

radicando

storie di mandorla e di Puglia

radicando

storie di mandorla e di Puglia

Radicando: la tracciabilità come strumento di valorizzazione del territorio e del design di un prodotto identitario pugliese

Candidata
Relatore

Giuliana Altieri
Paolo Marco Tamborrini



**Politecnico
di Torino**

Tesi di Laurea Triennale
in Design e Comunicazione
A.A. 2023/2024

Un popolo senza la conoscenza
della propria storia, origine e cultura,
è come un albero senza radici.

MARCUS GARVEY

ABSTRACT

Immaginiamo una serata estiva in Puglia: una tavola apparecchiata, il profumo del pane appena sfornato e dell'olio d'oliva che si diffonde nell'aria, mentre una musica in sottofondo riporta alla memoria tradizioni e storie di un popolo.

Questo scenario non è identificato solo come il momento di un pasto, ma rappresenta un vero e proprio atto di appartenenza, di connessione profonda e intima con un territorio e con un'identità, la nostra.

Il cibo si manifesta come qualcosa di più di una semplice necessità biologica. Appare come una vera e propria forma di comunicazione universale, che si fa portavoce di storie, tradizioni e valori tramandati attraverso le generazioni.

Radicando nasce dunque per esplorare l'argomento del cibo come espressione d'identità culturale, con uno sguardo attento verso la Puglia, una regione estremamente ricca di tradizioni culinarie e agricole, al fine di analizzare il legame che si instaura tra un territorio, una cultura e un alimento attraverso un prodotto tipico e fortemente simbolico: la mandorla Filippo Cea di Toritto.

Strutturato in 5 capitoli, Radicando mira a portare alla luce non solo il significato del cibo come espressione d'identità, ma anche tutte le peculiarità della cucina pugliese e soprattutto della mandorla, in quanto esempio perfetto di qualità e sostenibilità. Il progetto è pertanto pensato per promuovere questo prodotto, tanto simbolico quanto ancora poco conosciuto, con la creazione di un packaging innovativo che enfatizzi la sua tracciabilità e il suo forte legame con il luogo d'origine.

Ma non solo: attraverso la creazione di contenuti social, Radicando vuole trasmettere ai consumatori non solo le eccellenti qualità del prodotto, ma ancor di più l'importanza di riconoscersi e identificarsi in un luogo, in un popolo, in una storia.

INDICE

INTRODUZIONE

Presentazione del tema:
il Cibo come Identità

Obiettivi e struttura
della tesi

CAPITOLO 1

1.1 Panoramica generale
e introduzione alle varie
identità legate al cibo

1.2 Identità culturale

1.3 Identità religiosa

1.4 Identità etica

CAPITOLO 2

2.1 Ruolo del cibo nella
formazione dell'identità
nazionale: Artusi e il suo
ricettario

2.2 Tradizioni culinarie
nazionali: la nascita del
Made in Italy

CAPITOLO 3

3.1 Introduzione alle
identità culinarie locali:
la nascita delle regioni

3.2 Panoramica sulla
gastronomia italiana e
introduzione della
regione Puglia

3.3 Tradizioni culinarie
della Puglia e piatti tipici

CAPITOLO 4

4.1 L'importanza della
mandorla nella tradizione
pugliese: origini della
Filippo Cea

4.2 Valori nutrizionali,
sostenibilità e benefici
per la salute

4.3 Testimonianza della
coltivazione della Filippo
Cea tramite l'azienda
Armienti Bio

CAPITOLO 5

5.1 Utenza di riferimento e
questionario per analizzare
bisogni ed esigenze

5.2 Analisi dei competitors
presenti sul mercato

5.3 Strategie di
posizionamento

5.4 Obiettivi della
comunicazione

5.5 Tone Of Voice

5.6 Concept e storyconcept

5.7 Progettazione del
packaging e dell'identità
visiva

5.8 Pagina instagram
e piano editoriale

CONCLUSIONI

BIBLIOGRAFIA

INTRODUZIONE



IL CIBO COME IDENTITÀ

Immaginiamo una serata estiva in Puglia: una tavola apparecchiata, il profumo del pane appena sfornato e dell'olio d'oliva che si diffonde nell'aria, mentre una musica in sottofondo riporta alla memoria tradizioni e storie di un popolo.

Questo scenario non è solo identificato come il momento di un pasto, ma rappresenta un vero e proprio istante di appartenenza, di connessione profonda con una terra e con un'identità, la nostra.

Il cibo non è mai solo nutrimento e va oltre la semplice necessità biologica: esso diventa un potente mezzo di comunicazione, in grado di esprimere ciò che siamo e come vogliamo che gli altri ci vedano.

Dalle tecniche di preparazione fino alla sua condivisione a tavola, il cibo si fa portavoce di storie, tradizioni e valori che attraversano generazioni e oltrepassano confini geografici.

Dunque questa connessione tra cibo e identità diventa un concetto tanto affascinante quanto complesso, e ingloba ogni aspetto dell'esistenza umana.

OBIETTIVI E STRUTTURA DELLA TESI

Obiettivo di questo elaborato è quindi di esplorare il concetto del cibo come manifestazione d'identità, con un focus particolare sull'identità culturale legata alla Puglia, la mia regione d'origine.

Quest'ultima, con le sue ricche tradizioni culinarie e agricole, si rivela un paradigma perfetto per spiegare in che modo il cibo possa riflettere e simboleggiare un'identità.

Tale esplorazione è stata resa possibile mediante un elemento centrale, non pienamente esclusivo ma tipico della mia terra: la mandorla Filippo CEA di Toritto, prodotto d'eccellenza che non solo nasce dalla tradizione agricola pugliese, ma rappresenta anche un perfetto esempio di qualità e sostenibilità.

Il progetto mira a riportare alla luce questo legame, ma anche tutte le peculiarità della cucina pugliese e in particolare di questa varietà di mandorla attraverso la realizzazione

di un packaging innovativo che sia sì riconoscibile, ma che sottolinei la tracciabilità e la provenienza del prodotto, anche sinonimi di qualità e sostenibilità.

La sua diffusione e utilizzo vengono promossi attraverso la creazione di contenuti social al fine di trasmettere ai consumatori non solo le eccellenti qualità del prodotto, ma anche l'importanza di identificarsi in un luogo, in popolo, in una storia.

La struttura della tesi si articola in cinque capitoli.

1. Il primo definisce il contesto culturale su cui l'elaborato si articola, attraverso una panoramica sulle logiche che definiscono le identità legate al cibo, esplorando i modi in cui esso possa influenzare l'esistenza umana.

2. Il secondo capitolo approfondisce il tema dell'identità culturale, con lo scopo di sottolineare il ruolo centrale che il cibo assume nelle tradizioni e celebrazioni dei territori, e analizza alcuni prodotti tipici del Made in Italy al fine di comprendere la loro effettiva riconoscibilità e autenticità.

3. Le identità locali sono un aspetto importante, nonché il più distintivo, della cultura nazionale.

Nel terzo capitolo l'analisi è rivolta alla cucina pugliese e alle sue tradizioni, offrendo una visione estremamente

dettagliata su piatti tipici e pratiche culinarie tramandate di generazione in generazione.

4. Il quarto capitolo è invece dedicato interamente alla mandorla: ne analizza la storia, i benefici nutrizionali e la sostenibilità, al fine di introdurre e dare solidità ai criteri che sostengono la costruzione del progetto finale.

5. Attraverso l'azione di ricerca svolta nei precedenti capitoli, il progetto mira alla valorizzazione della varietà di mandorla Filippo CEA attraverso la realizzazione di una linea particolare di packaging destinata alla grande distribuzione.

Il quinto e ultimo capitolo ne racconta la costruzione del concept, il processo di sviluppo del packaging e l'intera identità visiva a esso dedicata.

Attraverso questo elaborato di tesi, voglio dare il mio, seppur modesto, contributo, alla valorizzazione del patrimonio alimentare e gastronomico della mia regione e offrire un nuovo angolo di visuale all'analisi del ruolo del cibo nel processo di identificazione culturale e territoriale.

Mi auguro che la cultivar Filippo CEA riesca a conquistare maggiore notorietà, divenendo un simbolo riconoscibile della Puglia e rafforzando l'associazione tra qualità, salubrità e tradizione, caratteristiche distintive di questa incantevole regione.



CAPITOLO 1

Il cibo e le identità

1.1 PANORAMICA GENERALE E INTRODUZIONE ALLE VARIE IDENTITÀ LEGATE AL CIBO

Sin dal principio della sua esistenza, l'uomo è mosso dal costante bisogno di definirsi e identificarsi in un sistema di valori, in virtù dell'esigenza di costruirsi una propria identità e di raggiungere una consapevolezza di sé che permetta di essere riconosciuta e compresa non solo da sé stessi, ma anche dagli altri.

L'identità, in questo senso, diventa un mosaico complesso, composto da vari tasselli che riflettono le esperienze personali, i contesti sociali e culturali, le credenze e i valori che adottiamo durante il corso della vita.

Letteralmente, il significato del termine "identità" si riferisce all'eguaglianza di un oggetto rispetto a sé stessi, ma se ampliassimo il raggio dei suoi significati, si può considerarla come "il complesso di caratteri che distinguono una persona e, pertanto, la consapevolezza di sé come un individuo": l'identità appare quindi

come un insieme di sfaccettature che, unite, creano la complessità globale dell'individuo mantenendo sempre la propria specificità.

Uno dei modi più comuni attraverso cui gli individui e le comunità esprimono e costruiscono la propria identità è il cibo, che non è solo una necessità biologica, ma rappresenta un elemento fondamentale nella costruzione e nell'espressione delle identità umane. Riflette non solo la cultura in cui nasciamo e cresciamo, ma anche le credenze religiose, i principi etici e i valori in cui crediamo, e persino le scelte personali che facciamo quotidianamente in base ai nostri gusti e alle nostre convinzioni.

Intendo, quindi, fare una riflessione sul ruolo che il cibo assume nella definizione di profili identitari non di uno specifico territorio, ma nella creazione di macrocategorie che sostengono la creazione dei profili identitari nei quali l'umanità trova poi la sua collocazione e riconoscibilità.

1.2 IDENTITÀ CULTURALE

Partiamo dal concetto di cultura.

Il cibo rappresenta senza dubbio uno dei pilastri fondamentali su cui si costruisce l'identità culturale di un popolo. Attraverso di esso, un popolo afferma la sua provenienza, la sua collocazione geografica, racconta la propria storia e trasmette valori e abitudini, tramandati di generazioni. Pienamente consapevoli che non esiste un'identità culturale senza alterità¹:

**"Il cibo è sempre stato, oltre ad uno strumento di cultura identitaria, la via principale per entrare in contatto con culture diverse".
FLORIANA FONTANA**

Lo scambio culturale si rivela infatti essenziale al fine di mantenere viva una cultura e anche di garantire che venga tramandata, nonostante la sua continua evoluzione.

L'incontro tra diverse culture porta con sé un arricchimento reciproco, anche e soprattutto nelle tradizioni alimentari: nuovi ingredienti, tecniche di preparazione che si fondono e danno origine a forme ed espressioni culinarie nuove che sono testimoni di intreccio di storie e identità differenti².

Testimonianza di ciò è il Mediterraneo: fin dai tempi della storia antica esso è stato attraversato da popoli e culture differenti che ne hanno lasciato un'impronta indelebile, in particolare sulla cucina italiana.hann

sulla cucina italiana.

Le influenze arabe, ad esempio, hanno fortemente contribuito a incidere e definire storia e tradizioni, soprattutto attraverso l'introduzione di spezie quali zenzero, cannella, pepe e timo, prima considerate come estremamente nutrienti per l'individuo, seppur rare e costose. Il loro commercio ne ha permesso l'introduzione in Europa, contribuendo e influenzando la cucina mediterranea e determinando la sua evoluzione con particolari caratteristiche che oggi le attribuiamo.

Anche la cucina italiana ne porta tracce profonde: piatti come il couscous o le preparazioni a base di grano e spezie sono un chiaro rimando a queste antiche contaminazioni.

Questi esempi di contaminazione e di scambio commerciale ci dimostrano che l'identità culturale, sebbene sia saldamente ancorata alle sue origini e radici, resta comunque sempre aperta al nuovo e si rivela capace di reinventarsi e adattarsi continuamente senza mai perdere la sua essenza.

1. Floriana Fontana (2023). Perché il cibo è simbolo di identità culturale?

2. Anonimo. La via delle spezie



TIPOLOGIE DI SPEZIE
Il lungo viaggio delle spezie

1.3 IDENTITÀ RELIGIOSA

La capacità di adattarsi e reinventarsi attraverso il contatto con l'altro non è esclusiva dell'identità culturale, ma si manifesta anche in altre sfere.

Pensiamo alla religione.

La storia di ciascuna religione è la prova inconfutabile che il cibo non si manifesta esclusivamente come sinonimo di nutrizione, bensì diventa anche un simbolo di fede, spiritualità e appartenenza ad una comunità.

Nello scenario delineato, il termine tradizione entra a far parte di una dimensione nuova, identificando il cibo come un elemento fondamentale nella definizione di liturgie e manifestazioni religiose.

Tuttavia, è opportuno sottolineare che si può parlare di identità religiosa solo a condizione che i suoi contenuti siano riconosciuti come tali anche da coloro che non credono in essi.

In altre termini, le caratteristiche dell'identità religiosa devono essere necessariamente chiare e visibili a un osservatore esterno, così da poter essere riconosciute come forme di vita consolidate e condivise da una comunità di credenti³.

Possiamo pertanto parlare di criteri oggettivi quali l'esistenza di rituali religiosi, regole e pratiche alimentari specifiche, festività religiose in cui il cibo non solo è parte integrante della celebrazione, ma ne diventa anche un elemento essenziale ed estremamente simbolico.

Come ormai noto, il momento più importante nel Cristianesimo è la

celebrazione dell'Eucarestia, identificata come un momento di profonda unione in cui il pane e vino incarnano il corpo e il sangue di Cristo.

Analogamente, durante la Pesach, la Pasqua ebraica, vengono consumati cibi specifici come il pane azzimo (matzà), noto anche come "pane dei fuggitivi". Questo alimento, realizzato esclusivamente con farina e acqua, è privo di lievito e veniva preparato in fretta dagli ebrei in fuga dall'Egitto. La sua consumazione durante la Pesach commemora proprio l'Esodo degli ebrei dall'Egitto.

Oltre ai cibi celebrativi, molte religioni prevedono pratiche di digiuno e restrizioni alimentari che sono altrettanto importanti nel definire l'identità religiosa nella sua totalità e riflettono non solo la disciplina spirituale, ma anche la dedizione e la fede dei credenti.

Un esempio concreto è rappresentato dal Ramadan nella religione islamica. Il termine Ramadan indica il nono mese del calendario islamico, il quale differisce da quello gregoriano comune poiché segue il ciclo della luna. Questo mese, considerato sacro, assume un'importanza particolare rispetto al resto dell'anno ed è caratterizzato da un rigoroso digiuno dall'alba al tramonto. Durante questo periodo, i musulmani si astengono non solo dal cibo e dalle bevande, ma anche da molte delle comuni attività quotidiane, in segno di purificazione e riflessione spirituale⁴.

Anche nel Cristianesimo, il digiuno assume un ruolo significativo durante la Quaresima, il periodo di 40 giorni che precede la Pasqua. In questo tempo, i fedeli sono chiamati a praticare l'astinenza da determinati cibi, in particolare carne, come gesto di penitenza e preparazione spirituale: è un gesto che serve non solo a commemorare il sacrificio di Cristo, ma permette di intensificare la vita spirituale attraverso disciplina e riflessione.

Dopo quanto visto e analizzato nel paragrafo sull'identità culturale, è possibile constatare che le abitudini alimentari, qualunque esse siano, contribuiscono attivamente a definire e distinguere un popolo e anche a rafforzarne il senso di appartenenza ad esso. La stessa logica chiaramente viene utilizzata anche nella messa in pratica di norme alimentari religiose, le quali stabiliscono regole ben precise da seguire durante la preparazione e il consumo dei cibi.

Per avere un quadro chiaro e comprensibile, è utile prendere in esempio due religioni monoteiste, l'Islam e l'Ebraismo: questo poiché entrambe pongono un'enfasi particolare sui comportamenti rituali rispetto alla dottrina e stabiliscono regole alimentari ferree atte a sancire cosa è lecito e cosa è vietato, nonché alle modalità di preparazione e consumazione degli alimenti.

³. Francesco Viola. Identità culturali e religiose

⁴. Francesco De Leo (2024). Storie di Storia/52. Il Ramadan



HALAL DIET
Certification



KOSHER DIET
Certification

Nel contesto islamico, ad esempio, qualsiasi cibo deve essere preparato seguendo le norme Halal, le quali indicano ciò che è permesso e/o vietato in termini di comportamento, di linguaggio e di alimentazione. Nel seguente caso esse vietano il consumo di carne di maiale e l'uso di alcol. Inoltre, richiedono che la carne provenga da animali macellati secondo un rito specifico, accompagnato da una preghiera dedicata.

Allo stesso modo, nella tradizione ebraica, le norme Kosher regolano rigorosamente i tipi di alimenti che possono essere consumati e le loro tecniche di preparazione. Ad esempio, è vietato mescolare carne e latticini nei pasti e gli animali devono essere macellati secondo un rituale particolare, come nel caso della religione islamica.

Questi esempi sottolineano come le norme alimentari religiose non solo definiscano le pratiche quotidiane dei fedeli, ma contribuiscano anche a mantenere e rafforzare l'identità religiosa e culturale⁵.

5. Sandro Censi (2016). Alimenti Halal e Kosher.

1.4 IDENTITÀ ETICA

Dopo aver esplorato come le abitudini alimentari e tutte le norme religiose contribuiscano a definire l'identità religiosa in relazione al cibo, è opportuno volgere l'attenzione verso un'altra dimensione fondamentale: l'identità etica.

Questa può essere intesa come la rappresentazione di valori morali, principi e norme in cui un individuo o un gruppo si identifica. Tuttavia, così come spesso accade per altre forme di identità, anche quella etica non è statica e immutabile, bensì appare come una costruzione dinamica in grado di adattarsi in risposta alle sfide e ai tempi, siano esse in relazione agli altri o all'ambiente.

In questo contesto, il cibo diventa dunque uno dei principali nuclei di rappresentazione dell'identità etica, poiché le scelte alimentari, che si parli del singolo o di un gruppo, realizzano in maniera tangibile, riconoscibile e concreta i valori e i principi cui si ispira.

Le scelte alimentari rappresentano il percorso per affermare la propria individualità e tutte le specificità delle proprie scelte compiute, affermando il proprio impegno verso la giustizia sociale, il rispetto degli esseri viventi e verso la sostenibilità ambientale, così da marcare la propria distanza da tutto ciò che viene ritenuto non eticamente dignitoso⁶.

L'adozione di tali comportamenti e valori informa di sé tutti gli ambiti della vita, della relazione con gli altri e delle relazioni nel contesto sociale.

6. Melissa Pignatelli (2021). L'identità etica: un concetto strumentale.

Da un lato, alcuni principi etici prendono vita sotto forma di regimi alimentari specifici, come il vegetarianismo, che nasce dal desiderio di eliminare la sofferenza animale e opporsi alle pratiche degli allevamenti intensivi.

Esaminando fonti storiche, è possibile determinare che il vegetarianismo possieda radici molto antiche che affondano nelle tradizioni culturali e filosofiche di molte società.

“Coloro che uccidono gli animali e ne mangiano le carni saranno più inclini dei vegetariani a massacrare i propri simili”.

PITAGORA

Questa citazione di Pitagora, illustre matematico e filosofo greco, riassume l'essenza della sua filosofia di vita ascetica e umanistica.

Influenzato dagli insegnamenti del suo contemporaneo Buddha, egli era un grande sostenitore della dieta vegetariana, ritenendo che il consumo della carne degli animali fosse immortale e che la terra offrisse abbondanti risorse vegetali sufficienti per una dieta nutriente, senza necessità di spargimenti di sangue.

Il suo approccio era dunque mosso dal rispetto per l'anima, presente in tutti gli esseri viventi, e dalla ricerca di armonia con la natura.

In Letteratura appare evidente come la tradizione pitagorica, nonostante la presenza di alcune ambiguità, rappresenti una prima attestazione del vegetarianismo⁷.

7. Gelareh Salehi, Estela Diaz, Raquel Redondo (2023). Forty-five years of research on vegetarianism and veganism: A systematic and comprehensive literature review of quantitative studies

Oggigi, tali preoccupazioni e attenzioni sono sempre più diffuse e attingono un pubblico sempre più ampio, il quale si rivela avverso a comportamenti crudeli e irrispettosi verso la specie umana ma soprattutto verso tutti gli altri enti di natura.

L'articolo "Forty-five years of research on vegetarianism and veganism: A systematic and comprehensive literature review of quantitative studies" vuole approfondire il legame tra scelte etiche e il consumo di carne, evidenziando i retroscena e le conseguenze delle pratiche di allevamento intensivo. Trattandosi di sistemi di produzione su larga scala, ove vi è un'eccessiva richiesta di carne, latte, uova e altri prodotti animali, le condizioni in cui vivono gli animali sono crudeli, atte solo a massimizzare l'efficienza e ridurre i costi di produzione. Si assiste ad una riduzione massima degli spazi in cui gli animali vivono, privati della loro libertà di movimento, con totale mancanza di esposizione alla luce naturale, aria fresca e condizioni igieniche adeguate che, di conseguenza, portano all'utilizzo di antibiotici per prevenire eventuali malattie causate da tali condizioni.

E non solo: il documento riporta anche dati che portano alla luce anche altri problemi legati allo spreco di risorse. La produzione di carne, in particolare quella bovina, risulta attualmente avere più responsabilità in merito, in quanto richiede un consumo considerevole di energie naturali quali acqua e terra e contribuisce significativamente anche alle emissioni di gas serra.

Di fatti, le risorse richieste per la

produzione di carne superano di gran lunga quelle necessarie per la coltivazione di alimenti vegetali.

Ne consegue che la scelta di evitare il consumo di carne potrebbe diventare una forma di protesta per esprimere dissenso verso un sistema ritenuto insostenibile e inumano.

Dall'altro, l'etica alimentare riguarda anche i trattamenti equi di tutti coloro che sono direttamente coinvolti nella filiera della produzione di cibo: si parla di salari adeguati e di condizioni di lavoro sicure e rispettose in relazione al ruolo svolto nella catena produttiva. Un primo ambito di interesse identifica una tematica importante della contrattazione collettiva, che oggi è sempre più oggetto di discussione a causa della ricorrente inadeguatezza dei salari: numerose organizzazioni non governative hanno la missione di affrontare queste questioni al fine di migliorare le condizioni di lavoro e sicurezza in agricoltura.

Ad esempio, ILO (International Labour Organization) promuove la giustizia sociale e i diritti umani e di lavoro, sottolineando che salari adeguati migliorerebbero la qualità di vita dei lavoratori e l'annessa stabilità delle comunità agricole⁸.

Analogamente, anche condizioni di lavoro sicure e idonee contribuiscono al benessere e stabilità dell'individuo. Il settore agricolo è notoriamente uno degli ambienti di lavoro gravati dalle condizioni di lavoro più difficili a livello globale: salari molti bassi, condizioni di lavoro poco salubri, mancanza di

8. Anonimo. Dichiarazione dell'OIL sulla giustizia sociale per una globalizzazione giusta, 2008

un intervento immediato con lo scopo di migliorare le normative affinché garantiscano ambienti di lavoro adatti e sicuri, prevenendo così incidenti e migliorando il benessere generale dei lavoratori⁹.

Infine, l'attenzione ai principi e valori etici si traduce nella scelta di prodotti che siano certificati dal commercio equo solidale. Questo, conosciuto anche come Fair Trade, si fonda proprio su questi concetti chiave e mira a garantire che i piccoli produttori e aziende, in particolare quelli in via di sviluppo, ottengano il giusto compenso e le giuste condizioni di lavoro.

Strumento prioritario per ottenere questi risultati è l'erogazione di un salario minimo di sussistenza, un fondo aggiuntivo (FairTrade premium) qualora ci siano investimenti da fare, e certificazioni riconosciute, in grado di assicurare condizioni di salute e sicurezza adeguate, per esempio con l'introduzione di norme che proibiscono l'utilizzo di sostanze chimiche pericolose e promuovono metodi agricoli sostenibili.

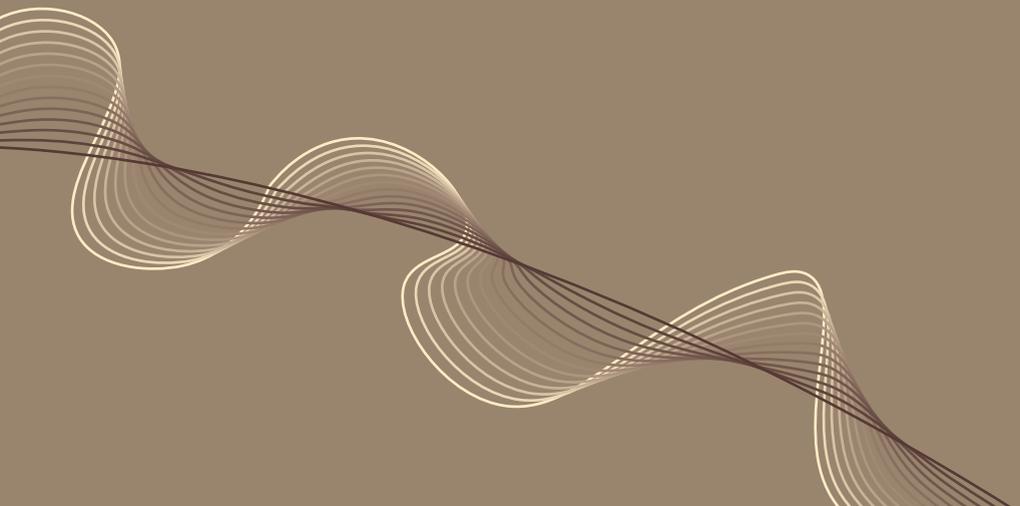
Pertanto, che si tratti di scelte alimentari personali o di supporto a comportamenti più corretti e sostenibili, l'identità etica in relazione al cibo rappresenta un impegno collettivo per un mondo migliore.

Il crescente interesse verso queste tematiche alimenta una speranza futura fatta di maggiore consapevolezza e responsabilità nelle azioni che ciascuno di noi compie quotidianamente.

9. Anonimo. Occupational Health.

CAPITOLO 2

Il ruolo del cibo nella
formazione dell'identità culturale



2.1 PELLEGRINO ARTUSI E IL SUO RICETTARIO

In questo capitolo abbiamo visto come, oltre a un potente veicolo di identità culturale, il cibo sia uno strumento che ci permette contemporaneamente di definire e affermare la nostra appartenenza a una comunità, ma anche di distinguerci dalle altre per creare un'identità diacronica; per cominciare, pertanto, vorrei porre una domanda: attraverso quali processi questo cibo, ancora molto eterogeneo e immischiato, è stato isolato, e costruito un patrimonio che, bisognerà ricordare, non ha pari altrove? La risposta a questo interrogativo possiamo ritrovarla in un'affermazione di Massimo Bottura, autodefinentesi "gastronomo"¹⁰:

"L'Artusi ci ha aperto la strada per conoscere noi stessi e la nostra nazione, un cucchiaino alla volta. Ora tocca a noi prendere in mano il nostro futuro culinario."
MASSIMO BOTTURA

Parliamo del celebre scrittore, critico letterario e gastronomo Pellegrino Artusi, nato a Forlimpopoli, un piccolo borgo della Romagna, che con il suo libro "La Scienza in Cucina e l'Arte di Mangiar Bene" pubblicato per la prima volta nel 1981, è considerato il padre della cucina italiana. Artusi è stato una figura rivoluzionaria del XIX secolo che capì come il cibo potesse diventare un collante capace di unificare un'Italia ancora troppo frammentata nei suoi territori e nelle sue tradizioni. Egli amava viaggiare e vagabondare per il suo Paese e non esiste paesino o città in cui non si sia fermato per un pasto. Quello fu il carburante del suo libro: non tanto l'amore per la cucina quanto la scoperta del nuovo e dell'ignoto.

Questo aspetto è più che importante, poiché il libro di Artusi non è soltanto un elenco di ricette, bensì un racconto del patrimonio gastronomico italiano; infatti, quando Artusi decise di selezionarle, non scelse delle ricette a caso, al contrario scelse quelle che sapeva potessero rappresentare al meglio le peculiarità locali e potessero anche identificarsi come punto di congiunzione tra regioni distanti, unendo così la popolazione sotto un'unica cucina.

Altro dettaglio da non dimenticare è senza dubbio il fatto che, spesso, le fonti delle sue ricette fossero talvolta anche amici e conoscenti: di fatti, dopo averle raccolte, Artusi le testava personalmente nella sua cucina. Pertanto, come si può evincere dal presente scritto, egli non decise di limitarsi solo a elencare gli ingredienti



LA SCIENZA IN CUCINA E L'ARTE DI MANGIARE BENE
Pellegrino Artusi e il suo ricettario

¹⁰ Massimo Bottura (2011). Ristampata l'edizione anastatica della prima edizione della "Scienza in cucina"

e i metodi di preparazione; intercalò, infatti, ogni ricetta con aneddoti, storie, curiosità divertenti, per alleggerirne la lettura e far emergere una cucina dai tratti comuni: semplicità, economicità e varietà.

Tutto ciò era realizzabile grazie a un linguaggio chiaro e talvolta sarcastico, in modo da attrarre un pubblico crescente e stimolare la curiosità di tutti a esplorare e scoprire le tradizioni locali. La scienza in cucina e l'arte di mangiar bene rappresenta quindi qualcosa di più di un normale ricettario: ha avuto un ruolo significativo nella formazione dell'identità nazionale in un periodo storico in cui l'Italia cercava ancora la sua migliore definizione¹¹.

Per esempio, la ricetta del Vitello in guazzetto è un piatto semplice ma elegante, che mette in evidenza l'abilità di Artusi nel combinare semplicità e sapore in una cucina del tutto familiare, rispecchiando la tradizione toscana con un elemento di novità.

Artusi non si ferma a spiegarne il metodo, ma accompagna il lettore in un percorso gastronomico che evidenzia l'importanza di nutrirsi bene come elemento dell'identità individuale e comune.

In maniera simile, la ricetta dell'Arrosto morto dimostra come l'autore renda fruibili anche le preparazioni più elaborate, adattandole con strumenti e ingredienti a disposizione.

In questo contesto, la cottura lenta in pentola rappresenta un forte legame con le tradizioni popolari dove il cibo è non solo sostentamento, ma anche

un'opportunità di condivisione. Solo sostentamento, ma anche un'opportunità di condivisione. Nelle sue ricette, Artusi attribuisce valore a piatti ritenuti "poveri", sottolineando come l'identità italiana si sia formata anche grazie alla valorizzazione di risorse fondamentali. Lo Sformato di finocchi e la Torta Biscotto alla sultana, invece, dimostrano la sua capacità di adattarsi e la passione per le verdure e i dolci fatti in casa. Entrambi i piatti rappresentano l'inventiva di Artusi, ma pongono l'accento su ingredienti autentici e regionali, fornendo un'immagine di un'Italia che stava cercando di affermarsi come nazione unita.

In questa prospettiva, il libro si trasforma in un significativo documento d'identità, in cui le divergenze regionali si uniscono attorno alla tavola. Un elemento, questo, tra i più interessanti dell'attività letteraria: lo scrittore ha realizzato un mosaico che, tassello dopo tassello, ha contribuito a formare l'identità culturale di una comunità. Il libro ottenne un enorme successo fin da subito, con più di 15 edizioni durante la vita dell'autore e migliaia di copie vendute; gradualmente, si affermò non solo nelle abitazioni degli italiani ma anche all'estero, contribuendo a diffondere l'immagine della cucina italiana.

Dopo un'accurata analisi, si può concludere affermando che il valore di questo scritto non risiede solo nel contenuto culinario, ma anche nel modo in cui Artusi ha affrontato l'argomento.

Come indica il titolo del libro, il termine scienza si riferisce al metodo adottato dall'autore, ossia un approccio esclusivamente scientifico e logico, evidenziato in particolare dalle norme di igiene e da buone pratiche che, in quel periodo, non erano affatto ovvie. Questo fattore ha offerto una visione completamente nuova al libro, facendone un riferimento solido in un'epoca in costante cambiamento.

In sintesi, Pellegrino Artusi ha saputo costruire un'identità gastronomica coesa che, allo stesso tempo, conserva le peculiarità regionali, ora apprezzate come uno degli elementi più distintivi e interessanti del panorama nazionale. Grazie a quest'opera, la gastronomia italiana è diventata un mezzo di dialogo interculturale, dal quale si può evincere un'immagine di cucina accogliente e dinamica, capace di mutare senza mai dimenticare delle proprie origini.

2.2 TRADIZIONI CULINARIE NAZIONALI: LA NASCITA DEL MADE IN ITALY

Il significato del concetto Made in Italy è profondamente ancorato nella tradizione artigianale e nella cultura italiana.

Maria Luisa Ghianda¹² sostiene che il termine sia emerso per la prima volta negli anni '80 sotto forma di strategia di marketing, al fine di esaltare la qualità e l'unicità dei prodotti italiani: in questo modo si garantiva infatti l'adozione di metodi tradizionali in ogni fase della produzione, dalla selezione degli ingredienti alla loro lavorazione. La natura di questo termine si fonda su principi che comprendono l'abilità manuale, l'innovazione e l'estetica, i quali si manifestano in vari ambiti, dalla moda al design, dalla gastronomia all'arte, e così via.

Analizzando con maggiore attenzione il settore alimentare, si può definire il Made in Italy come una combinazione di tradizione e innovazione.

Ogni piatto non è solo una ricetta, al contrario contiene una narrazione che rappresenta il legame con il proprio territorio e con i suoi ingredienti, come i formaggi, salumi, oli e vini, che spesso provengono da metodi di produzione locali tramandati di generazione in generazione.

È essenziale ricordare che l'attuazione del concetto di Made in Italy ha permesso di rafforzare ulteriormente l'identità nazionale, a livello culturale e anche a economico.

¹¹ Carlo Petrini (2022). Vi preseno Artusi, l'uomo che ha cucinato l'Italia

¹² Maria Luisa Ghianda (2022). La vera storia del Made in Italy.

Effettivamente, piatti emblematici oggi riconosciuti come Made in Italy, non soltanto rappresentano il patrimonio culinario, ma comunicano anche il valore simbolico legato alle narrazioni e alle leggende che le caratterizzano, facendole riconoscere come tali in ogni angolo del pianeta.

Cosa rende un prodotto capace di diventare un classico come il Made in Italy? Oltre ai vari controlli di qualità e sicurezza a cui vengono sottoposti, per essere riconosciuti come tali i prodotti devono soddisfare specifici requisiti che garantiscano l'autenticità e la qualità¹³.

Il principale è sicuramente l'**origine dei materiali**. Un prodotto genuino deve essere creato con ingredienti di altissima qualità e provenienti da coltivazioni italiane. Ad esempio, il pomodoro San Marzano deve essere prodotto nell'area del Vesuvio per ricevere la Denominazione di Origine Protetta (DOP), un attestato che ne assicura l'autenticità e il collegamento con il territorio.

Altrettanto significativi sono i metodi di **produzione tradizionali**, considerati fondamentali per il Made in Italy. In effetti, la maggior parte di essi è stata coltivata attraverso l'uso di metodi tradizionali trasmessi di generazione in generazione.

Altro elemento chiave è il **rispetto per l'ambiente e per il benessere degli animali**. Mai come oggi le imprese italiane si impegnano ad adottare

pratiche ecologiche e biologiche, con lo scopo di proteggere la biodiversità e il benessere del pianeta. Queste pratiche mettono in luce una crescente sensibilità verso l'ambiente e anche un impegno notevole verso una produzione etica, che implica così una maggiore consapevolezza e responsabilità nelle decisioni basate su principi di produzione sostenibili ed etici.

In aggiunta, la qualità dei prodotti Made in Italy è frequentemente attestata da varie **certificazioni**, come DOP, IGP (Indicazione Geografica Protetta) e STG (Specialità Tradizionale Garantita), che non solo assicurano l'autenticità, ma anche la provenienza dei prodotti, instaurando fiducia nei consumatori.

Infine, **passione e abilità artigianale** sono caratteristiche altrettanto uniche del Made in Italy. Ogni step della produzione è attentamente seguito nei minimi particolari, dalla scelta delle materie prime fino al processo di lavorazione artigianale. Tale dedizione si traduce in prodotti straordinari dal punto di vista del gusto, ma anche pieni di storia e cultura.

Dopo una dettagliata valutazione del significato del termine "Made in Italy" e di tutti i criteri che ne attestano la certificazione, è possibile riscontrare questi elementi in piatti emblematici.

¹³. Michele Porcheddu (2024). Il gusto autentico dell'Italia: l'importanza del Made in Italy.

Cominciamo dalla pizza: è un alimento che non solo simboleggia l'Italia a livello globale, ma è uno dei prodotti Made in Italy che ha un'importanza simbolica profondamente radicata nella storia e nelle tradizioni.

L'origine e la diffusione della pizza Margherita, influenzata dal tricolore e collegata al viaggio della Regina Margherita di Savoia a Napoli nel 1889, è una storia che unisce mito e verità. Anche se questa è considerata la nascita ufficiale, alcuni sostengono che gli ingredienti di questo prodotto fossero già utilizzati in una versione chiamata "Fior di margherita", il cui nome riflette proprio la loro disposizione simile a petali di fiore¹⁴.

Secondo il parere diffuso, quando si menziona la pizza si fa riferimento al tradizionale impasto rotondo guarnito con pomodoro, mozzarella e basilico. Questa variante è nota fin dal passato come "pizza napoletana" poiché la città di Napoli ha avuto un ruolo fondamentale nel definire la sua storia, rendendola singolare e celebre in tutto il mondo. Tuttavia, ciò non basta a confermarne il primato indiscusso: molte altre città reclamano la paternità della pizza, forse a causa del significato più ampio associato a tale parola. Dal pane, alla focaccia, alla schiacciata, la pizza italiana si presenta in molteplici varianti, cambiando nome e caratteristiche in virtù delle diverse tradizioni regionali.

¹⁴. Anonimo (2015). La pizza prodotto gastronomico Made in Italy



PIZZA MARGHERITA
La pizza come simbolo del Made in Italy

Pertanto, se da un lato è positivo abbracciare e apprezzare le varie tradizioni locali, dall'altro è giusto riconoscere la supremazia di questo prodotto alla città che, più di ogni altra, ne ha assicurato il successo.

Dal dicembre 2022 infatti, la vera pizza napoletana viene ufficialmente protetta dall'UE: essa riceve il certificato Stg, specialità tradizionale garantita, rappresentando senza dubbio una grande vittoria nella competizione con marchi e specialità locali.

In altri termini, questa norma disciplina l'uso nel menù della dicitura "pizza napoletana", rispettando specifiche regole relative a ingredienti, modalità di preparazione e cottura¹⁵.

Questa storia, che combina i colori della bandiera italiana in un piatto, illustra perfettamente in che modo il cibo possa diventare un potente veicolo di identità e orgoglio nazionale.

Se la pizza è divenuta un simbolo così iconico del territorio nazionale, non è da meno anche la lavorazione della pasta artigianale, la quale rappresenta un patrimonio immateriale di enorme valore. La pasta italiana, con oltre 300 formati diversi, rappresenta per gli italiani e non, la ricchezza e la diversità delle tradizioni culinarie regionali, e incarna anche un sapere antico che continua a vivere e a essere tramandato. Uno degli elementi caratteristici è senza dubbio la varietà di ricette e tecniche di preparazione che differiscono da regione a regione e si adattano alle risorse locali, riflettendo la storia e le

¹⁵. Micaela Cappellini (2022). Made in Italy: vittoria della pizza napoletana: la UE ora ne tutela il nome

e le influenze culturali di ogni area. Anche in questo caso, la storia della pasta affonda le radici in tempi antichi, con la prima ricetta documentata risalente al cuoco Martino Corno attorno all'anno 1000¹⁶.

Si dice che ancor prima della nascita di Gesù la civiltà greca fosse già esperta in campo: di fatti il termine deriva dal termine greco πλάστα e indica letteralmente "farina con salsa". Se da un lato il filone greco-romano ha dato origine al Laganon, ossia un foglio di pasta grande e piatto tagliato a strisce, dall'altro l'abilità araba ha introdotto la tria, la pasta secca avente forma allungata¹⁷.

Queste scoperte segnano dunque il passaggio dell'uomo da nomade ad agricoltore, imparando a seminare e raccogliere il grano. Da allora, la pasta ha fatto molta strada, divenendo parte integrante della quotidianità degli italiani e diffondendosi in tutto il mondo.

Tra tutte le regioni, La Sicilia e la Liguria sono tra i primi luoghi in cui si è registrata la produzione di pasta secca, sebbene sia stato poi con l'ingegno di Cesare Spadaccini nel XIX secolo, che si è giunti alla nascita della produzione meccanizzata: la sua invenzione per Re Ferdinando II di Napoli ha rivoluzionato il modo di preparare la pasta, rendendola così accessibile a tutti.

La sua diffusione si intreccia con la storia dell'emigrazione italiana, specialmente verso le Americhe. Questo perché durante l'epoca delle grandi ondate migratorie, gli italiani portarono con sé la pasta come

¹⁶. Generoso D'Agnesi (2022). La pasta: il primo "Made in Italy" nel mondo

¹⁷. Archivio storico Barilla. La pasta: storia, tecnologia e segreti della tradizione italiana

simbolo di identità e legame con la terra natale.

Nel Nuovo Continente, la pasta divenne un modo per mantenere vive le tradizioni in un contesto completamente nuovo e differente, resistendo all'omologazione culturale e aiutando gli italiani a sentirsi meno distanti dalle proprie radici, specialmente quando lontani da casa. Dunque, la pasta non era solo un alimento, ma una vera connessione con la famiglia, con la propria casa e con la propria terra. Nel pranzo della domenica, gli italiani emigrati negli Stati Uniti usavano la pasta come elemento centrale, riunendo parenti e amici per mantenere vive le relazioni e le tradizioni. Una tradizione, questa, che perdura ancora oggi nello spirito di ogni famiglia italiana.

È proprio in questo contesto che si assiste all'avvento della produzione industriale di pasta, grazie anche a pionieri come Filippo De Cecco¹⁸. Nel 1889, egli costruì un impianto di essiccazione artificiale ad aria calda che consentiva di produrre pasta senza limiti, in modo continuo e anche senza alcun limite stagionale: tutto questo ha significato l'inizio di un fenomeno di esportazione del "Made in Italy".

Infatti, grazie alla partecipazione alla World's Columbian Exposition di Chicago del 1893 per merito di un imprenditore abruzzese, De Cecco ottenne riconoscimenti per la qualità della sua pasta, spianando la strada all'espansione della pasta italiana prima negli Stati Uniti e poi nel resto del mondo.

¹⁸. Anonimo (2010). "La storia della pasta...dal 1279".



FORMATI DI PASTA

La nascita della pasta e i suoi 300 formati

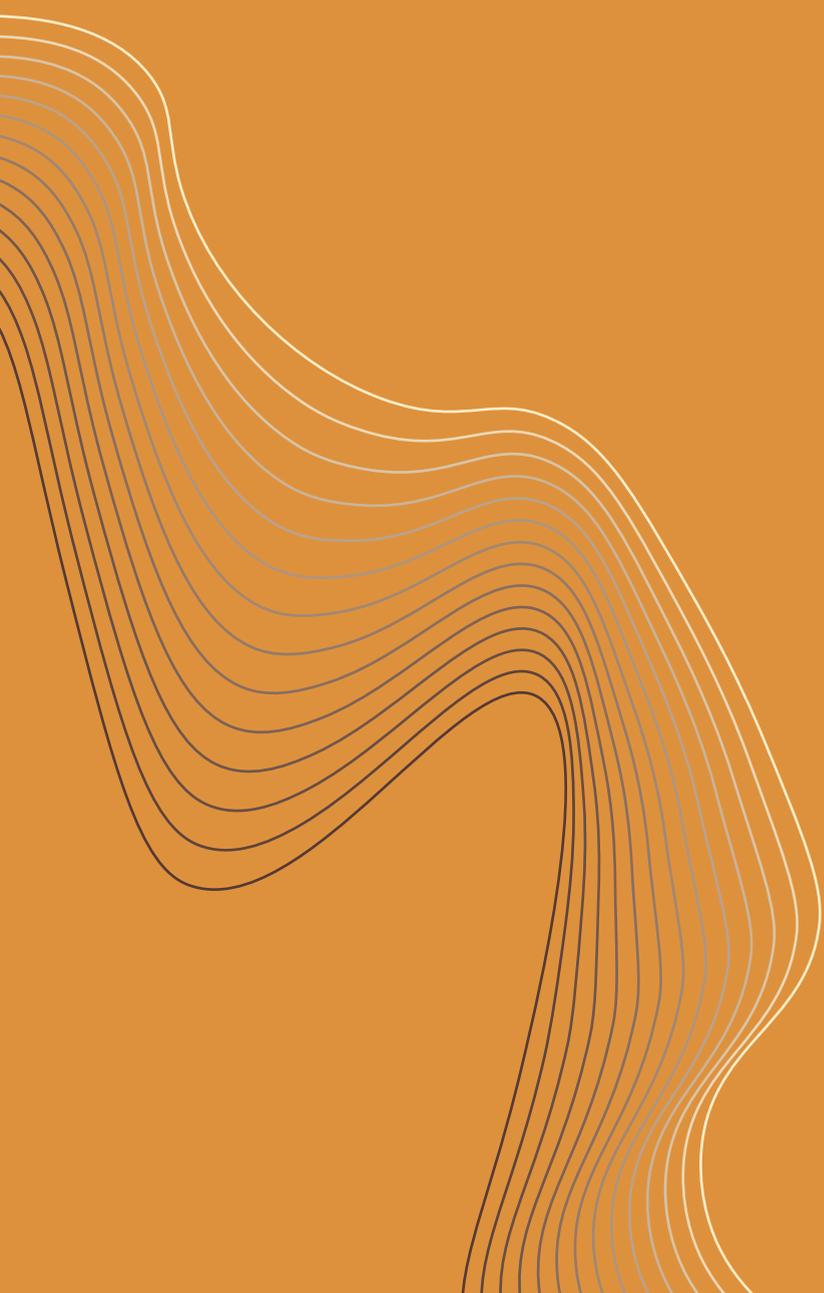
Nonostante le sfide, la pasta resta un alimento simbolico e versatile: gli oltre 300 formati affondano le radici nelle varie usanze locali e regionali, rappresentando un vero e proprio patrimonio gastronomico che continua ad evolversi e a conquistare nuove generazioni in tutto il mondo. Sebbene le tipologie di pasta siano quasi infinite, molti studi hanno attestato che oltre il 60% della popolazione italiana predilige circa 10 tipi di pasta, sempre gli stessi, tra cui il comune spaghetti.

Le innumerevoli tipologie di pasta sono il frutto di lunghe sperimentazioni e innovazioni territoriali, influenzate dalle risorse locali a disposizione e dalle usanze caratteristiche tipiche di ogni regione. Se pensiamo al Nord, sono presenti principalmente formati di pasta ripiena, come tortellini e ravioli, creati per esaltare il gusto della carne e dei formaggi locali. Circa il Sud, i più comuni sono senza dubbio i tipi di pasta semplici, tra cui orecchiette e cavatelli, i quali sottolineano il carattere di una cucina creativa seppur molto modesta. Risulta quindi evidente che ogni tipologia sia stata progettata appositamente per fondersi al meglio anche con gli ingredienti locali.

Ad esempio, tipologie di pasta come penne rigate o fusilli posseggono la capacità di trattenere salse dense, diversamente da quelle lisce che invece si adattano bene con condimenti leggeri come aglio e olio. Con le sue molteplici tipologie, la pasta rappresenta quindi un autentico patrimonio culinario che appare in costante evoluzione, ma conserva al

contempo il legame tra tradizione e modernità nel contesto globale della gastronomia italiana.

Entrambi gli esempi appena discussi mostrano come la cucina italiana sia diventata un simbolo riconosciuto a livello globale, specialmente al di fuori del perimetro nazionale, e gran parte del merito si deve soprattutto alla valorizzazione del Made in Italy che ha permesso di trasformare prodotti semplici e tradizionali in eccellenze esportate e celebrate oggi in tutto il mondo. Tale processo ha dunque contribuito a rafforzare l'identità culturale del Paese, creando un legame indissolubile tra la cucina italiana e quello che è il suo patrimonio culturale.

A decorative graphic on the left side of the page consisting of multiple thin, white, wavy lines that flow from the top left towards the bottom center, creating a sense of movement and depth.

CAPITOLO 3

Le identità locali e la Puglia

3.1 INTRODUZIONE ALLE IDENTITÀ CULINARIE LOCALI: LA NASCITA DELLE REGIONI

Dopo aver esaminato i simboli per eccellenza del Made in Italy, diventa necessario porsi una domanda: in che modo queste icone nazionali si adattano alle varie identità regionali che compongono la ricchezza della cucina italiana? Come visto poc'anzi, l'Italia è un paese fortemente unito dalla tradizione culinaria: ogni regione aggiunge al mix sapori, ingredienti, tradizioni, riflesso della sua storia e della sua personalità. Anche un piatto modesto, sebbene meno famoso della pizza e della pasta, è comunque un pezzo dell'anima di una comunità e un fattore importante nella diversità e nella ricchezza della tradizione italiana¹⁹.

Sono proprio le infinite tradizioni regionali che mostrano tutte le sfumature dell'Italia e la complessità e bellezza della sua cucina. Al fine di delineare uno scenario quanto più chiaro e dettagliato possibile, è dunque necessario fare un passo indietro.

Sebbene fossero già esistenti come suddivisione geografica, in ambito storico la nascita delle regioni affonda le proprie radici nell'Ottocento: in particolare in tutti quei movimenti di pensiero che avevano come obiettivo principale quello di individuare un ente intermedio tra il Comune e lo Stato, capace di rispondere alle esigenze locali.

Tale esigenza è stata riconosciuta persino da Mazzini, il quale la riteneva un'azione necessaria soprattutto in ambito legislativo, esecutivo e amministrativo nei casi in cui l'oggetto fosse di interesse locale. Dopo svariati tentativi, il riconoscimento regionale inizia a concretizzarsi nel secondo dopoguerra, quando si faceva sempre più forte la volontà di suddividere ulteriormente il potere politico al fine di garantire una maggiore libertà e una stabilità alle istituzioni democratiche.

Nel configurare il nuovo stato regionale, i Costituenti consideravano l'esistenza delle regioni come territori: dunque il primo passo è stato quello di stabilire l'elenco delle regioni e di conseguenza le loro delimitazioni territoriali immediatamente nel testo stesso della Carta costituzionale, poiché il nuovo stato regionale aveva la necessità di basarsi su elementi stabili e certi. Circa invece le dimensioni, i territori dovevano avere una consistenza dimensionale adeguata, respingendo il riconoscimento di regioni più piccole, in quanto potenzialmente confondibili con le province²⁰.

Le prime azioni importanti sono avvenute nel 1860 con il ministro dell'Interno Luigi Carlo Farini, il quale propose un riassetto dei vari poteri territoriali: tuttavia, nonostante fossero state sviluppate diverse proposte, nessuna di queste riuscì a vedere la luce a causa dei continui conflitti bellici e delle azioni prioritarie in merito all'unificazione italiana.

Quattro anni dopo, nel 1864, si assiste ad una prima suddivisione territoriale avente criteri geografici omogenei; per tal ragione, questo viene considerato il provvedimento che ha gettato le basi per la nascita delle future regioni. Con il passare degli anni, andavano definendosi sempre più aspetti e veniva delineata una chiara suddivisione che è stata poi ufficialmente riconosciuta nel 1913 con "L'Annuario Statistico Italiano", una pubblicazione italiana che elencava i compartimenti territoriali identificati come "Regioni".

Se da un lato la nascita di un'Italia geograficamente suddivisa sembrava ormai certa e consolidata, l'avvento del fascismo è stato in grado di bloccare ogni prospettiva di decentralizzazione, eliminando progressivamente il potere locale. Fortunatamente, l'eliminazione non è stata irrevocabile, ma al contrario si assiste ad un processo graduale ma efficace di risanamento. Nel 1947, con la caduta del fascismo e la pubblicazione della Costituzione Italiana, il regionalismo riemerge con forza. Di fatti, l'articolo 5 della Costituzione sanciva proprio il riconoscimento delle autonomie locali e la suddivisione in regioni del territorio nazionale. Sebbene la suddivisione

fosse stata riconosciuta, le regioni non sono state operative dal primo istante: nel 1953 è stata introdotta la legge n° 62, conosciuta anche come legge Scelba, che non solo condivideva la suddivisione, ma definiva anche in che modo venivano eletti i consigli regionali. Così, nelle giornate del 7 e 8 Giugno del 1970, si sono registrate le prime elezioni regionali che ne hanno segnato l'effettiva nascita come enti autonomi e indipendenti. Un evento, questo, così importante e significativo che due anni dopo è stata istituita una festa per commemorare il primo voto, il quale non solo aveva segnato la nascita di una nuova autonomia politica, ma sottolineava l'importanza delle identità locali in termini di rappresentazione di differenti culture e tradizioni all'interno di uno scenario globale²¹.

Nel corso degli anni, il processo di decentralizzazione è continuato, attribuendo man mano alle regioni competenze in vari ambiti amministrativi e legislativi. Grazie alla riforma del Titolo V della Costituzione del 2001, vengono dunque sancite le competenze esclusive dello Stato e quelle invece spettanti alle varie regioni, conferendo a queste ultime una maggiore autonomia²².

Con il riconoscimento delle regioni, non si è creata solo una figura amministrativa, ma si è consolidata anche e soprattutto la loro importanza a livello culturale: ciascuna regione, oltre alle proprie caratteristiche geografiche, possiede un'immensa ricchezza gastronomica che la rende unica e la differenzia con le altre.

19. Antonella de Santis, Laura Zaccaria, Ivana Friggi. La nascita delle regioni a statuto ordinario

20. Anonimo. Breve storia regionale.

21. Walter Fortini (2022). Nel 1970 nasceva la Regione e due anni dopo fu istituita la festa in ricordo del primo voto

22. Consiglio regionale della Calabria. Storia del regionalismo italiano

Questa differenza, specie quando si parla di prodotti e/o ricette originari di un determinato luogo, si è accentuata nel corso del tempo: infatti ogni territorio ha dovuto adattare gli ingredienti disponibili al proprio territorio e tradizioni, dando dunque vita a piatti sempre più diversi e originali.

Oggi giorno la cucina italiana appare come il risultato di queste varie identità, le quali si concretizzano sotto forma di piatti, ricette e tecniche di preparazione che raccontano la storia di ciascuna regione.

Con l'evoluzione dei territori regionali, cresceva insieme anche l'importanza dei prodotti tipici locali, in quanto considerati i migliori veicolatori di ricchezza e diversità culturale di un luogo. Ciascun prodotto riconosciuto come tale è il risultato di un lungo percorso di crescita, di adattamento e di sostenibilità: tutte le varie regioni hanno dovuto imparare a valorizzare ciò che avevano a loro disposizione, mettendo in pratica anche tutti i loro saperi derivanti dalle tradizioni agricole e dando così origine a varietà locali di frutta, verdura, cereali e carne.

L'insieme di tradizioni, saperi e risorse locali dà origine ai cosiddetti Prodotti Agroalimentari Tradizionali, detti anche PAT, che rappresentano il simbolo del patrimonio enogastronomico italiano²³. A causa della smisurata disponibilità di piatti e alimenti tipici e locali, quelli identificabili con la sigla PAT sono tutti quei prodotti i cui metodi di lavorazione, conservazione e stagionatura

23. Fabrizio Vidano. I prodotti agroalimentari tradizionali PAT

stagionatura risultano tecniche radicate nell'antichità e nate e praticate sul proprio territorio seguendo regole ben definite per un periodo di venticinque anni almeno. Inoltre, sono suddivisi in diverse categorie, come bevande alcoliche, carni, formaggi, pasta fresca e prodotti vegetali, delineando un modo per preservare e valorizzare l'identità gastronomica italiana. Volgendo invece uno sguardo alle linee guida e ai vari step processuali, è doveroso riconoscerli come eccellenze locali, aventi produzione limitata, che si fanno portavoce della storia di un territorio: al fine di non perdere alcuna traccia, sono stati inseriti in un apposito elenco istituito dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari, Forestali e del Turismo.

Ad oggi si contano circa 5000 prodotti tipici italiani e la Campania risulta essere la regione con il maggior numero di PAT, registrando oltre 500 specialità.

Risulta evidente che, grazie alle caratteristiche e agli aspetti che li contraddistinguono, i PAT risultano in linea con le richieste odierne e sono adatti a rispondere alle esigenze dei consumatori moderni che, oggi giorno, sono sempre più alla ricerca di prodotti che siano portavoce di autenticità e qualità²⁴.

24. Redazione (2019). Prodotti agroalimentari tradizionali: le eccellenze italiane

3.2 PANORAMICA SULLA GASTRONOMIA ITALIANA E INTRODUZIONE DELLA REGIONE PUGLIA

Grazie all'introduzione dei noti prodotti PAT, il panorama gastronomico italiano risulta estremamente variegato ed esprime l'identità culturale di ogni singolo territorio, il quale si radica profondamente nelle tradizioni locali.

Pertanto, lo scenario generale creato fornisce la possibilità di definire con certezza che vi sono alcune regioni che, più di altre, posseggono un vastissimo patrimonio culturale: ad esempio, la Puglia si distingue come uno dei territori regionali più legati alle proprie radici e alla propria ricchezza, che sono il risultato di secoli di storia e di influenze culturali. Avente la famosa forma del "tacco dello stivale", la Puglia è considerata la prima, per estensione, dell'Italia meridionale, bagnata dal mar Adriatico e dal mar Ionio; il suo capoluogo è Bari, ma vanta di altre province, quali Brindisi, Foggia, Lecce, Taranto e la BAT (Barletta-Andria-Trani).

Essendo molto vasta e variegata, viene anche identificata a zone: partendo da Nord vi è il Gargano, una zona molto ricca di vegetazione seppur con territorio abbastanza roccioso. Iniziando a scendere, si incorre nella zona conosciuta come "tavoliere", cioè la pianura più vasta del centro sud che offre un'abbondante coltivazione di grano, per poi arrivare al cuore della regione che è occupato dall'altopiano delle Murge. Infine, la parte bassa dello stivale è costituita dalla terra del

Salento, molto conosciuta per i suoi paesaggi incantevoli²⁵.

Tracce della sua esistenza emergono già in secoli antichi, grazie a popolazioni come Dauni, Peucezi e Messapi che si stanziarono sul territorio perché ritenuto di grande posizione strategica ed estremamente ricco di risorse locali. Tuttavia, la Puglia ha beneficiato anche dell'influenza greca e romana: infatti, grazie alla presenza del popolo greco sul territorio, nel corso degli anni sono state costruite importanti colonie lungo la costa adriatica e ionica, dando vita alla famosa città di Taranto, oggi conosciuta come la città greca più importante della regione.

La sua storia diventa poi fondamentale grazie al popolo Romano, che ha invaso il territorio pugliese durante il periodo delle guerre nel IV secolo avanti Cristo.

Questo un grande punto di forza per la regione, poiché è stata un'occasione per iniziare ad esportare il grano ed altre risorse agricole: infatti, grazie alla via Appia, che faceva da ponte tra Puglia e Lazio, la sua posizione risultava estremamente cruciale ai fini del commercio e del trasporto di risorse. Tuttavia, con la caduta dell'impero romano, seguirono numerosi invasioni da altri popoli, come Bizantini, Aragonesi, Svevi e Normanni, che non solo hanno lasciato tracce durature nella sua cultura e nel suo paesaggio, ma hanno anche indotto la Puglia ad avvicinarsi sempre più all'Oriente, diventando così un importantissimo centro culturale e religioso.

25. Rita Caputo. La Puglia

La dominazione romana ha dato vita ad alcune delle città più importanti del sud Italia come Brundisium (l'attuale Brindisi) e Luceria (Lucera)²⁶.

Tutte queste influenze hanno infatti contribuito alla creazione del suo patrimonio dal valore inestimabile: ne sono prova le chiese, i castelli medievali, le chiese barocche, le masserie, ma soprattutto i tre siti entrati a far parte del patrimonio Unesco, quali Castel del Monte, i trulli di Alberobello e il Santuario di San Michele Arcangelo a Monte Sant'Angelo.

Sebbene il patrimonio culturale sia estremamente influenzato dai vari popoli che hanno abitato la regione, la sua cucina risulta invece una delle poche ad essere riuscita a sfuggire da qualsiasi contaminazione, rimanendo invece molto fedele alla tradizione e all'artigianalità.



CASTEL DEL MONTE
Sito 1 come patrimonio dell'Unesco



TRULLI
Sito 2 come patrimonio dell'Unesco



SANTUARIO DI SAN MICHELE ARCANGELO
Sito 3 come patrimonio dell'Unesco

²⁶ Anonimo. Storia della Puglia dalla nascita ad oggi

3.3 TRADIZIONI CULINARIE PUGLIESI CON I SUOI PRODOTTI E PIATTI TIPICI

Attualmente, questa regione risulta essere un ponte tra Oriente e Occidente, un crocevia di popoli che hanno indubbiamente plasmato la sua cucina e i suoi prodotti tipici così come li conosciamo oggi.

Alcuni di questi hanno assunto un ruolo fondamentale nel rappresentare il territorio di appartenenza e nel raccontarne la storia, riflettendo il legame tra terra e mare ed esprimendo la semplicità e la ricchezza delle risorse locali presenti.

Quella pugliese è infatti conosciuta come una cucina estremamente semplice quanto unica: sebbene abbia uno stretto legame con la terra, con la manualità e artigianalità, e sia molto povera in termini di ingredienti, dalle loro tecniche di lavorazione sono derivati dei piatti tipici di notevole sapore e profumo. Ponendo attenzione alle origini della sua gastronomia, è possibile individuare quattro punti fondamentali attraverso cui è riuscita a creare un'identità solida e attraente: olio, grano, verdure e pesce.

L'**olio extravergine d'oliva** possiede un posto in classifica quando si parla di cucina pugliese e rappresenta il 37% della produzione complessiva italiana, quindi circa un terzo. Soprannominato "l'oro della Puglia", questo prodotto vanta di una storia millenaria e le sue tecniche di produzione si tramandano di generazione in generazione.

Originariamente coltivato in Siria, è stato poi introdotto nel Mediterraneo, fino ad arrivare sul territorio circa intorno al 1000 a.C.

Ciò che principalmente lo contraddistingue dai suoi simili, sono sicuramente le sue eccellenti proprietà. Le proprietà organolettiche si distinguono per una bassissima percentuale di acidità, per il suo potere antiossidante e per la presenza di vitamine che agiscono soprattutto in termini di prevenzione delle malattie degenerative.

Tuttavia, a renderlo un prodotto d'eccellenza è certamente anche la tecnica di raccolta della materia prima. Ancora oggi questa risulta una delle poche ad attirare l'attenzione di molti, grazie alla manualità dell'operazione: le olive vengono infatti quasi esclusivamente raccolte a mano, in modo da selezionare accuratamente i frutti e scartare quelli danneggiati o meno adatti alla produzione, riducendo al minimo il rischio che ne derivi un prodotto compromesso e/o con proprietà nettamente inferiori.

A completarne il processo è la tecnica di estrazione e frantumazione: i frantoi sono ormai molto moderni e questo aspetto fa sì che il prodotto finale sia contraddistinto da un'altissima qualità, connotata dalla sua colorazione che varia da un giallo intenso al verde scuro e un sapore leggermente amaro e piccante²⁷.

²⁷. Anonimo (2022). Olio pugliese: è il miglior olio di oliva extravergine italiano?



OLIVE PUGLIESI
raccolta a mano dalle olive



FRANTOIO
Le olive vengono frantumate e trasformate in olio extravergine d'oliva

Di pari o maggiore qualità sono anche tutte le **produzioni ortofrutticole**, le quali sono alla base di piatti semplici ma estremamente saporiti che ne esaltano i prodotti di stagione.

Le verdure svolgono un ruolo centrale nell'alimentazione tipica del territorio, il quale risulta essere estremamente fertile e, grazie alla prevalenza di un clima mite, consente di produrre numerose varietà durante tutto l'anno. Quelle prodotte sono molteplici, ma emergono principalmente quei prodotti che hanno segnato un punto di svolta anche nella creazione di piatti tipici: prima fra tutti è la cima di rapa, considerata simbolo della regione grazie al piatto iconico delle orecchiette con le cime di rapa, che è molto amato da italiani e non per via della sua combinazione di semplicità e raffinato sapore.

A queste si aggiungono poi ortaggi come melanzane, zucchine, carciofi, pomodori, che sono ampiamente utilizzati nella preparazione di ricette, sia come antipasti, che come contorni, ripieni o piatti principali.

È abbastanza evidente che questa estrema semplicità, dovuta in parte alla mancanza di ingredienti, è riuscita a diventare il punto di forza della regione, valorizzando al massimo il gusto e la qualità di tutti i prodotti e facendosi portavoce di autenticità e sostenibilità della cucina.

A supporto di quanto appena detto e di ciò che concerne i PAT, al fine di elogiare la biodiversità locale, il professor Pietro Santamaria e il dottor Massimiliano Renna hanno raccolto un elenco di dieci prodotti tradizionali pugliesi²⁸.

Dunque questo ebook esplora nel dettaglio tutte le caratteristiche di ciascuno prodotto, compresa la loro coltivazione, le loro tradizioni e i loro utilizzi in cucina, in modo da promuoverli e sottolineare la loro importanza e unicità gastronomica.

²⁸ Giuseppe Sportelli (2022). Un nuovo ebook su dieci prodotti tradizionali della Puglia



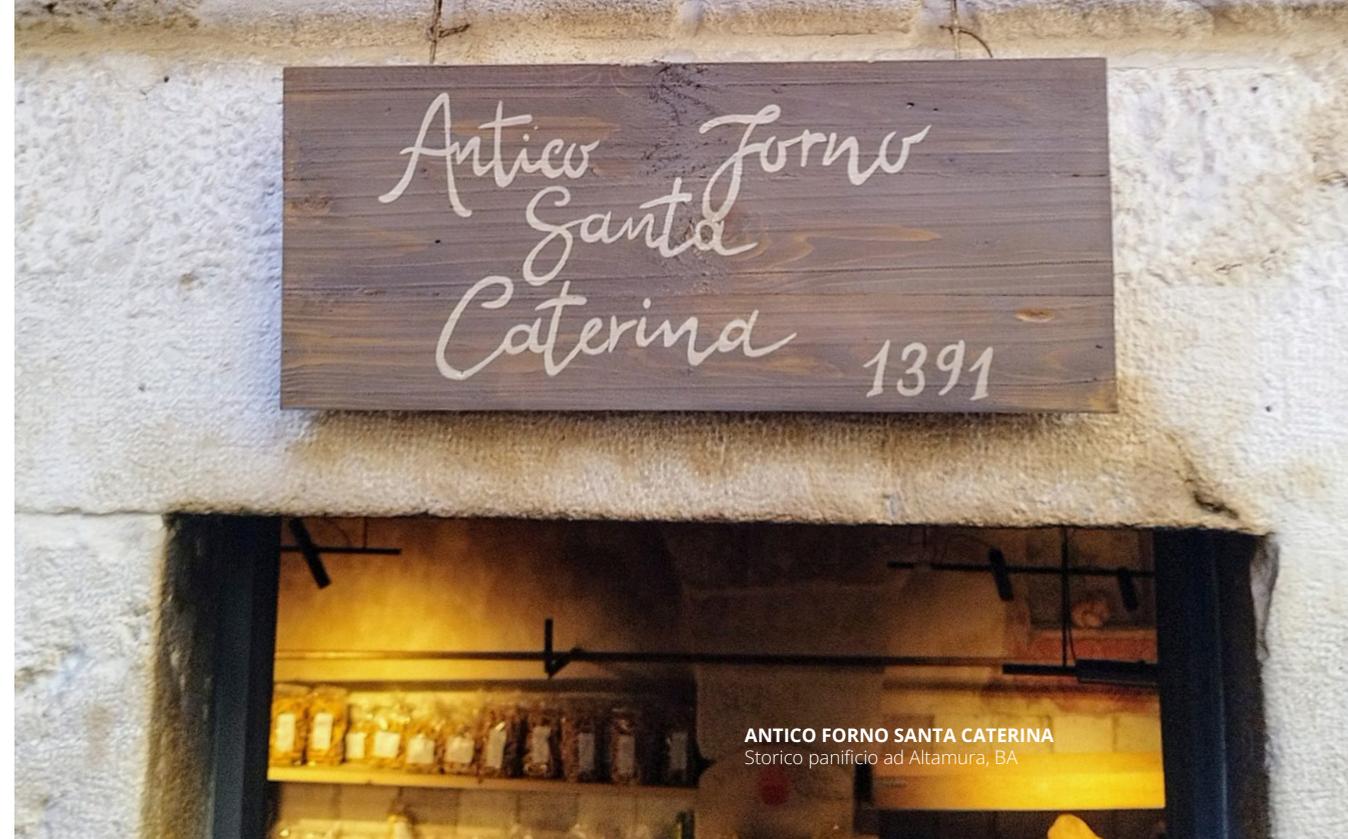
ORECCHIETTE CON LE CIME DI RAPE
Specialità tipica della tradizione pugliese

Altrettanto centrale è anche il ruolo occupato dal **grano**.

Questo cereale ha segnato un punto di svolta non indifferente nell'evoluzione della storia alimentare della Puglia, legato indissolubilmente alle tradizioni agricole della regione. Pertanto, se le verdure sono espressione di terra e ciclo stagionale, il grano, coltivato da secoli nella regione, è la base su cui si fonda l'intera produzione di alcuni dei prodotti più iconici della regione, come per esempio il famoso pane di Altamura e le magnifiche orecchiette. Il primo esempio è certamente motivo di orgoglio per il territorio pugliese e in particolare per la città di Altamura, collocata nella zona dell'Alta Murgia. La sua storia è millenaria, risalente all'epoca romana, in cui veniva già molto apprezzato per la sua notevole qualità: si attesta che già allora fosse stato soprannominato come "il pane migliore del mondo" dal poeta latino Orazio. La longevità della sua produzione è data dalla sua classificazione come alimento base, durevole nel tempo e adatto ai lunghi trasporti compiuti da pastori e contadini del tempo: il loro pranzo consisteva infatti in una zuppa di pane condita con olio e sale. Per questo motivo, le massaie lo impastavano in grandi forme rotonde, per poi portarlo nei forni pubblici per la fase di cottura. La particolarità di questa storia è che, oltre ad aver ottenuto un prodotto di eccellente qualità, alcuni dei forni antichi utilizzati in passato sono rimasti attivi ancora oggi, attirando l'attenzione di molti e diventando simbolo della tradizione e cultura della città.

Molto conosciuti sono il forno di Santa Caterina e il forno di Santa Chiara²⁹, entrambi costruiti intorno alla metà del 700, i quali hanno mantenuto integro il loro aspetto; elemento chiave di ciascun forno era il loro marchio inciso sul pane, che gli permetteva di distinguere il proprio prodotto da quello altrui.

29. Roberta Schira (2018). Pane di Altamura: una storia millenaria



ANTICO FORNO SANTA CATERINA
Storico panificio ad Altamura, BA



TERESA E GRAZIELLA
Storico panificio ad Altamura, BA

Anche gli ingredienti per produrlo sono rimasti invariati dal Medioevo: farina di grano duro, lievito madre, sale e acqua. Solo quattro elementi che, seppur apparentemente poveri, consentono di creare un alimento così unico e speciale. È opportuno però fare delle precisazioni sui vari ingredienti: il grano duro utilizzato proviene esclusivamente dal territorio locale e dalle zone limitrofe, mentre il lievito madre deriva da fonti vegetali in quanto causa di muffa e umidità. Anche l'acqua viene sottoposta a controlli: l'acquedotto locale è infatti incaricato di effettuare tutte le verifiche periodicamente³⁰.

Volgendo invece uno sguardo verso l'intero processo di creazione, il pane segue cinque fasi di lavorazione ben definite: impastamento, formatura, lievitazione, modellatura e cottura nel forno a legna.

La prima fase dura in media venti minuti, dopo cui la pagnotta viene appositamente coperta con un telo di cotone per circa 90 minuti prima di passare alla lievitazione. Seguono poi le fasi di modellatura e riposo, le quali vengono ripetute una serie di volte, alternate.

Circa l'ultima fase, la pagnotta viene inserita nel forno a legna ad una temperatura di 250°: per i primi 15 minuti il forno rimane aperto e, trascorso il tempo previsto, la bocca del forno viene chiusa per i successivi 45 minuti.

La forma di questo prodotto è leggermente variata nel corso degli anni e, attualmente, sono due quelle riconosciute: quella alta che prende il nome di "u skuanete" e quella bassa, conosciuta come "capidde de prevete". La sua incantevole storia ha fatto sì che nel 2003 il pane di Altamura fosse il primo, a livello europeo, a ottenere il marchio DOP, così da tutelarne origine e qualità.

Il risultato è un alimento che non solo è diventato un simbolo della cucina pugliese, ma anche un esempio di eccellenza artigianale, oggi più che mai apprezzata in tutto il mondo.

³⁰ Anonimo. Il pane di Altamura DOP è l'alimento simbolo della cultura agropastorale dell'Alta Murgia. Le sue origini, infatti, sono strettamente legate alle tradizioni contadine dell'area di produzione



PANE DI ALTAMURA
Prima fase del processo di creazione



PANE DI ALTAMURA
Seconda fase del processo di creazione



PANE DI ALTAMURA
Terza fase del processo di creazione

Così come dimostra il famoso pane di Altamura, il grano è un ingrediente fondamentale della tradizione culinaria pugliese, così come sono altrettanto rappresentative le famose orecchiette³¹.

Questa pasta, tipica della città di Bari, è preparata a mano secondo una tradizione secolare che si tramanda di generazione in generazione.

Le sue origini sono talvolta varie e contrastanti e ne attribuiscono la loro nascita sia alla Provenza nel Medioevo, sia a Sannicandro di Bari quando era sotto il dominio normanno-svevo.

Ad ogni modo, la prima testimonianza scritta risale ad un atto di successione avvenuto nel 1500 e conservato ancora oggi nella basilica di San Nicola: in questo atto, in cui il proprietario di un panificio lasciava la sua attività in eredità alla figlia, sono stati ritrovati anche degli scritti che attestano che le lasciasse anche la dote di preparare le famose **"recchjetedde"**.

Questo il nome originale da cui ha origine la loro forma che ricorda piccole orecchie, con un incavo che ne favoriva l'essiccazione e permetteva di conservarle meglio e utilizzarle poi durante i lunghi periodi di carestia.

Sebbene la loro forma sia rimasta invariata, le dimensioni hanno invece subito un cambiamento che ha portato alla produzione di tre taglie: una piccola, una grande, conosciuta come "strascinata" e una gigantesca, definita "orecchione".

Queste sono famose in tutto il mondo in quanto posseggono un aspetto liscio all'interno e ruvido all'esterno,

così da tenere bene il condimento, specie quando si tratta di ragù.

La loro realizzazione è estremamente semplice e avviene con semola di grano duro e acqua, mentre la fase successiva risulta di gran lunga più variegata: le orecchiette possono infatti essere servite con qualsiasi condimento, come sughi semplici, sugo di pomodoro e ricotta o condite con le famose cime di rapa.

Ma a fare scalpore è il loro processo di lavorazione, un rito comunitario diventato virale nel mondo come vero simbolo della tradizione pugliese: nei vicoli di Bari Vecchia, le donne si riuniscono per impastare e modellare la pasta, creando un legame sociale forte e celebrando la convivialità. Tutto il mondo è ammaliato dall'abilità manuale di queste "signore delle orecchiette" baresi, che preparano la pasta sull'uscio delle loro abitazioni proprio in queste stradine del borgo vecchio³².

Questa tradizione ha dato origine a quella che oggi viene definita come **"la strada delle orecchiette"**: un luogo iconico in cui queste tecniche culinarie si intrecciano con i momenti di vita quotidiana. Uno degli aspetti più affascinanti di quando si percorre questa via è che tutte le massaie sono sedute sull'uscio delle loro case, come fossero dei veri e propri stand in cui poter ammirare i procedimenti e i prodotti finali.

31. Monica Face (2023). Sapori e tradizioni della Puglia: la storia delle orecchiette

32. Anonimo (2021). Orecchiette pugliesi: storia della pasta regina di Puglia



STRADA DELLE ORECCHIETTE
Strada nei vicoli di Bari vecchia

La signora Franca è colei che inaugura l'inizio di questa strada seguita dalla signora Angela Lastella che, con i suoi modi gentili e con l'aiuto dei suoi familiari, racconta ai passanti come sia nata questa tradizione e in che modo fanno sì che non si perda mai. Un vero e proprio modo per indurre curiosità e attirare tutti coloro che vogliono assistere alla preparazione delle orecchiette.

Ma la regina indiscussa delle famose orecchiette baresi è la signora Nunzia Caputo³³, 64enne conosciuta per la sua cordialità che ha rappresentato Bari alla Travel Show di New York nel 2020.

La pastaia, nonostante fosse già conosciuta, è divenuta un'icona per la sua celebre frase "e le strascnat c'la va faaa?": un mantra che solo è un modo per attirare i turisti, ma rappresenta un vero e proprio auspicio poiché, se nessuno tramandasse più questa incredibile arte, cosa ne sarebbe di questa tradizione. Il suo impegno è di fatti ammirevole, e a tutti i passanti che capitano per quella via e che si fermano per chiederle una foto insieme, lei non perde occasione di mostrare e insegnare la tecnica autentica. Una vita passata tra semola e farina, così come afferma la stessa signora Nunzia, che le ha permesso di acquisire estrema meccanicità e velocità e che fa sì che il risultato sia incantevole.

Le sue orecchiette sono senza dubbio precise, ruvide e pronte per essere condite con qualsiasi altro ingrediente e sono il frutto di una vera e propria tradizione che si tramanda da secoli, da quando sua nonna Nardina le

ha imposto di apprendere quest'arte. Oggi Nunzia Caputo è riuscita ad aprire un suo marchio e a fare di quest'arte una strabiliante attività commerciale a tutti gli effetti.

Così come la signora Nunzia, anche le altre signore lavorano senza sosta per mantenere viva quest'arte, dedicandosi a questo mestiere ogni singolo giorno dell'anno e senza alcuna sosta.

La loro passione e dedizione svolgono un ruolo cruciale nella conservazione di una tradizione culinaria che è parte integrante dell'identità di Bari Vecchia³⁴.

Dunque, questa tradizione non è solo un'abilità culinaria, ma è sinonimo di una coesione sociale e culturale che continua a crescere nonostante le sfide del mondo moderno.

³³ Mariateresa Totaro (2024). Storia di Nunzia Caputo, la regina delle orecchiette: "Non ho mai smesso di farle, anche quando sono nati i miei figli"

³⁴ Gaia Agnelli (2022). Bari, la storia delle "signore delle orecchiette" dell'Arco basso: "Custodiamo un'antica arte"



ANGELA LASTELLA
Pastaia nella via delle orecchiette



NUNZIA CAPUTO
Pastaia nella via delle orecchiette

Dopo aver esplorato l'importanza del grano e delle sue applicazioni, che incarna l'anima contadina della Puglia, è altrettanto fondamentale analizzare l'alimento che invece simboleggia il legame con il mare: il **pesce**.

La Puglia, con i suoi 800 km di costa affacciati su mar Adriatico e Ionio, vanta una varietà di pesci e frutti di mare sempre freschi e di ottima qualità. Anche la cucina pugliese di mare deriva da una tradizione che perdura da secoli, la quale non solo celebra la varietà del pescato locale, ma che si impegna anche nella sostenibilità della pesca.

Questo equilibrio tra l'utilizzo responsabile delle risorse marine e la valorizzazione delle materie prime fa sì che i piatti a base di pesce siano il perfetto esempio di come questa cucina riesca a coniugare storia, territorio e modernità, senza mai tralasciare la sua inestimabile autenticità. Questo poiché le comunità costiere pugliesi hanno sempre vissuto di pesca, sviluppando una cultura gastronomica che esalta la freschezza e la semplicità degli ingredienti. Infatti, i piatti tipici locali a base di pesce si basano su pochi elementi essenziali, come l'olio extravergine di oliva, il sale e il pesce appena pescato. Dai frutti di mare come cozze e vongole fino a polpi e gamberi, essi sono parte integrante di piatti tipici che sono divenuti iconici a livello nazionale.

Uno dei più noti ha origini nel territorio barese ed è certamente il famoso "riso patate e cozze". Noto anche come tiella barese, si tratta di un piatto tradizionale pugliese che affonda le sue radici nella

nella cucina popolare. Il nome porta con sé un indizio non proprio semplice agli occhi di tutti, specie per coloro che sono distanti da Bari: il termine tiella possiede radici nella dominazione borbonica del Sud Italia, un'influenza spagnola che ha lasciato un'impronta anche nella cucina pugliese, dando vita a questa eccellente prelibatezza. Così come la maggior parte dei piatti tipici locali, anche questo deriva da una tradizione che si tramanda di generazione in generazione e custodisce i segreti più autentici³⁵.

Apparentemente piatto povero perché preparato esclusivamente con alimenti sempre presenti nelle case di tutti, gli ingredienti principali sono riso, patate, cozze e pomodori: la loro composizione lascia molto parlare perché composta a strati.

³⁵ Redazione (2020). Riso, patate e cozze: la palla con l'accento barese



TIELLA DI RISO, PATATE E COZZE
Specialità tipica della tradizione pugliese

Si parte con le patate che vengono tagliate sottilmente e formano la base, seguite da cozze fresche e riso crudo. Il tutto viene poi condito con olio extravergine d'oliva, cipolle e pomodori, prima di essere cotto lentamente in forno.

Da non trascurare è certamente la freschezza e la qualità degli ingredienti utilizzati, estremamente essenziale per un perfetto risultato finale.

Le cozze vengono preferite soprattutto quando provenienti da Taranto o dal Salento, ma è altrettanto importante che siano fresche e saporite.

Circa il riso, la qualità consigliata è l'Arborio, in quanto possiede chicchi molto grossi e con ottime capacità di assorbimento.

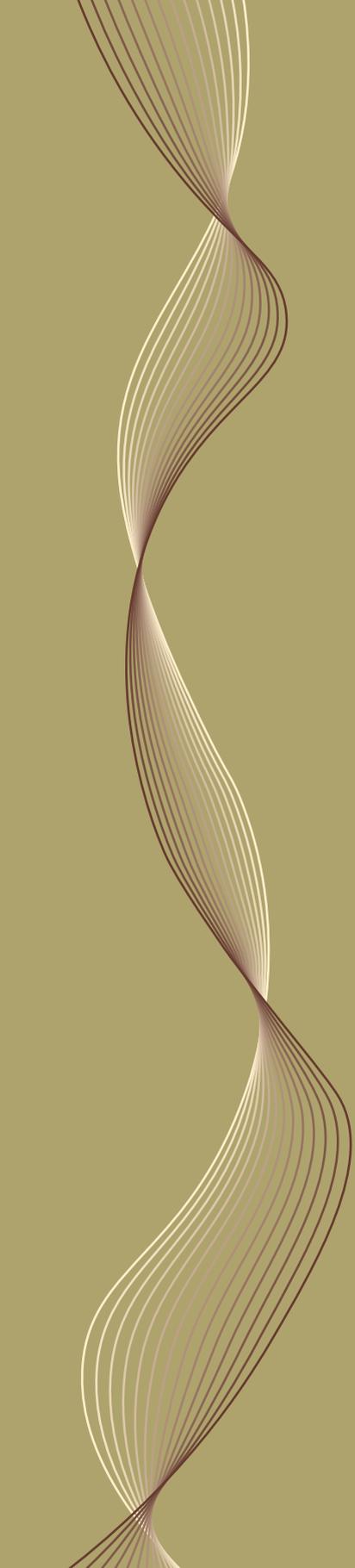
Anche le patate, le cipolle e i pomodori seguono dei principi ben precisi: le patate, infatti devono rigorosamente essere a pasta gialla, le cipolle devono essere bianche e preferibilmente provenienti da Margherita di Savoia, mentre i pomodori è importante che siano sempre quelli freschi di stagione. L'ultimo ingrediente a cui spesso viene data poca importanza è l'acqua, in quanto viene considerato il legante in grado di amalgamare tutti i sapori e di definire anche il giusto tempo di cottura.

Altro aspetto essenziale è anche il tegame in cui avviene la preparazione e cottura, così come indicato anche dal nome: sebbene ci siano molti che rivendicano l'utilizzo della teglia in terracotta, certamente più bella e scenografica da portare in tavola, quella da prediligere è invece in metallo, preferibilmente in alluminio, perché conduce calore quasi all'istante e, con

la stessa velocità, riesce a raffreddarsi bloccando immediatamente il processo di cottura³⁶.

Questo mix di ingredienti e sapori sono un vero inno verso una regione che ha saputo valorizzare tutti i tesori che possiede e invita a scoprirne la storia e le origini. Se la sua storicità ha fatto in modo che la ricetta rimanesse invariata nel corso dei secoli, diventando simbolo della tradizione pugliese, lo spirito unito del territorio nazionale spinge ogni località a provare e sperimentare questa ricetta, così da aggiungere il proprio tocco e dare origine a varianti regionali che rendono il piatto ancora più unico. Tra tutte, è bene citare sicuramente la variante campana, caratterizzata dall'aggiunta di salsa di pomodori, basilico, prezzemolo e un tocco di peperoncino, e quella siciliana che invece si differenzia per l'aggiunta di aromi come aglio, pomodori e vino bianco. Certamente la variante originale di questo piatto rimane la più affascinante, ma è altrettanto interessante osservare come anche un piccolo cambiamento, se fatto con criterio, può dar vita a un'esperienza gustativa del tutto nuova e ammaliante³⁷.

³⁵. Redazione (2020). Riso, patate e cozze: la pella con l'accento barese



CAPITOLO 4

La mandorla: storia, cultura
e sostenibilità

4.1 L'IMPORTANZA DELLA MANDORLA NELLA TRADIZIONE PUGLIESE

Dopo questo lungo viaggio attraverso piatti e prodotti che caratterizzano l'identità culinaria della Puglia, è evidente quanto questa regione offra una varietà di sapori, ingredienti e tradizioni. Dai quelli più forti dati dalla tiella di riso, patate e cozze, ai piatti semplici ma ricchi di storia, ogni angolo di questo luogo ha storia da raccontare. Tuttavia, vi è un ingrediente nascosto che, pur appartenendo a pieno titolo a questo territorio, non compare tra i protagonisti gastronomici della cucina pugliese: la mandorla. Benché molto meno citata e talvolta poco considerata, anche la mandorla pugliese, in particolare la varietà Filippo Cea, affonda le proprie radici nel territorio dell'Alta Murgia. Ciò che la rende davvero speciale, però, è che questo alimento ha saputo conquistare riconoscimenti che vanno ben oltre i confini locali, affermandosi come una delle eccellenze a livello internazionale.

È proprio su questa mandorla che prosegue ora questo viaggio, atto a scoprire le sue origini, le sue caratteristiche nutrizionali che la rendono unica e il suo impatto all'interno del panorama mondiale.

La parola "mandorla" deriva dal latino "Amygdalus", associata alla dea greca Cibale, simbolo della terra fertile. La pianta ha origine in Asia Minore e si è diffusa nel Mediterraneo, arrivando poi in Italia grazie ai Fenici. Così come gli ingredienti precedentemente visti, anche questa possiede origini profonde della storia e nella cultura pugliese, con testimonianze che risalgono al 5000 a.C.

La sua storia ha origine nel territorio greco, dove vengono narrati miti e storie ad essa legati. Il primo riguarda la principessa greca Filliade: per la sua struggente attesa e infelicità a causa del non ritorno del suo amato Demofonte dalla guerra di Troia, la dea Atena decise di trasformarla in un mandorlo, in modo da porre fine a tutte le sue sofferenze. Al ritorno del suo amato, la giovane era ormai trasformata in un albero e lui, distrutto dal tragico epilogo del loro amore, decise di recarsi sul posto e abbracciarlo. Il suo gesto contribuì ad un'abbondante fioritura di fiori bianchi, da cui oggi si raccolgono sempre più frutti, ottimi in termini di qualità sia per il nostro palato che per il nostro organismo.

Originaria dell'Asia Minore, in Egitto e Grecia la mandorla era già molto apprezzata per le sue proprietà nutritive e benefiche, talvolta considerate anche curative per

malanni d'amore. Essendo il primo frutto nell'antichità ad essere lavorato ed esportato, attraverso le varie rotte commerciali è riuscito ad arrivare in terre lontane, fino a raggiungere l'Italia. Qui le prime coltivazioni si sono registrate in Sicilia e Puglia, per poi diffondersi anche nel resto del sud Italia.

Attualmente la Puglia risulta essere una delle maggiori produttrici di mandorle su tutto il territorio nazionale³⁶.

4.2 VALORI NUTRIZIONALI, SOSTENIBILITÀ E BENEFICI PER LA SALUTE

Per scoprire questo alimento a 360°, non si può non partire dalle mandorle di Toritto. Qui perché in questo piccolo comune in provincia di Bari, si detiene il primato per la produzione delle migliori mandorle italiane, scelte per il loro sapore tenero e burroso e utilizzate soprattutto in pasticceria in Italia e nel resto del mondo.

La storia delle mandorle di Toritto risulta strettamente legata a quella dell'unità d'Italia: prima di essa, i terreni ad oggi dedicati alla coltivazione di mandorle, erano occupati dai briganti che, grazie alla presenza di una fitta vegetazione, riuscivano a nascondersi e a saccheggiare le carrozze che percorrevano la tratta Roma-Bari.

È stato proprio per questo motivo che tale vegetazione è stata rasa al suolo e rimpiazzata piantandovi degli alberi di mandorli.

La superficie occupata si concentrava soprattutto nella provincia di Bari: tra il 1936 e il 1938 ammontava a più di 100.000 e si estendeva principalmente tra Altamura, Cassano e Toritto.

Questa produzione andava crescendo sempre più grazie al loro valore in commercio che era piuttosto elevato, facendo in modo che la gente le consumasse con parsimonia.

Il punto più alto che è stato raggiunto dalla mandorlicoltura italiana si è registrato tra la prima e la Seconda Guerra Mondiale e ha permesso al territorio di nazionale di detenere il primato non solo in termini di superficie

³⁶. Anonimo (2022). Produzione di mandorle pugliesi

e produzione, facendo in modo che fosse libero nel dettare prezzi e regole di commercializzazione e vendita del prodotto.

Sebbene sembrasse raggiunto l'apice, questa coltivazione ha poi iniziato un lento periodo di calo, presumibilmente dovuto alla crescente espansione del prodotto anche negli Stati Uniti, in particolar modo in California.

Di fatti, negli anni '60 il declino era divenuto realtà: la superficie diminuiva sempre più, arrivando nel 2001 ad essere circa il 30% di quella invece riscontrata nel 1938.

Prima del verificarsi delle due guerre, l'Italia possedeva l'esclusiva nella produzione di mandorle, scenario poi invertitosi con l'arrivo in commercio di prodotti californiani e spagnoli, poiché proponevano prezzi competitivi e di gran lunga inferiori a quelli italiani. Pertanto, quello che prima sembrava essere il punto di forza e di successo del territorio nazionale, si è poi rivelato il suo più grosso ostacolo³⁷.

Le mandorle straniere possedevano infatti una resa nettamente maggiore rispetto a quelle prodotte in Italia. La mandorla californiana era nota per le sue grandi dimensioni e per la sua superficie molto liscia, oltre che per una resa del 60% contro il 20% di quelle italiane. Se la situazione sembrava ormai volta a peggiorare, portando alla totale scomparsa della mandorla italiana, le loro proprietà e valori nutrizionali hanno fatto in modo che ciò non accadesse.

Infatti, nonostante la loro incredibile resa, queste varietà di mandorle non

erano affatto buone in termini di gusto e salute. La loro coltivazione avveniva mediante l'ausilio di irrigazione, che ne aumentava il volume ma causava una perdita di gusto e sapore, e anche di trattamenti chimici per preservarne l'aspetto.

Entrambi gli aspetti non erano invece presenti nella coltivazione delle mandorle italiane, e in particolar modo in quella delle mandorle pugliesi, rendendole così nettamente inferiori in termini di valori nutrizionali e di proprietà benefiche³⁸.

Infatti, nonostante il declino che ha colpito la mandorlicoltura italiana nel corso del XX secolo, la Puglia è riuscita comunque a preservare e valorizzare le sue varietà di mandorle autoctone, portandole a una nuova fase di apprezzamento. Grazie all'interesse crescente per i prodotti autentici e sostenibili, la coltivazione della mandorla è riuscita pian piano ad avere nuovamente un ruolo di spicco sia in ambito locale che internazionale. Tale rinascita è stata favorita dal recupero della tradizione e dalla riscoperta delle radici locali, in accordo con le tendenze attuali di consumo che valorizzano la qualità rispetto alla quantità.

Oggi giorno, le cultivar pugliesi più famose sono tre e prendono tutte il nome da alcune delle famiglie più illustri e potenti dell'epoca: la prima è conosciuta con il nome di Antonio De Vito e si riconosce per il suo colore verde pallido, seguita dalla Genco, che è invece di piccole dimensioni e possiede un sapore medio.

L'ultima, la più importante, è nota con il nome di **Filippo Cea** e, caratterizzata da un sapore dolce e molto intenso, risulta la più diffusa, ricoprendo circa il 70% di tutta la produzione toritiana³⁹.

Le sue origini si identificano nel podere locato in contrada Matine del cittadino toritese Filippo Cea, nato nel 1858. Le sue caratteristiche sin dal principio sono state di eccellenza: possiede un alto contenuto in olio e acidi grassi polinsaturi, una bassissima acidità e un sapore intenso ma, allo stesso tempo equilibrato, con note di burro finali.

Tutte le straordinarie caratteristiche la rendono la varietà prediletta nella preparazione di latte di mandorla e di qualsiasi lavorazione dolciaria. È infatti tra le più resistenti e longeve varietà locali, per cui si adatta alle alture più esposte della Murgia.

Per comprovare il suo eccellente profilo organolettico e nutrizionale, l'azienda agricola Armienti Bio, sita nel territorio dell'Alta Murgia, ha rilevato tre campioni di mandorle su cui effettuare varie analisi chimiche. I risultati ottenuti hanno mostrato eccellenti valori:

- un contenuto in **olio** del 37% (sostanza grassa), di cui il 70,5 % è rappresentato dall'acido oleico, seguito dall'acido linoleico (18,8 %, omega-6), dall'acido palmitico (5,1%) e dallo stearico (4,6%). Tutti questi acidi grassi svolgono un ruolo di notevole importanza nell'alimentazione umana, soprattutto quando vi è la necessità di contrastare l'aumento di concentrazione ematica del colesterolo. Infatti tale azione è

dovuta a causa di un abbassamento sostanziale del colesterolo-LDL che è la proteina responsabile dell'accumulo di grasso nelle arterie⁴⁰.

- **Amminoacidi** tra cui la maggiore concentrazione viene data dall'Acido Aspartico (1,47 g 100g-1), Acido Glutammico (3,52 g 100g-1), Arginina (1,54 g 100g-1) e Leucina (1,02 g 100g-1). La componente minore è data invece da Glicina (0,9 g 100g-1), Alanina (0,65 g 100g-1), Fenilalanina (0,77 g 100g-1), Treonina (0,42 g 100g-1), Serina (0,58 g 100g-1), Prolina (0,59 g 100g-1), Valina (0,66 g 100g-1), Isoleucina (0,58 g 100g-1), Tirosina (0,41 g 100g-1), Lisina (0,41 g 100g-1) e infine Istidina (0,33 g 100g-1).

- **Tocoferolo o Vitamina E:** 359 mg kg-1 (su sostanza grassa) più 10 mg kg-1 Tocotrienoli per un TOT di 369 mg kg-1. Il Tocoferolo è un componente molto importante della Vitamina E, il quale oltre a svolgere un'importante azione antiossidante e anti-radicale nell'organismo umano, rallenta anche i processi di ossidazione degli acidi grassi insaturi, ostacolando i processi di invecchiamento;

- **Riboflavina o vitamina B2** la quale è coinvolta in moltissime reazioni metaboliche, molte di cui riguardano la presenza e/o assenza di altre vitamine, per cui è importante introdurla nel metabolismo energetico;

- **Vitamina B1** necessaria per l'organismo. Una sua carenza potrebbe determinare deficit nel metabolismo dei carboidrati e quindi alterazioni;

37. Angelo Godini (2017). Il mandorlo: ascesa e declino

38. Mara Nocilla (2012). Attenti alla mandorla

39. Barbara Politi (2023). La mandorla di Toritto: una storia che nasce con l'unità d'Italia

40. Lakshmi Hari Jagannadha Rao (2012). Therapeutic Applications of almonds (Prunus Amygdalus L): A review

- **Fibre alimentari**, che sono presenti in quantità notevoli all'interno dei semi, le quali rappresentano una classe di alimenti privi di valore nutrizionale, ma che svolgono un'azione importante per aumentare la funzionalità digestiva alimentare e per diminuire disturbi ad essa associati.

- assenza di **aflatossine B1,B2,G1 e G2⁴¹**.

TABELLA 1

COMPOSIZIONE ACIDICA DELLE MANDORLE DELLA CV FILIPPO CEO

ESTERI DEGLI ACIDI GRASSI	% SOSTANZA GRASSA
Acido Palmitico	5,1
Acido Palmitoleico	0,5
Acido Eptadecanoico	0,1
Acido Eptadecenoico	0,1
Acido Stearico	4,6
Acido Oleico	70,5
Acido Linoleico	18,8
Acido Arachico	0,1
Acido Linolenico	70,5
Acido Eicosenoico	18,8

41. Ali Jahanban Esfahlan (2011). Properties of biological activity of ten wild almond (*Prunus Amygdalus L.*) species

TABELLA 2

COMPOSIZIONE CENTESIMALE DELLE MANDORLE DELLA CV FILIPPO CEO

Umidità*	%	4,85
Proteine	g 100g ⁻¹	21,85
Fosforo	mg 100g ⁻¹	384
Magnesio	mg kg ⁻¹	1518
Potassio	mg kg ⁻¹	6744
Sodio	mg kg ⁻¹	14
Calcio	mg kg ⁻¹	1526
Sostanza grassa	%	37,23

TABELLA 3

COMPOSIZIONE AMMINOACIDICA

COMPOSIZIONE AMMINOACIDI	g 100g ⁻¹
Acido Aspartico	1,47
Treonina	0,43
Serina	0,59
Ac. Glutammico	3,52
Prolina	0,60
Glicina	0,93
Alanina	0,66
Valina	0,66
Isoleucina	0,58
Leucina	1,01
Tirosina	0,41
Fenilalanina	0,78
Lisina	0,42
Istidina	0,34
Arginina	1,55

TABELLA 4

CONTENUTO DI VITAMINE, FIBRE E AFLATOSSINE NELLE MANDORLE DELLA CV FILIPPO CEO

Vitamina D (Tocoferoli)	mg kg ⁻¹	369
Vitamina B1	mg kg ⁻¹	0,73
Vitamina B2	mg kg ⁻¹	3,09
Fibre Alimentari	g kg ⁻¹	125
Aflatossine	/	ND

Dopo aver mostrato le strabilianti proprietà organolettiche della varietà Filippo Cea, l'azienda agricola Armienti ha comparato i risultati ottenuti con le proprietà delle altre cultivar presenti nel mercato.

Ciò ha permesso di evidenziare le qualità nettamente maggiori della mandorla pugliese rispetto alle altre, che pertanto la rendono unica e inarrivabile anche all'estero.

TABELLA 5

CULTIVAR	GRASSI (%)	PROTEINE (%)	TOCOFEROLI (mg kg ⁻¹)	FIBRA (%)
Californiane	50	21	246	10
Marocchine	48-64	14-35	-	-
Spagnole	40-68	13-29	187-490	-
Italiane	52	22	-	-
Filippo Cea	37	22	369	13

Circa le azioni di utilizzo e/o conservazione, la Filippo Cea può essere venduta all'interno del suo guscio naturale (endocarpo) per una conservazione ottimale o, se sgusciata, deve essere adeguatamente protetta da luce, aria e calore, preferibilmente in sacchetti sigillati per evitarne l'irrancidimento. Oltre all'uso tradizionale nei dolci, viene trasformata anche in latte di mandorla, così da offrire un'alternativa vegetale per chi è intollerante al lattosio.

In conclusione, questa varietà di mandorla è un esempio prezioso di qualità e tradizione italiana, avente profonde radici storiche e culturali. La sua coltivazione nella Murgia, principalmente a Toritto, non solo ne garantisce una tracciabilità unica, ma assicura anche una qualità superiore, caratterizzata dall'alto contenuto di proteine, vitamine, fibre e antiossidanti.

Queste sue proprietà, unite alla semplicità di lavorazione, hanno introdotto la Filippo Cea nell'alta pasticceria, ottenendo anche una posizione di rilievo nei mercati di nicchia come Presidio Slow Food. Pertanto risulta evidente come questa rappresenti il perfetto equilibrio tra qualità organolettiche e sostenibilità ambientale, diventando così un grande punto di riferimento della mandorlicoltura italiana e aprendo la strada a un potenziale rilancio nel contesto globale.

4.3 TESTIMONIANZA DELLA COLTIVAZIONE DELLA FILIPPO CEA TRAMITE L'AZIENDA ARMIENTI BIO: UN PARTNER D'ECCELLENZA

Introdotta attraverso le comparazioni e le analisi chimiche effettuate, come visto nelle tabelle precedenti, l'azienda agricola Armienti Bio si impegna nella coltivazione della cultivar Filippo Cea, rinomata per le sue eccellenti proprietà organolettiche, oltre ad essere simbolo di eccellenza locale.

Situata nel cuore della Murgia, l'azienda possiede un approccio rispettoso nei confronti della natura e delle tradizioni. Sin dal 1900 questi mandorlicoltori si tramandano tutte le antiche tecniche di lavorazione di generazione in generazione, le quali ogni anno gli permettono di ottenere purezza e qualità nei frutti che producono.



Qualità e sostenibilità.

Armienti Bio adotta da sempre sistemi standard biologici, divenendo così portavoce di una filosofia che privilegia la biodiversità e la tracciabilità.

La loro attenzione verso la qualità piuttosto che quantità gli ha permesso di creare una vasta gamma di prodotti, dalle mandorle pelate e sgusciate, a creme spalmabili e oli per il corpo, che si distinguono per la completa assenza di conservanti, di zuccheri aggiunti e anche per l'utilizzo di ingredienti 100% naturali.

La loro mission.

Sebbene la loro produzione sia di gran lunga avviata, ottenendo sempre più record di vendite, l'azienda non si ferma: essi infatti mirano a focalizzare l'attenzione verso delle scelte alimentari sempre più consapevoli.

Grazie alla loro incantevole dedizione, e in particolare a quella di Francesco - agronomo e CEO dell'azienda - l'azienda è in grado di fornire ai suoi consumatori un'alternativa di prodotti genuini e sostenibili, che siano sempre in linea con le tendenze e il benessere odierno.

“Il nostro obiettivo è di migliorare costantemente purezza e qualità dei nostri prodotti, abbracciando il concetto di produzione agricola come un'attività di co-produzione, uno scambio continuo e fecondo della relazione uomo-terra. Questo non è solo un obiettivo, ma una mission, una promessa fatta alla terra e alle generazioni future.”

FRANCESCO ARMIENTI

La collaborazione con Armienti Bio è nata grazie alla condivisione di valori: **tracciabilità, autenticità e identità territoriale.**

Ciò ha portato alla realizzazione di un progetto di packaging che non solo è portavoce dei valori fondamentali dell'azienda, ma che rafforza anche il legame tra territorio e prodotto stesso.

Il concetto di trasparenza produttiva è alla base di questo progetto: ogni singola confezione è stata progettata con lo scopo di comunicare non solo l'eccellente qualità delle mandorle, ma anche la loro tracciabilità mediante il numero di particella e la dedizione dell'azienda verso la sostenibilità.

Tuttavia questo progetto non si limita solo alla creazione di un contenitore: esso rappresenterà un vero e proprio viaggio narrativo atto a riportare il consumatore verso la terra d'origine, così da educarlo e renderlo partecipe di questa incredibile storia.

Un'esperienza autentica e memorabile!

L'intero sviluppo progettuale sarà approfondito nel capitolo successivo, in cui verranno mostrati tutti i dettagli concettuali, tecnici e grafici che hanno permesso la creazione di qualcosa di tangibile per promuovere il patrimonio agricolo pugliese.

Menu Cerca la Repubblica ABBONATI

Seguici su: f X ig yt vk Bari CERCA

HOME CRONACA QUARTIERI TEMPO LIBERO SPORT WEEKEND FOTO VIDEO ANNUNCI LOCALI

Francesco Armienti, le sue mandorle conquistano gli chef stellati: “Ne faccio olio, farina e creme: così ho trasformato l'azienda di famiglia per poter rimanere al Sud”

di **Benedetta de Falco**

Ultimo di sette fratelli, tutti trapiantati al Nord, il 33enne ha investito a Poggiorsini dove quest'anno ha prodotto 24 tonnellate di mandorle

03 NOVEMBRE 2024 ALLE 12:57

- 🗨️ Trasformare è il verbo di **Francesco Armienti**. Ha trentatré anni, è il più piccolo di 7 fratelli trapiantati al Nord, e vive in un comune di circa 1.200 abitanti, Poggiorsini in provincia di Bari. L'unico modo per restare è stato cambiare l'impostazione produttiva della pioniera azienda bio di famiglia da quattro generazioni, ArmientiBio, che abbraccia il mondo della mandorlicoltura.

LE MANDORLE STELLATE DI ARMIENTI
 La Repubblica ha pubblicato il primo articolo sulle mandorle dell'azienda Armienti Bio



CAPITOLO 5

Il progetto

5.1 UTENZA DI RIFERIMENTO E QUESTIONARIO PER ANALIZZARE BISOGNI ED ESIGENZE

L'utenza di riferimento cui si è scelti di indirizzare il progetto comprende **sportivi, persone a dieta** e/o che seguono uno schema alimentare ben specifico, e tutti coloro che tengono al proprio **benessere a 360°**.

Questa selezione è stata definita indagando a fondo le abitudini e i valori di chi adotta uno stile di vita salutare e consapevole. Questi gruppi rappresentano segmenti demografici in continua crescita, particolarmente attenti alla propria salute e alle scelte alimentari che fanno parte del loro quotidiano. Oggigiorno assistiamo ad una rapida e continua crescita in termini di comportamenti verso uno stile di vita più sano e sono molti i fattori che la stanno influenzando.

È necessario volgere uno sguardo verso la pandemia Covid-19 che ha invaso il nostro Paese nello scorso 2020 e che ha notevolmente cambiato il nostro modo di pensare e di agire.

L'insorgere di questa infezione ha impattato non solo sulla sfera socio-economica, ma anche su quella psicologico-comportamentale, inducendo problematiche quali stress, ansia, depressione, e aumentando anche i livelli di sedentarietà. Durante questo periodo di confinamento, l'individuo ha trascorso la maggior parte del tempo diletandosi in cucina e consumando anche il cosiddetto "Comfort food". In questo scenario, molte analisi hanno riportato che vi è stata una mancanza di attinenza verso una corretta alimentazione e anche un comportamento errato in termini di scelte e stili di vite sani ed equilibrati. internazionale⁴².

Tuttavia, se da un lato il confinamento a casa ci ha privato di qualsiasi tipo di movimento, dall'altro il trascorrere un elevato quantitativo di tempo a casa e lavorare in smartworking ha aumentato l'attenzione verso il proprio benessere. Grazie alle varie esperienze e all'accesso sempre più rapido alle informazioni, il nostro modo di agire è cambiato, aumentando il nostro senso di responsabilità e attenzione verso le scelte che compiamo. Possiamo dunque parlare di benessere a 360° poiché ne sono derivate abitudini più sane, maggiori attenzioni ai cibi che consumiamo e nuovi modi di praticare attività fisica: chi si concentra sul benessere generale non guarda solo alla forma fisica, ma anche all'equilibrio tra salute fisica e mentale e mira a raggiungere la versione migliore di noi stessi⁴³.

⁴². Centro di ricerca Alimenti e Nutrizione (2020). L'impatto dell'emergenza Covid-19 sulle abitudini alimentari degli italiani nel periodo della quarantena di marzo-aprile 2020

⁴³. Redazione (2023). In crescita le persone che vogliono migliorare salute e benessere

Nel 2022 si è assistito ad un aumento del 79% delle richieste di allenamenti individuali, specie quelli personalizzati. È tuttavia doveroso chiarire che praticare sport non solo implica un'attenta e costante attività fisica, ma necessita anche di regole in campo nutrizionale che spianino il terreno per il raggiungimento di un benessere completo.

Spesso chi pratica sport segue uno schema alimentare che tenga conto di diversi fattori come l'apporto calorico richiesto, ma che segua anche dei criteri qualitativi, così da garantire un apporto sufficiente di energia e nutrienti. Di fatti, sportivi e interessati al fitness sono alla ricerca di prodotti che migliorino le loro performance, sostengano il recupero e contribuiscano al mantenimento di uno stato complessivo ottimale⁴⁴.

Fortunatamente però, anche coloro che svolgono attività fisica a livello agonistico posseggono esigenze simili al resto della popolazione.

Del resto, ad aumentare non è stata solo la percentuale relativa all'interesse verso lo sport, ma anche relativa all'insorgere di malattie legate a scorrette abitudini alimentari, all'attenzione verso il proprio corpo e il proprio aspetto e relativa alla crescita di problematiche ambientali che affliggono il nostro Paese.

Ad esempio, coloro che seguono una dieta o uno schema alimentare specifico si concentrano sulla ricerca di alimenti funzionali, in linea con le loro esigenze nutrizionali e i loro obiettivi di salute.

⁴⁴. Anonimo. Relazione tra alimentazione e sport

Diventa fondamentale avere piena consapevolezza circa l'impatto che le nostre scelte, specie quelle alimentari, hanno su noi stessi e sugli altri⁴⁵.

Analizzando questi scenari, è evidente che alla base ci siano preoccupazioni e motivazioni comuni che spingono tutte e tre le utenze a modificare le proprie abitudini:

- cresce la preoccupazione verso le modalità e la **provenienza** dei **cibi** che arrivano sulle nostre tavole e l'impatto che questi possono avere sul nostro stato di salute. Secondo quanto emerso da un'indagine, circa il 35% degli italiani intervistati ha dimostrato di avere interesse verso ingredienti più sostenibili in termini di rispetto per l'ambiente, per la forza-lavoro e per la salute: essi hanno affermato di essere disposti a pagare un prezzo più alto per questi prodotti, purché rispecchino questi valori;

- emerge una crescente tendenza a **combattere lo spreco di cibo** anche mediante piccoli gesti e azioni che possono fare la differenza. In questi rientra la riduzione dell'impatto del packaging, prediligendo la cottura a casa dei cibi ed evitando l'acquisto di cibi già pronti, ma anche la selezione e scelta di prodotti stagionali e locali, al fine di evitare che vengano prodotti intensivamente, che vengano trasportati e che ne garantiscano la qualità assoluta;

- cresce anche la preferenza verso un'**alimentazione a base vegetale**, che tenga conto del benessere degli animali e della sostenibilità degli

⁴⁵. Redazione ANSA (2020). Alimentazione, il trend è sempre più verso diete sostenibili

Infatti tra il 37% e il 52% degli italiani evitano di mangiare carne per rispetto verso l'ambiente, mentre circa il 40% sostiene che tutte le proteine derivanti dalle piante siano più sane rispetto a quelle animali; infine il 13% cerca di eliminare il lattosio dalle proprie diete, rimpiazzandolo con prodotti e alimenti a base vegetale.

Di seguito, una **moodboard** pensata per sintetizzare visivamente i tratti distintivi dell'utenza di riferimento. Le immagini selezionate sono infatti rappresentative dei loro valori e dei loro stili di vita: non è un caso che i soggetti rappresentati rispecchino una fascia di età giovane e adulta, che si mostra particolarmente impegnata nella ricerca di uno stile di vita salutare in cui l'alimentazione svolge un ruolo centrale ed estremamente importante. L'obiettivo di questa moodboard è quello di racchiudere e comunicare i concetti di benessere, praticità, e attenzione nelle scelte alimentari che si compiono, conferendo un'idea di consumo responsabile e consapevole che sia in linea con le esigenze odierne.



Al fine di sviluppare un packaging che fosse quanto più possibile in linea con le esigenze dell'utenza di riferimento individuata, ho ritenuto essenziale condurre un'analisi preliminare con la somministrazione di un **questionario**.

Questa strategia mi ha permesso di raccogliere dati di tipo qualitativo e quantitativo, utili per comprendere al meglio preferenze, comportamenti e aspettative legate al consumo di snack salutari, in particolare di snack di mandorle. Lo stesso strumento si è rivelato fondamentale nell'analizzare anche l'importanza data al legame di un prodotto con il proprio territorio di origine, nonché anche la sua praticità e sostenibilità.

Il questionario si compone di quindici quesiti ed è stato somministrato online attraverso diverse piattaforme social: i risultati ottenuti hanno senza dubbio rappresentato una base solida per la definizione delle caratteristiche del packaging e per l'intero sviluppo progettuale.

Alcune delle sezioni più importanti del questionario sono:

- **caratteristiche e stile di vita del consumatore:** abitudini alimentari, sport e/o attività svolte

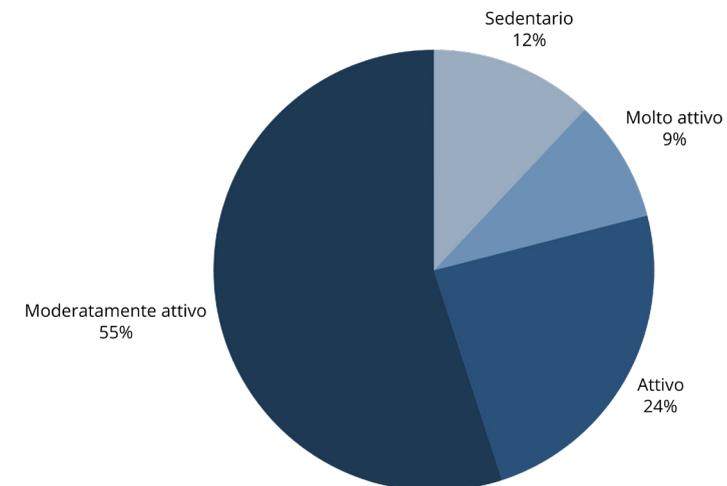
- **preferenze di consumo:** motivazioni legate all'acquisto di snack, formati preferiti, momenti della giornata in cui vengono consumati

- **valori percepiti e/o comunicati:** importanza attribuita a fattori quali sostenibilità, provenienza locale, legame con il territorio, tracciabilità del prodotto, benefici nutrizionali chiari

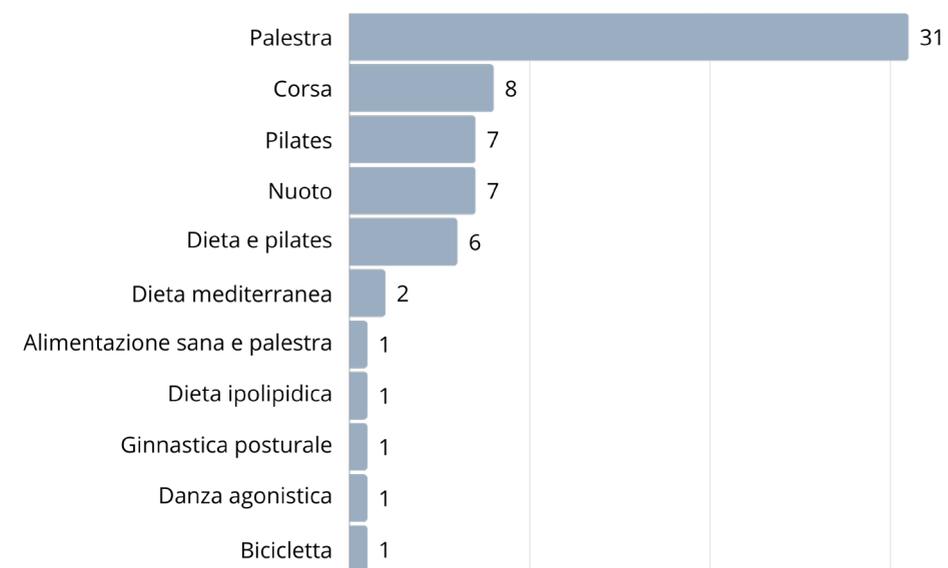
- **aspettative di packaging:** richieste di praticità, riutilizzabilità, design più accattivante e coinvolgente

CARATTERISTICHE E STILE DI VITA DEL CONSUMATORE

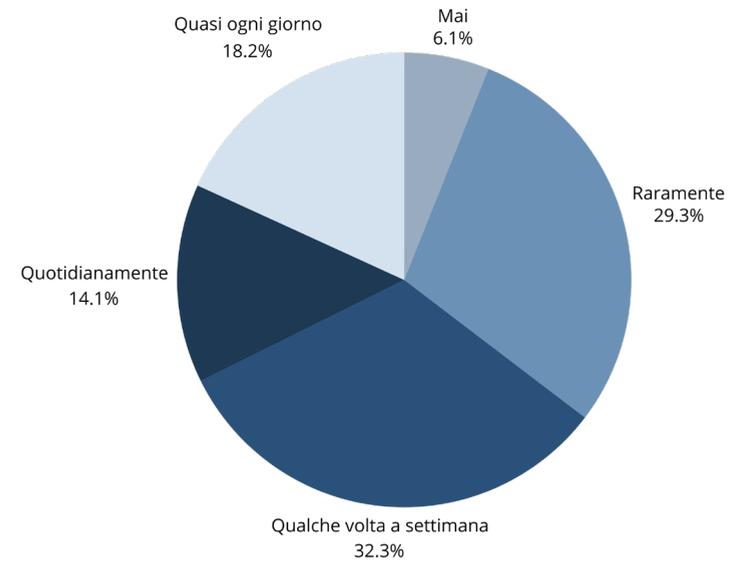
1. STILE DI VITA



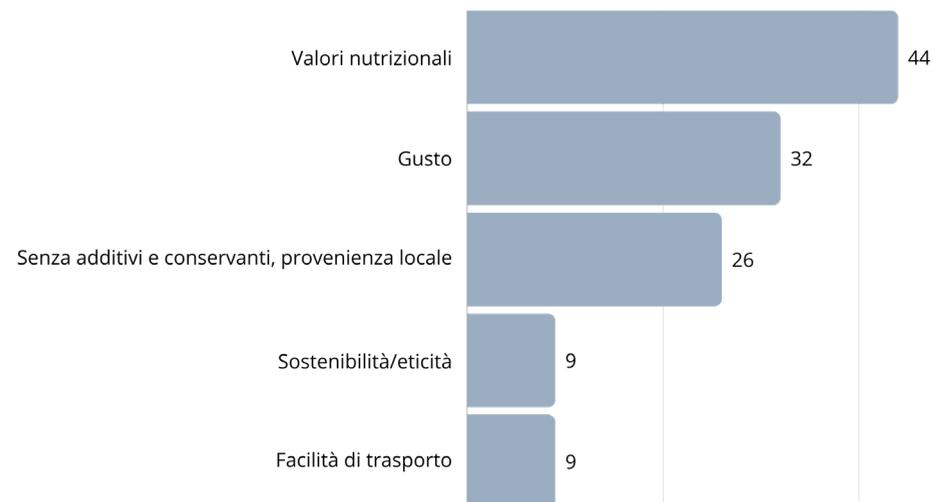
2. TIPOLOGIA DI STILE DI VITA



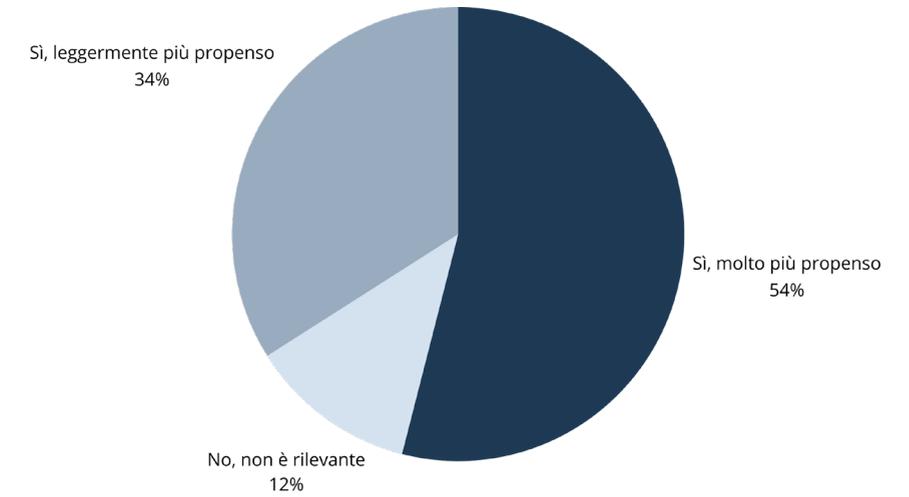
3. FREQUENZA DI CONSUMAZIONE DI SNACK SALUTARI



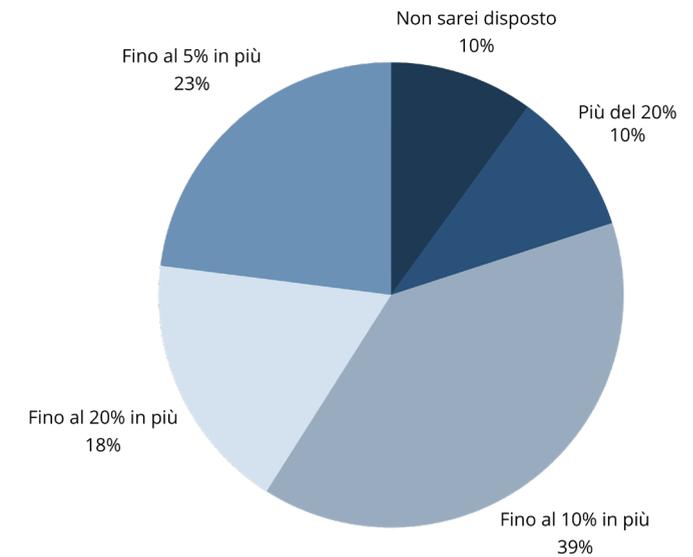
4. MOTIVAZIONE DI ACQUISTO DI SNACK SALUTARI



5. PROPENSIONE DI ACQUISTO VERSO MANDORLE LOCALI E TRACCIABILI



6. PROPENSIONE PER UN PRODOTTO SOSTENIBILE E TRACCIABILE MA DI COSTO MAGGIORE



7. ASPETTI DA MIGLIORARE NEI PACKAGING DI MANDORLE

INTERVISTATI	RISPOSTE
n° 1	Possibilità di richiudere la confezione comodamente, scritte che si focalizzano più sulla provenienza dal prodotto
n° 2	Preferirei che il packaging fosse richiudibile e indicasse gli ingredienti specifici
n° 3	Il nome della varietà e provenienza delle mandorle in esso contenute
n° 4	Dei packaging richiudibili in modo da poterli trasportare facilmente e mangiare più volte durante il giorno senza l'utilizzo di clip per chiuderli
n° 5	Vorrei fosse evidenziata la provenienza delle mandorle, la quantità consigliata giornaliera e che la confezione sia richiudibile
n° 6	Forse preferirei comprare le mandorle in un contenitore rigido rispetto ai comuni sacchetti
n° 7	L'utilizzo di materiali biodegradabili e riciclabili, senza rinunciare a un design gradevole e originale
n° 8	trasparenza per vedere il contenuto
n° 9	Più confezioni monoporzione
n° 10	La storia della mandorla e la sostenibilità
n° 11	Chiarezza sulla provenienza
n° 12	L'estetica e il design

5.2 ANALISI DEI COMPETITORS PRESENTI SUL MERCATO

Oggi il panorama delle frutta secca confezionata è sempre più in voga, consentendo al mercato italiano di avere numerosi brand consolidati che operano nel settore con strategie di comunicazione e design ben precise e strutturate.

Questi sono infatti capaci di rispondere alle esigenze di un'utenza sempre più consapevole e attenta a valori come la qualità del prodotto, la sostenibilità e anche la sua praticità.

Ne consegue che un'attenta analisi dei principali competitors, attraverso i loro packaging di tendenza nella GDO, sia doverosa per comprendere in che modo il progetto possa integrarsi bene in un contesto competitivo come questo, trovando una propria identità forte e distintiva.

I dati che seguono hanno l'obiettivo di osservare da vicino tutte queste **strategie**, al fine di evidenziarne punti di forza e di debolezza.

Questi aspetti chiave, quali il design del packaging, il loro posizionamento sul mercato, la comunicazione di valori nutrizionali, hanno guidato lo sviluppo del progetto, permettendo di creare una proposta che non solo sia competitiva, ma che esprima anche unicità e coerenza con l'identità e i valori dell'azienda Armienti Bio.

VEN TU RA



PARAMETRI

CARATTERISTICHE

Materiali	plastica non riciclabile, utilizzata per la maggior parte dei loro prodotti
Formato	presente in più formati, tutti pensati per ogni momento della giornata
Design	pulito, chiaro, ma non particolarmente distintivo
Funzionalità	non presenta alcuna zip o altra chiusura, per cui non è richiudibile
Target	persone di ogni età e con differenti stili di vita
Prezzo	medio
Valori nutrizionali	nessun elemento distintivo, poca enfasi sul fronte
Origine	nessun riferimento esplicito alla provenienza

NO BE RA SCO



PARAMETRI

CARATTERISTICHE

Materiali

Si distingue per la sua versatilità con prodotti sia in plastica, sia 100% riciclabili

Formato

presente in più formati, tutti pensati per ogni momento della giornata

Design

pulito ed efficace, qr-code che crea fiducia, ma prodotto non visibile all'interno

Funzionalità

discrete, in quanto in alcuni packaging vi è la possibilità di richiuderlo

Target

persone di ogni età e con differenti stili di vita

Prezzo

medio-alto

Valori nutrizionali

chiare ed inclusive, ma spesso poste sul retro del prodotto

Origine

ottimo racconto della storia aziendale ma scarsi dettagli circa la provenienza

SAPORI DINTORNI



PARAMETRI

CARATTERISTICHE

Materiali

mix di plastica per la visibilità del prodotto e materiali sostenibili come cartone o etichette con finitura elegante e premium

Formato

presente in più formati, ma il più piccolo contiene 40 gr di prodotto

Design

pulito e minimal, testi chiari ed espliciti, colori neutrali naturali ed eleganti

Funzionalità

eleganza in contrasto con la funzionalità: non si può richiudere

Target

principalmente adulto

Prezzo

medio-alto

Valori nutrizionali

nessun dato esplicito, per cui poco inclusivo e accattivante

Origine

il testo sul fronte riporta la regione di provenienza, ma non ci sono altri dati

5.3 STRATEGIE DI POSIZIONAMENTO

Un contesto ampio come quello del supermercato si rivela estremamente competitivo: per questo motivo infatti, la collocazione di un prodotto gioca un ruolo fondamentale per attirare l'attenzione del consumatore e incentivarlo nell'acquisto.

Pertanto, al fine di definire l'esatto posizionamento, nonché il più adatto, del packaging in seguito creato, è stato fondamentale analizzare due diverse modalità di esposizione nel supermercato, entrambe sinonimo di sfida logistica e comunicativa.

- **Espositori posti vicino alle casse dei supermercati:** tendenzialmente si pensa che siano il posto peggiore da utilizzare, poiché lì si trovano prodotti di cui spesso non si ha necessità e che talvolta si è spinti a comprare solo perché in coda alle casse.

Tuttavia, con la crescente attenzione verso lo sport, la salute e il benessere, è aumentata notevolmente anche la richiesta di snack e/o prodotti salutari che possano contrastare e annientare il consumo di cibi spazzatura. Pertanto, scegliere questo spazio come punto di posizionamento potrebbe rivelarsi una mossa strategica e forse anche vincente.

Sebbene l'utilizzo di strategie di marketing sia oggi sempre più diffuso ed efficace, spesso può indurre ad acquisti impulsivi e non salutari per la salute, causando un notevole incremento di malattie e problemi.

Al fine di contrastare e bloccare questi fenomeni, è necessario studiare tutti gli atteggiamenti dei consumatori e anche cosa influisce maggiormente sulle azioni di acquisto. A tal proposito, è stato effettuato uno studio da BMC Public Health il cui scopo era proprio quello di intervenire immediatamente sulla salute basandosi sulla comunità danese, attraverso un intervento di cassa sana al supermercato, pur tenendo in considerazione che i prodotti non salutari e le bevande zuccherate fossero quasi impossibili da rimuovere, soprattutto per il loro ingombro significativo sugli scaffali.

Come primo step, è stato dunque analizzato il comportamento di acquisto di ben 29 consumatori nei confronti dell'esposizione verso snack non salutari, per poi presentarlo ai supermercati e convincerli ad aderire all'esperimento.

Il passo successivo ha poi previsto la sostituzione di snack non salutari con frutta e snack più salutari, come mini pack di carote, in quattro negozi per 4 settimane e si è concluso con la raccolta di 48 interviste a consumatori in uscita dal supermercato.

Dai dati ottenuti, l'informazione più rilevante riguarda lo studio pre-intervento: da questo è emerso che la maggior parte delle persone fosse infastidita dalla presenza esclusiva alle casse di snack non salutari, portando i negozi locali ad intervenire.

Dalle interviste invece post-intervento, è emerso che molte altre persone hanno molto apprezzato l'iniziativa, ritenendola una presa di responsabilità da parte dei supermercati verso la promozione di scelte alimentari più

sane e consapevoli. Inoltre, le analisi statistiche hanno evidenziato anche un aumento considerevole delle vendite di snack salutari nelle aree di intervento.

Sebbene lo studio sia stato troppo modesto per trarre conclusioni a lungo termine, è emerso che questa strategia di vendita potrebbe rivelarsi estremamente efficace, intervenendo sul posizionamento strategico degli snack salutari attraverso una modifica di layout nei supermercati⁴⁶.

Uno studio analogo ha esplorato l'impatto dell'introduzione di "Healthy Checkout Counter" (HCC) in 15 supermercati situati nelle aree più povere dei Paesi Bassi.

Gli snack non salutari sono stati sostituiti da prodotti più sani come frutta confezionata e barrette a base di noci, con lo scopo di influenzare positivamente le scelte alimentari dei consumatori e ridurre l'acquisto impulsivo di cibo non salutare.

I dati sono stati raccolti durante un periodo di 8 settimane e confrontati con un periodo precedente di controllo, a cui si sono aggiunti 134 sondaggi a clienti per raccogliere le loro percezioni circa l'iniziativa.

Differentemente da quanto visionato nello studio precedente, dai risultati ottenuti non è emersa alcuna riduzione significativa delle vendite di snack non salutari, mantenendo una frequenza simile sia prima che durante l'intervento.

Inoltre, sebbene si sia registrato un aumento delle vendite di snack più

sani, il numero medio per 100 clienti era ancora molto basso, suggerendo che il loro posizionamento alle casse non fosse sufficiente per eliminare i prodotti non sani.

Dei consumatori intervistati, solo il 41% ha effettivamente notato il cambiamento, mentre circa l'80% di essi ha valutato l'iniziativa molto positivamente.

Nonostante ciò, la maggior parte dei soggetti coinvolti ha affermato di non essere stata direttamente influenzata dall'intervento, anche se ritenevano che tale cambiamento avrebbe potuto aiutare gli altri a compiere scelte più consapevoli per la loro salute⁴⁷.

- **Posizionamento di prodotti su scaffali vicino ad alimenti correlati:**

sebbene la nostra mente sia abituata a pensare e cercare gli alimenti vicino ai loro simili, non è detto che questa sia la migliore delle strategie. Basti pensare all'utenza di riferimento del progetto: che si tratti di sportivi o di persone che seguono una dieta o uno specifico schema alimentare, entrambi ricercano la qualità nei loro acquisti e sono attenti a tutto ciò che sia in linea con il loro stile di vita.

Si parla di cross selling, ovvero una strategia di marketing che prevede che prodotti correlati siano abbinati sugli stessi scaffali o display.

Questo dovrebbe servire a convincere i consumatori che non necessitano esclusivamente di un prodotto, che magari avevano già in mente, ma potrebbero avere bisogno anche di prodotti ad esso correlati.

⁴⁶. L.L. Winkler, U. Christensen, C. Glümer (2016). Sostituire la pasticceria di zucchero con frutta e snack sani alla cassa - una strategia vantaggiosa per i consumatori e i negozi di alimentari?

⁴⁷. M. Huitink, M. Poelman, J.C. Seidell (2020). Gli acquisti di cibo malsano alle casse possono essere scoraggiati introducendo spuntini più sani? Un esperimento di vita reale nei supermercati nelle aree urbane svantaggiate nei Paesi Bassi

Si crea una sorta di continuità di acquisto che si riveli in grado di far apparire al consumatore una vendita facile e lo spinga a continuare a farlo⁴⁸.

Basti pensare a qualunque tipologia di supermercato frequentato: non è certamente un caso che, quando ci si reca nella corsia dove ci sono tutti i formati di pasta, di fronte ad essa vi sono interi scaffali di sughi, pesti e altri condimenti che vengono solitamente consumati con la pasta.

Tale strategia induce il consumatore a fare una riflessione che lo porta quindi ad acquistare anche prodotti di cui non si aveva necessità.

Altro esempio affine riguarda l'arrivo della primavera: qui nei supermercati vengono inseriti dei display che sponsorizzano "barbecue nel cortile": in maniera latente, questa strategia si insedia nella mente del consumatore poiché lancia l'idea e propone anche la soluzione che, in questo caso, si identifica con i prodotti necessari per il barbecue, quindi carbone, accendini, diavolina, panini, carne e salse.

È inoltre importante tenere conto di altre strategie, molte delle quali sono già ampiamente adottate dai supermercati:

- **strategia dell'altezza-occhio:** essa si basa sulla disposizione dei prodotti sugli scaffali ad altezza occhi di un consumatore medio, garantendo la probabilità di essere notati e acquistati. Sebbene la tendenza di evitare scaffali eccessivamente alti e/o bassi sia innata nel consumatore, molti brand sono disposti a pagare un prezzo sostenuto

per posizionare i loro prodotti in modo strategico.

- **strategia del 3x2:** promozione ormai molto nota, essa incita l'acquisto di più prodotti, ottenendo tre prodotti al prezzo di due. La sua efficacia è maggiormente evidente nei prodotti a lunga conservazione, poiché danno la possibilità di fare scorte e ottenere al contempo anche un vantaggio economico.

- **strategia del campione gratuito:** è sempre più ricorrente oggi e permette di attirare nuovi clienti. In un luogo grande come quello del supermercato, dove ci sono migliaia di prodotti, questa offre al consumatore la possibilità di testare gratuitamente, generando in loro curiosità e spesso invogliandoli ad effettuarne l'acquisto.



A PORTATA DI OCCHI
Strategia di posizionamento altezza-occhi



CAMPIONE GRATUITO
Strategia di posizionamento degli omaggi

⁴⁸ Daniele D'Anna (2016). Marketing al supermercato, tutte le strategie utilizzate

5.4 OBIETTIVI DELLA COMUNICAZIONE

L'intero progetto che segue è stato guidato dall'obiettivo di costruire una comunicazione che mostrasse i punti di forza e le peculiarità del prodotto, ma anche che fosse capace di trasmettere i valori fondamentali dell'azienda Armienti Bio, creando una connessione emotiva e autentica con l'utenza di riferimento.

Per raggiungere appieno tale obiettivo, è stato opportuno individuare alcuni concetti chiave:

COINVOLGERE

emotivamente il consumatore.

L'intera comunicazione non si limita a creare e descrivere il prodotto, ma presuppone un coinvolgimento emotivo che porti il consumatore ad essere **parte integrante** di una storia più ampia. Il messaggio che si intende promuovere si riferisce all'acquisto di questo prodotto che non è frutto di una semplice azione materiale, ma rappresenta un contributo atto a sostenere un'intera comunità e a preservare un patrimonio culturale, quello pugliese! In definitiva, packaging e comunicazione risultano essere strumenti utili per instaurare un legame diretto con il pubblico, così da stabilire, in maniera latente, fiducia e fedeltà verso l'azienda agricola Armienti Bio.

CREARE

un'identità visiva **forte, autentica e riconoscibile**.

La brand identity, portavoce di qualità e sostenibilità, conferisce al packaging un design elegante e minimalista, che lo rende originale e genuino. I contenuti social sono progettati per rafforzare questo messaggio visivo: con grafiche accattivanti e narrative coerenti che rappresentino l'azienda e i suoi valori, oltre che le eccellenti proprietà della mandorla. Un vero e proprio viaggio narrativo che porta il consumatore verso le radici autentiche.

EDUCARE

il consumatore con la trasparenza e la sostenibilità.

Il punto centrale del progetto è quello di informare il consumatore circa le origini e la qualità della cultivar Filippo Cea, enfatizzando la loro tracciabilità e il loro legame con la terra d'origine.

Tutto questo si concretizza in un packaging e in una strategia di comunicazione social che metta in luce la sostenibilità delle pratiche agricole proprie dell'azienda e il valore culturale della Filippo Cea come un simbolo della tradizione pugliese, per sensibilizzare verso scelte alimentari più **consapevoli e responsabili**.

5.5 TONE OF VOICE

Il Tone Of Voice del progetto punta ad essere **narrativo e coinvolgente**, al fine di instaurare un legame profondo con il consumatore.

Il linguaggio della comunicazione vuole dunque enfatizzare la storia di cui il progetto si fa portavoce: un prodotto genuino ed eccellente come la cultivar Filippo Cea, che affonda le sue radici in una cultura locale e che valorizza il lavoro artigianale, la sostenibilità e la sua unicità.

Trasparenza e autenticità sono i pilastri dell'approccio comunicativo.

Ogni singolo messaggio, che sia scritto o comunicato, è pensato per riportare il pubblico alle origini e alla scoperta del percorso attraverso cui la mandorla giunge dalle radici alla tavola.

La componente tecnica si integra perfettamente in questa strategia e, mediante la creazione di contenuti di tipo educativo e informativo, stimola la consapevolezza del consumatore negli acquisti e nelle scelte alimentari. Tutto attraverso un linguaggio fresco e giovanile, studiato per attrarre un pubblico quanto più ampio e attento possibile.

Questo mix di linguaggi si combina in un tone of voice che appare dinamico e versatile, capace di adattarsi ai diversi contenuti comunicativi: dal packaging ai contenuti social, tra cui le rubriche.

L'intera narrazione appare come un racconto continuo e coinvolgente, con l'obiettivo di trasformare ogni punto di contatto in un momento di scoperta.

Infatti, che si tratti di un packaging, di un post instagram o di un reel, il Tone Of Voice di tutto il progetto mira a informare, ispirare e accogliere, costruendo un legame profondo che sia portavoce dei valori e della storia di questa eccellenza pugliese.

5.6 CONCEPT

In un mondo in cui il cibo viene sempre più considerato solo un alimento, completamente privato del suo valore culturale, vi è la necessità di recuperare un legame autentico con le radici e la terra che ci nutre.

Questo progetto prende vita proprio dalla volontà di riscoprire e valorizzare ciò che si nasconde dietro ogni singolo prodotto: storie, tradizioni e identità radicati in un unico territorio. Tutto non solo per celebrare l'autenticità, ma anche per promuovere la sostenibilità e il rapporto uomo-natura.

Ogni confezione racconta una storia di una qualità tracciabile e trasparente, che collega il prodotto alle sue origini, rivelando il percorso che va dalla terra alla tavola.

Il nostro territorio, ricco di biodiversità, è stato da sempre luogo di incontri e scambi, in cui le tradizioni culinarie si fondono in un mix di sapori, azioni e valori che vengono tramandati di generazione in generazione e che fanno sì che il cibo diventi espressione tangibile di un'identità.

Oggi più che mai questa narrazione si rivela fondamentale in un contesto in cui l'industria alimentare rischia di spazzare via ogni tipologia di diversità culturale e gastronomica che, da sempre, lo hanno contraddistinto.

Pertanto, voler preservare l'autenticità di ogni mandorla non è solo una scelta di consumo consapevole, ma un vero impegno concreto verso una coltivazione sostenibile che rispetta il territorio e le sue risorse. Attraverso pratiche agricole che combinano il

sapere tradizionale con l'innovazione, l'obiettivo è di garantire un prodotto che sappia rispondere alle esigenze del consumatore moderno, attento alla sua salute, alla qualità e all'ambiente.

Ma come può, un prodotto radicato nella cultura e nelle pratiche agricole tradizionali, rispondere ai bisogni di un consumatore moderno, che è attento alla salute e alla qualità del cibo che sceglie?

Così il cibo non è più solo un bisogno fisiologico, ma diventa parte di un processo più ampio e consapevole, che rende possibile la riconnessione delle persone alla terra, ne valorizza le origini e costruisce una visione sostenibile per le generazioni future.

STORYCONCEPT

Nel mondo odierno, dove il benessere personale non è più solo un obiettivo da raggiungere ma uno stile di vita da abbracciare, la scelta del cibo diventa un atto di estrema consapevolezza.

Le mandorle di Toritto rappresentano proprio il connubio perfetto di pratiche agricole tramandate e innovazione sostenibile: esse, coltivate nel cuore della Puglia, incarnano l'essenza di un'agricoltura radicata nella storia che valorizza ogni gesto e che ha saputo evolversi nel rispetto della natura.

La particolarità? Ogni confezione porta con sé un pezzo autentico di Puglia.

Grazie alla tracciabilità di ogni singolo mandorleto, è così possibile conoscere l'esatta origine di ciò che mangiamo, rendendo tangibile il legame tra chi coltiva e chi sceglie consapevolmente.

Ogni morso diventa quindi un ritorno alle origini: un vero viaggio che unisce pratiche tradizionali con soluzioni innovative, in cui queste mandorle rappresentano la scelta di chi vuole vivere in armonia con sé stesso e con l'ambiente, sostenendo un modello di vita sostenibile e genuino.



CONVIVALITÀ

RADICANDO

Radicare, mettere radici, attecchire, ma anche penetrare a fondo in una persona o in un ambiente.

Così nasce "Radicando".

Un nome che non solo incarna l'origine, ma rappresenta anche il viaggio verso la scoperta di un legame profondo con il territorio e la sua tradizione.

Il percorso ci conduce alla mandorla di Toritto, cresciuta sotto il sole della Puglia. Ognuna di esse racchiude la storia di una terra, in cui ogni gesto di cura e rispetto per la natura si traduce in un sapore autentico.

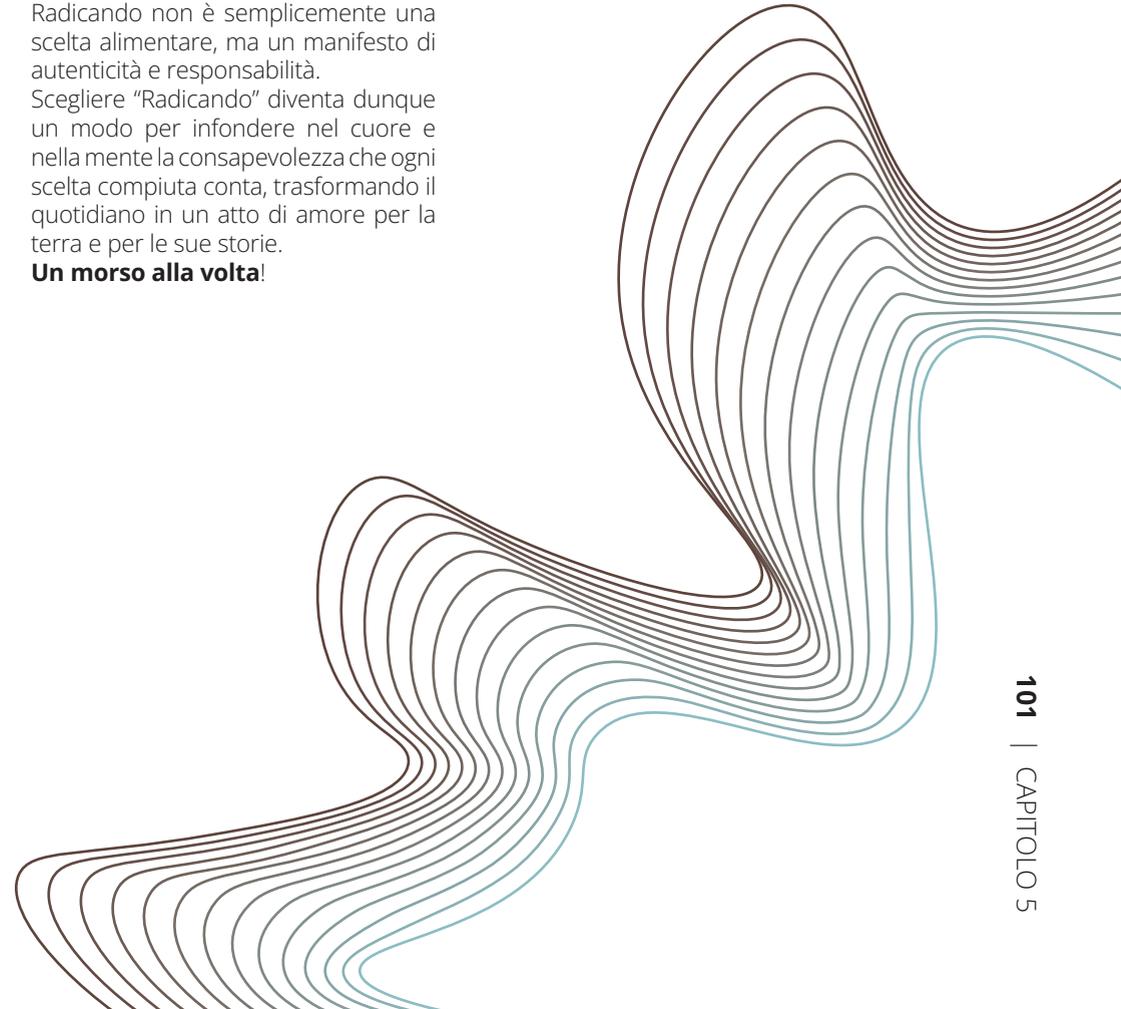
Non è solo un frutto, ma è l'anima di una comunità che ha saputo preservare la propria identità attraverso i secoli.

Questo progetto invita a fare proprie queste storie. Ogni morso di mandorla diventa un gesto di connessione, un modo per radicare i valori nel cuore e nella mente di chi le consuma. In un mondo che corre veloce, "Radicando" invita ognuno a rallentare, a gustare e a riflettere su ciò che si porta in tavola.

La tracciabilità rappresenta il filo che unisce ogni mandorla alla sua origine. Su ogni confezione vi è il numero di particella esatto di ciascun mandorleto, diventando così il punto tangibile per scoprire l'autenticità del prodotto. Scansionando il QR code presente, il consumatore può fare un viaggio nel tempo che lo riporta alle radici della tradizione pugliese, riscoprendo la storia della mandorla e delle mani che l'hanno coltivata con passione.

Radicando non è semplicemente una scelta alimentare, ma un manifesto di autenticità e responsabilità. Scegliere "Radicando" diventa dunque un modo per infondere nel cuore e nella mente la consapevolezza che ogni scelta compiuta conta, trasformando il quotidiano in un atto di amore per la terra e per le sue storie.

Un morso alla volta!



5.7 PROGETTAZIONE DEL PACKAGING E DELL'IDENTITÀ VISIVA

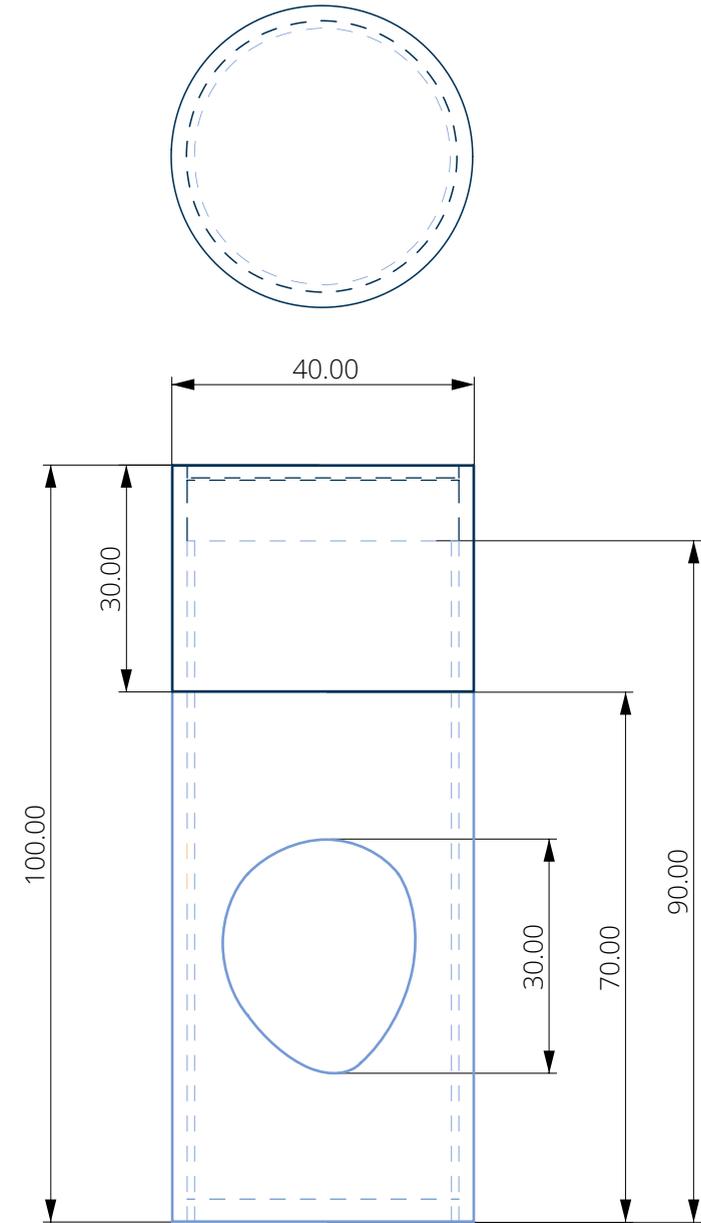
Il packaging è stato modellato in 3D sul software Blender.

Il concept che ne ha definito l'aspetto nella sua interezza ha seguito la scia di un prodotto monoporzione da 30 gr di mandorle, dose giornaliera consigliata da tutti i nutrizionisti.

Sebbene la forma cilindrica non sia del tutto innovativa, si è cercato di renderla autentica curando e/o aggiugnendo dettagli che combinassero autenticità e funzionalità.

Questo affinché rispondesse ai bisogni dell'utenza a cui il progetto si riferisce, che necessitava di un contenitore che fosse certamente **richiudibile**, **tascabile** ed **ergonomico**.

Come visibile in figura, l'elemento della finestra trasparente vuole distinguersi per la forma, che richiama visivamente la mandorla contenuta all'interno e ne permette al contempo la sua visibilità. Degna di nota è anche la smussatura del contenitore, pensata per donargli eleganza e per comunicare la linea di nicchia dell'azienda.



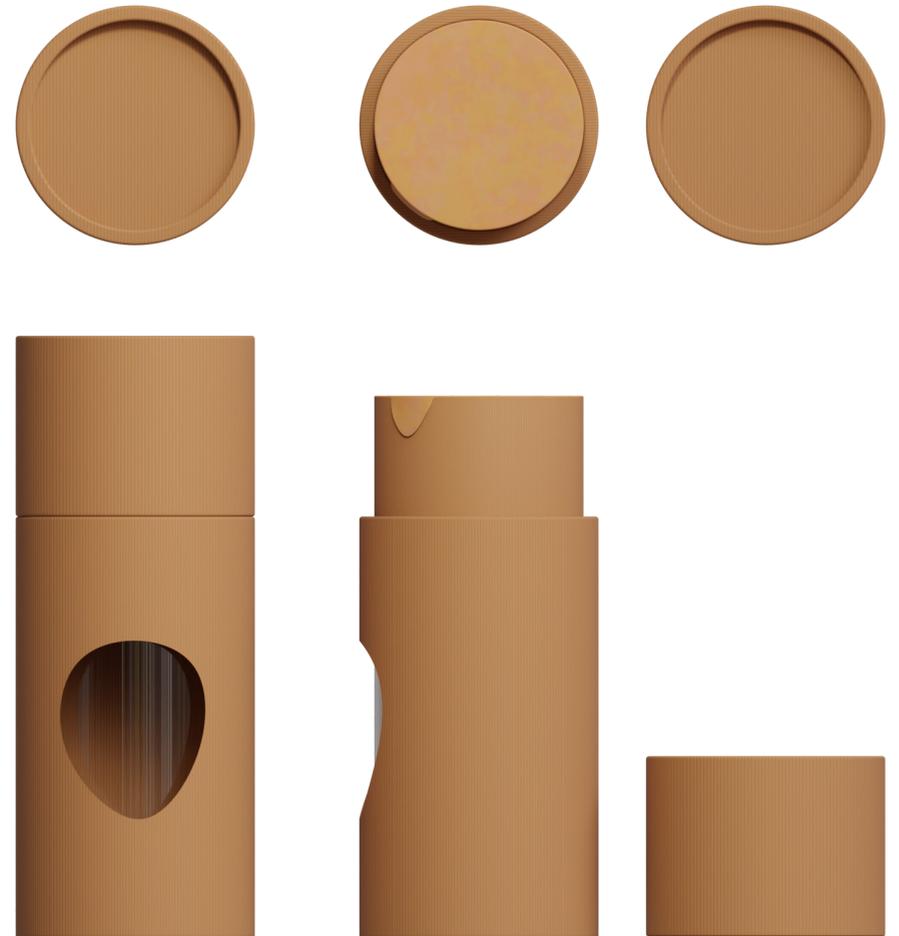
PRODOTTI IN SCALA 1:1
Quote in mm



Anche sulla scelta dei **materiali** è stata posta particolare attenzione, al fine di realizzare un packaging che sia in linea con i valori dell'azienda e del progetto.

Sostenibilità è il focus della scelta. Il packaging è infatti pensato in cartone ondulato, abbinato a un sottile foglio di polietilene che riveste la faccia interna del contenitore e del sigillo. Questa, seppur poco utilizzata, è stata necessaria per garantire non solo una corretta conservazione a lungo termine del prodotto contenuto, ma anche la sua visibilità dall'esterno.

La combinazione di materiali riciclabili al 100% ha permesso la creazione di una confezione che coniuga estetica, funzionalità e rispetto per l'ambiente.



ASSEGNAZIONE DEI MATERIALI

COSTRUZIONE DEL LOGO

Il logotipo parte dal concetto di radici, evocando origine e connessione con la propria terra.

Il punto di partenza è stata la scelta di un **font sinuoso**, pensato per enfatizzare il movimento delle radici con delle linee che scorrono e si intrecciano tra di loro. Affinché il naming incarnasse l'essenza dell'intero progetto, è stato necessario apportare alcune modifiche tecniche.

Lo step successivo ha comportato la ricerca di elementi che completassero, a livello grafico e concettuale, l'intero significato.

Primo tra tutti la **mandorla**, in modo da richiamare una connessione visiva diretta con il prodotto e, al contempo, anche la storia e le radici della Puglia. Questo dettaglio si integra con le linee eleganti e sinuose del font, rafforzando il concetto di autenticità e legame con il territorio.

Infine il **payoff**, per omaggiare la terra d'origine, ricca di tradizioni agricole e storie che si tramandano da secoli.

La frase riesce a raccontare l'autenticità del prodotto il legame profondo con le persone e la cultura pugliese.

Ogni confezione di mandorle non è solo un prodotto, ma diventa parte di una narrazione più ampia, che inizia dal mandorleto e arriva fino alla tavola del consumatore. L'obiettivo è creare una connessione emotiva e di fiducia con chi sceglie Radicando, enfatizzando la qualità, la sostenibilità e la genuinità dell'eccellenza pugliese..

radicando

FONT ORIGINALE

- + dare senso di continuità alle lettere
- + rimuovere movimento superfluo
- + ridurre kerning per enfatizzare il significato

radicando

FONT MODIFICATO



ELEMENTO CENTRALE

storie di mandorla e di Puglia

PAYOFF

radicando

storie di mandorla e di Puglia

VERSIONE DEFINITIVA

AREA DI RISPETTO E
DIMENSIONI MINIME DI
LEGGIBILITÀ



radicando
storie di mandorla e di Puglia

30 mm

APPLICAZIONI DEL LOGO



VERSIONE A COLORI



VERSIONE IN NEGATIVO



VERSIONE IN POSITIVO

DIVIETI DI UTILIZZI



NON ALLUNGARE IL LOGO



NON SCHIACCIARE IL LOGO



NON RUOTARE IL LOGO

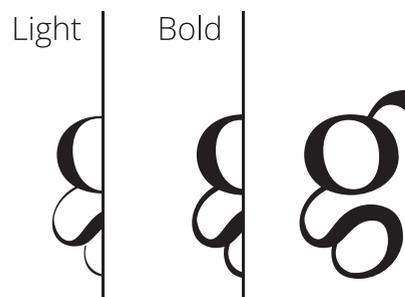


NON RIMUOVERE L'ELEMENTO GRAFICO

CARATTERE TIPOGRAFICO

Soligant

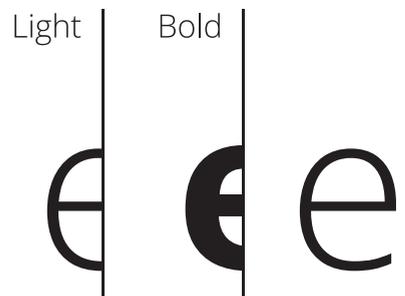
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



UTILIZZATO PER IL LOGO E PER ALCUNI ELEMENTI IMPORTANTI

Open Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



UTILIZZATO PER I TESTI NORMALI

PALETTE COLORI

Un altro passaggio fondamentale per lo svolgimento del progetto è stata la scelta dei colori.

La sfida è stata quella di individuare una palette che riuscisse a comunicare i punti chiave del progetto: autenticità, tradizione ed eleganza.

Questo affinché risultassero in linea con il packaging creato, il quale si rivolge ad un pubblico consapevole e attento al benessere e alla qualità.

Le tonalità dei colori variano da **toni caldi**, come il beige e marrone, che richiamano il legame con la terra di appartenenza e con il prodotto, a **toni più accesi e bilanciati** che conferiscono maggiore dinamicità al progetto, come l'arancione e l'azzurro. Il loro intreccio trasmette un senso di equilibrio tra tradizione e innovazione, e offre la possibilità di creare un'identità riconoscibile, raffinata e originale.

NERO RICCO

#000000

C 63 M 52 Y 51 K 100
R 0 G 0 B 0

BIANCO PURO

#FFFFFF

C 0 M 0 Y 0 K 00
R 255 G 255 B 255

NERO RICCO

#693F34

C 38 M 67 Y 65 K 52
R 105 G 63 B 52

MARRONE TORTORA

#A58E74

C 31 M 37 Y 50 K 18
R 165 G 142 B 116

BEIGE AVORIO

#FFEFCE

C 0 M 7 Y 24 K 0
R 255 G 239 B 206

ARANCIONE AMBRA

#DE9131

C 11 M 48 Y 87 K 2
R 222 G 145 B 49

VERDE LICHENE

#C2AD6A

C 25 M 26 Y 64 K 7
R 194 G 173 B 106

BLU GHIACCIO

#99ACBF

C 45 M 26 Y 18 K 2
R 153 G 172 B 191

ELEMENTI VISIVI DEL PACKAGING

Il packaging è frutto dell'incontro tra estetica e funzionalità.

Ma non solo: gli elementi visivi presenti su di esso trasmettono un significato più ampio, pensato per raccontare la storia delle mandorle, frutto dell'essenza della cultura e della tradizione pugliese, e del loro viaggio per arrivare alla tua tavola.

Il ritmo.

Linee sottili e dinamiche che avvolgono la confezione e simboleggiano il ritmo del lavoro agricolo con cui le mandorle vengono prodotte.

Ciascuna linea è studiata per ricordare il movimento sinuoso dei sentieri, del vento che soffia tra gli alberi e dell'intreccio delle radici che affondano nella terra. Così come le radici nutrono e ancorano, queste linee si fanno portavoce di una storia di radicamento, di passione e di appartenenza.

SINUOSITÀ
DINAMICITÀ
MODULARITÀ
LINEARITÀ

CONCENTRAZIONE





SINUOSITÀ

La sinuosità è ciò che contraddistingue i campi ondulati su cui sorgono gli alberi di mandorle.



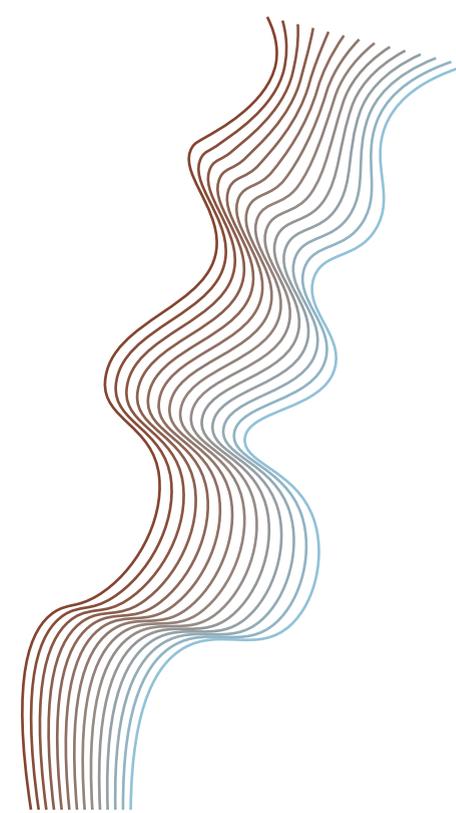
LINEARITÀ

La linearità è frutto del vento costante che caratterizza questi campi. L'apertura indica la loro visione all'orizzonte.



CONCENTRAZIONE

La concentrazione nasce dalla struttura dei mandorleti, la cui densità e regolarità garantiscono una produzione costante.



MODULARITÀ

La modularità è sinonimo di armonia: ogni albero è in perfetta simmetria e ordine e riflette cura e dedizione degli agricoltori pugliesi.



DINAMICITÀ

La dinamicità è data da diverse colture pugliesi a contatto tra di loro: mandorli che si intrecciano con ulivi e altre piante, creando un panorama autentico.

Il numero.

Su ogni confezione vi è un numero che denota un pezzo autentico di Puglia. Infatti, grazie alla tracciabilità di ogni singolo mandorleto, diventa possibile conoscere l'esatta origine di ciò che mangiamo, rendendo così tangibile il legame profondo tra chi coltiva e chi sceglie consapevolmente.

I numeri presenti su ogni confezione sono due:

- quello sul fronte indica il mandorleto nella sua singolarità, rendendo il viaggio del tutto autentico e trasparente
- quello sul retro si riferisce al "foglio", ovvero il filare nella sua totalità.

Valori nutrizionali.

In aggiunta alla tabella riassuntiva sulla composizione delle mandorle, si è scelto di selezionare alcuni valori nutrizionali chiave, frutto di una ricerca effettuata dall'azienda Armienti. Questi, fra tutti, risultano maggiormente in linea con i bisogni dell'utenza e sono quindi adatti a comunicare i valori di cui è portavoce il progetto e l'azienda stessa:

- **arginina:** conosciuta come precursore dell'ossido nitrico, è una molecola che favorisce la vasodilatazione, così da migliorare la circolazione arteriosa e la funzione endoteliale;

- **vitamina E:** potente antiossidante, nelle mandorle è presente sotto forma di tocoferoli, ritenuti fondamentali nella protezione di pelle e occhi.

- **acido aspartico:** sebbene ritenuto non essenziale, è utile per la sintesi di altre molecole biologiche.



MANDORLETO

Foglio 6

FILARE

**VALORI NUTRIZIONALI
PER 100gr DI PRODOTTO**

Energia Kj/kcal	2343 / 566
Grassi g	46
di cui saturi g	35
Carboidrati g	9,5
di cui zuccheri g	4,1
Arginina g	1,55
Vitamina E mg	37
Acido aspartico g	1,45
Proteine g	23
Sale g	< 0,010

INGREDIENTI

100% mandorla sgusciata
Filippo CEA da agricoltura
biologica

VALORI E INGREDIENTI**La storia.**

Una parte del packaging è pensata per dare un assaggio della fantastica storia che si cela dietro un prodotto autentico ed eccellente come le mandorle pugliesi

Il testo introduce la storia dell'azienda e la loro passione e dedizione che, da secoli, tramandano di generazioni. Infine sono riportate anche i dettagli circa i dati di contatto e la sede locale dell'azienda.

Il Qr-code.

Parte fondamentale del progetto è il qr code: esso rappresenta l'aggancio diretto che consente al consumatore di immergersi in questa realtà e di fare un viaggio che lo porta dalla tavola direttamente alle radici del prodotto. Lo strumento per la narrazione è una pagina instagram che, attraverso post, storie e reel, accompagna il pubblico in questa fantastica scoperta.

Il sigillo.

A chiudere il cerchio sono elementi che hanno guidato lo sviluppo di questa narrazione:

- il logo del progetto
- il logo dell'azienda

Cultivar Filippo Cea

LA NOSTRA STORIA

L'azienda agricola **ArmientiBio** nasce nel territorio dell'Alta Murgia nel 1923.

Abbiamo ettari immensi di mandorleti, da cui nasce il nostro prodotto di eccellenza: la cultivar Filippo Cea, una mandorla di elevata qualità originaria del paese di Toritto, Bari.

Azienda agricola
ArmientiBio

SP. TORITTO-QUASANO KM 0,5
70020 TORITTO, BA
tel. +39 0806016500

STORIA DI ARMIENTI BIO

Dalla terra
alla tua tavola!



QR-CODE

radicando
storie di mandorla e di Puglia

LOGO DEL PROGETTO

armientibio

LOGO DELL'AZIENDA

RENDER DEL PACKAGING
DEFINITIVO

BEIGE AVORIO



MARRONE TORTORA



ARANCIONE AMBRA



VERDE LICHENE



BLU GHIACCIO



5.7 PAGINA INSTAGRAM E PIANO EDITORIALE

Il progetto si concretizza attraverso la realizzazione di una pagina Instagram, che non punta ad essere un veicolo promozionale, ma un vero e proprio **scenario educativo** e **informativo**, rivolto al mondo delle mandorle.

La sfida è duplice:

SENSIBILIZZARE

il pubblico circa le eccellenti proprietà nutrizionali, proprie della mandorla di Toritto

INSTAURARE

un legame emotivo e profondo tra il consumatore e il territorio da cui il prodotto nasce

La scelta della piattaforma Instagram come veicolo e la definizione degli obiettivi da raggiungere non è casuale. Al contrario, è studiata per raggiungere un target giovane, curioso e attento al proprio benessere, mediante uno spazio digitale che è frutto dell'unione di estetica, dedizione e informazione.

Attraverso la creazione di post, storie e reel, accuratamente pensati e definiti, la pagina ci immerge nell'essenza della mandorla, con lo scopo di creare un pubblico consapevole, unito dall'amore per il cibo genuino e per le storie di cui esso è portavoce.

Il piano social si articola in **tre rubriche**, in modo da fornire un racconto emotivo che coinvolga e accompagni il pubblico. Il legame con la terra, le qualità della mandorla e la sua consumazione nella quotidianità.

Anche la scelta del nome ha avuto un ruolo cruciale.

Ogni rubrica racconta una **storia di radici**: rappresentano il filo conduttore di ogni storia che si narra, dando vita ad un'esperienza che va oltre il semplice acquisto del prodotto.

Ogni post, messaggio e immagine non sono solo uno strumento per veicolare un messaggio, ma rappresentano un tassello necessario per raccontare una storia, quella di Radicando, all'insegna di tradizione, innovazione, sostenibilità e benessere.

A questo racconto di radici si aggiunge una **rubrica extra**, il cui scopo è di pubblicizzare i nuovi prodotti in uscita e le differenti modalità di impiego della mandorla.

Per differenziare visivamente i contenuti e rendere immediatamente esplicito e chiaro la tematica affrontata, è stato assegnato un colore diverso a ciascuna rubrica tra quelli precedentemente visti, i quali sono rappresentativi dell'intero progetto.

FORMATI UTILIZZATI

I post.

Essi rappresentano il punto centrale della strategia: grazie alla permanenza costante nel feed instagram, gli utenti hanno possibilità usufruire di contenuti completi e riflessivi. Pertanto, ogni post è un'opportunità di mettere in luce la qualità del prodotto, la sua autenticità e di invitare il pubblico a conoscere a fondo le proprie radici.

Le storie.

Grazie alla loro versatilità e limitata durata, riescono a veicolare contenuti dinamici, interattivi e immediati con lo scopo di mantenere una connessione quotidiana con il pubblico.

Questo formato risulta ideale per dare aggiornamenti rapidi e attuali, curiosità sul prodotto e sponsorizzare e/o ricordare eventi imminenti.

E non solo: grazie a elementi interattivi quali sondaggi e quiz, le storie danno la possibilità di tenere alta l'attenzione senza appesantire il feed.

I reel.

Ultimi non per importanza sono i reel, i quali più di tutti offrono la possibilità di raggiungere nuovi utenti.

Oltre alla loro facilità di condivisione, essi racchiudono il cuore dei contenuti mediante un video che risulti breve ma di impatto. Questo formato si rivela essenziale per raccontare le origini di Radicando e la storia dei processi di produzione grazie ai quali si ottiene un prodotto così eccellente e genuino come la mandorla di Toritto.

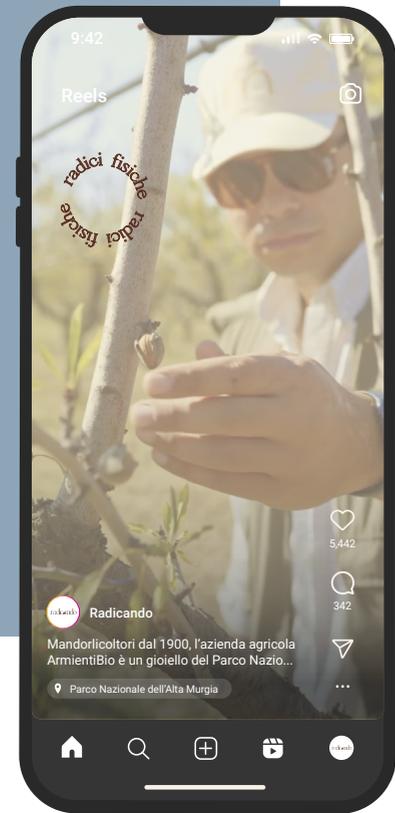
RADICI FISICHE



Ogni singolo mandorleto, legato ad una specifica particella, diventa simbolo delle **radici fisiche** del progetto.

Il racconto fa luce sul legame profondo con la terra mediante un numero che non solo indica la porzione esatta di terra, ma porta con sé una storia che è fatta di tradizioni e coltivazioni.

Garantire la **tracciabilità** non è un atto di trasparenza, ma rappresenta un'abilità nel riuscire a instaurare un rapporto tra il coltivatore e il consumatore. Significa offrire, a chi sceglie Radicando, la possibilità di conoscere e apprezzare ogni passaggio che conduce la mandorla dalla terra alla tavola.



RADICI DI QUALITÀ

Il focus di questa rubrica è creare una connessione tra la **qualità** del prodotto e il **benessere** del consumatore. Attraverso questi contenuti, si intende comunicare che acquistare Radicando non significa solo scegliere un prodotto alimentare, ma compiere una scelta per il proprio corpo e il proprio stile di vita.

Il legame profondo con il bene esplica mediante i **metodi** ai cui queste mandorle vengono adottare processi produttivi si vuol dire garantire un prodotto privo di pesticidi e sostanze chimiche e preservare anche la qualità del territorio e la biodiversità locale.

RADICI IN TAVOLA



La rubrica Radici in tavola rappresenta il filo invisibile che collega l'azienda e il consumatore, invitandolo a scoprire e vivere **esperienze autentiche** legate al mondo della mandorla di Toritto.

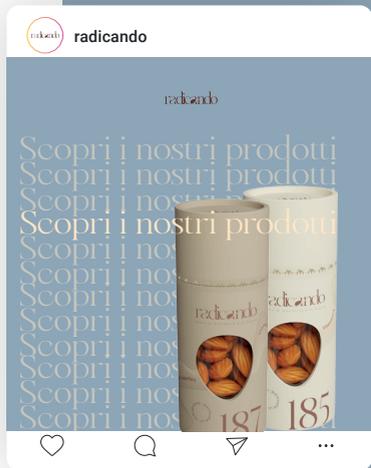
Mediante la sponsorizzazione di eventi e degustazioni, si intende enfatizzare il valore della condivisione, convivialità e

della scoperta, utilizzando la n come elemento protagonista, simbolo di una cultura, tradizioni e innovazione.

Radicando invita il pubblico a scoprire il legame con il territorio, a scoprire tradizioni, a trasmettere l'immagine di compiere scelte consapevoli e rafforzare il senso di **appartenenza**.



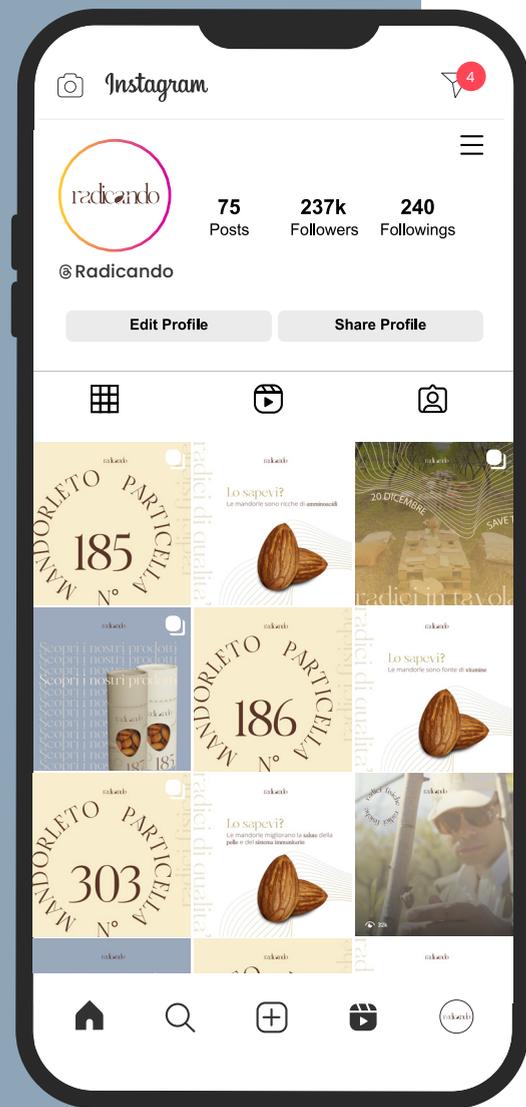
PRODOTTI EXTRA



Questa rubrica è invece studiata per sottolineare la versatilità della mandorla e dell'azienda. Attraverso post mirati e accattivanti, si vuole sponsorizzare **nuovi prodotti** e altri già esistenti, al fine di coinvolgere il consumatore e tenere sempre alta l'attenzione su eccellenza e autenticità di Radicando.



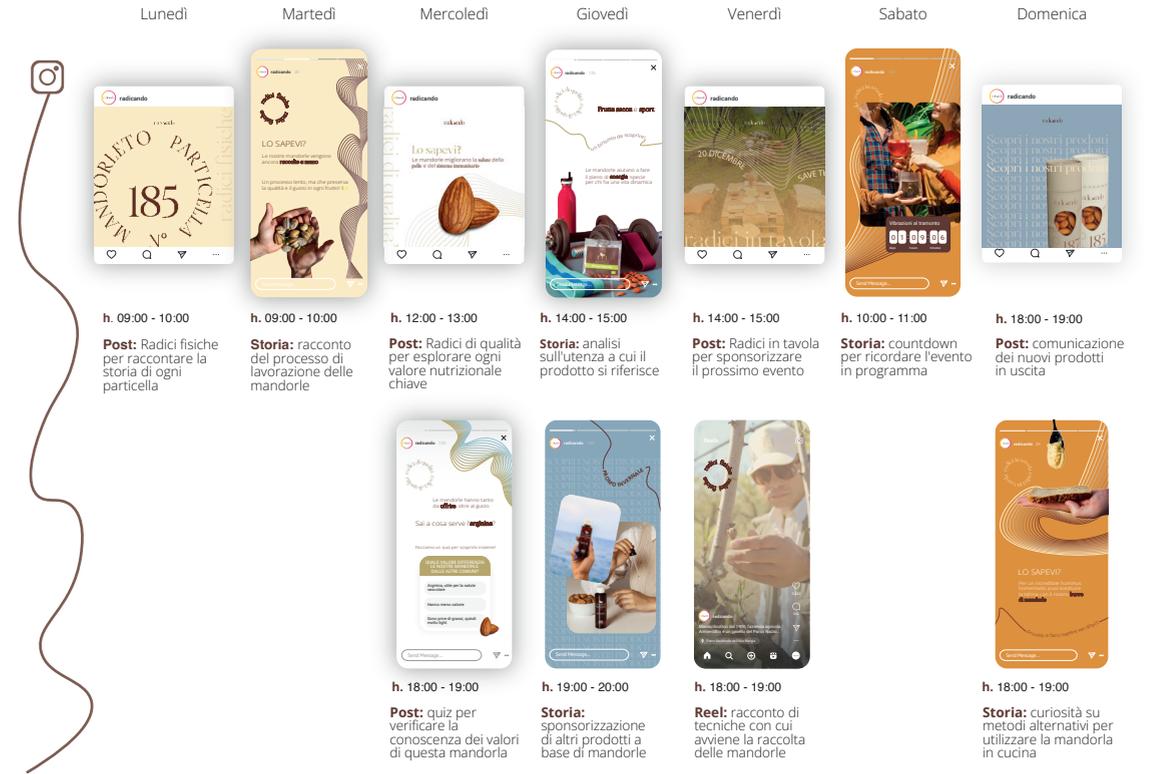
FEED PAGINA INSTAGRAM



CALENDARIO EDITORIALE

Dopo un'attenta analisi dei bisogni ed esigenze dei consumatori, al fine di proporre contenuti in linea con i loro interessi, è stato realizzato un piano editoriale pensato su una settimana e poi anche su un mese. Questo per cercare di inglobare sempre più utenti e trasmettere i valori del prodotto. È opportuno sottolineare anche che la sua realizzazione è necessaria per stabilire la frequenza di pubblicazione di post, storie e reel in relazione al loro livello di importanza.

La frequenza di pubblicazione varia in base al contenuto: i contenuti vengono pubblicati da 1 a 3 volte a settimana e seguono orari ben precisi, in modo da **massimizzare l'interazione** con l'utenza di riferimento.



CONCLUSIONI



radicando

storie di mandorla e di Puglia

Il progetto Radicando ha percorso un viaggio nel territorio pugliese per scoprire un prodotto d'eccellenza: la mandorla di Toritto.

Attraverso i valori di sostenibilità, qualità e tracciabilità, lo scopo della tesi è stato di mostrare la versatilità del design nel valorizzare un prodotto autentico ancorato a un territorio e alle persone che lo abitano.

Il racconto è iniziato dalle radici fisiche della terra, dove tutto è iniziato, per poi enfatizzare e comunicare l'eccellenza e i benefici del prodotto e giungere alle radici in tavola, che mettono al centro la comunità e la convivialità.

Grazie alla collaborazione con l'azienda agricola Armienti Bio, profondamente legata al territorio pugliese, è divenuto possibile rendere tangibili questi valori, trovando nel design un perfetto alleato. Questa sinergia e condivisione di valori ha voluto dimostrare in che modo il cibo possa essere più di un semplice nutrimento: se valorizzato, esso può diventare portavoce di storie che non solo educano alla sostenibilità, ma

permettono di riscoprire il valore di una tradizione, la nostra.

Nello scenario odierno, in cui i concetti di qualità, tracciabilità e provenienza sono fondamentali nelle scelte di un consumatore, Radicando vuole essere un esempio di come un prodotto locale come la mandorla Filippo Cea di Toritto possa divenire un modello di eccellenza e sostenibilità, senza mai perdere il suo legame con le radici.

In seguito a queste riflessioni, mi auguro che Radicando non si limiti a rimanere nella memoria di alcuni, ma serva come fonte di ispirazione per territori locali e aziende agricole, come Armienti Bio, che vedono nel design uno strumento potente per raccontarsi, distinguersi e valorizzarsi.

BIBLIOGRAFIA

CAPITOLO 1

Fontana, F. (2023) Perché il cibo è simbolo di identità culturale? <https://www.florianafontana.it/perche-il-cibo-e-simbolo-di-identita-culturale/>

Anonimo. La via delle spezie. <https://www.emporiodellespezie.it/la-via-delle-spezie/>.

Viola, Francesco. Identità culturali e religiose.

De Leo, Francesco (2024). Storie di Storia/ 52. Il Ramadan. https://www.repubblica.it/cultura/2024/04/28/news/storie_di_storia_52_il_ramadan-422431136/

Censi, Sandro (2016). Alimenti Halal e Kosher. https://www.studiocensi.it/pdf/Alimenti_Halal_e_Kosher.pdf

Pignatelli, Melissa (2021). L'identità etnica: un concetto strumentale. <https://larivistaculturale.com/2021/07/12/antropologia-culturale-lidentita-etnica-concetto-complesso-definizione/>

Salehi, Gelareh, Díaz, Estela, Redondo, Raquel (2023). Forty-five years of research on vegetarianism and veganism: A systematic and comprehensive literature review of quantitative studies. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S240584402303298X?ref=cra_js_challenge&fr=RR-1
Anonimo. Dichiarazione dell'OIL sulla giustizia sociale per una globalizza-

zione giusta, 2008. <https://www.ilo.org/it/publications/dichiarazione-del-loil-sulla-justizia-sociale-una-globalizzazione-giusta>

Anonimo. Occupational Health. <https://www.who.int/health-topics/occupational-health>

CAPITOLO 2

Massimo Bottura (2011). Ristampata l'edizione anastatica della prima edizione della "Scienza in cucina". <https://www.pellegrinoartusi.it/pellegrino-artusi/> <https://www.pellegrinoartusi.it/pellegrino-artusi/>

Petrini, Carlo (2022). Vi preseno Artusi, l'uomo che ha cucinato l'Italia. https://www.repubblica.it/il-gusto/2022/01/30/news/artusi_l_uomo_che_ha_cucinato_l_italia-335597288/

Ghianda, Maria Luisa (2022). La vera storia del Made in Italy. <https://www.doppiozero.com/la-vera-storia-del-made-in-italy>

Porcheddu, 2024
Porcheddu, Michele (2024). Il gusto autentico dell'Italia: l'importanza del Made in Italy. <https://www.foodnewsitalia.it/2024/02/20/il-gusto-autentico-dellitalia-limportanza-del-made-in-italy/>

Cappellini, Micaela (2022). Made in Italy: vittoria della pizza napoletana: la UE ora ne tutela il nome. <https://www.ilsole24ore.com/art/made-italy-vittoria-pizza-napoletana-ue-ora-ne-tutela-nome-AEBhaMLC>

Anonimo (2015). "La pizza prodotto gastronomico Made in Italy". <https://blog.exclusiveproperty.com/it/la-pizza-prodotto-gastronomico-made-in-italy/>.

D'Agnese, Generoso (2022). La pasta: il primo "Made in Italy" nel mondo. <https://www.fattinostri.it/la-pasta-il-primo-made-in-italy-nel-mondo/>

Archivio storico Barilla. La pasta: storia, tecnologia e segreti della tradizione italiana. <https://www.archiviosistoricobarilla.com/wp-content/uploads/2018/04/STORIA-PASTA-1.pdf>

CAPITOLO 3

Antonella de Santis, Laura Zaccaria, Ivana Friggi. La nascita delle regioni a Statuto ordinario. https://www.consiglio.regione.lazio.it/binary/consiglio/consiglio_argomenti/la_nascita_delle_regioni_a_statuto_ordinario.pdf

Anonimo. Breve storia regionale. <https://www.istorbive.it/wp-content/uploads/2020/05/presentazione-Pagano.pdf>

Fortini, Walter (2022). Nel 1970 nasceva la Regione e due anni dopo fu istituita la festa in ricordo del primo voto. <https://www.toscana-notizie.it/-/nel-1970-nasceva-la-regione-e-due-anni-dopo-fu-istituita-la-festa-per-ricordare-quelle-elezioni%C2%A0#:~:text=Era%20il%207%20ed%208,fin%20ad%20allora%20dato%20corso.>

Consiglio regionale della Calabria. "Storia del regionalismo italiano". <https://www.consiglioregionale.calabria.it/Polo-culturale/Regionalismo/Ambito-tematico-1/1.%20Relazione%20generale%20sul%20regionalismo%20italiano.pdf>

Vidano, Fabrizio. I prodotti agroalimentari tradizionali PAT. <https://www.regione.piemonte.it/web/temi/agricoltura/promozione-qualita-educazione-alimentare/prodotti-agroalimentari-tradizionali-pat#>

Redazione (2019). Prodotti agroalimentari tradizionali: le eccellenze italiane. Prodotti agroalimentari tradizionali: le eccellenze italiane. <https://www.authentico-ita.org/prodotti-agroalimentari-tradizionali-eccellenze-italiane/>

Caputo, Rita. La Puglia. <https://www.lacucinapugliese.org/la-puglia/>

Anonimo. Storia della Puglia dalla nascita ad oggi. <https://brindisi.unicusano.it/universita/storia-della-puglia/>

Anonimo, (2022). Olio pugliese: è il miglior olio di oliva extravergine italiano? <https://www.sapordolio.com/blog/olio-pugliese-e-il-miglior-olio-di-oliva-extravergine-italiano-n4>

Sportelli, Giuseppe (2022). Un nuovo ebook su dieci prodotti tradizionali della Puglia. <https://coltureprotette.edagricole.it/orticoltura/un-nuovo-e-book-su-dieci-ortaggi-tradizionali-della-puglia/>

Anonimo. Il pane di Altamura DOP è l'alimento simbolo della cultura agropastorale dell'Alta Murgia. Le sue origini, infatti, sono strettamente legate alle tradizioni contadine dell'area di produzione. <https://www.panealtamuradop.it/pane-dop/storia/>

Schira, Roberta (2018). Pane di Altamura: una storia millenaria. <https://www.finedininglovers.it/articolo/pane-di-altamura-una-storia-millenaria>

Face, Monica (2023). Sapori e tradizioni della Puglia: la storia delle orecchiette. <https://www.cookist.it/sapore-e-tradizione-della-puglia-la-storia-delle-orecchiette/>

Anonimo (2021). Orecchiette pugliesi: storia della pasta regina di Puglia. <https://www.viadellago.com/2021/05/20/orecchiette-pugliesi-storia-della-pasta-regina-di-puglia/>

Totaro, Mariateresa (2024). Storia di Nunzia Caputo, la regina delle orecchiette: "Non ho mai smesso di farle, anche quando sono nati i miei figli".

<https://www.gamberorosso.it/notizie/nunzia-caputo-orecchiette-bari/>

Agnelli, Gaia (2022). Bari, la storia delle "signore delle orecchiette" dell'Arco basso: "Custodiamo un'antica arte". <https://www.barinedita.it/reportage/n4785-bari-la-storia-delle->

Redazione (2020). Riso, patate e cozze: la paella con l'accento barese. <https://www.lacucinaitaliana.it/news/in-primo-piano/riso-patate-e-cozze-la-paella-con-laccento-barese-2/>

Romano, Sandro (2023). La tiella di Riso patate e cozze, il vero e il falso del piatto più controverso di Puglia. <https://pugliosita.it/2023/08/25/tiella-riso-patate-e-cozze/>

Anonimo (2023). Riso, Patate e Cozze: il trionfo dei sapori pugliesi. <https://www.raimondello.com/riso-patate-cozze-il-trionfo-pugliese/>

CAPITOLO 4

Anonimo (2022). Produzione di mandorle pugliesi. https://leprimizie.delsalento.it/blogs/blog-le-primizie/mandorle-pugliesi?srltid=AfmBOori6A-RRp_2Rirrd8rv-tuxURMi3OwGd-SmOuv5gQ8l20-qkMHjC

Godini, Angelo (2017). Il mandorlo, ascesa e declino. <https://www.olioofficina.it/magazine/economia/economia-2/il-mandorlo-ascesa-e-declino.htm>

Nocilla, Mara (2012). Attenti alla mandorla. <https://www.gamberorosso.it/notizie/articoli-food/attenti-alla-mandorla/>

Politi, Barbara (2023). La mandorla di Toritto: una storia che nasce con l'unità d'Italia. <https://www.lagazzetta-delmezzogiorno.it/news/tour-del-gusto/1396131/la-mandorla-di-toritto-una-storia-che-nasce-con-lunita-ditalia.html>

Hari Jagannadha Rao, Lakshimi (2012). Therapeutic Applications of almonds (Prunus Amygdalus L): A review. [https://www.jcdr.net/articles/pdf/1836/38%20-%203719.\(A\).pdf](https://www.jcdr.net/articles/pdf/1836/38%20-%203719.(A).pdf)

Esfahlan, Ali Jahanban (2011). Properties of biological activity of ten wild almond (Prunus Amygdalus L.) species. https://www.researchgate.net/publication/256118245_Properties_of_biological_activity_of_ten_wild_almond_Prunus_amygdalus_L_species

CAPITOLO 5

Centro di ricerca Alimenti e Nutrizione (2020). L'impatto dell'emergenza Covid-19 sulle abitudini alimentari degli italiani nel periodo della quarantena di marzo-aprile 2020.

Redazione (2023). In crescita le persone che vogliono migliorare la salute e il benessere. <https://blog.anytimefitness.it/crescita-richiesta-salute-e-fitness/>

Anonimo. Relazione tra alimentazione e sport. <https://www.sportesalute.eu/sportalimentazione/relazione-tra-alimentazione-e-sport.html>

Redazione ANSA (2020). Alimentazione, il trend è sempre più verso diete sostenibili. https://www.ansa.it/canale_lifestyle/notizie/food/2020/02/18/alimentazione-il-trend-e-sempre-piu-verso-diete-sostenibili_2c104ede-01b9-4a18-8c-cb-cb3507c6086c.html

L.L. Winkler, U. Christensen, C. Glümer (2016). Sostituire la pasticceria di zucchero con frutta e snack sani alla cassa – una strategia vantaggiosa per i consumatori e i negozi di alimentari? <https://bmcpublihealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-016-3849-4>

M. Huitink, M. Poelman, J.C. Seidell (2020). Gli acquisti di cibo malsano alle casse possono essere scoraggiati introducendo spuntini più sani? Un esperimento di vita reale nei supermercati nelle aree urbane svantaggiate nei Paesi Bassi. <https://bmcpublihealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-020-08608-6>

Daniele D'Anna (2016). Marketing al supermercato, tutte le strategie utilizzate. <https://digitalflow.it/marketing-supermercato/>

ICONOGRAFIA

CAPITOLO 1

Tipologie di spezie. <https://www.amixon.com/it/blog/spezie-per-escursioni>

Halal diet. <https://sgsllcuae.com/service/halal-certification/>

Kosher diet. <https://foodservices.utoronto.ca/kosher/>

Anonimo. La via delle spezie. <https://www.emporiodellespezie.it/la-via-delle-spezie/>.

Viola, Francesco. Identità culturali e religiose.

De Leo, Francesco (2024). Storie di Storia/ 52. Il Ramadan

CAPITOLO 2

La scienza in cucina e l'arte di mangiare bene. <https://www.agricolaguidi.com/pollo-saute-di-pellegrino-artusi/>

Pizza margherita. <https://www.lyonaeroports.com/en/inspiration/culinary-trip>

Formati di pasta. <https://italiani.coop/stili-a-tavola-le-20-identita-regionali/>

CAPITOLO 3

Castel del Monte. <https://stock.adobe.com/it/search?k=andria>

Trulli. <https://www.profumiditalya.com/it/travel/NOZPUGLIAS/magie-di-puglia-e-matera.html>

Santuario di San Michele Arcangelo. <https://www.turismovieste.it/santuario-di-monte-santangelo/>

Olive pugliesi. <https://crecco.ch/la-certificazione-biologica/?lang=it>

Frantoio. <https://www.agricolatrieste.it/negozio/>

Orecchiette con le cime di rape. <https://www.anticaricettadipuglia.it/ricette/orecchiette-antica-ricetta-di-puglia-con-cime-di-rape-e-accughe/>

Antico forno Santa Caterina. <https://www.cuboviaggiatore.net/2024/05/tour-della-basilicata-in-bicicletta-sesta-tappa-gravina-di-puglia-bari.html>

Le signore Teresa e Graziella. <https://pugliosita.it/2024/03/12/forno-santa-caterina-il-forno-pubblico-piu-antico-di-altamura-rinasce-e-diventa-social/>

Pane di Altamura. <https://foodoteka.com/infoteka/eccellenze-alimentari-italiane/forni-di-altamura>

Strada delle orecchiette. <https://www.jidlonacestach.cz/en/strada-delle-orecchiette-bari/>

Angela Lastella. <https://www.barinedita.it/reportage/n4785-bari-la-storia-delle-signore-delle-orecchiette-dell-arco-basso--«custodiamo-un-antica-arte»>

Nunzia Caputo. <https://www.gamborosso.it/notizie/nunzia-caputo-orecchiette-bari/>

Riso, patate e cozze. <https://www.soniaperonaci.it/riso-patate-e-cozze/>

CAPITOLO 5

Mandorle, fitness e acqua panna. <https://it.pinterest.com/pin/340373684356065938/>

Boccaccio in vetro. <https://www.iltertemporitrovato.org/corsi/fashion-fitness/alimentazione-di-bellezza/corso-alimentazione-bellezza-online/>

Cucinare insieme. <https://it.siam.recipes/blogs/news/5-thai-salads-to-make-this-summer>

Massaggio e benessere. <https://www.shantiom-olistica.com/2019/11/08/ayurveda/>

Snack e go. <https://jp.pinterest.com/pin/552676185542273451/>

Yoga. <https://vagivital.com/pages/sports>

3x2. <https://www.exportiamo.it/tag/philip-kotler-marketing-forum-2018/>

Convivialità. https://it.freepik.com/foto-gratuito/disposizione-picnic-vista-dall-alto_5174339.htm

Filare 1. <https://sigrian.crea.gov.it/index.php/2021/05/13/comifo-24-maggio/>

Filare 2. <https://agrifoglio.ilfoglio.it/editoriali/torniamo-alla-terra-si-basta-che-torniamo-a-investire/>

Grano. <https://www.pedon.it/articoli/alla-scoperta-dei-cereali/>

Seminazione. <https://renewbiodiversity.org.uk/understanding-quality-of-engagement-in-nature-renewal-among-farmers/>

Distese collinari. <https://www.episteme.news/lotta-allo-spreco/>

RINGRAZIAMENTI

Se state leggendo questi ringraziamenti, vuol dire che questa è davvero la fine. Arrivare a questo traguardo è stato possibile grazie al sostegno, alla pazienza e all'amore di molte persone che, in modi diversi, hanno contribuito a farmi crescere e a farmi credere in me stessa.

Ai **miei genitori e alla mia famiglia**, grazie perché siete le mie radici. Con il vostro esempio e la vostra dedizione mi avete insegnato il valore dell'impegno e della perseveranza. Mi avete da sempre dato tutto quello di cui avevo bisogno per camminare con sicurezza verso i miei obiettivi, e non vi ringrazierò mai abbastanza per il vostro amore incondizionato.

Ad **Antonio**, la mia forza costante. grazie per avermi sempre spinto a dare il massimo, spesso con un approccio risoluto e pragmatico che mi ha insegnato l'importanza della costanza e della determinazione. Sei stato un esempio per affrontare le difficoltà senza paura, guardando sempre con razionalità e vedendo oltre le insicurezze, perché a piccoli passi si raggiungono grandi risultati. Non mi hai mai dato solo parole di conforto, ma gesti concreti che mi hanno dimostrato che la vicinanza è fatta di fatti e non di frasi. Grazie perché la tua presenza e i tuoi gesti sono stati per me segno di un sostegno mai mancato.

Ad **Alessia**, socio della direzione. Grazie perché hai reso questi 3 anni di università un viaggio indimenticabile. Abbiamo vissuto insieme qualsiasi momento di questo percorso: le sfide, le soddisfazioni, le giornate storte e quelle che ricorderemo per sempre. E non solo in università, ma anche in cucina. Le mille torte, dolci ma anche salate, le ricette healthy e anche le cene sfiziose ma non costose. Mi hai insegnato il valore del sostegno reciproco e della spalla su cui contare, in ogni momento e situazione, anche quando io mi lamentavo dei miei miei coinquilini e tu di tuo fratello. Grazie davvero perché non sarebbe stato lo stesso se non ci fossimo incontrate.

Ad **Alessia e Chiara** e al gruppo RealMafia, la mia seconda famiglia qui a Torino. Alessia, grazie per la tua dolcezza e per essere stata con me sempre così comprensiva. Il tuo modo di esprimere affetto è ciò che più porterò con me. Chiara, grazie perché nonostante il nostro rapporto all'inizio un po' altalenante, sei sempre stata quella persona in grado di sorprendermi. Con voi ho trovato un senso di appartenenza che mi ha aiutata a sentirmi a casa anche lontano da casa. I pranzi della domenica, gli aperitivi da riecchio, e le videochiamate a distanza perché sì, siete tre siciliane e una pugliese. Grazie perché siete state la più bella scoperta!

Infine a **Luca**. Non avrei mai pensato che qualcuno potesse lamentarsi così tanto e rimanere comunque simpatico. Grazie per i tuoi consigli e per le tue dritte, anche se tutti i miei font sono diventati anche i tuoi!

A **Emma e Giulia**, le grommine. Grazie perché siamo diventate tanto in così poco. Avete rappresentato il doppio lato di me stessa. Emma, grazie per la tua premura, i tuoi abbracci e la tua capacità di esserci sempre anche in silenzio. Giulia, anche se hai messo a dura prova la mia pazienza, sei riuscita sempre a farmi trovare un punto di vista diverso. Grazie perché le nostre discussioni, tra "io voglio helvetica" e "no, secondo me arial", ci hanno avvicinate, insegnandoci a trovare sempre un compromesso. Grazie per essere state un tassello importante di questa esperienza.

A zia **Paola**, da sempre un punto di riferimento. Grazie perché, con il tuo sapere infinito e il tuo modo di fare, riesci a trasformare le mie insicurezze in punti di forza. Anche con mille impegni, hai sempre trovato tempo per me, per i miei dubbi, per le mie paure (anche quelle più assurde) e per ogni domanda improvvisa. Grazie per essere stata, e per continuare ad essere, quella figura a cui vorrei somigliare un giorno.

A zia **Rina**, una presenza costante e solida nella mia vita. Grazie per essere sempre attenta e presente, e per rispettare i miei spazi pur continuandomi a dare supporto. Le nostre chiacchierate, soprattutto quelle dopo il supermercato, sono state la compagnia ideale per farmi sentire costantemente a casa. Grazie perché i piccoli gesti e le grandi certezze mi ricordano sempre cosa significhi avere un punto fermo su cui contare.

Ai miei **amici di una vita**. Grazie per avermi regalato anche voi un pezzo della mia identità.

A tutte le persone che, anche solo con un gesto o una parola, mi hanno sostenuto in questo percorso.

E infine a me stessa, al mio essere così insicura ma caparbia, che mi ha sempre permesso di raggiungere i miei obiettivi.

A chiunque vive con la paura di non farcela, ricordate: "la vertigine non è paura di cadere, ma voglia di volare".

Dal profondo del mio cuore, grazie!