

# No alle "pizze di latta" I pizzaioli protestano



La protesta è letteralmente esplosa in tutta Italia. Mentre al Tg1 restavano in silenzio dopo il nostro editoriale, fra i pizzaioli ed i ristoratori italiani si è scatenato un unico passa parola: "Difendiamo la Pizza tradizionale, e con questo uno dei caratteri più tipici di vita italiano". Come dire che la pubblicità gratuita ad un distributore automatico di pizze, impastate e cotte in 2 minuti e mezzo (proprio 2 minuti e mezzo), non è piaciuta a nessuno. E meno male che in pochi sapevano che il progetto (che non trova sbocco da tre anni) è stato finanziato con soldi pubblici



riprendendo un'iniziativa già saltata dieci anni fa...

Come era nelle previsioni, il messaggio lanciato da "Italia a Tavola" ha attivato una reazione fra i diretti interessati (i 25mila pizzaioli italiani e i circa 200mila addetti del settore), ma in verità è assolutamente generale e trasversale in tutto il Paese. Basterebbe leggere alcuni dei numerosissimi commenti che ci sono pervenuti in poche ore sul sito web. Ancora una volta a fare la differenza è in ogni caso Internet. A nemmeno 24 ore dalla pubblicazione su Web della nostra presa di

posizione, il presidente dei pizzaioli italiani, Emilio Giacometti (alla guida dell'Associazione nazionale pizzaioli e ristoratori - Anpir - e del Cip - il comitato che riunisce le numerose organizzazioni del settore) lanciava pubblicamente la sfida alla Rai invitando alla mobilitazione, anche su Facebook, a sostegno della Pizza. Più che esplicito il nome dell'iniziativa: Gli italiani contro le "pizze di latta".

I pizzaioli hanno in particolare denunciato senza mezzi termini l'atteggiamento della Rai, che avrebbe strumentalmente cercato di fare apparire come in difficoltà o impreparate le pizzerie di fronte alla pretesa "modernità" del distributore automatico. Il tre volte campione nazionale dei pizzaioli, **Emilio Giacometti**, non ha usato poi mezzi

## Altro che Dieta Mediterranea. Il Tg1

di Alberto Lupini

Sarebbero bastate sei parole al massimo. Del tipo: «Sarà, ma noi preferiamo la Pizza tradizionale». Se poi si fosse aggiunto «soprattutto se di forno a legna...», ancora meglio. Ma ovviamente questo avrebbe presupposto quel minimo senso di responsabilità che negli ultimi tempi ad alcuni colleghi della Rai sembra decisamente mancare. E così, con un tono quasi da scoop, sabato 14 marzo nell'edizione di punta delle 20 del Tg1, è strato trasmesso un servizio inneggiante a un distributore automatico di pizza che in due minuti e mezzo e per 4 euro e mezzo scodella sull'istante ben 4 tipi di pizza («effetto forno a legna», ha avuto anche la spudoratezza di aggiungere la telecronista, quasi stesse leggendo la brochure aziendale...).

A parte l'amaro in bocca lasciato agli amanti del piatto forse più famoso d'Italia, ci chiediamo: qualcuno al Tg1

si rende conto che, in un momento di crisi come questo, simili notizie sono peggio di attentati terroristici per il settore del fuori casa e per l'immagine del Made in Italy a Tavola? Già abbiamo dovuto ingoiare l'offesa ai produttori italiani di vino con Fabrizio Del Noce che in diretta su Rai 1 la notte di Capodanno ha bevuto (per giunta a canna, da vero cafone) una bottiglia di Champagne. Che adesso si arrivasse a colpire al cuore uno dei simboli della Dieta Mediterranea (mentre altri colleghi sempre della Rai, come quelli di Decanter, lanciano iniziative proprio a favore di questa) ha veramente dell'incredibile. Ma dove vivono e, soprattutto, per chi parteggiano alla Rai?


Non ci permettiamo di sindacare sulla bontà o meno della notizia (se il brevetto è così significativo se ne poteva parlare in Tg1 Economia alle 14, con ben altro taglio). Ciò che contestiamo duramente è l'inopportunità della collocazione

del servizio nella fascia di massimo ascolto. Per il modo con cui è stata presentata sembrava solo una grande "marchetta" pubblicitaria (anche in questo caso il Garante e la Commissione di Vigilanza staranno zitti come sul caso Del Noce/Champagne?) con l'obiettivo di creare quasi un'alternativa all'offerta delle migliaia di pizzerie di Italia che, nel bene o nel male, tengono alto uno dei simboli del nostro stare a tavola e dell'italian style. Non dimentichiamo che le pizzerie sono spesso piene anche di turisti stranieri che vengono in Italia proprio per mangiare, finalmente, la vera pizza...

E tutto ciò, si badi bene, quasi liquidando l'esperienza e l'arte di secoli dei pizzaioli seri, paragonati senza se e senza ma ad una macchina che in due minuti e mezzo impasta acqua e farina e cuoce... Quasi un sacrilegio



termini per chiedere che la Rai porga le sue scuse e intervenga per una rivalutazione della categoria. «Il video - dice - contiene delle mistificazioni. Sopra le immagini del distributore hanno messo quelle del forno a legna, quasi a lasciare intendere che ci possa essere una qualche affinità. Nei grattacieli di New York si spendono milioni di euro per poter realizzare dei forni a legna per fare delle pizze secondo la tradizione, e qui si vuole dare l'impressione che bastino pochi secondi di gas per ottenere un piatto che tutto il mondo ci invidia per come è fatto da sempre...

E non si dice nulla - prosegue - sugli ingredienti e sul fatto che venga, o meno, utilizzato lievito chimico. Non è certo un problema di concorrenza che può preoccupare i pizzaioli, quanto l'immagine del prodotto e la banalizzazione che viene fatta contro un patrimonio gastronomico nazionale che va invece tutelato, sostenuto e promosso in tutte le sue parti più tradizionali. A partire dall'utilizzo di prodotti genuini e di tecniche codificate».  [cod 8915](#)

# Se il forno è artigianale

## Ceky: per le pizzerie nel mondo la garanzia del Made in Italy

**F**orni Ceky, percorrendo il proprio cammino di crescita ormai a livello internazionale, conferma l'attenzione da sempre posta alla valorizzazione del proprio marchio e dei propri prodotti. Segno distintivo di qualità e affidabilità ormai noto e affermato nel panorama della ristorazione italiana, il logo Ceky valica le Alpi per confermare investimenti importanti anche al di fuori dei confini nazionali.

Il successo dello stand alla fiera Foods & Goods, tenutasi a Parigi



il 25 e 26 marzo scorsi, riconferma come l'attenzione per l'altissima qualità e per l'accurato lavoro degli artigiani Ceky non sia solamente una prerogativa dei pizzaioli italiani, quanto un carattere distintivo di chi ricerca nei propri strumenti di lavoro non solo affidabilità ed efficienza, ma anche una forte personalità conferita da uno studio attento del design. Nell'ottica di una strategia che ormai guarda oltre ai confini nazionali la fiera parigina rappresenta solo un piccolo passo del cammino di internazionalizzazione che l'impresa bresciana ha intrapreso diversi anni addietro.

Forte di una produzione che difende e sostiene la tradizione artigiana del Belpaese, Forni Ceky esporta in tutto il mondo, dove i suoi prodotti trovano le stesse approvazioni e i successi riscontrati in Italia. In un contesto competitivo ormai globalizzato, i forni Ceky sono l'emblema di come la cura del particolare, lo studio dei materiali e delle tecniche realizzative e soprattutto l'attenzione per i propri clienti siano una formula vincente per l'esportazione della cultura made in Italy, in un mercato nel quale i confini nazionali assumono un ruolo di sempre minore rilievo.

Forni Ceky  
via Industriale 21/23, 25030 Lograto (Bs)  
Tel 030 9972249 - Fax 030 9972818  
[www.ckey.it](http://www.ckey.it) - [info@ckey.it](mailto:info@ckey.it)

## calpesta anche la Pizza



se penso al mio amico Luigi Esposito che tutte le mattine si alza alle 7 per fare la pasta che lievita tutto il giorno per garantire fragranza e digeribilità alla Pizza che serve solo la sera....

Ma tutto ciò non basta. C'è qualcosa di molto più grave. Come

la mancanza di un qualunque spirito critico e, soprattutto, di un accenno agli aspetti igienico sanitari o dietologici. Come è possibile che sempre sulla Rai si dedichino ore e ore di trasmissione con dietologi, cuochi, esperti di alimentazione per descrivere le varie virtù e qualità di alimenti e modalità di cottura e poi si dimentichi tutto per promuovere un sistema che ti fa la pizza (dall'impasto alla cottura) in due minuti e mezzo? Ma andiamo, se il distributore a moneta è davvero così rivoluzionario da meritare la fascia in assoluto di maggiore ascolto, almeno

una breve scheda di un dietologo non ci sarebbe stata male...

In proposito rimandiamo alla spiegazione che dà della Pizza Giorgio Calabrese: «Pizza vuol dire mangiare della farina di frumento con lievito e acqua preparata in modo tale da essere mangiata, a volte, al posto di una cena completa, senza penalizzare il corpo, anzi migliorandone le performances. La Pizza oggi non si identifica col pasto povero per gente non abbiente, ma al contrario vuol dire pasto veloce, detto all'italiana, per non identificarsi col più usurato termine di fast-food. Da non dimenticare l'olio extravergine di oliva che pulisce le arterie e protegge il cuore dalle malattie, come l'infarto». Che questo possa essere garantito dal distributore automatico ci sia consentito di dubitare e, salvo prova provata, al Tg1 dovrebbero chiedere scusa ai pizzaioli italiani.

Ma tanto siamo quasi certi che non lo faranno neanche stavolta.

*Per i commenti a questo editoriale*