

## Occhio al prodotto

## Facciamoci una bella tazzina di caffè



"A che bell'ò café, pure in carcere 'o sanno fa', co a ricetta ch'a Ciccirinella (compagno di cella) ci ha dato mamma".

Così cantava il grande Fabrizio De André nella celeberrima canzone "Don Raffaé". L'argomento è sconfinato, e quindi mi dovrò limitare a poche sottolineature. La pianta del caffè è sempreverde, della famiglia delle Rubiacee e cresce solamente nelle zone comprese tra i due tropici. Esistono circa sessanta differenti varietà, ma le più note sono la Arabica e la Robusta. Dalla Arabica si ricavano i frutti di qualità migliore e il gusto del prodotto finito è intenso e soave. La Robusta, qualità meno pregiata, è caratterizzata dal gusto forte e corposo e da una maggiore quantità di caffeina. La pianta cresce in collina tra i 200 metri sino ai 600. La produzione mondiale è di circa 110 milioni di sacchi da 60 kg e proviene da Centro-Sud America, Asia, Africa. È un prodotto delicato, perciò le operazioni post raccolto debbono essere effettuate con tempestività. Dopo la raccolta i chicchi vanno estratti in pochi giorni eliminando la polpa e le varie pellicole che li circondano. I modi di lavorazione sono essenzialmente due, metodo a secco e metodo a umido. Il primo consiste nell'espore il prodotto all'essiccazione; dopo tale operazione le bacche, ormai rinsecchite, vengono pulite mediante setacci meccanici. Il metodo ad umido, dà risultati finali superiori e consiste nell'introdurre le bacche in grossi serbatoi d'acqua per liberare i noccioli dalla membrana e dalla pellicola. Successivamente i semi vengono trasferiti in camere di fermentazione, e poi vengono fatti stagionare per circa trenta giorni al fine di acquistare gusto e aroma. Le fasi successive, consistono nell'eliminare le imperfezioni. Durante la fase di tostatura, che raggiunge una temperatura di circa 220°, i chicchi incominciano a colorarsi di scuro e quindi ad abbrustolirsi, diminuiscono di peso ed aumentano di volume. Il processo chimico si arresta con l'abbrustolimento ed il successivo raffreddamento. Il grado di torrefazione varia da nazione a nazione, in quanto è il grado di tostatura che poi caratterizza

la bevanda dal sapore amaro e dal colore scuro. Fin qui alcuni cenni generali. Il resto è una miriade di variazioni sul tema. Si va dal caffè "alla napoletana", come dicevamo all'inizio, fatto con la tipica macchinetta che, capovolta, consente di far lentamente passare l'acqua attraverso il filtro, sino alle modernissime macchine completamen-

te automatiche nelle quali basta inserire "a scatto" una cialda, et voilà un discreto caffè.

All'estero, di solito, per noi italiani è una pena, perché troviamo cose orrende, magari spacciate per "italian espresso". Devo però dire, facendo inorridire i puristi, che negli USA ed in Nord Europa mi è capitato più volte di bere del caffè assolutamente decente, ma nemme-

no lontano parente del "ristretto" nostrano. Sembra più un the, ma la caffeina ingerita è certamente tanta. Sì, perché essa è "idrosolubile", cioè si scioglie in acqua, e quindi coloro che amano il caffè "lungo" sappiano che ingurgitano molta più caffeina che non con un ristretto. In ogni caso io sono assolutamente d'accordo con lo slogan che Nino Manfredi diceva molti anni fa: "il caffè è un piacere! Se non è bono, che piacere è?". Al caffè si associano una serie di valenze, solitamente positive: rilassarsi, svegliarsi, stare in compagnia di amici, gustare una cosa buona, prendersi una pausa dall'attività.

Perciò un altro slogan ben si associa al gesto di gustarsi un caffè: "poco, ma ottimo!". Sono d'accordo, basta che non sia la scusa per accendersi una sigaretta...

Pietro Pero

### Ci scrivono

#### A proposito dell'acquisto d'impulso

Interessante l'articolo di Pietro Pero "L'acquisto di impulso" (Gazzettino Sampierdarenese, febbraio 2009): vorrei provare ad integrarlo.

Premetto che anch'io ho ceduto, e qualche volta ancora cedo, all'acquisto "così gratificante per la psiche", che per una donna spazia in una vasta gamma di prodotti, dal rossetto sino ad arrivare alla borsa o al capo firmato. Passato il momento entusiasmante ci si sente in colpa, perché ci si accorge che oltre ad aver speso soldi, tanti, nell'armadio abbiamo borse o vestiti che non basterà un cambio due volte al giorno per metterli tutti, e nella busta del trucco abbiamo una serie infinita di rossetti con tutte le gradazioni di colore da far invidia al migliore degli arcobaleni.

Al supermercato ci lasciamo travolgere dalle raccolte punti per avere il servizio di piatti, di bicchieri o la batteria di padelle antiaderenti. Chi di noi in casa non ha almeno tre servizi di piatti alzati la mano. Per non parlare dei bicchieri e delle padelle. L'offerta del 3x2 è la più pericolosa. S'insinua nel nostro cervello con meditazioni del genere: che male c'è, lo consumiamo comunque, non incide sul conto della spesa (sennò che 3x2 sarebbe?), e quindi via con acquisti sconsiderati e allegri di prodotti in quantità industriale senza guardare la data di scadenza. Quando ce ne accorgiamo siamo costretti a propinarli a tutta la famiglia per colazione, pranzo e cena. In ultimo parliamo dell'acquisto compulsivo tecnologico che non fa discriminazioni, colpisce sia uomini sia donne. Non si riesce a resistere davanti all'ultimo modello di telefonino, palmare, televisore. Le vetrine dei negozi specializzati e le pubblicità martellanti agiscono come delle calamite. Ci sono dei computer ultima generazione, addirittura "touch screen" per evitare il mouse, collegamenti Internet super veloci, quasi con il pensiero.

Ma c'è anche il 90% (senza esagerare) delle persone che non conosce neppure il significato dei termini più elementari del tipo: CPU, Hard Disk, RAM, ecc.. Hanno finalmente acquistato il gioiellino, lo portano a casa e riescono ad accenderlo, e questa è già una conquista, lo usano pedestramente e intasano il pc di virus, perché tra i vari acquisti accessori non hanno pensato alla cosa più importante "l'antivirus". E anche se ci hanno pensato, perché il negoziante scrupoloso (o l'amico sensato) glielo ha suggerito, non lo aggiornano.

Per concludere condivido pienamente con Pietro Pero sul fatto che dobbiamo cercare di essere prima di tutto delle persone piuttosto che dei consumatori, ma se anche cediamo all'acquisto non facciamo seguendo l'istinto ma usando il cervello, molto, molto bene.

Enrica Quaglia

### Lettere al Gazzettino

## Largo ai giovani

Caro Gazzettino, sono stato sempre un tuo lettore e 'propagandista'; ti uso adesso per uno sfogo avendo dovuto tornare a ri-gestire il bar "Liz" di via Cantore dopo essermene andato in pensione per acquisita età. Ci si lamenta perché i giovani non trovano spazi per emergere. Però, essi dovrebbero innanzi tutto sapere che San Pier d'Arena era una città nella quale sino a pochissimo tempo fa potevamo contare su numerose attrattive locali (un teatro come oggi; ma ben undici cinematografi; sette discoteche; vari ristoranti di fama; nonché bar aperti sino a notte fonda capaci di offrire un minimo di attrazione per i nottambuli). Cioè, non servono spazi nuovi, se i giovani non hanno iniziativa imprenditoriale - ovvero volontà di affrontare il rischio, la concorrenza e la 'scelta' della merce da offrire - ma soprattutto ed assai più grave, se non hanno alcuna idea della parola sacrificio. Il bar che gestisco è conosciuto in tutta San Pier d'Arena ed è diventato un punto di riferimento per la delegazione non in virtù di fortuna o volontà divina, ma perché frutto di non pochi sacrifici affrontati col sorriso sulle labbra, nonché fornito di cibarie di prima scelta, aperto dal mattino sino alle piccole ore notturne (16-17 ore! In piedi) e perché sempre pronto alle esigenze di tutti i passanti (dall'uso del gabinetto ai tanti incidentati che ho assistito ed aiutato nell'antistante pericolosissimo incrocio!).

Ma il lamento si allarga coinvolgendo chi ci rappresenta a livello cittadino: attività commerciale per guadagnare, è vero; ma anche un servizio offerto alla città. I giovani si scoraggiano anche perché si sentono - da subito - solo limoni da spremere; la burocrazia è capillare, e di un livello vessatorio tale che chi non ha già una notevole dimestichezza, cade miseramente nelle maglie impietose dei vari controllori. Ovvio che i giovani si scoraggiano. Chiedo quindi tramite le tue pagine che l'Amministrazione cittadina - visto il ruolo che abbiamo di presenza e vitalità nel territorio - svolga una politica più snella, più d'aiuto ai giovani che iniziano e - se mi è consentito - più furba, rispondendo al famoso quesito: "cui prodest?" (mia figlia è avvocato e il latino è di casa...)

Riccardo Cecere

del bar Liz di via Cantore angolo corso L. Martinetti

### Una speranza per il nostro mare

## In prima mondiale: al "Nautico" la barca ad idrogeno

In occasione del prossimo Salone Nautico sarà presentato il progetto "Nautica ad idrogeno".

Per la prima volta a livello mondiale, l'innovativo metodo sarà sperimentato proprio a Genova. L'accordo è stato preso durante la recente fiera di riferimento delle energie rinnovabili, Energethica, tra: H2U - università dell'idrogeno - assessore all'ambiente della Regione Liguria ed Energethica. Il contratto prevede la creazione di un prototipo di barca a vela ad idrogeno e anche l'installazione di una rete di punti-rifornimento, prodotta da fonti rinnovabili, da realizzare nei porti. Il presidente di H2U, Nicola Conenna, evidenzia l'importanza del progetto che prevede, anche per la nautica, l'uso d'energie rinnovabili d'origine solare, alternative, quindi, ai combustibili di derivazione petrolifera.

Non poteva essere che Genova, capitale del mare, a far decollare l'importante novità e dare il via - si spera - alla tutela delle nostre preziose acque marine adesso così fortemente compromesse.

La.Trav

# GARAGE CASABIANCA

NEL CENTRO STORICO DI SAMPIERDARENA

ABBONAMENTI MENSILI, ANNUALI E PARCHEGGIO AD ORE

Vico Stretto S. Antonio, 10  
(a metà di Via Buranello)

Auguri di Buona Pasqua

GE - SAMPIERDARENA  
tel. 010.41.36.61