

Pestello, basilico e mortaio. Il pesto genovese viene celebrato ogni due anni da un campionato mondiale ad hoc. L'ultima edizione (la quinta) è andata in scena a Genova lo scorso 29 marzo

Pestle, basil, and mortar. Genoese pesto is celebrated every two years at its own world championships. The latest (the fifth) was held in Genoa on March 29



# Pesti & pestiferi

## Pesty Pestos

All'estero contrabbandano come pesto misture con sciroppo di glucosio, colla di pesce, anacardi, margarina e scaglie di patate. A parte truffe e manipolazioni, ci sono in commercio confezioni di salsa verde che nulla hanno a che fare con quella genovese. Per difenderla serve una efficace politica di marketing

Abroad "contraband" pesto comes in many forms, even made from fish glue, glucose, peanuts, margarine, and potato scraps. Over and beyond the fraud and the manipulation, green sauces are sold which have nothing to do with Genoese pesto. To defend it, an effective policy of marketing is necessary

**I**n Danimarca, alla periferia di Copenaghen, ogni mese un'associazione volontaria di consumatori sceglie un prodotto del locale supermercato, e ne acquista tutte le marche.

I volontari, essendo anche buongustai, non guardano molto al rapporto qualità prezzo e danno per scontato il rispetto delle norme e delle dichiarazioni. Circa due anni fa, hanno concentrato la loro attenzione sul "pesto genovese" e hanno valutato le 6 etichette, non solo italiane, offerte in quella rivendita.

Uno di loro, venuto a conoscenza del **Campionato Mondiale di Pesto al Mortaio**, ci ha segnalato che il pesto più gradito dal gruppo, apparteneva ad una marca tedesca del tutto

**I**n Denmark, on the fringes of Copenhagen, each month an association of volunteer consumers chooses a product from the local supermarket and buys all the brands available.

The volunteers – who are also gourmets – don't look too closely at the relationship between quality and price, and automatically assume that the laws for and declarations on the products are respected. Around two years ago, they concentrated their attention on "Genoese pesto", and evaluated six labels – not all of them Italian – that were offered for sale. One of the tasters found out about the **World Championships of Mortar-Made Pesto**, and he told us about the pesto that was best liked by his group. It came from an unknown German brand

Sara Di Paolo  
per



ASSOCIAZIONE  
CULTURALE  
DEI PALATIFINI

sconosciuta in Italia e fra i contenuti della salsa verde primeggiavano prezzemolo, olio di semi, sciroppo di glucosio, scaglie di patate, e qualche grammo di basilico secco.

In Inghilterra la Stark Naked Food, produttrice di pesto genovese, con prodotti italiani garantiti, è stata multata con 23.500 Sterline da Suffolk Trading Standards, l'ente di certificazione governativo per la protezione dei consumatori, perché le analisi avevano rivelato la presenza di basilico israeliano, formaggio lettone e olio di semi di girasole di chissà quale paese.

Negli Stati Uniti viene distribuito lo Spicy Thai Pesto: basilico, aglio, ginger, colla di pesce, anacardi, chili pepper, margarina, succo di limone o lime, olio di oliva. Jackie Barrel, una giornalista americana che conosce il Campionato Mondiale di Pesto, e ne caldeggia la ricetta ufficiale, scrive: "E' incredibile quanto la cultura italiana del cibo sia mal rappresentata."

A parte truffe, manipolazioni e confusioni, molte altre salse, che con il pesto genovese non hanno nulla a che vedere, portano in bella vista sulle etichette la parola "pesto".

Questo avviene soprattutto per opportunismo commerciale, cioè per godere dell'indubbio successo del nostro pesto, che da sette anni a questa parte gode di un vero e proprio boom culturale e commerciale. Il tentativo è quello di scalzare il concetto, pleonastico, che il pesto sia solo "genovese".

Così abbiamo la resurrezione del "pesto alla siciliana", ma anche "alla calabrese", e avanza la nuova frontiera dei pesti "alle melanzane", di rucola, di zucchine, al pistacchio e così via.

E' anche una questione di gusti e di cultura alimentare. Per gli svizzeri il pesto che piace di più è fatto con il cerfoglio, una pianta simile al prezzemolo, mentre in Germania si fa il "Barlauchpesto": aglio orsino, parmigiano, pinoli, olio extravergine, sale e pepe. In Inghilterra funziona il pesto al coriandolo e in Sud Africa una salsa mista di basilico e prezzemolo.

L'aumento del consumo spinge a novità anche sul confezionamento.

E' sempre più facile trovare il pesto in tubi di plastica trasparenti e in contenitori tipo quelli della maionese e del ketchup: una schiacciata e via.

I liguri possono reagire in due soli modi: qualità e cultura del cibo da un lato e marketing dall'altro. Quest'ultimo sembra il problema più serio perché "In Liguria, diceva un guru della comunicazione, il marketing è una tassa da pagare alla modernità e come tale si cerca di non pagarla." **b**

## La Galleria degli orrori The Gallery of Horrors

Alcuni dei tanti esempi di contraffazione del prodotto gastronomico più celebre della tradizione ligure. Il nome del pesto viene utilizzato per indicare prodotti che nulla hanno a che fare con gli ingredienti della ricetta originale.

Just a few of the many examples of "counterfeit" pesto, the most celebrated product of the Ligurian gastronomic tradition. The name "pesto" is used for products that have nothing to do with pesto.



Il pesto di coriandolo  
Pesto from the curry leaf



Il pesto di prezzemolo  
Parsley pesto



Il pesto di spinaci  
Ppinach pesto



Il pesto con chilli e pomodoro  
Pesto with chili peppers and tomato

– that no one in Italy had ever heard of – and had among its contents parsley, vegetable oil, glucose syrup, potato flakes, and a few grams of dried basil. In England, Stark Naked Food – the producer of Genoese pesto with products that are guaranteed to be Italian – was fined £23,500 by the government certification entity for the protection of the consumer, Suffolk Trading Standards, because analysis revealed the presence of basil from Israel, cheese from Lithuania, and vegetable oil from God knows where.

Distributed in the United States is Spicy Thai Pesto: basil, garlic, fish glue, peanuts, chili peppers, margarine, lemon or lime juice, and olive oil.

An American journalist, Jackie Barrel – who knows about the World Championships of Mortar-Made Pesto and treasures the real recipe – writes, "It's incredible how the Italian culture of food is so badly represented."

A part from fraud, manipulation, and confusion, there are only too many sauces – which have little or nothing in common with Genoese pesto – which bear in a prominent place on their label the word "pesto". This happens above all due to commercial opportunism. Or in other words, they ride on the success of our, the real, pesto, which for the last seven years has had a notable boom both culturally as commercially. And so the temptation occurs to undermine the concept – to them superfluous – that pesto is only "Genoese".

As a result they have created Sicilian pesto, and Calabrese pesto, and pesto from eggplant, from arugula, from zucchini, pistachio, and so on and so forth.

It is also a question of taste and food culture. For the Swiss, the pesto that they like the most is made with chervil, which is a plant similar to parsley.

While in Germany, they make "Barlauchpesto": wild garlic, Parmesan cheese, pine nuts, extra-virgin olive oil, salt, and pepper.

In England pesto with curry is okay, and in South Africa it's a mixture of basil and parsley. The increase in consumption pushes the envelope in terms of novelty even in terms of packaging. Pesto in transparent plastic tubes is ever easier to find, along with plastic dispensers like those for mayonnaise or ketchup – just give it a squeeze. Ligurians can react in just two ways: quality and food culture on the one hand, and marketing on the other. The latter is a rather more serious problem because as a Ligurian advertising guru once commented, "Marketing for Ligurians is a tax to be paid for modernity, and thus, Ligurians try to avoid paying it." **b**