

## Torano Nuovo. Tuttuva: dalle colline di Torano ai banconi di Eataly

L'innovativo prodotto "firmato" da Guido Strappelli e Luca Filiaci, ottiene un risultato

che è frutto della sapienza e della coraggiosa capacità di innovazione



Dalle colline di Torano ai banconi di Eataly. **"Tuttuva"**, innovativo prodotto *made in Teramo*, tra poche settimane comparirà, con ambizione e propositi di eccellenza, negli scaffali della famosa catena specializzata nella vendita e nella somministrazione di generi alimentari italiani.

L'accordo è stato siglato tra l'azienda agricola OfGrape di Torano e la catena di ristoranti fondata da Oscar Farinetti, nella sede barese del colosso agroalimentare e certifica - proprio per la filosofia imprenditoriale che contraddistingue la proposta di Eataly - la qualità e le caratteristiche innovative del prodotto abruzzese.

**"Tuttuva"** si inserisce nei settori delle bevande analcoliche e degli energy drink; è un brand abruzzese, un autentico succo di frutta, biologico e non pastorizzato, in due versioni: da uve Montepulciano d'Abruzzo e da Pecorino, entrambe Dop. E' prodotto da un'azienda creata da un vignaiolo esperto e noto come Guido Strappelli e da Luca Filiaci, anche lui titolare di un'azienda vinicola; i due hanno condiviso l'idea e la realizzazione del progetto, creando filari d'uva destinati a tale produzione in appezzamenti di terreno delle colline vibratiane. Entrambe le famiglie dei soci hanno coltivato vigneti in Abruzzo da generazioni, così la sinergia e la combinazione è avvenuta naturalmente, anche perché i due produttori condividono una visione comune, concentrata sulla produzione bio, nel rispetto della natura.

**"Tuttuva"**, già diffuso in Belgio, Francia e Svizzera, approda ora al mercato italiano, pronto a sfidare colossi del settore, con la forza della propria innovazione, sia per quanto riguarda le modalità produttive sia per ciò che concerne l'utilizzo. Si presenta ad un vasto pubblico di fruitori. Unico nel suo genere, è realizzato con un metodo altamente innovativo da cui si ricava succo d'uva al 100%, non pastorizzato, senza aggiunta di zuccheri e con una *shelf life*, una durata, di otto mesi dopo l'imbottigliamento; ovviamente è un prodotto che segue la catena del freddo. Si parte dalla vigna, dalle cure agronomiche nei vigneti rispettose del terreno, della pianta, dell'ambiente, per arrivare alla raccolta a mano delle uve, che vengono diraspate, pressate sofficemente, filtrate; il succo che se ne ricava viene immesso in vasche ad 1 o 2 gradi circa. Prima dell'imbottigliamento avviene una nuova filtrazione e il prodotto imbottigliato non si pastorizza, per far conservare al succo tutte le proprietà nutrizionali e organolettiche, salvo ovviamente l'abbattimento delle componenti insalubri con un processo di pressione a 6000 atmosfere.

Il prodotto non è un concentrato ma puro succo, certificato biologico, senza aggiunta di solfiti, zuccheri, acqua o coloranti; gli

zuccheri naturali consentono all'organismo un facile assorbimento e il conferimento di un'immediata sferzata di energia, ottima per bambini e atleti.

Dal punto di vista nutrizionale, questo succo d'uva al 100%, contiene livelli molto elevati di antiossidanti, tra cui licopene e polifenoli, che possono essere di valido aiuto nella lotta contro lo stress ossidativo, causa primaria del processo di invecchiamento, così come nelle malattie cardiovascolari e degenerative.

Il prodotto che arriva nei calici dei degustatori, perciò, è particolarmente adatto per aperitivi ghiacciati analcolici, per succhi di frutta naturali al 100% e per gli atleti, che possono gustare una bevanda energetica priva di additivi non naturali.

Insomma un prodotto che ha colpito i vertici di Eataly, tanto da indurli a proporlo alla propria clientela. Come noto, Eataly è una catena che presenta, nelle diverse sedi italiane e in quelle all'estero, la produzione agroalimentare della cucina mediterranea, della cultura e della storia enogastronomica del nostro Paese; il nome, infatti, nasce dalla fusione di due parole: Eat, cioè 'mangiare' in inglese, e Italy, Italia. Una proposta che continua a riscuotere apprezzamento e che valorizza ed è valorizzata dalle offerte che compaiono negli scaffali: tutte ricercate, selezionate e di qualità.

Un risultato importante e significativo, perciò, per l'azienda abruzzese, che è il frutto della sapienza e dell'intelligenza creativa di due maestri quali Strappelli e Filiiaci e della loro coraggiosa capacità di innovazione.