

I mieli Thun

MIELITHUN, L'AZIENDA AGRICOLA DI ANDREA PATERNOSTER, È UNA PICCOLA REALTÀ ARTIGIANALE PRESENTE SUL MERCATO NAZIONALE DA PIÙ DI DIECI ANNI CHE, DA SEMPRE, HA TRA LE PROPRIE PRIORITÀ QUELLA DI RIDARE AL MIELE "MAGICO NETTARE" TUTTA L'IMPORTANZA E NOTORIETÀ CHE PER STORIA ANTICA, CULTURA, PATRIMONIO DI TRADIZIONI E, NON ULTIMO, PER LA NOBILTÀ CHE TALE PRODOTTO INTRINSECAMENTE ESPRIME

"Andrea Paternoster" senza presunzioni ne ingenuità, vive da sempre con l'intenzione di riscattare, per quanto possibile, il Vero Valore del Prodotto Miele operando con il nitido obiettivo di non permettere ad alcunché di adombrare gli elevati potenziali che offre: sia nel proprio aspetto più naturalistico e bio-dinamico (cerchiamo di non scordare mai che le api sono responsabili di circa il 60/70% dell'impollinazione per la produzione della frutta), sia per le gratificazioni commerciali e non che ne deriverebbero se apprezzato e trattato come meriterebbe. Ha così colto l'opportunità offerta dal sempre più accreditato palco

di questo evento, cioè SQUISITO, svoltosi di recente a San Patrignano, allo scopo di rafforzare il proprio messaggio – divulgato con misura, adottando la strategia dei piccoli passi – e ad ognuno degli astanti che, interessati, si soffermavano al tavolo incuriositi dalla piramide dei colori dei diversi mieli, offriva il meglio dei propri prodotti e delle proprie conoscenze affinché quell'assaggio divenisse la scintilla d'una nuova passione. Allo stand, assieme agli ottimi prodotti della linea Via Castel Thun, si sono potute assaggiare le nove eccellenti anteprime della linea "Quintessenza" dell'annata 2006: Acacia, Arancio, Erica, Eu-

calipto, Melata d'Abete, Girasole, Rododendro, Sulla, Tarassaco. Su tutte ha spiccato la coinvolgente "cristallizzazione" del Girasole, un mix tra una fresca fondente cremosità e la dolce suadanza d'un Miele mai stucchevole, delicato ma al contempo persistente nell'intensità aromatica; pronto per esser gustato al cucchiaino direttamente dal vaso oppure meditato a lungo quando, versato in un bicchiere tipo balloon o napoleon e poi spatolato sulle pareti con un cucchiaino, lo scaldiamo con il calore delle nostre mani permettendogli così di deliziarci l'olfatto, oppure ancora, per essere utilizzato quale ingrediente principale o complementare delle nostre fantasie gastro-culinarie.

Ed è così che questa impareggiabile manifestazione è stata testimone di un rinnovato e responsabile impegno da parte di Andrea nel promuovere e divulgare il prodotto Miele e nel cercare di raggiungere con il proprio messaggio anche i professionisti del settore food – siano essi competenti giornalisti, bravi cuochi, o appassionati bottegai – affinché allargare a macchia d'olio la possibilità di trovare alleati che diffondono una cultura dell'utilizzo e dell'universale quotidianità che questo, ancora incompreso, "nettare di madre natura" potenzialmente detiene.

