

Retrobottega

IL MAGAZINE DI PREZZEMOLO & VITALE

PAG 14

MAZZEI: L'ITALIA A LONDRA

Fame di autenticità

MAZZEI: ITALY IN LONDON
Hunger for authenticity

PAG 30

ABC DI DOMANI

Partire dalla spesa

TOMORROW'S ABC
Start with the shop

PAG 35

IL FUTURO, CON CALMA

Rincorsa lenta

THE FUTURE, UNHURRIED
Slow pursuit

PAG 36

PATRIMONIO DI CUCINA

Unesco oltre il piatto

CULINARY HERITAGE
Beyond the plate



Il futuro è un luogo
Coltivare il domani, per tradizione

Retrobottega

IL MAGAZINE DI PREZZEMOLO & VITALE

RETROBOTTEGA
IL MAGAZINE DI PREZZEMOLO & VITALE
ANNO 3 - VOL. 1 - 2026
PERIODICO ANNO 3 N.1 2026
REGISTRAZIONE N.11 DEL 16/08/2024 DEL TRIBUNALE DI PALERMO

EDITORE:
PREZZEMOLO & VITALE SPA
SEDE VIA G. LEOPARDI, 14 - 20123 MILANO (ITALIA)

STAMPATO PRESSO OFFICINE GRAFICHE
VIA PROSPERO FAVIER, 10 - 90124 PALERMO PA

DIRETTORE RESPONSABILE:
ANTONELLO RAVETTO ANTINORI

COORDINAMENTO:
PAOLA MARINO

ART DIRECTOR:
IRENE CAROLLO

TRADUZIONI IN INGLESE:
GERMANA ANZALONE

IN COPERTINA:
VINCENZO GENTILE, ALESSANDRO BASALDELLA
E IACOPO FINCATO, SMOKIN' BROTHERS
FOTO DI VERONICA ZERBETTO

CONTIENE INSERTI PUBBLICITARI

Copyright ©2026 Prezzemolo & Vitale SPA
Via G. Leopardi, 14 - 20123 Milano (Italia)

prezzemoloevitale.it

prezzemoloevitale.com

Seguici su



Prezzemolo e vitale

Prezzemolo e vitale UK



Prezzemoloevitale

PrezzemoloevitaleUK



06



30



30



14



38



52

Contenuti Contents

Editoriale

04

SPAZIO AL FUTURO
THE FUTURE IS A DESTINATION
TO BE SHAPED
Giusi Vitale

I nostri produttori

06

CHI VA E CHI RESTA
Intervista a **Silvio Tagliavia**
e **Smokin' Brothers**
FROM THE DOCKS OF PALERMO
TO THE BUSY STREETS OF LONDON
Interview with **Silvio Tagliavia**
and **Smokin' Brothers**
Paola Marino

Chi parla a tavola

14

THE EVOLUTION OF ITALIAN
FOOD IN LONDON
Interview with **Francesco Mazzei**
L'EVOLUZIONE DELLA CUCINA
ITALIANA A LONDRA
Intervista a **Francesco Mazzei**
Giulia Crouch

Dire, fare, mangiare

22

LONDON'S PIZZA REVOLUTION
Intervista a **Andrea Asciuti**
LA RIVOLUZIONE DELLA PIZZA A LONDRA
COME LA CAPITALE HA CREATO
UNO STILE TUTTO SUO
Interview with **Andrea Asciuti**
Giulia Crouch

Che si mangia?

28

LAMIAN CINESI, L'ARTE
DEI NOODLES TIRATI A MANO
HANDMADE CHINESE NOODLES
Carola Sciarrino
@scarolasss

Il succo del discorso

30

L'ABC DEL DOMANI
Intervista ai buyer P&V
Maria Chiara La Mantia
e **Marco Cirrincione**
THE ABC'S OF TOMORROW
Interview with P&V buyers
Maria Chiara La Mantia
e **Marco Cirrincione**
Paola Marino

35

IL FUTURO, CON CALMA
MOVING LEISURELY INTO TOMORROW
Antonello Ravetto Antinori

36

UN PATRIMONIO NEL CARRELLO
UNESCO ITALIAN CUISINE
Paola Marino

38

IL PRESENTE È UN LUOGO,
NON UN TEMPO
THE PRESENT IS A LANDSCAPE,
NOT A FLEETING MOMENT
Giorgio di Tullio

Buono a sapersi

42

TEACHING TASTE
Interview with **Fran Box**
EDUCARE AL GUSTO
Intervista con **Fran Box**
Giulia Crouch

46

THE MEDITERRANEAN WAY
Interview with **Dr. Federica Amati**
IL MODELLO MEDITERRANEO
Intervista con la **Dr.ssa Federica Amati**
Giulia Crouch

Enogastrologia

51

L'OROSCOPO DI MAP
MAP'S HOROSCOPE

InDispensa

52

FOCUS DI STAGIONE
SEASONAL SPOTLIGHT

THE FUTURE IS A DESTINATION TO BE SHAPED
by Giusi Vitale

‘Datil’ is the French word for ‘date fruit’, the desert fruit that is sweet, humble in appearance, yet brimming with sweetness and sustenance. It may not look appealing indeed, but it holds a lot of energy in its small, complete form.

And Datil is also the name of a Michelin-starred restaurant in Paris, where Manon Fleury personally serves her own dishes, moving seamlessly between the kitchen and the dining area. The menu is inspired by vegetarian cuisine, with a strong focus on seasonality, high-quality produce, and responsible practices such as minimising waste and supporting short supply chains. Datil restaurant feels familiar and cosy, with a simple style that doesn’t try too hard and a cuisine that demonstrates how simplicity can be both satisfying and complete, much like the date fruit itself.

I recently found this philosophy echoed in Calce, a small village in the Pyrenees region of Occitania, formerly Languedoc-Roussillon. There, a close-knit community practices low-intervention winemaking, letting the wine develop with as little interference as possible.

The result is a wine that feels like a melody. This idea of subtracting to reveal value and of choosing carefully where to invest time and trust also resonates with me personally. Even in our stores, we focus on carefully selecting and removing rather than adding, which means we always choose top-notch quality over quantity.

Learning to remove is a challenging but important discipline, much like pruning a plant to help it thrive. It’s not about cutting everything indiscriminately, just simply what’s necessary.

This is the approach Chef Mazzei uses, as Giulia Crouch tells us in one of her articles. And it’s also the very way Silvio Tagliavia works — he celebrates seasonality by choosing not to overstock his fish stalls, thereby protecting marine resources from depletion.

If, as Giorgio Di Tullio writes in our magazine, the present is a landscape we live in, then let’s keep it clean and aim to shape the future, making it simple, light, and meaningful.

Spazio al futuro

di GIUSI VITALE



In francese *datil* significa dattero: un frutto del deserto, dolce ma essenziale, capace di nutrire con poco. Bruttino, in effetti, ma una preziosa concentrazione di energia dentro una forma minima, completo così com’è.

Datil è anche il ristorante, premiato con una stella Michelin, in cui Manon Fleury danza tra cucina e tavoli, servendo lei stessa i suoi piatti, a Parigi. Ispirazione vegetariana, grande attenzione alla stagionalità, alla qualità delle materie prime e a pratiche responsabili come la lotta agli sprechi e la filiera corta.

Datil è uno spazio familiare, raccolto, minimo senza bisogno di essere minimal: una cucina di sapori pieni e raffinatissimi che testimonia quanto, certe volte, non sia assolutamente necessario aggiungere nulla, come nel dattero, pieno, completo, capace di nutrire per natura.

La stessa idea, su una tela appena diversa, l’ho scoperta a Calce (Pirenei centrali, Occitania, ex Linguadoca-Rossiglione), dove una minuscola comunità rurale coltiva le vigne lavorando per sottrazione: intervenendo il meno possibile produce un vino che è musica, letteralmente.

Togliere per dare valore, scegliere in cosa e in chi credere senza disperdere risorse vale anche nella mia vita, mi pare.

Del resto, anche nei nostri scaffali stiamo selezionando, togliendo per aggiungere: meno, ma sempre meglio.

Togliere è una disciplina complicata ma necessaria, come la potatura per la sopravvivenza della pianta: non si taglia indiscriminatamente, ma lì dove serve. Un po’ la logica dello chef Mazzei, come racconta Giulia Crouch in uno dei suoi pezzi che potete leggere qui, ed è anche la scelta del nostro Silvio Tagliavia, che preferisce celebrare la stagionalità rinunciando a riempire i suoi banchi piuttosto che impoverire il mare.

Se il presente è uno spazio, come dice sempre tra queste righe, Giorgio Di Tullio, facciamo in modo che sia uno spazio pulito: e puntiamo a fare del futuro un posto essenziale, leggero, di sostanza.

Chi va e chi resta

Da Palermo a Londra, una risposta comune a un mercato che cambia

Di Paola Marino
Intervista a **Silvio Tagliavia** e **Smokin' Brothers**

From the docks of Palermo to the busy streets of London,
a shared answer emerges in the face of a shifting marketplace

Tra correnti avverse e improvvise bonacce, il mercato del pesce degli ultimi vent'anni ha più volte dovuto correggere la direzione e fare i conti con mari che non rispondono più come prima. È singolare osservare come, in contesti molto diversi, quando l'abbondanza non è più garantita e il prezzo non può essere l'unica risposta la reazione più solida non sia stata accelerare, diversificare all'infinito o inseguire il consumo, ma fare l'opposto. C'è chi resta dove è sempre stato, scegliendo di non diventare altro; e c'è chi va via per cercare indipendenza e futuro e chi si ritrova a restare fedele a un sapere antico, fatto di attesa, selezione e misura. In entrambi i casi, la risposta alla fluttuazione non è il movimento continuo, ma una forma di permanenza consapevole: tenere il punto mentre tutto intorno cambia.

Struggling between rough waters and unexpected lulls, the fish market over the past two decades has often had to change course, navigating seas that no longer behave as they once did. Curiously, in places worlds apart, when abundance fades, and price alone cannot solve the puzzle, the strongest response has not been to speed up, multiply options, or chase after every trend, but rather to do the very opposite. Some choose to stay where their roots run deep, refusing to become something else; others venture out in search of freedom and a future, while some find themselves drawn back to age-old wisdom built on patience, discernment, and restraint. In every case, the answer to uncertainty is not restless movement, but a mindful steadfastness: holding firm as the world shifts around you.



SILVIO TAGLIAVIA
©Foto: Enrica Massaro Cenere

AFFUMICATURA DEL SALMONE
AZIENDA SMOKIN' BROTHERS
© Foto: Veronica Zerbetto

I NOSTRI PRODUTTORI



↑ BANCO DEL PESCE ALLA PESCHERIA DI SILVIO TAGLIAVIA
FISH COUNTER AT SILVIO TAGLIAVIA'S FISH SHOP © Enrica Massaro Cenere

"Stare a mare, per me, non era lavoro, era normalità, era stare con mio padre". Silvio Tagliavia, uomo del pesce a Palermo, racconta a parole nude che il suo mestiere è sapere quando e come arriva il pesce.

"So come viene pescato, quando viene pescato, io so che cosa succede nella natura del pesce." È leggere il tempo, il vento, il mare molto sotto la superficie, conoscere il corpo del pesce, i tagli, le differenze invisibili.

"C'erano i tagliatori di tonno, una volta e un certo modo di posizionarlo sui banchi per evidenziarne il pregio. Bradamante era il più bravo, lo chiamavi quando avevi i tonni più grandi e il loro taglio era una danza, una preghiera". Per Silvio Tagliavia è un problema di responsabilità: "Il mare oggi è più povero, questa scarsità, dice, non è una sfortuna: è una conseguenza."

“Se un mestiere resiste non è per nostalgia: è perché funziona”

E il suo lavoro oggi è anche spiegare perché non tutto si può avere sempre, perché oggi c'è questo pesce e domani no. La sua scelta più rivoluzionaria è stata continuare ad essere un pescivendolo. Continuare a servire chi vuole cucinare a casa, chi chiede ricette, chi vuole capire. Per lui il futuro del cibo non sta nel fare di più, ma nel fare meglio, con meno.

"I didn't choose my job. I was really born into it. Being at sea, for me, was not a job. It was my life. It meant being with my father". Silvio Tagliavia, a fishmonger in Palermo, explains that his job is to know when and how fish arrives.

"I know how and when it is caught. I know what happens in the nature of the fish". This means understanding the weather, the wind, the sea, and knowing the fish itself, the cuts, and the small differences.

"Once, there were bluefin tuna carvers who had a special way of displaying the fish to show its value. Bradamante was the best. You called him for the largest bluefin tuna, and his cutting was like a dance, a prayer".

For Silvio Tagliavia, it comes down to responsibility. He sees the marine resource depletion not as bad luck, but as the result of choices. Now, part of his job is to explain why the catch changes, why some days the fish are there and others they are not.

"When a job has endured for generations, it's not out of nostalgia. It's because it is still effective".

His boldest choice was simply to remain a fishmonger. He keeps serving home cooks, sharing recipes, and guiding those eager to learn. He believes the future of food is not about doing more, but about doing better with less.

I NOSTRI PRODUTTORI

A Londra, intanto, da tre giovani italiani che cercavano indipendenza e si sono ritrovati dentro una pratica tanto antica quanto necessaria come l'affumicatura, nasce (e cresce) Smokin' Brothers.

"Diciotto, vent'anni, a Londra, italiani: noi cercavamo un lavoro e abbiamo incontrato un affumicatore norvegese in un seminterrato un po' malmesso. Nulla a che vedere con il garage di Steve Jobs." Racconta Iacopo Fincato "L'affumicatura non nasce solo per la ricerca del gusto, ma per la necessità di conservare il pesce preso durante la stagione, siamo partiti da qui: conservare, aspettare, rispettare i tempi. Una risposta lenta in una città che corre, certe cose possono accadere solo a Londra" e racconta quanto e come da lì è nata la loro evoluzione, dentro al tema della sostenibilità.



↑ SMOKIN' BROTHERS INSIEME AL PRODOTTO E AL LORO FORNITORE NELLO SCANTINATO DEI LORO ESORDI
SMOKIN' BROTHERS' IN THEIR EARLY BASEMENT, PICTURED WITH THE PRODUCT AND THEIR SUPPLIER
© Veronica Zerbetto

Meanwhile, in London, three young Italians searching for independence stumbled into the age-old craft of smoking fish, and from this, Smoking Brothers was born and continues to grow.

"We were young Italians in London, looking for work, when we met a Norwegian smoker in a shabby basement. It was nothing like Steve Jobs' garage", Jacopo says. "Smoking fish was not about taste at first, but about preserving the catch. We started with this idea: preserving, waiting, and respecting time. It's a slow approach in a fast-paced city, but some things can only happen in London". He explains how their business grew with a focus on sustainability.

← VINCENZO, ALESSANDRO E IACOPO DI SMOKIN' BROTHERS, OGGI
VINCENZO, ALESSANDRO AND IACOPO OF SMOKIN' BROTHERS, TODAY

© Veronica Zerbetto



I NOSTRI PRODUTTORI



"Salmone a tre euro non è normale. Se costa così, qualcuno sta pagando al posto nostro. La materia prima costa, del resto non serve mangiare salmone tutti i giorni. Meglio mangiarne meno, ma sapere cosa si sta mangiando. Su questo abbiamo costruito il nostro marketing, raccontiamo quello che vediamo e quello che facciamo, altrimenti passa solo la parte brutta, quella degli allevamenti intensivi che non ci riguarda".



Mostrano allevamenti, persone, processi. Si espongono perché, dice Iacopo, "Senza informazione non c'è scelta: c'è solo consumo".

Per lui il futuro del cibo dipende dalla formazione, dal tornare a sapere cos'è il cibo e imparare a riconoscere quello giusto.

"Non mettete in discussione il prezzo alto: mettete in discussione quello troppo basso".



"Salmon for three euros is not normal. If it's that cheap, someone else is paying the price. The raw material costs money, and you don't need to eat salmon every day. It's better to eat less and know what you're eating. This is the pillars of our marketing. We show what we do and what we see. Otherwise, only the negative side gets attention, like the intensive farms, which are not our business, but are behind the cheap salmon".

They show their farms, people, and processes, and accept criticism because, as Jacopo says, without information, people cannot choose — they only consume.

He believes the future of food depends on education and relearning what food is, so people can recognise quality.

"Don't question the high price, please: do question the one that is too low".

I NOSTRI PRODUTTORI



← SFILETTATURA, SALATURA, LAVAGGIO DEL SALMONE AFFUMICATO SMOKIN' BROTHERS
FILLETING, SALTING, WASHING OF SMOKIN' BROTHERS' SMOKED SALMON
© Veronica Zerbetto

↑ WESTER ROSS FISHERIES LTD, STORICA FISHERY SCOZZESE CHE RIFORNISCE SMOKIN' BROTHERS, RINOMATA PER L'ALLEVAMENTO CONTROLLATO MA ARTIGIANALE DEL SALMONE: POCHI PESCI PER VASCA, ACQUE PULITE E CRESCITA LENTA.
WESTER ROSS FISHERIES LTD, A HISTORIC SCOTTISH FISHERY SUPPLYING SMOKIN' BROTHERS, RENOWNED FOR ITS CONTROLLED YET ARTISANAL APPROACH TO SALMON FARMING: LOW STOCKING DENSITIES, CLEAN WATERS AND SLOW GROWTH.
©Wester Ross Fisheries Ltd. 2022



A guardarli da lontano, sembrano percorsi opposti: uno resta, l'altro parte. Uno lavora dove ha sempre lavorato, l'altro costruisce un mestiere lontano da casa. Eppure, sotto la superficie ritorna la stessa idea che senza consapevolezza non c'è futuro possibile, né per il cibo né per chi lo lavora.

Salvaguardare la natura non è un concetto astratto, ma una condizione concreta di sopravvivenza del mestiere stesso e che il tempo non è un ostacolo da aggirare ma una risorsa da difendere. In un mercato che spinge a correre, a semplificare, a rendere tutto disponibile, queste due storie scelgono di fermarsi e spiegare.

Si assumono la responsabilità di accettare il limite, di educare allo sguardo, di formare prima ancora che vendere. Perché solo chi sa riconoscere ciò che mangia può scegliere davvero. E solo così il cibo può tornare a essere non una merce qualsiasi, ma un patto consapevole tra l'uomo, la natura e il tempo.



At first glance, their paths look different: one stays, the other leaves. One works where he always has, while the other builds a career far from home. But both share the same idea: without awareness, there is no future for food or for those who work with it. It is necessary for the fishing trade itself to survive. Time is not a problem to avoid, but a resource to protect. In a market that urges speed and convenience, these two stories choose to pause and explain. They take responsibility for setting limits, teaching others, and focusing on learning before selling. Only those who know what they eat can truly choose. This way, food becomes a thoughtful agreement between people, nature, and time.

← PRODUZIONE DEL SALMONE AFFUMICATO
SMOKIN' BROTHERS: AFFUMICATURA, AFFETTATURA.
SMOKED SALMON PRODUCTION PROCESS
AT SMOKIN' BROTHERS': SMOKING AND SLICING
© Veronica Zerbetto



Francesco Mazzei on Italian food in London and where it's headed

By **Giulia Crouch**
Conversation with **Chef Francesco Mazzei**

Francesco Mazzei sull'evoluzione della cucina italiana a Londra e sul suo futuro

In the last 30 years, the Italian food scene in London has changed dramatically, and Calabrian chef **Francesco Mazzei** has been there to witness it all.

Mazzei, who moved to the capital in 1996 to pursue a career in cooking, says it was a different world back then. "It was really difficult to find extra virgin olive oil in the supermarkets", he says. "And the Italian food on offer in restaurants was pretty terrible – rock-hard bricks of lasagne, and pasta everywhere was overcooked or pre-cooked. There was nothing authentic in those days. I don't remember a good Italian restaurant in '96".

Now, in 2026, it's a completely different story. Authentic Italian restaurants can be found on every corner, home cooks are making cacio e pepe, and previously hard-to-come-by ingredients such as guanciale and friarielli are readily available.

And after a short break from London, during which he pursued other projects, chef Mazzei is back in town with a new opening: **Mezzogiorno** – a beautiful restaurant set inside the five-star Corinthia Hotel, with a focus on the food of southern Italy.

*Negli ultimi trent'anni, la scena della cucina italiana a Londra è cambiata in modo radicale, e lo chef calabrese **Francesco Mazzei** è stato testimone diretto di tutta questa trasformazione.*

Mazzei, che si è trasferito nella capitale nel 1996 per intraprendere la carriera di cuoco, racconta che allora era davvero un altro mondo. "Era difficilissimo trovare olio extravergine d'oliva nei supermercati", ricorda. "E il cibo italiano nei ristoranti era piuttosto terribile: lasagne dure come mattoni e pasta ovunque, sempre troppo cotta o precotta. Non c'era nulla di autentico in quegli anni. Nel '96 non ricordo un solo buon ristorante italiano".

Oggi, nel 2026, la situazione è completamente diversa. I ristoranti italiani autentici si trovano praticamente a ogni angolo, i cuochi di casa preparano la cacio e pepe, e ingredienti un tempo introvabili come guanciale e friarielli sono facilmente reperibili.

*Dopo una breve pausa lontano da Londra, durante la quale si è dedicato ad altri progetti, lo chef Mazzei è tornato in città con una nuova apertura: **Mezzogiorno**, un ristorante elegante all'interno del cinque stelle Corinthia Hotel, dedicato alla cucina del Sud Italia.*



INTERNI DI MEZZOGIORNO, RISTORANTE
DELLO CHEF FRANCESCO MAZZEI
INTERIORS OF MEZZOGIORNO, THE RESTAURANT
OF CHEF FRANCESCO MAZZEI

© Afroditi

CHI PARLA A TAVOLA



Nel menu compaiono piatti come la parmigiana di melanzane di sua madre Rosetta e la tipica pastachjna calabrese, una lasagna a strati con polpettine, uova sode, spinaci, melanzane fritte e un ragù di maiale dal gusto dolce-salato.

Un ristorante così fortemente regionale, però, non avrebbe potuto esistere quando Mazzei muoveva i primi passi a Londra.

"L'evoluzione della cucina italiana a Londra è stata straordinaria", racconta. "I primi ristoranti italiani erano molto americanizzati: spaghetti con le polpette, lasagne cariche di besciamella.



FRANCESCO MAZZEI RIFINISCE UN PRIMO DEL MENU
CHEF FRANCESCO MAZZEI - FRANCESCO MAZZEI
FINISHING A FIRST COURSE FROM THE MENU

© Pensara



On the menu are dishes such as his mother Rosetta's aubergine parmigiana and the distinctly Calabrian pastachjna – a lasagne layered with mini meatballs, boiled eggs, spinach, fried aubergine and a sweet-salty pork ragù. But this kind of regional restaurant couldn't have existed when Mazzei started out in London.

"The evolution of Italian food in London has been extraordinary" he says.



"The first Italian restaurants here were pretty Americanised – spaghetti and meatballs, and lasagne with too much béchamel. I remember one dish of a rack of lamb with a red wine reduction, which is obviously French, not Italian.

Nobody had heard of *ribollita*, nobody had heard of *fileja*. Italian food here had no real identity yet – it was limited in its offering and definitely confused".

After cutting his teeth at The Dorchester, Mazzei realised there was a gap in the market for proper Italian cooking. "I started thinking about it a lot and experimenting at home with fresh produce from local farmers' markets – which I've always loved and still do. I realised no one was doing authentic Italian cooking, and I thought it could be a big success." And he was right. The response to his first proper Italian cooking, at a restaurant called Anda, was excellent.

← MEZZOGIORNO RESTAURANT © Afroditi

↑ MEZZOGIORNO MENU © Pensara

Ricordo un piatto di carré d'agnello con riduzione di vino rosso, che è chiaramente francese, non italiano. Nessuno aveva mai sentito parlare di ribollita, nessuno conosceva la fileja. C'erano alcuni classici, ma eseguiti in modo grossolano. La cucina italiana qui non aveva ancora una vera identità: l'offerta era limitata e decisamente confusa".

Dopo aver fatto esperienza al Dorchester, Mazzei capì che esisteva uno spazio di mercato per una cucina italiana autentica. "Ho iniziato a sperimentare a casa, usando prodotti freschi dei mercati contadini locali, che ho sempre amato e continuo ad amare. Nessuno stava proponendo una vera cucina italiana, e ho pensato che avrebbe potuto avere grande successo".

Aveva ragione. La risposta al suo primo vero progetto di cucina italiana, il ristorante Anda, fu entusiasta. "Le persone lo adoravano. Molti assaggiavano per la prima volta la fregola ai frutti di mare, il coniglio alla siciliana, il capretto da latte, e realizzavano che la cucina italiana è molto più di pasta e pizza".

Fu proprio in quel periodo, intorno al 2006, che l'interesse britannico per la cucina italiana crebbe in modo significativo. "Stavo iniziando a portare la cucina calabrese sotto i riflettori, cosa che mi ha reso davvero orgoglioso". A Mazzei viene infatti attribuito il merito di aver introdotto la 'nduja nel Regno Unito. "La gente ha iniziato a chiamarmi il "re della 'nduja", ed era piuttosto divertente".

Secondo lui, in futuro vedremo sempre più piatti italiani autentici realizzati con il meglio degli ingredienti britannici.

È per questo che nel suo nuovo ristorante, Mezzogiorno, utilizza per il 70 per cento ingredienti britannici. "La mia aragosta è scozzese, la carne arriva dall'Irlanda, le patate, la zucca e persino il cavolo nero vengono dal Kent. Anche la ricotta e la mozzarella sono prodotte nel Regno Unito".

Prevede inoltre che gli appassionati di cucina continueranno ad acquisire sicurezza nella preparazione della cucina italiana, e che l'attenzione alla regionalità diventerà ancora più profonda. "Vedremo piatti nuovi, che finora nel Regno Unito non si erano mai visti".



"It was their first time trying things like seafood *fregola*, rabbit siciliana, suckling goat – it made them realise Italian cuisine is about more than just pasta and pizza." It was around this time, in 2006, that the British appetite for Italian food grew. "Supermarkets started stocking different shapes of pasta, more tourists were travelling to the south of Italy, and I was starting to put Calabrian food on the map, which made me really proud." Mazzei is credited, in fact, with introducing 'nduja to the UK. "People started calling me the 'king of 'nduja, which was pretty funny".

Interestingly, what Mazzei noticed was that, while in America Italian recipes tended to be adapted and altered, the British had a hunger for authenticity.

"You guys really want to know the recipe," he says. "You want to make the real thing and find the right ingredients." This sentiment is shared by professional chefs as well as home cooks, says Mazzei. "Look at how many British chefs there are now cooking amazing regional Italian cuisine at their restaurants – they have a deep understanding of it and do it with real respect".

In Mazzei's view, provenance and seasonality are only going to become more important in London's Italian food scene going forward. This is why he uses 70 per cent British produce in his new restaurant, Mezzogiorno. "My lobster is Scottish, the beef is from Ireland, my potatoes, pumpkin – even my *cavolo nero* – come from Kent. Even my *ricotta* and *mozzarella* are made in the UK". Mazzei thinks we'll see more and more of this in the future – authentic Italian dishes made with the best of British ingredients.

He also predicts that home cooks will continue to grow in confidence when it comes to cooking Italian food, and that regionality will go even deeper. "We'll see new dishes we haven't yet seen before in the UK".

In the meantime, he's happy to have represented Calabria and put its food in the spotlight. "I come from a very poor area and it's always been a dream for me to bring my cooking, and that of my family and friends, up to the level it deserves. I'm really proud to have done that".



Nel frattempo, Mazzei è felice di aver rappresentato la Calabria e di averne portato la cucina sotto i riflettori. "Vengo da una zona molto povera, ed è sempre stato un mio sogno portare la mia cucina, quella della mia famiglia e dei miei amici, al livello che merita davvero. Sono profondamente orgoglioso di esserci riuscito".

MEZZOGIORNO MENU © Pensara

London's pizza revolution: how the capital created its own style

Interview with **Andrea Asciuti**
founder of 081 and Connie's

La rivoluzione della Pizza a Londra:
come la capitale ha creato uno stile tutto suo

Pizza is central to London's food culture – authentic pizzerias can be found in every neighbourhood, the public can tell Neapolitan from New York-style, and some people are even prepared to queue for hours to try new openings. But cast your mind back just over ten years, and it wasn't easy to find good pizza in the capital.

When **Andrea Asciuti** moved to London in 2012 to open his first pizzeria, Bravi Ragazzi, there weren't many others in the game.

"Neapolitan pizza was just starting to become a trend," says the chef and founder of pizzerias, **081** and **Connie's**. "There weren't many of us doing it. Santa Maria, Franco Manca only had Brixton, Pizza Pilgrims hadn't opened in Soho yet, and there was also Sartori and L'Antica Pizzeria in Hampstead.

"People were travelling from all over London just to try the pizza. It was fantastic – a golden age of pizza. The wood-fired oven was still something new for the market, and customers didn't have the knowledge they have now. Everything felt exciting and fresh".

La pizza è ormai centrale nella cultura gastronomica londinese: pizzerie autentiche si trovano in ogni quartiere, il pubblico sa distinguere una napoletana da una New York-style e c'è persino chi è disposto a fare ore di coda per provare una nuova apertura. Eppure, se torniamo indietro di poco più di dieci anni, trovare una buona pizza nella capitale non era affatto semplice.

Quando Andrea Asciuti si trasferì a Londra nel 2012 per aprire la sua prima pizzeria, Bravi Ragazzi, i protagonisti della scena erano ancora pochi.

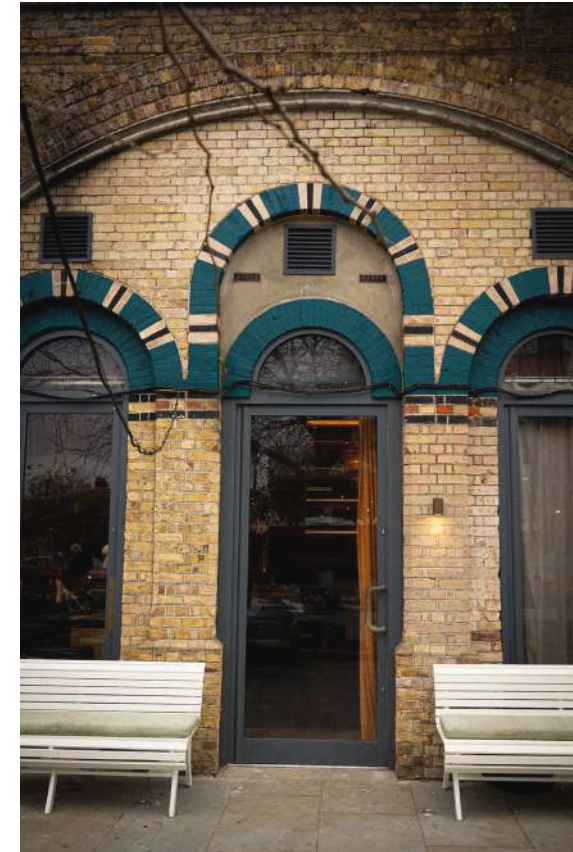
"La pizza napoletana stava appena iniziando a diventare una tendenza", racconta lo chef e fondatore delle pizzerie 081 e Connie's. "Eravamo in pochi a farla. Santa Maria c'era, Franco Manca aveva solo la sede di Brixton, Pizza Pilgrims non aveva ancora aperto a Soho, e poi c'erano Sartori e L'Antica Pizzeria a Hampstead.

"La gente arrivava da ogni parte di Londra solo per assaggiare la pizza. Era fantastico, una vera età dell'oro. Il forno a legna era ancora una novità per il mercato e i clienti non avevano le conoscenze che hanno oggi. Tutto sembrava eccitante e nuovo".

ANDREA ASCIUTI NELLA SUA PIZZERIA CONNIE'S,
A LONDRA / ANDREA ASCIUTI AT HIS LONDON
PIZZERIA CONNIE'S © Social Avenue Agency



CONNIE'S PIZZERIA
© Social Avenue Agency



Though some authentic pizzerias existed before, the opening of Franco Manca in 2008 helped introduce **Neapolitan pizza** to new audiences. "They really accelerated the shift", says Asciuti. "They helped change expectations around quality". That marked the beginning of pizza's explosion in popularity in London, and now the scene has evolved to new heights.

As well as many brilliant Neapolitan spots, London now has pizzerias offering a range of other styles: Roman, Detroit, Chicago, and even the capital's very own – London-style pizza. Spearheaded by Asciuti's new restaurant, Connie's, the emergent style is a "mix of Neapolitan technique and American food culture," he explains.

"I think it was born from a sense of nostalgia after more than a decade of Neapolitan dominance – keeping the knowledge and fermentation, but applying it to a crispier base".

*Anche se alcune pizzerie autentiche esistevano già prima, l'apertura di Franco Manca nel 2008 contribuì in modo decisivo a far conoscere la **pizza napoletana** a un pubblico più ampio. "Hanno accelerato il cambiamento e aiutato a modificare le aspettative sulla qualità" dice Asciuti. Quello fu l'inizio dell'esplosione della pizza a Londra, una crescita che oggi ha raggiunto livelli ancora più alti.*

Accanto a moltissime eccellenti pizzerie napoletane, la città ospita ora locali dedicati ad altri stili: romana, Detroit, Chicago e persino una versione tutta londinese, la cosiddetta London-style pizza. Guidato dal nuovo ristorante di Asciuti, Connie's, questo stile emergente è "un mix tra la tecnica napoletana e la cultura food americana", spiega.

"Credo sia nato da una sorta di nostalgia, dopo più di dieci anni di dominio della pizza napoletana: mantenere il know-how e la fermentazione, ma applicarli a una base più croccante".

“It’s a **crispier pizza with long fermentation**, using a blend of different flours and high-quality ingredients, without being as strict or purist as traditional Neapolitan pizza”.

This new, fresh style allows Asciuti to be more playful and **experimental** with his toppings than he usually is at his Neapolitan pizzeria, 081, which has locations in Peckham and Shoreditch.

“It gives me the freedom to experiment with **combinations** I would never put on a Neapolitan base”, he says. “I use British cheeses and some local charcuterie, alongside Italian ingredients like San Marzano tomatoes”.

For Asciuti, this **deviation from food rules** and tradition is perfectly acceptable – he’s not one of those chefs who thinks recipes should never be changed.

*È una pizza **più croccante, con lunga fermentazione**, realizzata con un mix di farine diverse e ingredienti di alta qualità, senza essere rigida o purista come la tradizione napoletana”.*

*Questo stile nuovo e fresco consente ad Asciuti di essere più giocoso e **sperimentale** nei topping rispetto a quanto faccia solitamente da 081, che ha sedi a Peckham e Shoreditch.*

*"Mi dà la libertà di sperimentare **combinazioni** che non metterei mai su una base napoletana", racconta. "Uso formaggi britannici e alcuni salumi locali, insieme a ingredienti italiani come i pomodori San Marzano".*

*Per Asciuti, questo **allontanarsi dalle regole** e dalla tradizione non è affatto un problema: non è uno di quegli chef convinti che le ricette on debbano mai cambiare.*

*"Sono un fan della pizza in tutte le sue espressioni", dice. "Certo, ci sono stili che mi piacciono meno, il **deep dish** non è proprio nelle mie corde, ma in generale amo la pizza in ogni forma".*

*C’è però un elemento che deve essere sempre presente, indipendentemente dallo stile: la **qualità**.*

È questo, secondo lui, ciò che ha cambiato il panorama della pizza a Londra e l’ha portata dove si trova oggi.

"In passato, nella cultura gastronomica britannica mancava una vera conoscenza della pizza fatta bene: era vista soprattutto come comfort food, legata a catene come Pizza Hut e Domino’s. Oggi i londinesi viaggiano di più, hanno assaggiato cibo migliore e sanno riconoscere ingredienti di qualità. Capiscono la qualità in un modo che prima non esisteva".

“I’m a fan of pizza in all its expressions”, he says. “Of course, I have styles I like less – **deep dish** isn’t really my thing – but overall, I love pizza in every form”.

One thing always has to be present, though, regardless of the style: **quality**. This, in his opinion, is what changed the pizza game in London, and has helped bring it to where it is today.

“In the past, there wasn’t much knowledge around proper pizza in UK food culture – it was mostly seen as comfort food with chains like Pizza Hut and Dominoes. Now Londoners have travelled more, they’ve tasted better food, and they can recognise good ingredients. They understand quality in a way they didn’t before”.

But, of course, a good pizza depends on a good pizzaiolo, and according to Asciuti – who’s one of the best in London – there’s one ingredient that’s vital: **patience**.

“You have to respect and care for every step of the process – from making the dough to crushing the tomatoes, from peeling the basil to dusting the dough with the right amount of flour. every detail matters”.

It was always Asciuti’s dream to open his own pizzeria, and now he has three – yet he’s still excited to work in the industry every day.

“The people are the best bit,” he says. “You meet so many passionate chefs and colleagues – so many creative, inspiring people. It’s a constant source of learning and motivation”.

Gi. Cr.

CONNIE'S PIZZERIA
© Social Avenue Agency

*Naturalmente, una buona pizza dipende anche da un buon pizzaiolo e, secondo Asciuti, uno degli ingredienti fondamentali è la **pazienza**.*

"Bisogna rispettare e curare ogni fase del processo: dall’impasto alla preparazione dei pomodori, dal pulire il basilico allo spolverare l’impasto con la giusta quantità di farina. Ogni dettaglio conta".

Aprire una pizzeria è sempre stato il suo sogno e oggi ne ha tre, ma l’entusiasmo per il lavoro resta intatto.

"Le persone sono la parte migliore", conclude. "Incontri tantissimi chef e colleghi appassionati, persone creative e stimolanti. È una fonte continua di apprendimento e motivazione".





Lamian cinesi

L'arte dei noodles

tirati a mano

di **CAROLA SCIARRINO**,
Instagram: @scarolasss

I lamian (dal cinese lā, “tirare”, e miàn, “pasta”) sono noodles tradizionali di grano tirati a mano. L’impasto si prepara con pochi ingredienti essenziali: farina di frumento, acqua e un pizzico di sale.

Una volta pronto, viene lasciato riposare a lungo, un passaggio fondamentale perché rende la pasta elastica e lavorabile. È proprio questa fase che permette la successiva tiratura senza che l’impasto si rompa. La difficoltà dei lamian sta nella tecnica della "tiratura", che richiede forza, precisione, ritmo e manualità. Si parte da un impasto morbido che viene allungato, piegato e tirato più volte fino a ottenere fili di noodle dalla consistenza elastica. Il loro spessore dipende dalla tiratura: più la pasta viene lavorata, più i fili diventano sottili.

Lamians, named from lā for ‘pulling’ and miàn for ‘noodles’, are delicate strands of wheat dough shaped by hand. Each pull and twist carries the legacy of China’s culinary story, passed lovingly from one generation to the next.

Just three humble ingredients are needed: wheat flour, water, and a touch of salt. After mixing, it rests ‘patiently’, gathering strength.

Resting is crucial to unlock every possibility. The real challenge lies in the technique, demanding not just strength, but a dance of precision, rhythm, and nimble hands. It all begins with a supple dough, stretched, folded, and rolled again and again, to be turned into silky threads. The perfect noodle emerges only when the dough is stretched to just the right thickness.

INGREDIENTI PER QUATTRO PERSONE INGREDIENTS, SERVES FOUR

Lamian noodles

300 g farina di grano tenero di tipo “0”
300g of “type 0” soft wheat flour
150 g di acqua tiepida
150 g of lukewarm water
Un pizzico di sale
A pinch of fine sea salt

Brodo - Broth

1 kg di Black Angus (unico pezzo)
Whole Black Angus beef joint, 1 kg
Olio evo, sale e pepe q.b.
EVO oil, salt and black pepper, to taste
250 g di vino bianco secco non fruttato
250 g of dry white wine (crisp, not aromatic)
2 l di acqua
2 l of water
2 cipolle bianche e **3** cipollotti
2 white onions and 3 spring onions
3 carote grandi
3 large carrots
8 pak-choi
(4 per il brodo, più 4 da scottare in padella)
8 pak-choi (4 for the broth, plus 4 to sear separately)
1 pezzetto di radice di zenzero fresco
A piece of fresh ginger root
75 g di salsa di soia
About 5 tablespoons of soy sauce
1 cucchiaino colmo di concentrato di pomodoro
1 heaped tablespoon of tomato purée
3 foglie di alloro
3 bay leaves
bacche di ginepro q.b.
Juniper berries to taste
50 g di zucchero
50 g of caster sugar
Peperoncino in fiocchi q.b.
Dried chilli flakes, to taste

Preparazione del brodo

Nella ricetta che condivido con voi, i noodles sono protagonisti, ma il vero carattere del piatto viene dal brodo.

Partiamo da un unico pezzo di manzo **Black Angus**, condito con sale e pepe, massaggiato con olio extravergine e rosolato accuratamente su tutti i lati fino a ottenere una crosticina uniforme. La rosolatura deve essere **profonda e caramellata**, ma non eccessiva, per costruire una base aromatica intensa senza note amare.

Dopo la rosolatura, aggiungo vino bianco direttamente in pentola, per deglassare il fondo. Una volta evaporato l'alcol, aggiungo l'acqua fredda. Mi dedico poi alle **verdure**: cipolla, cipollotti, carote, pack-choi e zenzero tagliati in pezzi giù in pentola. Non vengono rosolate prima: servono a equilibrare, non a dominare. Per quanto riguarda il concentrato di pomodoro, ne aggiungo giusto un cucchiaino: insieme alla salsa di soia serve per rafforzare l'**umami**, dare colore e in più conferisce una nota acida controllata che va ad alleggerire il grasso del manzo.

Il brodo deve sobbollire per circa 2-3 ore. Il piatto si compone in questo modo: Lamian alla base, qualche mestolo di brodo caldo (filtrato), del Pack-Choi scottato in padella, un po' di angus, olio al peperoncino e cipollotto come topping per dare colore e freschezza.

Non il classico ramen, ma un piatto che scalda l'anima e il cuore.

Creazione dei noodles

Noodle making process

1 Impasto e riposo *Dough preparation and resting*

Lavoriamo la farina di grano con acqua e sale fino a ottenere una massa liscia. Il riposo è cruciale: il glutine si rilassa e l'impasto diventa “docile” alla trazione.

We mix wheat flour, water, and salt into a smooth, elastic dough. Letting it rest is essential; this is when the gluten relaxes, and the dough becomes extremely pliable.

2 Allungare *Stretching*

Stendiamo un filone con le mani leggermente unte di olio e cerchiamo di allungarlo senza che si strappi. Non serve forza ma continuità nel gesto. Eseguite sempre gli stessi movimenti, cercate di trovare il giusto ritmo.

With lightly oiled hands, roll a small piece of dough into a log and gently stretch it, careful not to tear. This step is not about strength, but about the graceful flow of movement. Find your rhythm by repeating the same gesture each time.

3 Piegare e tirare *Twisting and pulling*

Si piega, si ruota e si tira più volte: ogni movimento raddoppia i fili. Il movimento è regolare, quasi ipnotico.

The dough is folded, twisted, and pulled again and again, each motion multiplying the strands. The process becomes a gentle, almost hypnotic rhythm.

4 Cottura *Cooking*

I noodles freschi cuociono in pochi minuti. Il risultato ideale è elastico, setoso e mai molle.

Fresh noodles need just a few minutes in boiling water. The goal is a texture that is springy and silky, but never mushy, offering gentle resistance.

Broth preparation

In the recipe I'm sharing with you, the noodles take centre stage, but the true character of the dish comes from the broth.

*For the meat, I selected a cut of **Black Angus**, seasoned with salt and pepper. After a gentle massage with olive oil, I sear it on all sides until a golden crust forms, building a rich, aromatic foundation. Take care not to let it burn; a **perfect caramelisation** brings depth, while burnt bits might turn the broth bitter.*

*Once the meat is beautifully browned, I pour white wine into the pot, letting it sizzle and lift all the savoury bits from the bottom. When the alcohol has cooked off, I add cold water to begin the broth. Next, I turn to the **vegetables**: onions, spring onions, carrots, pak choi, and ginger, all roughly chopped and added straight to the pot. These are not browned first. A single spoonful of tomato paste, along with soy sauce, deepens the **umami taste**, adds a touch of colour, and brings a gentle acidity that brightens the richness of the beef.*

Let the broth simmer gently for two to three hours. To compose the dish, I start with a nest of Lamian at the bottom of the bowl, then a few ladles of broth, a few leaves of pak choi quickly seared in a pan, and a portion of beef. A drizzle of chilli-infused olive oil and a sprinkle of fresh spring onion to add colour and freshness.

This may not be the classic ramen dish, but it will comfort both soul and heart with every spoonful, indeed.

L'ABC del domani:

perché la rivoluzione alimentare nasce dal carrello

Intervista a **Maria Chiara La Mantia e Marco Cirrincione**
Category buyers presso Prezzemolo & Vitale

Gennaio è il mese in cui proviamo a tracciare rotte nuove. Ma per capire dove sta andando il nostro futuro alimentare, non serve guardare ai laboratori o alle proiezioni di mercato; basta osservare, on occhi nuovi, il gesto più ripetuto delle nostre giornate: fare la spesa. Se il cibo è il nostro patrimonio, il carrello è il luogo in cui questo patrimonio viene esercitato, difeso o tradito. Per capire come stia cambiando questa grammatica quotidiana, ho lasciato spazio a chi vive "nel mezzo", tra il produttore e il nostro piatto: i buyer. Sono loro i mediatori di questo valore, i curatori di una dispensa collettiva che deve conciliare etica, salute e portafoglio.

The ABCs of our tomorrow: *why the real food revolution comes from the shopping cart*

January is when we set out in search of new directions. Yet, to glimpse the future of our food, we do not need to peer into laboratories or sift through market forecasts. All it takes is a fresh look at the most familiar ritual of our days: shopping. If food is our legacy, then the shopping cart is where we honour, protect, or sometimes neglect that legacy. To understand how this daily ritual is changing, I sought out those who move quietly between the fields and our tables: the buyers. They are the silent curators, shaping a collective pantry where ethics, wellness, and affordability must strike a delicate balance.

CHI SCEGLIE PRIMA DI NOI

Il buyer, l'anello invisibile tra filiera e banco

Si chiama buyer la persona che seleziona a monte i prodotti che arrivano sugli scaffali e sui banchi. Valuta fornitori, qualità, prezzo, stagionalità, disponibilità e coerenza con l'identità dell'insegna. In pratica, è il filtro umano tra quello che c'è e quello che troveremo in negozio. Il\la buyer risponde all'azienda per cui lavora, alla direzione commerciale o alla proprietà. Il suo difficile compito è tradurre strategia e valori dell'azienda che rappresenta in assortimento concreto, tenendo insieme sostenibilità economica, responsabilità culturale e necessità del pubblico.

THE BUYER'S ID

A buyer is the discerning eye behind every product that appears on store shelves. They weigh suppliers, quality, price, season, availability, and how each item fits the store's unique character. In essence, the buyer is the human gateway, shaping what we discover in every aisle. The buyer answers to their company, whether to management or ownership. Their challenge is to turn company strategy and values into a tangible selection, balancing profit, cultural awareness, and what customers truly want.

L'EDUCAZIONE AL FRESCO:
IL PRESIDIO DI MARCO

Marco Cirrincione ci porta davanti ai banchi dell'ortofrutta, dove il futuro si gioca sulla capacità di riabitare le stagioni.

"Il criterio di base è prediligere prodotto fresco e di stagione", spiega Marco. "Esistono commodities come banane o avocado che sono talmente richiesti da non permettere di lavorare solo sulla stagione, ma sono una percentuale piccola. In stagione si preferisce sempre il locale, anche per quei prodotti come mango o avocado che, del resto, ormai si producono con successo in Sicilia". Il punto di rottura con il passato, nel



racconto di Marco, è il passaggio dalla vendita all'informazione: "Il consumo di prodotti healthy è aumentato e noi possiamo agire sull'informazione: raccontare che la vitamina C'è presente nel kiwi e nelle fragole, ma anche nel cavolfiore. Ogni stagione ha il suo prodotto 'salva-difese'.

Questo puoi farlo solo se c'è una filiera che tutela anche questa parte del lavoro: io so di poter contare sulla collaborazione ai banchi ed è questo che rende i consumatori sempre più consapevoli, il fatto che ai banchi lo staff abbia competenza e tempo per raccontare delle cose su quello che scelgono".

Per Marco, la qualità è un concetto completo: "Si declina in tutela del territorio, sostenibilità, standard superiori alla media. Ma tutto questo è possibile solo se la catena protegge una dimensione umana a 360 gradi. Io vado in negozio, ascolto clienti e repartisti: dove chi sta al banco ha tempo e competenza da dedicare, la scelta è vincente perché rende i consumatori sempre più pronti. Questo è il vero patrimonio

RAISING AWARENESS ABOUT FRESH FOOD: MARCO'S PRAESIDIUM

Marco Cirrincione invites us to the vibrant world of fruit and vegetable counters, where the future is shaped by our ability to reconnect with the rhythm of the seasons.

"The golden rule is to choose fresh, seasonal produce," Marco shares. "Some staples like bananas or avocados are always in demand, but they make up only a small slice. Whenever possible, local produce takes centre stage, even for fruits like mangoes or avocados that now thrive in Sicily." For Marco, the real shift is moving from simply selling to sharing knowledge: "People are eating healthier, and we can guide them by sharing that vitamin C is found not just in kiwis and strawberries, but also in cauliflower. Every season brings its own 'defence-boosting' star. This is only possible when the supply chain supports this work: I rely on the expertise and collaboration of the counter staff, and their ability to inform is what truly empowers consumers."

For Marco, quality is a holistic idea: "It means caring for the land, embracing sustainability, and aiming for standards that rise above the ordinary. But this only works if the entire chain values the human side at every step. I visit stores, listen to customers and staff: when those at the counters have the time and know-how to engage, everyone wins. This is the true legacy for a future that lasts."



MARIA CHIARA E MARCO NEGLI UFFICI P&V
©Foto di Enrica Massaro Cenere

LA RESPONSABILITÀ DEL LIMITE:
LA VISIONE DI MARIACHIARA

Il futuro, per **Mariachiara La Mantia**, inizia dalla consapevolezza che il consumo non è più un atto compulsivo.

"I consumi sono un po' più bassi e questo dipende da diversi fattori", esordisce. "Da un lato ci sono scelte più consapevoli e la dieta delle persone diventa più equilibrata, dall'altro la carenza di prodotti porta inevitabilmente a un rialzo dei prezzi". In questo scenario, il buyer smette di essere solo un acquirente di volumi e diventa un garante. "Come buyer sento la responsabilità del prodotto che propongo al consumatore e la mediazione indispensabile è proprio nel rapporto qualità-prezzo. È importantissimo lavorare con prodotti italiani e siciliani: per noi il prodotto locale è garanzia di freschezza e salubrità. Una catena che sceglie di tutelare il suo cliente tiene presente questo prima di tutto".

Per Mariachiara, l'italianità non è un'etichetta, ma un impegno verso il benessere: "La qualità della carne ha a che fare con la vita dell'allevamento, con il benessere degli animali stessi. Puntiamo su allevamenti responsabili, sani e a km0 per il 90%. L'italianità è un valore che ha a che fare con la tutela di un patrimonio enorme: la salute delle persone insieme a quella del territorio".

UNA NUOVA COMPETENZA COLLETTIVA

Visto così, il "domani" non è una terra straniera, ma una costruzione quotidiana. Il futuro della nostra cultura alimentare risiede in questa alleanza: tra chi seleziona con rigore (buyer), chi racconta con passione (banconista) e chi sceglie con cura (noialtri e noialtre). Se il carrello è il nostro patrimonio, allora Mariachiara e Marco ci stanno dicendo che la sua tutela non è un compito burocratico, ma una pratica umana fatta di ascolto, rispetto per i cicli naturali e responsabilità verso la salute. È in questo spazio che stiamo scrivendo il prossimo capitolo della nostra storia.

Pa. Ma.



THE RESPONSIBILITY OF THE LIMIT:
MARIACHIARA'S VISION

For **Mariachiara La Mantia**, the future unfolds with a fresh perspective: the frenzy of consumption has faded.

"Consumption is a bit lower, and this depends on several factors," she explains. "While people are making more mindful choices and enjoying healthier, more balanced diets, the scarcity of products is driving prices higher." Here, the buyer is no longer just a collector of quantities, but a true guarantor. "As a buyer, I feel a duty to stand behind every product I offer, and the real challenge is balancing quality with price. Sourcing Italian and Sicilian goods is essential: for us, 'local' means fresh and wholesome. Any chain that truly cares for its customers puts this at the forefront."

For Mariachiara, Italianness is more than a label; it is a promise of well-being. She believes that the quality of meat is deeply connected to the life of the farm and the care given to the animals. Her focus is on the 90% of farms that are responsible, healthy, and truly embrace the journey from farm to fork. To her, Italianness means safeguarding a vast heritage and nurturing the health of the people and the land.

A NEW COLLECTIVE COMPETENCE

Viewed through this lens, our tomorrow is not a far-off dream, but something we shape with each passing day. The future of our food culture is crafted in the partnership between careful selectors, passionate sharers, and all of us who make mindful choices. If the shopping cart is our legacy, Mariachiara and Marco show us that protecting it is not about bureaucracy, but about a living ritual of listening, respecting the pace of nature, and nurturing our well-being. We are writing the next page of our collective story.

Il futuro, con calma Perché rallentare è ancora un atto necessario

di Antonello Ravetto Antinori

Moving leisurely into tomorrow
There is still a vital need to slow our steps

In un mondo sempre più caotico nel quale immaginare il futuro ci costringe a disegnare scenari che cambiano di continuo, aggrapparsi alle abitudini e ai valori del passato può essere una reazione istintiva, a volte quasi una necessità. Ecco perché in questo primo numero del 2026 di Retrobottega, nel quale il filo conduttore è proprio il nostro “sguardo al futuro”, abbiamo provato a raccontare il legame tra modernità e tradizione. Che poi è l'idea che ha dato vita, cinque anni fa, a questo magazine.

Un “giornale di carta”, da sfogliare e conservare: una scelta coraggiosa e controcorrente, perché in un'epoca nella quale ormai le notizie durano il tempo di un reel, ci ostiniamo a pensare che ogni tanto è necessario prendersi una pausa dalla fretta quotidiana. Possiamo farlo quando andiamo a fare la spesa, scegliendo con calma gli ingredienti per cucinare un buon piatto di famiglia, o leggendo le storie che stanno dietro a quegli ingredienti. Le storie di chi ha scommesso su prodotti della terra coltivati come una volta, di chi continua a credere che la qualità sia un valore da non sminuire di fronte alla quantità.

Insomma, Retrobottega ha le stesse caratteristiche dei prodotti che trovate negli scaffali e tra i banchi di Prezzemolo & Vitale: è un magazine fatto con ingredienti genuini e selezionati, che prova ad accompagnare i nostri clienti verso acquisti sempre più consapevoli, ed è anche un progetto editoriale che intende fare molta strada. E così come nella scelta del cibo è sempre meglio non fermarsi alle apparenze ma leggere le etichette, quando siamo di fronte ad un articolo o ad una notizia non fermiamoci al titolo, arriviamo fino in fondo. Proviamo ad essere affamati, anche di informazione.

While the world spins with uncertainty and the future teases us from afar, we naturally turn to the rituals and values that ground us. In this first 2026 issue of Retrobottega, united by our shared gaze towards what lies ahead, we set out to explore the delicate balance between modernity and tradition. This very tension sparked the creation of our magazine five years ago.

A paper magazine, meant to be savoured and saved, is a bold and unconventional choice. In a time when news flickers by as quickly as a reel on a smartphone, we believe more than ever in the importance of pausing, stepping away from the relentless pace of daily life.

We find these moments when we shop with intention, selecting ingredients for a meal to share with the loved ones, or when we linger over the stories behind those ingredients. These are the stories of people who have placed their faith in time-honoured ways of cultivating the land, who hold fast to the belief that quality should never be sacrificed for quantity.

In a nutshell, Retrobottega magazine mirrors the very products you discover at Prezzemolo & Vitale: crafted with care, authenticity, and thoughtfully chosen ingredients. This magazine aims to guide our readers toward greater awareness, and it is a project built to endure. Just as we look beyond appearances and read labels when choosing food, so too should we look past headlines and read articles to the very end. Let us nurture our curiosity, staying hungry not only for good food but for knowledge as well.

LE SELEZIONI DI P&V
Speck Riserva al naturale
SENZA NITRITI E NITRATI

LE SELEZIONI DI P&V
Salame al naturale
SENZA NITRITI E NITRATI

LE ECCELLENZE DI P&V
Bresaola al naturale
SENZA NITRITI E NITRATI

LE SELEZIONI DI P&V
Fesa di tacchino al forno
SENZA NITRITI E NITRATI

Senza se e senza NO

NATURALMENTE BUONI



Salumi senza nitriti né nitriti,
il gusto senza limiti

Scoprili online e al banco salumi
in tutti i nostri punti vendita

prezzemoloevitale.it

Un patrimonio nel carrello

Responsabilità, scelte e filiere dietro la cucina italiana Unesco

Responsibilities, choices and supply chains behind UNESCO Italian Cuisine

Prima cucina nazionale a ricevere questo riconoscimento, la cucina Italiana è stata recentemente inserita nella Lista del Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità, allungando così la lista degli elementi italiani presenti nelle liste Unesco, ad oggi ventuno nove dei quali legati al mondo agroalimentare: dal pizzaiolo napoletano alla cerca e cavatura del tartufo, la costruzione dei "muretti a secco" (segno distintivo di molti panorami delle campagne di casa nostra) alla coltivazione della "vite ad alberello" dello Zibibbo di Pantelleria.

Aggiungerei a questi la dieta mediterranea già riconosciuta nel 2010. Anche se, va detto per correttezza di cronaca, non è solo italiana (tanto che allora la candidatura fu transnazionale riunendo Italia, Spagna, Grecia e Marocco a cui si aggiunsero poi Cipro, Croazia e Portogallo). Di certo però la dieta mediterranea è soprattutto italiana e qui ampiamente celebrata in tutti i sensi, sì perché in questo caso, così come per la cucina italiana, non si tratta soltanto di sedersi a tavola e gustarsi un piatto di spaghetti *c'a' pummarola n'copp*, ma si va davvero molto oltre.

Per chiarire quanto sbagli chi declina la notizia con il solito "Italia, spaghetti e mandolino", basta guardare da una parte alle ricadute economiche in termini di esportazioni e turismo enogastronomico, dall'altra al percorso che ha portato a questo risultato.

Italian cuisine, the first national cuisine to receive this distinction, is now listed on the UNESCO List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. It joins a vibrant mosaic of Italian traditions on Unesco's selection: twenty-one in total, nine of which are deeply rooted in the agri-food world. From the artistry of Neapolitan pizza makers and the truffle hunting and digging, to the hands who build the dry-stone walls (a hallmark of many of our countryside panoramas) and the typical practice of cultivating the 'vite ad alberello' – head-trained bush vines – in Pantelleria, every tradition whispers a tale of heritage and devotion.

And let's not overlook the Mediterranean diet, which has been celebrated since 2010. Even if, for the sake of accuracy, it must be said that it is a shared jewel among Italy, Spain, Greece, Morocco, and later Cyprus, Croatia, and Portugal, nowhere does it beat with such vibrant life as in Italy. Here, the Mediterranean diet is more than a meal; it is a living, breathing rhythm, woven into daily life and echoing far beyond a simple plate of spaghetti c'a' pummarola n'copp – Neapolitan for spaghetti with tomato sauce.

To prove their detractors wrong when they merely frame Italy with the tired cliché of 'the land of spaghetti and mandolin', let's consider the powerful waves Italian cuisine has sent across the globe, shaping exports, inspiring travel, and earning worldwide admiration.

L'UNESCO la definisce:

“una cucina degli affetti, un modo di prendersi cura di sé stessi e degli altri, di esprimere amore e solidarietà, di riscoprire le proprie radici. Attraverso ciò che mettiamo a tavola, la comunità rivela la sua storia e descrive la realtà.

È una pratica quotidiana che contribuisce a salvaguardare specifiche espressioni culturali, perfino linguistiche e gestuali. Fondata sulla socialità e sulla condivisione, è uno strumento di inclusione sociale e una fonte di felicità individuale e collettiva.

Rappresenta un esempio di apprendimento e insegnamento a tutto campo poiché valorizza la diversità e coinvolge in modo trasversale competenze, generazioni e molteplici contesti di pratica”.

Perché in fondo, se la cucina italiana è davvero questo straordinario esempio di "apprendimento e insegnamento a tutto campo", allora la vera ripartenza per il futuro inizia proprio da chi ci accompagna tra quelle corsie. Ogni volta che mettiamo un prodotto nel carrello, stiamo compiendo un gesto educativo, passando un testimone ai nostri figli e alle nostre figlie. Insegnare loro a distinguere un sapore, a leggere un'origine, a rispettare il tempo di una stagione, significa trasformare quel riconoscimento Unesco da un titolo onorifico in una pratica viva, quotidiana.

La tutela di questo patrimonio, allora, non è più solo una questione di protocolli o di politiche agricole, ma diventa il modo più profondo che abbiamo per prenderci cura di chi verrà dopo di noi, garantendo che quella "felicità individuale e collettiva" non resti un concetto astratto sulla carta, ma continui a essere il sapore della nostra realtà: ogni giorno, spesa dopo spesa.

Pa. Ma.

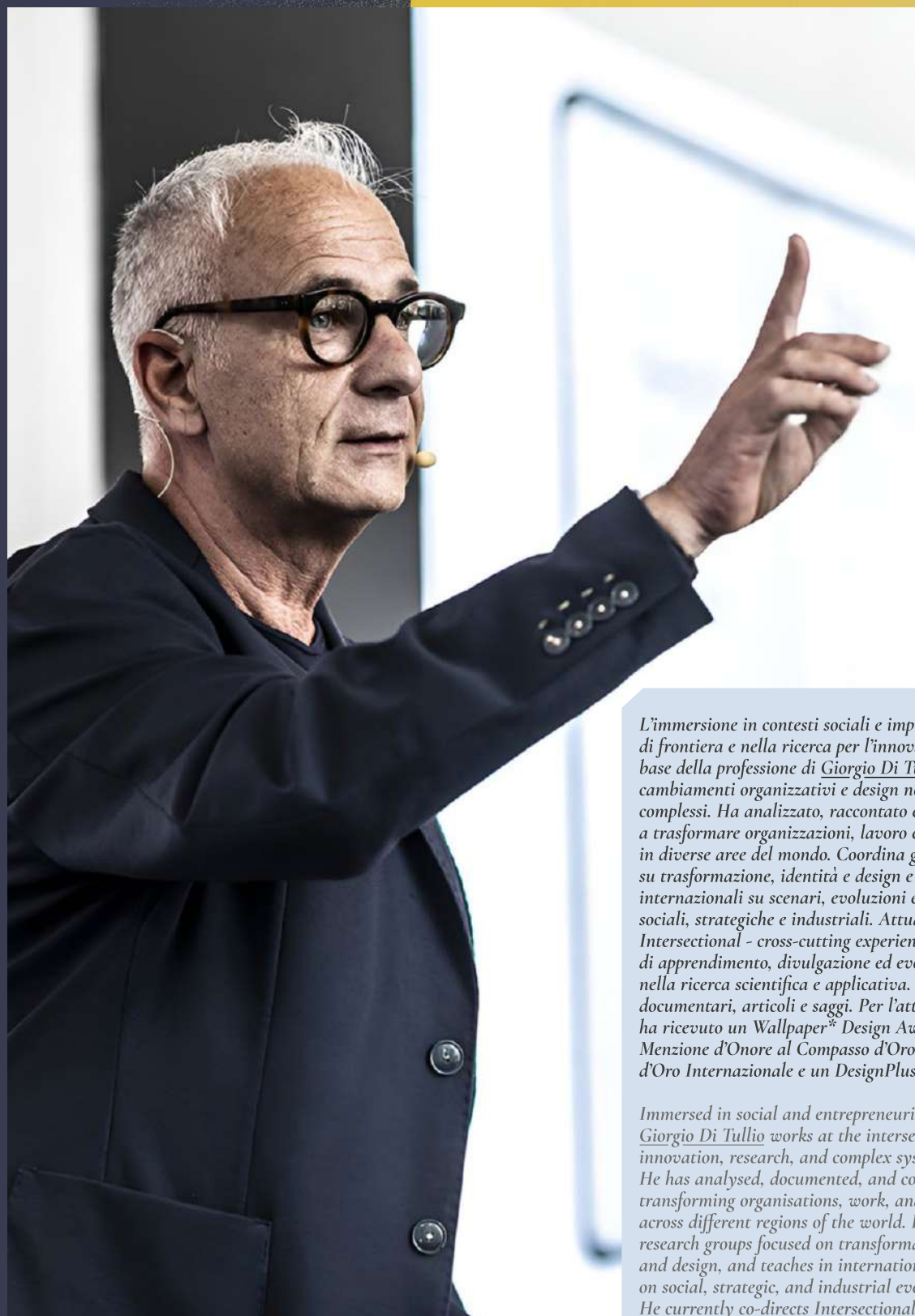


It is no coincidence that UNESCO defines it as a cuisine of affections, a way of taking care of oneself and others, of expressing love and solidarity, and of rediscovering one's roots. Through what we put on our plate, the community reveals its history and describes reality. It is a practice that contributes to safeguarding specific cultural expressions, even linguistic and gestural skills.

Based on sociality and sharing, it is a tool for social inclusion and a source of individual and collective happiness, and represents an example of learning and all-round teaching because it values diversity and involves, in a transversal way, skills, generations and multiple contexts of practice.

If Italian cuisine truly represents 'all-round learning and teaching,' then the future is shaped by those who shop alongside us. Every product we put in our trolley becomes a lesson, a legacy passed to our children. Teaching them to savour each flavour, recognise origins, and respect the rhythm of the seasons turns Unesco recognition from a distant accolade into a daily ritual.

Therefore, safeguarding this heritage is more than a bureaucratic matter or an agricultural policy; it is our most heartfelt way to nurture those who come after us, making 'individual and collective happiness' not just a concept but a taste we cherish whenever we go to the supermarket.



L'immersione in contesti sociali e imprenditoriali di frontiera e nella ricerca per l'innovazione è alla base della professione di Giorgio Di Tullio, che studia cambiamenti organizzativi e design nei sistemi complessi. Ha analizzato, raccontato e contribuito a trasformare organizzazioni, lavoro e prodotti in diverse aree del mondo. Coordina gruppi di ricerca su trasformazione, identità e design e insegna in scuole internazionali su scenari, evoluzioni e innovazioni sociali, strategiche e industriali. Attualmente co-dirige Intersectional - cross-cutting experience -, percorso di apprendimento, divulgazione ed evoluzione nella ricerca scientifica e applicativa. Ha pubblicato documentari, articoli e saggi. Per l'attività di design ha ricevuto un Wallpaper Design Award, una Menzione d'Onore al Compasso d'Oro, due Compasso d'Oro Internazionale e un DesignPlus Award.*

Immersed in social and entrepreneurial frontiers, Giorgio Di Tullio works at the intersection of innovation, research, and complex systems design. He has analysed, documented, and contributed to transforming organisations, work, and products across different regions of the world. He leads research groups focused on transformation, identity, and design, and teaches in international schools on social, strategic, and industrial evolution. He currently co-directs Intersectional, a platform for learning, dissemination, and the advancement of scientific and applied research. He has published documentaries, articles, and essays. His design work has received a Wallpaper Design Award, a Compasso d'Oro Honorable Mention, two Compasso d'Oro International mentions, and a DesignPlus Award.*

Il Presente è un luogo, non un tempo

di Giorgio di Tullio,
Change designer

The present is a landscape we inhabit,
not a fleeting moment

In una recente intervista, Miguel Benasayag, filosofo e psicoanalista franco-argentino, introduce una lettura del tempo che scardina la concezione di **presente** lineare e “transitivo”, sempre proiettato verso un futuro, per avviarci all’idea che il presente sia invece uno spazio regolato dalla fase e non dall’istante. In questo spazio il tempo contiene trasformazioni ed estende il presente a una dimensione che comprende eventi accaduti e in “accadenza”.

Questa lettura del tempo (qui semplificata) può aiutare a comprendere piccole cose del nostro vivere: come il cibo non sia solo gusto e nutrizione ma qualità dei corpi e delle interazioni umane, come il nutrirsi, nel suo rituale ripetersi diverso, sia luogo del nostro sviluppo comportamentale e relazionale e insieme legame con la terra che lo propone. Si tratta quindi di comprendere il valore del nostro consumare cibo oltre il piacere gustativo e il valore nutritivo: “Mangiare è un atto agricolo” e quindi di ampia stagione - come suggerito da Wendell Berry, Carlin Petrini e Slow Food - ma anche atto trasformativo, un tempoluogo abitato da conoscenze, culture, stagioni e **fasi** della terra, tutte insieme in uno spazio che “trascorre” con noi. Il cibo è un presente esteso.

Soprattutto **il cibo è luogo**, non solo come geografia di origine, coltivazione, allevamento o lavorazione, ma perché appartiene ed è un **centro** del mondo.

*In a recent interview, French-Argentine philosopher and psychoanalyst Miguel Benasayag urges us to break free from the old notion of the **present** as something that slips away toward the future. He paints the present as a landscape, sculpted by phases rather than vanishing moments. In this space, time becomes a vessel for transformation, stretching wide enough to hold both what has been and what is still coming to life.*

*This perspective on time (here, almost simplified) can help us discover the quiet marvels woven into our daily lives. So, food becomes more than flavour; it shapes our bodies and our bonds. And every act of nourishment, performed within its familiar rituals, becomes a space for growth and a living thread tying us to the land that feeds us. We are invited to recognise the act of eating as something that transcends the taste or nutrition in itself. As Wendell Berry, Carlin Petrini, and Slow Food remind us, “eating is an act of agriculture”, rooted in the pulse of the seasons. It is a transformative gathering, where knowledge, cultures, and the **cycles** of the earth converge and share space with us. Food, in this sense, becomes an ever-expanding present.*

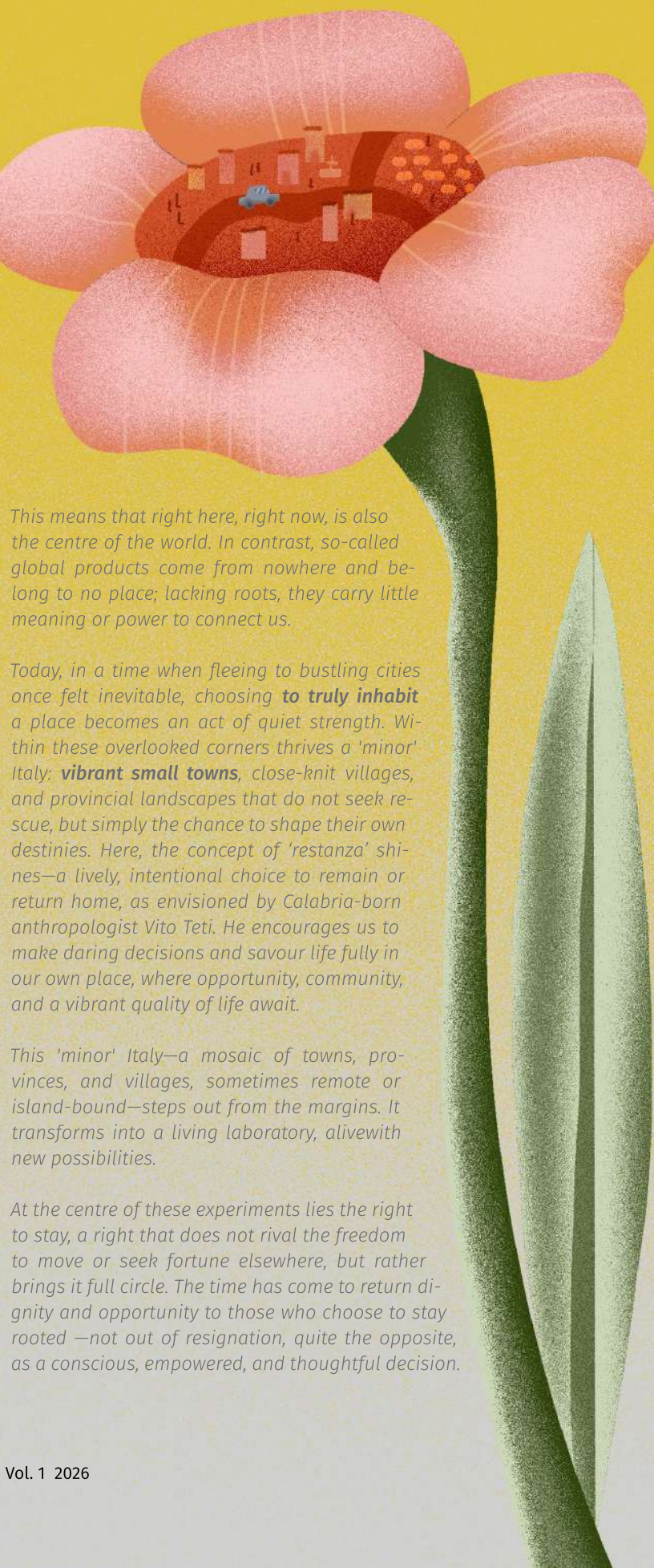
*Above all, **food is a place**. Its importance goes beyond where it is grown, raised, or prepared; it claims a **central space** in our world and in the story of our lives. Quoting Cusanus, Pascal, and the great chief Black Elk, we hear that “God, or Nature, or Spirit, is an infinite sphere with its centre everywhere and its circumference nowhere.”*

“Dio (la Natura, lo Spirito, il Sacro) è una sfera infinita il cui centro è ovunque e la circonferenza in nessun luogo” citando Cusano, Pascal e pure il grande capo Alce Nero: dunque anche qui c'è, ora, il centro del mondo, mentre i prodotti “globali” non hanno luogo nè sono da nessuna parte: in quanto non appartenenti portano scarso significato e potere relazionale.

Oggi, dopo che la possibilità di scappare verso grandi assembramenti metropolitani è sembrata a lungo l'unica via, **abitare un luogo** non è un atto neutro. È nel cuore di quei centri-ovunque, infatti, che abita un'Italia "minore", di **piccole e medie città**, reti di borghi, territori di provincia che non vanno salvati ma messi in condizione di generare futuro. Qui nasce la "restanza": l'invito dell'antropologo calabrese **Vito Teti** a non rimanere passivi ma ad operare scelte consapevoli e coraggiose di abitare i propri luoghi avendo accesso a servizi, opportunità e una qualità della vita dignitosa.

L'Italia “minore”, quel mosaico di centri intermedi, territori di provincia e “paesoni”, spesso isolati, talvolta isolani, smette di essere periferia in attesa di istruzioni per diventare laboratorio di nuove possibilità.

Al centro di questi atti sperimentali c'è il diritto di restare nei luoghi che non si contrappone alla libertà di muoversi, viaggiare o cercare fortuna altrove; al contrario, la completa. È Tempo di restituire dignità e opportunità a chi sceglie di tenere le proprie radici: a chi resta non per rassegnazione ma per scelta possibile, consapevole e tutelata. Rendere concreto questo diritto significa guardare al presente non come a un istante che scappa, ma come a uno spazio in cui le cose scorrono, in cui gesti quotidiani, come il rito del cibo, si trasformano da puro consumo ad azioni che creano la salute dei territori.



This means that right here, right now, is also the centre of the world. In contrast, so-called global products come from nowhere and belong to no place; lacking roots, they carry little meaning or power to connect us.

*Today, in a time when fleeing to bustling cities once felt inevitable, choosing **to truly inhabit** a place becomes an act of quiet strength. Within these overlooked corners thrives a 'minor' Italy: **vibrant small towns**, close-knit villages, and provincial landscapes that do not seek rescue, but simply the chance to shape their own destinies. Here, the concept of 'restanza' shines—a lively, intentional choice to remain or return home, as envisioned by Calabria-born anthropologist Vito Teti. He encourages us to make daring decisions and savour life fully in our own place, where opportunity, community, and a vibrant quality of life await.*

This 'minor' Italy—a mosaic of towns, provinces, and villages, sometimes remote or island-bound—steps out from the margins. It transforms into a living laboratory, alive with new possibilities.

At the centre of these experiments lies the right to stay, a right that does not rival the freedom to move or seek fortune elsewhere, but rather brings it full circle. The time has come to return dignity and opportunity to those who choose to stay rooted—not out of resignation, quite the opposite, as a conscious, empowered, and thoughtful decision.

In una elaborazione lineare, attenderemmo l'iniziativa pubblica in tal senso, in una elaborazione in termini di luogo, invece possiamo guardare a ciò che già convive nei territori: qui l'impresa, in particolare quella con interfacce localizzate, i negozi, gli spazi di conoscenza, di relazione, assumono una responsabilità nuova. Il negozio di prossimità non è solo vetrina, ma l'ultimo presidio sociale di una comunità.

Il paradigma dell'efficienza globale, ormai distrutto dal suo stesso dominio estrattivo, sta lasciando il posto a politiche che gli economisti chiamano di **de-risking** o **friendshoring**: si punta cioè più sul vicino, sul conosciuto, sull'alleato e non solo (non più) sul conveniente ma instabile. Questa inversione di senso dà spazio al communityshoring: una strategia dove i centri di proposta e offerta, i negozi, i supermercati, diventano hub capaci di attivare una logistica inversa.

Invece di limitarsi a "portare merci" nei piccoli centri, queste strutture possono raccogliere il valore prodotto localmente — dal piccolo caseificio al giovane professionista digitale — e immetterlo in circuiti più ampi. L'impresa non "estrae" più valore, ma lo trattiene, lo impagina e lo rigenera, trasformando le difficoltà logistiche e organizzative, in tratti distintivi e vantaggi competitivi.

L'innovazione sociale è un presidio fisico potenziato dal digitale, è il modello **phygital**, quello nel quale la connessione online permette alle micro-reti di territorio di fiorire senza perdere contatto umano. La filiera non solo si accorcia, ma si connette in profondità: crea un dialogo, uno scambio costante, protetto, stabile tra chi coltiva, chi lavora e chi abita, legando la memoria delle tradizioni alla velocità dell'innovazione.

Rigenerare un territorio non significa "aggiustare" ciò che è vecchio, ma ri-progettarlo continuamente insieme a chi lo vive.

And to make this right tangible, we must see the present not as a fleeting moment, but as a space where life flows, where daily gestures—like the ritual of eating—become more than consumption; they become acts that nurture the health of our communities. If we thought only in straight lines, we might wait for public action. But when we think in terms of place, we notice what already flourishes around us, such as businesses – especially those with region-tailored interfaces – shops, knowledge spaces, and relationships, all of which gain new significance. The local shop becomes more than a shopfront; it stands as the last bastion of community life.

*The old model of global efficiency, toppled by its own excess, is giving way to new policies like **de-risking** and **friend-shoring**, as economists call them. Now, attention turns to what is close, familiar, and trustworthy, rather than only (and no longer) to what is merely advantageous but fragile. This shift unlocks the potential for community shoring, where shops and supermarkets become vibrant hubs, sparking fresh flows and connections and activating reverse logistics.*

Rather than just “delivering goods” to small towns, these structures can harvest the value created locally—from the small dairy to the young digital professional—and channel it into broader networks. Companies shift from extracting value to nurturing, displaying, and regenerating it, turning logistical and organisational challenges into unique strengths and advantages.

*Social innovation becomes a physical outpost, amplified by digital tools; this is the **phygital** model, where online connectivity lets local micro-networks thrive without losing the warmth of human contact. The supply chain not only shortens, but deepens: it sparks dialogue, a steady, protected exchange among those who cultivate, work, and live, weaving together the memory of tradition with the pace of innovation.*

Regenerating a territory is not about “patching up” the old, but about constantly reimagining it alongside its people.



Teaching taste: How a charity is helping children love and understand good food

Interview with Fran Box, director of TastEd

Educare al gusto: come un'associazione aiuta i bambini ad amare e capire il buon cibo

When you were a child, could you recognise an onion or identify a plum? A charity helping children “learn how to eat” says it’s not uncommon these days to meet kids who can’t.

TastED, founded in 2019, is a sensory food education charity set up to change that. “We have a clear and joyful mission”, says director **Fran Box**. “To help children become confident, curious eaters by discovering the pleasure of fruit and vegetables”.

“Rather than focusing primarily on messages about what children should or shouldn’t eat, TastED takes a very different approach”, she adds.

“We start with curiosity and the senses, inviting children to explore food through colour, smell, texture and sound. They might listen to blueberries pop and celery crunch, notice the smoothness of a red pepper or the roughness of a carrot, or smell fresh mint and admire the shine of apples. Tasting is always optional, but often comes naturally once children feel relaxed and engaged”.

The UK has one of the highest rates of obesity in Europe, and the average British diet is high in sugar, saturated fat and ultra-processed foods, while being low in fruit, vegetables, whole grains and fibre. This trend also appears to be getting worse.

Da bambini, sapevate riconoscere una cipolla o distinguere una susina? Secondo un'associazione che aiuta i più piccoli a “imparare a mangiare”, oggi non è affatto raro incontrare bambini che non ci riescono.

TastED, fondata nel 2019, è un'organizzazione no-profit di educazione alimentare sensoriale nata proprio per cambiare questo scenario. “Abbiamo una missione chiara e gioiosa”, racconta la direttrice Fran Box. “Aiutare i bambini a diventare mangiatori sicuri e curiosi, scoprendo frutta e verdura”.

“Invece di concentrarci principalmente su messaggi su ciò che i bambini dovrebbero o non dovrebbero mangiare, TastED adotta un approccio completamente diverso”, spiega.

“Partiamo dalla curiosità e dai sensi, invitando i bambini a esplorare il cibo attraverso il colore, l'odore, la consistenza e il suono. Possono ascoltare lo scoppiettio dei mirtilli e il croccante del sedano, notare la superficie liscia di un peperone rosso o quella più ruvida di una carota, oppure annusare la menta fresca e osservare la lucentezza delle mele. Assaggiare è sempre facoltativo, ma spesso avviene in modo naturale, quando i bambini si sentono rilassati e coinvolti”.

← © Tom Perry

“Data continues to show declining fruit and vegetable consumption across all age groups”, says Fran. “Less than 9% of children eat the recommended five portions of fruit and veg a day. Vegetables are the most wasted item in school lunches. The average toddler in the UK gets over 60% of their energy from ultra-processed food, and 50% of parents say they have given up trying to get their children to eat vegetables”.

TastED believes that introducing vegetables early and presenting them in a relaxed, no-pressure environment could help change this. Knowledge of healthy eating isn’t enough on its own to change behaviour, research shows. Instead it’s this tactile, sensory and fun approach that is more likely to pay off.

“In a TastED lesson, children have the opportunity to try foods – often for the first time – while developing the language and confidence to understand and communicate their preferences. This helps children build a lifelong, positive relationship with food”.

Children are far more willing to try new foods when they feel confident, curious and emotionally safe – not simply because something tastes ‘nice’.

“So when a child refuses a new fruit or vegetable, it’s often not because they won’t like it, but because it feels unfamiliar, uncertain, or even a bit overwhelming. Building food skills makes trying new foods easier and more enjoyable, especially for children who have had less exposure”.

Il Regno Unito presenta uno dei più alti tassi di obesità in Europa e la dieta media britannica è ricca di zuccheri, grassi saturi e alimenti ultra-processati, mentre risulta povera di frutta, verdura, cereali integrali e fibre. Una tendenza che sembra peggiorare.

"I dati continuano a mostrare un calo del consumo di frutta e verdura in tutte le fasce d’età", afferma Fran. "Meno del 9% dei bambini consuma le cinque porzioni giornaliere raccomandate. Le verdure sono l'alimento più sprecato nei pasti scolastici. Il bambino medio nel Regno Unito ricava oltre il 60% dell'energia da cibi ultra-processati e il 50% dei genitori dichiara di aver rinunciato a cercare di far mangiare verdure ai propri figli".

TastED è convinta che introdurre le verdure fin dalla prima infanzia e presentarle in un ambiente rilassato e privo di pressioni possa fare la differenza. Le ricerche dimostrano che la semplice conoscenza dei principi di un'alimentazione sana non basta a cambiare i comportamenti. È invece l'approccio tattile, sensoriale e giocoso ad avere maggiori probabilità di funzionare.

"Durante una lezione TastED, i bambini hanno l'opportunità di provare nuovi alimenti, spesso per la prima volta, sviluppando al tempo stesso il linguaggio e la sicurezza necessari per comprendere ed esprimere le proprie preferenze. Questo li aiuta a costruire un rapporto positivo e duraturo con il cibo.

Quando un bambino rifiuta un frutto o una verdura nuova, quindi, spesso non è perché non gli piacerà, ma perché gli risulta sconosciuta, incerta o persino un po' travolgente. I bambini sono molto più disposti a provare cibi nuovi quando si sentono sicuri, curiosi ed emotivamente a loro agio, non semplicemente perché qualcosa ha un ‘buon sapore’. Sviluppare competenze alimentari rende l'assaggio di nuovi cibi più facile e piacevole, soprattutto per i bambini che hanno avuto meno occasioni di esposizione".

BAMBINI SPERIMENTANO LA FRESCHEZZA DI FRUTTA E VERDURA DURANTE LE LEZIONI TASTED
CHILDREN EXPERIENCING THE JOY OF FRESH VEGETABLES AND FRUITS DURING TASTED CLASSES
← © Eric Aydin-Barberini
↗ © Tom Perry



"We often meet children who say they ‘don’t like’ a particular food, but when you explore this together, something interesting happens”, says Fran. “A child might discover they don’t like cooked carrots because they’re sweet and soft, but actually enjoy them raw because they’re crunchy. That shift – from a blanket ‘I don’t like it’ to a more nuanced understanding – opens up so many possibilities. Being able to explain to a parent or teacher why you do or don’t like something means you can have more say in what and how you experience food”.

This creates greater flexibility and open-mindedness, and reduces the chances of children ruling out certain foods entirely.

“We speak to early years educators and primary school staff, who see many children with very limited diets. Asking these children to learn to cook misses a vital step: learning to eat. We all learn to eat – for example, we have a natural preference for sweet foods when we are young, and we learn to like bitter foods with practice. If children aren’t accessing a range of foods at home – for a whole variety of reasons – schools and nurseries can provide a space for these experiences to happen”.

Gi. Cr.

YOU CAN SUPPORT **TastED** by:

Recommending TastEd to a school or nursery tasteeducation.com
Donate so we can reach more children tasteeducation.com/donate

SOSTIENI **TastED**:

Consigliando TastED a una scuola o a un asilo tasteeducation.com
Donando per aiutare l'associazione a raggiungere più bambini tasteeducation.com/donate

"Spesso incontriamo bambini che dicono dicono che un determinato alimento non gli piace, ma quando lo esploriamo insieme succede qualcosa di interessante", racconta Fran. "Un bambino può scoprire di non amare le carote cotte perché sono dolci e morbide, ma di apprezzarle crude perché sono croccanti. Questo passaggio, da un generico “non mi piace” a una comprensione più sfumata, apre moltissime possibilità. Saper spiegare a un genitore o a un insegnante perché qualcosa piace o non piace permette di avere più voce in capitolo su cosa e come si mangia".

Questo approccio favorisce maggiore flessibilità e apertura mentale, riducendo il rischio che i bambini escludano del tutto determinati alimenti.

"Parliamo con educatori della prima infanzia e insegnanti della scuola primaria che vedono molti bambini con diete estremamente limitate. Chiedere a questi bambini di imparare a cucinare significa saltare un passaggio fondamentale: imparare a mangiare. Tutti impariamo a mangiare; per esempio, da piccoli abbiamo una preferenza naturale per il dolce e impariamo ad apprezzare l'amaro con la pratica. Se i bambini non hanno accesso a una varietà di alimenti in casa, per moltissime ragioni diverse, scuole e asili possono offrire uno spazio in cui fare queste esperienze".





DR FEDERICA AMATI

© Photo: Serena Bolton Art: Irene Carollo

The Mediterranean way: why this time-tested diet is still the gold standard

Interview with **Dr Federica Amati**
lead nutritionist at ZOE

Il Modello Mediterraneo: perché questa dieta
collaudata dal tempo, è ancora un punto di riferimento

Healthy eating has become much more central to the national conversation in the last few years. Everyone's aware of gut health, the importance of eating more plants and that ultra-processed food is best avoided.

But, in a way, this is something we've known for years. The Mediterranean Diet, which has these principles baked into it, has long been considered one of – if not the – healthiest ways of eating in the world.

Dr Federica Amati, lead nutritionist at personalised nutrition company ZOE, says what sets it apart is the depth and consistency of the evidence behind it.

"Large observational studies show lower risks of cardiovascular disease, diabetes, certain cancers, and overall mortality, and crucially, we also have randomised controlled trials showing meaningful reductions in cardiovascular events" she says.

It is the same pattern of eating seen in the world's **blue zones** – communities in different countries that live long, disease-free lives. "At its core, the Mediterranean diet is **plant-forward**" explains Dr Amati.

"Health doesn't come only from nutrients, but from **patterns of eating, social connection, and routine** that support wellbeing over a lifetime" says Dr Amati.

Negli ultimi anni l'alimentazione sana è sempre più al centro del dibattito. Si parla di salute intestinale, dell'importanza di mangiare più vegetali e di evitare gli alimenti ultra-processati.

Eppure sono concetti che conosciamo da tempo. La dieta mediterranea, che da sempre propone questi principi, è considerata da molti anni uno tra gli stili alimentari più sani al mondo.

La **dott.ssa Federica Amati**, responsabile nutrizionista presso ZOE, azienda di nutrizione personalizzata, spiega che ciò che distingue davvero la dieta mediterranea è la solidità e la coerenza delle evidenze scientifiche a suo favore.

"Ampi studi osservazionali mostrano un minor rischio di patologie cardiovascolari, diabete, alcuni tipi di cancro e una riduzione della mortalità complessiva. Disponiamo anche di studi clinici che dimostrano riduzioni significative degli eventi cardiovascolari in genere," afferma.

È il modello alimentare delle "zone blu" del mondo, comunità longeve e in buona salute. "Il cuore della dieta mediterranea sono gli alimenti vegetali" spiega Amati.

"La salute non deriva esclusivamente dai nutrienti, ma da modelli alimentari, relazioni sociali e routine che sostengono il benessere lungo tutto l'arco della vita", sottolinea Amati.

This is why the Mediterranean Diet has stood the test of time – it is not so much a “diet”, but a **way of living**, and we now understand that health is a holistic endeavour.

For Amati, who grew up in Rome before moving to England when she was seven, this was natural. “I didn’t grow up thinking of it as a ‘diet’ at all; it was simply food, culture, and daily life. Growing up in Italy, meals were **regular**, mostly **home-cooked**, and based on **simple ingredients**. Vegetables, beans, pasta or grains, olive oil, fruit: these were everyday foods, not “health foods.” Meat was present, but not dominant, and meals were shared. That shaped my interest in nutrition profoundly, because it showed me early on that good health doesn’t usually come from restriction or optimisation, but from consistent patterns that people can sustain because they are culturally embedded and socially rewarding”.

Now, working at ZOE – a company that offers gut health tests and tailored food recommendations – Dr Amati’s belief in the power of the Mediterranean Diet has only been strengthened.

“Advances in **gut microbiome research** have strengthened experts’ confidence in this way of eating. Diets rich in diverse plant fibres and polyphenols, both hallmarks of the Mediterranean diet, are associated with greater microbial diversity and higher production of beneficial metabolites linked to lower inflammation and better metabolic health.

In contrast, Western dietary patterns, typically higher in ultra-processed foods and lower in fibre diversity, are associated with dysbiosis and increased disease risk.

“Microbiome science hasn’t replaced traditional knowledge here; it has reinforced it. One of the biggest differences between the Mediterranean diet and the way we typically eat in the UK or in Western societies more broadly is what forms the default meal. Vegetables, fruit, legumes, whole grains, nuts, and seeds form the foundation, with extra virgin olive oil as the main fat. Fish and seafood are eaten regularly, dairy is moderate and often fermented, and red and processed meats are limited.

*La Dieta Mediterranea ha resistito alla prova del tempo perché è uno **stile di vita**, e oggi sappiamo che la salute è un percorso olistico.*

*Per Amati, cresciuta a Roma prima di trasferirsi in Inghilterra a sette anni, questo approccio era naturale. "Non era una “dieta”; era semplicemente cibo, cultura e vita quotidiana. I pasti erano **regolari, cucinati in casa** e basati su **ingredienti semplici**. Verdure, legumi, pasta o cereali, olio d’oliva, frutta: erano alimenti di tutti i giorni, non “cibi salutistici”. La carne era presente, ma non dominante, e i pasti erano condivisi. Questo ha influenzato profondamente il mio interesse per la nutrizione, e mi ha mostrato che una buona salute raramente nasce da restrizioni, ma da schemi costanti che le persone riescono a mantenere perché radicati nella cultura e gratificanti dal punto di vista sociale".*

Oggi, lavorando in ZOE, un’azienda che offre test sulla salute intestinale e raccomandazioni alimentari personalizzate, la sua fiducia nel potere della Dieta Mediterranea si è ulteriormente rafforzata.

*"I progressi nella **ricerca sul microbioma intestinale** hanno consolidato la fiducia degli esperti in questo modello alimentare. Le diete ricche di fibre vegetali diverse e di polifenoli, entrambi tratti distintivi della dieta mediterranea, sono associate a una maggiore diversità microbica e a una più alta produzione di metaboliti benefici, collegati a una riduzione dell’infiammazione e a una migliore salute metabolica.*

Al contrario, i modelli alimentari occidentali, generalmente più ricchi di alimenti ultra-processati e poveri di varietà di fibre, sono associati a disbiosi e a un aumento del rischio di malattie.

La scienza del microbioma non ha sostituito il sapere tradizionale; lo ha rafforzato. Una delle principali differenze tra la dieta mediterranea e il modo in cui mangiamo nel Regno Unito e in generale nelle società occidentali riguarda il pasto “standard”. Nel modello mediterraneo, i pasti includono verdure, frutta, legumi, cereali integrali e semi come fondamento, con l’olio evo come principale fonte di grassi. Pesce e frutti di mare sono consumati regolarmente, i latticini con moderazione e spesso fermentati, poche carni rosse e trasformate".

In Western diets, ultra-processed foods are more common, fibre intake is lower, and saturated fats and added sugars are higher. That shift affects **appetite regulation, gut health**, and **inflammation** over time, and it reflects not just personal choices but food systems, time pressures, and what society normalises as everyday eating.

So, if you want to eat a bit more Med, what foods should you focus on incorporating?

THIS IS WHAT DR AMATI RECOMMENDS:

“EXTRA VIRGIN OLIVE OIL IS A CORNERSTONE. LEGUMES SUCH AS LENTILS, CHICKPEAS, AND CANNELLINI BEANS ARE AFFORDABLE, FILLING, AND NUTRITIONALLY POWERFUL. SEASONAL VEGETABLES PREPARED SIMPLY AND GENEROUSLY MATTER MORE THAN ANY SINGLE SUPERFOOD.

WHOLE-GRAIN BREADS OR GRAINS WHERE POSSIBLE, NUTS AS A REGULAR ADDITION, AND FERMENTED DAIRY LIKE YOGHURT OR TRADITIONAL CHEESES USED FOR FLAVOUR RATHER THAN EXCESS ALL FIT NATURALLY WITHIN THIS PATTERN.

THE MEDITERRANEAN DIET ISN’T A RIGID PRESCRIPTION; IT’S A FLEXIBLE FRAMEWORK THAT HAS EVOLVED OVER GENERATIONS AND ALIGNS REMARKABLY WELL WITH MODERN SCIENCE. AS WE LEARN MORE ABOUT PERSONALISED NUTRITION AND GUT HEALTH, WE MAY TAILOR IT MORE PRECISELY, BUT ITS CORE PRINCIPLES, PLANT DIVERSITY, HEALTHY FATS, SIMPLICITY, AND SOCIAL EATING, ARE LIKELY TO REMAIN CENTRAL”.

Gi. Cr.



*Nelle diete occidentali gli alimenti ultra-processati sono più comuni, l’apporto di fibre è inferiore e grassi saturi e zuccheri aggiunti sono più elevati. Questo influisce su **regolazione dell’appetito, salute intestinale e infiammazione**, e riflette non solo scelte individuali, ma anche i sistemi alimentari, le pressioni del tempo e ciò che la società considera normale nel mangiare quotidiano.*

Su quali alimenti è meglio concentrarsi per abbracciare la dieta mediterranea? Ecco cosa consiglia la dottoressa Amati:

"L'OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA È UN PILASTRO. I LEGUMI COME LENTICCHIE, CECI E FAGIOLI CANNELLINI SONO ECONOMICI, SAZIANTI E NUTRIZIONALMENTE MOLTO VALIDI. LE VERDURE DI STAGIONE, PREPARE IN MODO SEMPLICE E GENEROSO, CONTANO PIÙ DI QUALSIASI SINGOLO “SUPERFOOD”.

PANE O CEREALI INTEGRALI QUANDO POSSIBILE, FRUTTA SECCA COME PRESENZA ABITUALE E LATTICINI FERMENTATI COME YOGURT O FORMAGGI TRADIZIONALI, USATI PER DARE SAPORE PIÙ CHE IN ECCESSO, SI INSERISCONO NATURALMENTE IN QUESTO MODELLO.

LA DIETA MEDITERRANEA NON È UNA PRESCRIZIONE RIGIDA, È UNA STRUTTURA FLESSIBILE, EVOLUTASI NEL CORSO DELLE GENERAZIONI E SORPRENDENTEMENTE ALLINEATA CON LA SCIENZA MODERNA. MAN MANO CHE IMPARIAMO DI PIÙ SULLA NUTRIZIONE PERSONALIZZATA E SULLA SALUTE INTESTINALE, POTREMO ADATTARLA IN MODO PIÙ PRECISO, MA I SUOI PRINCIPI FONDAMENTALI, VARIETÀ VEGETALE, GRASSI SANI, SEMPLICITÀ E CONVIVIALITÀ, RESTERANNO CON OGNI PROBABILITÀ CENTRALI".

Da oggi puoi usare i buoni digitali per il *senza glutine* da Prezzemolo & Vitale

I buoni digitali per la celiachia sono utilizzabili **esclusivamente** per l'acquisto dei prodotti senza glutine inclusi nel programma di erogazione del Servizio Sanitario Nazionale.

Per aiutarti a riconoscerli facilmente, nei nostri punti vendita troverai una **segnalazione dedicata** sui prodotti acquistabili con i buoni. In caso di dubbi, il nostro personale è sempre a tua disposizione per offrirti supporto.

Al momento il servizio è attivo nei punti vendita Prezzemolo & Vitale di **Via Noto, 10** e di **Via Aquileia, 80**. Stiamo lavorando per estenderlo presto anche agli altri punti vendita di Palermo.

Retrobottega Quattro Canti e Retrobottega Molo **NON** aderiscono all'iniziativa.

L'oroscopo di MAP

Lista della spesa:
nutrienti veri, cura, radici per Giove introspettivo in Cancro, menù del desiderio per Ariete che ospita Nettuno e Saturno: piatti unici e puro realismo ma senza buccia. Menù delle feste per Plutone in Acquario e materie prime di corpo per Toro fermentato da Urano.

LA CLASSIFICA:

1 FERMENTAZIONE:
Ariete, Leone, Bilancia, Capricorno e Pesci
Il futuro in fieri, non lo vedi ma sta cambiando la struttura.

2 VINIFICAZIONE:
Gemelli, Sagittario e Acquario
Il futuro incerto: è il momento di scegliere e gestire la pressione.

3 AFFINAMENTO:
Toro, Cancro, Vergine e Scorpione
Il futuro è ora: sapori pieni, valore aggiunto, stabilità.

Here's the shopping list: gather nourishing essentials and deep roots to feed a contemplative Jupiter in Cancer. Aries, with Neptune and Saturn as guests, hungers for exotic tastes and raw honesty, served without peel. Pluto in Aquarius sparks a celebratory feast, while Uranus-altered Taurus hunts for pristine ingredients to ferment into something remarkable.

THE CELESTIAL RANKING:

1 FERMENTATION:
Aries, Leo, Libra, Capricorn, Pisces
A hidden future is quietly forming; though unseen, everything beneath the surface is shifting and evolving.

2 WINEMAKING:
Gemini, Sagittarius and Aquarius
The future pulses with urgency; now is the moment for bold choices, and the pressure is palpable

3 AGEING:
Taurus, Cancer, Virgo and Scorpio
The future arrives fully ripened: rich with flavour, layered with worth, and anchored in lasting stability.

ARIETE ARIES
21.03 - 19.04

“Prendi la vita con leggerezza, che leggerezza non è superficialità”
“Take life lightly, for lightness is not superficiality”
— Italo Calvino

Ingrediente: **peperoncino** (fuoco nuovo, da dosare)
Ingredient: **chilli pepper** (a spark of fresh heat, best measured with care)

CANCRO CANCER
21.06 - 22.07

“Amare è dare ciò che non si ha”
“Loving means giving something you lack”
— Jacques Lacan

Ingrediente: **brodo** (nutriente, ma va custodito)
Ingredient: **stock** (nourishing at its core, precious enough to save for later)

BILANCIA LIBRA
23.09 - 22.10

“La bellezza salverà il mondo”
“Beauty will save the world”
— Fëdor Dostoevskij

Ingrediente: **olio EVO** (qb: lega, armonizza, non sovrasta)
Ingrediente: **extra-virgin olive oil** (to taste: it brings harmony, unites flavours, and never steals the show)

CAPRICORNO CAPRICORN
22.12 - 19.01

“È meglio essere odiati per ciò che si è”
“It is better to be hated for what you are”
— André Gide

Ingrediente: **pane** (struttura, sostanza, quotidianità)
Ingredient: **bread** (the backbone of daily life, sturdy and sustaining)

TORO TAURUS
20.04 - 20.05

“La felicità è fatta di piccole cose”
“Happiness is in the quiet, ordinary things”
— Virginia Woolf

Ingrediente: **burro buono** (lento, avvolgente, definitivo)
Ingredient: **high-quality butter** (melts slowly, wraps everything in richness, leaves a lasting mark)

LEONE LEO
23.07 - 23.08

“Sii te stesso; tutti gli altri sono già occupati”
“Be yourself; everyone else is already taken”
— Oscar Wilde

Ingrediente: **zafferano** (ne basta poco, ma si fa notare)
Ingredient: **saffron** (a single thread transforms everything, as long as its magic is noticed)

SCORPIONE SCORPIO
23.10 - 21.11

“Nessun esercito può fermare la forza di un'idea il cui tempo è arrivato”
“No army can withstand the strength of an idea whose time has come”
— Victor Hugo

Ingrediente: **aceto balsamico** (trasformazione lunga, intensità piena)
Ingrediente: **balsamic vinegar** (a patient transformation, yielding deep and powerful intensity)

ACQUARIO AQUARIUS
20.01 - 19.02

“Diventa ciò che sei”
“Become who you are”
— Friedrich Nietzsche

Ingrediente: **lievito madre** (invisibile, rivoluzionario, vivo)
Ingredient: **sourdough starter** (a hidden revolution, alive and quietly transformative)

GEMELLI GEMINI
21.05 - 20.06

“Chi pensa troppo, spesso vive poco”
“Thinking excessively can result in living an unfulfilled life”
— Fernando Pessoa

Ingrediente: **sale** (se manca non si sente, se abbonda rovina)
Ingredient: **salt** (the invisible force — without it, flavours fade; too much, and all is lost)

VERGINE VIRGO
24.08 - 22.09

“La semplicità è la suprema sofisticazione”
“Simplicity is the ultimate sophistication”
— Leonardo da Vinci

Ingrediente: **riso** (base pulita, regge tutto)
Ingredient: **rice** (the pure foundation that supports every flavour)

SAGITTARIO SAGITTARIUS
22.11 - 21.12

“Il viaggio non finisce mai”
“The journey never ends”
— José Saramago

Ingrediente: **cumino** (apre mondi, ma non va ovunque)
Ingredient: **cumin** (unlocks new worlds, but knows its limits)

PESCI PISCES
20.02 - 20.03

“Il cuore ha ragioni che la ragione non conosce”
“The heart has its reasons that reason knows nothing of”
— Blaise Pascal

Ingrediente: **miele** (dolcezza che cura, se dosata)
Ingredient: **honey** (healing sweetness, gentle when in balance)

Focus di stagione

Domaine Jean-Philippe Padié *Le Tourbillon de la Vie*

Dai suoli granitici della Francia del Sud,
un vino rosso fresco, mediterraneo
e appagante, che è impossibile
smettere di bere.

Morbido e piacevole ad ogni sorso,
questo Grenache in purezza
è persistente e pieno di vita.

*Il vino rosso
con cui brindare
alla primavera!*



best pair

IL PASTAROLO *Tortelli artigianali*

Ogni tortello è un pezzo unico fatto a mano
dalla sfoglia sottilissima, all'uovo (bio),
al ripieno, (di stagione, ovviamente):
carciofi e patate, porcini e castagne,
profumo di Umbria, ricette di casa,
una gioia per gli occhi e per la tavola.

LE SELEZIONI DI P&V *Burro della Normandia*

Dorato e con quel caratteristico sentore
di nocciola, il burro della Normandia è una
fonte di vitamine A, D, E, K e di Selenio,
ma soprattutto è super cremoso.
Perfetto sui tortelli, sui crostini di pane,
per mantecare risotti o condire verdure
o per la cottura di pesce e carni, da provare
anche per la pasticceria: frolla perfetta!

Seasonal spotlight

Michele Biancardi Solo Fiano

PUGLIA IGP

From the heart of Puglia comes a white wine defined by depth, harmony and sheer drinkability. This is a wine where savoury notes, vibrant freshness and expressive intensity come together sip after sip, painting a vivid portrait of a land rich in light, character and soul. A confident and refined interpretation of Fiano, one of Southern Italy's most captivating grape varieties.

*A wine of natural elegance
and unmistakable
Mediterranean energy*



SMOKIN' BROTHERS Artisan smoked salmon

Slow smoking, hand-selected woods, artisan craft, exquisitely fragrant cuts. Scottish origin, Italian soul.

LE ECCELLENZE DI P&V Italian organic butter

A butter made from 100% cream sourced from the Valleys of Piedmont, churned in the traditional *zangola* at temperatures below 7°C, carefully compacted and hand-wrapped to safeguard the purity of the milk and preserve its rich flavour.

best pair

INFO@PREZZEMOLOEVITALE.NET
CHIAMATE 091 611 92 94
WHATSAPP +39 334 65 46 608

PALERMO

VIA NOTO, 10
091 721 92 21 324 56 49 339

VIA P.PE DI VILLAFRANCA, 20B
091 612 38 37 333 27 27 726

VIA SCIUTI, 138
091 30 40 94 331 65 71 292

VIA G. DI MARZO, 39
091 782 81 92 342 38 02 606

VIA AQUILEIA, 80
091 22 75 79 337 15 50 175

VIA LULLI, 5/7/9
091 681 74 80 339 69 34 422

VIA DI STEFANO, 20/22
091 33 32 10 366 66 00 266

VIA TORRE DI MONDELLO, 2 A/B
334 63 90 987

RETROBOTTEGA - MOLO TRAPEZOIDALE
VIA FILIPPO PATTI, 30
327 138 9758

RETROBOTTEGA - QUATTRO CANTI
VIA VITTORIO EMANUELE, 293
091 74 66 442

LONDON

WIMBLEDON VILLAGE
4-5 HIGH ST, LONDON SW19 5DX

CHELSEA
388 KING'S RD, LONDON SW3 5UZ

NOTTINGH HILL
87 WESTBOURNE GROVE, LONDON W2 4UL

BOROUGH
180 BOROUGH HIGH ST, LONDON SE1 1LB

BATTERSEA
1-7 ST JOHN'S RD, LONDON SW11 1QL

MARYLEBONE
87 WIGMORE ST, LONDON W1U 1DJ, REGNO UNITO

PREZZEMOLO & VITALE

Per incontrarsi, per incontrarti
Retrobottega: crocevia di gusto

RETROBOTTEGA VIA G. LA FARINA, 14 M - PALERMO

RETROBOTTEGA QUATTRO CANTI - VIA VITTORIO EMANUELE, 293 - PALERMO

RETROBOTTEGA MOLO - VIA FILIPPO PATTI, 30 - PALERMO