

DOSSIER / Sapori

Dossier a cura di Rossella Tercatin

Il gusto di una cucina che unisce tradizione, etica e cultura

Sapori e saperi. La cucina come elemento fondamentale della tradizione ebraica, profondamente compenetrata nei precetti religiosi e nella sfera culturale. La tavola che diventa così non soltanto un'occasione per consumare cibo, ma per farlo in modo kosher, adatto, permesso, così che il nutrimento del corpo divenga qualcosa di più elevato. Un concetto oggi diffuso a livello globale, come testimoniato dall'aumento esponenziale dell'attenzione dei consumatori verso i prodotti biologici, a chilometro zero, sostenibili, sinonimo allo stesso tempo di qualità e di etica della tavola, un fenomeno evidenziato anche dai grandi appuntamenti nazionali del settore, il Salone del



Gusto e Vinitaly. In quest'ottica la stessa certificazione di kasherut acquisisce sempre maggiore prestigio nel mondo. Non più soltanto gli ebrei osservanti, ma anche la gente comune la considera una garanzia: un trend che parte dall'America, a cui non è estranea l'Europa.

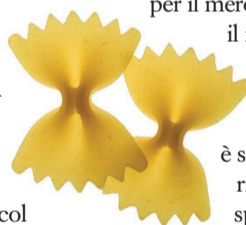
In Italia, i leader dell'ebraismo lavorano al fianco dei rabbanim per dare vita a una certificazione di kasherut nazionale, che diventi sinonimo dell'eccellenza alimentare tipica dei prodotti Made in Italy, in molti casi già apprezzati nel mondo. Nel frattempo nelle Comunità si moltiplicano le iniziative per portare la conoscenza della tradizione culinaria ebraica al grande pubblico.

La tavola kosher ha il sapore di casa

Prodotti italiani protagonisti nella crescita mondiale del settore

— Rossella Tercatin

Aroma intenso di caffè. Profumo inebriante di cioccolato. Sapore autentico di un piatto di spaghetti cotti al punto giusto. E poi ancora vini, oli, formaggi. La qualità del Made in Italy, quando si parla di industria alimentare, non si discute. Le aziende italiane portano in alto l'orgoglio del tricolore dagli Stati Uniti alla Cina, dall'Inghilterra all'Australia. Ma quanto di tutto questo a che fare col mercato kosher? Molto più di quello che l'apparenza (o un giro in supermercati e gastronomie italiane) suggerisce. Prendiamo il caso della pasta, uno degli ali-



menti più amati e consumati del globo. Consideriamo due aziende leader nel settore: Barilla e De Cecco, vendute come eccellenza italiana nei negozi alimentari di mezzo mondo. Sulle confezioni per il mercato internazionale, in cui il nome della pasta in italiano si confonde tra ingredienti e ricette in inglese (e il numero di minuti per la cottura è sempre troppo alto - si sa che fuori dall'Italia la pasta piace scotta), spicca chiaramente il simbolo che ne certifica la kasherut. Marchio kosher che viene ottenuto negli stabilimenti del Belpaese e di cui le confezioni italiane non recano traccia. Per De Cecco, il Kosher



Certificate rilasciato dalla Federation of Synagogues di Londra (che può essere facilmente scaricato in pdf dalla versione in lingua inglese del sito web della multinazionale) elenca le varie qualità di pasta controllata, da quella semplice di semola, alla pasta all'uovo, a quella tricolore. "La Barilla ha richiesto la certificazione kosher dagli anni '90 per esportare in Israele - spiegano invece dal gruppo emiliano - Attualmente abbiamo sette prodotti con il marchio del rabbinato di Manchester per Israele, mentre riceviamo quello OU per l'America". Un discorso simile può essere fatto per un gigante del caffè italiano, l'azienda triestina Illy. Anche in questo caso / segue a P18

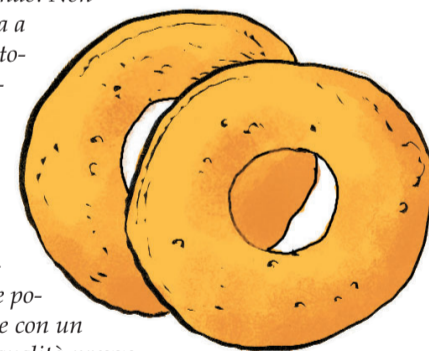
Il futuro porta il marchio 'kashal'



Razionalizzare i costi, evitare le frammentazioni territoriali, proporsi ai consumatori con maggiore incisività e competitività. Questi alcuni obiettivi dell'Ufficio centrale di kasherut che sta prendendo forma su impulso del-

l'Unione delle Comunità Ebraiche Italiane. Un'iniziativa, articolata e ambiziosa, che vive mesi di intensa progettualità sotto il coordinamento dell'assessore alla Kasherut Settimio Pavoncello e che potrebbe presto rivoluzionare il mercato italiano compattandolo verso un'unica autorevole istituzione di riferimento.

"Ci stiamo lavorando. Non sarà facile portarla a compimento - sottolinea Pavoncello - ma la sfida della centralizzazione avrà importanti benefici per tutti. Addetti ai lavori, consumatori e potenziali clienti che potranno raggiungere con un miglior rapporto qualità-prezzo.



Presto, grazie anche al fondamentale supporto della Commissione kasherut e culto formatasi internamente al Consiglio dell'Unione, sarà pubblicato un bando volto a individuare la figura rabbinica, di spessore internazionale, che si dovrà occupare della gestione del servizio.

È questa una sfida non soltanto economica ma anche e soprattutto culturale con la possibilità di diffondere ancora di più, in tutta la società, i valori e i principi di quella che è da considerarsi un'autentica filosofia di vita". L'iniziativa si inserisce in un trend globale di attenzione sempre più forte verso le tradizioni alimentari eticamente sostenibili. Caposaldo di questo fenomeno sono gli Stati Uniti ma anche l'Italia, pur con numeri inferiori, ha conosciuto negli ultimi anni un vertiginoso aumento della domanda a prescindere dalle specifiche appartenenze etniche e religiose. È su questo fronte che si inserisce il proficuo legame di collaborazione instaurato con il ministero dello sviluppo economico con l'obiettivo, da / segue a P18

I ristoranti israeliani? Amano la giustizia sociale

— Miriam Camerini

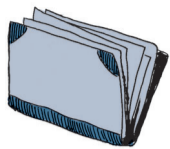
Che cosa rende kosher un ristorante? Il cibo che vi viene servito, certo, la separazione tra carne e latte, e tutto quello che già sappiamo... Ma nella Torah non è scritto anche: "Non dominerai [il tuo schiavo] con asprezza" (Vayikrà 25,43), "Non sfruttare un lavoratore bisognoso e indigente" (Devarim 24,14), "Paga al lavoratore il suo salario il giorno stesso" (Devarim 24,15) e molte altre regole che ci vietano di umiliare il debole e di approfittarci del nostro prossimo? "Mangiare fuori" è una delle attività che maggiormente definiscono una cultura. Per questo motivo nel 2004 è nato, all'interno dell'organizzazione Bema'aglei Tzedek, il progetto Tav Chevrati (sigillo sociale), cioè un certificato di kasherut basato non sul cibo che il ristorante serve (il Tav Chevrati può essere accordato anche a ristoranti non kosher nel senso tradizionale del termine), bensì sulle condizioni di giustizia sociale rispettate dal medesimo. Bema'aglei Tzedek è un'organizzazione nata in Israele nel 2004 ad opera di alcuni giovani attivisti sociali appartenenti al mondo delle cosiddette kip-pot srugot, ossia dell'ortodossia moderna e sionista. Letteralmente significa "Nei sentieri della giustizia", citazione dal / segue a P21

PIÙ SANI E SOSTENIBILI



Prodotti biologici e a chilometro zero, commercio equo e solidale, kasherut etica. Questi i temi al centro della Food Conference di Hazon (6-9 dicembre, Connecticut), organizzazione che si propone di "creare delle comunità più sane e sostenibili, nel mondo ebraico e fuori da esso". La conferenza affronta il rapporto tra cibo e vita ebraica, fra convegni e gruppi di studio basati sui testi della tradizione. Da una partnership tra Hazon e il settimanale The Jewish Forward è nato il blog The Jew and The Carrot, dedicato proprio ai rapporti tra etica del cibo e tradizione ebraica.





DOSSIER / Sapori

Le ricette viaggiano sul web. Per mano dei foodblogger

— Benedetta Guetta
Fotografa e foodblogger

Il cibo è un terreno comune, un'esperienza universale: non serve solo a nutrirci, ma anche a definire la nostra identità, perché quello che siamo passa anche attraverso quello che mangiamo. Non occorre, forse, ribadirlo qui: nessun popolo, in effetti, coltiva questa consapevolezza meglio del nostro. È tuttavia utile ripeterlo per puntare il dito verso un'evidente ossessione contemporanea, quella per la cucina, per il mangiar bene: ogni canale

televisivo ha il suo programma di cucina e le edicole straripano di magazine per gli amanti dei fornelli; se ne parla a casa, per strada, in ufficio; con la famiglia, gli amici e i colleghi; offline e online. Proprio all'incrocio tra offline e online è nata una nuova figura nel mondo della cultura enogastronomica: quella del food blogger, l'appassionato della buona tavola che condivide le proprie ricette su Internet.

Come riconoscerne uno? Basta osservarlo nella quiete domestica: la sera, all'ora di cena, fotografa i piatti cucinati prima di portarli in tavola; la notte, poi, è sveglio e connesso per scrivere ricette sul

proprio blog, al mattino torna ad essere un lavoratore qualsiasi.

Apprezzati dai lettori perché affidabili e alla mano, corteggiati dalle aziende perché famosi e influenti, i blogger che si dedicano al cibo hanno guadagnato molta visibilità negli ultimi anni.

Parlare genericamente di food blogging, però, non rende giustizia alle molte sfumature che questo hobby – a volte quasi un lavoro – raccoglie sotto il proprio nome; esistono molti "tipi" diversi di food blogger: c'è chi si spe-

cializza in diete particolari, chi scrive recensioni di ristoranti, chi si impegna a realizzare tutte le ricette contenute in un libro di riferimento (ricorderete il film *Julie and Julia* con Meryl Streep), chi cucina solo con ingredienti di scarto o a km 0. Nicchia tra le nicchie è quella della cucina ebraica: un tema caro a molti food blogger.

Nel nostro paese c'è più di un blog che ne racconta le ricette. I lettori conosceranno forse Labna, il mio blog di cucina ebraica e non solo, ma potrebbero non aver ancora fatto visita, ad esempio, a Miriam Lanza, nipote di



PER RISCOPRIRE
LE TRADIZIONI

Giuliana Ascoli
Vitali-Norsa
**LA CUCINA NELLA
TRADIZIONE EBRAICA**
La Giuntina

segue da P17/ è sufficiente confrontare il sito della società nella versione italiana e in quella inglese: in quest'ultima le caratteristiche confezioni di forma cilindrica recano il marchio OU.

Il fatto che aziende così importanti e rinomate sentano l'esigenza di offrire prodotti kosher potrebbe apparire contraddittorio: la popolazione mondiale di religione ebraica conta solo 14 milioni di persone e la maggior parte di esse non mangia kosher. Eppure il mercato del kosher è in continua espansione, come spiega a Pagine Ebraiche Menachem Lubin, direttore del Kosherfest, la più importante rassegna mondiale del settore, che si tiene ogni anno in New Jersey. "Il mercato kosher ha conosciuto negli ultimi anni una crescita considerevole. Solo negli Stati Uniti – puntualizza – si parla di un fatturato di 12,5 miliardi di dollari. Vi sono diverse ragioni alla base di questo fenomeno. Più diventano numerose le aziende nel mondo che desiderano che i propri prodotti siano kosher, più cresce la domanda di ingredienti certificati e dunque aziende interessate a fornirli, determinando un ulteriore incremento del mercato. Inoltre, i supermercati sono interessati a vendere prodotti kosher perché ad acquistarli non sono soltanto i consumatori di religione ebraica, ma anche i musulmani, o chi presenta particolari esigenze per intolleranze alimentari".

Questo generale interesse per il kosher coinvolge anche i prodotti italiani. Perché, se l'antico pregiudizio secondo cui il cibo permesso dalla legge ebraica non spicca per bontà alle papille gustative, poteva essere vero fino a qualche decennio fa, oggi la situazione è radicalmente cambiata. "Non soltanto sono migliorate le tecnologie di produzione, il packaging, le proprietà nutritive degli ingredienti – spiega Lubin – Ciò che si è evoluto è il gusto stesso e la domanda dei consumatori, specie i più giovani, che non si accontentano più

Il trionfo del made in Italy



che il cibo che mangiano sia kosher. Vogliono anche che sia ottimo. Ciò è per esempio molto evidente nel mercato del vino. Ormai abbiamo diversi vini italiani di altissima qualità in versione kosher. Oggi viene rivolta un'attenzione sempre maggiore alla storia e ai valori che si nascondono dietro i prodotti. Quelli del Made in Italy sono portatori di entrambe le cose. Per questo la loro domanda cresce".

"Bisogna fare una distinzione", sottolinea il rabbino Avraham Hazan, che da oltre trent'anni lavora con i più importanti marchi mondiali, primi fra tutti la Orthodox Union e la OK negli Usa, i cui simboli apposti

sui prodotti da questi controllati sono noti ovunque non solo al pubblico di religione ebraica. "Esistono prodotti di grandi industrie la cui certificazione di kosher comporta soltanto dei controlli, e non l'utilizzo di linee di produzione o di ingredienti specifici. In questo caso i costi della certificazione saranno bassi, e la qualità è ovviamente esattamente analoga a quella che gli stessi prodotti avrebbero senza l'Hashgacha. Diverso è invece il discorso per vini, formaggi, carne: qui ciò che conta è semplicemente la qualità delle materie prime utilizzate. In passato, la domanda di prodotti kosher era bassa e di conseguenza per mantenere



contenuti i costi spesso si usavano ingredienti scadenti. Oggi, con la crescita della domanda, si producono quantità maggiori a prezzi inferiori, l'esigenza di risparmiare sugli ingredienti si presenta meno di frequente, e aumenta il numero dei prodotti di qualità".

Kasher da gourmet dunque? In effetti è interessante notare come non sono soltanto le grandi aziende a impegnarsi per ottenere l'Hechsher, il marchio. A sottoporre le proprie filiere ai controlli rabbinici sono anche quelle industrie alimentari medie e piccole che rappresentano un vanto delle specificità locali italiane, grazie ai loro output dalle caratteristiche uniche.

"Diversi anni fa abbiamo deciso di ottenere una certificazione kosher perché ci sembrava un'opportunità in più da non trascurare – racconta

Andrea Bombarda di Acetum, azienda cavezzese leader nel settore della produzione di aceto balsamico di Modena, una delle specialità regionali più amate in Italia e nel mondo – Il nostro aceto viene esportato negli Stati Uniti, in Francia, Australia, Inghilterra, Sud Africa...". Per capire come la scelta (e l'investimento) della società allo scopo di creare linee di produzione separate per l'aceto kosher (due le qualità disponibili, l'aceto balsamico Igp e l'aceto balsamico tradizionale di Modena), si sia rivelata vincente, è sufficiente guardare al modo in cui Acetum ha potuto presentarsi al Salon International de l'Agroalimentaire di Parigi: come protagonista di ben tre percorsi tematici sugli otto proposti dagli organizzatori: quello kosher, quello halal e quello delle etichette di prestigio. E a pro-



PER SORRIDERE
IN CUCINA

Roberta Anau
ASINI, OCHE, RABBINI
Edizioni e/o

posito di etichette di prestigio, un altro marchio di eccellenza che ha recentemente deciso di fare il suo debutto sul mercato internazionale in versione kosher è la cioccolateria artigianale torinese Guido Gobino, con

Progetti futuri: il sogno è un marchio "kashal"

segue da P17/ una parte, di offrire agli imprenditori un chiaro percorso di consapevolezza sui vari passaggi da intraprendere per la certificazione, dall'altra, di far incontrare i produttori stessi con i più importanti buyer internazionali.

Un progetto ancora in fase embrio-

nale, spiega Pavoncello, finalizzato a trovare nuove strade per promuovere l'Azienda Italia nel mondo e con la possibilità, in futuro, di allargare il proprio raggio di azione con l'attivazione di alcuni specifici canali assieme a Moschea di Roma e FederBio, già partner dello stesso tavolo. "Ho un

sogno – racconta – ed è quello di arrivare a un marchio Kashal che veda confluire l'impegno ebraico per il kosher e quello dei musulmani per l'halal sotto un'unica sigla. Certo non sarà facile

ma vorrei provarci. Tante cose ci dividono, tante altre ci uniscono. Cerchiamo di valorizzarle, almeno a tavola".

Si rafforza intanto, sul fronte interno, la cooperazione con gli organismi di certifica-

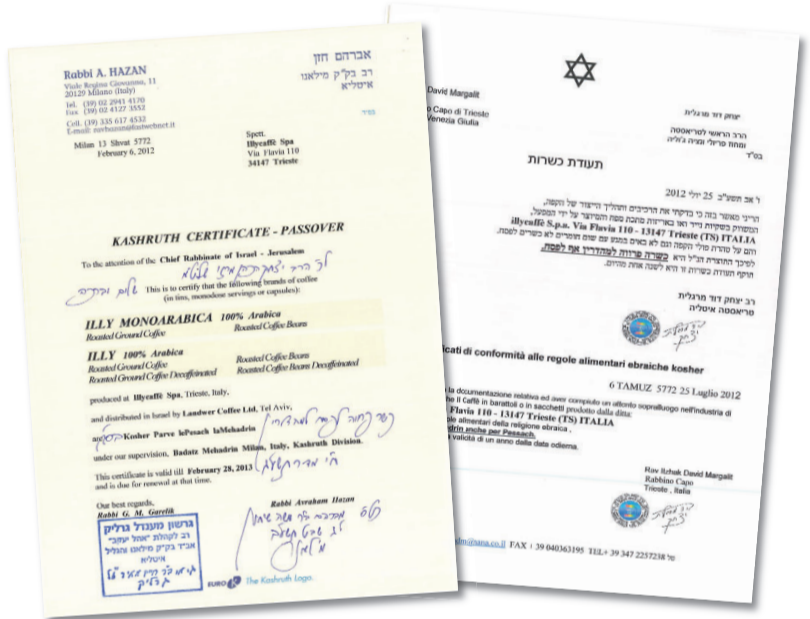


quell'Ascoli Vitali Norsa colonna portante della cucina ebraica italiana, o a Dinner in Venice di Alessandra Rovati, un'ebrea italiana trapiantata a New York, che ha recentemente fondato la scuola di cucina della Comunità di Venezia. In America, la lista è molto più lunga. Ci sono kosher blogger che sono delle vere e proprie star del settore: la scrittrice Jamie Geller, con il suo enciclopedico portale Joy of Kosher; Deb Perelman, con il suo blog elegante e minimal, Smitten Kitchen, appena diventato un libro; Tori Avey, un'ebrea recentemente convertita - da cui il nome del blog - che cucina meglio di una Yiddishe mame; Levana Kirschenbaum, autrice, tra l'altro, del volume The

Whole Foods Kosher Kitchen. Negli Usa ci sono poi blogger meno conosciute che si dedicano con passione a custodire le ricette della nostra tradizione, come ad esempio Shoshana Ohriner, specializzata in dolci, con il suo Couldn't Be Parve, o Gayle Squires, conosciuta come Kosher Camembert. Tra le blogger che invece vivono in Israele ma scrivono in inglese non si può non citare Sarah Melamed, che nel suo Food Bridge racconta e fotografa deliziose ricette mediorientali; Liz Steinberg, che nel suo caffè virtuale raccoglie solo piatti vegetariani, ovviamente kosher; e ancora Danya e Deanna, con il loro Matkonation, un blog con ricette e foto straordinariamente

interessanti, spesso ebraiche ma - oops! - non sempre kosher. I kosher foodblog sono una miriade e sarebbe impossibile raccontarli tutti. Chi ama la cucina ebraica, e mastica un po' di inglese, potrà scoprirne molti altri consultando la classifica dei Best of Kosher Awards, e troverà conferma di come il web sia diventato la nuova frontiera del quaderno delle ricette di casa, passato non più di mano in mano, ma di clic in clic.

► Nella foto accanto le levivot di mele proposte da Labna.it, foodblog nato dalla passione per la cucina di due amici, Manuel e Jasmine.



► Le certificazioni di kasherut (in ebraico teudot) rilasciate rispettivamente dal rabbino capo di Trieste Itzhak David Margalit per l'Italia e dai rabbini Avraham Hazan e Gershon Mendel Garelik per Israele (quest'ultima rivolta al Chief Rabbinate of Israel) alla ditta IlyCaffè. Entrambe hanno validità un anno, e devono pertanto essere periodicamente rinnovate.

un'apposita sezione nei negozi dedicata alla gamma delle sue irresistibili creazioni, dai gianduotti alle tavolette, oggi kosher e per giunta parve, cioè adatte a essere consumate sia nell'ambito di pasti di carne che di latte.

"La cucina ebraica è l'arma migliore per combattere l'antisemitismo", ha recentemente dichiarato il rabbino capo di Roma Riccardo Di Segni, in un'intervista al sito Ansa Mediterraneo durante l'evento Gusto Kosher

organizzato poche settimane fa nella capitale per il ventennale del catering Lebonton. "Molta gente - la riflessione del rav - mostra simpatia sostanziale per l'ebraismo quando si siede a tavola. Mangiando i nostri dolci, scopre un mondo ricco di cose piacevoli". E se la cucina diventa portavoce della cultura ebraica, i prodotti del Made in Italy kosher potranno forse svolgere lo stesso ruolo nel mondo: ambasciatori di un tricolore rigorosamente Jewish.

zione internazionale. Su tutti Conferenza rabbinica europea, Orthodox Union, Badaz, preziosi interlocutori per districarsi nei meandri di un fenomeno estremamente variegato e dinamico. "Una vera e propria giungla", scherza Pavoncello. Nei limiti del possibile, l'intenzione è quella di mettere un po' d'ordine. E di stimolare, come detto, un consumo ancora più attento e consapevole. In ballo anche

alcuni progetti specificamente culturali. Tra questi la realizzazione di uno studio che metta in rassegna tutti i riferimenti al cibo, ricette gastronomiche e non solo, contenuti nel Talmud. Un'idea di notevole suggestione, un modo nuovo per guardare ai grandi testi della tradizione ebraica in una chiave sempre attuale e stimolante.

a.s.

Yotam Ottolenghi, la poesia dello chef

Quando qualcuno è filosofo lo è davvero in ogni cosa che fa. Non stupisce dunque che nel sito di Yotam Ottolenghi, lo chef israeliano che ha conquistato Londra e poi il resto del mondo con la sua cucina innovativa, ci sia proprio un'intera sezione chiamata Philosophy, dedicata a esporre

la complessa concezione che sta dietro ai suoi piatti. Laureato infatti proprio in filosofia, ha abbandonato la carriera giornalistica sul quotidiano Haaretz per dedicarsi alla passione per i fornelli, nata relativamente tardi, quando quasi trentenne decise di ricominciare tutto e trasferirsi nella capitale britannica per studiare nella scuola Cordon Bleu. Dopo qualche tempo incontra il suo partner, il palestinese Sami Tamimi, con cui apre la catena londinese dei quattro negozi Yotam, ibridi fra ristoranti, gastronomie e pasticcerie la cui fama si è espansa a macchia d'olio. Recentemente ha anche inaugurato un ristorante vero e proprio, Nopi, ma Ottolenghi è davvero instancabile: spopola in televisione, tiene una rubrica settimanale sul Guardian e va in giro per il mondo a promuovere i suoi libri. L'ultimo, Jerusalem, raccoglie una serie di rivisitazioni di ricette tipiche delle molteplici tradizioni ebraiche per riscoprirne i sapori. Il successo ormai planetario è legato soprattutto al suo eclettismo in fatto di ingredienti, ri-

conducibile sia alle sue origini sia alla sua formazione. Figlio di madre tedesca e di padre italiano, cresciuto a Gerusalemme, come chef ha un patrimonio di tradizioni decisamente invidiabile. Ma anche la sua precedente attività di studioso, che comprende un master in letterature com-



parate, evidenzia già la tendenza a sperimentare e ad accostare elementi diversi fra loro. È proprio attraverso accoppiamenti di sapori orientali sconosciuti alla cucina inglese, come le spezie e il melograno, con bouquets di verdure fresche e delicate, che ha rivoluzionato il mondo della cucina vegetariana. Tutto è un incredibile gioco di sinestesie, i suoi ingredienti preferiti sono quelli che lui stesso definisce "rumorosi", come l'aglio, il limone, il chilli, e i suoi piatti si gustano anche attraverso i colori sempre intensi e vivi. Tutto è perfettamente curato per sorprendere con la sua armonia aggressiva, la sua perfezione basata sui contrasti, in un unico delizioso osimoro. E da tutte queste figure retorico-alimentari si intuisce come la cucina di questo affascinante chef filosofo e letterato sia una vera poesia.

Francesca Matalon



PER HANUKKAH La ricetta di Labna Levivot di mele

Per due bei vassoi di frittelle di mele, più o meno per una dozzina di persone, occorrono:
6 mele verdi
4 bicchieri di farina
4 uova
4 cucchiaini d'olio
4 cucchiaini di lievito per dolci
1 manciata di noci (se piacciono)
succo di limone
1 cucchiaino di cannella
olio di semi di girasole/arachidi per friggere
zucchero e cannella, per servire

Per prima cosa lavate bene le mele e grattugiatele, senza sbucciarle. In una ciotola capiente, combinate le mele grattugiate, la farina, le noci tritate al coltello, le uova, la cannella, l'olio e il succo di limone, e mescolate gli ingredienti fino ad ottenere un composto umido, denso e appiccicoso. In una padella scaldate abbondante olio di semi per friggere; quando l'olio è caldo (potete verificare buttando nell'olio un pezzetto di mela, che tra l'altro ha il pregio di limitare l'odore di fritto) appoggiate delicatamente a cucchiaiate l'impasto in padella formando delle frittelle, che farete cuocere qualche minuto da entrambi i lati, fino ad ottenere una bella doratura uniforme. Scolate le frittelle su un foglio di scottex o carta assorbente e servitele subito, ben calde, con una spolverata di zucchero bianco e cannella.

PER SAPORI POETICI

Yotam Ottolenghi, Sami Tamimi
JERUSALEM: A COOKBOOK
Ebury Press

DOSSIER / Sapori

La garanzia della kasherut offre sicurezza a tutti

Negli Stati Uniti i prodotti garantiti sono ormai richiesti da moltissimi non ebrei che li ritengono più sani e controllati

— Daniel Reichel

OU, OK, Kof-K, Star-K, KSA. Una sfilza di sigle che per un consumatore italiano appaiono senza significato, ma negli Usa sono considerate un segno di qualità. Oltre 11 milioni di americani, quando acquistano prodotti alimentari al supermercato, controllano che vi sia uno di questi marchi sulle etichette. Perché? Perché vogliono mangiare kasher. O meglio, preferiscono le fettine di pollo, il sale o i formaggi kasher ai "normali" corrispettivi. E la scelta dei prodotti certificati dai rabbini non è di natura religiosa.

A dettare l'enorme successo del kosher food (kasher o kosher significa adatto, conforme; nella tradizione ebraica indica il cibo conforme appunto ai precetti religiosi) non è l'appartenenza all'ebraismo ma la fiducia di tanti consumatori americani nella qualità e sicurezza dei cibi certificati



► Nell'immagine il rabbino Levi Shemtov intento a rendere kasher la cucina della Casa Bianca per la festa di Hanukkah

dai rabbini ovvero Hechsher. Una fiducia che vale un fatturato da 200

milioni di dollari all'anno e un mercato in continua espansione. Nel

2008, secondo le statistiche del centro ricerche Mintel, un prodotto alimen-

tare su quattro acquistato dai supermercati americani era a marchio kasher. Inoltre, sempre stando ai dati Mintel, solo il 14 per cento di chi compra lo fa per motivi religiosi. Il restante 86 giustifica la scelta perché considera la certificazione un attestato di qualità (tre su cinque degli intervistati), pensa sia più salutare, oppure più sicuro.

"Mangiare kasher è una mitzvah, concedere il marchio kasher è un business" sintetizza la giornalista Sue Fishkoff, autrice del libro inchiesta *Kosher Nation: Why More and More of America's Food Answers to a Higher Authority*. Dal ruolo nelle aziende Usa del mashghiach (controllore che si occupa di verificare il rispetto



La crisi? E' in tavola. Tanto che gli italiani, reputati sempre molto attenti ai consumi alimentari, apparentemente stanno battendo in ritirata. La spesa per il cibo è in caduta libera non solo se si prendono in considerazione i volumi di merce, ma anche i valori economici. Per gli operatori del settore c'è poco da stare allegri, ma alcuni possono trovare opportunità interessanti e qualche ragione di moderato ottimismo. Uno spunto

molto caro a chi opera in specifico sul fronte del cibo di qualità e del cibo certificato. "La crisi - spiega Roberto Zanoni, amministratore delegato del gruppo ve-

Certificare la salute e la qualità, una medicina che batte la crisi

ronese Naturasi, cento punti vendita sul tutto il territorio italiano e una lunga esperienza nel biologico garantito e nel cibo di alta qualità - sta cambiando profondamente le abitudini alimentari. Calano i consumi, ma cresce la consapevolezza etica e sociale, l'attenzione per tutti i valori della green economy. Fino a qualche anno fa i nostri clienti erano persone attente



alle intolleranze alimentari o impe-

gnate su scelte filosofiche e culturali, oppure genitori di bambini piccoli. Adesso stiamo cominciando a richiamare gente più in generale attenta ai valori, più consapevole del rischio di distruggere il mondo e della necessità di salvaguardare l'ambiente". Bastano questi riferimenti generici per parlare di un fenomeno di mercato significativo?

"Si tratta - ammette Zanoni - di un settore in Italia ancora molto piccolo,

possiamo parlare di una quota di mercato che si aggira sull'1,3 per cento, ancora molto lontani dai valori del Nord Europa (in Germania il consumo di biologico è al 3,5 e in Svizzera e Austria tocca il cinque per cento). Eppure ci stiamo muovendo nella direzione giusta. In questi anni Naturasi ha segnato tassi di crescita a due cifre e anche adesso, nonostante questa brusca contrazione dei consumi, continuiamo a viaggiare in netta controtendenza, attorno al cinque per cento". Come nel caso del cibo kasher, la chiave per tentare il grande salto di qualità e un ulteriore sviluppo sta nella capacità di risvegliare l'attenzione e la consapevolezza nei confronti del ci-

Quel valore che nutre il cibo e lo rende così speciale

Tra Slow food e la visione ebraica vi sono molte assonanze. A partire dall'idea che gli alimenti non sono semplici merci

Che il cibo sia capace di attirare e sedurre non è una novità, e i numeri impressionanti raccolti dall'ultima edizione del Salone del Gusto - Terra Madre, svoltasi a Torino alla fine di ottobre e che per la prima volta univa le due manifestazioni ne è la prova. Sono stati infatti più di 220mila i visitatori, italiani e stranieri, con ben 16mila partecipanti alle conferenze, a dimostrare che non era solo la voglia di assaggiare tutto quel che si poteva, gironzolandolo fra gli stand, ad attirare la folla di appassionati, curiosi e golosi. La fusione tra Salone del Gusto e Terra Madre

ha quest'anno permesso poi di mescolare profumi e nazionalità, marchi noti e prodotti misteriosi con il risultato che molti dei prodotti in vendita erano esauriti già domenica sera. Ma non solo di vendita e commercio si è trattato: l'Africa, con il suo orto di 400mq è sicuramente stata la protagonista dell'evento, con i suoi prodotti, le storie delle comunità e soprattutto le testimonianze dei tantissimi giovani che intendono riprendere in mano il futuro del continente, ritornando nei loro villaggi con gli occhi pieni di testimonianze, idee e progetti. Si è parlato molto anche

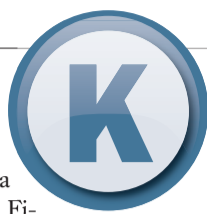


di legalità, di lotta alle mafie e alla criminalità organizzata, di rinascita

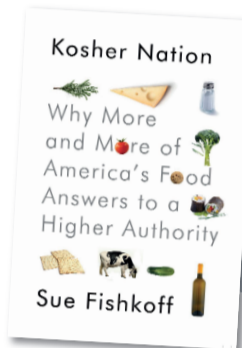
e cooperazione tra le realtà colpite da disastri naturali. Sembra argomentazioni scollegate ma ruotano tutti intorno a quel nucleo centrale intorno a cui, a partire dalla fine degli anni ottanta, ruotano tutte le iniziative della galassia Slow Food. L'idea portata avanti da Carlin Petrini, quell'affermazione, "Il cibo non è merce", che lo porta, da decenni ormai, a combattere contro la mercificazione e contro la banalizzazione del cibo e dell'atto del mangiare, che per lui deve restare gesto consapevole, una vera scelta etica e politica. Fin dal primo manifesto di

Slow Food, sottoscritto a Parigi nel 1989, al progetto di educazione alimentare. Dire fare gustare, per proseguire con la creazione del Salone del Gusto, di Cheese, dei Presidi Slow Food per proteggere le produzioni artigianali d'eccellenza, per proseguire con Slow Fish e poi col Terra Madre, che alla prima edizione raccoglie circa 5 mila delegati da 130 paesi il successo è stato immediato, e planetario, nel vero senso del termine.





della kasherut) fino a cosa significa seguire una dieta kasher oggi, la Fishkoff analizza come precetti alimentari ultramillenni siano diventati il fenomeno gastronomico del XXI secolo. Ma quali sono le radici di questa tendenza? Quando il grande pubblico americano ha scoperto il kosher food? Secondo la giornalista nel 1972, quando l'azienda Hebrew National lanciò un spot televisivo in cui lo Zio Sam mangiava hot dog di manzo con in sottofondo il persuasivo slogan "rispondiamo ad un'Autorità superiore, fidatevi di noi, siamo kosher". In anni di grandi mobilitazioni, con l'affermarsi del movimento ambientalista e la dilagante sfiducia nel governo (lo scandalo Watergate è del 1972), il cibo kosher si presentava come un'alternativa alimentare alla quotidianità, uno stile di vita nuovo. E per di più provvisto del



PER COMPRENDERE

Sue Fishkoff
KOSHER NATION
Random House

queste categorie, troviamo i "fiduciosi": le persone che considerano il controllo del mashgiach un valore aggiunto alla qualità del prodotto. Il fatto che le aziende kasher debbano rispettare i rigidi controlli di esperti, preparati da au-

torità rabbiniche, appare a molti come una ulteriore tutela della bontà del cibo. Nonostante non sia dimostrato che gli alimenti kasher siano più sani degli altri, come sottolinea Joe Regenstein, professore di scienze alimentari dell'Università Cornell, i consumatori sembrano fare un ulteriore considerazione etica: mantengono una certa fede, come sottolinea il Forward, nel fatto che le agenzie di certificazione abbiano a cuore gli interessi dei beneficiari del cibo kasher. Come a dire, vuoi che un'autorità religiosa possa dare il placet a un prodotto nocivo? Un giudizio positivo che ha resistito persino alla pessima pubblicità dello scandalo Agriprocessors. Il più grande mattatoio kasher d'America, infatti, violava i diritti degli animali, in contrasto sia con la legge statale sia con quella ebraica, e impiegava lavoratori clandestini. Un caso che è servito da monito e a cui l'industria kosher ha saputo rispondere con l'entrata sul mercato di nuovi competitor, lasciando salda la convinzione che kasher sia sinonimo di qualità, sicurezza e cibo sano.

I ristoranti israeliani? Amano la giustizia sociale

da P17/ capitolo 23 dei Tehillim, lo stesso di Gam ki elech, quello trasformato in celebre hit pop negli anni '90. Scopo dell'organizzazione è favorire la creazione di una società basata su valori socio-economici universali ispirati alla tradizione ebraica. Gli attivisti sono persone desiderose di indagare il punto di intersezione tra vita ebraica, giustizia sociale e impegno civile. Tal punto di intersezione è per dir la verità molto grande, ma altrettanto grandemente ignorato dai più. Proprio per questo motivo l'organizzazione si propone di affiancare all'azione sociale (inizialmente di pochi) l'educazione di molti, in modo che, in un futuro non troppo messianico, la prima non sia più necessaria. "Lo scopo di un'associazione come la nostra è quello di essere costretta a cessare la propria attività poiché superflua", dichiara Dyonna Ginsburg, direttore esecutivo e unica attivista dell'associazione non israeliana di nascita, in un'intervista apparsa su The Jew and the Carrot, sito web divertente nel taglio ma profondissimo nei contenuti, che, recita il sottotitolo, si occupa di ebrei, cibo e questioni contemporanee. Fra le molte iniziative dell'organizzazione, quella di maggiore impatto è proprio il Tav Chevrat: il personale deve avere assicurata la retribuzione minima imposta dalla legge, riceverla nelle date previste, essere rimborsato per le spese di viaggio e venire pagato per gli straordinari; i clienti con disabilità motorie devono essere in grado di accedere al locale, sedersi a un tavolo, ordinare (l'associazione fornisce su richiesta anche menu in alfabeto Braille) ed essere serviti. "Sono convinta - prosegue Dyonna - che la popolazione anglofona di Israele abbia un ruolo fondamentale nel successo di questa iniziativa. Il concetto di potere del consumatore è molto radicato nella cultura americana, così come l'aspirazione a promuovere un cambiamento 'dal basso'. I ristoranti sono spesso più interessati ad andare incontro ai desideri dei turisti americani che non a soddisfare il pubblico locale. In questo modo perfino chi si porta dietro il caratteristico, ingombrante accento può influire sulla società anche più di un 'vero israeliano'. Israele ha bisogno di un progetto come questo perché, nonostante la legislazione in materia sia abbastanza progredita, "c'è un enorme divario tra la legge e la sua applicazione". Il Tav Chevrat presenta tre aspetti particolarmente convincenti: per



prima cosa, ce n'è una reale esigenza. Lo sfruttamento dei lavoratori e la mancanza di attenzione ai disabili sono problemi urgenti e reali. In secondo luogo, si inserisce nel concetto intrinsecamente ebraico che ciò che mangi ha un significato e che mangiare può/deve essere trasformato in un atto sacro. Infine, può offrire a molte persone il potere di intraprendere un'azione concreta. Uno degli aspetti più importanti di questa iniziativa è infatti quello di generare pressione sul governo da parte dell'opinione pubblica. Come funziona la certificazione? "I nostri trenta volontari - risponde Dyonna - effettuano controlli mensili casuali sui ristoranti che hanno ottenuto il sigillo per verificare che i criteri vi siano rispettati costantemente. Contemporaneamente nuovi esercizi vengono controllati, e dove possibile, certificati. Accanto a questo vi è naturalmente la necessità di informare uno strato più largo e



PER RIFLETTERE
Jonathan Safran Foer
SE NIENTE IMPORTA
Guanda

differenziato possibile di popolazione riguardo le nostre attività. Organizziamo incontri nelle scuole, nell'esercito, nelle sinagoghe e nei centri di aggregazione maggiori, inoltre abbiamo avviato una collaborazione con una scuola di cinema per produrre videoclip, alcuni dei quali già su YouTube". All'oggi sono 350 gli esercizi in tutto Israele che possono fieramente esporre il certificato e lo sticker forniti dall'associazione, ma in futuro potrebbero diventare sempre di più. Bema'aglei Tzedek svolge infatti un lavoro incessante nella formazione di nuove coscienze critiche e attive nella società israeliana grazie alla collaborazione con il Bet Midrash Morasha, istituto diretto dal rav Benny Lau, nipote dell'ex rabbino capo di Israele, persona estremamente carismatica e leader morale del movimento che vuole riscoprire la profonda connessione fra tradizione ebraica e giustizia sociale.

bo che porta a casa, ma anche nel rafforzare la cultura delle certificazioni. Zanoni, che ha in distribuzione oltre 4000 prodotti, tutti certificati, ritiene che proprio sulle certificazioni si giocherà molto del futuro del cibo di qualità. "La nuova attenzione che molti rivolgono al cibo di qualità - spiega - risveglia ovviamente anche operatori che cercano di cavalcare l'onda, di furbetti che si fregiano di titoli e certificazioni dubbie. Chi opera su questo fronte deve impegnarsi per diffondere la massima fiducia fra i consumatori e garantire a tutti i livelli le certificazioni più affidabili. Deve agire in sintonia con gli enti regolatori e con un legislatore, spesso disattento o in ri-



tardo negli interventi. E ovviamente deve leggere correttamente le tendenze che il mercato esprime. Un esempio fra tutti. Fino a qualche fa i produttori italiani nascondevano i simboli della certificazione di cui pure potevano fregiarsi quasi vergognandosene, nel timore di non essere compresi dal pubblico. Oggi avviene esat-

tamente il contrario". Un altro parallelo, o forse anche un altro punto di contatto fra la cultura del biologico e la cultura del kasher che dallo sviluppo di consumi più consapevoli possono solo trarre vantaggio. In particolare in Italia i due comparti più importanti del cibo certificato sono segnati da un altro dato comune: sono forti produttori ed esportatori, ma di non sono riusciti ancora a sviluppare un mercato interno proporzionato alla propria capacità di produzione. "Spazio per crescere - conclude Zanoni - ce n'è ancora tanto". E il suo, più di un augurio, prende il sapore di un impegno di lavoro.

g.v.

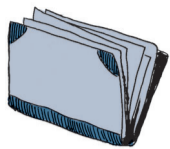
Il filo conduttore è educare, proteggere, responsabilizzare e sostenere in tutti i modi una cultura del cibo che non sia solo gusto ma che abbia un valore etico. Tutti principi che si ritrovano nella tradizione ebraica, che con la kasherut chiede azioni concrete, che molto hanno a che fare con il rapporto con il proprio corpo e con quelli che chiamiamo bisogni primari. Nessuna scelta è totalmente neutrale. È possibile considerare kosher qualcosa che è stato prodotto in condizioni inaccettabili? Immorali? Non sostenibili? Eticamente scorrette? Negli Stati Uniti e in Israele, come raccontato altrove in queste pagine, ci sono già movimenti e organizzazioni che si occupano di indagare il punto di intersezione tra vita ebraica, giustizia sociale e attivismo civile. Da noi la si-



tuzione è ancora molto complicata e già solo arrivare ad una kasherut nazionale sembra difficile. Forse è un'idea da sognatori ma sperare in

un marchio slow kosher non è vietato. Anzi, è bello.

a.f.
twitter@atresvsmoked



DOSSIER / Sapori

Autosufficienza, genuinità, rispetto dell'ecosistema: valori sempre più forti nel mercato caseario israeliano. Lo dimostra uno studio realizzato da Amalia Rosenblum per Haaretz. Il dossier, corredato da immagini di grande impatto, rileva una presa di coscienza sempre più forte su quali complesse sfide siano oggi chiamati ad affrontare gli addetti ai lavori. Nel sostegno a un'equilibrata crescita psicofisica degli animali, nella fase di massimo sfruttamento produttivo, nel loro graduale allontanamento. Lo studio di Rosenblum, nato con lo scopo di fare chiarezza sul ciclo di vita di una bestia in cattività sgombrando il campo da cliché e visioni edulcorate talvolta veicolate dai media, pur mettendo a fuoco i tanti aspetti poco chiari o controversi del settore, testimonia anche una nuova definizione non soltanto dei rapporti tra uomo e animale ma anche dei rapporti tra allevatore e orizzonte naturale di riferimento in tutte le sue sfaccettature.

Racconta infatti di un ritorno alla terra, a una forma artigianale di produzione volta a miscelare tradizioni arcaiche, moderne tecnologie e un pizzico di originalità, che negli ultimi anni ha conosciuto un proliferare di iniziative degne di rilievo. Si parte, in alcuni casi, con sfide dal sapore familiare del tipo "Ce la posso fare anch'io" per poi prenderci gusto e allargare il proprio raggio d'azione. Una rivoluzione iniziata in sordina negli anni Novanta in un contesto dominato da un numero ristretto di colossi industriali. Pochi, praticamente una manciata, i piccoli produttori in grado allora di guadagnarsi da vivere. Oggi, anche sulla spinta delle recenti proteste contro il caro prezzi e contro le speculazioni del sistema distributivo e dei grandi cartelli, i numeri raccontano una realtà differente. Così, se da una parte alcune riviste esaltano Harata, il bovino da record che regala all'umanità 18208 litri di latte l'anno - una resa di gran lunga superiore alla già elevata media israeliana, tra le più alte del Medio Oriente - dall'altra i nuovi pionieri del formaggio conquistano una fetta di mercato sempre più cospicua tra consumatori che hanno perso fiducia nei grandi brand o che, se non altro, mostrano maggiore attenzione a determinati standard qualitativi. Sono numerose le imprese di successo e si concentrano soprattutto nei centri periferici, nei kibbutz e negli ultimi moshav, realtà dove il contatto con la natura è da sempre una prerogativa di vita. Dror e Sarah Friede, ad esempio, hanno scelto di aprire

I nuovi maestri del formaggio

Il settore caseario israeliano sta riscoprendo i metodi artigianali



un'attività a Ezuz, comunità con poche centinaia di abitanti nel deserto del Negev. Stanno tutto il giorno

con gli animali: li fanno pascolare, li nutrono, cercano di assecondarne, nei limiti del possibile, le esigenze.

► La produzione casearia israeliana è testimone in questi ultimi anni di un significativo ritorno alla terra e alla definizione di rapporto più etico tra allevatori e animali. Se da una parte i grandi colossi del mercato provano a imporre su scala nazionale i loro prodotti, dall'altra tanti piccoli e medi imprenditori danno vita a iniziative che sono miscela di tradizioni arcaiche, moderne tecnologie e, in alcuni casi, anche di un pizzico di stravaganza e originalità. A Beer Sheva, ad esempio, si produce una ricotta dall'ottimo posizionamento qualitativo.

Sarah, originaria del Kenya, lavora il latte direttamente nel laboratorio-cucina di casa. Un compito gra-

voso, praticamente a flusso ininterrotto, che va a beneficio dei tanti golosi che arrivano da tutta Israele per assaggiare le leccornie dei conigli Friede. "Quando penso alla nostra scelta - racconta Dror al magazine Tablet - mi rendo conto che non è facile condurre una vita così precaria e impegnativa. Però ci sono tanti vantaggi, in primis quello di vivere immersi nella natura. Un aspetto che ci ripaga di tutti i sacrifici". Crescono i volumi di produzione, come detto, e parallelamente aumenta la varietà dell'offerta. Oltre a formaggi radicati nella tradizione mediorientale è infatti possibile trovare in alcune imprese un significativo assortimento dal sapore globale. C'è la feta, c'è l'edam, c'è il brie. Hussein, allevatore arabo-israeliano di Beer Sheva, mette in circolazione quintali di ricotta. E a quanto pare è molto buona.

Buono, kasher e biodinamico

Come passare dalle affinità elettive a un'idea di marketing etico

— Ada Treves

Ha voglia di ragionare e offrire un punto di vista non scontato. E l'esperienza di una persona che alla grande competenza unisce interessi diversi e una storia professionale in cui i vini, per fare un solo esempio, sono arrivati ben dopo i progetti di sviluppo rurale nell'emisfero sud. Dan Lerner è uno a cui piace il buono, nelle persone e nelle cose. Ama il cibo e il vino, che sono diventati la parte cen-

trale della sua attività. Inoltre - e tutte queste sono definizioni scritte da lui stesso - ama le parole responsabili, solidarietà, condivisione. Ovvio allora coinvolgerlo in un discorso che cerca di coniugare kasherut, sostenibilità e sapori, appunto, compreso il buon bere. Buon bere nel senso di bere eticamente e buon bere nel senso di bere buon vino. Che è poi il primo criterio da prendere in considerazione. Dan Lerner ritiene sia un'altra la va-

lutazione da fare: "La prima domanda a cui rispondere è 'Mi piace?', solo in seguito ci si può chiedere 'È buono?'. Solo dopo, se chi ho davanti è interessato, passo a dare qualche spiegazione in più." Ma le spiegazioni a volte significano pochissimo, o nulla: tutt'al più si finge di capire, per darsi un tono. "Sono pochissimi coloro per cui il profumo di verbena di un vino significa davvero qualcosa" aggiunge. "Si possono però vedere - spiega Ler-

ner - delle tendenze nel mercato del vino che potrebbero portare a una interessante convergenza con alcune tendenze del mercato del cibo che inizia a considerare il marchio di kasherut come un marchio di qualità. Si sta sviluppando un notevole interesse per i vini biologici e biodinamici che ne ha fatto crescere la diffusione. Non è più solamente un mercato di nicchia. Bisogna prendere in considerazione un fatto semplicissimo: il vino biodinamico è più buono". Non si tratta di una boutade: Lerner spiega che quando presenta un vino arriva a spiegare che si tratta del lavoro di un vinificatore che segue i principi della produzione biodinamica "solo dopo aver chiacchierato per



LA RICETTA

Si ringrazia Filippo, ristoratore affermato dal 1956, che non desidera essere riconosciuto.

TAGLIOLINI BURRO E TARTUFO ricetta di stagione

Ingredienti: un panetto di burro - 100 gr di parmigiano grattugiato - 2 cucchiaini di olio extravergine di oliva tartufato. (Quello kasher è difficile da trovare. Può essere sostituito da tartufo nero o bianchetto macerati nell'olio) - Tartufo d'Alba (calcolare 4/5 gr a porzione).

Preparazione: Far sciogliere il burro a fiamma dolcissima, aggiungendo lentamente l'olio tartufato in un tegame largo e profondo. Amalgamare al composto il parmigiano con poca acqua di cottura dei tagliolini, sempre a fuoco dolce. Scolare i tagliolini un minuto prima della cottura al dente e mantecare nel tegame. Servire nei piatti, aggiungendo il tartufo d'Alba a scaglie sottilissime, in modo uniforme.

Abbinamento: Domaine du Castel, Grand Vin 2007 - Bruno Chimenti, Cantico dei Cantici Primitivo di Puglia 2007. Entrambi i vini non sono mevushal.



IL RISTORANTE DEL MESE

Questo mese torniamo a New York, con una soluzione facile per qualsiasi budget. Kasher Express, sulla 46W tra la 5 e la 6 avenue, non è sicuramente il posto per una cena romantica o un importante pranzo di lavoro ma in questi tempi di crisi è un'ottima soluzione per sfamarsi adeguatamente, con un ottimo rapporto qualità/prezzo. Unico neo: chiude alle 20, ma considerate che qui è normale cenare già alle 18. Zuppa a scelta, mezzo sandwich farcito generosamente di cold cuts come i migliori deli, patatine fritte e bibita, tutto per 10 dollari. Vi sfido a trovare di meglio a Manhattan.



NOTIZIE DA UNMONDODIVINO

Questo mese vorrei dedicare questo spazio ad una questione forse irrilevante, a prima vista, per quel che ci riguarda ma che nei mercati più sviluppati come Usa e Israele è molto sentita: la contraffazione dei prodotti kasher, dove nel concetto di contraffazione vengono inseriti anche prodotti spacciati per kasher ma senza che alcuna Istituzione ufficiale abbia mai dato il suo assenso né tanto meno la certificazione.

Cosa succede? Succede che alcune volte scaltri produttori si fanno certificare una produzione e poi applicano i loghi di kasherut su lotti non certificati. Succede anche che alcune produzioni inizino kasher, poi per qualche motivo vengano interrotte e nessuno verifica che i marchi di kasherut non vengano più apposti. Succede ancora, purtroppo, che si infrangano regole etiche e non solo di kasherut, da parte dei preposti ai controlli che inducono l'ente certificatore a bloccare produzioni teoricamente kasher ma formalmente no.

Negli Stati Uniti si è avviato a questo sentito problema - ricordiamo che nei supermercati l'80 per cento dei generi alimentari venduti porta il simbolo di una certificazione kasher - pubblicando con cadenza bimestrale una sorta di bollettino con tutti gli aggiornamenti di abusi riscontrati nell'utilizzo dei marchi di certificazione.

In Francia, recentemente, le due più grandi catene di alimentari kasher hanno sospeso la vendita dei prodotti certificati da due rabbini: uno di questi è addirittura risultato inesistente. In Italia, anche se non è il caso di gridare all'emergenza, abbiamo già avuto il caso di una cantina che ha prodotto, circa dieci anni fa, un piccolo lotto kasher, che in vendita è stato però moltiplicato per dieci... Oltre a questo caso limite, abbiamo moltissimi prodotti che compaiono in pagine web e vengono dichiarati kasher, senza peraltro vi sia alcuna indicazione in tal senso sulle confezioni. Tutto questo semplicemente per dire che prima di pensare a un marchio nazionale di kasherut occorrerebbe fare un po' di ordine, e considerare anzitutto la kasherut come un servizio indispensabile e un valore aggiunto, prima di utilizzarla a fini commerciali.

Avere dunque la volontà e la forza di convincere le aziende produttrici, specie di marchi noti e capillarmente presenti nella GDO, a indicare chiaramente il numero dei lotti di produzione kasher. D'altra parte, le stesse persone che stanno discutendo del marchio nazionale, dovrebbero assumersi la responsabilità e la fatica di pubblicare sui portali e gli organi di informazione ebraica che in Italia non mancano, aggiornamenti continui sulla situazione e la reperibilità dei prodotti kasher, evitando così quel che succede ora, quando troviamo sui blog informazioni imprecise e talvolta errate. Kasherut è anche etica, oltre che modo di vivere e comportarsi, cerchiamo di ricordarcelo bene tutti quanti, nell'interesse della collettività.

Il vino di qualità sempre più internazionale

— Moshe Silvera

Vino kosher? In Italia il grosso della questione può essere sintetizzato in una parola: "massa".

Massa, intesa come fenomenologia: non passa giorno che giornali, riviste, blog, non trattino di argomenti correlati al vino, nonostante non sia facile parlare del vino kosher coinvolgendo chi non è un appassionato, ma soprattutto evitando fraintendimenti o, come possibile nel mio caso, sospetti di conflitto di interessi. Certo, la comunicazione, far conoscere gli effetti benefici del vino consumato moderatamente, è importante. Finora però, mentre sono nate nuove metodologie e certificazioni, sempre poco si è parlato di cosa sia

veramente il vino kosher. Che se ben fatto, non ha nulla da invidiare ai suoi omologhi standard.

Massa, ancora, intesa come massa critica: per produrre un vino kosher occorre quantità, per ammortizzare i costi (ancora) alti della certificazione, che comprende tutta l'attività svolta in cantina da ebrei osservanti, dall'arrivo delle uve fino all'imbotigliamento. In Italia il mercato interno non offre quella massa critica, tuttavia, il numero di vini kosher prodotti è in costante aumento grazie ai mercati di esportazione, Stati Uniti e Israele in testa. E se il mercato statunitense è più esigente, avviando produzioni continuative nelle annate, ciò non vale per il mercato israeliano, dove il vino kosher italiano man-



tiene, di anno in anno, solo la medesima etichetta ma viene prodotto dove è formulata la migliore offerta di prezzo. Inoltre, mentre i vini prodotti per gli Stati Uniti sono facilmente reperibili sul mercato italiano, i committenti israeliani raramente permettono che parte della loro produzione venga dirottata su altri mercati.

In Italia, oggi il consumatore si rivolge verso vini che costano mediamente allo scaffale tra i cinque e i 15 euro (nel caso dei ristoranti la spesa si aggira tra i venti e i 30). Dal punto di vista delle aziende, le grosse produzioni sono divise tra quattro o cinque che, da sole, sfornano oltre tre milioni di bottiglie: il totale, anche se non esistono statistiche ufficiali, si attesta intorno ai cinque milioni per una ventina di produttori. Se andiamo all'estero la situazione è diversa. Israele non smette di crescere sotto il profilo enologico: ormai si possono assaporare Cabernet Sauvignon o Merlot prodotti con

uve coltivate sul Monte Hermon così come nel deserto del Negev. Il 70 per cento della produzione è destinata al consumo locale. Gli ultimi dati disponibili parlano di nove milioni di bottiglie prodotte, l'80 per cento solo dalle prime dieci cantine, con un totale di circa 230 aziende vinicole sparse su tutto il paese. La spesa media allo scaffale qui è differenziata: nei supermercati raramente si superano i 40 shekel (8 euro) a bottiglia, nei negozi specializzati e nelle enoteche la media si attesta sui 100 (20 euro), al ristorante lo scontrino alla voce vino è compreso tra i 200 e i 300 shekel (40/60 euro).

Altro grande produttore è la Francia, dove la cultura del vino è ben radicata e il mercato di consumatori ko-

sher è pari a circa il 25 per cento della popolazione di religione ebraica residente, 200/250 mila persone. Le produzioni kosher sono molte: si va dai "vini da supermercato", nella fascia di prezzo tra i 3 e i 6 euro, fino alle varianti kosher dei più grandi e rinomati Chateaux di Bordeaux e della Borgogna, che possono anche oltrepassare i 300 euro a bottiglia. Prezzi più alti di circa un terzo rispetto ai corrispettivi non kosher. Un discorso a parte lo merita il tipo di certificazione: per il vino ne esistono più di 100, la cui incidenza, come sopra riportato, non è indifferente, ma diventa ancor più variabile a seconda dei requisiti. Per fare un esempio: un ente certificatore francese, per un vino in Puglia, ha preteso che il personale im-



un'ora". E che si tratti di un mercato interessante, e in espansione, lo ha dimostrato anche la scelta di Vinitaly, il grande salone internazionale del vino e dei distillati, che quest'anno ha inserito per la prima volta nel suo programma una sezione speciale, VIVIT (Vigne, Vignaioli, Terroir), dedicata al mondo dei viticoltori biologici e bio-

dinamici. "Produrre vino kosher non vuol dire ovviamente produrre vino biologico, ma il fatto che si tratti di lavorare in una direzione di etica e di pulizia, sia pure su impulso di una motivazione di partenza religiosa significa che potrebbe essere molto interessante unire le due caratteristiche, anche per far sì che il vino kosher italiano esca da quella nicchia in cui è confinato, acquistato prevalentemente, se non esclusivamente, dagli ebrei osservanti o da tutti noi che a Pesach vogliamo pulirci la coscienza e ne acquistiamo qualche bottiglia per il Seder". Da Dan Lerner arriva una sorridente ammissione di colpa e una chiara dichiarazione di interesse... e forse un progetto. In America direbbero: Stay tuned.



PER ESPLORARE

Claudia Roden
THE BOOK OF JEWISH FOOD
Knopf Publishing Group

piegato fosse francese, con l'evidente aggravio di costi.

L'evoluzione globale del mercato porta a pensare che il vino kosher segua le stesse orme di quello non kosher: fenomeno di massa, abitualmente presente sulle nostre tavole sempre più diffuso a livello mondiale, ma con di fronte un consumatore più attento e consapevole, non più concentrato sul basso prezzo, ma sul miglior rapporto prezzo/qualità.



"Estatico" di Maria Pia Taverna per gentile concessione dell'artista



CON IL PATROCINIO DI

MOSÈ SILVERA e ELIO GALANTE
hanno il piacere di invitarvi a

Il bello e il buono
Percorsi di qualità tra Italia e Israele

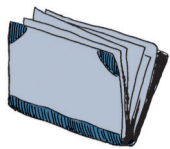
Domenica 9 dicembre 2012
Sheraton Roma Hotel
Viale Del Pattinaggio, 100 Roma

Presentazione delle aziende e dei vini dalle ore 16,30 alle ore 17,30

Serata di degustazione dalle ore 19,00 alle ore 22,30

Pre-registrazione obbligatoria con e-mail a: eventi@supergal.it





DOSSIER / Sapori

Nel cuore di Roma idee made in Usa

L'idea nasce a Los Angeles ispirata dai fast food anni '60 che rendono la California un paradiso degli amanti degli hamburger. Il nome è poi tutto un programma delle atmosfere vintage che ci si propone di rinverdire in un'inedita declinazione ebraica: Fonzie, la paninoteca kosher aperta a fine novembre dai fratelli Daniel e David Gay nel cuore del



vecchio ghetto di Roma, porta un vento di novità nel già denso panorama della ristorazione kosher capitolina. Chissà se Henry Winkler, chiamato ad impersonare il ruolo del celeberrimo seduttore di Happy Days, verrà mai a conoscenza di questa nuova iniziativa. I moderni strumenti tecnologici potranno essergli d'aiuto. Fonzie è infatti già approdato nel mondo dei social network: molte foto e i primi positivi commenti dei clienti. Presente all'inaugurazione, tra gli altri, il presidente della Comunità ebraica e consigliere UCEI Riccardo Pacifici.

Festa del palato anche a Padova

L'esperimento è partito alcuni mesi fa. Perché, accanto a tanti prodotti biologici, non valorizzare un vero e proprio kosher corner? Un'iniziativa che la direzione di Il Riccio, noto negozio bio di Padova, ha voluto sostenere fin da subito con entusiasmo al fianco e in stretta collaborazione con la Comunità ebraica. Domenica 9 dicembre una grande festa aperta a tutta la cittadinanza darà il via ufficiale a questa significativa cooperazione nel segno della gastronomia eticamente sostenibile.

"L'esperimento - sottolinea rav Adolfo Locci, rabbino capo di Padova e consigliere UCEI - è andato benissimo rivolgendosi a una clientela vasta e diversificata. Ce lo



confermano gli stessi trend internazionali: il consumatore vuol essere sempre più sicuro e consapevole sulla salubrità dei prodotti che gli sono proposti dal mercato. In questo senso il kosher può essere una risposta per molti. Ebrei e non, uniti da una comune aspirazione di genuinità".

Venezia, una Comunità ai fornelli

A lezione per imparare ricette antiche e la storia delle tradizioni

C'è tutto un mondo dietro la nuova iniziativa lanciata dalla Comunità ebraica di Venezia La Cucina del Ghetto. I corsi tenuti da Michele Campos in pochi mesi hanno registrato un successo oltre ogni aspettativa, proponendo lezioni dedicate ai piatti tipici delle feste, da Rosh haShanah a Sukkot, ma anche al "mangiare alla giudia" nel corso di tutto l'anno (dal primo ciclo dedicato a Pasti e impasti, alla sessione sulle verdure, sul pesce e così via). Tuttavia il momento frontale non rappresenta che la punta dell'iceberg di un movimento che ha coinvolto tanta gente, in primo luogo i giovani.

"Ci tengo a sottolineare come questa idea della Scuola nasca da lontano. Lo spunto è

quella di rendere sostenibile la vita della Comunità di

Venezia, dal punto di vista economico, umano e culturale, di valorizzare i nostri giovani e le loro competenze - spiega l'assessore Luciano Silva - In quest'ottica sono partiti vari progetti, compresa la residenza Kosher House e il ristorante Il Giardino dei Melograni. Così è nata anche la Scuola di Cucina, che racchiude una grande ambizione: riscoprire le radici della tavola ebraica, veneziana e non soltanto, ricercando le tradizioni più autentiche e la storia dietro le ricette, grazie a un ampio lavoro di ricerca bibliografica e documentale". Un lavoro che non avrebbe potuto fare a meno del contributo di un'altra istituzione ebraica veneziana, la Biblioteca-Archivio Renato Maestro, che nel suo ricco fondo annovera numerosi libri dedicati al tema, a partire da *Mangiare alla Giudia*. Cucine ebraiche dal Rinascimento all'età moderna di Ariel Toaff (Il Mulino) che ricostruisce "il complesso menu della tavola ebraica, dal vino alle carni, ai molti modi di preparare l'oca (il 'maiale degli ebrei'), i formaggi e i pesci, le paste e i dolci". "Siamo andati a leggere riviste femminili della fine dell'Ottocento e dei primi del Novecento, le definizioni dei cibi su antichi dizionari, le cronache degli eventi mondani in cui, oltre a personalità presenti e abiti delle signore, si descrivono le pietanze servite" sotto-

La cucina del ghetto
Scuola di cucina ebraica kosher Venezia

TRADIZIONE
ashkenazita
veneziana
livornese
tridentina
fiorentina
piemontese



linea ancora con orgoglio Silva. Così, per ogni corso, per ogni piatto, è stata preparata una vasta documentazione, che non si limita a fornire quantità, ingredienti e metodi di preparazione, ma si addentra nella storia, nei perché, nella diffusione di

ogni ricetta, informazioni e suggestioni che vengono

condivise con il pubblico mentre è impegnato ai fornelli. "Le donne ebraiche per lo più preparavano a casa la loro pasta fresca da ripieno - recita per esempio l'introduzione al corso Pasti e impasti - Dai pistori, fornai e pasticceri del loro quartiere si provvedevano di maccheroni stagionati, di farina, floro,

tritello e semola, di pan caldo, bruno e bianco, di pani speciali conditi o aromatizzati, di ciambelle, focacce e biscotti dolci e salati. Nel forno comunitario del Ghetto si produceva invece il pane azzimo per Pesach, la pasqua ebraica, e i tipici dolci non lievitati: Bisse, Impade, zuccherini e apere". E la Scuola è già pronta per la prossima fatica, il corso dedicato alle ricette di Hanukkah: levivot, sufganot e frittelle.

"Il nostro auspicio è quello di ricevere notizie e riscontri sulle proprie tradizioni culinarie anche dalle altre Comunità - conclude Luciano Silva - in modo che questo progetto possa rappresentare davvero una riscoperta dei sapori dell'ebraismo italiano".

La Ricetta Bigoli in salsa

Pronto in: 40min

Porzioni: sei

Origine: Italia, Veneto

Ingredienti

600 gr di bigoli

10 acciughe

Mezza cipolla

Prezzemolo q.b.

Olio d'oliva q.b.

1 spicchio d'aglio



Lessate i bigoli e scolateli. In un tegame a parte fate scaldare l'olio d'oliva con la cipolla, l'aglio e il prezzemolo tritato. Quando l'olio frigge togliete lo spicchio d'aglio e unitevi i filetti delle acciughe (ben pulite e lavate) schiacciandole con la forchetta. Le acciughe si scioglieranno con facilità. Togliete dal fuoco e versate la salsa sui bigoli.

Sbarca a Torino la cucina dal mondo

Cucina ebraica dal mondo. E' ciò che promette di portare a Torino il ristorante Alef che, inaugurato poche settimane fa, offre a ebrei piemontesi e turisti un'opzione kosher, e alla città la possibilità di scoprire profumi, sapori, ma anche cultura della tavola ebraica. Non è infatti soltanto l'offerta culinaria a caratterizzare il locale, ma anche l'obiettivo di porsi come punto di riferimento culturale, con un programma di conferenze e appuntamenti per raccontare al pubblico la tradizione oltre le ricette da gourmet. Un obiettivo già raccontato dalla parete di libri di argomento ebraico in vendita proprio vicino all'ingresso, e dai quadri provenienti dalla galleria Ermanno Tedeschi appesi. Il lavoro si divide equamente tra i tre fondatori:

Antonio Inzerillo, responsabile cu-

PER APPROFONDIRE

**Ariel Toaff
MANGIARE ALLA GIUDIA.
CUCINE EBRAICHE
DAL RINASCIMENTO
ALL'ETÀ MODERNA
Il Mulino**



cina e bar, Saghit Arava, che si occupa della produzione di pane e dolci tradizionali e Sarah Kaminski, incaricata della gestione culturale.

Oltre le vetrine di Alef si intravedono le quattro torrette dell'ottocentesca sinagoga di Torino. Un posto in cui cenare ma da visitare anche solo per un caffè, con un bar che offre una colazione accompagnata dalle più amate creazioni di pasticceria israeliana e mitteleuropea, dalle challot al-



le rondelle ripiene di cioccolato, dai muffin alle rose di pasta brioche con cannella e mele. Senza trascurare la specializzazione di Saghit Arava in torte d'autore e cake design. Sulla cucina di carne è ricaduta invece la scelta della sala principale, che propone ricette della tradizione ebraica italiana, mediorientale, ashkenazita, israeliana secondo il ritmo delle stagioni e delle festività.

Centinaia le persone che hanno affollato il locale il giorno dell'inaugurazione. "Il cibo nella cultura ebraica non è solo gastronomia, ma rappresenta

il punto di incontro tra famiglia, comunità, società: un concetto spirituale e sociale - ha spiegato il rabbino capo Eliahu Birnbaum, ai festeggiamenti insieme al presidente della Comunità Beppe Segre - Questo luogo rappresenterà un'unione tra la comunità ebraica e la cittadinanza torinese".