

Giovanna Musumeci: “Il gelato perfetto? Deve dare felicità a chi lo mangia ed emozione a chi lo fa”

23 Febbraio 2024



RIMINI – “Ringrazio l’Etna che mi dà la materia prima più straordinaria, una fortuna che non posso dissipare”. Passione, devozione, eroismo e fierezza isolana sono un tutt’uno inscindibile per **Giovanna Musumeci**, catanese di Randazzo, figlia d’arte, professionista della granita artigianale di tradizione, geniale e spericolata interprete del gelato contemporaneo. Alla sua pasticceria gelateria bar fronte duomo nel ventre della sua Randazzo “caput mundi”, Gambero Rosso ha riconosciuto quest’anno i Tre Coni di eccellenza nella guida che premia le migliori gelaterie d’Italia.

Se, rivela Giovanna, la granita è “un modo di noi siciliani di sentire il sottozero”, un rito che

ha i suoi segreti – ne ha parlato al corso monografico avanzato Sidag-Scuola internazionale di alta gelateria il 12 febbraio a Casalecchio di Reno (Bologna) – il gelato è “qualcosa di unico e mai uguale da interpretare secondo la personale visione del gelatiere e la propria sensibilità, ogni volta sarà un’emozione diversa”.

Esattamente quanto ha voluto dimostrare, una volta di più, nella giornata di apertura del Sigep no. 45, ospite dell’arena Bravo Spa che ha celebrato i 50 anni della sua “rivoluzionaria” macchina da gelato Trittico.

Al centro del laboratorio progettato in collaborazione con Ruben Pili “mago” di cioccolateria e gelateria del Sud Sardegna, e con la collega **Ida Gabriela Di Biaggio** (già nota alle cronache abruzzesi) e da qualche stagione in sinergia con la Musumeci per il progetto di gelateria itinerante “A vista gusti nomadi”) l’idea di creare un gelato unico e riconoscibile da materie prime agricole straordinarie e pochissimi altri ingredienti necessari (acqua e zuccheri).

Quindi, massa cacao di tre origini- Però, Sierra Leone, São Tomé – e vinacce di risulta dall’ultima vendemmia di Giardini Coleringer, una delle aziende vinicole diffuse sul versante nord dell’Etna. “Gelatiere e viticoltori uniti in nome del territorio, un mood coinvolgente che chiama nuovi investimenti e nuove giovani energie che tornano alla terra” racconta Musumeci.

“Vivo in una terra baciata da Dio” ripete l’artigiana del gelato, “sono i produttori che vengono a cercarmi ed è mio dovere rispettare gli ingredienti. In dieci chilometri quadrati sull’Etna oggi contiamo 140 cantine vinicole, è un terreno lavico (posto a 765 metri di altitudine Randazzo è il comune più vicino al cratere, ndr) dove tutto è eroico, non è possibile passare con le macchine tra i vigneti, è agricoltura eroica che oltre a vigne, olivi e agrumi tradizionali ci dà lime, yuzu, lamponi e noi facciamo gelateria eroica, di montagna”.

“In questo caso” tornando alla demo di Rimini, “abbiamo affinato le masse di cacao nelle vinacce, una sorta di infusione a secco per farne un sorbetto alcol free”. Ritroveremo nel gelato la parte aromatica? insinua Giovanna.

“Abbiamo atteso la vendemmia, la spremitura e la prima fermentazione” racconta, “abbiamo osservato ogni massa per due mesi, un processo lungo, complesso ma assolutamente unico e irripetibile che ci ha sorpreso di giorno in giorno. Uno scambio tra i due ingredienti che solo ora giunge al termine per stabilire con voi, all’assaggio, quale gelato ci piace di più”.

“Va bene l’esperimento, purché il piacere che deve dare un buon gelato resti il fine ultimo della nostra ricerca” sottolinea l’esperta.

Per la cronaca, l'intensità gustativa della massa Perù ha prevalso sulle altre nell'osmosi con le vinacce lasciandosi permeare di nuove connotazioni aromatiche. L'assaggio dei tre vellutati e aciduli sorbetti ha così aperto il campo a suggestive ipotesi di abbinamento gastronomico al piatto e al calice.

“La ricerca sulla materia prima è qualcosa di importante e mai fine a se stessa” conclude Musumeci, “si è capito che bisogna comunicare l'Etna tutti insieme, vignaioli, agricoltori, allevatori, casari, artigiani come noi, il territorio è tutto l'insieme. Oggi tecnologie e comunicazione ci consentono di personalizzare il nostro prodotto, renderlo riconoscibile ed emozionante. L'Etna è un marchio forte di suo”.