



Tutti pazzi per la nutella

Cinquanta anni fa il primo vasetto dalla Ferrero

A New York sta spopolando l'esclusivo Bar dedicato alla dolce crema spalmabile amata soprattutto dai brasiliani

NEW YORK

LA LEGGENDA RACCONTA CHE IL PRIMO VASO DI NUTELLA USCÌ DALLA FABBRICA DI MICHELE FERRERO (FIGLIO DI PIETRO, IL CAPOSTIPITE) DI ALBA IL 30 APRILE DEL 1964. Sono passati cinquant'anni e oggi quei vasetti sono migliaia, venduti in circa 100 paesi e prodotti in dieci dei diciotto stabilimenti Ferrero nel mondo, tra Europa, Sudamerica, Australia e Nord America. Una diffusione che da anni ormai ha reso la «crema gianduia a base di cacao e nocciola» un marchio di livello mondiale e che sta rendendo la celebrazione dell'importante anniversario un affare di... Stati.

In Italia l'offensiva è partita - forte di barattoli a tema in edizione limitata, un francobollo celebrativo e la partnership annunciata con l'Expo 2015 - ma anche all'estero han deciso di realizzare qualcosa di speciale. E lunedì 12 maggio persino il celebre "Ferro da stiro" di New York, il grattacielo Flatiron che domina il Madison Square Park sulla 23esima strada, ha potuto testimoniare. Soprattutto ha potuto osservare la lunga, lunghissima, fila che ha circondato il palazzo al numero 200 della Fifth Avenue, quello che ospita Eataly. Dalle 17 alle 21 di lunedì 12 maggio infatti i newyorkesi hanno potuto partecipare dell'inaugurazione di un esclusivo Nutella Bar, un paradiso per gli amanti della fatidica spalmabile, che per mezza giornata è stata offerta gratuitamente agli avventori. Lo stesso Joe Bastianich, ristoratore noto al grande pubblico grazie al televisivo MasterChef, si è prodigato per servire il più classico dei "pane e nutella" alla gente in attesa di scoprire le meraviglie del Temporary Store.

Già perché il Nutella Bar nasce da una esigenza specifica, quella di colmare il vuoto lasciato dal Wine Shop di Eataly, l'enoteca costretta alla chiusura, da precise leggi statali risalenti al proibizionismo che impediscono la vendita di liquori e vini se non in negozi dedicati e non posseduti direttamente dai viticoltori, e sanzionata dalla New York Liquor State Authority per 500mila dollari di multa (oltre alla rimozione di Lidia Bastianich, produttrice di vini, dalla licenza di vendita di liquori) e sei mesi di interruzione dell'attività.

Ma i sei mesi finiscono ad ottobre, e sembra



Il Nutella Bar di New York

proprio che bisognerà trovare una soluzione alternativa visto il successo che la dolce novità sta avendo tra turisti e newyorkesi. Come ci conferma Will, lo store manager del Bar, fonte preziosa di informazioni, a leggere tra le righe della comunicazione istituzionale... Nel momento di emergenza dovuta alle difficoltà del Wine Shop, la soluzione migliore per non lasciare inutilizzato quel-

...

Le celebrazioni culmineranno con il «CroNut»: un ibrido di croissant e donut farcito inventato dal francese Ansel

lo spazio è persa subito la replica dell'esperimento già recentemente realizzato a Chicago (sede del primo Nutella Bar degli Stati Uniti), anche se il successo costringerà probabilmente la Creperie o l'Enoteca a trovare un'altra sistemazione. Sicuramente una che permetta di non scontentare nessuno dei tanti avventori, principalmente statunitensi a ben vedere. Come le due amiche che dopo cena stanno godendosi una crepe dell'amata crema, ma si dicono sicure che la fila del primo giorno fosse dovuta alla gratuità dell'offerta ammettendo di essere andate invece a farsi un hamburger dal celebre Shake Shack nel parco di fronte. Secondo loro la chiave del successo della Nutella (comunque negli Stati Uniti da 25 anni) è nella sua versione «& Go!», con grissini d'accompagnamento. Una combinazione che dal tavolo accanto un ragazzino locale conferma di ricreare a casa tuffando nella gianduia piemontese dei semplici «Cream Crackers». E i turisti italiani? Non tanti quanto i brasiliani (incredibile ma vero), ma ci sono anche loro. Che vorrebbero una corsia preferenziale per il ristorante di Eataly e che lamentano di non riuscire a mangiare a New York per colpa delle troppe spezie, salsine, frittelle... «siamo qua solo per la Nutella, la nostra cara Nutella!», sorridono.

Molto diversi dagli italiani trapiantati, che per gli acquisti sembrano preferire Buon Italia al Chelsea Market, dove si scopre qualcosa di interessante... Per esempio che da queste parti di Nutella ce ne sono due tipi, provenienti dal Canada e dall'Italia, e che chi le prova poi non sembra aver dubbi, torna a comprare quella di importazione. «Quando la assaggiano certo non gli importa la differenza di un dollaro nel prezzo...», ci spiega la manager del negozio mostrandoci le diverse composizioni e ingredienti. Qui «trattando con i ristoranti italiani, l'abbiamo sempre venduta. Eataly è venuto dopo di noi», aggiunge il figlio del proprietario. Ma adesso c'è un nuovo sceriffo in città, e chissà che in molti non decidano di comprarla direttamente «alla fonte». Per ora senza la stessa scelta. Al Nutella Store, infatti, non si può scegliere, c'è solo la Nutella «made in Canada». «È stata una necessità - ammette Will - dovevamo aprire il bar rapidamente e rispettare i tempi; la Ferrero ha mandato dei suoi rappresentanti e per quello che ci serviva la Nutella canadese era la soluzione migliore». «Credo che poi venderemo anche l'altra - aggiunge - anzi, spero che potremo venderle entrambe, in modo da poter lasciare la scelta ai clienti. A me piace la nutella italiana, molto. È di una qualità diversa. La canadese non è la stessa cosa, ma è buona...». Ed è quella per cui di fatto New York sta impazzendo. Letteralmente. E che sarà al centro delle celebrazioni, che culmineranno tra domenica e lunedì con l'evento «CroNut»: un ibrido di croissant e donut farcito di nutella (praticamente una castagnola) «inventato» dal francese Dominique Ansel - della «Best Bakery 2012» di New York - che verrà distribuito nei banchetti del «Madison Square Eats» sulla piazza e venduto all'intero del Nutella Bar, in aggiunta ai soliti Pane con Nutella (a 2.80 \$), Brioche, Saccottino, Muffin, Crostatina e Bacio di dama con Nutella (a 4.80) e l'immane Crepe (a 5.80). «Sarà divertente», dice Will, fedele al motto «Spread the Happy» che campeggia ovunque nei pannelli affissi nel negozio, tra una indicazione di pronuncia («New-tell-Uh») e un paio di ricette da rifare a casa propria... Intanto, sarà marketing.

Benvenuto revisionismo ma solo a fumetti



IL CALZINO DI BART

C'È UN REVISIONISMO CHE NON È PERICOLOSO, CHE NON CANCELLA LA STORIA E NON NEGA I SUOI CRIMINI. Riguarda la storia del fumetto e, in particolare, quella dei comics americani e dei supereroi. Nei primi anni Ottanta fa il suo ingresso nella stanca routine degli eroi in tute sgargianti e superpoteri sempre più bizzarri e improbabili e riscrive origini, caratteri e motivazioni. La prima di quelle storiche revisioni toccherà all'inglese Alan Moore che, negli stessi mesi del 1982 in cui sta scrivendo *V for Vendetta*, farà rinascere Marvelman. Il personaggio è un vecchio ingenuo supereroe degli anni Cinquanta (creato da Mike Anglo) che acquista poteri straordinari al solo pronunciare la magica parola Kimota! Le nuove storie, apparse inizialmente sulla rivista inglese *Warrior*, hanno successo e *Marvelman* - nel frattempo diventato *Miracleman* a causa d'un contenzioso legale con l'editrice Marvel - sbarca con successo anche in Usa. E oggi arriva in Italia, praticamente per la prima volta, in un'edizione (Panini Comics, mensile, pp. 48, euro 2,90) che ricupera filologicamente le storie di Moore e le mette a confronto con quelle degli anni Cinquanta. Nelle mani di Alan Moore (il cui nome non troverete tra i credits, perché l'autore inglese, in disaccordo con l'editore americano, ha voluto che fosse tolto) il giornalista Mike Moran, diventato *Miracleman* dopo un'esplosione nucleare (è l'incubo di quei decenni), vive conflittualmente la nuova identità di supereroe. Tutti i personaggi di contorno, dalla moglie a Kid e Young *Miracleman* (i suoi pupilli e aiutanti) e ai cattivi di turno, vengono ridefiniti e il confine tra bene e male non è più netto come nell'infanzia dei supereroi. Attraversa tutto e tutti, sconvolge menti e comportamenti. Moore, spalleggiato dagli innovativi disegni di Garry Leach, fonda una nuova drammatica e crepuscolare storia e rivoluziona il modo di scriverla.

Per due giorni torna a Roma «This is food»

IL 24 E 25 MAGGIO TORNA «THIS IS FOOD», IL PROGETTO DEDICATO alla nuova food culture metropolitana, che mette in rete alcuni dei progetti più innovativi e delle start up più interessanti del panorama gastronomico della capitale. «This Is Food» racconta la nostra «pop cuisine»: ignorando chef stellati e grande ristorazione, va in cerca di progetti originali e creativi, nuove start up del cibo, commissioni inedite tra food e design, cultura, musica. L'evento proporrà un programma ricco di contenuti non soltanto culinari, che si svilupperanno il sabato, a partire dall'aperitivo fino a tarda sera, per proseguire poi la domenica, dal brunch allo spuntino di mezzanotte. Potranno essere utilizzati nuovi spazi esterni, così da godersi a pieno il clima estivo dell'ultimo week end di maggio.