGGI DEI MONDIALI
21-29 settembre 2013
Lucca Montecatini Firenze Fiesole
Il più grande evento sportivo che la Toscana abbia mai ospitato

per informazioni:
tel 055 8953651 - info@sicrea.eu

Sedani ripieni, odore di frutta, nonne e grandi pranzi di famiglia

Le ricette della nonna. Ma quelle vere....

Il sugo della domenica *non è solo il libro di ricette raccolte da Spi-Cgil in collaborazione con Provincia e Comune di Pistoia. E' un calderone di ricordi. Chi lo legge, o lo sfoglia, viene preso per mano e portato dagli anni '50 fino ai giorni nostri, in un viaggio fra tradizioni popolari e usanze di famiglia*



Storie e ricette sono state raccolte nel corso di lunghe chiacchiere tra amiche, bussando alla porta di ogni lega del sindacato. Un lavoro fatto con pazienza, la stessa che avevano le donne di un tempo quando passavano le loro mattinate fra soffritti e pasta al forno. Vi si trovano piatti della cucina di ieri e di oggi: la ricetta del "carcerato", pistoiese doc, ma anche del "cous cous".

Ogni pietanza proposta è avvolta da una dimensione intima, regala un pezzo della sfera privata di chi la presenta. Verina racconta come si fanno gli gnocchi di patate ai funghi: "..Quando c'era i'mi' marito lui faceva i secondi e io facevo i primi". Lucy, invece, dà la ricetta delle "Palle di neve" ricordando che "la mamma era molto brava in cucina e anche nella miseria i dolcetti si mangiavano lo stesso".

Ingredienti e dosi, aneddoti, ma anche disegni. All'interno del volume si trovano i contributi degli studenti del liceo artistico Petrocchi di Pistoia, cui è stato chiesto di rappresentare graficamente il tema del libro. "I ragazzi – spiega Laura Billi, curatrice del libro - hanno partecipato anche in prima linea, raccontando le loro abitudini culinarie". Un confronto che ha portato a una scoperta: "Molti di loro – continua – hanno detto di aver imparato dai nonni a cucinare. Mentre le mamme non hanno tempo e si affidano ai surgelati, i nipoti sono i nuovi depositari della tradizione".

A qualsiasi ora del giorno, chi accende la televisione rischia di essere investito dalla voce acuta di una cuoca "per passione", vestitino svolazzante e grembiulino intonato. Inutile cambiare canale: in agguato c'è sempre un giovanotto in divisa da chef che strizza l'occhio alla telecamera mentre dispensa consigli "rapidi rapidi" per single e massaie in ascolto da casa. Quando si apre "Il sugo della domenica", ci si accorge subito che l'approccio è diverso. Pagina dopo pagina, viene voglia, se non di contribuire con i propri ricordi, almeno di perdercisi dentro.