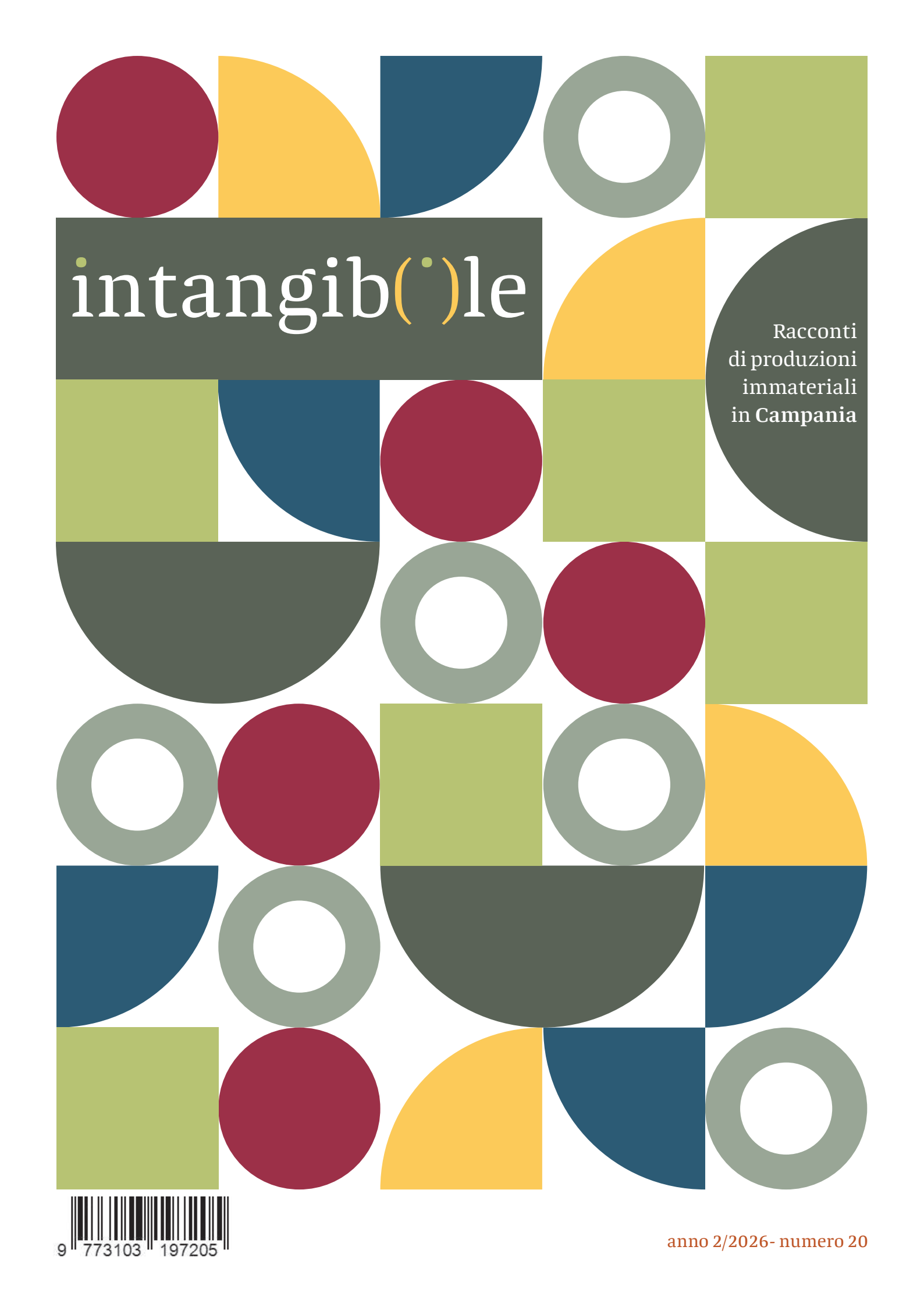




intangib()le

Racconti
di produzioni
immateriali
in Campania



anno 2/2026- numero 20

intangib(i)le
Racconti di produzioni
immateriali in Campania

Anno 2/2026 Numero 20 - mensile
Agosto 2026

ISSN 3103-197

Editore: Alos s.a.s.
di Fabrizio Masucci & C.
Via G. Carducci 42
80121, Napoli

© Tutti i diritti riservati – è vietata
la riproduzione dei testi senza
l'autorizzazione espressa
dell'editore e la citazione
bibliografica di pubblicazione.

Direttore responsabile:
Marco Izzolino

Redazione:
Maria Cristina Comite
Bruno Crimaldi
Ivana Gaeta
Marco Izzolino
Simone Valitutto
Ester Vollono

Graphic design
Ivana Gaeta

Social media manager
Ester Vollono

Coordinamento editoriale:
Bruno Crimaldi

Editor
Alessandra Bove
Costanza Crimaldi

Contatti:
intangibile25@gmail.com

intangib(i)le è un progetto editoriale dedicato al patrimonio culturale immateriale della Campania. La rivista racconta le ricchezze intangibili della regione e come farne esperienza tramite musei locali e contatti diretti con le comunità e i luoghi in cui esse vivono. Darà voce agli abitanti stessi e al loro “saper fare” e creare cultura. Uno spazio aperto a sguardi diversi, che coinvolge tutto il territorio, soprattutto quello interno e periferico, per dare forma a un museo diffuso dell'intangibile.

Caffè e birra

- 03 La fabbrica dell'identità: come i territori adottano le tradizioni
Marco Izzolino e Maria Cristina Comite
- 05 Il caffè napoletano: le origini di una consuetudine identitaria.
Maria Cristina Comite
- 08 L'identità come processo di trasformazione. Il percorso umano e imprenditoriale di Fabio Ditto e il caso Kbirr
Marco Izzolino in dialogo con Fabio Ditto
- 16 La birreria dell'Hotel de Londres, quando Napoli abbracciava il mondo
Bruno Crimaldi
- 20 L'arte dell'accoglienza in una tazza: intervista a Vincenzo Sansone
Maria Cristina Comite
- 23 L'acqua del Serino e il fuoco degli Scamardella: il caffè dei Campi Flegrei
Maria Caputi



"REGIONE CAMPANIA - DIREZIONE GENERALE 12 PER LE POLITICHE CULTURALI E IL TURISMO - UNITÀ OPERATIVA DIRIGENZIALE "PROMOZIONE VALORIZZAZIONE MUSEI E BIBLIOTECHE": APPROVAZIONE DELLE GRADUATORIE DI MERITO IN DECRETO DIRIGENZIALE N. 186 DEL 18/11/2024"

La fabbrica dell'identità: come i territori adottano le tradizioni

di Marco Izzolino e Maria Cristina Comite

Esiste un'idea fuorviante secondo cui l'identità di un territorio sia unicamente il frutto endogeno della sua terra, delle sue produzioni agricole o delle sue radici pastorali. Se questo vale per molte realtà rurali, le grandi città metropolitane e portuali – snodi storici di passaggi, migrazioni e scambi – raccontano una storia del tutto diversa. L'identità culturale di una metropoli come Napoli è, prima di tutto, un'opera di “riscrittura e adozione”: la capacità di accogliere usanze, beni e rituali giunti da altrove, ricucendoli sul proprio tessuto sociale e restituendoli al mondo trasformati in simboli comunitari.

È in questo spazio di trasformazione che si colloca la riflessione del ventesimo numero di *intangibi(i)le*, mettendo a confronto due storie dalle temporalità differenti: il caffè e la birra.

Entrambi sono prodotti importati, alieni al paesaggio agricolo originale del territorio. Eppure, il primo ha compiuto da tempo il suo percorso di totale assimilazione identitaria; la seconda sta vivendo oggi un analogo processo di radicamento.

Il caffè, la cui tradizione più antica e pervasiva occupa naturalmente lo spazio principale nei contributi di questo numero, rappresenta il caso scuola di questo meccanismo. Come ricostruisce Maria Cristina Comite, una materia prima coloniale è stata convertita a Napoli in un'architettura sociale e morale: dalla figura storica del *caffettiere e notte* alla meccanica della *coccumella*, fino alla codifica informale del caffè sospeso. L'estratto scuro è diventato il pretesto per l'esercizio della cura dell'altro. Questa dimensione trova una duplice continuità nelle esperienze produttive qui raccontate: da un lato, nella radicale etica del Caffè Delizia della famiglia Scamardella nei Campi Flegrei – con la sua rigorosa difesa della tostatura lenta a legna di quercia – dall'altro, nell'intervista a Vincenzo Sansone. Il caffè Sansone rappresenta una microtorrefazione artigianale e contemporanea che sta costruendo il proprio racconto di marca proprio attraverso una stretta sinergia con i luoghi e i progetti della produzione culturale cittadina, ricordandoci come il lavoro al bancone e la selezione dei chicchi restino primariamente un laboratorio di relazioni e di riconoscimento umano.

La birra, d'altro canto, racconta una traiettoria più recente ma perfettamente sovrapponibile. Nata come consuetudine d'Oltrealpe, si è progressivamente integrata nella quotidianità partenopea attraverso sintesi culturali inedite – si pensi alla nascita del connubio popolare tra pizza e birra – fino a trovare nelle esperienze contemporanee, come quella del marchio Kbirr, una via autonoma di racconto terri-

toriale. Proprio come Sansone per il caffè, Kbirr dimostra come una produzione artigianale contemporanea possa farsi veicolo identitario dialogando con i linguaggi della cultura locale, dalla street art alla valorizzazione dell'iconografia urbana.

A dimostrazione di quanto i fili di queste due bevande "straniere" si siano intrecciati fin dalla fine dell'Ottocento, vi è una coincidenza storica emblematica. Negli anni del Risascimento, la cultura del caffè e quella della birra s'incrociarono nello stesso perimetro urbano e nella medesima spinta cosmopolita: se nel 1890 il Gran Caffè Gambrinus veniva inaugurato nella sua veste rinnovata scegliendo il nome del leggendario re germanico della birra e proponendosi anche come *brasserie*, pochissimi anni dopo vedeva la luce la birreria *Löwenbräu* al piano terra del Grand Hôtel de Londres a Piazza Municipio. Come racconta l'articolo di Bruno Crimaldi, quell'elegante locale affrescato con allegre scene tirolese non era un vezzo folcloristico, ma la traduzione spaziale di una Napoli che voleva dialogare con l'Europa e che, decenni più tardi, avrebbe fatto di quella stessa birreria lo scenario dell'iconica sfida antifascista di Renato Caccioppoli sulle note della *Marsigliese*.

Le tradizioni non sono reperti statici custoditi nel suolo, ma processi dinamici portati dalle persone che si muovono, s'incontrano e contaminano i luoghi. In questo numero di *intangib(i)le*, riflettere su caffè e birra significa osservare da vicino la chimica con cui una comunità sa trasformare ciò che riceve dall'esterno in un patrimonio vivo e inconfondibilmente proprio.

Biblioteca *intangib(i)le* - riferimenti editoriali
sui temi trattati dalla rivista

a cura di
Costanza Crimaldi

The Tammorra Displaced: Music and Body Politics from Churchyards to Glocal Arenas in the Neapolitan Area

Augusto Ferraiuolo

Editore:
Cultural Analysis
(The University of California)

22 pagine

uscita: 2015

Disponibilità: Open Access su
Berkeley OCF Server (<https://www.ocf.berkeley.edu/~culturalanalysis/volume14/pdf/Ferraiuolo.pdf>)

Augusto Ferraiuolo racconta il viaggio della tammurriata campana fuori dai suoi confini tradizionali, seguendo il percorso del tamburo dai sagrati dei santuari vesuviani fino alle piazze della protesta urbana. Il saggio mostra come questo ritmo sia passato da preghiera contadina a bandiera delle lotte operaie negli anni '70, per poi incrociare il dub e il rap nelle piazze napoletane durante il G7 del 1994.

Nel mondo agricolo la tammurriata non è mai stata un semplice ballo, ma un modo per dialogare con il sacro. I movimenti delle braccia e i passi ricalcano la fatica della terra, il gesto di zappare o di raccogliere i frutti dagli alberi, trasformando la danza in un ringraziamento fisico per i raccolti concessi dalla Madonna.

La ricerca entra anche nelle botteghe, documentando la memoria orale legata a costruttori storici come Tatonno 'o Baccalaiuolo, capaci di fabbricare tamburi con materiali di riciclo e sonagli ricavati dalle scatole di latta del pesce.

Ferraiuolo mette in luce la grande plasticità della tammurriata, capace di sopravvivere ai cambiamenti storici modificando i propri spazi e linguaggi. Il saggio descrive così il passaggio da una profonda fede mariana delle origini a una pratica coreutica diffusa. Oggi varianti locali come la paganese, la scafatese o la giuglianese vengono tenute in vita in scuole e laboratori da generazioni metropolitane lontane dal mondo rurale. Pur senza la devozione del passato, questi giovani riescono a conservare e tramandare la complessa struttura dei canti a distico e l'energia del ballo.

Il caffè napoletano: le origini di una consuetudine identitaria.

di Maria Cristina Comite

A Napoli il caffè non è mai stato semplicemente una bevanda o uno strumento di scansione del tempo quotidiano, ma un'architettura sociale, un rito identitario e una forma di cura che ha attraversato, pressoché intatto, tre secoli di storia e di anime.

La storia di questo abbraccio viscerale tra la città e il caffè comincia nel 1614, quando il viaggiatore e musicista romano Pietro Della Valle parte da Venezia dopo aver stretto un patto con l'amico medico Mario Schipano e la loro cerchia di intellettuali napoletani: inviare un diario epistolare dettagliato di tutto ciò che avrebbe osservato in Oriente.

Nella famosa lettera del 7 febbraio 1615 inviata da Costantinopoli, Della Valle descrive per la prima volta questo strano infuso medio-orientale, spiegando come gli ottomani lo servissero caldissimo, spillato da bricchi bollenti. Convinto che l'aroma e le proprietà della bevanda avrebbero incuriosito la cerchia accademica e medica di Napoli, conclude il racconto promettendo di portarne con sé i chicchi al suo rientro in patria.

L'intuizione del Della Valle trovò riscontro solo molto tempo dopo: per anni, infatti, i napoletani guardarono con diffidenza quella scura bevanda dalle "proprietà diavolesche". Neanche la regina Maria Carolina d'Asburgo Lorena, moglie di Ferdinando IV di Borbone, riuscì a contrastare lo scetticismo popolare, pur avendone introdotto il consumo a corte secondo l'uso viennese — servito in tazze di porcellana di Capodimonte con latte o panna e accompagnato da dolci (momento che segnò anche l'inizio della felice contaminazione tra il Kipferl austriaco e il futuro cornetto napoletano).

Solo sul finire del XVIII secolo, dopo che la classe medica napoletana ne ebbe comprovato le proprietà terapeutiche, evidenziando le qualità stimolanti per il sistema nervoso, le funzioni digestive e l'efficacia nel contrastare l'emicrania e la sonnolenza, attribuendogli inoltre la capacità di risvegliare le facoltà intellettive, l'assunzione quotidiana di caffè cominciò a diffondersi tra le fasce borghesi della società cittadina, allorquando le menti più brillanti della città, seguendo l'esempio di Parigi, presero a incontrarsi e a scambiarsi idee illuministe nei primi Caffè.

La vera rivoluzione antropologica avvenne però solo nell'Ottocento, quando il rito uscì dai salotti colti e aristocratici, per scendere nei vicoli e farsi voce del popolo grazie alla comparsa della figura, ormai del tutto scomparsa, del *caffettiere 'e notte*. Frutto dell'inventiva partenopea, questo venditore ambulante percorreva la città nelle ultime ore

della notte fino alle prime luci dell'alba, portando in spalla contenitori di rame ricolmi di caffè bollente, per offrire ristoro e un soffio di calore umano a basso costo al popolo del buio. Riferimento prezioso per nottambuli, lavoratori dei teatri, pescatori, operai mattinieri, portava con sé un contenitore termico o un apposito recipiente con il caffè caldo, latte, bicchierini, zucchero e talvolta liquori per correggere la bevanda, cantilenando frasi come «è longa 'a notte, scarfateve cu 'na bona tazzulella 'e caffè, l'aggio fatto cavere cavere».

Sin dal principio quindi, il caffè a Napoli si fa simbolo di quella attitudine popolare ad offrire consolazione, sostegno morale e vicinanza, che si evince anche dalla terminologia, intrisa di poesia ed umanità, che ad esso si riferisce: “l'espresso” in quanto richiesta espressa e soddisfatta sul momento; “a manto di monaco” in riferimento alla colorazione che assume il caffè quando è così buono “ca pare cioccolata”; fino alle usanze del “caffè in ginocchio”, a indicare la posizione tenuta dai più indigenti che, sprovvisti di cucine con fornelli, erano costretti a cuocere il caffè su un basso focolaio e, non ultimo, del “consuolo”, dove l'offerta di una tazzina di caffè diventa un abbraccio capace di lenire il peso del lutto.

La stessa tazza, a Napoli, perde ogni freddezza formale e viene ribattezzata affettuosamente “tazzulella” (cit. Pino Daniele), diminutivo che racchiude tutto l'amore, l'intimità e la cura domestica dedicati a quel piccolo scrigno rigorosamente bollente.

Tutta un'umanità quella fin qui descritta, che resisterà anche alle dinamiche imposte dalla modernità. Perché ancora oggi, nonostante la consuetudine dell'espresso consumato velocemente al banco abbia ormai preso piede, la memoria poetica di quei primi caffè “di soccorso” trova una roccaforte nella *coccumella*.

Erede del sistema di *cafetière à double filtre sans évaporation* brevettato dal francese Morize nel 1819, viene subito perfezionata e ribattezzata dagli artigiani napoletani, imponendo la fisica della percolazione a gravità e della pazienza. Ma la fantasia dei napoletani si spinge oltre l'invenzione francese e — come magistralmente testimoniato dal personaggio eduardiano di Pasquale Lojacono in *Questi fantasmi!* — l'aggiunta del *coppetiello* — il piccolo cono di carta posto sul «becco, perché il fumo denso del primo caffè che sale non si deve disperdere.» — è un gesto d'amore e di maestria domestica, che trasforma il caffè in un vessillo di identità innalzato sul balcone di casa.

In questo scenario secolare, il caffè nella versione partenopea ha dunque sempre costituito una scusa, la più dolce delle scuse, per non sentirsi e far sentire soli, costituendo lo spunto per ricami di relazioni che trovano fortissime somiglianze con la cultura del vino.

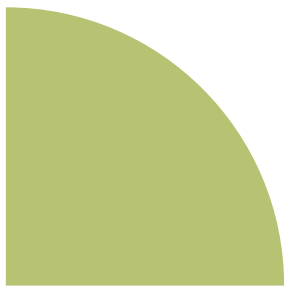
Rilevante coincidenza che il termine derivi dalla pronuncia turca *qahvé* dell'arabo *qahwah*, che dapprima significava “vino” (o forse, in genere, bevanda eccitante) e poi, verso la fine del sec. XIV, fu esteso, originariamente nello Yemen, alla bevanda preparata con i chicchi del caffè.

Entrambe le bevande funzionano come potenti connettori sociali e ponti tra le persone: nascono come pretesti per condividere un momento, dialogare o stringere accordi, e sono legate a una profonda cultura del gusto ricca di territorialità, gesti codificati e tradizioni identitarie.

Tuttavia, mentre il vino appartiene al tempo lento del banchetto e della disinibizione, il caffè custodisce un'immediatezza democratica e un respiro dinamico capace di generare ottimismo.

Più economico, meno nocivo e più accessibile del vino, i napoletani hanno scelto il caffè come bevanda più rappresentativa della propria tradizione culturale, a patto, però, che venga consumato con un rituale preciso, che inizia dal gesto di lasciar pagato un “caffè sospeso” per qualcuno meno fortunato, prosegue con il bicchiere d’acqua (offerto gratuitamente anche nelle caffetterie più prestigiose) per preparare il palato ad accogliere la meraviglia, passa per la leggera ustione delle labbra a contatto con la tazzina rigorosamente calda e termina con un sorriso affabile rivolto a chi (conosciuto o sconosciuto) ti sta affianco.





L'identità come processo di trasformazione. Il percorso umano e imprenditoriale di Fabio Ditto e il caso Kbirr

di Marco Izzolino in dialogo con Fabio Ditto

«La tradizione? Sono le radici, ma soprattutto è l'identità di un popolo. Ma se c'è un popolo con un'identità forte, è proprio da lì che può nascere una nuova tradizione. Napoli è un grande trasformatore: una città porosa dove tutto arriva dall'esterno e tutto si trasforma, proprio come abbiamo fatto con i tessuti della sartoria o con i chicchi di caffè».

Fabio Ditto

La matrice di un'idea: dall'importazione alla creazione

Per comprendere il progetto Kbirr, occorre partire dalla parabola personale del suo fondatore. Fabio Ditto non nasce come mastro birraio né come produttore agricolo: la sua storia professionale comincia dentro le dinamiche dell'importazione. Per anni il suo *core business* è stato quello di selezionare e portare in Italia le grandi birre estere, studiando le logiche di mercato e i flussi di consumo.

È proprio da questa posizione privilegiata che matura in lui una forma di cortocircuito etico e imprenditoriale. Osservando le dinamiche economiche del settore, si rende conto di un paradosso strutturale: perché continuare a drenare risorse dal proprio territorio per inviarle in Germania, in Belgio o in Olanda, invece di innescare una filiera capace di generare ricchezza locale e, al contempo, esportare un valore identitario?

«Nata per gioco, l'idea è sempre stata quella di fare qualcosa che rappresentasse davvero il territorio. Io nascevo come importatore: portavo birra dall'estero qui. A un certo punto la bilancia economica mi ha fatto riflettere: perché non creare un progetto che inverta la tendenza? Volevo qualcosa che creasse ricchezza sul territorio e la distribuisse qui, comprando le bottiglie, le etichette, il *packaging* da aziende locali, per poi vendere all'estero e riportare capitali a casa».

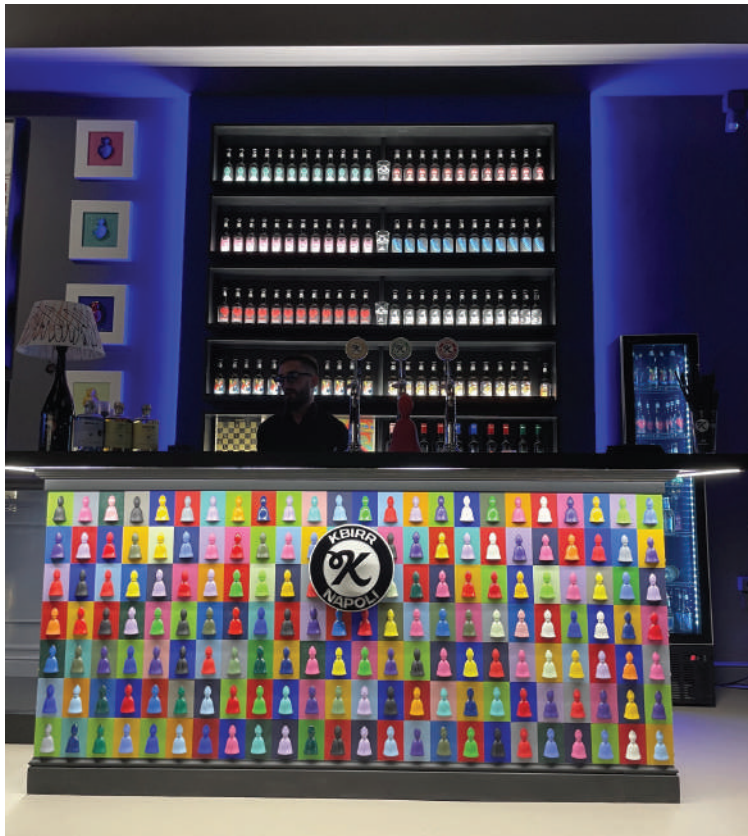
Questa intuizione si scontra immediatamente con un'obiezione teorica e culturale: che cosa c'entra la birra con la Campania? La risposta di Ditto rifiuta la trappola del nazionalismo gastronomico o della nostalgia rurale. La birra non appartiene alla storia agricola profonda del territorio, ma è proprio qui che risiede la forza del suo approccio. L'identità non è un reperto intoccabile legato esclusivamente a una materia prima nativa, ma una straordinaria **capacità di assimilazione e trasformazione**.



«Quando mi chiedono cosa c'entri la birra con Napoli, la risposta è immediata. Non abbiamo una filiera agricola storica di luppolo e malto alle spalle, ma la cultura partenopea ha sempre funzionato così. I tessuti della nostra grande sartoria non sono prodotti qui, vengono importati; il 90% delle farine forti per la pizza o i chicchi di caffè non crescono in Campania. Eppure nessuno dubita che la sartoria napoletana o il rito del caffè siano identità pura. Napoli è una città porosa: tutto arriva, anche dall'esterno, e tutto si trasforma. L'identità sta nel processo di trasformazione, non nel punto di partenza».

La tradizione come atto del presente: il nomadismo delle idee e la comunità trasformatrice

L'ostacolo principale quando si affronta il tema dell'identità territoriale risiede nell'equivoco della radice stanziale: l'idea, cioè, che una tradizione possa definirsi autentica soltanto se storicamente nativa e indissolubilmente legata al suolo da cui germoglia. La parabola di Kbirr ribalta questa visione, suggerendo che **una tradizione può nascere in qualsiasi momento** e non necessita di un certificato di nascita autoctono per rivendicare valore culturale.



Le tradizioni non sono blocchi di pietra inamovibili, ma flussi nomadi che viaggiano attraverso lo spostamento fisico delle persone, la migrazione dei saperi e la contaminazione delle abitudini quotidiane. Un linguaggio, una ricetta o una tecnica produttiva possono giungere da altrove, attraversare contesti lontani e approdare in un nuovo territorio senza per questo essere percepiti come corpi estranei o contraffazioni.

L'autenticità di una tradizione non risiede nell'origine remota della materia o dell'idea, ma nella **capacità di una comunità di accogliere ciò che riceve, metabolizzarlo e reinterpretarlo**, facendone uno strumento diretto di espressione del proprio vissuto e della propria visione del mondo.

Nel momento in cui un collettivo riconosce un oggetto, una prassi o un rito arrivato da fuori, lo rielabora secondo i propri codici linguistici e simbolici e lo inserisce nella trama delle proprie relazioni sociali, quell'oggetto smette di essere un'importazione: diventa un fatto culturale originale. È in questo preciso scarto

antropologico che l'atto della trasformazione si sostituisce al dogma della provenienza. La tradizione cessa di essere un'eredità passiva ricevuta dal passato per rivelarsi per ciò che è realmente: un processo attivo, sincero e continuo con cui una comunità sceglie ogni giorno di raccontare se stessa.

«Quando eravamo ragazzi ci vergognavamo quasi della dizione napoletana, la si voleva cancellare perché la città veniva vista come un luogo da cui prendere le distanze. Oggi c'è una riscoperta forte delle radici. Ma la vera sfida è non cadere nei soliti progetti che prendono il simbolo o la parola in modo superficiale per appiccicarla su un prodotto industriale. Se esprimi l'identità attraverso un atto sincero, allora stai creando la tradizione di domani».

La prova del fuoco: la resistenza etica contro la simulazione industriale

La validità di questo paradigma – l'identità come trasformazione reale e non come etichetta di comodo – si è trovata di fronte a un banco di prova cruciale quando un gigante del settore, il gruppo Birra Peroni (controllato dalla multinazionale Asahi), ha lanciato sul mercato un prodotto contrassegnato dal marchio Birra Napoli, accompagnato da uno storytelling che ne celebrava un presunto legame con la città.

Per Ditto non si è trattato di una semplice schermaglia commerciale o di una competizione tra soggetti palesemente impari per volumi d'affari. La decisione di citare in giudizio il colosso industriale per concorrenza sleale e pubblicità ingannevole nasceva da un preciso principio teorico ed etico: la tutela dell'immaginario di un territorio dallo sfruttamento d'immagine privo di reale radicamento produttivo.

()

«Non era una questione di concorrenza, perché un colosso industriale viaggia su volumi incommensurabili rispetto a un



birrificio artigianale. Il punto era concettuale e morale: non si può prendere il nome di Napoli, la sua storia o il suo immaginario, per appiccicarlo su un prodotto industriale realizzato altrove, senza restituire nulla al territorio. Se usi l'identità di un luogo devi assumerti la responsabilità di far girare l'economia su quel territorio, investendo sulle persone, sugli artigiani, sulle aziende locali. Altrimenti è solo un'operazione estrattiva che impoverisce la cultura di quel luogo».

La vertenza si è conclusa con una vittoria di principio e di fatto per il microbirrificio: prima di arrivare a una sentenza definitiva, le parti sono giunte a un accordo formale che ha visto il gruppo industriale cedere alle istanze di Kbirr, accettando di bloccare la produzione e il ritiro dal mercato della Birra Napoli. Un esito che dimostra come la difesa della tradizione non coincida con la chiusura identitaria, ma con l'esigenza di distinguere il lavoro culturale e produttivo autentico dalle operazioni di marketing predatorio.

L'architettura della fermentazione e la risignificazione della lingua

Il passaggio dall'intuizione imprenditoriale alla realtà produttiva richiede una solida sponda tecnica. Per trasformare l'idea in ricette stabili, Ditto trova l'alleato ideale in **Achille Certezza**, un architetto con la passione per la birra che aveva scelto di abbandonare la professione per dedicarsi interamente al mondo brassicolo.

Partito come homebrewer e arrivato a gestire un pub per il quale produceva birra in un piccolo impianto ad Aversa, Achille Certezza diventa il mastro birraio di Kbirr. La sua figura incarna perfettamente quel processo di riconversione di competenze che dà forma al progetto: come un meccanico a cui viene messa a disposizione una scuderia di Formula 1, il mastro birraio passa dai primi lotti da 500 litri prodotti in un piccolo laboratorio fino alla gestione di un impianto di proprietà tra i più grandi in Italia per la birra artigianale, dotato di sale cotta da 3.500 litri.

«Il nostro mastro birraio, Achille Certezza, era un architetto appassionato di birra. Aveva il suo pub e prodursi la birra era

• ()

diventato il suo percorso. È stato lui il promotore di tutto il processo produttivo: ha smesso di fare l'architetto ed è diventato il nostro birraio a tempo pieno, studiando le ricette e crescendo insieme a noi da Crispano fino ai grandi impianti di oggi».

La ricerca sulle materie prime – inseguendo i migliori malti e luppoli per garantire standard elevati senza cedere agli estratti industriali – si fonde così con un'operazione di riscrittura linguistica. Il nome stesso, Kbirr, nasce dal recupero di un'esclamazione dell'uso quotidiano («Ua, ch' birra!»), riscritta e attualizzata.

Le singole ricette della linea diventano così tappe di un racconto dove lo stile internazionale incontra la quotidianità e la parlata campana:

- **Natavota:** la prima ricetta presentata al pubblico (disponibile sia come Lager pulita sia in versione *Red strong ale*), che richiama nel nome il prodigio del sangue di San Gennaro che si rinnova e l'atto spontaneo del bere ("un'altra volta").
- **Pullicenhell:** la combinazione tra la maschera di Pulcinella e lo stile tedesco *Helles*, rielaborato con un *dry hopping* agrumato pensato in collaborazione con l'Associazione Verace Pizza Napoletana, per dialogare con l'acidità del pomodoro e la grassezza della mozzarella.
- **Paliata:** una *Imperial Stout* complessa e scura, battezzata con il termine che nel parlato locale indica una "solenne bastonatura", per sottolinearne la gradazione alcolica e la struttura imponente.
- **#CUOREDINAPOLI, Jattura e Cap, e Fierro:** estensioni della linea che attingono direttamente dal repertorio figurativo e linguistico popolare, trasformando l'atto del bere in una forma di familiarità linguistica.

L'incontro con l'arte e la diffusione del Progetto #CUOREDINAPOLI

Se la dimensione produttiva definisce la qualità del contenuto, la vera svolta concettuale risiede nell'idea che ogni singolo elemento fisico dell'oggetto commerciale debba smettere di servire a fini meramente funzionali per farsi supporto narrativo. In questa visione, la bottiglia, il tappo, l'etichetta e l'intero confezionamento diventano una trama integrata, pensata espressamente per veicolare un messaggio culturale.

«Per me l'oggetto commerciale non è mai solo un contenitore. La bottiglia, la forma della capsula, il disegno sul tappo, la *texture* dell'etichetta fino alle scatole di cartone: ogni singolo elemento del *packaging* deve diventare funzionale a diffondere un messaggio. Non facciamo grafica per vendere di più, ma usiamo l'oggetto quotidiano come un piccolo mezzo di comunicazione di massa per veicolare idee, storie, visioni d'arte».

È all'interno di questa cornice che si colloca l'incontro personale tra Fabio Ditto e l'artista **Roxy in the Box**, momento fondativo che trasforma definitivamente il marchio d'impresa in un **progetto di promozione e diffusione culturale**.

«È stata Roxy ad aprirmi gli occhi. Io cercavo una strada ma non sapevo ancora come percorrerla. Quando mi sono avvicinato a lei,



mi disse chiaramente: «Io non ti faccio un marchio commerciale. Se lavoriamo insieme, facciamo un progetto culturale». Lì ho capito il valore dello strumento che avevo tra le mani. La prima birra, la *Natavota Lager*, non l'abbiamo presentata in una fiera o in un hotel, ma nei vicoli dei Tribunali, dentro il ,basso' della signora Titina dove Roxy aveva posizionato le sue opere. Abbiamo coinvolto gli abitanti del palazzo, la gente del vicolo, i passanti. Si è creata un'alchimia reale: l'arte e la birra stavano in mezzo alla strada, accessibili a tutti».

Da quel momento nasce una prassi costante di coinvolgimento degli artisti contemporanei del territorio e delle istituzioni formative:

- **Alessandro Flaminio**, autore dell'iconico busto di San Gennaro che domina l'immaginario visivo del brand (si pensi alle etichette di *Natavota lager* e *Natavota red*);
- **Pasquale Manzo**, con le sue sculture e l'interpretazione allegorica della maschera di Pulcinella;
- **Luca Carnevale** e **Clelia Le Boeuf**, le cui cifre stilistiche hanno contribuito a dare volto e sensibilità grafica ai diversi prodotti;
- I laboratori sociali con i bambini del Rione Sanità (**Casa dei Cristallini**), chiamati a elaborare segni visivi partendo dal riuso dei materiali.

In questo quadro di cooperazione si inserisce il sostegno attivo al progetto **#CUOREDINAPOLI**, l'opera d'arte relazionale e complessa ideata e curata dalla Scuola di Nuove Tecnologie dell'Arte dell'**Accademia di Belle Arti di Napoli**. Nata per innescare processi partecipativi e di riappropriazione dello spazio urbano nelle comunità cittadine attraverso l'installazione di un "cuore pulsante e pixelato", l'iniziativa ha trovato in Kbirr un partner di amplificazione culturale eccezionale.

Ditto ha infatti sposato la causa dell'Accademia creando la birra artigianale dedicata **#CuorediNapoli** (una *American Pale Ale* da 75 cl), trasformando la bottiglia stessa in un veicolo per diffondere il city brand etico e partecipativo ideato dagli studenti. La birra non si limita

a riportare il simbolo visivo: la sua vendita contribuisce direttamente a sostenere le attività didattiche, le installazioni urbane e i laboratori sociali dell'Accademia sul territorio, portando un'opera d'arte relazionale e collettiva al di fuori dei circuiti accademici tradizionali e spingendola sui tavoli di locali, pizzerie e abitazioni private.

Casa Kbirr: sperimentare la nuova relazione tra cibo e birra

La naturale evoluzione di questa filosofia non poteva limitarsi alla distribuzione in bottiglia, ma doveva trovare uno spazio fisico dove la teoria potesse farsi esperienza sensoriale. È così che nasce **Casa Kbirr** a Torre del Greco, un luogo pensato non come semplice pub o ristorante tradizionale, ma come laboratorio culturale ed esperienziale dove riscrivere il rapporto tra la cucina partenopea e la birra artigianale.

In Campania la gastronomia storica si è sviluppata attorno all'abbinamento con il vino o, al massimo, alla combinazione codificata e binaria "pizza e birra". Casa Kbirr ribalta radicalmente questa convenzione, prendendo i piatti iconici della tradizione napoletana – dai ragù alle genovesi, fino alle fritture e ai primi strutturati della memoria domenicale – e mettendoli in cortocircuito con gli stili e le sfumature della birra.

«Casa Kbirr nasce per smontare un pregiudizio radicato. Volevamo dimostrare che la birra non è solo l'accompagnamento veloce di una pizza, ma un ingrediente e un partner gastronomico di straordinaria complessità, capace di esaltare la cucina tradizionale napoletana molto più di quanto si possa immaginare. È un luogo di sperimentazione continua dove le persone vengono per fare un'esperienza vera di cultura del gusto».

Questa operazione di risignificazione ha trasformato lo spazio di in un polo d'attrazione non solo per i cittadini e per un turismo internazionale curioso di vivere un'esperienza autentica e non stereotipata, ma anche per un vivace laboratorio di confronto professionale. Non è raro infatti che lo spazio sia frequentato da chef di formazione classica e giovani cuochi, che frequentano Casa Kbirr proprio per imparare e studiare da vicino le possibilità degli abbinamenti brassicoli e le nuove tecniche di sfumatura e mantecatura con le birre artigianali. L'innovazione cessa così di essere un'astrazione teorica e diventa formazione vera, contaminazione felice tra saperi antichi e nuove visioni del gusto.

Sostenibilità, packaging ed etica dell'indipendenza

Questa costruzione progressiva ha portato Kbirr a confrontarsi con scenari sempre più ampi. Da un lato, la crescita sui mercati esteri – con la presenza del prodotto a New York, Miami, Tokyo e in Thailandia, dove la birra viene percepita e venduta come ambasciatrice della creatività partenopea. Dall'altro, una costante ricerca sul valore dell'imballaggio, che rifiuta lo spreco usa-e-getta attraverso una collaborazione virtuosa con l'azienda artigianale **Le Pupe**, nel casertano.

L'intuizione nasce dall'osservazione critica delle classiche confezioni natalizie del settore enologico. Nel periodo delle feste, il mercato viene inondato da eleganti cassette di legno o cartoni strutturati per vino e

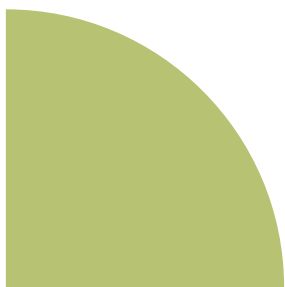


champagne: contenitori destinati ad un uso puramente scenografico che, una volta stappata la bottiglia, finiscono inevitabilmente nei cassonetti. Ditto ribalta questa logica commerciale trasformando la scatola stessa in un oggetto di affezione e d'arredo.

«Durante le feste vedevo continuamente confezioni di vino e champagne meravigliose, ma destinate a diventare spazzatura un secondo dopo l'apertura. Ci siamo chiesti: perché non trasformare l'imballaggio in parte integrante del regalo? Con Le Pupe abbiamo studiato un packaging strutturato secondo i principi dell'*upcycling*. La scatola che contiene le nostre birre non si getta via: si smonta, si riassume e diventa un piccolo presepe tridimensionale, completo di luci a LED già integrate, oppure un elemento decorativo da conservare in casa».

Questa visione etica si riflette in ogni scelta aziendale. Di fronte alle sirene dell'espansione ad ogni costo o all'ingresso di fondi d'investimento finanziari che imporrebbero la riduzione della qualità delle materie prime per massimizzare il profitto, la scelta di Ditto rimane fedele al percorso iniziale:

«Non ho un fondo di investimento e non lo voglio. Quando ti affidi alla finanza devi solo massimizzare il profitto, abbassare la qualità delle materie prime e inseguire i volumi. Io voglio continuare a divertirmi e a credere in quello che faccio. A volte la gente entra nei nostri uffici e mi chiede se questa sia un'azienda o una galleria d'arte, se siamo produttori o promotori culturali. Per me è il miglior complimento possibile: indica che siamo riusciti a dimostrare che l'identità di un territorio non è un'eredità immobile, ma una storia viva che continua a trasformarsi».



La birreria dell'Hotel de Londres, quando Napoli abbracciava il mondo

di Bruno Crimaldi

Chi fa l'avvocato amministrativista a Napoli, dall'era analogica, come me e prima del processo amministrativo digitale, prima o poi, ci è passato. Si andava al Tar per depositare un ricorso, ci si metteva in fila davanti allo sportello ricezione atti e, mentre si aspettava il proprio turno assistendo alla particolare liturgia fatta di cartelline, copie, timbri e impiegati imperturbabili, lo sguardo si soffermava sulle pareti. E lì, invece di faldoni grigi o avvisi istituzionali, ci si ritrovava davanti a boccali di birra dipinti a grandezza naturale, uomini in calzoni di pelle e donne in *dirndl*, il tradizionale abito femminile della Baviera.

Un'atmosfera festosa da *Oktoberfest* che sembrava uscita da una locanda bavarese e non consona al Tribunale amministrativo della Campania. Quella sensazione di spaesamento restava impressa: cosa ci fanno delle allegre scene tirolesi alle spalle di un segretario che timbra atti di parti litigiose?

La risposta, come spesso accade a Napoli, è una storia più bella della domanda, perché spiega cosa voleva diventare la città pochi anni dopo l'unità di Italia.

Siamo a cavallo tra Otto e Novecento. Napoli esce da un'epidemia di colera (1884 con circa 7000 morti) e la città si rifà il look con un'operazione urbanistica ambiziosa, il Risanamento, che smantella interi quartieri malsani — tra cui la strada della Corsea — per aprire piazze, strade larghe, palazzi moderni. In questo cantiere a cielo aperto, tra il 1895 e il 1899, l'architetto Giovan Battista Comencini progetta per la Società Veneta un edificio che sarà tra i primi esempi di *Art Nouveau* non solo di Napoli, ma dell'intera Italia: il Grand Hôtel de Londres, affacciato su piazza Municipio, di fronte al Maschio Angioino, a due passi dal porto e dal Teatro di San Carlo nel pieno centro della città.

Non un albergo qualunque. Composto da cento locali, tra camere, suite e saloni, ascensore, ufficio postale, un giardino d'inverno esposto a mezzogiorno pieno. Il lusso più aggiornato d'Europa, in una città che in quegli anni guardava a Parigi come modello di modernità e voleva intercettarne i flussi di viaggiatori facoltosi. Un manifesto pubblicitario del 1897 — rigorosamente in francese, perché la clientela internazionale andava corteggiata nella sua lingua — raffigura una dama elegante con un mazzo di chiavi alla cintura che regge tra le mani il modellino dell'edificio, sullo sfondo di una finestra affacciata sul Vesuvio. Un'immagine che è già di per sé un piccolo trattato di marketing turistico ante litteram.



Tra quelle stanze passò Filippo Tommaso Marinetti, che vi compose nel 1921 il *Teatro della sorpresa*, manifesto del teatro futurista. Vi soggiornò – pare – persino Winston Churchill. L'hotel era insomma uno di quei crocevia dove l'aristocrazia del pensiero e della politica europea si incontrava, dormiva, discuteva, e magari beveva una birra al piano terra.

Perché proprio al piano terra dell'hotel, sotto le insegne liberty appena inaugurate, apre un locale che diventerà leggendario: la birreria Löwenbräu. Le pareti vengono affrescate dal pittore austriaco Anton Babion con scene bavaresi – boccali colmi, costumi tirolesi, un'allegria mitteleuropea trapiantata di peso sul golfo di Napoli. È un dettaglio che oggi può sembrare bizzarro, quasi kitsch, ma che allora era perfettamente coerente con lo spirito del luogo. Era un albergo pensato per una clientela internazionale e doveva offrire anche gli spazi conviviali che quella clientela si aspettava di trovare, dalla birra tedesca alla cucina rinomata, dall'atmosfera "esotica" (per l'Italia dell'epoca) di un pub bavarese al centro di una capitale mediterranea. La Löwenbräu non era un vezzo decorativo: era la traduzione architettonica e sociale di un'idea di accoglienza cosmopolita, di una Napoli che si immaginava crocevia d'Europa tanto quanto Vienna o Parigi e con il suo porto abbracciava il mondo.

E infatti il locale diventò presto punto di ritrovo di artisti e intellettuali, apprezzato per la cucina e per quella "piacevole atmosfera tirolese" di



cui parlano ancora oggi le cronache del tempo. Un salotto informale dove immaginiamo che si mescolassero lingue, accenti, culture.

Ma la Löwenbräu non è solo storia di boccali e affreschi. È anche il palcoscenico di uno degli episodi leggendari della resistenza napoletana al fascismo, tanto cinematografico da sembrare rubato a un film – e infatti qualcuno lo ha paragonato proprio a una scena di *Casablanca* (1942), con la differenza che questa è successa davvero, e prima.

Siamo al 4 maggio 1938, vigilia della visita di Adolf Hitler a Napoli. Nella birreria, tra gli affreschi bavaresi, il matematico Renato Caccioppoli – mente brillante e ribelle, nipote del filosofo russo e rivoluzionario Mikhail Bakunin, chiaramente ostile al regime fascista – si siede al pianoforte insieme alla sua compagna Sara Mancuso e intona le note della *Marsigliese*, l'inno della libertà, proprio davanti a militari e ufficiali del regime. Un gesto di sfida pura, che gli costerà l'arresto e, in seguito, il ricovero forzato in ospedale psichiatrico. Lo scrittore Ermanno Rea lo ha raccontato nel romanzo *Mistero napoletano*, e Marco Demarco lo ha ripreso in *Terronismo*. Non ci sono prove concrete dell'accaduto né testimonianze certe; la scena, tuttavia, è iconica e sarà la stessa del celebre film con Bogart e Ingrid Bergman. Ma questa non è *Casablanca*. È Napoli, ed è vera.

C'è qualcosa di perfettamente coerente, a pensarci, nel fatto che un episodio di resistenza alla dittatura sia avvenuto proprio in una birreria pensata per l'incontro tra culture diverse. Sicuramente quello era, quasi per vocazione, il posto meno adatto all'autarchia culturale del fascismo. L'internazionalità evocata da quegli affreschi – con la loro allegria “straniera” – era già, in nuce, un piccolo atto di resistenza estetica a un regime che predicava la chiusura.

Poi la storia, come spesso accade agli edifici più belli d'Italia, prende una piega diversa, più burocratica. L'hotel perde progressivamente la sua vocazione originaria, passa al demanio dello Stato. Dopo il terremoto del 1980 l'edificio – oltre 8.000 metri quadrati nel cuore della città – cade nell'oblio e solo negli anni Novanta viene destinato a ospitare il Tribunale Amministrativo Regionale della Campania, che vi si trova tuttora, insieme a uffici dell'Agenzia del Demanio e, in un'ala, al museo MAMT, dedicato alle tradizioni del Mediterraneo.

La sala a piano terra della Löwenbräu, quella degli affreschi di Babion, diventa la sede di un ufficio giudiziario della ricezione atti con scrivanie di legno addossate alle pareti dipinte, faldoni impilati



sotto i boccali di birra affrescati. Chi arriva oggi al Tar non accede più a questo ambiente. Non ce n'è necessità. Il click di invio dal PC consente di caricare gli atti nel fascicolo senza sforzo. Quell'ampio salone carico di scene immaginarie è negato, non si avverte più quel cortocircuito gentile tra la solennità un po' fredda della giustizia amministrativa e l'allegria fané di quelle pareti, che parevano chiedere scusa per stare lì fuori posto, tra un ricorso e un'istanza cautelare.

Negli ultimi anni gli affreschi versano in condizioni sempre più critiche: infiltrazioni, umidità, incuria. Le cronache più recenti raccontano di qualche intervento di recupero, ma non di un vero restauro, sulla spinta di Comitati cittadini che già alcuni anni fa hanno lanciato più volte l'allarme.

C'è una certa ironia – di quella che solo Napoli sa produrre con nonchalance – nel fatto che uno dei luoghi simbolo dell'apertura internazionale della città, un ambiente pensato apposta per accogliere il mondo con un boccale di birra bavarese in mano, sia oggi imprigionato dentro il linguaggio più chiuso e tecnico che esista: quello degli atti amministrativi, dei ricorsi, delle istanze processuali. Eppure, proprio per chi frequenta quei corridoi per mestiere, è difficile non avvertire quella birreria non come un corpo estraneo, gentile e un po' malinconico, non un errore rispetto alla funzione che oggi ospita, ma un monito. Perché quegli affreschi raccontano una Napoli che seppe attrarre viaggiatori, artisti, capitali e culture diverse esponendo – letteralmente, sui muri – un'estetica dell'accoglienza. Lasciarli scomparire destinando quei luoghi ancora ad uffici significherebbe archiviare, insieme alle pratiche, anche la memoria di quella stagione. Restaurare la Löwenbräu – e magari, un giorno, restituirla alla sua funzione originaria o quantomeno a una fruizione culturale pubblica (sala pubblica per presentazioni di eventi culturali) degna del suo valore non sarebbe soltanto un'operazione di tutela e recupero dei beni culturali. Sarebbe la riapertura di un capitolo di storia urbana in cui Napoli seppe essere, senza complessi, una città europea. E chissà: magari un giorno chi entrerà in quell'ambiente potrà semplicemente ordinare una birra, alzare lo sguardo, e ammirare – senza fretta e senza pensare a scadenze processuali – l'allegria un po' sciupata di un Oktoberfest che a Napoli è ancora lì, travolto dalla burocrazia giudiziaria, come un causa dimenticata che attende di essere decisa.

L'arte dell'accoglienza in una tazzina: intervista a Vincenzo Sansone

di Maria Cristina Comite

Forte di una passione viscerale nata tra i banchi dei bar napoletani, Vincenzo Sansone ha trasformato l'amore per il rituale del caffè in un'impresa di successo. Partito con un'umile gavetta e un tirocinio sul campo per apprendere i segreti della lavorazione e dell'ospitalità, ha creato un proprio marchio selezionando e tostando i chicchi direttamente a Napoli. Oggi Sansone è alla guida di un'azienda che esporta la sua miscela e la sua filosofia d'accoglienza in tutto il mondo, senza mai perdere il legame viscerale con la propria terra e con le sue radici.



MC: Vincenzo, lei è consapevole del fatto che l'intero universo che ruota attorno a una semplice tazzina di caffè è espressione del nostro patrimonio culturale immateriale?

V: (Sorridente, quasi schermendosi) Diciamo che di patrimonio immateriale si parla da poco tempo, ma io ho sempre sentito – più che saputo – che il caffè ha un ruolo di aggregante sociale molto forte. Più che con la teoria, questo valore l'ho sempre percepito a pelle, con l'intuito. Fin da ragazzo ho avvertito che il caffè era molto più di una bevanda: è un collante sociale, una scusa per guardarsi negli occhi, un gesto di cura verso l'altro.

Sono sempre stato affascinato dai bar, dai rituali del bancone, dal calore della gente. Così, dopo aver trascorso diversi anni fuori Napoli per motivi di lavoro, ho sentito un richiamo forte. Ho capito che la mia strada era tornare a casa e trasformare quella fascinazione in una professione.

MC: Lei viene da una tradizione o da una storia familiare nel settore delle caffetterie?

V: In realtà no. Mio padre fa tutt'altro e ha lavorato spesso lontano da Napoli. Eppure, ogni volta che preparo un caffè o accolgo qualcuno al locale, sento di dare continuità a una storia che mi è familiare. Probabilmente perché essere napoletano significa nascere in una sorta di grande famiglia allargata, un'intera comunità che si riconosce in gesti e abitudini tramandate nei secoli. La vera magia non è solo la miscela, ma i modi e i tempi con cui noi napoletani “ci prendiamo un caffè”. Quindi sì, è stata proprio questa “famiglia allargata” a far nascere in me una curiosità viscerale, spingendomi anni fa ad addentrarmi in questo mondo.



MC: Da quanti anni ha trasformato questa curiosità in una professione e qual è stato il suo percorso?

V: Tutto è iniziato da un tirocinio volontario. Per molto tempo sono stato semplicemente ad osservare i maestri al lavoro per carpire i segreti del mestiere, ma soprattutto volevo “rubare” l’arte dell’accoglienza, quel calore umano spontaneo per cui noi napoletani siamo riconosciuti ovunque.

In seguito, quando si è presentata l’occasione di aprire un mio locale, ho deciso di mettermi in gioco.

All’inizio servivo le miscele dei brand napoletani più noti, ma dentro di me c’era sempre una spinta a cercare qualcosa in più. Così ho incominciato a studiare, a sperimentare, finché non ho sentito l’esigenza di creare una miscela tutta mia e seguire direttamente l’arte della torrefazione.

MC: Un percorso che dall’osservazione umile e discreta l’ha portata a creare un’azienda vera e propria. Oggi a che punto è la sua attività?

V: È stato un viaggio incredibile, nato quasi senza che me ne rendessi conto, guidato solo dalla passione. Oggi importo chicchi selezionati direttamente dai Paesi d’origine, curando la tostatura chicco per chic-



co qui a Napoli. Produco diverse linee di miscele — tra grani, macinato e cialde sostenibili — e spediamo la nostra idea di caffè in oltre 15 Paesi nel mondo.

Al di là dei numeri, ciò che mi premura mantenere intatto ogni giorno è lo spirito degli inizi: la cura per la qualità e il desiderio di regalare alle persone non solo una tazzina, ma un momento autentico di condivisione. Pensi che a volte in cassa mi capita un fenomeno incredibile: arriva una persona, paga un caffè, poi ci perdiamo in lunghe chiacchierate e alla fine se ne va senza neanche berlo!

MC: Ecco! È proprio questo l'intangibile, caro Vincenzo, l'aspetto immateriale del patrimonio a cui le accennavo all'inizio del nostro incontro. Quelle persone non hanno comprato della polvere estratta con l'acqua calda: quello che desideravano nel momento in cui hanno varcato la soglia del suo bar era soprattutto sentirsi accolte, riconosciute, curate.

Mi tolga un'ultima curiosità: il suo locale recentemente è sempre affollato, sia di napoletani che di turisti. Come mai non ha ancora trasferito l'attività in uno spazio più grande?

V: No, non potrei mai. Quello è il luogo dove tutto è iniziato: lasciarlo sarebbe come tradire una parte di me. Preferisco adottare una politica di dislocazione del prodotto stringendo le mani a nuovi partner, portando la nostra anima in diversi angoli di Napoli. Chi cerca me, dovrà sempre sapere dove può trovarmi.

L'acqua del Serino e il fuoco degli Scamardella: il caffè dei Campi Flegrei

di Maria Caputi

Il patrimonio immateriale non vive solo nelle feste monumentali, nei riti religiosi solenni o nei mestieri più celebrati della tradizione campana. Esso si nasconde, con un'ostinazione sommersa ma tenace, nei gesti quotidiani e in quei saperi familiari che si tramandano senza clamore, di generazione in generazione, fino a diventare invisibili proprio perché troppo familiari. Il caffè artigianale nei Campi Flegrei è un caso esemplare di questo patrimonio silenzioso e vivo.

Da un lato, incontriamo una tostatura a legna che a Bacoli si tramanda da decenni con la stessa cura rituale di un focolare domestico, dall'altro la capacità di stringere un legame intimo con la storia e l'identità del territorio. Ciò che rende speciale il prodotto finito non è solo la selezione della materia prima, ma il "saper fare" artigianale di chi governa i processi fisici e chimici e il gesto di condivisione e ospitalità incondizionata che lo accompagna. Raccontare il caffè flegreo significa dunque raccontare una parte essenziale di quel patrimonio immateriale che la Campania custodisce nel profondo dei suoi crateri. Prima ancora di essere versata in una tazzina o in un boccale, l'acqua dei Campi Flegrei ha attraversato secoli di ingegneria e di storia romana. In epoca imperiale l'acqua arrivava da lontano, sgorgando dalle fresche sorgenti del Serino in Irpinia, e percorreva decine di chilometri lungo l'imponente Acquedotto Augusteo (Aqua Augusta), fino a raggiungere le colossali cisterne di Bacoli, come la Piscina





Mirabilis, destinate a dissetare la potente flotta militare di Miseno (la *Classis Praetoria Misensis*). Un'opera monumentale pensata per la logistica militare e navale di Roma, non certo per l'estrazione di bevande di piacere. Eppure, quella stessa vocazione idrica – la ricerca di un'acqua eccellente in una terra costantemente plasmata dalle forze vulcaniche della caldera – si ritrova oggi, come un ponte ideale tra antico e contemporaneo, in un mestiere artigianale che nella penisola flegrea ha trovato una seconda vita.

Il mito dell'acqua del Serino: leggenda o verità?

L'idea che sia l'acqua il vero segreto del caffè napoletano è una convinzione popolare radicata, e non priva di fondamento: le sorgenti del Serino, che duemila anni fa alimentavano l'Acquedotto Augusteo fino a Miseno, riforniscono ancora oggi Napoli, anche se ormai per meno del 10% del fabbisogno cittadino. Tra baristi e critici gastronomici, però, il dibattito è aperto: c'è chi considera la teoria dell'acqua un mito superato, sostenendo che il vero segreto stia nella cura della macchina e in una ricetta tutta napoletana – una dose di caffè più alta e un'estrazione più corta (15-20 ml invece dei canonici 25-30), che regala corposità ma può risultare più amara.

Dall'altro lato, sorge una spiegazione scientifica e meteorologica affascinante, che unisce la competenza del barista alle condizioni atmosferiche del golfo. Molti artigiani napoletani regolano la macinatura del caffè giorno per giorno e talvolta ora per ora, in base all'umidità dell'aria. Il caffè di Napoli, dunque, non nasce da un unico segreto magico, ma da una complessa convergenza di fattori: un'acqua con una storia millenaria alle spalle, una tecnica di preparazione rigorosa e una sensibilità sensoriale tutta partenopea che non lascia nulla al caso.

Il caffè che nasce dal fuoco: la torrefazione Scamardella

A Bacoli, sulle sponde del lago Fusaro e in prossimità del promontorio di Cuma, luogo dalle mille suggestioni letterarie e da cui ebbe origine la città di Partenope, la storia della torrefazione artigianale si misura in generazioni e passione familiare. È qui che, dagli inizi degli anni '60, la famiglia Scamardella porta avanti la torrefazione *Caffè Delizia*. Fondata dal papà Pasquale Scamardella, un tenace "faticatore" che nel secondo dopoguerra, dopo diversi lavori, si era appassionato all'arte del caffè lavorando presso la torrefazione Italca, l'attività conserva intatto un metodo di lavorazione che sembra scorrere al di fuori del tempo contemporaneo: la tostatura lenta a legna.



Oggi, nel laboratorio di Bacoli, Nicola Scamardella tosta il caffè verde rimanendo fedele alla scelta paterna di utilizzare esclusivamente legna di quercia. Non si tratta di un vezzo nostalgico o di una strategia di marketing, ma di una scelta tecnica e fisica precisa. La cottura a legna è un processo lento, che si sviluppa in un arco di tempo compreso tra i 15 e i 21 minuti, a differenza dei pochi minuti delle tostature industriali a gas. All'interno del tostino – un cilindro rotante in cui eliche metalliche muovono continuamente i chicchi per distribuire il calore – la legna di quercia genera una temperatura radiante dolce e progressiva. Questa lentezza permette agli zuccheri complessi racchiusi nel cuore del chicco verde (come le monorigini di Honduras o Costa Rica) di caramellare in modo perfetto, senza bruciare, conferendo alla bevanda una naturale dolcezza, morbidezza e una crema straordinariamente densa e persistente.

Certamente, governare il fuoco a legna comporta una sfida quotidiana che le industrie cercano di evitare attraverso l'omologazione algoritmica. Nessun fuoco di quercia è identico a un altro; l'umidità della legna cambia e il calore risente della temperatura esterna. La tostatura a legna, per sua natura, non può essere millimetricamente omogenea in ogni singola partita. Questa variabilità artigianale richiede che l'operatore – che Nicola definisce scherzosamente «un conduttore del girone infernale per il calore sprigionato» – controlli costantemente il colore, il profumo e persino il suono dello scoppietto dei chicchi, estraendo campioni con la sonda metallica. Questa variabilità rende ogni lotto un'opera unica: un valore inestimabile per i *coffee lovers* più attenti, ma una caratteristica che a volte rende difficile il rapporto con i bar tradizionali, abituati a miscele industriali standardizzate e poco disposti a regolare costantemente la macinatura.

Resistenza artigianale: il rifiuto delle cialde e la filosofia *Slow Food*

In un mercato dominato dalla fretta e dall'usa-e-getta, la famiglia Scamardella ha compiuto scelte commerciali coraggiose e radicali, decidendo di fare della lentezza la propria bandiera identitaria. La scelta più controtendenza è stata il rifiuto categorico di produrre cialde o capsule. Si tratta di una decisione fortemente penalizzante

sotto il profilo economico e commerciale, data la richiesta incessante di monodosi da parte dei clienti. Tuttavia, Nicola, con la moglie Chiara e la sorella Maria, hanno preferito rimanere fedeli a una filosofia ecologica e culturale che rifiuta lo spreco di plastica e alluminio e difende il rito intimo della preparazione della moka e della caffettiera filtro.

Questa coerenza etica ha trovato riconoscimento nell'adesione di Caffè Delizia alla *Slow Food Coffee Coalition*, rete internazionale che unisce produttori e torrefattori attorno ai principi di un caffè "buono, pulito e giusto": buono per la qualità; pulito per il rispetto dell'ambiente e l'assenza di chimica nelle coltivazioni; giusto per l'equità sociale, garantendo che i piccoli coltivatori nei paesi d'origine (in Honduras, Costa Rica, Perù o Etiopia) ricevano un compenso dignitoso e non siano vittime di speculazioni commerciali. A maggio, la sede di Bacoli ha ospitato il primo Master della Coalition in Italia, tenuto dall'esperta Erminia Nodari.

La ristrutturazione del locale di Bacoli, avvenuta nove anni fa, risponde a questa medesima visione. Non un bar frenetico dove consumare un espresso in piedi e fuggire, ma uno spazio di degustazione *slow*. Coerentemente con questo approccio, il locale non vende alcolici né bevande industriali gassate come la Coca-Cola, offrendo invece succhi biologici locali, chinotti e selezioni di artigiani del territorio. Qui il cliente è invitato a sedersi, a fare una chiacchierata e a scoprire che il caffè è un universo aromatico complesso, simile a quello del vino o della birra di qualità.

I rituali di estrazione: dal V60 alla Cuccumella

Accanto al tradizionale espresso, Caffè Delizia propone metodi di estrazione alternativi (i cosiddetti *brewing methods*) che valorizzano le sfumature floreali e fruttate delle monorigini di pura Arabica. Tra questi spicca il V60, un sistema di estrazione per percolazione e gravità che deve il nome all'angolo di 60 gradi del cono in cui si alloggia il filtro di carta. Utilizzando un macinato più grossolano rispetto all'espresso, si versa acqua calda a circa 94°C (evitando il punto di ebollizione dei 100°C) con un bollitore dal beccuccio a collo d'oca (*gooseneck*), compiendo cerchi concentrici dal bordo verso il centro.

Una delle preparazioni estive più amate è il *V60 Japanese Iced Coffee*: caffè macinato largo versato lentamente sul ghiaccio, che ne blocca istantaneamente gli aromi più volatili. Il risultato è una bevanda limpida, dalle sfumature ambrate che ricordano un whisky, con note fresche e fruttate che l'alta pressione dell'espresso normalmente brucerebbe.

Per le dimostrazioni sul territorio, Nicola Scamardella predilige invece la storica *cuccumella*, la caffettiera napoletana a filtro capovolto, vero archetipo dell'ospitalità flegrea: viene servita in luoghi simbolo del territorio come Masseria Sardo e la Taverna dell'Arte a Napoli, e arriva perfino a Vienna, dove alcuni emigrati flegrei la fanno conoscere agli amici austriaci.

La chimica invisibile del confezionamento

Un altro aspetto affascinante e poco noto dell'arte della torrefazione riguarda i processi chimico-fisici che avvengono immediatamente dopo la tostatura. Durante la cottura a legna, l'elevato calore innesca la formazione di gas all'interno dei chicchi, in particolare l'anidride carbonica (CO₂). Una volta estratto dal tostino e raffreddato, il



caffè deve subire un periodo di riposo e maturazione. Se si desidera confezionarlo sottovuoto, è necessaria una programmazione a lungo termine: il caffè in grani viene fatto maturare anche per un mese o un mese e mezzo prima di essere macinato. Questo periodo permette al profilo aromatico di stabilizzarsi e armonizzarsi.

Caffè Delizia risolve il problema con sacchetti dotati di una valvola di degasamento unidirezionale che lascia uscire i gas senza far entrare ossigeno: una piccola accortezza che preserva la freschezza aromatica più a lungo.

Il rito della lentezza in una terra inquieta

I Campi Flegrei, con la loro natura vulcanica, le fumarole, il bradisismo e la bellezza struggente del loro litorale marino, ricordano quotidianamente all'uomo la precarietà e l'incessante mutamento delle cose terrestri. In questo scenario così dinamico e a tratti inquietante, i riti quotidiani legati all'accoglienza e alla condivisione assumono un valore ancora più profondo. Prendersi il tempo per far colare una caffettiera cuccumella, sedersi ad assaporare un *V60 Japanese Iced Coffee* o condividere un boccale di birra artigianale che racchiude la mineralità del tufo flegreo non sono gesti banali o semplici abitudini di consumo. Sono veri e propri atti di resistenza culturale.

L'artigianato flegreo della famiglia Scamardella dimostra che la vera ricchezza di un territorio risiede nella capacità di preservare il proprio patrimonio immateriale: quella sapienza del fare che non si compra al supermercato e che rifiuta la fretta omologante della modernità. Finché ci saranno artigiani disposti a sfidare il calore estivo davanti a un tostino a legna di quercia, o a difendere l'integrità di un caffè filtro contro l'invasione delle capsule di plastica, i Campi Flegrei continueranno a essere una terra viva, ospitale e straordinariamente ricca di storie da raccontare e da bere.



L'Arsenale di Napoli, laboratorio per la ri-creazione della memoria culturale campana, ha scelto di unirsi ad Alós e altri partner nella fondazione di **intangib(i)le** per dare voce al ricco patrimonio immateriale della regione. Convinti che la cultura intangibile sia un tesoro inestimabile che può essere preservato solo rispettandone la trasformazione, vogliamo promuoverne la conoscenza e valorizzarne l'evoluzione. **intangib(i)le** rappresenta per noi un'opportunità unica per connettere il passato, il presente e il futuro della cultura campana, incoraggiando, attraverso una narrazione autentica e coinvolgente, un turismo consapevole e sostenibile che valorizzi le comunità locali e il loro sapere.

Maria Cristina Comite
e Marco Izzolino,
L'Arsenale di Napoli

Alós, casa editrice nata 30 anni fa, per il progetto di valorizzazione della Cappella Sansevero e del suo massimo artefice Raimondo di Sangro, partecipa alla fondazione della rivista, fermamente convinta della necessità di ampliare la conoscenza e la trasmissione dei saperi e delle competenze umane che hanno ispirato la produzione di oggetti di rilevante interesse e le espressioni culturali e artistiche della Campania.

Il progetto di valorizzazione del patrimonio immateriale della Campania intende diffondere la memoria di luoghi, oggetti, saperi, tradizioni, eventi, per come l'attività delle comunità li connota o li rappresenta. **intangib(i)le**, spingendo con le riflessioni scritte alla esperienza diretta dei fenomeni di cui si parla, richiede la partecipazione attiva dei lettori, affinché i beni immateriali vengano conosciuti e interiorizzati e le comunità detentrici dei beni, in modo sostenibile, possano continuare ad arricchire le loro tradizioni attraverso lo scambio emozionale con i visitatori.

Bruno Crimaldi
Alós