

Retrobottega

IL MAGAZINE DI PREZZEMOLO & VITALE

PAG 04

GIUSI VITALE

Tra i Cavalieri del Lavoro

GIUSI VITALE

Knight of labour

PAG 06

UNIVERSITÀ DI PALERMO

I primi Dottori in Gastronomia

PALERMO UNIVERSITY

First Gastronomists

PAG 22

FRANCESCO BONGARRÀ

Istituto di Cultura Italiana

FRANCESCO BONGARRÀ

Italian Cultural Institute

PAG 42

FARSI FELICI

Il cibo del buonumore

FEEL BETTER

Mood-Boosting Food



Il gusto della ricerca
Il bello di uscire, per scoprire l'estate

Retrobottega

IL MAGAZINE DI PREZZEMOLO & VITALE

RETROBOTTEGA
IL MAGAZINE DI PREZZEMOLO & VITALE
ANNO 3 - VOL. 2 - 2026
PERIODICO ANNO 3 N.2 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

FOTO DI COPERTINA:
TONY CAPELLI

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



10



18



36



42



52

Contenuti Contents

Editoriale

04

CAVALIERA
CAMMINO, RICERCA E CONDIVISIONE
KNIGHT OF LABOUR
A JOURNEY OF RESEARCH AND SHARING
Giusi Vitale

Chi parla a tavola

06

ALL'UNIVERSITÀ DI PALERMO, IL CORSO
DI LAUREA PER CHI "SA TUTTO DI CIBO"
Intervista al Prof. **Filippo Sgroi**
THE UNIVERSITY OF PALERMO DEGREE
PROGRAMME FOR FOOD ENTHUSIASTS
Interview with Prof. **Filippo Sgroi**
Antonello Ravetto Antinori

10

ITALY'S CULTURAL SHOWCASE IN LONDON
Interview with **Francesco Bongarrà**
Intervista con **Francesco Bongarrà**

Buono a sapersi

14

I'M AN OLIVE OIL SOMMELIER
HERE ARE MY TOP TIPS FOR BUYING
AND USING EXTRA VIRGIN OLIVE OIL

SONO UNA SOMMELIER DELL'OLIO D'OLIVA:
ECCO I MIEI CONSIGLI PER SCEGLIERE
E USARE AL MEGLIO L'OLIO EVO

Giulia Crouch

Lettere ghiotte

21

SEMIOTICA DEL CIBO

Recensione del libro di **F. Mangiapane**

FOOD SEMIOTICS

Review of **F. Mangiapane's** book

Paola Marino

I nostri produttori

22

IL CIBO SANO È DIVENTATO DI MODA

Intervista a **Andrea Cresci, Synbiofood**

HEALTHY FOOD IS IN VOGUE

Interview with **Andrea Cresci, Synbiofood**

Paola Marino

Il succo del discorso

26

SICILY GRAND TOUR

Intervista al buyer P&V

Settimo Marino

THE PINT OF THE MATTER

Interview with P&V buyer

Settimo Marino

Paola Marino

32

HEALTHY EATING

EVERYTHING I LEARNT FROM WRITING
A BOOK ABOUT THE BLUE ZONES

ALIMENTAZIONE SANA

TUTTO QUELLO CHE HO IMPARATO
SCRIVENDO UN LIBRO SULLE BLUE ZONES

Giulia Crouch

36

FRESCHEZZA DA CONDIVIDERE

VEGAN SKEWERS

Carola Sciarrino

Dire, fare, mangiare

40

PICNIC: BREVE STORIA

DEL PRANZO CHE SCAPPÒ DI CASA

PICNIC: A SHORT STORY OF LUNCH
THAT RUSH OUTSIDE FOR FRESH AIR

Redazione

Mangia come parli

44

GOOD MOOD FOOD?

THE FASCINATING LINK
BETWEEN WHAT YOU EAT
AND HOW YOU FEEL

Interview with **Rob Hobson**

CIBO DEL BUONUMORE?
L'AFFASCINANTE LEGAME

TRA CIÒ CHE MANGI E COME TI SENTI

Intervista con **Rob Hobson**

Enogastrologia

50

L'OROSCOPO DI MAP

MAP'S HOROSCOPE

InDispensa

52

FOCUS DI STAGIONE

SEASONAL SPOTLIGHT

Knight of labour

A journey of research and sharing

GIUSI VITALE

The **Camino de Santiago** is an amazing journey that first tests your bond with your body, long before it challenges your mind or spirit. The unrelenting urge to keep moving, the soreness of tired muscles, and the quest for a goal measured in kilometres create a distinct sense of detachment, where your identity dissolves into the rhythm of your footsteps, one after another, in a here and now that seems alien to modern life. The Camino is a different way of being altogether, and the quiet feeling of community you share with strangers becomes a glimpse of the divine that, I believe, will linger with you always.

I cannot say for sure if, as people claim, it transforms you, but it undeniably shifts how you see yourself, drawing you back to your very core. So, when I returned from this journey, on June 14, I received a phone call. I will spare you the details, but I want to share this: I was at the optician, surrounded by three young women suggesting frames, when tears suddenly welled up, and I found myself wrapped in a caring hug. Once again, I experienced an unexpected connection with people I had never met before.

This is how I expressed my gratitude to the order:

Mr President of the Order of Merit for Labour, dear Knights of Labour, Authorities, Ladies and Gentlemen: Allow me to begin by expressing my heartfelt gratitude to the President, to all the Knights of Labour, and to each of you here today for making this moment truly unforgettable. To receive this distinction fills me with great pride and deep emotion, feelings I wish to share with everyone who has walked alongside me on my personal and vocational journey. Though this award carries my name, it is the fruit of a collective effort. My thoughts turn first to my family, the heart of our business, with whom I have shared dreams, sacrifices, and the courage to make difficult choices. I also want to thank everyone at Prezzemolo & Vitale, whose daily devotion and zeal shape our identity. Today, I am convinced that a business' true success is evaluated not just by its financial achievements, but by the positive difference it makes in people's lives.

A few weeks ago, I happened to enter a classroom at the head office, where a training day was underway. Everyone was invited to share a piece of themselves, and I found a seat to listen. One longtime colleague, who has watched our journey unfold from the very start, spoke with unmistakable pride. Then a young grocer, just over a year into his role, chimed in. He described the strong bonds he had formed with his teammates and how he truly felt part of something bigger. With a smile, he said, "Since I've been working here, I've changed. And I've changed for the better."

My thoughts turned to Benny, who spent a year in London. He returned having learned more than just a language. He discovered how to adapt to a new life, carve out a place in an unfamiliar world, fall in love with new places, and forge fresh friendships. I thought of Rosa and Salvatore, who, at fifty, studied late into the night to earn their high school diplomas. They did it to feel more prepared, more confident, and freer to show their true worth. And I remembered the women, whose names I will keep private, who arrived from challenging family backgrounds. At Prezzemolo & Vitale, they discovered their own abilities, claimed their independence, and found the courage to be themselves. This, I believe, is the deepest meaning of our work: when a business becomes a place where people can grow, nurture their talents, and better themselves, its value far exceeds any financial measure. This is what inspires me every day.

Being named a Knight of Labour fills me with pride. Yet the memory I hold dearest, alongside this honour, lives in the words of that young grocer. Because a business that helps people grow is the only prize truly earned, day after day. Thank you from the bottom of my heart.

Naturally, I cried again, and that is perfectly fine. I am not sure what I was seeking when I set out on the Camino de Santiago. What I do know is that I find pride in the community I am part of every day, a community I did not create alone but was shaped with and around me, beginning with my family, whom I cherish because they help me become my best self.

Again, from my heart: thank you.

Cavaliera

Cammino, ricerca e condivisione

GIUSI VITALE

Il **Cammino di Santiago** è un'esperienza unica che mette a dura prova il rapporto che hai con il tuo corpo ancora prima che con la mente e con la tua parte spirituale. La spinta ad andare avanti, la fatica fisica, il puntare a un obiettivo che si traduce in chilometri percorsi, determinano una profonda alienazione in cui "tu" diventi i passi che si inseguono, uno davanti all'altro, in un "qui ed ora" sconosciuto alla vita contemporanea. Il Cammino è di per sé un altrove anzi un altrimenti e il senso di comunità che finisci per sentire con persone con le quali quasi nemmeno parli, è una traccia di divino che, credo, rimane addosso per sempre. Non lo so se, come dicono tutti, ti cambia, di certo modifica la percezione di te riportandoti al centro. Così, rientrando da questo percorso, ricevo una telefonata. Non scenderò nei dettagli, ma vi voglio raccontare che mi trovavo dall'ottico e, mentre tre ragazze mi si affacciavano intorno proponendo montature, sono scoppiata in lacrime e mi sono ritrovata in un abbraccio meraviglioso. E, di nuovo, in una improvvisa comunione con persone mai viste prima.

Ecco come ho ringraziato l'Ordine:

Signor Presidente dell'Ordine dei Cavalieri del Lavoro, cari Cavalieri, Autorità, Signore e Signori, desidero innanzitutto ringraziare il Presidente, tutti i Cavalieri del Lavoro e voi presenti per questo momento così speciale. Ricevere questa onorificenza è per me un grande onore e una profonda emozione. Emozione che condivido con tutte le persone che hanno contribuito al mio percorso umano e professionale. Questo riconoscimento porta il mio nome, ma non è il risultato del lavoro di una sola persona. Il mio primo pensiero va alla mia famiglia, parte integrante della nostra impresa e con la quale condivido ogni giorno sogni, sacrifici, decisioni difficili. E desidero ringraziare tutte le persone che lavorano in Prezzemolo & Vitale, perché ognuna di loro contribuisce ogni giorno, con impegno e passione, a costruire ciò che siamo. Oggi so che il successo di un'impresa non si misura soltanto dai risultati economici, ma dall'impatto che riesce ad avere sulle persone.

Qualche settimana fa sono entrata per caso in un'aula dei nostri uffici, dove era in corso una giornata di formazione. Ciascuno era invitato a raccontare qualcosa di sé, e mi sono seduta ad ascoltare. Un collega che lavora con noi da molti anni, che ha visto la nostra crescita in prima fila, l'ha raccontata con orgoglio. Poi è intervenuto un giovane salumiere, assunto da poco più di un anno. Raccontava di aver costruito un bel rapporto con i colleghi, di sentirsi parte di una squadra. E poi ha aggiunto: "Da quando lavoro qui sono cambiato. E sono cambiato in meglio".

Ho cominciato a pensare: Benny, che abbiamo mandato a Londra per un anno e non ha imparato soltanto una lingua, ha imparato che ci si può adattare a una nuova vita, trovare il proprio posto in un mondo sconosciuto, che si possono amare luoghi diversi e costruire nuove amicizie. Rosa e Salvatore, hanno studiato di notte per conseguire il diploma di scuola superiore (a cinquant'anni) perché desideravano sentirsi più preparati e sicuri, più liberi di esprimere il proprio valore. E ho pensato alle donne che non nomino, arrivate da situazioni familiari difficili, che in Prezzemolo & Vitale hanno scoperto di poter contare sulle proprie capacità, conquistando la propria indipendenza, e hanno trovato la forza di essere sé stesse. Eccolo, il senso più vero del nostro lavoro: se un'impresa riesce ad essere spazio in cui le persone crescono, sviluppano i propri talenti, migliorano, il valore di quell'impresa va ben oltre il bilancio. Questo mi motiva ogni giorno. Ricevere la nomina a Cavaliere del Lavoro mi rende orgogliosa. Ma il pensiero che custodirò con più gratitudine insieme a questo titolo è nelle parole di quel giovane salumiere.

Perché un'impresa che fa migliorare le persone è l'unica onorificenza che valga davvero la pena di meritare, ogni giorno. Grazie di cuore.



Ovviamente ho pianto di nuovo e va bene così. Non so cosa cercassi esattamente nella strada per Santiago, so che ho trovato l'orgoglio della comunità che vivo ogni giorno, che non ho costruito io ma si è costruita con me e intorno a me, che parte dalla mia famiglia, e che amo perché mi rende migliore.

Di nuovo, grazie.

CHI PARLA A TAVOLA



© Thomas Wavid Johns



© Yulia Kucherenko



© Vindemia Winery

Scienze Gastronomiche

*All'Università di Palermo,
il corso di laurea per chi "sa tutto di cibo"*



di **Antonello Ravetto Antinori**

Intervista al Prof. **Filippo Sgroi**
Coordinatore corso di laurea
in Scienze Gastronomiche UNIPA

Interview with Prof. **Filippo Sgroi**
Coordinator of the bachelor's degree programme
in Gastronomic Sciences at the University of Palermo

Attivato dall'Università di Palermo nell'anno accademico 23/24, il corso di laurea triennale in Scienze Gastronomiche – che oggi conta circa 100 iscritti e dallo scorso anno è attivo anche nel Polo universitario di Trapani – potrà festeggiare a luglio i suoi primi laureati. Il coordinatore del corso è Filippo Sgroi, docente ordinario di Economia e politica agroalimentare presso il Dipartimento SEAS-UniPa.

Professore, partiamo da un concetto che può sembrare scontato, ma non è detto che lo sia: di cosa si occupa un gastronomo?

“Detta in parole semplici, il gastronomo è una persona che ‘sa tutto del cibo’: dalle tecniche di produzione alla preparazione, dalla storia legata ai territori di provenienza alla chimica degli alimenti fino all'impatto che ha nel nostro organismo. Ma a questo bisogna aggiungere un aspetto fondamentale: oggi il consumatore è esigente, non tanto in termini di quantità quanto piuttosto in termini di qualità. Grazie alle nuove tecnologie e ai social è sempre più informato. Il cibo non è più solo un elemento per nutrirsi, ha un ruolo sociale, serve a definire la propria identità. Per tutte queste ragioni la figura del ‘dottore in gastronomia’ è destinata ad essere sempre più richiesta”.

Launched by the University of Palermo in the 2023/2024 academic year, the three-year Gastronomic Sciences degree programme has quickly grown to around one hundred students and expanded to the Trapani campus last year. This July, at the end of its inaugural three-year cycle, it will celebrate its very first graduates. The programme is coordinated by Filippo Sgroi, a distinguished full professor of Economics and Politics at the SEAS-UniPa Department.

Professor Sgroi, let's start with a question that might sound simple, yet it holds more depth than it appears: What does a gastronome truly do?

“In essence, a gastronome is someone who truly understands food in all its dimensions: from how it is grown and crafted to the stories woven into its origins, from the science behind its flavours to the ways it shapes our well-being. Yet there is more to consider. Today's consumers are not just seeking abundance, but crave exceptional quality. With the rise of technology and social media, people are more informed than ever. Food has evolved beyond simple sustenance; it now plays a powerful role in shaping who we are. For all these reasons, the role of the 'doctor of gastronomy' is set to become ever more vital”.



Come è strutturato il corso di laurea? Quali materie si studiano?

"Il percorso triennale si articola in 19 esami che abbracciano diverse aree disciplinari: dai pilastri scientifici — Chimica degli alimenti, Biochimica della nutrizione, Microbiologia — alle tecnologie di trasformazione del vino e dell'olio, fino alla fermentazione e panificazione. A queste si affiancano materie socio-economiche, umanistiche — storia, antropologia e geografia del cibo — e mediche, per comprendere l'impatto della nutrizione sulla salute. In sintesi, fatte salve le fasi di coltivazione di competenza degli agronomi, l'intero ciclo di vita e il 'valore' del cibo sono dominio d'elezione del gastronomo."

La Sicilia è una terra ricca dal punto di vista agroalimentare, come si connette il corso di laurea con le produzioni e i territori dell'isola?

"Nel triennio l'offerta formativa si arricchisce di visite presso aziende del settore food, cantine vinicole e realtà d'eccellenza della ristorazione. Promuovere un'eccellenza come l'Alcamo Doc significa, d'altronde, valorizzare l'intero territorio del Golfo di Castellammare. Tuttavia, il mercato odierno esprime esigenze eterogenee: dalle coltivazioni di erbe officinali come rosmarino e menta, alla produzione di preparati fitoterapici, fino alla filiera lattiero-casearia rappresentata da prodotti iconici quali il caciocavallo e il pecorino. Il nostro corso di laurea si pone dunque come ponte tra accademia e territorio, celebrando un patrimonio agroalimentare siciliano che, pur essendo immenso, conserva ampi margini di crescita nella promozione e valorizzazione internazionali. Il percorso prevede anche 300 ore di tirocinio presso realtà aziendali del settore".

What is the journey through this bachelor's degree programme, and which subjects will you explore along the way?

"The three-year programme comprises 19 examinations spanning several disciplines: from scientific foundations — Food Chemistry, Nutritional Biochemistry, Microbiology — to transformation technologies for wine and olive oil, fermentation and breadmaking. These are complemented by socio-economic subjects, humanities — food history, anthropology and geography — and medical sciences, to understand nutrition's impact on human health. In short, leaving aside cultivation, which falls within the agronomist's domain, the gastronomer's field covers the entire life cycle and 'value' of food."

Sicily overflows with agri-food treasures. In what ways does the course weave together the island's unique flavours and diverse landscapes?

"Over three years, our programme immerses students in the vibrant world of food, with visits to local producers, renowned wineries, and top-tier catering establishments. By championing excellence like Alcamo Doc, we shine a spotlight on the entire Gulf of Castellammare, revealing its rich flavours and traditions. The market's needs are diverse, spanning the cultivation of aromatic herbs such as rosemary and mint, the crafting of phytotherapeutic remedies, and the celebrated dairy chain featuring iconic cheeses like caciocavallo and pecorino. Our degree programme serves as a bridge between academic study and the local landscape, honouring a vast heritage with potential for international recognition. Students also gain real-world experience through a 300-hour internship with leading companies in the sector".



**Università
degli Studi
di Palermo**



**Scopri il corso
L/GASTR**

Ci sono altri corsi di laurea dello stesso tipo in Italia?

“Quando abbiamo lanciato il corso L-GASTR a Palermo nel 2023, eravamo pionieri nel Sud Italia insieme alla Federico II di Napoli. Il percorso delle Scienze Gastronomiche nel nostro Paese è iniziato nel 2004 tra Parma e Pollenzo, ma guardiamo con attenzione a realtà come Francia, Spagna e Portogallo, dove questa disciplina ha radici storiche. Grazie a questa visione internazionale, abbiamo stretto partnership strategiche e scambi Erasmus+ che arricchiscono la nostra offerta formativa”.

Quali sbocchi lavorativi ci sono per un laureato in Scienze Gastronomiche?

“Il gastronomo trova una collocazione naturale all'interno dei Consorzi di tutela DOP e IGP, un ambito in cui la Sicilia eccelle, essendo la seconda regione italiana per numero di marchi certificati dopo l'Emilia-Romagna. Tuttavia, gli sbocchi professionali sono molteplici e trasversali: dal marketing alla gestione aziendale, dalle consulenze strategiche alla ristorazione, fino al dinamico comparto del turismo rurale. Per chi desidera approfondire le proprie competenze, il percorso accademico offre inoltre una naturale continuità, permettendo di proseguire gli studi dopo la triennale in Scienze Gastronomiche con la laurea magistrale in Comunicazione per l'Enogastronomia”.

Are there similar degree courses in Italy?

“When we introduced the L-GASTR course in Palermo in 2023, we broke new ground in Southern Italy alongside the Federico II University in Naples. Gastronomic Sciences first took root in our country in 2004, between Parma and Pollenzo, yet we draw inspiration from countries like France, Spain and Portugal, where this field has deep traditions. Guided by this international outlook, we have built strategic partnerships and started Erasmus youth exchange programmes that bring fresh perspectives and opportunities to our students”.

What job opportunities are there for those who graduate in Gastronomic Sciences?

“Sicily offers a perfect setting for culinary experts in its DOP and IGP protection groups, ranking second among Italian regions for certified brands, just after Emilia-Romagna. Nevertheless, professional paths are diverse and cross-disciplinary, ranging from marketing and business administration to strategic consulting, hospitality, and the evolving field of agritourism. Those eager to deepen their expertise have the option to continue the academic journey by pursuing a master's degree in Communication for Food and Wine after completing the three-year course of study”.

Italy's cultural showcase in London

Interview with Francesco Bongarrà
Director of the Italian Cultural Institute in London

Intervista a Francesco Bongarrà
Direttore dell'Istituto italiano di Cultura a Londra



The Italian Cultural Institute, in Belgravia, has been running events focused on Italian art, music, food, literature and more since 1949.

It was originally set up by the Duke of Westminster to promote Italian language and culture in England and Wales. The building, a grand 1820s Georgian property was gifted by the duke to the Italian Ambassador at the time, Duke Gallarati Scotti, to serve as the official hub for everything Italian culture has to offer.

These days the organisation is led by the Sicilian journalist, **Francesco Bongarrà**.

L'Istituto Italiano di Cultura, nel quartiere di Belgravia, organizza dal 1949 eventi dedicati al meglio della cultura italiana.

Fondato per promuovere la lingua e la cultura italiane in Inghilterra e Galles, l'Istituto ha sede in un elegante edificio georgiano donato dal Duca di Westminster all'allora ambasciatore d'Italia, il Duca Gallarati Scotti, perché diventasse un punto di riferimento della cultura italiana nel Regno Unito.

Oggi è guidato dal siciliano Francesco Bongarrà, giornalista siciliano, che considera questo incarico uno dei più appaganti della sua carriera.

*If you're looking for
Italian culture in London,
there's a place that's got it all*



"We have events every week," says Francesco who adds it's one of the most enjoyable jobs of his career. "The Institute is a window to Italian culture; to showcase it to the rest of the world – there are actually **88 institutes** like this world wide".

There are approximately 400,000 people with Italian passports living in the UK, says Francesco, and this institute acts as a hub for this community.

"We do **exhibitions, talks, concerts, presentations of books, two film festivals a year, shows, music** – we have a grand piano here – and we do about 150-200 events a year". **The best bit? It's all free.**

Francesco makes this accessible by holding the events in English instead of Italian. "If we present a book it'll be an Italian one that has been translated into English, for example".

But the Institute also offers non-Italian speakers the chance to learn with lessons held in the building on a regular basis. After their classes, the students will then often join in with the fun of one of the events. The Institute is also committed to **supporting research** such as the **Italian Scientific Cooperation Award**.

*"Abbiamo eventi ogni settimana", racconta. "L'Istituto è una finestra aperta sull'Italia e sulla sua cultura. Nel mondo esistono circa **88 istituti** come questo, con la stessa missione: far conoscere l'Italia oltre i suoi confini".*

*Nel Regno Unito vivono circa 400.000 cittadini italiani e l'Istituto è un importante punto d'incontro per questa comunità. **Mostre, conferenze, concerti, festival cinematografici, spettacoli e appuntamenti musicali** animano il calendario per oltre 150 eventi ogni anno. E c'è un dettaglio che rende tutto ancora più speciale: **la partecipazione è gratuita.***

Per questo molti eventi si svolgono in inglese. "Se presentiamo un libro, ad esempio, scegliamo spesso opere italiane tradotte per il pubblico britannico".

*L'Istituto offre inoltre corsi di lingua italiana aperti a tutti, creando un percorso che spesso porta gli studenti a partecipare anche alle attività culturali in programma. Non manca l'**impegno a favore della ricerca**, attraverso iniziative e premi dedicati alla **cooperazione scientifica** tra Italia e Regno Unito.*

CHI PARLA A TAVOLA



Food plays a big part of the cultural celebration at the Institute. “We hold an **Italian cuisine week** every year in October and we do many tastings and dinner here. We tend to celebrate the regions – recently we focused on Sicily”.

Food remains one of Francesco's strongest connections to Sicily. Living in London, he appreciates places that help preserve those flavours and traditions, including **Prezzemolo & Vitale**.

Food, says Francesco, is a powerful cultural force and reference point and can create a **bridge** between countries. “So many people try Italian food or come to see a cultural event here at the Institute and then decide to visit Italy. That’s our job done. We’re here to showcase Italy; a window to the country”.

(Gi. Cr.)



Francesco Bongarrà is an Italian journalist, lawyer and academic from Palermo. Following a distinguished career with ANSA, Italy’s leading news agency, where he served as a parliamentary correspondent and foreign reporter, he also taught Parliamentary Journalism at LUMSA University. Since 2024, he has served as Director of the Italian Cultural Institute in London, promoting Italian culture through programmes spanning the arts, literature, innovation and contemporary thought, while fostering cultural exchange between Italy and the United Kingdom.

Ogni ottobre l'Istituto celebra la **Settimana della Cucina Italiana nel Mondo** con degustazioni, cene ed eventi dedicati alle tradizioni regionali. Di recente, il focus è stato sulla Sicilia.

Il cibo resta uno dei legami più forti che Francesco conserva con la Sicilia. Vivendo a Londra, apprezza quei luoghi che gli permettono di ritrovare sapori e tradizioni autentiche, come **Prezzemolo & Vitale**.

Per Francesco, il cibo è un potente strumento culturale, capace di creare **ponti** tra Paesi e persone. “Molti scoprono l'Italia attraverso la sua cucina o partecipando agli eventi dell'Istituto, e poi decidono di visitarla. È questo il nostro obiettivo: raccontare l'Italia e offrire una finestra sul Paese”.

Francesco Bongarrà è un giornalista, giurista e docente universitario palermitano. Dopo una lunga carriera all'ANSA come cronista parlamentare e corrispondente, durante la quale ha seguito da vicino le principali vicende politiche italiane e internazionali, ha insegnato Giornalismo parlamentare alla LUMSA. Dal 2024 dirige l'Istituto Italiano di Cultura di Londra, dove promuove la cultura italiana attraverso programmi dedicati alle arti, alla letteratura, all'innovazione e al dialogo culturale tra Italia e Regno Unito.

nuova APERTURA



IMMAGINA QUALCOSA DI NUOVO
con un retrogusto familiare

PREZZEMOLO & VITALE

VIA DUCA DELLA VERDURA, 28
PALERMO



I'm an olive oil sommelier

Here are my top tips for buying and using Extra Virgin Olive Oil

by Giulia Crouch

Sono una sommelier dell'olio d'oliva: ecco i miei consigli per scegliere e usare al meglio l'EVOO



Molti conoscono i sommelier del vino, ma esistono anche quelli specializzati nell'olio d'oliva.

Olio e vino hanno molto in comune: entrambi derivano da un unico frutto, ma gusto e caratteristiche possono cambiare in base alla varietà, al territorio, al clima e ai metodi di lavorazione.

Da appassionata di lunga data, ho recentemente ottenuto la certificazione come sommelier dell'olio d'oliva. E sono convinta che il Regno Unito sia vicino a una vera rivoluzione dell'EVOO (olio extra vergine d'oliva).

L'attenzione alla qualità cresce, sempre più persone lo regalano al posto del vino e stanno nascendo numerosi produttori artigianali.

Most people have heard of wine sommeliers, but did you know the same role exists for **olive oil**?

Olive oil shares many similarities with wine. Though both come from **single fruits** – the olive and the grape – the product they produce can vary in flavour depending on the variety, the country the fruit is grown in, how carefully it's processed, and the weather that year.

A long-term olive oil enthusiast, I recently completed my training to become a certified olive oil sommelier and I believe the UK is on the verge of an EVOO (extra virgin olive oil) revolution.

*ma come riconoscere
un buon extravergine?*

che sapore dovrebbe avere?

*dove conservarlo
e come utilizzarlo?*

← RACCOLTA DELLE OLIVE, TRINACRIA AGRICOLA SRL
© Tony Capelli

↩ DEGUSTAZIONE DI OLIO EVO © Giulia Crouch

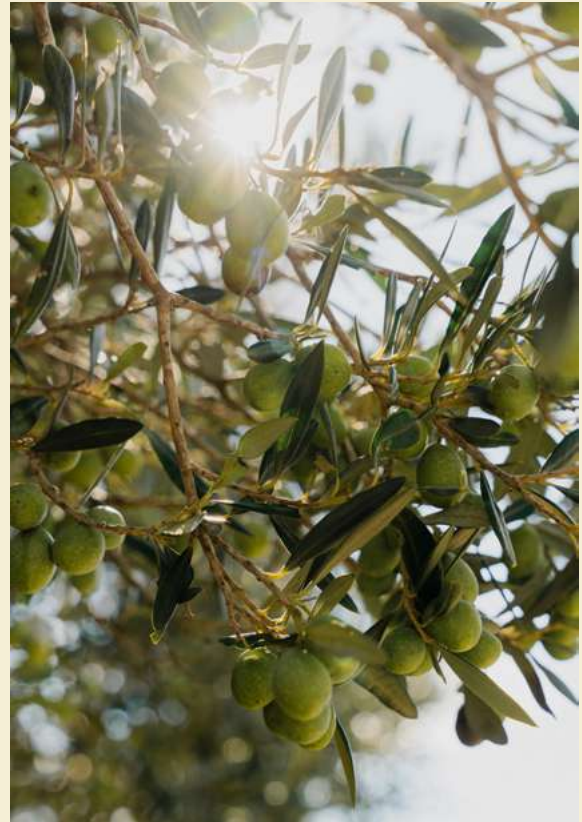


The demand for quality is growing, people are gifting it at dinner parties instead of wine, and new artisan brands are popping up left, right and centre.

But how do you know if you're buying a good EVOO?

What should it taste like?

Where should you store it, and can you cook with it?



CONSIDER THIS YOUR ESSENTIAL GUIDE TO EVOO, FROM A CERTIFIED SOMMELIER.

EXTRA VIRGIN = FRESH OLIVE JUICE

Extra virgin and regular olive oil are very different products. Extra virgin is essentially freshly squeezed olive juice, full of flavour and healthy compounds known as polyphenols. Anything simply called “olive oil”, “pure olive oil”, “light olive oil”, “olive pomace oil” is refined using heat and chemicals which results in a neutral tasting oil with little to no polyphenols. If you want the real deal, always go extra.

ECCO UNA GUIDA PRATICA PER ORIENTARSI.

EXTRAVERGINE = SUCCO FRESCO DI OLIVA

L'olio extravergine e il normale olio d'oliva sono prodotti molto diversi. L'extravergine è, di fatto, succo di oliva appena estratto, ricco di aromi e polifenoli, sostanze benefiche per la salute. Al contrario, prodotti etichettati come “olio d'oliva”, “olio puro” o simili vengono raffinati con calore e processi industriali che riducono aromi e proprietà nutritive. Se cercate qualità autentica, scegliete sempre l'extravergine.



LOOK FOR A HARVEST DATE

The supermarkets have led us to believe that olive oil is a commodity – a standardised product that never changes and is always on the shelves. But real extra virgin olive oil is a seasonal product that's best enjoyed fresh. The olive harvest happens between October and January in the northern hemisphere so look for a bottle from the most recent harvest. If there's no harvest date on the bottle be suspicious – the oil could be old. The older the oil gets, the more it will decline in flavour and health benefits.

CONTROLLATE LA DATA DI RACCOLTA

L'extravergine è un prodotto stagionale e dà il meglio di sé quando è fresco. Nell'emisfero nord la raccolta delle olive avviene generalmente tra ottobre e gennaio. Per questo è importante verificare la data di raccolta e preferire l'annata più recente. Se non è indicata in etichetta, vale la pena essere prudenti: un olio vecchio perde progressivamente sia sapore sia benefici nutrizionali.

WHAT SHOULD GOOD EVOO TASTE LIKE?

Good quality EVOO should smell bright, vibrant and fresh – like something in the plant kingdom. Aromas can include freshly cut grass, sage, tomato vine, banana skin, fresh almonds, citrus and so on. Taste wise, extra virgin should have fruitiness, bitterness and pungency – that tickle in the back of the throat. If the oil smells flat, of nothing at all, or of something unnatural, it's defective.

CHE GUSTO HA UN BUON EVOO?

Un extravergine di qualità è fresco e vivace al naso, con profumi vegetali come erba tagliata, erbe aromatiche, foglia di pomodoro, agrumi e mandorla fresca. Al palato deve esprimere fruttato, amaro e piccante; il leggero pizzicore in gola indica spesso la presenza di polifenoli. Se invece è piatto, senza profumo o con odori sgradevoli, è probabilmente difettoso.

IT'S A MYTH THAT YOU SHOULDN'T COOK WITH EXTRA VIRGIN OLIVE OIL

One of the biggest myths about extra virgin olive oil is that you can't cook with it. This is not the case, in fact it's one of the best cooking fats we have. EVOO has a high smoke point (up to 220°C) and its polyphenols protect it from breaking down while cooking. It's these same polyphenols that are so good for our health. Mediterranean populations consume far more EVOO than we do in the UK and have lower rates of chronic disease. In Italy, Spain and Greece people have between 9-13 litres per person, per year. Here in the UK we consume less than a litre, per person, per year – the same as the Americans. So don't just drizzle with EVOO; get cooking!

WHAT DOES "EARLY HARVEST" MEAN?

Early harvest refers to EVOO made from olives picked early in the season when they're still green and less ripe. This normally results in very fresh, green smelling oil – with notes of grass, herbs, green olive, green almond, green tomato, tomato vine, green apple. Late harvest, made from riper, blacker olives, picked later in the season, will smell softer and more like ripe fruits – banana, papaya, red tomato, black olive, red apple and so on. Both can be beautiful but early harvest tends to contain more polyphenols – healthy compounds that protect us against disease.

NOT ALL EXTRA VIRGIN IS MADE EQUAL

Most "extra virgin" olive oil sitting on supermarket shelves is not extra virgin because it's old and gone rancid. Industrial producers don't include a harvest date on their bottles and normally use clear plastic bottles which makes the oil degrade quicker – plus chemicals from the plastic can leach into the oil. I recommend buying your EVOO from a trusted source, such as Prezzemolo e Vitale, which has a large range from fantastic producers in Italy, in dark glass bottles or tins.

È FALSO CHE NON SI POSSA CUCINARE CON L'EXTRA VERGINE

Uno dei miti più diffusi è che l'olio extravergine non sia adatto alla cottura. In realtà è uno dei migliori grassi da utilizzare in cucina. Ha un punto di fumo elevato, che può arrivare fino a circa 220 °C, e i polifenoli contribuiscono a proteggerlo dal degrado durante la cottura. Nei Paesi mediterranei il consumo di EVOO è molto più alto rispetto al Regno Unito e si associa a una minore incidenza di molte malattie croniche. Per questo non limitatevi a usarlo a crudo: impieгатelo anche per cucinare.

COSA SIGNIFICA "RACCOLTA PRECOCE"?

L'espressione "early harvest" indica un olio ottenuto da olive raccolte all'inizio della stagione, quando sono ancora verdi. Questi oli tendono ad avere aromi più erbacei e intensi, con richiami a erbe fresche, mandorla verde, mela verde e foglia di pomodoro. Gli oli da raccolta tardiva, prodotti con olive più mature, sviluppano invece note più morbide e fruttate, che ricordano banana, pomodoro maturo, mela rossa o olive nere. Entrambi possono essere eccellenti, ma quelli da raccolta precoce contengono spesso una quantità maggiore di polifenoli.

NON TUTTO L'OLIO È "EXTRA VERGINE"

Molti oli etichettati come extravergini sugli scaffali della grande distribuzione non sono più nelle condizioni ideali per essere considerati tali, perché troppo vecchi o ossidati. Spesso manca la data di raccolta e il prodotto viene venduto in bottiglie di plastica trasparente, che accelerano il deterioramento dell'olio. Per questo consiglio di acquistare EVOO da rivenditori affidabili e di preferire confezioni in vetro scuro o lattina.



STORE IN A DARK CUPBOARD AND USE IT QUICKLY

I see a lot of people storing their EVOO on the countertop, by the stove. This is a big mistake! To keep your EVOO at its best, keep it well sealed in a dark, cool cupboard and use it within a few months of opening. Continual **exposure to oxygen, light and heat will dull the flavour** of your oil and cause its polyphenols to decline.

CONSERVATELO AL BUIO E CONSUMATELO IN TEMPI BREVI

Molti tengono l'olio vicino ai fornelli o sul piano della cucina. È un errore comune! Per preservarne qualità e aromi, conservatelo ben chiuso in un luogo fresco e al riparo dalla luce. Una volta aperto, è preferibile consumarlo entro pochi mesi.

Ossigeno, calore e luce sono i principali nemici dell'extravergine: ne riducono progressivamente sapore, freschezza e contenuto di polifenoli.



For more tips and my favourite oils
visit **@TheEVOOEdit** on Instagram

Per altri consigli e una selezione
dei miei oli EVO preferiti, visita
@TheEVOOEdit su Instagram

→ ADAM AND EVE IN PARADISE, UNKNOWN 18th CENTURY
OIL ON CANVAS 73 x 116,5 cm © The Met Collection

Semiotica del cibo

Avete mai mangiato un cannolo?

Provato l'ebbrezza del morso che spezza la crosta, lascia piovere zucchero, fa scivolare la crema e strappa un inevitabile mugolio? Il cannolo, in sé, è un piccolo capolavoro di rigore pronto a esplodere di gusto. Ecco: così è "Semiotica del cibo" di Francesco Mangiapane, appena pubblicato da Carocci nella collana "Biblioteca di testi e studi".

Un libro agile, ordinato, rigoroso, ma capace di mostrare quanto il cibo ecceda sempre le definizioni troppo pulite.

Di cibo si parla, si vive (e si fotografa) continuamente: come mai questa cosa così semplicemente necessaria finisce per pervadere la realtà risalendo tutti i gradini della piramide? Mangiapane propone uno spostamento di sguardo tanto semplice quanto radicale: il cibo non è solo gusto, memoria o tradizione, ma un sistema di significazione.

Il cibo parla, classifica, organizza relazioni, mette in scena ruoli, gerarchie, rituali. La semiotica, qui, non è un condimento da spolverare a piatto finito, ma uno strumento per leggere ciò che abbiamo ogni giorno sotto gli occhi. Un dolce - come la cassata o il cannolo presi ad esempio - non "significa" mai da solo: conta la forma, il contesto, il momento, la situazione.

"Semiotica del cibo" non è un libro per lettori distratti: chi ama osservare la società anche attraverso i suoi gesti minimi vi troverà un saggio nitido, intelligente e felicemente spiazzante.

Pa. Ma.

Francesco Mangiapane è ricercatore in Semiotica all'Università degli Studi di Palermo, dove insegna Media ed Enogastronomia, Semiotica della gastronomia, Semiotica del cibo e gestisce, insieme con Merte Rudvin, il laboratorio di Food Writing del corso di laurea magistrale in Comunicazione per l'enogastronomia. È autore di saggi dedicati al rapporto tra gastronomia e media e scrive per giornali e riviste di attualità culturale.



Have you ever eaten a cannolo? That moment when the shell cracks, icing sugar falls like dust, the filling slips forward, and an involuntary sigh escapes. A cannolo is a small masterpiece of discipline on the verge of delicious excess. In much the same way, Semiotics of Food by Francesco Mangiapane, recently published by Carocci Editore, is concise, rigorous and elegantly structured, yet constantly reveals how food exceeds neat definitions.

Food is discussed, consumed and photographed endlessly. Why does something so necessary end up permeating every level of social life? Mangiapane offers a simple but powerful answer: food is not only taste, memory or tradition, but a system of meaning.

Food communicates. It classifies, shapes relationships, stages roles, hierarchies and rituals. Here, semiotics is not an academic garnish but a way of reading what lies before us every day. A dessert such as a cannolo or a cassata never signifies on its own; meaning emerges from form, context and occasion.

Semiotics of Food is not for casual readers. Those who enjoy examining society through its smallest gestures will find a lucid, thought-provoking and rewarding study.



YOGURT IN VASETTO, SYNBIOFOOD
© Tony Capelli

Il cibo sano è diventato di moda



Intervista a Andrea Cresci
CEO di Synbiofood

Healthy food is in vogue
Interview with Andrea Cresci,
CEO of Synbiofood, by Paola Marino

I social media, che sono un discusso “specchio del quotidiano”, veicolano continuamente immagini di cibo rendendolo dispositivo non solo estetico ma anche - forse soprattutto - identitario. Non a caso la moda fa sempre più frequenti incursioni nel mondo gastronomico, basti pensare *Le Café V* aperto da Louis Vuitton a Osaka o alla nostrana *Osteria Gucci* aperta a Firenze sotto la guida di Massimo Bottura, ma anche a quanto altri grandi marchi internazionali come Bottega Veneta, Balenciaga Saint Laurent siano tornati spesso a richiamare il mondo food nelle loro collezioni. Fin qui, però, la moda attinge al food come ispirazione e come sistema relazionale.

Ma esiste qualcosa che il mondo gastronomico può chiedere in prestito alla moda?

Ne parliamo con **Andrea Cresci**, che ha lavorato per molti anni nel mondo della moda prima di fondare **Synbiofood**, azienda dal profilo innovativo, quasi di rottura, che realizza una linea di prodotti ready to eat dalla colazione al dessert, pensati a partire da materie prime selezionate, lavorazioni delicate e una cura rigorosa per il benessere.

*Social media, often seen as a controversial mirror of daily life, floods us with images of food that have become markers of personal identity rather than mere visual treats. It is no surprise, then, that fashion is increasingly stepping into the gastronomic spotlight. Think of *Le Café V*, opened by Louis Vuitton in Osaka, or *Osteria Gucci*, guided by Massimo Bottura, as well as brands such as Bottega Veneta, Balenciaga, and Saint Laurent, whose collections often reference the culinary world. So far, however, fashion has mainly borrowed from food as a source of inspiration and connection.*

Could the culinary world, in turn, learn from fashion?

To explore this idea, we spoke with Andrea Cresci, founder of Synbiofood, a company producing ready-to-eat meals made with carefully sourced ingredients and a strong focus on well-being.

I NOSTRI PRODUTTORI



Possiamo affermare che, come nella moda, anche nel cibo la buona riuscita di una 'collezione' parte dalla materia prima?

"Synbio è il brevetto di due ceppi batterici **probiotici** sviluppati da Synbiotech, nostra partner. Oggi siamo esposti continuamente a fattori che impoveriscono il microbiota: stress, ritmi di vita, antibiotici che finiscono per uccidere anche quei 'soldatini buoni' che proteggono intestino e sistema immunitario. Per questo è importante reintegrare. Nella fermentazione inoculiamo i nostri probiotici, e questa alchimia genera insieme un equilibrio perfetto di acidità ed effetti benefici. Ma Synbiofood non produce solo yogurt: c'è una ricerca costante, studiamo prodotti nuovi ogni giorno".

Le mode cambiano, si sa. Ma in che modo è cambiato il nostro rapporto con il cibo?

"Mangiare, oggi, significa anche stimolare la curiosità, abbiamo **9 o 10 famiglie di prodotti**: dal sugo per la pasta, al contorno tutto cotto a bassa temperatura. L'idea di fondo è **costruire una vera dispensa contemporanea**, con famiglie di prodotto coerenti tra loro e una logica di collezione".

Mr Cresci, would you agree that, just as in fashion, the secret to a standout food 'collection' begins with exceptional raw materials?

"Synbio is our signature: two patented probiotic strains crafted by our partner Synbiotech, which we blend into our yoghurt. In today's world, our microbiota faces constant challenges from stress, circadian rhythms, and antibiotics that wipe out even the "heroic" defenders of our gut and immune system. That is why replenishing is essential. During fermentation, we introduce our probiotics, creating an alchemy that brings together the perfect harmony of tangy flavour and health benefits. Yet Synbiofood is more than just yoghurt. We are always experimenting, researching, and dreaming up new products".

We know that trends come and go. But what about the way we connect with food?

"Today, eating is about arousing curiosity. We have about 10 product lines, from pasta sauces to side dishes, all cooked at low temperatures. The goal is to build a modern pantry where each family of products complements the next, joined by a thoughtful sense of collection".

Lei ha lavorato nel mondo della moda, oggi si dedica al cibo. Quali connessioni ci sono tra questi due “mondi”?

“Nel 2012 notavo che le persone avevano iniziato a fotografare non più outfit o accessori firmati, ma cibo. L'interesse ‘estetico’ per il mondo gastronomico portava anche ad una crescente consapevolezza e attenzione verso quello che mangiamo: stagionalità, tradizioni, nutrizione”.

Intende dire che anche quando acquistiamo un pacco di pasta, siamo influenzati dal suo “valore estetico”?

“Anche nel packaging della maggior parte dei prodotti-bio, vige una regola di aspetto triste, povero. Ma la natura è piena di colore, di palette meravigliose, di una forma connaturata di lusso. A me interessava ribaltare l'estetica sano\triste”.

La linea Synbiofood parte dal presupposto che la dispensa di casa possa essere piena di cose buone, sane e pratiche, ritrovando il gusto della stagionalità e quello della scelta.

Mica male, direi: non vediamo l'ora di sfoggiare la collezione estate 2026.
(Pa. Ma.)

You once worked in the fashion industry, and now your passion is food. How do these two realms connect according to your experience?

"Back in 2012, I noticed people were starting to snap photos not just of designer clothes and accessories, but also of their meals. This new fascination with the look of food sparked a deeper curiosity about what we eat: the seasons, traditions, and nutrition that shape our plates. These ideas join us at every meal".

Do you mean that even when we simply buy a pack of pasta, we are influenced by its "aesthetic value"?

"Most organic products come wrapped in packaging that looks dull and hideously designed. Yet, if we believe that 'natural is healthy,' why have we forgotten that nature is full of colour, dazzling palettes, and an innate luxury shape? I wanted to challenge the hackneyed notion that healthy must equal a dull look".

The Synbiofood line aims to fill home pantries with wholesome, convenient foods that honour nature's richness and celebrate its beauty.

*Fairly good, we dare say.
Frankly, we're counting down the days until we can unveil the summer 2026 collection.*





Sicily Grand Tour



di Paola Marino

Intervista a **Settimo Marino**
Category buyer P&V

The pint of the matter

Interview with Settimo Marino, category buyer at P&V

*Se lo scaffale delle birre
è un piccolo Grand Tour del gusto,
il buyer è chi ne disegna l'itinerario
prima di noi: il nostro agente di viaggi.*

Dublinko per le stout, il Belgio per le sue grandi fermentazioni, Plzeň per la Pilsner, la Baviera per le lager, Colonia e Düsseldorf per gli stili cittadini, Burton upon Trent per le pale ale inglesi. Ognuno viaggia come può: per me, per esempio, lo scaffale delle birre è una mappa in cui i confini si fanno liquidi e pieni di sapore, e anche di schiuma.

Da un po' di tempo sono molto fiera di poter partire, a buon diritto, dalla Sicilia: non più soltanto terra di vino e grano, ma luogo capace di raccontarsi anche attraverso malti, luppoli, frumento e nuove identità brassicole. Ed ecco perché ho chiesto a Settimo Marino, buyer beverage per Prezzemolo & Vitale, da dove arrivano le ultime schiume da casa Giu' Giu'.

"Avevamo due birre storiche, una bionda e una rossa, che funzionavano, ma il gusto è cambiato. Le persone cercano più scelta e hanno il diritto di trovarla. A un certo punto ci siamo detti che era il momento di dare di più: una linea più ampia, più contemporanea e 100% siciliana negli ingredienti e nell'identità".

If the beer shelf is a mini Grand Tour of flavours, then the beverage buyer is the architect of our journey, our travel agent, indeed.

Dublin for its stout, Belgium for its skilful fermentations, Plzeň for its golden Pilsner, Bavaria for its lager, Cologne and Düsseldorf for their unique city styles, Burton-uponTrent for its English pale ales. We all set out on our own journeys. For me, the beer shelf is a map where borders dissolve into waves of flavour and frothy delight. For some time now, I am especially proud to start from Sicily: once known only for wine and wheat, today a land that tells its story through malts, hops, and a blossoming brewing culture. That's why I turned to Settimo Marino, beverage buyer for Prezzemolo & Vitale, to discover the origins of the latest Giu' Giu' beers.

"Our journey initially had begun with two iconic beers, a blonde and a red, appreciated until shifting preferences took over. Today, people seek more variety and deserve to discover it. That realisation inspired us to open new doors: supplying a wider, more modern selection that, nonetheless, remains true to Sicilian roots both in ingredients and soul".

Nascono così **Suli, Cori, Ciuri, Aria e Mari**.

Più che nuove etichette, cinque modi diversi di raccontare una birra siciliana senza fermarsi alla formula rassicurante del prodotto locale.

Suli per la bionda, Cori per la rossa, Ciuri per una IPA più luppolata, agrumata e aromatica, Mari per una Weizen di frumento siciliano, accanto a una bionda gluten free. Una **piccola geografia del gusto** che attraversa insieme territorio, qualità e cambiamento.

“È qui che si vede bene il lavoro del buyer”, continua Settimo. “Non si tratta solo di prendere quello che il mercato offre, ma di capire cosa ancora non esiste nella forma giusta. Nel beverage ogni bottiglia racconta chi è l'insegna, cosa considera qualità, quale rapporto vuole avere con il territorio e con il cliente”.

*This is how **Suli, Cori, Ciuri, Aria, and Mari** came to life. They are not just new labels of beers, but five distinct voices telling the developing story of Sicilian beer, moving beyond the comfort of being just a local product. Suli for the blonde version; Cori for the red one, Ciuri bursts with hoppy, citrusy aromas as an IPA, and Mari with a Sicilian wheat Weizen, joined by a gluten-free blonde version. Together, they form a **map of taste**, blending regional roots, high quality, and evolution.*

“Here, one can clearly see the impact of the beverage buyer's expertise”, continues Mr Marino, “It is not merely about accepting what the market offers, but about sensing what is lacking and shaping it into a novelty. In the world of drinks, every bottle becomes a storyteller, revealing the brand's identity, its vision of quality, and the bond it seeks to create with its origins and customers”.

CHI SCEGLIE PRIMA DI NOI

Il buyer beverage

Il buyer beverage è la persona che seleziona vini, birre, spirits, bibite e prodotti da bere che arriveranno sugli scaffali. Non si tratta “semplicemente” di acquisti ma di capire quali prodotti meritano spazio, quali tendenze stanno crescendo e quali scelte sono coerenti con l'identità dell'insegna.

Valuta fornitori, qualità, prezzo, disponibilità, stagionalità, rotazione e potenziale commerciale. Tratta accordi, partecipa a fiere, testa prodotti, osserva il mercato e prova a intuire cosa il cliente potrebbe cercare domani.

Sembra matematica ma è invece grande creatività e spirito di iniziativa, ricerca continua, intuito e capacità profonda di osservazione.

The beverage buyer is the expert who selects the wines, beers, spirits, and soft drinks destined for the shelves. Their expertise goes far beyond making purchases, spotting emerging trends, and guaranteeing every choice conveys the unique character of the store.

This professional weighs quality, price, availability, seasonality, turnover and commercial potential. They negotiate deals, attend trade shows, keep a sharp eye on market variations and anticipate what customers will crave next.

It may look like merely a numbers game. Quite the opposite, it is a matter of great creativity, proactiveness, unrelenting curiosity, intuition, and a watchful eye for detail.

Il viaggio che possiamo fare davanti allo **scaffale**, allora, comincia molto prima, in una zona meno visibile fatta di ricerca, accordi, filiere, analisi e intuizioni. Il **buyer beverage** non seleziona soltanto "cose da bere": costruisce una proposta, scruta i cambiamenti del gusto, capisce quali prodotti meritano spazio e quali possono dare allo scaffale una personalità precisa.

"Questo è un momento intenso per noi", spiega Settimo. "Il lavoro è abbastanza costante, ma ci sono picchi legati alle **stagionalità** o a fasi in cui si consolidano e si rinnovano accordi, si analizzano collaborazioni, si definiscono obiettivi, progetti e articoli da inserire. E poi ci sono le fiere, che sono grandi campi di ricerca".

*The adventure awaiting us at the **shelf** actually begins much earlier, in a concealed world of research, negotiations, supply chains, analysis, and intuition. The **beverage buyer**'s task extends far beyond just picking out items to drink: they build a vision, track shifting tastes, and decide which products will give the shelf its unique character.*

*"This is a truly intense moment for us," explains Mr Marino. Our work keeps a steady rhythm, but there are surges of activity when the **seasons** shift or when we solidify and renew agreements, explore new collaborations, and set new objectives and projects. And then come the fairs, great fields for discovery and research".*



BIRRE SICILIANE GIU' GIU', un'esclusiva di Prezzemolo & Vitale
© Foto: Tony Capelli



"La ricerca è tutto: testare, osservare, confrontare, intuire cosa abbia senso portare a scaffale, cosa possa distinguerci e incontrare davvero il gusto delle persone. Intuito e analisi devono procedere insieme: i dati mostrano rotazioni, marginalità, stagioni e comportamento d'acquisto. Ma senza intuito si resta fermi a ciò che esiste; senza analisi, l'intuizione resta senza struttura".

È forse questo il punto in cui lo scaffale si trasforma da spazio di esposizione a vera mappa in cui puoi seguire le rotte tradizionali e celebri della birra, certo, ma trovi anche quelle che si aprono quando qualcuno osserva, ascolta, testa e decide di non restare indietro. Così, accanto a Dublino, al Belgio e alla Baviera, oggi possiamo partire anche dalla Sicilia.

"Research is everything: testing, observing, comparing, and intuiting what makes sense to bring to the supermarket shelf, what can distinguish us, and what really meets people's tastes. Intuition and analysis must proceed together: the data show rotations, margins, seasons and purchasing behaviour. But without intuition, one remains stuck at what already exists; while without analysis, intuition remains without structure".

Perhaps this is where the shelf transforms from a simple display into a living map, where you can trace the classic beer routes and discover new paths paved by those who observe, listen, experiment, and keep moving forward. Nowadays, alongside Dublin, Belgium, and Bavaria, our journey can start right here in Sicily.

BIRRE SICILIANE DELLA LINEA GIU' GIU',
un'esclusiva di Prezzemolo & Vitale
© Foto di Tony Capelli

Il Servizio Cambusa *di* PREZZEMOLO & VITALE

10 STORE A PALERMO

40 ANNI DI SELEZIONE E RICERCA

Il meglio d'Italia, direttamente a bordo



ORDINA ORA

091 6119294

SERVIZIO CAMBUSA



Effettua il tuo ordine,
consegniamo tutto direttamente
al tuo ormeggio al porto di Palermo.

SERVIZIO PREMIUM



Uno dei nostri autisti ti accompagnerà
presso il punto vendita per scegliere
personalmente i prodotti, e ti riporterà
a bordo. Alla consegna penseremo noi.

prezzemoloevitale.it



© Eddie & Carolina Stigson

Healthy eating

Everything I learnt from writing a book about the blue zones

by Giulia Crouch

Tutto quello che ho imparato sull'alimentazione sana scrivendo un libro sulle Blue Zones

As a food journalist, I get to interview a lot of interesting people about a lot of interesting things. But my biggest – and most fascinating – project to date has been my debut book, *The Happiest Diet in the World*.

It explores how to eat like some of the healthiest people on earth: the populations of the **blue zones**. These are regions around the world where people regularly live into their 90s, 100s and beyond – remaining fit, mobile, healthy and happy.

I wanted to examine how they eat – not just the ingredients that are most often on their plates, but also the **social rituals, habits and rhythms around food** – to find out what role this plays in keeping them healthy.

*Come giornalista gastronomica, ho la fortuna di intervistare persone interessanti su temi affascinanti. Ma il progetto più ambizioso della mia carriera è stato il mio primo libro, *The Happiest Diet in the World*.*

Il libro esplora il modo di mangiare di alcune delle popolazioni più longeve del pianeta: gli abitanti delle cosiddette Blue Zones, aree in cui è comune vivere fino a 90, 100 anni e oltre, mantenendosi attivi, in salute e soddisfatti della propria vita.

Il mio obiettivo non era solo capire quali alimenti finiscono più spesso nei loro piatti, ma anche osservare rituali, abitudini e dinamiche sociali legate al cibo.

Here are seven key things I learnt:

I. EAT MORE PLANTS, LESS JUNK

There are five blue zones around the world: **Sardinia** (Italy), **Okinawa** (Japan), **Nicoya Peninsula** (Costa Rica), **Ikaria** (Greece) and **Loma Linda** (USA). Despite being geographically spread out their diets share one major factor: **they mainly eat plants**.

This means legumes, vegetables, fruits, nuts, seeds, herbs and wholegrains. This is the bulk of the diet with smaller amounts of dairy (mainly fermented), fish, poultry and very rarely some red meat. Meat is generally used as a way to season other foods.

I 7 concetti che ho imparato:

PIÙ VEGETALI, MENO CIBO SPAZZATURA

Le cinque Blue Zones si trovano in **Sardegna, Okinawa, Penisola di Nicoya, Ikaria e Loma Linda**. Pur essendo molto distanti tra loro, condividono una caratteristica fondamentale: una dieta **prevalentemente vegetale**.

Legumi, verdure, frutta, semi oleosi, erbe aromatiche e cereali integrali costituiscono la base dell'alimentazione. Latticini fermentati, pesce e pollame compaiono in quantità moderate, mentre la carne rossa è rara e spesso utilizzata più come condimento.

2. FORGET COUNTING CALORIES, GO FOR NUTRIENT DENSITY

Some foods, such as extra virgin olive oil are calorie dense but also nutrient dense – packed full of compounds that keep us healthy and fight disease.

On the other hand, some foods such as sugar sweetened beverages and ultra-processed snacks offer a lot of calories with nearly no nutritional benefit. If we eat a lot of them, we're inevitably left wanting more – our bodies calling out for missing nutrients – and it's easy to overeat and put on weight.

The people of the blue zones eat plenty of nutrient dense foods, not low calorie ones. In fact concepts like calorie tracking or "low fat" aren't popular at all.

CONTA I NUTRIENTI, NON LE CALORIE

Molte persone valutano il cibo solo in base alle calorie o ai macronutrienti. In realtà è più utile concentrarsi sulla densità nutrizionale.

Alimenti come l'olio extravergine d'oliva sono calorici, ma ricchi di sostanze benefiche e molto sazianti. Al contrario, bevande zuccherate e snack ultra-processati forniscono energia senza apportare nutrienti significativi, favorendo fame eccessiva e aumento di peso.

Le popolazioni delle Blue Zones non contano le calorie: puntano semplicemente su alimenti nutrienti e appaganti.

3. THERE'S NO NEED TO CUT OUT CARBS

Carbs have been blamed for poor health. But the diet of the longest-living populations, is built on carbohydrates, often making up around 60–65% of daily calories.

Complex carbohydrates like beans, whole grains, traditionally made pasta, bread, potatoes, vegetables and fruit, support gut health through fibre, power the brain and are packed with **vitamins, minerals** and **polyphenols**.

I CARBOIDRATI NON SONO IL NEMICO

I carboidrati sono stati a lungo demonizzati, ma le popolazioni più longeve del mondo raccontano una storia diversa. Nelle loro diete rappresentano spesso il 60-65% delle calorie giornaliere.

Il problema non sono i carboidrati in sé, ma quelli raffinati e ultra-processati. Legumi, cereali integrali, pane tradizionale, pasta, patate, frutta e verdura costituiscono invece la base di un'alimentazione equilibrata.

Questi alimenti forniscono energia costante, favoriscono la salute intestinale e apportano vitamine, minerali e composti protettivi.



4. EATING SEASONALLY PROVIDES NATURAL DIVERSITY

Eating with the seasons, naturally builds this diversity into the diet over the course of the year. It also means food is eaten at its peak in terms of flavour and nutrient content.

MANGIARE SECONDO LE STAGIONI AUMENTA LA VARIETÀ

Una dieta varia è associata a una salute migliore. Consumare alimenti stagionali introduce naturalmente diversità nel corso dell'anno, favorendo una flora intestinale più ricca e resiliente.

5. WHOLE FOODS OVER SUPPLEMENTS

In whole foods, nutrients exist within a complex “food matrix” that affects how they are digested, absorbed and used by the body. Foods also work **synergistically** with one another. For example, cooking vegetables in extra virgin olive oil can

PRIMA UNA DIETA COMPLETA POI GLI INTEGRATORI

La ricerca suggerisce che, nella maggior parte dei casi, è preferibile assumere nutrienti attraverso alimenti integrali. Nei cibi, infatti, vitamine, minerali e altri composti agiscono insieme all'interno di una complessa “matrice alimentare”, migliorandone l'assorbimento e l'efficacia.





Freschezza da condividere

Vegan skewers

Ricetta di **CAROLA SCIARRINO**,
Instagram: [@scarolasss](https://www.instagram.com/scarolasss)

Gli spiedini sono conviviali, colorati, ti invitano a prenderne uno ancora prima di sederti davvero a tavola.

Per il nostro spiedino vegetale, ho scelto verdure che insieme potessero raccontare equilibrio e carattere: carote, peperoni gialli, funghi cremini, pomodoro marsalino e cipolla rossa. Consistenze diverse, sapori che si completano.

Facile da cucinare in qualsiasi modo tu preferisca: in forno, in friggitrice ad aria, in padella o alla griglia. Bastano pochi minuti, una girata a metà cottura, il risultato è garantito: verdure morbide e croccanti al tempo stesso, leggermente caramellate, con quel profumo che sa proprio di buono.

Puoi lasciarli così, oppure completarli con un filo d'olio, una spruzzata di limone, sale, pepe, origano e un po' di prezzemolo fresco. Piccoli dettagli, ma che fanno tutta la differenza.

Questi spiedini sono perfetti da condividere, accompagnati ad un buon calice di vino. Puoi lasciarli così, oppure completarli con un filo d'olio, una spruzzata di limone, sale, pepe, origano e un po' di prezzemolo fresco. Piccoli dettagli, ma che fanno tutta la differenza.

Questa collaborazione con Prezzemolo & Vitale è nata proprio con questo spirito: rendere facile qualcosa che sa di casa, di stagionalità e di gusto vero. E adesso non vedo l'ora che arrivino anche sulle vostre tavole.

The skewers burst with vibrant colour and conviviality, tempting you to grab one before you even sit at the table. For our vegetable skewers, I picked carrots, yellow peppers, chestnut mushrooms, Marsalino tomatoes, and red onion for a harmonious mix rich in personality.

Each bite brings new texture; each flavour balances the other.

They can be quickly prepared in the oven, air fryer, pan, or on the grill. After a quick flip, the vegetables turn tender yet crisp and lightly caramelised, releasing a rich, deeply captivating fragrance.

You can enjoy them as they are, or finish with a drizzle of oil, a squeeze of lemon, a sprinkle of salt, pepper, oregano, and a touch of fresh parsley. These little details truly elevate every bite.

These skewers are made for sharing, especially paired with a generous glass of good wine.

This collaboration with Prezzemolo & Vitale was inspired by the desire to bring the flavours of home, seasonality, and authenticity to your table with ease. I am excited for you to welcome them into your own meals soon.

6. FOOD CONNECTS US - AND THAT'S IMPORTANT FOR LONGEVITY TOO

increase the availability of certain antioxidants in the final dish.

In the blue zones, people rarely eat alone. Instead they take time to prepare food for their families and friends.

Our social network is what signals to the body that we're safe, lowering stress and inflammation, and this is crucial for healthy longevity.

IL CIBO CREA LEGAMI E I LEGAMI ALLUNGANO LA VITA

Nelle Blue Zones si mangia in compagnia! Preparare i pasti, fare la spesa, coltivare ingredienti e condividere il momento della tavola sono attività che favoriscono movimento, conversazione e senso di appartenenza.

Le relazioni sociali riducono stress e assicurano il nostro corpo, contribuendo in modo concreto alla salute nel lungo periodo.

7. TAKE JOY IN YOUR FOOD, IT SHOULDN'T BE AN ENDURANCE

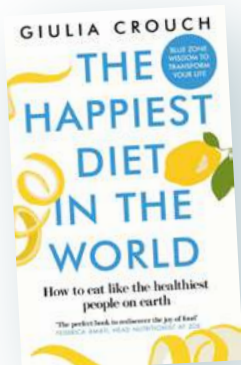
It also helps to move away from the idea of “good” and “bad” foods, and instead think in terms of overall balance. All foods can fit into a healthy diet.

Ultimately, food is meant to be pleasurable. A “diet” is not a short-term restriction, but a long-term pattern of eating – and the most sustainable one is the one that makes you happy.

GODITI IL CIBO: NUTRIRSI NON DOVREBBE ESSERE UNA FATICA

La scoperta forse più sorprendente è il rapporto sereno che i centenari hanno con il cibo. Per loro, l'alimentazione sana non è una disciplina da sopportare, ma semplicemente un modo naturale di mangiare.

In definitiva, il cibo dovrebbe dare piacere. Una dieta non è una restrizione temporanea, ma un modello alimentare destinato a durare nel tempo. E quello che funziona meglio è quasi sempre quello che rende felici.



FOR MORE SEE
**THE HAPPIEST DIET
IN THE WORLD,**
BY GIULIA CROUCH,
NEW RIVER, 2024

PREZZEMOLO & VITALE

Una storia antichissima

TANTI MODI PER GUSTARLA



Risveglio, Armonia

Il caffè siciliano ha un ritmo tutto suo

If there's one thing Italians take seriously, it's *coffee*. That's why we've selected two blends that reflects the standards, heritage and taste appreciated throughout Italy, allowing you to enjoy a truly authentic coffee ritual.

DISPONIBILI ONLINE E IN TUTTI
I PUNTI VENDITA Prezzemolo & Vitale
prezzemoloevitale.it

AVAILABLE AT ALL Prezzemolo & Vitale
STORES ACROSS LONDON AND ONLINE
prezzemoloevitale.co.uk

DIRE, FARE, MANGIARE



IL PICNIC DI P&V © Tony Capelli

Picnic:

Breve storia del pranzo che scappò di casa

Redazione

Picnic: a short story of lunch that rush outside for fresh air

A differenza dei contemporanei di Manet, scandalizzati dalla figura nuda adagiata sul prato nel celeberrimo *Le Déjeuner sur l'herbe*, fa sorridere l'idea che *déjeuner*, così vicino al nostro “digiunare”, indichi invece il pasto che il digiuno lo interrompe. Etimologie fantastiche a parte, il pranzo sull'erba gode ancora di una grandiosa salute: secondo un'indagine Coldiretti/Ixè diffusa per Pasquetta 2026, oltre 21 milioni di italiani (il 43%) hanno scelto di trascorrere il Lunedì dell'Angelo all'aperto tra gite, picnic e brevi vacanze. E non è una moda nata ieri: già nel 2019 la quota era intorno al 40%, segno che la scampagnata resisteva benissimo anche prima che l'aria aperta diventasse una nuova religione civile.

Incuriositi dal dato, scopriamo anche che esiste un International Picnic Day, celebrato il 18 giugno, da non confondere con il National Picnic Day, che negli Stati Uniti cade il 23 aprile. Il picnic, insomma, ha perfino conquistato il suo quadratino nel calendario delle giornate tematiche, quella zona liminare dell'esistenza in cui convivono la festa della lentezza, quella del pancake e probabilmente anche quella della vite autofilettante.

*While Manet's contemporaries were scandalised by the reclining nude in *Le Déjeuner sur l'herbe*, I've always been tickled by how the term 'déjeuner', so close to our word for 'fasting', actually marks the joyful breaking of the fast. Etymological flights aside, the ritual of dining on the grass is thriving: a Coldiretti/Ixè survey for Easter Monday 2026 reveals that more than 21 million Italians – which means 43 per cent – opted to celebrate outdoors, whether on trips, with picnics, or short getaways. And that is hardly a passing fad: even in 2019, about 40 per cent of people enjoyed going out, proving that the call of the open air was strong long before the outdoors became our new shared passion.*

My curiosity sent me down a rabbit hole, where I discovered International Picnic Day, celebrated on June 18, not to be mistaken for the American National Picnic Day on April 23. So, the humble picnic has earned its own square on the bustling calendar of quirky holidays, nestled between Pancake Day and maybe even Self-Drilling Screw Day, all united in their tribute to the art of slowing down.



Del resto, la **Picnic Society** fu uno dei club più eccentrici e scintillanti della Londra di inizio Ottocento, un curioso incrocio tra cena condivisa, teatro amatoriale, salotto aristocratico e casinò improvvisato. In un certo senso, metà potluck, metà palcoscenico, metà scandalo. Sì, le metà sono tre, ma anche i membri pare non fossero particolarmente interessati all'aritmetica quando c'erano sei bottiglie di vino a testa.

Ma cosa fa davvero il picnic? Il cibo? Una coperta a terra? Il cesto di vimini? Cosa hanno in comune gli studenti che si apparecchiavano sui gradini appena arriva il primo sole e Emma Woodhouse, Mr. Knightley, Frank Churchill, Jane Fairfax e Miss Bates nella Emma di Jane Austen?

Forse il picnic funziona perché è un pranzo che accetta di perdere autorità: non pretende la tavola apparecchiata, non chiede sedie, non si offende se il bicchiere pende un poco verso il destino.

È una piccola sospensione del galateo, dove tutto ciò che si può mangiare con le mani acquista improvvisamente nobiltà: bruschette che resistono eroiche al tragitto, formaggi e salumi da condividere senza cerimonie, verdure fresche da intingere o sgranocchiare, uva, frutta già tagliata, pane guttiau che scrocchia appena lo tocchi e si distribuisce generosamente in terra, una birra fredda, un vino bianco, qualcosa che non abbia bisogno di troppe spiegazioni.

Alla fine, il picnic non è la coperta a quadrotti, non il cestino di vimini, né la scenografia gentile da giugno. Il picnic è la compagnia quando il giorno si apre. È la primavera che, trovando un varco, si siede accanto a noi.

After all, the London Pic Nic Society sparkled as one of early nineteenth-century London's most eccentric clubs, blending the communal spirit of a feast, the excitement of amateur theatre, the elegance of an aristocratic parlour, and the unpredictability of an impromptu casino.

In a nutshell, I wouldn't go too far in saying that it was part potluck, part stage, and part scandal. And yes, I know that adds up to three halves, but when it came to having six bottles of wine per person, the members hardly cared for mathematical precision, too.

However, what exactly turns a midday meal into a true picnic? Is it a special food? A spread laid out on the grass? Or the classic wicker basket? And what links the students basking on the steps at the first sign of sun with Emma Woodhouse, Mr Knightley, Frank Churchill, Jane Fairfax and Miss Bates in Jane Austen's Emma?

Maybe the magic of a picnic lies in its willingness to let go of control. There is no need for a set table or chairs, and no one minds if the glass tips a little toward fate. Etiquette takes a gentle pause, and suddenly, everything eaten by hand feels like a regal delicacy: the bruschetta that bravely survives the journey, cheeses and cold cuts meant for sharing, crisp vegetables ready to dip or nibble, grapes and pre-sliced fruit, the guttiau bread that crackles at the slightest touch and scatters crumbs, a cold beer, a chilled white wine, and food that tells its own story without explanation.

In the end, a picnic is not about the checkered blanket, the wicker basket, or the gentle onset of June. It is about the people who gather as the day unfolds. It is spring itself, slipping in through a breach and quietly joining us.

Pa. Ma.



ROB HOBSON © Photo by Ola Smith

Good mood food?

The fascinating link between what you eat and how you feel

Interview with Rob Hobson
Nutritionist and author of *The Low Appetite Cookbook*

Cibo del buonumore?
L'affascinante legame tra ciò che mangi e come ti senti
Intervista a Rob Hobson, nutrizionista e autore
di *The Low Appetite Cookbook*

Everyone knows that having a bite of chocolate or spoonful of your favourite ice cream makes you **happy**. But did you know that food can affect mood in a more long-term sense?

Mounting research now suggests that what you eat can change how you feel, in part because our gut and brain communicate with each other.

“Over the past decade, research has moved beyond single nutrients and supplements and started looking at whole dietary patterns, the gut-brain axis, inflammation and how consistently what we eat shapes brain chemistry over time” says Rob Hobson, registered nutritionist and author of *The Low Appetite Cookbook*.

“One of the most studied examples is the Mediterranean Diet which is rich in vegetables, fruit, whole grains, legumes, nuts, olive oil and fish. Cohort studies have repeatedly shown that higher adherence to this pattern is associated with lower risk of depression or depressive symptoms across different populations, even after adjusting for other lifestyle factors”.

*Tutti sanno che un pezzo di cioccolato o qualche cucchiaino del proprio gelato preferito possono **migliorare l'umore**. Ma forse non tutti sanno che il cibo può influenzare il benessere emotivo anche nel lungo periodo.*

Sempre più studi suggeriscono infatti che ciò che mangiamo possa modificare il modo in cui ci sentiamo, anche perché intestino e cervello comunicano costantemente tra loro.

*“Negli ultimi dieci anni la ricerca è andata oltre i singoli nutrienti o integratori, iniziando a concentrarsi sui modelli alimentari nel loro insieme, sull'asse intestino-cervello, sull'infiammazione e su come ciò che mangiamo influenzi nel tempo la chimica cerebrale”, spiega il nutrizionista Rob Hobson, autore di *The Low Appetite Cookbook*.*

“Uno degli esempi più studiati è la Dieta Mediterranea, ricca di verdura, frutta, cereali integrali, legumi, frutta secca, olio d'oliva e pesce. Numerosi studi hanno mostrato che seguire questo modello alimentare è associato a un minor rischio di depressione e sintomi depressivi, anche considerando altri fattori legati allo stile di vita”.





A landmark trial in Australia showed that “adults with major depressive episodes experienced significant improvements after 12 weeks” of being guided to follow the Mediterranean Diet, compared to a control group, explains Rob.

There are different explanations for how this might work. The first is that certain nutrients help the brain make and regulate mood-related chemicals like serotonin and dopamine. Individuals lacking in **folate**, for example, present in foods like leafy greens, legumes and wholegrains, are “consistently associated with higher rates of depression and poorer response to antidepressant treatment,” says Rob.

Similarly **tryptophan**, an amino acid found in legumes, nuts, seeds and oily fish, is the precursor to serotonin (a brain chemical that makes us feel happy). “Diets that provide adequate tryptophan alongside carbohydrates may support serotonin availability in the brain,” says Rob.

Un importante studio australiano ha evidenziato che “gli adulti con episodi depressivi maggiori hanno registrato miglioramenti significativi dei sintomi dopo 12 settimane” seguendo la Dieta Mediterranea con il supporto di specialisti, rispetto a un gruppo di controllo, racconta Hobson.

*Una spiegazione riguarda alcuni nutrienti che aiutano il cervello a produrre e regolare sostanze legate all'umore, come serotonina e dopamina. La carenza di **folati**, presenti in verdure a foglia verde, legumi e cereali integrali, è “costantemente associata a maggiori tassi di depressione e a una risposta peggiore agli antidepressivi”, afferma Hobson.*

*Anche il **triptofano**, un amminoacido presente in legumi, semi oleosi, frutta secca e pesce azzurro, svolge un ruolo chiave: è infatti il precursore della serotonina, spesso definita “l'ormone della felicità”. “Le diete che garantiscono un adeguato apporto di triptofano insieme ai carboidrati possono favorire la disponibilità di serotonina nel cervello”, spiega.*

MANGIA COME PARLI

Magnesium is another key nutrient. “Magnesium, abundant in leafy greens, nuts and beans, is involved in nervous system signalling and **stress regulation**,” says Rob. “Observational studies link low magnesium intake with depressive symptoms”.

He adds that it’s important to remember that “These nutrients don’t act in isolation, which is why whole dietary patterns consistently outperform single-nutrient approaches in mental health research”.

Another mechanism might be **inflammation** – higher inflammation generally associated with depressive symptoms. Therefore, incorporating more anti-inflammatory foods such as oily fish, extra virgin olive oil, nuts and anything high in fibre such as wholegrains and vegetables can help. “This might help explain why diets high in ultra-processed foods which tend to be low in fibre and higher in refined fats and sugars are associated with poorer mental health outcomes” says Rob.

Another fascinating new area of research is the **gut microbiome** – the trillions of bacteria that live in our large intestines – and the impact it has on the brain.

In simple terms, the gut and brain communicate with each other via what’s known as the gut-brain axis.

*Tra i nutrienti importanti c’è anche il **magnesio**. “Presente in abbondanza in verdure verdi, frutta secca e legumi, contribuisce alla regolazione del sistema nervoso e della **risposta allo stress**. Gli studi osservazionali collegano bassi livelli di magnesio a sintomi depressivi”.*

Hobson sottolinea però che “questi nutrienti non agiscono isolatamente”. Ed è proprio per questo che gli schemi alimentari completi risultano più efficaci dei singoli nutrienti nelle ricerche sulla salute mentale.

*Un altro possibile meccanismo riguarda l'**infiammazione**, spesso associata a sintomi depressivi. Inserire nella dieta alimenti antinfiammatori come pesce grasso, olio extravergine d’oliva, frutta secca, cereali integrali e verdure ricche di fibre potrebbe quindi aiutare. “Questo potrebbe spiegare perché le diete ricche di alimenti ultra-processati, generalmente povere di fibre e più ricche di zuccheri e grassi raffinati, siano associate a peggiori risultati sul piano della salute mentale”, osserva Hobson.*

*Un’area di ricerca ancora più recente riguarda il **microbiota intestinale**: i trilioni di batteri che vivono nel nostro intestino e il loro impatto sul cervello.*

In termini semplici, intestino e cervello dialogano attraverso il cosiddetto asse intestino-cervello.

“Alcuni batteri intestinali sono sempre più associati a una migliore salute mentale”, racconta Hobson. Tra questi, Bifidobacterium e Lactobacillus, presenti in alimenti fermentati come yogurt con fermenti vivi, kefir, crauti, kimchi, miso e alcuni formaggi, sono collegati a una riduzione dello stress, a un miglior processamento emotivo e a minori livelli di infiammazione.

PORTATE DAL MENU DI RETROBOTTEGA
© Tony Capelli





"Certain gut bacteria are increasingly associated with better mental health," says Rob. For example Bifidobacterium and Lactobacillus (found in fermented foods like yoghurt with live cultures, kefir, sauerkraut, kimchi, miso and some cheese) are linked with reduced stress responses, improved emotional processing and lower inflammation."

As well as eating foods that contain these microbes, it's also important to eat foods that feed them:

prebiotics. These are fibre-rich foods such as onions, garlic, leeks, beans, lentils, oats, bananas and wholegrains.

Polyphenols (beneficial plant chemicals) are also good for gut health and are in foods such as extra virgin olive oil, dark chocolate, tea and coffee and vividly coloured fruits and vegetables such as blueberries, red onion, and dark leafy greens.

(Gi. Cr.)

*Oltre a consumare alimenti che contengono questi microrganismi, è importante **nutrirli con i cosiddetti prebiotici**: alimenti ricchi di fibre come cipolle, aglio, porri, fagioli, lenticchie, avena, banane e cereali integrali.*

Anche i polifenoli, sostanze benefiche di origine vegetale, favoriscono la salute intestinale. Si trovano in alimenti come olio extravergine d'oliva, cioccolato fondente, tè, caffè e frutta e verdura dai colori intensi, come mirtilli, cipolla rossa e verdure a foglia scura.

"Nessun alimento da solo farà sparire improvvisamente il cattivo umore", conclude. "Ma l'alimentazione aiuta a ridurre nel tempo il rischio di alterazioni dell'umore e rafforza la resilienza emotiva, insieme ad altri interventi legati allo stile di vita e alla salute."

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.

Il vecchio mondo sta morendo:
Quello nuovo, manco fosse dei pesci,
dice che arriva e poi ritarda.
In questo interregno rischiosissimo
i dodici allargano gli inviti a tavola
e chiamano a raccolta le menti più
brillanti di sempre: solo Jung può
tenere la mano a Plutone mentre
cambia tutto l'arredo dell'acquario,
e solo la sensibilità di Jane Goodall
può assicurare il cancro mentre
Giove lo spinge a proteggere ma lui si
rinchiude in un angolo. In soccorso di
Ariete per dargli metodo e rigore con
in casa Saturno: Marie Curie,
ovviamente e soltanto un Einstein
può salvarci dal fuoco di Nettuno
dandoci coraggio ma evitando
il rischio incendio.

*The old world is fading away, while
the new one says it is on its way, but
then it hesitates at the threshold,
as if it were the renowned latecomer
Pisces. In this perilous Middle- earth,
the assembly of the twelve have
gathered the most brilliant minds
around their table. Only Jung dares
to guide Pluto, holding his hand while
rearranging the decorative elements
inside the aquarium, and only Jane
Goodall's empathy can soothe Cancer
while Jupiter urges him to shield
others, but he retreats to a corner.
And there is Marie Curie coming
to help Aries by giving him method
and discipline – of course – with
Saturn at home. And when Neptune's
flames threaten, only Einstein can
offer us courage, guiding us safely
past the danger.*

L'oroscopo di MAP



ARIETE ARIES
21.03 - 19.04

"Nella vita non c'è nulla da temere"
"Nothing in life is to be feared."

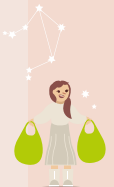
— Marie Curie
Distillatrice di invisibile, Scorpione
A distiller of the intangible, Scorpio



CANCRO CANCER
21.06 - 22.07

"Ciò che fai fa la differenza"
"What you do makes a difference"

— Jane Goodall
Seminatrice di empatia, Ariete
A sower of empathy, Aries



BILANCIA LIBRA
23.09 - 22.10

"Chi guarda fuori sogna, chi guarda dentro si sveglia"

"Who looks outside, dreams; Who looks inside, awakes"
— Carl Gustav Jung
Fermentatore di simboli, Leone
A fermenter of symbols, Lion



CAPRICORNO CAPRICORN
22.12 - 19.01

"Se ho visto più lontano è perché stavo sulle spalle dei giganti"

"If I have seen further it is by standing on the shoulders of giants."
— Isaac Newton,
Raccoglitore di mele, Capricorno
An apple picker, Capricorn



TORO TAURUS
20.04 - 20.05

"Non sopravvive il più forte, ma chi si adatta"

"It is not the strongest that survive. It is the most adaptable"
— Charles Darwin
Coltivatore evolutivo, Acquario
An evolutionary grower, Aquarius



LEONE LEO
23.07 - 23.08

"Eppur si muove"

"And yet it moves"
— Galileo Galilei
Degustatore di stelle, Acquario
A stellar mass taster, Aquarius



SCORPIONE SCORPIO
23.10 - 21.11

"Dalle tue debolezze nasceranno le tue forze"

"Out of your vulnerabilities will come your strength"
— Sigmund Freud
Cuoco del desiderio, Toro
A Cook of Desire, Taurus



ACQUARIO AQUARIUS
20.01 - 19.02

"L'immaginazione è la facoltà della scoperta"

"Imagination is the faculty of discovery, preeminently"
— Ada Lovelace
Allevatrice algoritmica, Sagittario
An algorithmic breeder, Sagittarius



GEMELLI GEMINI
21.05 - 20.06

"L'immaginazione è più importante della conoscenza"

"Imagination is more important than knowledge"
— Albert Einstein
Chef della relatività, Pesci
A Chef of relativity, Pisces



VERGINE VIRGO
24.08 - 22.09

"La scienza e la vita quotidiana non possono essere separate"

"Science and everyday life cannot and should not be separated"
— Rosalind Franklin
Pasticcera del DNA, Leone
A DNA Pastry Chef, Leo



SAGITTARIO SAGITTARIUS
22.11 - 21.12

"Il presente è loro, il futuro è mio"

"The present is theirs, the future is mine"
— Nikola Tesla
Bartender ad alta tensione, Cancro
A high-voltage bartender, Cancer



PESCI PISCES
20.02 - 20.03

"Proteggiamo ciò che amiamo"
"People protect what they love"

— Jacques Cousteau,
Sommelier degli abissi, Gemelli
A sommelier of the abyss, Gemini

INDISPENSA

Focus di stagione

Azienda Agricola Barone Cornacchia **Trebbiano d'Abruzzo DOC**

Da uve biologiche certificate, dalle colline teramane, uno dei territori più vocati d'Italia per i vini bianchi. Un Trebbiano d'Abruzzo secco e fresco, dai profumi netti e affascinanti, capace di accompagnare con eleganza pesce, primi piatti e formaggi.



Formaggio siciliano

Talé

Morbido e cremoso come le brezze delle Madonie, il Talé è un formaggio giovane dal cuore lattico e delicato. Fresco, gentile, con note di latte appena munto, richiama i pascoli di montagna e la semplicità delle cose fatte bene. Ideale da gustare al naturale, con pane croccante o accanto a miele e confetture.

Provola Sfoglia

San Michele

Provola siciliana a pasta filata semi dura, selezionata da Prezzemolo & Vitale per il suo carattere deciso. La pasta bianca offre un gusto che va dal semi-piccante al piccante con la stagionatura, intenso ma equilibrato. Ottima da gustare al naturale o in cucina.

Provola a mandarino

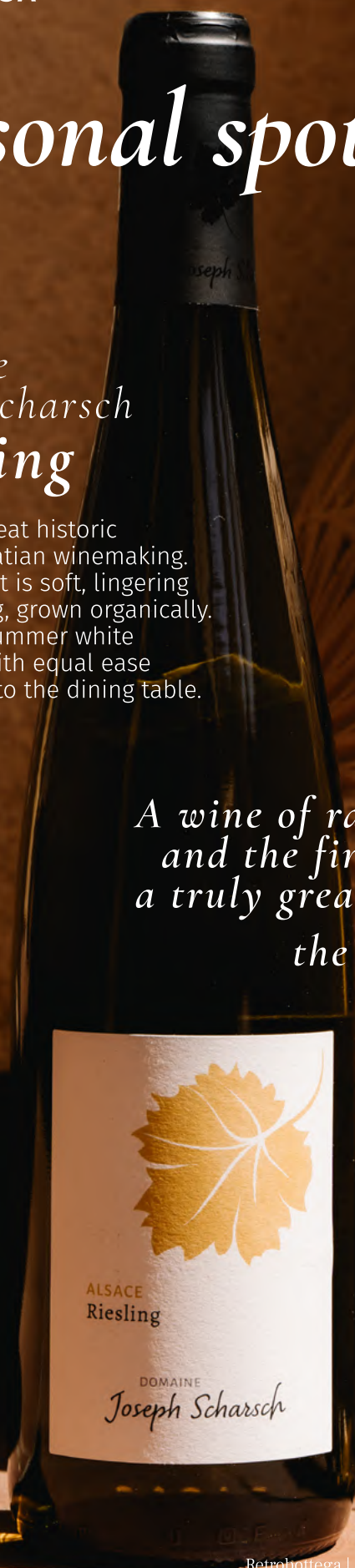
Dorata e profumata, questa provola affumicata racchiude i sentori dei boschi di castagno delle Madonie. "A mandarino" è la forma, piccola e tondeggiante, non il gusto. Il sapore è pieno, avvolgente, con una nota affumicata che scalda e invita al morso successivo. Deliziosa da sola, irresistibile appena fusa.

Seasonal spotlight

Domaine Joseph Scharsch Riesling

One of the great historic names of Alsatian winemaking. A Riesling that is soft, lingering and intriguing, grown organically. A beguiling summer white that moves with equal ease from aperitif to the dining table.

*A wine of rare harmony,
and the finest way to discover
a truly great grape variety:
the Riesling.*





LE ECCELLENZE DI P&V
"Cacio e Pepe" sauce
& **GIU' GIU' Busiate pasta**

Silky, bold and irresistibly Roman, the **Cacio e Pepe sauce** by **Le Eccellenze di P&V** brings all the depth of pecorino and black pepper straight to your table. Paired with **Giu' Giu' short busiate**, it's a perfect match: their twisted shape holds the creamy sauce beautifully, capturing every flavour.

In just minutes, you'll have a truly Italian dish, rich and comforting, with minimal effort.

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

RETROBOTTEGA - LA FARINA

VIA G. LA FARINA, 14 M

324 564 9339

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

PREZZEMOLO & VITALE

Servizio Catering

ACCOMPAGNIAMO I TUOI EVENTI
CON LA STESSA *qualità, cura e selezione*
CHE CARATTERIZZANO L'ESPERIENZA IN-STORE



Scopri il menù