

AIO



Il volume è stato realizzato con il contributo del Dipartimento di Studi Economici e Giuridici dell'Università degli Studi di Napoli "Parthenope" e del CEICC — Centro europeo di informazione cultura cittadinanza del Comune di Napoli. Il volume ha ricevuto il patrocinio della Regione Campania. Il volume adotta il sistema di valutazione *double-blind peer review*.

# Il prodotto agroalimentare campano tra lingua, cultura e tradizione

*a cura di*

Claudio Grimaldi

*Contributi di*

Fortuna Amato, Francesca Brancaccio, Micol Forte  
Sara Longobardi, Francesco Nacchia, Marina Niceforo  
Jacopo Varchetta, Silvia Domenica Zollo



Copyright © MMXVII  
Aracne editrice int.le S.r.l.

[www.aracneeditrice.it](http://www.aracneeditrice.it)  
[info@aracneeditrice.it](mailto:info@aracneeditrice.it)

via Quarto Negrone, 15  
00040 Ariccia (RM)  
(06) 45551463

ISBN 978-88-255-0167-4

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,  
di riproduzione e di adattamento anche parziale,  
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie  
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: marzo 2017

# Indice

- 7 Prefazione  
*Daniela Covino, Angela Mariani*
- 11 Introduzione  
*Carolina Diglio*
- 15 “I rosoli”, un’antica tradizione  
*Fortuna Amato*
- 23 I mestieri dell’arte casearia tra lessico e cultura (dominio francese–italiano)  
*Francesca Brancaccio*
- 35 La fabrication des *Pâtes de Gragnano*: terminologie d’un art entre modernité et tradition  
*Micol Forte*
- 55 *Oli y olive* de la región Campania: observaciones sobre la terminología italiana y española  
*Sara Longobardi*
- 67 The preservation and intercultural transmission of traditional knowledge within the European Union: the case of *Mozzarella di Bufala Campana*’s “filatura”  
*Francesco Nacchia*
- 83 Translating Neapolitan food terms into English  
*Marina Niceforo*
- 91 Aspectos históricos y lingüísticos de la producción frutícola: el caso de los productos típicos y tradicionales de Nápoles y Campania  
*Jacopo Varchetta*

- 103    Les mots de la pâtisserie à travers les âges  
*Silvia Domenica Zollo*
- 119    Nota metodologica per un glossario dell'agroalimentare  
campano  
*Claudio Grimaldi*
- 125    Glossario plurilingue dei prodotti tipici e tradizionali della  
Regione Campania  
*Claudio Grimaldi (a cura di)*
- 161    Glossario plurilingue dei mestieri relativi ai prodotti tipici  
e tradizionali della Regione Campania  
*Claudio Grimaldi (a cura di)*
- 169    Glossario plurilingue delle fasi di lavorazione dei prodotti  
tipici e tradizionali della Regione Campania  
*Claudio Grimaldi (a cura di)*

## Prefazione

DANIELA COVINO, ANGELA MARIANI\*

Il sistema agroalimentare comprende l'insieme delle attività tra loro collegate da rapporti commerciali, che intervengono e contribuiscono alla creazione del "valore" del prodotto alimentare, "dai campi alla tavola". In un'accezione "sistemica", si configura come un complesso sistema di interrelazioni, in cui i modelli di consumo sono il fulcro dinamico di indirizzo.

Un contributo rilevante alla complessità viene poi dalla presenza su tali mercati di prodotti con caratteristiche profondamente diverse (*commodities* vs. *specialities* alimentari), che rispondono a logiche di consumo strutturalmente differenti, che valorizzano aspetti legati a vantaggi competitivi di diversa natura, ma che comunque funzionano secondo una logica di domanda ("demand pulled").

Di conseguenza, il consumatore di prodotti alimentari è un operatore economico in grado di esprimere istanze specifiche riguardo ad attributi di tipo "convenience" (tempo, varietà, immagine, prezzo), di tipo etico (ambiente, condizioni di lavoro, valori culturali), legati alla sicurezza: in sintesi valori nuovi, che lo rendono più esigente, più selettivo nel valutare il rapporto qualità/prezzo dei prodotti e servizi che acquista, maggiormente disposto a pagare per ottenere dal mercato prodotti con specifiche caratteristiche.

Per soddisfare queste esigenze, il consumatore esprime un bisogno crescente di informazioni e di garanzie sui prodotti e sui processi produttivi, che rendono centrale il ruolo della comunicazione in senso lato.

L'utilizzo della parola diviene discriminante in tale contesto in termini di ruolo nel concorrere al raggiungimento del benessere collettivo. A tale fine, occorre ricordare come i sistemi agroalimentari concorrano a soddisfare esigenze di carattere primario legate alla mera funzione alimentare, ma anche alla garanzia della sicu-

\* Daniela Covino e Angela Mariani sono professori ordinari di Economia agroalimentare presso l'Università degli Studi di Napoli "Parthenope".

rezza alimentare e, parallelamente, esigenze di carattere, per così dire, “accessorio”. Queste ultime si riconducono alla creazione di valore relativamente ad un’ampia gamma di funzioni riconducibili all’atto dell’alimentazione in un’ottica di “cibo flessibile”. I sistemi agroalimentari sono pertanto chiamati a interpretare e favorire il soddisfacimento di esigenze materiali e immateriali, espresse e implicite, visibili e non, e sempre mutevoli e dinamiche.

Gli *stakeholders* hanno dunque la necessità di condividere il linguaggio nel perseguimento di obiettivi multipli e variegati.

Da un lato divengono inderogabili l’inequivocabilità e la chiarezza dei significati relativamente alle questioni legate alla sicurezza degli alimenti. In particolare, il requisito di inequivocabilità diviene stringente se coniugato con il contenuto informativo di etichette (valori nutrizionali, *novel foods*, presenza/assenza di OGM), e di tecniche (in primis la rintracciabilità delle filiere agroalimentari). Questo tema offre terreno fertile per numerose insidie al corretto funzionamento dei sistemi agroalimentari, legate alla capacità delle parole e dei termini di condurre l’informazione. D’altro canto, la capacità di veicolare/interpretare sfumature nell’obiettivo di creare valore per il sistema assume particolare rilievo nell’ambito delle tematiche relative alla *food quality*, in modo più forte per i cosiddetti “valori intangibili” derivanti dal consumo degli alimenti. È questo l’ambito in cui riflettere per cogliere le opportunità legate al corretto uso delle parole e della terminologia per contribuire alla riuscita del sistema.

Alcune complicità di carattere teorico, peculiari del funzionamento dei sistemi agroalimentari rendono ancora più stringente la condivisione di parole per denominare in maniera *univoca* e contemporaneamente attraverso un *gradiente di sfumature*.

Molti prodotti agro-alimentari si qualificano per caratteristiche di tipo *fiducia*: l’esperienza di consumo non è sufficiente per consentire al consumatore una conoscenza perfetta delle caratteristiche di qualità del prodotto. Si viene a creare dunque una reale condizione di asimmetria informativa. Laddove effettivamente esistano differenze qualitative e nei costi di produzione, un forte incentivo per le imprese ad offrire ai consumatori prodotti di qualità inferiore come prodotti di qualità elevata, in una logica di *opportunismo*, finisce per comportare una perdita di benessere collettivo.

Si può così generare un malfunzionamento (fallimento) del mercato della qualità, che risulta in un’allocazione non ottimale del benessere tra i diversi *stakeholders*.



È necessario ridurre l'asimmetria informativa attraverso lo strumento della fiducia, aumentando, a favore dei consumatori, l'informazione sull'effettiva qualità dei prodotti che vengono loro offerti.

È immediato rilevare la difficoltà di sviluppare fiducia in assenza di una corretta condivisione della terminologia e di un uso opportuno delle parole per denominare.

I contributi del presente volume vogliono appunto offrire una riflessione sulla strategicità dell'individuazione delle aree di interazione tra terminologia ed economia agroalimentare, sia attraverso considerazioni di carattere teorico, sia attraverso l'esemplificazione di aree di ricerca presenti in letteratura individuate attraverso un lavoro di rassegna, mettendo in evidenza rischi e opportunità legati a particolari scelte strategiche per i sistemi agroalimentari, soprattutto nelle aree del marketing e dell'analisi della percezione dei consumatori nei confronti dei prodotti alimentari.



## Introduzione

CAROLINA DIGLIO\*

Il prodotto agroalimentare campano rappresenta a tutti gli effetti un'eccellenza del territorio regionale la cui qualità è pienamente condivisa e riconosciuta dai principali esperti del settore, che lo inseriscono nel sistema nutrizionale della Dieta mediterranea, patrimonio immateriale dell'umanità secondo l'Unesco sia per la sua urgente necessità di salvaguardia sia per il suo status rappresentativo. In effetti, se dal punto di vista produttivo e qualitativo il prodotto agroalimentare campano costituisce un oggetto di indagine e di studio privilegiato, da una prospettiva strettamente linguistico-culturale esso è da intendere come un patrimonio rappresentativo di saperi legato alle attività, alle tecniche e alle professioni che sono l'essenza della sua tipicità e che si configurano come una fonte di primaria rilevanza per la ricostruzione del nostro territorio in tutti i suoi differenti aspetti.

La valorizzazione del prodotto agroalimentare campano, che si può assurgere a simbolo di una generale promozione del *made in Italy*, non si produce soltanto in un'ottica strettamente economica, ma si realizza anche grazie a delle riflessioni mirate di natura linguistico-culturale e terminologica, in un'ottica contrastiva con le lingue straniere, al fine di scoprire, ricordare, conservare, trasmettere e diffondere i saperi che si celano dietro a delle parole, talvolta note, altre volte meno conosciute. Le parole, infatti, «non servono solo per esprimere quello che siamo, ma contribuiscono a costruirci»<sup>1</sup> ed è proprio in questa prospettiva che partire dal prodotto agroalimentare campano e analizzarlo linguisticamente significa rinsaldare il vincolo con il nostro territorio, per indagarne il potenziale evocativo nelle differenti lingue straniere.

\* Carolina Diglio è professore ordinario di Letteratura francese presso l'Università degli Studi di Napoli "Parthenope".

1. C. SCAFFIDI, *Mangia come parli. Com'è cambiato il vocabolario del cibo*, Bra, Slow Food Editore, 2014, p. 9.

Il presente lavoro, che si inserisce nelle attività scientifiche condotte dal dott. Grimaldi nell'ambito dell'assegno di ricerca finanziato dalla Regione Campania (PO FSE CAMPANIA 2007–2013/2014–2020) dal titolo “Servizi linguistici e terminologici per il marketing in lingua francese del prodotto campano d'eccellenza” (Dipartimento di Studi Economici e Giuridici dell'Università degli Studi di Napoli “Parthenope”), costituisce un valido esempio della ricchezza linguistica del patrimonio culturale regionale e dell'ampiezza di studi che possono essere condotti su termini che appartengono al sistema agroalimentare tradizionale<sup>2</sup>, inteso quale attività di produzione agricola, trasformazione industriale, distribuzione e consumo di prodotti alimentari tipici di un'area geografica.

Il volume *Il prodotto agroalimentare campano tra lingua, cultura e tradizione* accoglie i contributi dei dottorandi di ricerca in terminologia dell'Università degli Studi di Napoli “Parthenope” che, a partire dalla lista dei Prodotti Tipici e dei Prodotti Agroalimentari Tradizionali (PAT) disponibile sul sito dell'Assessorato Agricoltura della Regione Campania, hanno indagato gli aspetti linguisticamente più interessanti di questi prodotti. Inoltre, questi ultimi sono stati analizzati includendo l'intero patrimonio di saperi che costituiscono la loro tipicità — in particolare le professioni e le tecniche di lavorazione ad essi collegati — e sono stati prima classificati e poi tradotti nelle tre lingue straniere di studio degli Autori (francese, inglese e spagnolo), per confluire, infine, in un glossario plurilingue cui tutti gli Autori hanno collaborato nelle varie fasi di realizzazione e che è stato curato dal dott. Grimaldi, che attraverso una nota metodologica introduce alla redazione di un glossario sulla terminologia dell'agroalimentare e alla lettura di questo prezioso documento.

Ad aprire il volume è il lavoro di Fortuna Amato che presenta il prodotto “artigianale” agroalimentare campano dei rosoli, contestualizzandolo nella sua origine locale e nella sua natura terminologico-culturale. Questo prodotto rappresenta una chiara testimonianza della storia e delle tradizioni campane e dimostra come la gamma di tipicità enogastronomiche di un territorio costituisca, in generale, un elemento di non secondaria importanza del sistema di offerta locale, non solo in chiave di sviluppo turistico, ma anche quale elemento veicolare dell'immagine territoriale.

2. Cfr. F. CHessa, C. DE GIOVANNI, M. T. ZANOLA (a cura di), *La terminologia dell'agroalimentare*, Milano, FrancoAngeli, 2014.

Due contributi del volume si focalizzano principalmente sulla gamma dei prodotti caseari, che sono a tutti gli effetti una delle ricchezze maggiori del territorio campano. Francesca Brancaccio propone un'analisi condotta sui termini che designano i mestieri coinvolti nel processo produttivo del formaggio, a partire da un corpus composto da testi e pagine web in lingua italiana e francese, portando avanti delle considerazioni di carattere socio-culturale, economico e più prettamente linguistico. In un'ottica traduttiva, Francesco Nacchia studia le implicazioni prettamente culturali e giuridiche legate alla traduzione della terminologia della Mozzarella di Bufala Campana e delle sue tecniche di lavorazione all'interno dei Regolamenti ufficiali dell'Unione europea. Lo scopo è quello di verificare l'equivalenza lessicale delle terminologie italiana e inglese per discutere le ragioni che disciplinano specifiche scelte traduttive.

In una prospettiva contrastiva italiano-francese, il contributo di Micol Forte, ispirato da un noto prodotto della tradizione napoletana quale la Pasta di Gragnano, indaga i termini che nelle due lingue designano i processi di produzione della pasta, prestando particolare attenzione ai casi di variazione terminologica correlati a distinte tipologie testuali e soffermandosi in particolare sull'individuazione e sull'esame di fenomeni semantici quali la sinonimia, la polisemia e l'anisomorfismo.

La terminologia relativa alla produzione degli oli di oliva della Regione Campania è oggetto del contributo di Sara Longobardi che, in un approccio contrastivo italiano-spagnolo, intende mettere in luce le peculiarità della terminologia utilizzata per denominare i prodotti, gli strumenti, le professioni e le fasi di lavorazione collegati alla produzione dell'olio di oliva campano. Un altro ambito di produzione campano dalla grande tradizione agroalimentare è quello della frutticoltura, in cui la Campania resta a livello nazionale una delle regioni leader in termini di fatturato: l'analisi di Jacopo Varchetta verte sugli aspetti storici e linguistici legati alla produzione di frutta a Napoli e più in generale nell'intero territorio regionale.

La terminologia dell'agroalimentare è intimamente legata alla cultura dell'area geografica di produzione. Il contributo di Marina Niceforo si inserisce in una riflessione di natura traduttologica condotta su alcuni tentativi di traduzione dal napoletano all'inglese delle denominazioni di formaggi e prodotti vegetali, tenendo in considerazione i diversi scopi insiti nel tipo di traduzione di tali denominazioni. Intimamente legata alla cultura è anche la terminologia della pasticceria,

i cui termini si inseriscono a pieno titolo all'interno di un percorso linguistico–culturale che porta all'emergere di denominazioni la cui origine non è sempre immediatamente trasparente. Seguendo un approccio diacronico, chiude il volume Silvia Domenica Zollo che indaga gli aspetti chiave dell'ambito della pasticceria, esplorando la storia terminologica di alcuni termini attraverso supporti linguistici di distinta tipologia, quali i dizionari, le enciclopedie e i manuali.

## “I rosoli”, un’antica tradizione

FORTUNA AMATO\*

**ABSTRACT:** La finalità dell’articolo è quella di promuovere un prodotto “artigianale” agroalimentare campano, “i Rosoli”, contestualizzandolo nella sua origine locale, nella sua natura terminologica e culturale con l’intento di valorizzarlo sul piano internazionale come testimonianza della storia e delle tradizioni locali, dimostrando come la gamma di tipicità enogastronomiche di un territorio costituisce, in generale, un elemento di non secondaria importanza del sistema di offerta locale, non solo in chiave di sviluppo turistico, ma anche in funzione di veicolo dell’immagine territoriale.

**ABSTRACT:** This paper aims to promote the Rosoli, a “craft-product” in Campania, looking at their local origin, their terminology and their cultural aspects. The research tries to give an international value to these full of history and local tradition products: it demonstrates that the image a country has all around the world could depend on how its local products are viewed and considered. So, a local product can improve tourism and at the same time it can internationalise the territorial image.

### 1. Introduzione

I liquori si classificano, in base al prodotto con cui vengono preparati, nelle seguenti categorie:

- a) Liquori naturali: sono bevande dal profumo e gusto ben definiti, che chiaramente indicano il prodotto con il quale sono stati creati;
- b) Liquori di fantasia: bevande la cui denominazione non è legata alle sostanze con le quali sono state prodotte;
- c) Creme: sono bevande gradevoli e moderatamente alcoliche (da un minimo di 15° ad un massimo di 30°); la denominazione “crema di” seguita dal frutto o dalla materia prima utilizzata

\* Fortuna Amato è dottoranda in “Eurolinguaggi e terminologie specialistiche” presso l’Università degli Studi di Napoli “Parthenope”.

(fiori, erbe aromatiche, ecc.) è riservata ai liquori aventi un tenore minimo di zuccheri.

La storia dei liquori affonda le sue radici nel Medioevo quando l'uomo ancora non conosceva le moderne medicine e per curarsi usava soltanto le sostanze vegetali. Non c'è un inventore preciso, ma un'evoluzione di alcuni preparati magici che servivano per guarire. Nacque così la grande tradizione liquoristica italiana. Quando Caterina De Medici andò in sposa al Re Enrico II di Francia, portò con sé oltre ai cuochi ed i pasticceri, anche i liquoristi italiani che fecero conoscere ed apprezzare i segreti dei loro liquori. Con la scoperta delle Indie occidentali — il Nuovo Mondo — arrivarono nuovi frutti ed aromi da aggiungere alle ricette dei liquori che intorno alla seconda metà del 1800 cominciarono ad essere considerati non solo un toccasana, ma una bevanda da bere per il piacere del palato e dell'animo<sup>1</sup>. Anche i monaci (benedettini e certosini) diedero un forte impulso alla produzione di liquori che tutt'oggi sono ancora bevuti. Anche il frate padovano Michele Savonarola (nonno del predicatore Girolamo) ci lavorò a lungo nel XV secolo, migliorando ulteriormente le possibilità di produrre più velocemente acquaviti. Grazie ai più approfonditi studi sulla fermentazione e ai miglioramenti ottenuti nella produzione dello zucchero, l'industria liquoristica ebbe un'ulteriore spinta portando l'Italia, la Francia e l'Olanda ad essere tra i principali produttori di liquori.

Nel presente lavoro si intende evidenziare lo stretto legame tra i processi di produzione dei rosoli e il nome ad esso attribuito. Lo studio etimologico su tali prodotti rivela, infatti, la naturale relazione tra le fasi di preparazione, macerazione e conservazione e la loro denominazione.

## 2. I liquori dolci: i rosoli

Con il termine generico di “rosolio” — la cui etimologia è incerta perché potrebbe essere riferito alle rose per estensione ad un olio rosato — si intendono i liquori aromatizzati, a base di alcool, acqua e zucchero, che prendono il nome dalla sostanza aromatica che vi si

1. [www.calderini.it](http://www.calderini.it) — Calderini; Unità Didattica 2 “Distillati, liquori e cocktail”, Milano, RCS Libri, 2005, p. 123.



aggiunge. Il vocabolario della Lingua Italiana di Zingarelli<sup>2</sup> definisce il rosolio come «liquore preparato con alcool, zucchero e acqua nella stessa proporzione, con più un'essenza che gli dà il nome»: quindi rosolio alla rosa, alla menta e così via. L'etimologia che si attribuisce è quella di "ros solis", cioè rugiada di sole. La parola "ros solis" si sviluppò in "rosolio", interpretato come liquore fatto con le rose. Di conseguenza i petali delle rose servono a poco nella definizione del nome.

È molto diffuso soprattutto nel sud Italia e in Piemonte. In particolare in Sicilia sin dal Cinquecento veniva prodotto in casa e offerto agli ospiti in segno di buon augurio.

### 3. La classificazione dei rosoli

Con l'ultima revisione dell'elenco nazionale dei PAT il MIPAAF ha aggiornato l'elenco dei prodotti agroalimentari nazionali, molti dei quali provenienti dalla Campania. Si tratta di ben 486 produzioni agricole o agroalimentari tipiche di alcuni territori, la gran parte dei quali non trova diffusione sui mercati extra locali, ma che tuttavia vanno adeguatamente tutelati per diverse ragioni<sup>3</sup>.

Molti di tali prodotti rappresentano un particolare momento di valorizzazione delle risorse agricole locali. Inoltre essi rappresentano un'evidente testimonianza della storia della cultura e delle tradizioni locali. Infine la gamma di tipicità enogastronomiche di un territorio costituisce, in generale, un elemento di non secondaria importanza del sistema di offerta locale, non solo in chiave di sviluppo turistico, ma anche in funzione di veicolo dell'immagine territoriale.

2. Vedasi *Lo Zingarelli 2015, ad vocem*.

3. Prodotti agroalimentari tradizionali della Campania (decreto del 22 luglio 2004 G.U. n.193 del 18/8/2004 S.O. n.144 — Quarta revisione dell'elenco nazionale dei prodotti agroalimentari tradizionali): «Al fine di promuovere e tutelare il vasto patrimonio alimentare nostrano, il Ministero delle politiche agricole ha aggiornato insieme con le Regioni la lista dei prodotti tipici e locali. Una ricchezza inestimabile per il Paese. I prodotti tradizionali agro-alimentari insieme ai prodotti DOP e IGP, ai vini DOC DOGC e quelli IGT e ai prodotti meritevoli di riconoscimento comunitario per la cui realizzazione si usano materie prime di particolare pregio, rientrano tra i prodotti tipici e sono oggetto di particolare attenzione da parte dei governi locali, regionali, nazionali e dell'Unione Europea». Sul sito del Ministero delle politiche agricole e forestali ([www.politicheagricole.it](http://www.politicheagricole.it)), nella sezione sui prodotti agroalimentari è possibile consultare e fare la ricerca sia per tipologia di prodotto, sia per regione.

Di seguito si descrivono alcuni dei prodotti agroalimentari tradizionali della Campania tratti dall'elenco nazionale del MIPAAF.

### 3.1. *Liquore al tartufo nero*

Il rosolio al Tartufo nero viene preparato lasciando macerare i tartufi in alcool puro per circa un mese e aggiungendovi, in seguito, una soluzione zuccherina. Il liquore al tartufo è di colore marrone chiaro, ha un sapore molto forte ed aromatico ed una gradazione di 38–40°.

Nato a Bagnoli Irpino da almeno un trentennio, è un prodotto tipico dell'area tartuficola dell'Alta Valle del fiume Calore, in provincia di Avellino. Viene definito con l'espressione dialettale liquore “r tartufu” ed è ottenuto dal prezioso tartufo di Bagnoli Irpino, *Tuber Masentericum* e classificato dal micologo Carlo Vittadini (da qui il nome di *Tuber Masentericum Vittadini*), che ne è l'ingrediente principale. Già conosciuto dai Borboni dal Settecento è riportato tra i prodotti tipici del Regno delle due Sicilie<sup>4</sup>. Ogni anno 150.000 persone partecipano alla ormai trentennale sagra di questo prodotto che si svolge l'ultima settimana di ottobre.

### 3.2. *Liquore Concerto*

Questo rosolio è frutto di una ricetta antichissima, la cui invenzione viene attribuita ai monaci del convento di San Francesco di Tramonti, luogo dal quale si è diffuso in tutto il territorio della costiera Amalfitana, in provincia di Salerno. È un rosolio il cui nome è legato al “concerto” delle quindici tra erbe e spezie che sono indispensabili per la sua preparazione (finocchietto selvatico, chiodi di garofano, liquirizia e noce moscata, stella alpina, mentuccia e cannella, per ricordarne alcune tra le principali). Tali erbe vengono lasciate macerare per quaranta giorni in alcool, dopo di che, l'infuso viene filtrato ed aggiunto ad uno sciroppo preparato con acqua, orzo e caffè tostati e macinati, zucchero, bucce di arancia e limone; il tutto viene lasciato bollire fino a raggiungere la giusta densità. Le esatte dosi e combinazioni degli ingredienti vengono gelosamente custodite

4. [www.agricoltura.regione.campania.it](http://www.agricoltura.regione.campania.it). L'Assessorato regionale all'Agricoltura e alle Attività Produttive rappresenta uno strumento valido attraverso il quale il cittadino può ottenere informazioni e formazione in grado di far comprendere il valore delle proprie tradizioni, la qualità dei prodotti, le potenzialità di sviluppo che la Regione Campania è in grado di offrire.

dalle farmacie locali, in particolare di Tremonti e di Maiori, dove è possibile acquistare la dose di base per l’infuso; infatti l’armonia dei sapori crea un “concerto” di profumi — da cui il nome — e lo rende adatto come digestivo ed anche curativo di piccoli malanni. Questo rosolio è in vendita anche nei piccoli laboratori artigianali nel territorio della costiera Amalfitana.

### 3.3. *Liquore crema di limone*

Si tratta di un rosolio di color bianco latte e di consistenza cremosa, la cui gradazione alcolica è di circa 30°. Viene per lo più preparato in casa, ma oggi sono numerose le piccole ditte artigianali che lo preparano e lo commercializzano seguendo la ricetta originale. La sua preparazione è simile a quella del tradizionale liquore di limone: si lasciano macerare le bucce di limoni nell’alcool, vi si aggiunge lo sciroppo preparato con acqua e zucchero in quantità variabile.

La storia del limoncello si snoda attraverso attraverso una serie di aneddoti e leggende. La sua origine è contesa da sorrentini, amalfitani e capresi, ma il primo a registrare il marchio limoncello nel 1988 fu l’imprenditore Massimo Canale. A Capri, molti sostengono che la sua creazione risalga ai primi del Novecento da una ricetta della nonna Maria Antonia Farace. Si racconta che la donna — coltivatrice di un orticello di arance e limoni — inventò questo liquore altamente digestivo e dal forte profumo e che tempo dopo, il nipote della donna decise di servire per la prima volta al suo ristorante seguendo scrupolosamente la ricetta. Nel 1988, però essa venne registrata da Massimo Canale figlio di Axel Munte, proprietario di una villa situata nei pressi del ristorante. A Sorrento si racconta invece che esso venisse riservato agli ospiti di riguardo, nelle ricche ville della zona — dagli inizi del 1900. Ad Amalfi, c’è chi sostiene addirittura che il liquore abbia origini molto antiche, quasi legate alla coltivazione del limone<sup>5</sup>. Tuttavia, come spesso accade in queste circostanze, la verità è nebulosa e le ipotesi sono tante e suggestive. Qualcuno sostiene che il limoncello veniva utilizzato dai pescatori e dai contadini al mattino per combattere il freddo, già ai tempi dell’invasione dei saraceni. Altri, invece, ritengono che la ricetta sia nata all’interno di un convento monastico per deliziare i frati tra una preghiera e un’altra. La verità, forse, non la sapremo mai. Ma al di là di questioni

5. [www.sorrentoinfo.it](http://www.sorrentoinfo.it).

squisitamente campanilistiche, il tradizionale liquore giallo varca da decenni le frontiere, conquistando i mercati di mezzo mondo.

### 3.4. *Liquore di gelse rosse*

Una delle ricette più antiche fra quelle dei rosoli, è quella del liquore di gelse rosse, “r’ceveze ross”, prodotto nelle zone interne della regione Campania, in particolare in tutta la zona della provincia di Avellino, fin dal XVII secolo. Secondo l’antica ricetta che è stata tramandata negli anni di padre in figlio, le gelse campane, di colore rosso rubino, si devono lasciare macerare in alcol a 90° per circa 15 giorni. Dopo la macerazione, va aggiunta al preparato una soluzione zuccherina e poi filtrato; il liquore di gelse è un digestivo dal sapore dolce e deciso, dal gradevole rosso rubino e di una gradazione alcolica di circa 30°.

Con il termine dialettale “ceveze” viene identificato il gelsomore scuro. Ovidio racconta che due babilonesi Piramo e Tisbe — antenati di Romeo e Giulietta — si amavano intensamente malgrado l’opposizione delle loro famiglie, a causa di un tragico equivoco (come i personaggi di Shakespeare) muoiono, e, per il sangue che fuoriesce dalle loro membra, le bacche di gelso (l’albero del loro fatale incontro) da bianche diventeranno scure<sup>6</sup>.

La produzione delle gelse era legata a quella della seta, essendo le foglie di questa pianta il maggiore nutrimento dei bachi da seta. Per lungo tempo si pensò che la seta fosse prodotta dagli alberi, fino a quando nel 555 due monaci portarono nei manici dei bastoni alcune uova del borbice del gelso, i cui bruchi sono appunto i bachi da seta.

### 3.5. *Liquore di finocchietto*

Il liquore finocchietto selvatico viene prodotto nella provincia di Salerno e nelle aree interne della regione come la provincia di Avellino. Si tratta di un liquore colore giallo paglierino, particolarmente apprezzato per le sue proprietà digestive. Nato come produzione

6. [www.angiecafiero.it](http://www.angiecafiero.it) — Il Gelsomore, 2010. Angie Cafiero per più di dieci anni ha curato la Guida al mangiare bene di supereva dove si occupava delle sezioni dedicate alla cucina Napoli e Campania, Penisola Sorrentina e Costiera Amalfitana. Nell’ottobre del 2015 ha pubblicato il libro *Napoli a tavola in cento parole* per l’editore Giulio Perrone, in collaborazione con Enza Alfano, dove ha selezionato centosette ricette appartenenti alla tradizione gastronomica napoletana.