

Premessa

La cucina napoletana viene identificata, nell'immaginario collettivo, con pietanze interessanti, di facile e diffuso reperimento, ma di secondo piano rispetto alla "storica cucina napoletana" affermatasi nel panorama internazionale e nazionale. Napoli è stata capitale di un regno governato da dinastie con numerosi collegamenti europei, dagli Angioini ai Borbone. Fra di esse l'ultima (i Borbone) grazie all'iniziativa di due re, Carlo e suo figlio Ferdinando, svolse un ruolo determinante sia di internazionalizzazione sia di valorizzazione della gastronomia napoletana.

Questo processo si integrò con le produzioni delle due manifatture di porcellana, volute una da Carlo e l'altra dal figlio Ferdinando, anche perché i prodotti di queste manifatture erano fortemente connessi al patrimonio agroalimentare del Regno di Napoli; in questo modo si consolidò e si diedero solide basi culturali ad un legame storico fra ceramica e cibo. Di ciò sono testimonianza i servizi da tavola, le terrine, i rinfrescatoï, le coppe, i desserts (decorazioni sontuose della tavola).

L'esposizione di questi manufatti è il vanto di Musei napoletani quali il "Duca di Martina", ubicato nello splendido parco della Floridiana, ed il Museo di Capodimonte, ubicato nel Real Bosco di Capodimonte.

Nel corso dei decenni la cucina di corte, entrando nelle case di nobili e del ceto borghese napoletano con i Monsù (Chef di corte), si adeguò ai gusti in evoluzione; nacque una cucina di qualità, con prodotti del territorio napoletano e campano, compresi mare e fiumi, i cui fasti si celebravano, di solito, nei giorni di festa o altre ricorrenze.

Questo patrimonio gastronomico e culturale, fortemente connotato, non può essere condizionato dalla moda dell'etnico, dal fast food e nemmeno da una cucina quotidiana o da una interpretazione "pauperistica" della dieta mediterranea, che nella sua essenza, senza nulla trascurare e sprecare, cerca il giusto equilibrio fra le varie componenti nutrizionali, carboidrati, proteine animali e vegetali, fibre e grassi, vitamine e sali.

Educare alla cucina storica quanti si sono assuefatti alla cucina veloce, fatta di sapori forti e standardizzati, è utile per suscitare una domanda di ristorazione più qualificata e di più elevato valore aggiunto, ed abbassare il livello di malattie legate alla cattiva alimentazione. La Cucina storica e di corte, se si utilizzano gli splendidi prodotti della nostra terra, dalle papaccelle alla ciliegia recca, dal pomodoro Sanmarzano ai prodotti del nostro mare, può e deve diventare, accanto ai tesori museali, ambientali e paesaggistici, un forte attrattore turistico. Essa sarà un forte stimolo di un indotto che va oltre l'agroalimentare, in particolare incentiverà progetti per produrre di nuovo una ceramica all'altezza della tradizione borbonica.

La Regione Campania è la regione italiana con il maggior numero di comuni con il marchio della Ceramica artistica e tradizionale (legge 188/90); la produzione di essi è storicamente legata al cibo, spesso a pietanze locali, ma anche a pietanze afferenti alla cucina storica napoletana. Pertanto il servire in tavola una pietanza storica napoletana, con un manufatto ceramico di qualità ed espressione della tradizione ceramica napoletana e, più in generale, campana, è un elemento essenziale dell'educare al gusto ed alla sana alimentazione, che è sia nutrimento sia godimento estetico della bella tavola. Nella cucina storica napoletana, inoltre, nelle sue espressioni più ricche e complesse, le pietanze sono legate a ricorrenze, pubbliche, religiose o private, in cui l'elemento convivialità era ed ancora spesso una componente essenziale.

I tre elementi: pietanze, servizio e convivialità sono un tutto unico inscindibile del sano e buon mangiare a Napoli.

Questi valori, materiali e culturali, necessitano di uno strumento che possa rappresentare per gli utenti della ristorazione una garanzia di corrispondenza fra quanto servito oggi e quanto viene dalla storia.

Si vuole, pertanto, indicare gli elementi necessari a caratterizzare le pietanze come storicamente napoletane e meritevoli del marchio "Storie a tavola":

- a) le tipologie di materie prime, per quanto oggi è possibile provenienti dal territorio;
- b) i processi di lavorazione, non rifuggendo dalle tecniche moderne, soprattutto quelle a garanzia dell'igiene e delle caratteristiche nutrizionali ed organolettiche delle materie prime;
- c) le modalità di servizio e gli strumenti di imbandigione, prodotti nei sei Comuni Campani di Antica Tradizione Ceramica (Cava de'Tirreni, Napoli, Ariano Irpino, Cerreto Sannita, San Lorenzello e Vietri sul Mare).

Disciplinare d'uso del marchio

“STORIE A TAVOLA”



Art. 1 – Titolarità, obiettivi, finalità e principi di fondo del marchio

- a. Il presente disciplinare definisce le condizioni e le modalità per il rilascio del Marchio “STORIE A TAVOLA” (d’ora in avanti chiamato “Marchio”), che è di proprietà esclusiva dell’ Associazione culturale “Il gusto buono di Napoli” che vigila sul corretto uso dello stesso direttamente o, eventualmente, avvalendosi di un organismo esterno.
- b. il Marchio si inserisce nell’ambito delle strategie di promozione e sviluppo della cucina napoletana; esso tutela e promuove l’autenticità, la genuinità dei prodotti utilizzati e la specificità locale degli stessi, riferita sia alle pietanze sia ai componenti di servizio. Il marchio protegge gli elementi identitari e la storicità della gastronomia di Napoli indissolubilmente legata ai prodotti della ceramica e della porcellana utilizzati per l’imbandigione. Promuove lo sviluppo delle filiere, dei prodotti e dei servizi nell’ambito delle finalità previsti da questo disciplinare.
- c. Il Marchio deve essere utilizzato nel rispetto delle regole grafiche stabilite dal comitato di gestione, di cui al successivo art. 3.
- d. Il marchio non può essere modificato o alterato in nessun caso salvo in quei paesi dove il suo messaggio non sia immediatamente comprensibile, e solo previa autorizzazione scritta e motivata del Comitato di gestione.
- e. Il Marchio non può in nessun caso assumere la funzione di marchio di provenienza e di origine dei prodotti, ma persegue esclusivamente fini di promozione e valorizzazione dei prodotti rispondenti ai criteri del presente disciplinare.

Art. 2 - Tipologie e/o livelli di marchi assegnabili

Il marchio può essere assegnato:

- contestualmente alla singola ricetta storica ed agli elementi dell’imbandigione e di servizio;
- ad un menu, purché le singole pietanze di esso siano tratte da un menu storico ed esso sia legato ad eventi particolari, quali il Natale, la Pasqua e consimili anche di carattere non religioso; in ogni caso le ricette e le modalità di servizio del menu devono rispondere, a loro volta, ai criteri della singola pietanza.

Art. 3 – Composizione e compiti degli organismi deputati o di supporto alla gestione del marchio

Gli organi deputati alla gestione di tutte le attività connesse al marchio sono:

- **il Comitato d’onore:** esso è costituito da personalità del mondo della gastronomia, della cultura, in particolare da storici della ceramica, artisti, progettisti e tecnici con particolari

meriti nella diffusione della cultura della ceramica e della gastronomia di qualità . Esso propone attività e funge da supporto agli altri organi;

- **il Comitato di esperti:** esso è costituito da esperti della ceramica campana, della gastronomia napoletana, della filiera dei prodotti e delle tecniche culinarie; esso funge da supporto tecnico al comitato di gestione suggerendo miglioramenti o rispondendo ad eventuali quesiti di esso;
- **il Comitato di gestione:** esso è costituito da rappresentanti dell'associazione, di quelle del settore ceramico e gastronomico, ed altresì da rappresentanti di enti pubblici, di enti di tutela e valorizzazione dei beni culturali, di enti di formazione, che aderiscono e concorrono al progetto, ed è deputato alla assegnazione del marchio secondo le modalità previste all'art. 2 ed alla vigilanza, in concorso con il Comitato d'onore e con il Comitato degli esperti, sulla corretta applicazione del marchio da parte degli assegnatari.

I suddetti organi sono di nomina dell'organismo dirigente dell'associazione "Il gusto buono di Napoli". Le attività dei suddetti comitati saranno disciplinate da appositi regolamenti che saranno redatti entro sei mesi dallo inizio delle attività o dalla presentazione del progetto.

Art. 4 – Presupposti per l'utilizzo del Marchio

I presupposti per l'utilizzo del marchio da parte degli assegnatari sono:

- il rispetto della storicità della ricetta e delle modalità di realizzazione della stessa, ad eccezione, previa autorizzazione del Comitato tecnico, delle tecniche finalizzate alla salvaguardia dell'igiene e delle caratteristiche nutrizionali della materie prime;
- la contestualizzazione della pietanza ai principi ed alle regole del mangiare bene, sano e di gusto;
- la garanzia della genuinità, della stagionalità e della provenienza, principalmente locale, dei prodotti usati per la realizzazione della ricetta;
- la provenienza campana delle ceramiche o porcellane usate per il servizio o per l'imbandimento e la loro rispondenza ai disciplinari di produzione ai sensi della legge 180/90 e successive modifiche.

Art. 5 - Tipologie dei soggetti che possono richiedere la concessione all'uso del marchio

Il marchio sarà attribuito ai ristoratori del territorio napoletano, regionale, nazionale ed internazionale, che ne facciano richiesta a sostegno della qualità e della identità napoletana riferita alla tradizione storica e culturale della ricetta e delle ceramiche o porcellane usate per il servizio e l'imbandimento.

Possono richiedere la concessione i ristoratori che accolgono le indicazioni ed accettano le condizioni del disciplinare d'uso.

Il marchio è concesso accertate:

- l'autenticità della ricetta riferita alla tradizione storica e culturale della cucina napoletana;

- la provenienza locale, ovvero della Regione Campania, delle materie prime, e la stagionalità delle stesse, ad eccezione del caso in cui giocoforza non possano che essere importate, tipo spezie, cacao e simili;
- la conformità di preparazione alle procedure usata nell'epoca nella quale la ricetta storicamente è stata assunta nella gastronomia napoletana storica, fatti salvi gli aggiornamenti tecnologici autorizzati dal comitato tecnico di cui all'art. 2;
- la rispondenza delle modalità di servizio della pietanza agli usi tradizionali, con l'utilizzo di ceramiche di provenienza campana dei comuni citati in premessa o altri potessero successivamente essere titolari di marchio C.A.T. ai sensi della legge succitata.

La concessione del marchio è affidata all'Associazione titolare del marchio; essa si avvarrà degli organismi previsti all' art. 2 del presente atto.

Art. 6 - Procedura di autorizzazione all'uso del marchio

1. La procedura per il rilascio della concessione prevede le seguenti fasi:

- presentazione della domanda di concessione al Comitato di Gestione del Marchio;
- verifica da parte di questi della sussistenza dei requisiti di base e di qualità sociale ed economica necessari ai fini del rilascio della concessione;
- comunicazione al richiedente dell'esito positivo della domanda e rilascio della concessione annuale;
- nel caso di rinnovo, verifica del mantenimento dei requisiti posseduti;

2. Il comitato preposto al rilascio della concessione si potrà avvalere, in casi specifici, durante l'istruttoria delle domande per il rilascio ed il rinnovo della concessione, della collaborazione di tecnici o esperti esterni al comitato stesso.

3. La domanda per l'utilizzazione del marchio può essere presentata dal soggetto richiedente, per una o più pietanze e/o per uno specifico menu, al Comitato di Gestione del Marchio, utilizzando apposito modulo fornito da quest'ultimo. Tale domanda contiene le seguenti informazioni:

- dati identificativi del richiedente;
- ambiti di utilizzazione del marchio;
- soggetto referente.

Per ottenere l'uso del marchio le imprese devono inoltre dichiarare:

- di essere in regola ai sensi della normativa vigente del paese in cui esercitano;
- di svolgere attività coerenti con gli ambiti di applicazione del Marchio elencati in questo disciplinare e nelle sue eventuali successive modifiche;
- di volersi assoggettare ai controlli del comitato di gestione del marchio.

4. Dopo aver ricevuto la domanda, il Comitato di Gestione del Marchio esaminerà la documentazione predisposta dal richiedente ai fini di verificarne la conformità ai requisiti, eventualmente anche in contraddittorio.

La verifica della conformità ai requisiti, oltre che mediante l'esame della documentazione presentata, potrà avvenire anche attraverso indagini dirette e la raccolta di evidenze oggettive.

Nel caso in cui l'informazione o la documentazione presentata con la domanda o in seguito a successiva richiesta risultino incomplete, l'istruttoria viene sospesa fino al ricevimento delle integrazioni necessarie.

È obbligo del richiedente fornire, su richiesta del Comitato di Gestione del Marchio tutte le informazioni necessarie a dimostrare il possesso dei requisiti base e dei requisiti di qualità; potrà essergli richiesta opportuna documentazione proveniente dai produttori, dai fornitori, riferite ai prodotti e ai servizi presi in considerazione dai requisiti.

5. L'esito della domanda viene comunicato, entro 60 giorni, salvo proroga motivata, dalla data di ricevimento della richiesta di concessione, al candidato concessionario a mezzo di comunicazione scritta con raccomandata o analogo mezzo anche digitale.

In caso di esito positivo, il Comitato di Gestione del Marchio assegna al concessionario il diritto all'uso del Marchio nei termini delle condizioni contrattuali riportate nella convenzione standard appositamente predisposta.

La convenzione stipulata sarà sottoscritta in due copie, di cui una resterà al Comitato di Gestione del Marchio e l'altra al concessionario.

La concessione non è cedibile né sub-concedibile a terzi, neppure in caso di cessione o conferimento d'azienda, se non su preventiva autorizzazione scritta del Comitato di Gestione del Marchio.

I soggetti richiedenti la concessione del Marchio acquistano il diritto all'uso dello stesso solo al termine della procedura di concessione e alla stipula della convenzione.

Il richiedente è tenuto a conservare la documentazione connessa all'istruttoria per l'intera durata della convenzione.

Art. 7 – La concessione onorifica del Marchio

Il marchio, su eventuale proposta anche del Comitato d'onore o del Comitato tecnico, è concesso ai ristoratori che per la loro notorietà ed il loro prestigio contribuiscono alla valorizzazione e diffusione dello stesso. L'assegnazione del marchio è comunque di competenza del Comitato di gestione e resta vincolato alle condizioni previste per l'ordinaria concessione del marchio.

Art. 8 Assistenza e monitoraggio

Il ristoratore assicura tutta la necessaria assistenza ai responsabili del marchio nelle periodiche visite di controllo e monitoraggio dell'uso del marchio.

Art. 9 - Obblighi dei concessionari

I concessionari sono tenuti a distinguere nel menu la pietanza cui è assegnato il marchio o i menu storici come indicati all'art. 2, e sono tenuti a fornire al cliente:

- tutte le informazioni storiche, culturali e nutrizionali, che caratterizzano ed illustrano la pietanza;

- informazioni sulle procedure di preparazione delle pietanze;
- notizie ampie sulla provenienza campana delle ceramiche e/o porcellane utilizzate.

Art. 10 – Obblighi del concedente

Le risorse, derivanti dai contributi dei concessionari o da finanziamenti pubblici o privati, destinati specificamente alle attività connesse al marchio, saranno gestite dal comitato di gestione che propone ed attua tutte le iniziative atte alla conoscenza ed alla valorizzazione del marchio; in particolare sarà istituito e gestito un sito internet dedicato, nel quale trovino la giusta evidenza i concessionari del marchio con spazi dedicati e informazioni di dettaglio, che renda conto della storia di ciascuno, dei relativi recapiti e delle modalità per giungere ad essi.

I concessionari del marchio potranno partecipare allo sviluppo ed aggiornamento degli spazi comuni presenti nella rete, nel rispetto assoluto delle regole di sicurezza e delle norme deontologiche di correttezza e lealtà.

I concessionari parteciperanno di diritto agli eventi promossi a sostegno e per la diffusione del marchio non escludendo livelli di partecipazione a carattere pubblicitario e promozionale.

Il concedente è tenuto a:

- controllare e tutelare il marchio da ogni eventuale abuso;
- assicurare la necessaria promozione dei concessionari attraverso gli spazi deputati da attivare in rete, nonché assicurare la partecipazione degli stessi agli eventi cui il marchio partecipa o di cui è promotore;
- fornire ai concessionari il materiale grafico per tutte le possibili declinazioni del marchio (per l'indicazione della pietanza nel proprio menu, per la stampa pubblicitaria e per eventuale stampa su supporti non cartacei)

Art. 11 - Revoca della concessione

Il marchio potrà essere revocato dal Comitato di gestione qualora risultino non rispettati tutti gli elementi che ne hanno consentito la concessione.