LA RIVISTA PER RESPONSABILI ACQUISTI, CHEF E SOMMELIER DELLE GRANDI CATENE ALBERGHIERE E DEI RISTORANTI DI LUSSO

2022 - NUMERO #6/7

LUXURY
FOOD & BEVERAGE
Magazine

cover story

“Il gusto della distinzione”

È il tema di Golosaria 2022. La kermesse enogastronomica milanese torna, dal 5 al 7 novembre, al MiCo Convention Centre. Paolo Massobrio, il giornalista co-organizzatore della rassegna, ci offre qualche anticipazione.

IN FOTO: PAOLO MASSOBRIO

A CENA DA...
QUANDO IL GIANDUIA DANZA COL PEPERONE

HÔTELLERIE
PERCHÉ ROYAL È (SEMPRE) ROYAL

FOCUS ON
ACETO: TUTTO UN ALTRO MONDO

GUIDA CHEF
SPECIALE VENETO

Editore: Edizioni Turbo srl - Palazzo di Vetro - Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB) - Tel. +39 0362 600463/4/5 - Fax: +39 0362 600616 - Registrazione al Trib. di Milano n° 203 dell'11 settembre 2019 - Periodico mensile
Poste Italiane S.P.A. - Spedizione Abbonamento Postale D.L. 353/2003 Conv. in L 46/2004 Art. 1 - Comma 1 - LO/MI - Stampa: Alphaprint - Busto Arsizio (VA) - Una copia 1,00 euro - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi.

editoriale

"PER FAVORE, UN POCO DI PACE!"

Ha vinto Briatore. Su tutta la linea. Con le frasi provocatorie sulle sue pizze è riuscito ad andare perfino nel salotto televisivo di Bruno Vespa. E questo non grazie ai giornali: grazie ai social. Ciò che si è dibattuto sui social network è finito sui giornali. E Briatore, dunque, ha fatto un'operazione di marketing geniale. "C'è solo una cosa peggio dell'essere chiacchierati: il non essere chiacchierati": è questa la famosa frase di Oscar Wilde da cui è stata tratta l'ancor più nota parafrasi "Nel bene o nel male, basta che se ne parli". Frase spesso abusata ed equivocata, e soprattutto non sempre vera. Secondo l'esperto di marketing Helder Monaco, un caso in cui tale massima risulta falsa sarebbe, citiamo testualmente, quando: "La visibilità complessiva, pur essendo anche molto estesa, non arriva al target di riferimento della persona/azienda". Ecco, decisamente non è stato questo il caso: la polemica di Briatore, sulla sua pizza al prosciutto iberico e sul prezzo della semplice margherita, ha solleticato gli istinti di tanti possibili acquirenti.

Per qualche giorno, è andata in onda quella che spesso chiamiamo tempesta perfetta: indignati social, contro-indignati ancora più social a dichiarare che gl'indignati semplici si sbagliano, commentatori, puntualizzatori. La salvezza della ristorazione, in luogo del classico passaparola, è dunque quella che passa dai social network? La comunicazione immediata (ossia, non mediata, naturale, che va diritta ai fruitori oltre che al punto) ha palesato una volta di più la sua forza. Una recensione su un giornale avrebbe fatto certamente scalpore, ma probabilmente non più dei botta e risposta su Facebook e Instagram. Fatto sta che alla provocazione briatoriana ha fatto seguito la risposta di un altro che sa usare in modo scaltrito i più disparati mezzi di informazione: Gino Sorbillo. Il pizzaiolo partenopeo negli anni ha trovato più e più modi per far parlare di sé, con iniziative discusse: una su tutte, una decina d'anni fa, quella della pizza proposta a 100 euro per deputati e senatori, sull'onda dell'indignazione suscitata dai prezzi a dir poco minimali dei ristoranti di Camera e Senato. Sorbillo, chiaramente, non poteva fare altro che difendere la tradizione della vera pizza di Napoli.

Alla fine è stato Salvatore Salvo, altro pizzaiolo premiato e giustamente celebre, a uscirsene con la parola definitiva. Il mondo della pizza napoletana, si chiede Salvo, ci ha davvero guadagnato da questa polemica? Salvo dà la sua personalissima risposta: "Sarò anche una voce fuori dal coro, ma io temo proprio di no. È mai possibile che dei grandi artigiani, il cui lavoro è stato riconosciuto dall'Unesco come Patrimonio mondiale dell'umanità, abbiano davvero bisogno di basare la loro comunicazione sulla scelta di andare in locali altrui - si chiamino Cracco o Briatore o Pinco Pallino, non fa alcuna differenza - per fare video per dimostrare che 'la pizza solo a Napoli la sanno fare'?". Prendiamo a prestito le parole che un altro napoletano Doc, Eduardo De Filippo, mise in bocca a Zi' Nicola, personaggio della commedia *Le voci di dentro*, che è muto, ed è tanto scandalizzato dal trambusto attorno a lui da ritrovare la favella con un liberatorio: "Per favore, un poco di pace!".

Tommaso Farina

Edizioni Turbo Srl Direttore responsabile: ANGELO FRIGERIO

Redazione: Corso della Resistenza, 23 20821 Meda (MB) - info@tespi.net
Stampa: Alphaprint - Busto Arsizio (VA) - Una copia 1,00 euro

Anno 04 - N.6/7 - 2022 - Periodico mensile - Registrazione al Trib. di Milano n° 203 dell'11 settembre 2019
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158 del 21 aprile 2005

Prezzo di una copia 2,00 euro - arretrati 9,00 euro + spese postali
Abbonamento annuale per l'Italia 60,00 euro via ordinaria.

L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati personali in suo possesso. Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l'invio di informazioni commerciali. In base all'Art. 13 della Legge n° 196/2003, i dati potranno essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento scrivendo a: Edizioni Turbo S.r.l.
Responsabile dati: Angelo Frigerio

Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione ha verificato il copyright delle immagini pubblicate. Nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze. L'editore si riserva di respingere e non pubblicare comunicazioni non conformi alla linea editoriale della società.

Pubblicazioni Edizioni Turbo
Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, DS DolciSalati & Consumi, Vini & Consumi, Beverage & Consumi, Bio & Consumi, Bio & Consumi Green Lifestyle, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverag, Italy for Asia, b2B beautyToBusiness, MC Media Contents, Odeon Magazine, Gamestore Magazine, HiTech Magazine, TGTuttogiocattoli, www.alimentando.info, www.tgtuttogiocattoli.it, www.technospia.it.
Chiuso in redazione il 27 giugno 2022

ALIMENTANDO
IL PERIODICO DEL SETTORE ALIMENTARE
www.alimentando.info

LUXURY FOOD & BEVERAGE Magazine
www.luxuryfb.com

turbo by tespi mediagroup
www.tespi.net

menu

COVER STORY

PAOLO MASSOBRIO

"IL GUSTO DELLA DISTINZIONE"

10-11

A CENA DA...

QUANDO IL GIANDUIA DANZA COL PEPERONE

12-13

A CASA DI...

PRINCIPATO DI LUCEDIO: UN RACCONTO LUNGO NOVE SECOLI

24

DISCOVER

LA FRITTELLA CHE HA FATTO LA STORIA

9

GUIDA CHEF

SPECIALE VENETO

25-33

FOCUS ON

CESARE ED ELDA MENGAZZOLI

ACETO: TUTTO UN ALTRO MONDO

20-21

FACE TO FACE

UN INGEGNERE AI FORNELLI

14-15

HOSPITALITY

"CAMBIANO GLI OSPITI. E NOI CON LORO"

16-17

HÔTELLERIE

MARCO SARLO

PERCHÉ ROYAL È (SEMPRE) ROYAL

22-23

LO STUPIDARIO

TRIPADVISOR E I NUOVI MOSTRI...

34-35

ADDIO A ROBERT E. WIRTH, PATRON DELL'HOTEL HASSLER

Se n'è andato il 5 giugno, all'età di 72 anni, Robert E. Wirth, patron del celebre hotel Hassler di Roma, a Trinità dei Monti. Quinta generazione di una famiglia di albergatori, Wirth ha reso l'Hassler un'icona dell'hôtellerie a livello mondiale e ha contribuito ad ampliare il portfolio dell'azienda di famiglia che annovera: Il Palazzetto di Roma, Parco del Principe in Toscana, Borgo Bastia Creti in Umbria e Hotel Vannucci a Città della Pieve (Pg). Non solo grande imprenditore, Wirth, sordo fin dalla nascita, dal 2004 ha supportato con la sua Onlus Cabss i bambini sordi e sordociechi da 0 a 6 anni e le loro famiglie. Nel 1992, inoltre, ha istituito una borsa di studio 'Fulbright – Roberto Wirth' dando la possibilità a giovani laureati sordi e udenti la possibilità di specializzarsi presso la Gallaudet University, Washington D.C. (Usa), in un'area che apporti beneficio ai bambini sordi e sordociechi italiani.

ANDREA APREA FIRMA LA CARTA DEL FARO DI CAPO D'ORSO IN COSTIERA AMALFITANA

In attesa che prenda il via la sua nuova avventura milanese, Andrea Aprea, che lo scorso anno ha lasciato il Vun, insegna ristorativa del Park Hyatt di Milano, firma il menù dello stellato Il Faro di Capo d'Orso a Maiori, in provincia di Salerno, che ha recentemente riaperto. Aprea, napoletano, classe 1977, torna così, temporaneamente, in Costiera: "Ritrovo qui l'energia del mio paesaggio emotivo, le mie radici, le suggestioni che animano il mio amore per la cucina", spiega lo chef, che propone un menù che oscilla tra memoria e ricerca, fatto di piatti iconici e proposte inedite. "Il mio intento è quello di raccontare al pubblico qualcosa di antico e nuovo al contempo". Resident chef del ristorante è invece Salvatore PAcifico, pugliese, classe 1991, che vanta esperienze al fianco di Massimiliano Alajmo, i fratelli Cerea, Felix Lo Basso e Frank Rizzuti.

ANDREA APREA

150 MILIONI DA CDP E MITUR PER LA VALORIZZAZIONE DI IMMOBILI TURISTICO-RICETTIVI

E' partito, a fine maggio, il bando di Cdp e del ministero del Turismo per la selezione di almeno 12 immobili turistico-ricettivi sul territorio nazionale da acquisire e ristrutturare entro il 31 dicembre 2025. L'operazione avverrà attraverso un fondo immobiliare gestito da Cdp Immobiliare Sgr, società del Gruppo Cassa Depositi e Prestiti (Cdp), e sottoscritto dal ministero del Turismo (Mitur) con l'impiego di 150 milioni di euro di risorse Pnrr. Il Mitur fa sapere che l'intervento rientra nell'ambito del progetto Pnrr che mira alla valorizzazione, alla competitività e alla tutela del patrimonio turistico-ricettivo italiano, anche in zone economicamente più svantaggiate o in aree secondarie. L'obiettivo è rilanciare il settore turistico aumentando l'offerta ricettiva attraverso tali operazioni di riqualificazione. Il bando è rivolto a soggetti pubblici e privati proprietari di immobili con la categoria 'turistico-ricettiva', o assimilabile, che dovranno essere in possesso dei requisiti di idoneità e di tutta la documentazione richiesta dalla procedura di selezione. La presentazione delle domande può avvenire esclusivamente attraverso la piattaforma dedicata entro le ore 12.00 del 31 agosto 2022.

L'HOTEL MAJESTIC DI ROMA ACQUISTATO DAL FONDO BOSCALT HOSPITALITY

L'hotel Majestic di Roma, che lo scorso gennaio aveva annunciato licenziamenti, vista la crisi innescata dalla pandemi, è stato acquistato da Boscalt Hospitality, un fondo di Edmond de Rothschild Private Equity. EY ha agito in qualità di advisor legale, tecnico e fiscale dell'acquirente. Ega Esercizio Grandi Alberghi, ex proprietaria, nel 2020 aveva registrato un calo di fatturato del 90,4% passando da 7,1 milioni di euro del 2019 ad appena 767.569. Sempre a fine 2020, l'Ebitda è risultato negativo per 1,7 milioni e il debito netto di poco inferiore a 1 milione di euro

STARHOTELS E HINES INSIEME PER IL RECUPERO DELL'EX TEATRO COMUNALE DI FIRENZE: NE FARANNO APPARTAMENTI DI LUSSO

Hines e Starhotels condurranno uno dei più grandi recuperi immobiliari a Firenze. La società immobiliare e il gruppo alberghiero trasformeranno l'ex Teatro Comunale di corso Italia, vicino all'Arno e al parco delle Cascine, in appartamenti di lusso. Ne sorgeranno 156 di varie metrature entro il 2024. Saranno gestiti da Starhotels, attraverso un contratto di management appena firmato: si chiameranno Teatro luxury apartments. E saranno dotati di conciergerie, terrazza con solarium, palestra, centro benessere, aree per bambini, co-working, ristoranti e 170 posti auto. Si tratta del debutto per Starhotels nel management extralberghiero. Un'altra trentina di appartamenti, realizzati nelle quattro palazzine vincolate vicine all'ex Teatro Lirico, saranno invece messi in vendita dagli investitori, vale a dire Hines con Blue Noble, riuniti nel fondo Future Living, gestito da Savills Investment Management Sgr.

FOUR SEASONS METTE L'INSEGNA SULL'HOTEL DANIELI DI VENEZIA

E' arrivato l'annuncio ufficiale: Four Seasons gestirà l'Hotel Danieli di Venezia. Per mesi si sono susseguite voci in merito all'acquisizione della struttura da parte del grande gruppo dell'ospitalità. Voci che Four Seasons aveva perfino smentito. Lo scorso 6 giugno, però, è stata data l'ufficialità dell'accordo , che coinvolge anche gruppo Statuto, tra le più importanti società di sviluppo alberghiero in Italia. Dopo un'ampia ristrutturazione, la struttura sarà rilanciata nel 2025 come Hotel Danieli, Venezia, A Four Seasons Hotel. Il Danieli, tra le strutture più lussuose della Laguna, sarà sottoposto a un ampio progetto di ristrutturazione, che vedrà la supervisione degli interni affidata al famoso designer Pierre-Yves Rochon, il quale ha già lavorato su diverse altre proprietà storiche di Four Seasons in Europa, tra cui Firenze, Parigi, Cap-Ferrat e Megève. Durante il periodo di ristrutturazione, la struttura – che sarà gestita dal Gruppo Statuto con il nome di The Hotel Danieli – rimarrà aperta con una selezione di servizi e comfort. Dopo la riapertura come Four Seasons nel 2025, il celebre albergo arricchirà la collezione italiana del brand: il Four Seasons Hotel Milano, oggetto di una recente ristrutturazione; il Four Seasons Hotel Firenze; il San Domenico Palace a Taormina e un resort di prossima realizzazione in Puglia.

MANDARIN ORIENTAL SBARCA A CORTINA: GESTIRÀ L'HOTEL CRISTALLO

Mandarin Oriental arriva a Cortina d'Ampezzo (Bl): gestirà il celebre Hotel Cristallo. Il gruppo di Hong Kong che fa capo a Jardine Matheson Group ha siglato un accordo di lungo termine con il fondo Attestor Limited, entrato lo scorso anno come investitore per la riqualificazione dell'hotel. Attestor Limited possiede anche il Mandarin Oriental sul Lago di Como. La struttura chiuderà nel secondo trimestre del 2023 per essere sottoposta a una sostanziale ristrutturazione. Riaprirà come Mandarin Oriental Cristallo nell'estate del 2025, in vista delle Olimpiadi invernali di Milano-Cortina: sarà il primo resort alpino del gruppo. Alla riapertura, disporrà di 83 stanze per gli ospiti, molte delle quali dotate di balcone, tra cui 30 suite con vista sulle Dolomiti, ristoranti e bar, spazi flessibili per l'intrattenimento e gli eventi, un'ampia spa e wellness, con una piscina di collegamento tra gli spazi interni ed esterni dell'hotel.

flash

L'HOTEL BAUER DI VENEZIA RIAPRIRÀ NEL 2025: A ROSEWOOD LA GESTIONE

Riaprirà nel 2025, dopo un'importante opera di ristrutturazione, l'Hotel Bauer di Venezia. E a gestirlo sarà niente meno che Rosewood Hotels & Resorts. Di proprietà dello sviluppatore immobiliare Signa Prime Selection, la struttura si trova nello storico sestiere di San Marco, tra il Canal Grande e Piazza San Marco, a due passi dal Ponte di Rialto. La ristrutturazione sarà guidata dal noto architetto veneziano Alberto Torsello e dal gruppo di interior design Bar Studio. Cercheranno di preservare numerosi degli elementi architettonici storici integrandoli nel nuovo design, imperniato sulla sostenibilità. L'hotel avrà oltre 110 camere, di cui più della metà saranno suite. Una suite sarà presidenziale. La struttura ospiterà anche un ristorante informale e un wine bar al pian terreno, oltre a un raffinato ristorante tipico veneziano e un bar sul tetto, dove sorgerà anche un giardino all'italiana. Completeranno l'offerta di Rosewood un centro benessere e una piscina esterna con un bar all'ottavo piano.

FEDERALBERGHI, NEL MESE DI MAGGIO I PRIMI SEGNI DI RIPRESA DEL SETTORE TURISTICO

Primi segni di ripresa nel settore turistico italiano. Secondo i dati di Federalberghi, Nexi e Zucchetti, che hanno fotografato le presenze e le spese dei turisti negli hotel italiani, le presenze dei turisti nel periodo gennaio-maggio 2022 non sono ancora ritornate ai livelli pre-pandemia: -3,1% per gli italiani e -6,8% per gli stranieri rispetto al 2019. Ma i risultati del solo mese di maggio fanno ben sperare per la stagione estiva: +33,4% il turismo leisure. In ripresa non solo le presenze, ma anche le spese dei turisti, come emerge dai dati di Nexi che ha esaminato gli acquisti da parte di italiani e stranieri nei nostri hotel: dall'analisi della PayTech emerge che a maggio 2022 sono cresciuti complessivamente del 13,7% rispetto a maggio 2019, nello specifico del +25,6% per gli italiani e del 9% per gli stranieri. Tra le destinazioni più gettonate spiccano le spiagge venete, la riviera romagnola, la Costa degli Etruschi, la Costa Smeralda, il Salento, ma anche l'Isola d'Elba, la Costiera Amalfitana, la costa settentrionale della Sicilia e la Maremma Toscana Sud.

ASSEGNATE LE PRIME STELLE MICHELIN A DUBAI: PREMIATI ANCHE I RISTORANTI DI BOTTURA, ROMITO E PAPI

Sono ben tre i ristoranti italiani premiati nella prima edizione della Guida Michelin dedicata a Dubai, riconosciuta dalla Rossa come metà di interesse del turismo gastronomico. La presentazione è avvenuta nella giornata di martedì 21 giugno. 11 i ristoranti stellati della città emiratina, tra cui Massimo Bottura con il suo Torno Subito, Niko Romito, che ha conquistato due stelle con Il Ristorante – Niko Romito all'interno del Bulgari Hotel, Armani/Ristorante, il locale guidato da Giovanni M. Papi del noto brand di moda. Oltre agli italiani, hanno conquistato l'ambito macaron il locale del francese Yannick Alléno, Stay, il ristorante, sempre di stile francese, Al Muntaha e il portoghese Tasca di Jose Avillez. C'è anche tanta Asia nella Guida Michelin di Dubai con il giapponese Hoseki, il cinese Hakkasan e l'indiano Trèsind Studio. Tra i ristoranti di stampo internazionale premiati con la stella ci sono infine Ossiano e 11 Woodfire. Insomma, uno scenario gastronomico quanto mai variegato, che indica che la città emiratina non dipende più esclusivamente dal petrolio, ma anche, e pure in larga misura, dal turismo.

L'APERTURA DEL NUOVO LAQUA VINEYARD DI ANTONINO CANNAVACCIUOLO

Ha aperto il 24 giugno, Laqua Vineyard, nuovo resort dello chef Antonino Cannavacciuolo. E' il quinto a marchio Laqua, nonché il primo in Toscana. Si trova a Casanova delle Spinette, nel comune di Terricciola, tra Pisa e Volterra. Il resort sorge in un antico casale su due piani, dove sono stati ricavati sei diversi appartamenti dal design elegante e ricercato, pur sempre in linea con lo stile del territorio. Laqua Vineyard ospita inevitabilmente anche un ristorante firmato Antonino Cannavacciuolo, dove è possibile scegliere, oltre al menù à la carte, tra due percorsi degustazione: Origini, a base di pesce, e Sorella terra, a basa di carne. Alla guida della brigata del nuovo ristorante, l'executive chef Marco Suriano, formatosi all'interno del Relais Villa Crespi e con all'attivo diverse esperienze all'interno di alcune icone alberghiere.

discover

LA FRITTELLA CHE HA FATTO LA STORIA

Soffice, fritto, goloso, il krapfen è uno dei dolci più famosi al mondo. Capace di conquistare, nel corso dei secoli, i palati di tutta Europa, assumendo molti nomi (e molte ricette). In Italia, è noto come 'bomba' o 'bombolone'. E piace anche agli chef.

Photo credit: www.nikoromito.com

Il krapfen è un dolce fritto a forma di palla schiacciata e tipico del periodo di Carnevale. Benché esistano diverse teorie sulle sue origini - che dovrebbero risalire all'Austria-Germania del '600 – in Europa è da sempre amatissimo da adulti e bambini e, in ogni luogo in cui è arrivato, la cultura locale ne ha adattato ricetta e nome in base ai gusti e alle abitudini dei suoi abitanti. Una passione che ha conquistato anche gli chef. Tra cui Niko Romito, celebre chef patron del ristorante Reale a Castel di Sangro, in Abruzzo.

'Bomba' o 'bombolone': il Krapfen all'italiana

In Italia l'amore per il krapfen si è diffuso prima al Nord, nella zona delle Dolomiti, dove viene chiamato Faschingskrapfen, letteralmente 'krapfen del Carnevale'. Scendendo più a Sud è stato chiamato 'bombolone' o 'frate', in Toscana ed Emilia Romagna, e 'bomba' in Lazio. In Campania e Sicilia esistono invece le 'Graffe', che all'aspetto ricordano però più i donut americani.

Anche se all'apparenza simili, questi dolci presentano importanti differenze rispetto al Krapfen originale. Se infatti quest'ultimo è un dolce a pasta piena, con un impasto ricco di uova e burro e spesso farcito di marmellata o crema, il 'bombolone' è fatto con una pasta più leggera ed è tradizionalmente vuoto. In Toscana ed Emilia è da tempo immemore la merenda di metà pomeriggio preferita da adulti e bambini sulle spiagge del Mar Tirreno e dell'Adriatico. Diversa ancora la 'bomba' romana: sempre a base di pasta leggera, è però ripiena di crema pasticciera o cioccolato.

I rumor sulle origini

In Austria raccontano che la prima donna a preparare il krapfen sia stata una pasticcera viennese, Cecilia Krapf, nel 1690. Secondo la storia, la sua apprendista quel giorno si era comportata male e allora Cecilia Krapf le aveva lanciato un pezzo di pasta. La ragazza riuscì però ad abbassare la testa facendo finire la palla in una padella dove friggeva del grasso bollente. Appena Cecilia Krapf si calmò, scoprì di aver creato un dolce delizioso.

Una seconda versione attribuisce la paternità del Krapfen a un pasticcere berlinese che, nel 1750, doveva essere arruolato nell'esercito prussiano come cannoniere. Classificato come non idoneo, gli fu permesso di prestare servizio solo come panettiere da campo. Ne fu così felice che con la pasta lievitata fece delle piccole palle di cannone che poi mise in un pentolone di grasso bollente. Attraverso le campagne di conquista dell'esercito prussiano, queste palle fritte dolci conquistarono tutta la Germania. Sarebbe per questa ragione che nel Paese i krapfen si chiamano Berliner.

L'origine del dolce potrebbe, tuttavia, aver radici ben più antiche. Più di 2mila anni fa (nel 150 a.C.), nell'Antica Roma, esistevano già degli antenati del Krapfen chiamati 'Globuli': frittelline rotonde ottenute friggendo un impasto di farina e ricotta.

Le bombe di Niko Romito

Il krapfen ha inevitabilmente conquistato anche il palato degli chef stellati. In particolare di Niko Romito, che ha creato Bomba, un format di cibo da strada in cui propone la propria versione della popolare frittella. La bomba, in effetti, era la specialità del padre Antonio, titolare di una pasticceria a Rivisondoli (Aq) aperta negli anni '70. Dopo un primo pop-up a Napoli nel 2015, a Milano nel 2018, a Pescara nel 2020, oggi Bomba è presente nell'offerta gastronomica di Spazio Bar e cucina a Roma e di Alt stazione del gusto a Castel di Sangro. In questi locali, Romito ne propone sia la classica versione dolce, ma anche alcune rivisitazioni salate.

Federica Bartesaghi

cover story

"IL GUSTO DELLA DISTINZIONE"

È il tema di Golosaria 2022. La kermesse enogastronomica milanese torna, dal 5 al 7 novembre, al MiCo Convention Centre. Paolo Massobrio, il giornalista co-organizzatore della rassegna, ci offre qualche anticipazione.

PAOLO MASSOBRIO

Oltre 100 produttori vinicoli e 200 artigiani del gusto. 20mila presenze tra consumatori e titolari di negozi, di ristoranti e buyer. Sono questi alcuni dei numeri della prossima edizione di Golosaria - la 17esima - la rassegna dell'enogastronomia made in Italy, ideata e organizzata dai giornalisti Paolo Massobrio e Marco Gatti. Si svolgerà a presso il MiCo Convention Centre di Milano dal 5 al 7 novembre 2022. E quest'anno sarà incentrata sul tema della distinzione, che, assicura Paolo Massobrio, "è nel Dna di Golosaria". La manifestazione, infatti, ha contribuito a dare lustro a prodotti gastronomici d'eccellenza e a lanciare nuove tendenze nel food, come quella dell'aglio nero. Anche quest'anno, dunque, ci saranno tante novità, inclusa l'area dedicata alla mixology. Di queste, e di tanto altro, abbiamo parlato insieme a Paolo Massobrio.

La rassegna di Golosaria Milano giunge quest'anno alla 17esima edizione, iniziamo con qualche dato.

Sono dati in crescita rispetto all'edizione precedente, che ha segnato la ripresa. È stata una grande soddisfazione: abbiamo avuto più visitatori il lunedì, giorno riservato a buyer e operatori, rispetto al sabato, che invece coinvolge i consumatori. A Golosaria partecipano normalmente 20mila persone per sviluppare una fiera di verifica reale del proprio prodotto in offerta: per questo vengono spesso i produttori che debuttano con referenze nuove. Il target dei visitatori è medio-alto per ciò che concerne i consumer. Gli operatori, invece, partecipano soprattutto nelle giornate di domenica e lunedì: sono titolari di negozi, di ristoranti - partecipano in mille almeno alla presentazione della guida *IlGolosario* ristoranti prevista il lunedì - ma anche buyer, italiani ed esteri, che in Golosaria hanno sempre trovato novità con cui distinguersi. Per quanto concerne gli espositori, a oggi, sono oltre 100 i produttori di vino, che hanno uno spazio dedicato, e 200 quelli del food. C'è poi un gruppo che sviluppa la cucina di strada e un altro che animerà la nuova area Golosaria Mixo.

Il tema di questa edizione sarà 'Il gusto della distinzione': che cosa significa?

La distinzione è nel Dna di Golosaria! Pensi che nel 2006 debuttava un signore, Nicola Fiasconaro, che andò sui giornali per il suo panettone alla manna. Venne poi l'anno dell'aglio nero italiano, prodotto a Voghiera, che proprio a Golosaria ebbe modo di confrontarsi con il miglior produttore del Giappone. All'epoca il Corriere della Sera titolò: "Tutti pazzi per l'aglio nero". Potrei fare tantissimi altri nomi, da Friultrota di San Daniele del Friuli ai salumi di Marco d'Oggiono, tutti partiti da Golosaria. Ma sono solo alcuni esempi del fatto che Golosaria è sempre stata la casa dell'innovazione, il trampolino di lancio e di verifica di intuizioni produttive che hanno una fiera dedicata e comunicata, perché il lavoro che facciamo attraverso il nostro sito www.golosaria.it e tutti i social connessi è di stile giornalistico e parte molti mesi prima. Tutto questo porta la gente ad arrivare preparata. Quest'anno ci saranno altre novità distintive, davvero clamorose, che riguardano i grani, ma anche la commistione con il mondo della mixology.

Perché questo tema?

La verità è che il mercato di Milano cerca esattamente la distinzione, ovvero come emergere a fronte di un mercato affollato come offerta. Ora, noi offriamo non solo l'incontro con il produttore, ma anche il racconto della distinzione. E questo è un patrimonio che resta per sempre.

A proposito di distinzione, cosa distingue l'enogastronomia italiana?

La sua agricoltura e quindi la conservazione della biodiversità. Noi, ad esempio, abbiamo sempre insistito sul fatto che la 'Grande cucina' italiana non è quella fusion, bensì quella che fa parlare i prodotti del territorio. È una battaglia che credo abbiamo vinto, insieme a quella di non cedere ai vini con soli vitigni internazionali: è importante valorizzare la ricchezza del nostro germoplasma viticolo. C'è una foto, scattata durante la prima edizione di Golosaria, di Cracco, Bottura e Scabin, che nel 2006 promisero che saremmo tornati a essere un Paese con una cucina originale, non succube di Spagna o Francia. E così è stato, prendendo il buono che veniva anche dall'estero, come gli importanti insegnamenti dal Giappone, che non a caso è il Paese con cui abbiamo una joint venture e dove nel 2016 organizzammo un'edizione di Golosaria di una giornata.

Non solo distinzione, anche 'colleganza' continuerà a essere un parola chiave. Che cosa vuol dire?

La colleganza è stato il tema, ma anche il manifesto programmatico, scaturito dalla scorsa edizione. Abbiamo firmato un Manifesto della Colleganza, per dire che la grande lezione della pandemia è stata proprio quella della relazione. Golosaria nasce per questo: per creare colleganza fra colleghi. E anche in questo caso sono tantissimi gli esempi di prodotti nuovi nati proprio dall'incontro fra piccoli artigiani fra gli stand della fiera.

Quali iniziative ed eventi state organizzando per questa edizione di Golosaria Milano?

L'area Mixo sarà la novità dell'edizione 2022 e si affiancherà alle due aree tradizionali. Qua metteremo a tema le tendenze della mixology, un settore che negli ultimi anni ha avuto un'evoluzione impressionante, nel segno di quella distinzione. In questa area dunque potremo conoscere nuovi format, l'avanzata dei mocktail, cioè i cocktail analcolici o low-alcol, la crescita delle barladies, i grandi bartender italiani famosi all'estero, ma anche l'elevata qualità dei liquori e distillati italiani, a partire da vermouth, amari e gin. Con Edizioni Zero, super esperti di vita notturna a Milano, stiamo poi lavorando a qualche sorpresa, in via di definizione.

Come è cambiato il settore enogastronomico italiano in questi due anni di pandemia?

Si sono rafforzate alcune tendenze già in atto che vedono i locali ibridarsi e aprirsi verso l'esterno, sia dal punto di vista degli orari sia come proposta, che si allunga sempre di più nel tempo e punta ad avere soluzioni per tutta la giornata. L'online si sta rafforzando come corredo dell'offline, che resta insostituibile.

In quale direzione si sta muovendo il comparto?

C'è un legame sempre più stretto con il turismo. L'esperienza è diventata centrale per questo comparto, che prova a ripartire dopo due anni durissimi. E l'enogastronomia rappresenta un tassello fondamentale: le cantine, i negozi, i produttori diventano sempre di più attrazioni anche da questo punto di vista. Si sviluppa chi sa offrire più servizi. Ed è anche il tema del nostro nuovo libro, appena uscito, ovvero il terzo Golosario: *Golosario Wine tour*, guida all'enoturismo italiano attraverso mille cantine.

Elisa Tonussi

a cena da...

QUANDO IL GIANDUIA DANZA COL PEPERONE

Al ristorante Acquada, di Milano, Sara Preceruti ripropone lo straordinario dessert che le fece ottenere la stella Michelin quando aveva 28 anni. Sui Navigli ha aperto addirittura durante il Covid: scommessa vinta.

Lo spettacolo di un dessert inusitato. Quello che resta in testa, anzi nel cuore, andando a mangiare da Acquada, un ristorantino milanese situato non lontano dal Naviglio Grande, è anzitutto quel dolce meraviglioso, che alla vista prende la mira, e all'assaggio scocca la freccia. 'Il Gianduia veste rosso': questo il nome evocativo. E il rosso si vede, eccome. Ti accorgi che ti hanno portato un piatto di peperoni. Ma come, peperoni per dessert? Si saranno mica sbagliati? E invece no: Sara Preceruti, 39 anni, vigevanese di nascita, ha deciso di trasformare questi panciuti ortaggi in un dolce semplicemente stratosferico. I peperoni sono lì, piccoli e simpatici: sono peperoni baby. Sono farciti con una mousse al gianduia, nientemeno. Accanto, hanno una cucchiaiata di gelato bianco, diciamo al fiordilatte. Particolarità: è di latte di capra. Sotto, un tappeto formato da un crumble di pastafrolla, come dire da biscotti pestati. Un ircocervo da bestiario medievale, potreste dire prima di affondare il cucchiaio. E sbagliereste. All'assaggio, è uno spartito perfettamente armonizzato, una sensazione carezzevole, armonica, cordiale. Un dessert che ha la complessità di un secondo piatto, senza che perda un'oncia di immediatezza.

Grazie a piatti come questo, quando aveva 28 anni, Sara Preceruti fu insignita della Stella Michelin. Si trovava, allora, nelle cucine della romantica, defilata Locanda del Notaio, a Pellio d'Intelvi (Como), in una zona poco conosciuta.

Oggi, nella grande Milano, Sara fa faville anche con gli altri piatti del menù. Per esempio, la Pizza di Vitello Tonnato. Niente astruserie gratuite: si tratta di un vitello tonnato eccelso, con la carne al punto rosa, una salsa sapida e leggerissima, e la partecipazione di decorazioni a base di fave e pomodorini a metà, e qualche cubetto di tonno tataki, a dare l'impressione delle farciture della pizza. Attorno infatti c'è una ciambella di pasta cava che simula un cornicione di pizza. Il vitello è nel buco. Suggestione, gioco visivo, e concretezza all'assaggio.

E i passatelli romagnoli alle scorze di limone, con ragù di coniglio bianco, succo di ortica, gelatina di acqua di pomodoro? Sono più complessi da leggere che da mangiare. Sono un piccolo capolavoro anche da vedere, con quel colpo d'occhio singolare dato dalla gelatina. Ma la vista è niente al confronto dell'abbraccio solenne rappresentato da profumi e sapori, che si presentano senza infingimenti né inganni, diretti e impossibili da resistere. C'è poi il risotto. In carta, il piatto milanese per antonomasia acquisisce coloriture romane, proposto com'è nella versione alla carbonara: ossia, con polvere di guanciale e sfere d'uovo. Che basti un piatto ad appianare l'eterna, sfuggente rivalità tra le due città più importanti d'Italia? Sarebbe veramente il caso.

Per gli intenditori, un ammicco alla grande tradizione francese: piccione (coscia e petto) con nespole, cipolle alla brace, taccole, ciliegie e paté di fegatini. Capirete da soli la complessità tecnica di simile piatto. Ma il bello è che dall'analisi delle singole componenti sortisce la sintesi profonda del risultato culinario, del tutto abbagliante.

Tutto questo va in scena a Milano, in via Villoresi, nei locali di quello che, anni fa, fu l'indirizzo di un altro grande ristorante, Tano Passami l'Olio, col cui patron, Tano Simonato, Sara Preceruti ebbe anche modo di collaborare.

Tommaso Farina

PIZZA DI VITELLO TONNATO

IL GIANDUIA VESTE ROSSO

L'INTERVISTA

In seguito alla nostra visita da Acquada, abbiamo incontrato Sara Preceruti. L'abbiamo placcata per farci raccontare qualcosa di lei.

Il suo dessert di peperoni e gianduia è memorabile. Ma perché il piatto che lo contiene è nero? È un caso?

Assolutamente no. Il piatto per questo dessert dev'essere sempre nero. Col rosso dei peperoni, compone i colori della mia squadra del cuore, che avrà già capito qual è…

Dunque milanista, e ora anche milanese… Come si sente a essere qui a Milano?

Molto bene. In questa città ci sono la curiosità e l'apertura mentale che servono per apprezzare una cucina come la mia. E pensare che 'Il Gianduia veste rosso' è nato quasi per caso, un decennio fa. Da allora, non ho fatto altro che lavorarci. Per esempio, ho concluso che il gianduia, nel ripieno del peperone, deve entrarci a scaglie. Oggi, sta sempre nella mia carta, e non lo toglierò mai.

È entrata, anche lei, nel club dei cuochi che hanno un piatto-bandiera. Ma come ha cominciato?

Quasi casualmente, a 17 anni. Poi, al momento di entrare per la prima volta a lavorare seriamente in una cucina, mi sono detta: il mio destino è quello. Era un'osteria di Vigevano. Poi, sono passata a un golf club brianzolo. Poi, nel 2003, Giancarlo Morelli mi chiamò nella squadra della Locanda del Notaio, a Pellio. Avevo vent'anni.

E da lì arrivò la stella…

Sì, cominciai a lavorare coscienziosamente sotto i due chef che guidarono quella cucina. Quando quello che mi precedette ebbe la stella, dovette abbandonare il ristorante. Subentrai io, dopo tanti anni da 'seconda in comando'. La Michelin mi tenne sotto osservazione, si può dire… E nel 2011, confermò la stella anche per la mia cucina. Fu in quell'epoca che nacquero piatti come il Gianduia.

E poi, che è successo?

In realtà niente. Lavoravo bene, avevo accesso a materie prime eccelse. Ma ero arrivata ai 31 anni, e mi dicevo: ho bisogno di nuovi stimoli. Bisogno di fare qualcosa di nuovo, di cambiare. Lasciai la Locanda e mi presi un anno in un certo senso sabbatico, collaborando con un ristorante molto alla buona. In realtà, volevo costruirmi qualcosa di mio.

Così nacque Acquada, a Porlezza…

Nel 2016 tentai l'avventura a Porlezza, anche lì nell'altissimo Comasco. Una terra difficile. Poco a poco, mi resi conto che per sopravvivere dovevo scendere a compromessi. Da quelle parti, non capivano perché un piatto realizzato con certe materie prime, e soprattutto con un certo impegno tecnico, dovesse costare più di un piatto semplice. E difatti, c'era una gran richiesta di piatti semplici. Mi trovavo bene, ma non riuscivo a far trasparire la mia concezione della cucina, il mio 'messaggio'. Così, dopo tre anni, mi decisi: dovevo affrontare Milano.

Ha aperto subito?

No: prima, nel 2019, collaborai con Tano Simonato, milanista sfegatato come me. Poi, nel 2020, il mio nuovo ristorante.

In piena epoca Covid?

All'inizio non volevo crederci. Pensavo: tre settimane, e questa storia finisce. Dovetti convincermi che la realtà era un'altra. Avevo appena aperto, e già mi trovavo a chiudere. Era l'epoca del primo lockdown, figurarsi. La mia avventura a Milano ha rischiato di concludersi prima di cominciare. Poi, abbiamo brevemente riaperto, e al secondo lockdown abbiamo fatto un po' di delivery. E infine, è arrivato un investitore innamorato della cucina, che ha fatto, per l'appunto, un investimento sul mio locale. Investimento che ora si sta ripagando: siamo spesso pieni, anzi quasi sempre.

Com'è fare ristorazione a Milano?

Sono libera, davvero, di fare quello che voglio ai fornelli. È più facile entrare in sintonia coi gusti del pubblico. In ogni caso, io cerco di mantenere in menù, sempre, almeno un risotto: guai se proprio a Milano non ci fosse!

SARA PRECERUTI

face to face

UN INGEGNERE AI FORNELLI

Ha recentemente riaperto l'hotel Park Hyatt di Milano.
Alla guida del suo ristorante, il Pellico 3, c'è Guido Paternollo, che propone una cucina "stagionale, mediterranea e non cerebrale". Ne parliamo insieme.

Dopo due anni e un investimento da 20 milioni di euro, Il Park Hyatt Milan, l'hotel di lusso accanto alla Galleria Vittorio Emanuele, nel cuore di Milano, inaugura la struttura completamente rinnovata. Sono state rifatte le cucine e le camere, dai pavimenti alle tappezzerie. C'è inoltre una nuova spa. Ma, soprattutto, un nuovo chef al Pellico 3, il ristorante dell'albergo, che ha cambiato pure il nome: è Guido Paternollo. Un cv di tutto rispetto il suo: trentenne, ingegnerie votato alla cucina, ha lavorato con Enrico Bartolini e poi a Parigi, per quattro anni, con nomi del calibro di Alain Ducasse e Yannick Alléno. A Paternollo il compito di prendere il posto di Andrea Aprea, che l'anno scorso ha lasciato le cucine del Vun - allora così si chiamava il ristorante del Park Hyatt - insignito di due stelle Michelin. Ne parliamo insieme. Con un occhio rivolto al futuro.

È da poco iniziata per lei una nuova avventura al Pellico 3: una bella responsabilità...

Lo è sicuramente! Per fortuna non solo da solo. Ho una brigata molto forte: i due chef di cucina, Mario Musiello e Andreas Karapaos, e lo chef pasticcere Alessio Gallelli mi danno una grande mano. La responsabilità, con loro, pesa meno. Dopo vari anni in Francia, però, tornare a Milano, la mia città natale e dove sono cresciuto, e pure in una location così importante, è molto stimolante.

Ha subito citato la sua brigata. Come è avvenuta al scelta dei collaboratori?

È avvenuta in maniera molto naturale. Quando sono tornato a Milano, inizialmente, volevo aprire un ristorante di proprietà insieme a uno dei miei due chef di cucina, Mario Musiello. Quando ho invece ricevuto la proposta di Park Hyatt gli ho chiesto di seguirmi. L'altro chef di cucina, Andreas Karapaos, lavorava con me al Plaza Athénée di Parigi. È stata più ostica la scelta dello chef pasticcere, Alessio Gallelli, con cui non avevo mai lavorato. Ma ha grande esperienza. E, quando ci siamo conosciuti, si è subito creata un'ottima intesa.

Parliamo però della sua formazione. Dal Politecnico alla cucina, perché?

È complesso spiegare perché io abbia preferito la cucina. Ho avuto la fortuna di poter scegliere. Dopo l'università non ero convinto del percorso che avevo intrapreso, che non mi appassionava particolarmente. Dai 16-17 anni, però, mi ero innamorato della cucina e del cibo. Dunque ho deciso di prendermi sei mesi per capire se potesse essere la mia strada. Ho avuto la fortuna di essere preso in stage da Enrico Bartolini al Mudec, anche se il mio curriculum valeva zero, perché non avevo alcun tipo di esperienza. Dopo poco tempo, nonostante il lavoro fosse duro, avevo capito: era quella la strada giusta.

GUIDO PATERNOLLO

Ci dica di più dell'esperienza con Bartolini.

Da Enrico mi sono trovato molto bene: è stato il primo a dirmi fiducia. E con lui il suo ex chef di cucina, Remo Capitaneo. Sono entrato nelle loro cucine che nemmeno sapevo tenere in mano un coltello, ma mi hanno dato tutte le basi per poter affrontare le successive esperienze francesi. Sono stati tre anni molto intensi, perché per Bartolini era una sorta di nuova apertura: si era da poco trasferito al Mudec da Cavenago di Brianza (Mb) proprio con l'intenzione di prendere le tre stelle Michelin. C'era dunque molta pressione e voglia di arrivare. Ma è proprio quello che mi è servito maggiormente: ho avuto modo, così, di bruciare tante tappe. Sentivo però l'esigenza di conoscere altro.

E qua arriva il trasferimento Oltralpe.

Esatto. Da sempre esiste il mito della cucina francese. Ho dunque deciso di andare proprio lì, in Francia. Inizialmente ho fatto una breve esperienza, durante la stagione estiva, da Marc Veyrat alla Maison des bois, in Alta Savoia, che all'epoca era tristellato. La brigata era quasi tutta italiana, ma lì ho avuto modo di introdurmi alla cucina francese. In seguito, mi sono spostato a Parigi al Pavyllon Ledoyen di Yannick Alléno e poi da Alain Ducasse al Plaza Athénée .

Cosa porta del suo bagaglio formativo al Pellico 3?

Di Enrico Bartolini porto tutto quanto concerne la cucina italiana e le sue basi. Alléno, invece, mi ha trasmesso l'amore per le salse e l'importanza del combinare materie prime diverse. Da Ducasse, infine, ho appreso tutto quanto concerne la naturalità di un piatto, dunque le verdure e i vegetali.

Tre parole per descrivere la sua cucina?

Stagionale, sicuramente. Poco cerebrale: cerco di fare una cucina che arrivi subito all'ospite, che non deve sforzarsi di capire cosa stiamo facendo. Il gusto è la prima cosa che deve arrivare a chi sta a tavola. Poi, se devo realizzare una cena per soli esperti del settore o critici, provo a spingermi oltre. Ma, quando si tratta di cucinare per gli ospiti 'comuni', voglio che il gusto dei miei piatti sia netto, come ho appreso nei grandi ristoranti in cui ho lavorato, anche se di difficile esecuzione.

Si può parlare di cucina emozionale?

L'aggettivo emozionale, in realtà, mi fa pensare a una cucina d'istinto. Mentre i nostri menù hanno alle spalle uno studio intenso, che dura almeno un paio di mesi. È ovvio aspirare ad arrivare a una cucina d'istinto, ma per realizzarla occorre avere tantissime conoscenze. E io e i miei collaboratori siamo ancora troppo giovani per questo.

E la terza parola?

Direi mediterranea. Da intendersi in senso ampio. Avendo lavorato anche in Francia con chef che, a loro volta, avevano fatto esperienze in tutto il bacino mediterraneo, ho potuto apprezzare l'utilizzo di prodotti non solo italiani, ma, appunto, di tutte le nazioni che si affacciano sul Mediterraneo.

Come è nato il nuovo menù del Pellico 3?

Ora siamo già al secondo menù. Abbiamo aperto infatti il 27 aprile con un menù primaverile per via della stagionalità degli ingredienti. A giugno abbiamo cambiato la carta adattandola all'estate.

C'è un piatto nel menù che meglio rappresenta la sua cucina?

Credo che non debba essere io a sceglierlo. Il lavoro di noi chef è servire l'ospite. Ed è proprio l'ospite a farci capire quale piatto meglio rappresenta le idee di cucina che proponiamo con i nostri piatti. Nel menù del Pellico, ad esempio, c'è un piatto che abbiamo scelto di tenere, semplicemente adattandolo alla stagione estiva: il branzino con un risotto di piselli, che ora proponiamo con i ceci freschi. Il piatto ha ottenuto un ottimo riscontro.

Qual è l'obiettivo professionale di Guido Paternollo?

Punto, nel breve termine, a riuscire a far sì che tutti gli outlet, cioè i ristoranti, del Park Hyatt funzionino bene e che siano sani a livello puramente economico. E, cosa ancora più importante, riuscire ad avere una brigata solida: io, così come Mario, Andrea e Alessio, siamo giovani, siamo dunque quasi coetanei degli altri ragazzi dello staff. Perciò la nostra figura non è avvertita come distante dalla loro. Inoltre, l'F&B dell'hotel è molto forte, per cui abbiamo modo di dedicarci moltissimo alla cucina e ai ragazzi. Questo aspetto li spinge a voler rimanere con noi. Spero, poi, per i prossimi anni, che tutto questo continui. E che si riesca, con gli chef di cucina e lo chef pasticcere, a creare un team forte, in modo da affrontare senza difficoltà ogni nuovo progetto, anche all'interno di Park Hyatt, che si dovesse presentare.

E quel progetto di aprire un ristorante di proprietà?

Penso che tutti i cuochi coltivino il sogno di avere un'attività di proprietà che funzioni bene. Per me, mettere in gioco il mio nome è già stato un passo importantissimo. Per il futuro, chissà. Non so nemmeno se, da grande, sarò ancora a Milano!

Elisa Tonussi

IL BRANZINO CON RISOTTO DI PISELLI

"CAMBIANO GLI OSPITI. E NOI CON LORO"

A 150 dalla prima apertura, Villa d'Este si appresta ad affrontare una nuova epoca per l'hôtellerie di lusso. Fatta di esperienze ed emozioni. Ne parliamo con Davide Bertilaccio, Ceo del Gruppo.

DAVIDE BERTILACCIO

Davide Bertilaccio, dallo scorso aprile, è il nuovo Ceo del Gruppo Villa d'Este. È subentrato a Danilo Zucchetti, ora ai vertici di Baglioni Hotels & Resorts. Friulano, ha un curriculum di tutto rispetto nel settore dell'ospitalità di lusso: ha lavorato per Four Seasons e Rocco Forte ed è stato regional vice president e managing director di Rosewood Hotels & Resorts. E ora l'oneroso compito di guidare le quattro strutture del gruppo - l'iconico hotel Villa d'Este sul Lago di Como, Villa La Massa a Firenze e i due quattro stelle comaschi Palace Hotel e Hotel Barchetta Excelsior - in questo delicato periodo storico, nonché nell'anno del 150esimo anniversario dalla prima apertura. Ma Bertilaccio ha chiaro in mente cosa c'è nel futuro di Villa d'Este: un'offerta attenta di esperienze emozionali. Perché "gli ospiti cambiano e con loro le aspettative". Ecco cosa ci ha raccontato.

È da poco approdato a Villa d'Este: che cosa l'ha spinta ad accettare questo incarico?

Credo sia stata la voglia di lavorare su un progetto ambizioso come 'traghettare' un'icona a livello mondiale verso il futuro, mantenendo ben forte il legame con il suo passato glorioso dopo due anni complicati. Sicuramente un privilegio per me.

Quale sarà il nuovo corso del Gruppo sotto la sua guida?

Sia il gruppo sia l'albergo in sé devono cominciare a guardare al futuro. Se per 150 anni ha vissuto della clientela fenomenale che lo ha popolato, Villa d'Este non è più l'unico player nel bacino di Como: negli ultimi anni il Lago si è popolato di competitor eccellenti. Il mio obiettivo è riuscire a cambiare l'approccio all'ospite. Gli ospiti cambiano e con loro le aspettative: la sfida è mantenere il Dna di Villa d'Este proiettandola verso il futuro con una ricerca e un'offerta attenta e intelligente di esperienze emozionali.

Ha intenzione di introdurre novità nell'offerta ricettiva del Gruppo Villa d'Este?

La novità più importante, un punto di svolta, è di estendere l'apertura sotto le festività natalizie per celebrare il Natale e Capodanno, chiudendo la prima settimana di gennaio. Era già successo nel 1999, al passaggio del millennio e quest'anno c'è la volontà di capire come si possa estendere questa stagionalità. L'idea mi piace molto, perché vengo da una realtà dove ho cercato di fare la stessa cosa. L'Italia, erroneamente, viene concepita come una meta primaverile ed estiva. Ma ha molto da offrire anche in autunno e inverno, fuori dall'affollamento della richiesta dei turisti estivi, quando c'è più relax e i soggiorni possono essere più culturali, volti alla ricerca enogastronomica. Mi piacerebbe che questa parte dell'Italia venisse valorizzata maggiormente in autunno e inverno perché ha moltissimo da offrire.

Quante prenotazioni avete già ricevuto per l'estate 2022?

Sarà una stagione esplosiva. Non riusciamo a stare dietro a tutte le richieste: viaggiamo su livelli di occupazione altissimi. Dopo due anni di pandemia e rinuncia, c'è voglia di ripresa.

Quale variazione rispetto al periodo pre-pandemico?

Ci sono state variazioni in termini di appuntamenti, come per il Concorso di Eleganza, la nostra manifestazione dedicata alle più belle auto d'epoca, che nel 2021 era slittato a fine estate, mentre quest'anno è tornato a maggio, data canonica dai tempi del pre-Covid. Per quanto riguarda le prenotazioni, invece, i numeri sono quelli del pre-Covid: sono finalmente tornati i clienti nord americani.

In quale modo la pandemia ha cambiato l'ospitalità di lusso?

L'ospite è diverso nel post-Covid: è più esigente e vuole di tutto di più. Il vero lusso sono le esperienze emozionali che gli alberghi possono regalare: inaspettate, vere e rappresentative. Oggi le persone viaggiano con altre e nuove aspettative, sono molto più preparati. Inoltre, è la destinazione che fa l'hotel e non più il contrario: l'approccio al viaggio è completamente nuovo.

Non solo la pandemia, la guerra in Ucraina e le sanzioni che ne sono conseguite stanno minando il turismo di lusso sul Lago di Como. E' significativa la presenza di viaggiatori russi nella vostra struttura?

Sembrerà strano, ma sul Lago sembra che nessuno se ne sia accorto: è forse questo il lato preoccupante? Nonostante tutto, il Lago di Como sta vivendo uno dei suoi periodi più floridi, con numeri che superano di gran lunga il 2019. E, attenzione, un +20% dal 2019, non dal 2020 o dal 2021. La presenza della clientela russa, comunque, non è mai stata particolarmente significativa a Villa d'Este. Gli americani, invece, ci sono da tempo e continuano a venire. La domanda che ci facciamo è se il ritorno degli statunitensi possa essere duraturo, visto che negli States si prospetta una crisi economica dal prossimo anno in poi.

A proposito della stagione estiva alle porte, avete riscontrato difficoltà nel trovare lavoratori stagionali?

A Villa d'Este abbiamo la fortuna di avere personale molto fedele. Alcuni hanno iniziato come primo lavoro e sono rimasti, altri ritornano stagione dopo stagione per molti anni: mi ha sempre colpito questo sentimento di appartenenza. Detto questo, negli ultimi tempi è cambiato molto l'approccio all'ospitalità degli alberghi, soprattutto dal momento che è cambiato proprio l'approccio alla ricerca del personale.

Quali pensa siano le ragioni di una simile situazione e quali le possibili soluzioni?

Ritmi lunghi e serrati rendono sempre più difficile la ricerca di professionisti, soprattutto dopo il Covid. A Villa d'Este vogliamo puntare su un sistema formativo, ottimale per permettere ai dipendenti di lavorare in un ambiente sereno, stimolante e affidabile. Parliamo poi di salari competitivi e di tutto un insieme di benefit: dagli alloggi ai pasti, fino alle divise. C'è da dire che le nuove generazioni sono le più volubili: se sono cambiati gli ospiti sono cambiati anche i dipendenti, che hanno molte più domande e forse a volte meno aspettative motivazionali.

La preoccupa, invece, l'aumento dei costi delle utility?

Un po' di preoccupazione è inevitabile, è difficile fare delle previsioni con questo andamento al rialzo così repentino. Abbiamo la fortuna di avere un flusso di turismo e di richieste senza precedenti e proprio per questo riusciamo a bilanciare l'innalzamento dei costi. Per il momento resistiamo, vedremo in futuro.

Viste le diverse sfide di questo periodo storico, qual è, secondo lei, il futuro dell'ospitalità di lusso?

Polarizzato. A mio parere, ci sarà grosso problema in tutto quello che è tre-quattro stelle: i cinque stelle, al contrario, vivranno un momento florido, vista la grande richiesta, dal momento che il potere di acquisto di chi può permettersi questi hotel è aumentato. Bisogna essere pronti a fronteggiare questo momento con un'offerta diversificata e proattività. I conservatori del turismo di lusso, fermi sulle proprie posizioni, ne pagheranno le spese.

Elisa Tonussi

IMMAGINI DELL'HOTEL VILLA D'ESTE SUL LAGO DI COMO

BAMBOCCIONI A CHI?

Dalla Piazza dei Mestieri di Torino sono usciti oltre 7mila tra cuochi, camerieri e pasticceri. L'80% di loro lavora stabilmente. Alla faccia di chi pensa che tutte le nuove generazioni siano pigre e smidollate.

La questione del personale della ristorazione è una delle più spinose degli ultimi tempi. Chiunque si è sbracciato a dire la sua. Un ritornello piuttosto comune e fin troppo ultimativo: i giovani non hanno voglia di lavorare. Ma sarà davvero così? Tempo fa, è intervenuto pubblicamente Diego Odifreddi, presidente della Fondazione Piazza dei Mestieri di Torino, una realtà formativa che si è espansa anche a Milano e a Catania. Per Odifreddi, la questione è diversa: "Ho appena aperto a Milano la seconda Piazza dei Mestieri, e ho fatto il pieno di ragazzi che vogliono imparare il mestiere di pasticciere, cuoco, cameriere. Ma poi il mercato è disposto a pagare adeguatamente?". Al che, la curiosità sale: quale istituzione riesce a fare il pieno di ragazzi alla ricerca di un mestiere faticoso e impegnativo?

Una realta' da 18 anni

La Piazza dei Mestieri è nata nella città sabauda nel 2004. Da allora, ha formato migliaia di giovani. Ce lo spiega Gianni Clot, direttore generale e consigliere della Fondazione: "La nostra è una realtà complessa. Mi piace definirla in due modi: un luogo di educazione, e un centro di aggregazione per i giovani. È un posto dove li formiamo, li educhiamo non solo al lavoro ma anche a vivere il loro tempo libero, valorizzando i loro talenti. Vogliamo contrastare il fenomeno della dispersione scolastica dei ragazzi, che, anche se pare incredibile, nel 2022 esiste ancora. Poi, curiamo l'inserimento nel mondo del lavoro". Concretamente, ci sono vari percorsi formativi: "Proponiamo studi simili a quelli alberghieri: cucina, sala, bar, panificazione, pasticceria, cioccolateria… Particolarmente importante è il lavoro sul campo. È questa la peculiarità del 'metodo Piazza': accanto ad attività di 'trasferimento di competenze', diciamo così, prevediamo l'affiancamento diretto a realtà produttive. Insomma: i ragazzi vanno a lavorare accanto ai maestri di bottega, in vere e proprie palestre di lavoro che li aiuteranno anche a capire e metabolizzare le contraddizioni della vita".

I numeri

E dalla Piazza esce un vero e proprio esercito di giovani motivati: "Per dare due numeri, nei nostri precorsi di Torino, Milano e Catania sono entrati 7.300 ragazzi a partecipare alle nostre attività. Non li chiamo allievi, preferisco definirli partecipanti. Dopo la loro qualifica, li accompagniamo per due anni, diciamo che gli facciamo fare un periodo di rodaggio. Abbiamo rapporti con 700-800 aziende, a cui mandiamo pochi curriculum mirati, selezionati in base alle competenze di ciascuno". Per esempio? "Un ragazzo dalla forte memoria, dalla parlantina rodata e dalla forte attitudine ai rapporti col pubblico, può essere mandato a fare sala in un ristorante stellato Michelin. Altri, viceversa, potrebbero essere più adatti, per personalità e attitudine, a un bistrot o una trattoria". E la cosa ha avuto successo? "Basti dire che il 70-80% dei ragazzi formati da noi ha trovato stabilmente lavoro, o ha continuato gli studi".

Altri numeri istruttivi: con la Piazza collaborano 406 docenti, che insegnano in 93 corsi. Complessivamente sono state erogate oltre 56mila ore di formazione. Della piazza, anzitutto, fa parte un ristorante che è tuttora segnalato dalla Guida Michelin, dalla Guida Ristoranti Gambero Rosso e da quella de L'Espresso. Lo chef è Marco Camilli, e il suo secondo, Azis Grembi, si è diplomato proprio alla Piazza, nel 2008. Poi, da anni è operativo il birrificio, che produce varie tipologie di birra, consentendo anche di provarla direttamente in accompagnamento a qualche semplice piatto. E la cioccolateria? Sotto la guida di Marina Minniti, ogni giorno nascono praline da leccarsi i baffi, e gli assistenti della maestra cioccolatiera sono arrivati tutti dai ranghi della scuola.

Non poteva poi mancare un laboratorio di panificazione, in un momento in cui gli italiani hanno riscoperto la bontà del pane di qualità, con lievitazione attenta e farine selezionate. Alla Piazza, dunque, preferiscono di gran lunga i fatti alle chiacchiere, e oltre a forgiare giovani idonei a un mestiere, ne impiegano loro stessi direttamente nelle proprie attività.

Il dramma del lavoro

Quello del lavoro, nel mondo ristorativo, è un argomento molto caldo. Anche secondo Clot, non bisogna dare una colpa a pigrizie dei giovani, vere o presunte: "Forse le trasmissioni televisive non hanno aiutato a creare un'idea del tutto corretta di qual è il mestiere in questo campo. Il ragazzo che lo conosce solo attraverso la tv, troverà una delusione la prima volta che inizia a lavorare. Il mondo della ristorazione è fatto di gavetta. Anzitutto, si comincia con stipendi bassi, fin troppo. Poi, ci si trova a lavorare la sera e la notte, quando gli altri si divertono. Bisogna avere una forte motivazione, una passione anzi, per una professione del genere. Che qualcuno se ne ritrovi scoraggiato, è del tutto normale". Secondo Clot, poi, anche la pandemia ci ha messo del suo: "Col Coronavirus, ci siamo trovati ad avere tutti un sacco di tempo libero. Nel peggiore dei casi, a qualcuno ha fatto radicare la convinzione che può stare bene anche senza fare niente, prendendo i sussidi, la cassa integrazione o il reddito di cittadinanza, e magari facendo qualche servizio sottobanco, in nero. Esempi del genere non sono i migliori per motivare qualcuno a cimentarsi con un mestiere che richiede cospicue fatiche. Tutto questo è stato rovinoso, ha mandato al macero il concetto stesso di merito". E così, ci si è ritrovati con tutto il comparto che si ritrova in sofferenza, perché mancano cuochi e camerieri. Il risultato? "Questa sproporzione della domanda rispetto all'offerta è stata deleteria: alla fine, non si può fare selezione, si è costretti a prendere chi è disponibile al lavoro, indipendentemente da quanto è qualificato per farlo. Da parte nostra, noi continuiamo a formare i ragazzi secondo le nostre linee guida, convinti che solo con un'attenta formazione e un'altrettanto scrupolosa educazione della persona possono nascere figure professionali in grado di accettare la sfida in un momento tanto difficile".

Tommaso Farina

ACETO: TUTTO UN ALTRO MONDO

È una vera e propria arte. Il risultato di un processo dettagliato e meticoloso, che affonda le sue radici nella storia. Le tipologie di prodotto e le indicazioni geografiche a tutela del comparto.

La genesi dell'aceto

L'Aceto è il prodotto derivato dalla fermentazione di liquidi poco alcolici a opera di alcuni microrganismi, gli *acetobacter,* che trasformano l'alcol etilico in acido acetico. Può essere derivato da materia prima diversa. Troveremo quindi innumerevoli tipi di aceto in base alla derivazione: di vino, frutta, malto, riso, frutta, alcool.

Il suo uso predominante è sempre stato per finalità alimentari, sia come condimento che conservante. Le origini dell'aceto sono remotissime. Già nel 4.000 a. C. i Babilonesi lo producevano partendo da vino di datteri, d'uva o da birra, per poi utilizzarlo come condimento, conservante o per disinfettare l'acqua da bere. Riferimenti all'aceto si trovano inoltre anche nel Vecchio Testamento e nella cultura greca.

Per lungo tempo l'aceto fu prodotto in maniera molto semplice, lasciando inacidire all'aria liquidi contenenti alcol o zuccheri, in genere per settimane o mesi, e con risultati ampiamente variabili. Soltanto nel XVIII secolo cominciarono a diffondersi sistemi e tecniche per una produzione più rapida e stabile, con successivi perfezionamenti che hanno portato alle moderne tecniche industriali.

In Italia, la produzione dell'aceto è da sempre legata alla produzione del vino. Anche se negli ultimi decenni il nostro Paese è diventato famoso in tutto il mondo per la produzione di due eccellenze: l'Aceto balsamico tradizionale di Modena Dop e l'Aceto Balsamico di Modena Igp. Un terzo prodotto secolare si unisce ai famosi aceti di Modena: l'Aceto balsamico tradizionale di Reggio Emilia Dop.

Aceto di vino

L'aceto di vino rosso o bianco è il derivato della doppia fermentazione dell'alcol etilico che si trova nel vino di partenza e che si trasforma in acido acetico a opera dei batteri acetici in presenza di ossigeno.

CESARE ED ELDA MENGAZZOLI

Come previsto dalla Legge italiana, presenta un'acidità totale compresa tra 6 e 12 grammi per 100 millilitri, una quantità di alcol etilico non superiore a 1,5% in volume.

Nella categoria degli aceti di vino al consumo, unitamente a quelli comuni di acidità acetica 6%, si distinguono gli aceti aromatici ottenuti da particolari selezioni di vino, accurate fermentazioni acetiche e lunghi invecchiamenti. Quest'ultimi hanno acidità superiori al 6% e quantità di alcool etilico non oltre il 4%. Gli aceti di vino artigianali, gli aceti da singoli vitigni o quelli da vini Dop e Igp fanno parte di quest'ultima categoria. È però necessario prestare attenzione alle definizioni: l'aceto di vino ottenuto da vino con Denominazione o Indicazione protetta non è a sua volta Dop o Igp.

All'aceto di vino si possono anche aggiungere aromi ed essenze mediante macerazione, infusione o aggiunta diretta nella quantità non superiore al 2%. Così prendono vita prodotti a base di aceto di vino aromatizzati, come l'aceto di vino al lampone, al dragoncello, all'aglio, al pepe verde, allo scalogno e alla salvia.

GIORGIO MENGAZZOLI ESEGUE L'ANALISI SENSORIALE DELL'ACETO

TIPOLOGIE DI PRODOTTO

ACETO BALSAMICO DI MODENA IGP

L'Aceto balsamico di Modena è frutto dell'esperienza tramandata di generazione in generazione dalle famiglie estensi. È un condimento equilibrato tra il dolce e l'agro, dal sapore intenso e dal profumo caratteristico e con un'acidità totale di 6 per 100 millilitri.

Viene ottenuto da mosti d'uva provenienti esclusivamente dai vitigni di Lambrusco, Sangiovese, Trebbiano, Albana, Ancellotta, Fortana e Montuni, parzialmente fermentati e/o cotti e/o concentrati, al quale viene aggiunto aceto di vino, nella misura minima del 10%, e una aliquota di aceto vecchio di almeno 10 anni. La percentuale di mosto d'uva non dovrà mai essere inferiore al 20%. È inoltre consentita l'aggiunta di caramello fino a un massimo del 2% del volume del prodotto finito per l'eventuale stabilizzazione del colore.

La ricetta con le percentuali di mosto e aceto di vino nella preparazione dell'Aceto balsamico di Modena Igp è molto variabile: è il mastro acetaio a decidere il mix di partenza in base alle caratteristiche del prodotto che vuole ottenere.

Il Disciplinare di produzione delle Igp prevede infine il titolo di 'invecchiato' per un Aceto balsamico di Modena che abbia passato un periodo in affinamento di almeno tre anni. Trattandosi di un'Igp, l'assemblaggio delle materie prime, l'elaborazione, l'affinamento, l'invecchiamento in legno devono aver luogo obbligatoriamente nelle province di Modena e Reggio Emilia.

ACETO BALSAMICO TRADIZIONALE DI MODENA DOP

L'Aceto balsamico tradizionale di Modena costituisce una realtà unica al mondo nel panorama dei condimenti a base acetica. A differenza dell'aceto di vino, che proviene da un liquido alcolico, il balsamico si ottiene direttamente dal mosto d'uva. La sua produzione è documentata già nell'XI secolo.

Attualmente questo prodotto è tutelato dal marchio di Denominazione di origine protetta. La sua produzione è normata dal Disciplinare e tutelata dal Consorzio che ne stabilisce l'idoneità all'imbottigliamento e quindi alla vendita. Il Disciplinare stabilisce la materia prima, che deve tassativamente essere mosto cotto di uve prodotte da vitigni tradizionalmente coltivati nella provincia di Modena e concentrato con metodologie ben precise. Anche il processo produttivo è rigidamente fissato. Si procede con il riempimento di un primo barile di legno con innesto batterico. Durante l'anno, questo barile consentirà di effettuare il rincalzo delle botticelle successive. La serie di botticelle viene comunemente chiamata 'batteria' e può essere costituita da legni tipici della zona quali rovere, castagno, gelso, ciliegio, ginepro. Il tempo (l'invecchiamento minimo è di 12 anni) e la perizia del mastro acetaio nei rincalzi consentono di ottenere questo prodotto d'eccellenza della cucina tradizionale locale, definito 'Oro nero'.

Giunto alla giusta maturazione, dall'ultima botticella della batteria e solo da quest'ultima, si spilla il prodotto nella quantità massima di circa un quinto rispetto al volume contenuto. Il prodotto viene poi passato al vaglio da una commissione di mastri assaggiatori che ne stabiliscono l'idoneità e infine confezionato nella bottiglietta da 100 ml progettata dal famoso designer Giorgetto Giugiaro, sigillata da un contrassegno numerato a garanzia di qualità e originalità.

ACETI DI FRUTTA

Così come si produce aceto dal vino, si può produrre aceto anche dalla frutta con la stessa azione di batteri *acetobacter* che, in presenza di aria e acqua, ossidano l'etanolo contenuto nel sidro di mela o in qualsiasi altro fermentato di frutta, trasformandolo in acido acetico. Il risultato è un prodotto acidulo, ottenuto con le stesse tecniche di produzione dell'aceto di vino, con sentori e richiami del frutto da cui è stato prodotto. Nascono così l'aceto di melograno, dattero, lampone e mele. Quest'ultimo, dal caratteristico colore dorato e brillante, viene ottenuto dalla fermentazione naturale del sidro di mele o dal succo di mela. Si mantiene ricco di vitamine e sali minerali, fresco e pungente, dal gusto leggero e fruttato. Un discorso a parte va invece fatto per il Balsamico di mela, ottenuto da una particolare e difficile tecnica di lavorazione che trasforma in modo diretto il succo di mele parzialmente concentrato in aceto di mele, preservando tutte le caratteristiche aromatiche del succo di mele, come la dolcezza e freschezza. Il risultato è un prodotto dolce e aromatico, di acidità gradevole e vellutata.

ACIDULATI

Gli acidulati sono fermentati di frutta (tecnicamente sono fermentati di succhi di frutta) ispirati a un condimento fermentato a base di prugne (Ume) tipico della cucina tradizionale giapponese, l'Umeboshi. Per produrlo vengono abitualmente utilizzate le prugne giapponesi.

Ogni luogo del mondo, in realtà, produce ormai da secoli aceti o condimenti partendo da diverse materie prime. Da qui la nascita di prodotti come l'acidulato di banana, ananas, dattero, riso, malto e miele che mettono insieme la tradizione e le materie prime di luoghi lontani, le nuove tecniche di produzione e il supporto di enologi qualificati. Il risultato è un'anima delicatamente agra, declinata in diverse sfumature di gusto in base alla materia prima di partenza.

Cesare Mengazzoli,
managing director di Acetificio Mengazzoli

PERCHÉ ROYAL È (SEMPRE) ROYAL

Il celebre hotel di Sanremo apre le porte della sua lussuosa struttura. Ripercorriamo insieme a Marco Sarlo, management consultant dell'albergo, i suoi primi 150 anni di attività.

Sulla Riviera di Ponente, nel cuore di Sanremo, sorge il Royal Hotel. Una struttura cinque stelle lusso, fondata nel lontano 1872 da un'intuizione di Monsù Lorenzo Bertolini, imprenditore valdostano con alle spalle una solida esperienza nel settore alberghiero. Proprio nella celebre Città dei Fiori, a due passi dal lungomare Imperatrice, trovò la meta perfetta per la costruzione della sua struttura di alta classe: un rifugio per l'aristocrazia europea, l'alta finanza, i personaggi celebri e il jet set che, nei mesi invernali, desideravano godere del clima mite di Sanremo.

Oggi, a 150 anni di distanza dalla fondazione del Royal Hotel, l'edificio e i servizi sono stati implementati per andare incontro alle esigenze e ai bisogni della clientela moderna. La proprietà, invece, è rimasta in mano alla famiglia Bertolini che, sette generazioni dopo l'arrivo in Riviera, continua a gestire la struttura.

127 camere, comprese di suite e suite esclusive con ampi terrazzi, tre ristoranti per assaporare un'alchimia di deliziose e creative ricette della cucina ligure, mediterranea e internazionale, 16mila mq di parco subtropicale e una scenografica piscina all'aperto d'acqua di mare riscaldata permettono così agli ospiti del Royal Hotel Sanremo di godere di un assaggio di dolce vita sanremese. Di questo e molto altro parliamo con Marco Sarlo, management consultant di Royal Hotel Sanremo.

MARCO SARLO

Quest'anno Royal Hotel Sanremo festeggia un traguardo importante: 150 anni dalla sua fondazione. Ci racconti un po' la storia della struttura.

In questi primi 150 anni, Royal Hotel Sanremo è riuscito a stare al passo con i tempi e con le richieste dei suoi ospiti senza perdere di vista il proprio passato. Il romanticismo che da sempre contraddistingue questa struttura cinque stelle lusso non si è mai esaurito. La nostra storia è scritta nelle nicchie e negli angoli dell'albergo, nato da una lungimirante intuizione di Lorenzo Bertolini nel 1872. Nell'aria, all'epoca, si respiravano i venti di innovazione portati dalla Belle Époque. Bertolini, già proprietario del Grand Hotel Royal di Courmayeur, aveva intercettato, in anticipo sui tempi, il grande potenziale della città di Sanremo.

Sarebbe?

La città aveva il giusto potenziale per diventare la perfetta cornice per la Bellavita europea. Dall'Inghilterra e dalla Russia arrivavano i primi nobili interessati a trascorrere i mesi invernali godendo del mite clima sanremese. Era inoltre in costruzione la nuova linea ferroviaria Genova-Ventimiglia che collegava l'Italia alla Francia, altra importante opportunità per lo sviluppo del turismo locale. Bertolini iniziò così a costruire il corpo centrale della struttura, che subito divenne punto di ritrovo dell'élite dell'epoca. Degno di nota è ricordare che il titolo 'Royal' fu conferito all'albergo di Bertolini da Sua Altezza Reale Margherita di Savoia perché, quale ospite assidua, ne aveva apprezzato l'arte dell'accoglienza e i suoi servizi.

Quali altre migliorie sono state introdotte nel corso degli anni?

I bombardamenti della Seconda Guerra Mondiale distrussero parte dell'hotel che, il giorno di Natale del 1946, riaprì i battenti completamente rinnovato. Un anno più tardi venne inaugurato il ristorante 'Fiori di Murano'. Il nome trae origine dalle decorazioni in vetro a forma di fiore disegnate direttamente da Mario Bertolini, a cui nel frattempo era stata affidata la gestione della struttura. Pezzi unici, tutti diversi tra loro, visibili ancora oggi all'interno del ristorante.

Cosa può dirci, invece, della piscina?

Alquanto spettacolare, fu ideata e progettata nel 1948 dall'architetto Gio Ponti. La sua forma lagunare, riempita con acqua di mare riscaldata a 27° C, le permise di ritagliarsi un posto di spicco nel panorama internazionale. Immersa in un ampio parco di 16mila mq, con tanto di flora tropicale e subtropicale, gode di una meravigliosa vista sul mar Mediterraneo. Oggi l'hotel, a fronte di una crescente richiesta da parte dei suoi ospiti, dispone inoltre di una zona wellness.

In che altro modo la struttura si è adeguata alle richieste della clientela?

Le camere sono state ampliate e la ristorazione propone un'ampia offerta che segue i trend gourmet del momento, strizzando comunque l'occhio anche alle esigenze alimentari delle famiglie. Siamo infatti un family hotel: durante l'estate i nuclei familiari rimangono il nostro business principale. Ed è per questo che pensiamo a loro con attività e intrattenimenti dedicati ai bambini e momenti di relax e benessere per i genitori.

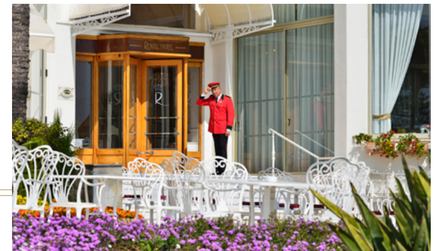
Cosa è cambiato con la pandemia?

Ogni anno sono circa 46mila gli ospiti che pernottano nella nostra struttura. La pandemia e lo scoppio del conflitto in Ucraina non hanno ridotto la quantità di turisti che soggiornano presso il nostro hotel, ma ne hanno modificato il profilo. Fino al 2019 erano principalmente russi, americani e inglesi. Arrivavano a Sanremo in aereo atterrando a Nizza, che dista solo 40 minuti di macchina. Con il propagarsi del Covid-19, invece, i viaggi in aereo sono notevolmente diminuiti. Oggi accogliamo perlopiù francesi, svizzeri, tedeschi, austriaci e olandesi. È un turismo di prossimità, e gli ospiti preferiscono viaggiare in macchina. Per questo abbiamo recentemente ampliato la ricettività del parcheggio e introdotto colonnine di ricarica per le auto elettriche.

Un'ultima domanda. La struttura dispone anche di tre diversi ristoranti. Quale filosofia avete adottato in cucina?

Oltre al già citato 'Fiori di Murano', l'hotel ha all'attivo altri due ristoranti: 'Il Giardino', sulla terrazza vista mare per romantiche cene estive a lume di candela e 'Corallina', a bordo piscina. In cucina il nostro executive chef Moreno Picchietti segue le tendenze del momento: la nostra è una cucina ricercata con prodotti a chilometro zero, per sapori di gran classe. In particolare, al Ristorante Corallina dobbiamo soddisfare le richieste di una clientela che si intrattiene in piscina tutto il giorno e che ha voglia di un pranzo o una cena informale. Per questo motivo, a breve, apriremo a mezzogiorno anche il ricco buffet in piscina che affiancherà la proposta serale delle nostre deliziose pizze, e non solo.

Angelo Frigerio



a casa di...

PRINCIPATO DI LUCEDIO: UN RACCONTO LUNGO NOVE SECOLI

L'azienda agricola è una delle più antiche d'Italia. Gestita dalla famiglia Salvadori di Wiesenhoff, è specializzata nella produzione di riso. Rispetto dell'ambiente e purezza varietale sono alcuni degli asset strategici di questa realtà.

Con una storia lunga quasi nove secoli, l'Azienda agricola Principato di Lucedio è una delle più antiche d'Italia. La sua storia risale infatti al 1123, quando un gruppo di monaci Cistercensi provenienti dalla Borgogna fondò l'abbazia e si occupò della bonifica del territorio. Essendo agricoltori, poi, i monaci si dedicarono alla coltivazione dei terreni e all'inizio del '400 avviarono, primi in Italia, la semina del riso. La proprietà della tenuta passò successivamente al marchese Giovanni Gozani di San Giorgio, antenato dell'attuale proprietaria, la contessa Rosetta Clara Cavalli d'Olivola Salvadori di Wiesenhoff che, valorizzandone il contesto territoriale in cui nasce, ne ha fatto un sito di interesse storico e artistico. L'azienda agricola, gestita personalmente dalla famiglia Salvadori di Wiesenhoff, ancora oggi è specializzata nella produzione di riso di primissima qualità. Situata all'interno di un parco regionale, vanta una superficie di 500 ettari (di cui una parte destinata al biologico) sui quali i vari processi produttivi sono realizzati con il massimo rispetto dell'ambiente - un rispetto garantito anche dalle rotazioni culturali, necessarie per non impoverire i terreni -. Nella superficie biologica, ad esempio, la monda per l'eliminazione delle erbe infestanti viene eseguita ancora in modo manuale, proprio come avveniva nei secoli scorsi con le mondine.

L'offerta del Principato di Lucedio spazia dai classici da risotto, come il Carnaroli e l'Arborio, agli integrali colorati e profumati, ricchi di fibre, fino ad arrivare alle paste di riso e ai preparati per risotti. La purezza varietale e il confezionamento senza l'utilizzo di conservanti garantiscono prodotti sani, genuini e dagli elevati valori nutrizionali.

M.B.

"A Lucedio coltiviamo la storia ed è con questa responsabilità che la nostra famiglia si confronta ogni giorno. Per offrire ai nostri clienti un'esperienza di gusto tipica dell'eccellenza italiana".
Paolo Salvadori di Wiesenhoff

RISO CARNAROLI

Il riso Carnaroli è la varietà più prestigiosa di riso italiano, utilizzata senza distinzioni regionali. Vanta un chicco di grandi dimensioni e un'alta percentuale di amilosio che assicura una bassa collosità e un'ottima tenuta alla cottura, qualità che ne fanno l'ingrediente ideale per risotti e insalate. Il riso Carnaroli del Principato di Lucedio è coltivato nei terreni dell'Azienda agricola attraverso processi produttivi rispettosi dell'ambiente.

FOTO: GUIDO FINO

guida chef

SPECIALE VENETO

Le maestose Dolomiti. Il mitico Lago di Garda. Le colline del Valdobbiadene, che sono perfino state dichiarate Patrimonio dell'Unesco. Il Veneto spicca per la varietà geografica del suo territorio, che genere un'altrettanto varia offerta gastronomica. Come non citare i vini: da quelli della Valpolicella, con l'Amarone a fare da capofila, all'arcinoto Prosecco, passando per qualche bottiglia di nicchia. Ma ci sono anche gli oli del Garda, i formaggi, i salumi. Nelle prossime pagine una rassegna delle specialità di alta gamma di alcune aziende venete. E un'intervista con il governatore Luca Zaia.

a cura di Elisa Tonussi

segue

"VI RACCONTO LA MIA REGIONE"

Il valore del settore agroalimentare veneto. E un focus su quello vinicolo. L'opportunità dei Giochi Olimpici invernali nel 2026. Intervista con il governatore Luca Zaia.

L'agroalimentare, che genera un valore complessivo di 6,4 miliardi di euro, è trainante per la regione. Che vanta una straordinaria varietà territoriale e dunque produttiva: dalle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene, alla Valpolicella e al Delta del Po, fino alle Dolomiti. Luoghi che, tra le altre cose, sono importantissime mete turistiche. Nel 2026, poi, insieme alla Lombardia, il Veneto ospiterà i Giochi Olimpici invernali: un'opportunità imperdibile che genererà valore in tutte le filiere. Ne parliamo con il governatore della Regione, Luca Zaia.

Quanto vale il fatturato del settore agroalimentare veneto?

Nel 2021, il valore complessivo della produzione lorda agricola veneta ha superato i 6,4 miliardi di euro: +4,1% rispetto al 2020. Anche il valore aggiunto del settore primario viaggia su importi analoghi, superando i 6,3 miliardi con prevalenza dell'agroindustria sul comparto agricolo. Stiamo quindi parlando di un settore economico trainante per il Veneto e particolarmente vocato all'innovazione, alla ricerca e alla qualità del prodotto. L'anno in corso, partito alla grande con percentuali di crescita, soffre ora l'incertezza dovuta al conflitto russo-ucraino. L'auspicio è che giunga in maniera tempestiva un sostegno all'attività economica, proveniente dalla politica di bilancio e dagli interventi delineati nel Piano nazionale di ripresa e resilienza (Pnrr). Quest'ultimo è un'occasione unica e irripetibile e va utilizzato con concretezza.

Come la Regione valorizza le produzioni agroalimentari locali?

La Regione mette a disposizione dei produttori il sistema 'Qualità Verificata', istituito con specifica legge regionale, che prevede la possibilità di certificare i prodotti agricoli di qualità superiore rispetto alle norme commerciali correnti, identificabili dal consumatore mediante il marchio QV. Infine, è possibile registrare i cosiddetti 'prodotti agroalimentari tradizionali' nello specifico elenco regionale e nazionale e mettendo a disposizione dei produttori uno specifico percorso di valorizzazione per le 'piccole produzioni locali'.

Avete pensato a iniziative specifiche per il settore vinicolo?

Esistono delle misure specifiche di sostegno al settore vitivinicolo che fanno leva sulle risorse dell'Organizzazione comune di mercato (Ocm) e dello Sviluppo rurale (Psr). Ma l'impegno non si esaurisce qui. La Regione ha appena approvato un bando per incentivare la ristrutturazione e la riconversione dei vigneti, favorire gli investimenti per la trasformazione e la commercializzazione dei vini, sostenere la promozione dei vini veneti nei mercati dei paesi terzi. Tre linee di intervento che possono migliorare il posizionamento e aumentare la competitività delle 29mila aziende e degli oltre 100mila ettari di vigneti presenti in Veneto.

LUCA ZAIA

Cortina d'Ampezzo ospiterà le Olimpiadi invernali nel 2026, insieme alla città di Milano: a che punto è lo sviluppo della regione per accogliere un evento di tale portata?

I Giochi Olimpici rappresenteranno una pietra miliare nel percorso di sviluppo di Veneto e Lombardia. Noi ci siamo messi in gioco con le Dolomiti e con la loro perla, Cortina, a far da capofila a un'Olimpiade innovativa, ecocompatibile, senza nuovo cemento, con al centro le montagne e le loro genti, che possono trovare un'occasione di prosperità per decenni, ben oltre la data del 2026. Penso al miglioramento dei servizi fondamentali per le comunità locali, come i trasporti pubblici, la gestione del patrimonio culturale e naturale, la sanità, le scuole, l'assistenza sociale e l'informazione turistica. Solo pensando a destinazioni di montagna evolute - con servizi di qualità e strutture ricettive moderne - potremo dare un contributo fondamentale alla strategia globale di prevenzione dello spopolamento di queste aree.

A quanto è stimato l'indotto delle Olimpiadi?

Le stime parlano di un indotto complessivo di tre miliardi di euro a beneficio dell'intera economia italiana. Ma penso anche, in prospettiva, allo sviluppo dei territori e agli investimenti in termini di infrastrutture, che daranno risposte a problemi che tutti conosciamo. Solo chi saprà sfruttare questa chance potrà beneficiare delle opportunità che vanno ben oltre al perimetro sportivo, abbracciando molte altre filiere creando, sicuramente, una risposta anche in termini occupazionali. Per il Veneto si tratta di un ticket importante.

Per concludere, quale prodotto agroalimentare, o piatto tipico, più rappresenta il Veneto, secondo lei?

Potrei fare un lungo elenco, e certamente ne dimenticherei qualcuno! In un luogo in cui si mangia e si beve bene ci si ritorna. Il Veneto offre solo l'imbarazzo della scelta in questo senso. Penso alle Colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene, alla Valpolicella e al Delta del Po, solo per citarne alcuni. Ma agricoltura e turismo significano anche *slow tourism*, l'anello di congiunzione tra le spiagge dell'Adriatico, le città d'arte, i laghi e le nostre montagne, come le Dolomiti. Questa è la forza della nostra proposta turistica, che sa coniugare ai territori una proposta enogastronomica di eccellente qualità. Dal vino ai piatti della tradizione che rappresentano cultura, identità e storia.

ALBINO ARMANI

www.albinoarmani.com

Anno di fondazione: 1607
Specialità prodotte: rossi di Valpolicella.
Il nostro vino racconta il Veneto perché … siamo a Marano, una delle zone più vocate per la produzione dei grandi rossi di Valpolicella nonché uno dei cinque comuni storici della sottozona 'classica'.

Amarone della Valpolicella Cuslanus Docg Classico Riserva 2016

Proprio dai vigneti situati tra S. Rocco e Camporal arriva l'attenta selezione di uve destinate all'Amarone Riserva, il Cuslanus, dal nome dell'antica divinità adorata dagli Arusnati in Valpolicella al tempo degli Etruschi. Dopo un'accurata selezione in vigna, le uve (corvina, corvinone e rondinella) vengono poste in plateaux e messe a riposo nel fruttaio adiacente alla cantina, dove i grappoli appassiscono lentamente arieggiati e asciutti, così da favorire la concentrazione di zuccheri, struttura e aromi. La pigiatura viene eseguita nei primi mesi dell'anno successivo alla vendemmia. Segue la lenta fermentazione a contatto con le bucce e infine una lunga maturazione in botti grandi e in tonneaux fino all'imbottigliamento. Un sorso vivace, di grande personalità, struttura, freschezza, sapido ed elegante, che regala un finale molto persistente.

SGAMBARO

www.sgambaro.it

Anno di fondazione: 1947
Specialità prodotte: Specialità prodotte: pasta. La linea etichetta gialla è realizzata solo con grano italiano Marco Aurelio; mentre la linea etichetta Bio con grani e cereali speciali lavorati solo con grano duro italiano e biologico.
Il nostro prodotto racconta il Veneto perché… realizzato in uno dei più storici pastifici del Veneto, fondato nel 1947 da Tullio Sgambaro, che è stato il precursore del grano duro a km 0 e del controllo di filiera e che nel 2001 ha deciso di rifornirsi esclusivamente di grano duro italiano certificato.

Spaghetti Linea Etichetta Gialla

Gli Spaghetti sono realizzati con il pregiatissimo Marco Aurelio, grano duro 100% italiano, selezionato grazie a 15 anni di ricerca. Dopo la mietitura il Marco Aurelio viene depositato nei silos di Castello di Godego e di Cerignola in Puglia ed è conservato con metodi che evitano l'uso di pesticidi. Viene poi macinato direttamente nel mulino all'interno del pastificio. Lavorati con delicata trafilatura e lun ga essiccazione, in cottura gli spaghetti hanno ottima tenuta ed elasticità e nel piatto tutto il sapore del grano.

BRAZZALE

www.brazzale.com

Anno di fondazione: 1784
Specialità prodotte: burro, Burro Superiore dei fratelli Brazzale, Gran Moravia.

Burro Superiore Fratelli Brazzale Roll – Salato

Burro Superiore Fratelli Brazzale dal sapore delicato, fresco e leggermente salato. Ottenuto direttamente da freschissime panne di centrifuga, zangolate entro 24 ore dalla mungitura del latte. Realizzato con materia grassa all'84%, si caratterizza per la struttura omogenea e per essere eccezionalmente cremoso e spalmabile, di colore paglierino chiaro. Si distingue per l'aroma delicato, fresco e leggermente salato. Fa parte della gamma aromatizzati della linea Burro Superiore Fratelli Brazzale, disponibile in panetti da 125 grammi o rollini da 40 g, che comprende: Burro classico, Burro salato, Burro affumicato, Burro con erba cipollina o con finocchietto selvatico. Il Burro Superiore Fratelli Brazzale classico è disponibile anche nel panetto da 250 grammi o in formato hotel.

segue

BERTANI
www.bertani.net

Anno di fondazione: 1857
Specialità prodotte: Amarone classico Valpolicella Docg, Valpolicella Ripasso Classico Superiore, Valpolicella Classico, Valpolicella Classico Superiore, Recioto.
Il nostro vino racconta il Veneto perché… è un'eccellenza enologica di questo territorio. Un vino senza tempo. Due le cantine storiche, quella di Grezzana, attuale sede e cuore pulsante dell'azienda dove si svolgono le attività di vinificazione, imbottigliamento e di spedizione, e Tenuta Novare ad Arbizzano di Negrar, nel cuore della Valpolicella Classica, culla di grandi rossi come l'Amarone e il Valpolicella Classico Superior.

Amarone classico Valpolicella Docg 2012

Un Amarone peculiare dallo stile classico, dove l'eleganza prevale sempre sulla potenza. Complesso, bilanciato e armonico. Vino con un'inestimabile e straordinaria longevità. Colore rosso intenso, con sfumature granato. Spiccano al naso le note tipiche di prugna, di ciliegia e di marasca alle quali segue una grande varietà di toni: di frutta secca, foglia di tè, liquirizia e spezie. Al palato, sentori di frutta a bacca rossa, addolciti da morbide note di vaniglia, in perfetto equilibrio con acidità e note tanniche.

LA CASEARIA CARPENEDO
www.lacasearia.com

Anno di fondazione: anni '60
Specialità prodotte: riso italiano di qualità
Il nostro prodotto racconta il Veneto perché… quando Antonio Carpenedo, il fondatore dell'azienda, ha iniziato la sua avventura di affinatore è partito dal riscoprire un'antica tradizione contadina del Piave: riporre il formaggio sotto le vinacce durante la vendemmia.

Blu61

Il Blu61 nasce per celebrare l'unione tra il fondatore Antonio Carpenedo e la moglie Giuseppina, avvenuta nel 1961. Il Blu61 è un erborinato di latte vaccino pastorizzato, affinato attraverso il Metodo Carpenedo in vino Raboso passito con un top di mirtilli rossi in crosta. Peculiare per la sua eleganza e armonia, ha una pasta cremosa con venature verde-blu dovute all'erborinatura. Sprigiona una sinfonia di profumi, dal gusto intenso ma equilibrato con sentori di frutti rossi e note dolci tipiche del Raboso passito. Si abbina bene con i passiti rossi o birre rosse speciali. Ideale come formaggio da dessert è particolarmente adatto alla creazione di risotti o di pizze gourmet.

BORTOLOMIOL
www.bortolomiol.com

Anno di fondazione: 1949
Specialità prodotte: Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg.
Il nostro vino racconta il Veneto perché… da sempre un punto di riferimento nel panorama del Prosecco, la cantina Bortolomiol ha sede a Valdobbiadene, nel cuore della denominazione Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg.

Grande Cuvée del Fondatore Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Rive di San Pietro di Barbozza

La Grande Cuvée del Fondatore Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg è un Rive di San Pietro di Barbozza e racchiude tutta l'esperienza spumantistica della cantina. È un extra brut in tiratura limitata che mira a esaltare tutte le caratteristiche del vitigno glera e sosta per oltre 10 mesi sui lieviti. Dedicato al Fondatore, Giuliano Bortolomiol, questo vino è il simbolo della celebrazione dell'anniversario dei 100 anni dalla sua nascita, che viene festeggiato proprio quest'anno.

CASA SARTORI 1898
www.sartorinet.com

Anno di fondazione: 1898
Specialità prodotte: vini della Valpolicella.
Il nostro vino racconta il Veneto perché… l'azienda è una delle realtà storiche del territorio con oltre 120 anni di attività. I vini della Valpolicella le altre Doc veronesi sulle quali si concentra la nostra produzione sono tra i vini italiani più conosciuti a livello internazionale. Inoltre nel logo della linea Sartori di Verona è rappresentato il simbolo di Cangrande della Scala, signore di Verona e grande conquistatore veneto della sua epoca.

Sartori di Verona 'Regolo' Valpolicella Ripasso Superiore Classico

'Regolo' si presenta quest'anno nella versione 2019, una vendemmia più temperata e tardiva della media, che ha esaltato lo slancio di questo vino, elegante e dallo spirito contemporaneo. Nasce nei vigneti della Valpolicella a nord di Verona, un'area di grande vocazione che si estende nei comuni di Marano di Valpolicella, San Pietro in Cariano e Negrar di Valpolicella. Qui le viti di corvina veronese, corvinone e rondinella, varietà icona del territorio, crescono su terreni argilloso-calcarei tra i 170 e i 250 metri slm, per lo più a pergola veronese. L'ottima qualità dell'uva selezionata e la cura nelle lavorazioni in cantina decretano la personalità di Regolo, che nel bicchiere mostra un colore rosso granato vivo, intensità e persistenza al naso ma anche un bel frutto nitido e agile che conquista il palato.

RISERIA CREMONESI 1951
www.cremonesi1951.it

Anno di fondazione: 1951
Specialità prodotte: riso italiano di qualità
Il nostro prodotto racconta il Veneto perché… le risaie della nostra provincia sono storicamente vocate alla coltura risicola e alla produzione del Vialone Nano, una varietà riconosciuta a livello mondiale per la preparazione di risotti.

Vialone Nano Semilavorato Mappato - Riso della Scala

Il Vialone Nano Semilavorato è il risultato dell'attenta selezione e lavorazione che portano il chicco a metà tra l'integrale e il bianco. Sul retro della confezione è riportato il codice identificativo della partita di risone registrata dall'Ente Nazionale Risi che garantisce una sicura e certa rintracciabilità del prodotto e gli conferisce l'appellativo di Mappato. Questo riso privilegiato ha un sapore rustico e autentico ed è conservato in atmosfera protetta.

FRACCARO SPUMADORO
www.pasticceriafraccaro.it

Anno di fondazione: 1932
Specialità prodotte: dolci tradizionali per la Pasqua e il Natale, croissant, panini dolci.
Il nostro prodotto racconta il Veneto perché… contiene ingredienti delle nostre terre.

Panettone dell'anniversario 90°

Panettone realizzato con lievito madre, burro di malga, uvetta australiana, candito di arancia dal fresco, uova allevate a terra, farina italiana.

RUGGERI
www.ruggeri.it

Anno di fondazione: 1950
Specialità prodotte: Valdobbiadene Superiore di Cartizze Docg negli stili Dry e Brut, Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Millesimati, Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg.
Il nostro vino racconta il Veneto perché… prodotto da un'azienda storica, ben radicata a Valdobbiadene dal 1950 e da oltre 70 anni produce spumanti con uve coltivate e raccolta nelle colline della Denominazione Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg. Giustino B., Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Millesimato Extra Dry, è l'omaggio a Giustino Bisol, fondatore di Ruggeri. Questo Prosecco Superiore rappresenta il gioiello della cantina, nonché la migliore espressione dell'azienda e del territorio.

Giustino B. Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Millesimato Extra Dry

Giustino B. si presenta con un colore giallo paglierino, una spuma fine e persistente. In bocca è ampio e fruttato, ricorda la mela gialla, la pesca, i fiori d'acacia, un bouquet incorniciato da delicate e fresche sfumature di pompelmo rosa. Ha equilibrio e delicatezza uniti a note aromatiche di grande finezza. In bocca è armonico ed elegante, di buona pienezza e persistenza.

FONTE MARGHERITA
www.fontemargherita.com

Anno di fondazione: 1845
Specialità prodotte: acqua minerale, bevande analcoliche in acqua minerale naturale, aperitivi analcolici.
Il nostro prodotto racconta il Veneto perché… l'acqua minerale sgorga dalle Piccole Dolomiti, un contesto montuoso pieno di rigogliosa vegetazione.

Spritz Zero e Gin Tonica Zero

Gli aperitivi analcolici sono l'ultima novità di Fonte Margherita. Spritz Zero e Gin Tonica Zero sono aperitivi realizzati solo con l'acqua minerale delle Piccole Dolomiti e selezionati aromi naturali, senza coloranti artificiali e senza alcool. Con questi due nuovi aperitivi Fonte Margherita prosegue a promuovere una forma di socialità responsabile, la possibilità cioè di divertirsi e di stare assieme bevendo analcolici. I delicati aromi naturali sono stati selezionati con grande attenzione dal laboratorio Ricerca&Sviluppo dell'azienda. Sono disponibili nelle originali bottiglie di vetro che rimandano ai tempi passati così come le etichette che sono state rivisitate in chiave contemporanea da importanti designer. I due aperitivi sono destinati al mondo dell'Horeca che cerca distintività e nuovi prodotti all'insegna della sostenibilità e di una socialità più responsabile.

SERENA WINES 1881
www.serenawines.it

Anno di fondazione: 1881
Specialità prodotte: Prosecco Doc e Docg.
Il nostro vino racconta il Veneto perché…
è l'emblema del territorio. Prodotto da un'azienda famigliare oggi giunta alla quinta generazione, che colloca la sua sede proprio nel cuore dell'area Prosecco, a Conegliano.

Prosecco Doc Treviso extra dry millesimato e Prosecco Doc Rosé brut millesimato

Prosecco Doc Treviso extra dry millesimato e Prosecco Doc Rosé brut millesimato appositamente create per assolvere una missione speciale: sostenere l'iniziativa Obiettivo3, il progetto ideato nel 2017 da Alex Zanardi per avvicinare, accompagnare e sostenere persone disabili introducendole all'attività sportiva. Il Prosecco Doc Treviso extra dry è un vino dal colore giallo paglierino brillante con qualche riflesso verdognolo. Dal perlage vivace, ha profumi di buona intensità con sentori di fiori bianchi e fruttati di mela golden. Buona intensità. Il gusto è fresco e al palato risulta elegante e morbido, con una vena piacevolmente zuccherina. Il Prosecco Doc rosé brut millesimato è di colore rosa tenue, brillante. Dal perlage vivace e spuma persistente, ha profumi di buona intensità con sentori floreali di fiori bianchi e rossi accompagnati da note fruttate come mela, pera e sentori di frutta rossa, come fragola e lampone. Il gusto è fresco e al palato risulta gradevole e armonico.

segue

GIANNITESSARI

www.giannitessari.wine

Anno di fondazione: 2013
Specialità prodotte: vini rossi, bianchi e spumanti.
Il nostro vino racconta il Veneto perché… è uno spumante prodotto con un'uva autoctona, e cioè tipica, che si trova soltanto nel Veneto e nello specifico nelle due province di Verona e Vicenza.

Lessini Durello Riserva Extra Brut Metodo Classico

Oggi Giannitessari si afferma come la grande firma del Lessini Durello Spumante Metodo Classico. La sua filosofia all'insegna della pulizia dei gusti e del rigore in ogni scelta lo porta a utilizzare per le basi spumanti uva durella al 100% e a perseguire la qualità in ogni passaggio. La durella è il vitigno autoctono dei Monti Lessini, una vite antica e rustica che dona uve dorate la cui caratteristica fondamentale è un tipico sapore acidulo e una buccia spessa. Oggi, a distanza di secoli dalle sue origini, il vitigno è stato rivalutato: dell'acidità e della durezza che lo contraddistinguono emergono le straordinarie potenzialità di sviluppo e affinamento. L'Extra Brut Lessini Durello Riserva affina per minimo cinque anni nella cave sotterranee della cantina e questo gli dona un colore giallo brillante con fine perlage. Aroma complesso di croissant e note di miele e pesca bianca. Vigorosa sapidità e persistenza.

BISOL – GRUPPO LUNELLI

www.bisol.it

Anno di fondazione: Bisol1542 è parte del Gruppo Lunelli dal 2014, ma la sua storia risale al 1542
Specialità prodotte: Prosecco Superiore di Valdobbiadene.
Il nostro vino racconta il Veneto perché… le colline eroiche, Patrimonio Unesco, su cui dimorano i vigneti dove nasce il Crede di Bisol142 dimorano in un paesaggio unico, incastonato tra Cortina e Venezia: un'unione tra territori simbolo di italianità e bellezza, da preservare e scoprire.

Bisol1542 Crede Prosecco Superiore di Valdobbiadene Docg

I terreni argillosi su cui cresce l'uva glera impiegata per realizzare questo Prosecco Superiore garantiscono una ottimale idratazione alle viti. Per questo, nel calice si ritrova una bollicina dalla spiccata nota floreale e dai vibranti riflessi argentati. Il perlage è minuto e persistente. L'armonia sensoriale si completa, assaggio dopo assaggio, in un sorso sapido, elegante e versatile.

JOE&CO

www.joeandco.it

Anno di fondazione: 2010
Specialità prodotte: oli vegetali nutrizionali biologici.
Il nostro prodotto racconta il Veneto perché… Crudolio nasce proprio dalla grande tradizionae olearia veneta.

Crudolio

Crudolio nasce dalla grande tradizione olearia veneta. L'azienda, ora gestita dalla seconda generazione - Elisabetta ed Elena -, ha studiato gli oli e i loro semi per oltre 30 anni permettendole di seguire quella che è la sua filosofia: rispettare la natura, l'agricoltura e gli stessi agricoltori. Privilegia il km0, dove possibile, garantendo una filiera produttiva made in Italy. Ma alcune specie di frutta e/o semi sono importati dai loro luoghi d'origine. In questo modo, il prodotto è qualitativamente migliore (clima e terreno sono fattori decisivi). L'azienda può inoltre dare un contributo economico ai paesi in via di sviluppo, ma con grandi potenzialità.

LE MANZANE

www.lemanzane.com

Anno di fondazione: 1984
Specialità prodotte: Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg, Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Millesimato, Springo Conegliano Prosecco Superiore Docg Millesimato, Prosecco Doc Millesimato Rosé Brut, Verdiso, Manzoni Bianco e Marzemino Passito.
Il nostro vino racconta il Veneto perché… il Prosecco è famoso in tutto il mondo. Noi produciamo il Docg nel cuore delle Colline del Prosecco Superiore, proclamate il 7 luglio 2019 Patrimonio mondiale dell'umanità Unesco.

Springo Blue Conegliano Prosecco Superiore Rive di Formeniga Docg Brut

Con un residuo zuccherino attorno ai 5 g/l, Springo Blue è un prosecco 'messo a nudo' ed è l'espressione più autentica del territorio della Docg. Le preziose bollicine sono state, infatti, ricavate da selezionate uve provenienti dalla Riva di Formeniga nel comune di Vittorio Veneto (Treviso), una delle 43 'rive' elette e autorizzate in tutta la zona a denominazione garantita (Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg). Le viti, esposte a sud, crescono sulle colline più impervie. La produzione è ridotta a 130 quintali per ettaro e la vendemmia è stata fatta rigorosamente a mano. Il carattere è esuberante e carismatico. 'Springo', infatti, in dialetto veneto significa vivace, brioso. Springo Blue si presenta con un colore paglierino platino. Al bouquet è piacevolmente fruttato con sentori di mela, mughetto, glicine e note vegetali di salvia e timo, cedro, arancia e cenni minerali di pomice. In bocca il perlage sottile si scioglie lasciando una sensazione cremosa e avvolgente. Il risultato è uno spumante elegante che stuzzica i sensi e regala emozioni. Dal gusto fresco, sapido e armonico, è il vino ideale da sorseggiare davanti a un tramonto sul mare in una notte d'estate.

MIONETTO

www.mionetto.com

Anno di fondazione: 1887
Specialità prodotte: spumanti e Prosecco Doc e Docg.
Il nostro vino racconta il Veneto perché… nasce nella terra di origine del Prosecco Doc di cui è espressione di eccellenza e stile enologico.

Prosecco Rosé Doc Millesimato Extra Dry Luxury Collection

Spumante ottenuto da uve glera e dalla vinificazione in rosso del Pinot Nero, che dona alla Cuvée il suo suggestivo colore rosato. La spumantizzazione con il metodo Charmat e l'affinamento sui lieviti in autoclave per 60 giorni ne esaltano gli aromi primari e secondari. Si presenta con un suggestivo colore rosa fiore di pesco e un bouquet floreale e fruttato, con evidenti note di piccoli frutti rossi e pompelmo. L'affinamento sui lieviti a cui viene sottoposto fa sì che emergano le avvolgenti note aromatiche di miele e crosta di pane. Spumante a tutto pasto, ottimo dall'aperitivo al finger food, fino a un pranzo Italian style in particolare a base di molluschi, crostacei e crudità di mare. Ideale anche con i risotti a base di pesce.

RIME CRAFT DISTILLERS

www.rivermentanagin.it

Anno di fondazione: 2018
Specialità prodotte: gin monobotanico.
Il nostro prodotto racconta il Veneto perché… è un puro distillato di territorio, nato da una ricerca durata diversi anni, che ripercorre le antiche rotte della Serenissima. L'idea di un 'gin veneziano' parte da una ricetta di gin monobotanico a base esclusivamente di bacche di ginepro, prodotto da Domenico Maschio negli anni '40.

River Mentana

La ricetta di famiglia si basa su un blend di bacche di sorprendente aromaticità, dove il dolce-acidulo dei ginepri di collina lungo il fiume Piave si fonde con il balsamico intenso dei ginepri di alta quota del Gran Bosco da Reme di Venezia. La base alcolica è caratterizzata dal Mentana, un grano antico, profumato e cremoso, con una spiccata salinità, coltivato vicino alla laguna di Venezia. La distillazione delle bacche, macerate in alcol di cereali, avviene in alambicchi artigianali di rame. Colore 'river', come i diamanti più puri, il bouquet regala le sfumature del grano (profumi di malto, pane appena sfornato, nocciola tostata) e del ginepro (piccoli frutti di bosco, note erbacee, di menta e un fruttato pungente). Al palato è pieno, vivace, con note di legno, pino e genziana. Il finale è lungo, terroso, emozionante. Style London Dry: 42% vol.

OPIFICIO 1899 VERONA

www.opificio1899.it

Anno di fondazione: 1899
Specialità prodotte: manzo marinato, coscia cotta, brasa coèrta, salame dolce, salame Verona, stanga e stanghéta veronese.
Il nostro prodotto racconta il Veneto perché… nasce da una tradizione salumiera di famiglia iniziata nel 1899, tra le colline della Valpolicella storica e più precisamente a Pescantina, antico porto fluviale sulle rive dell'Adige.

Stanga e Stanghéta veronese di puro suino

La Stanga è una soprèssa di circa 2,3 kg, preparata come da tradizione veronese e veneta. Prende il nome dal bastone sul quale si appendevano i grandi salami durante la stagionatura. La sua interpretazione più piccola, la Stanghéta, pesa circa 0,5 kg. Per a sua produzione sono state selezionate le parti nobili di carne e di grasso provenienti da suini pesanti italiani di oltre 200 kg. Alla ricetta storica sono stati applicati i principi aziendali: assenza totale di conservanti di sintesi, poco sale, spezie tipiche, un po' di miele e vino della Valpolicella. Per le versioni con aglio viene preparato un infuso molto delicato. Tutte le fasi, dall'impasto all'insacco nel budello naturale fino alla legatura, sono svolte manualmente. La stagionatura supera i sei mesi per la Stanga e i tre mesi per la Stanghéta. La grana rustica della fetta, dalla tessitura morbida e avvolgente, si fonde con la spiccata pulizia gustativa di uno squisito equilibrio di sapidità e dolcezza, aromi tipici e profumi eleganti.

STRINGHETTO

www.stringhetto.com

Anno di fondazione: 2007
Specialità prodotte: preparazioni a base di frutta senza pectina aggiunta, creme spalmabili al cioccolato, prodotti di cioccolateria (cremini, tartufi), verdure in agrodolce.
Il nostro prodotto racconta il Veneto perché… all'interno della nostra collezione di preparazioni naturali a base di frutta c'è una selezione di frutta che proviene direttamente dalla nostra azienda agricola. Nella zona in cui ci troviamo, nel basso veronese, a pochi chilometri dalla nostra sede produttiva di Legnago, coltiviamo, in aperta campagna, in modo totalmente naturale: more, fichi e zucche.

Preparati di Frutta

I nostri Preparati di Frutta si contraddistinguono per l'altissima percentuale di frutta che in taluni casi raggiunge il 180% di frutta utilizzata su 100 g di prodotto finito. Non viene utilizzato nessun tipo di addensante o pectina, ma semplicemente concentriamo la frutta fino a ottenere la giusta densità e spalmabilità del prodotto. La sensazione finale al palato è quella di una vera e propria frutta al cucchiaio che vi conquisterà al primo assaggio. Ci sono a disposizione più di 40 tipi di frutta, dai gusti classici come la fragola (premiata Gambero Rosso nel 2020), l'albicocca, la pesca, i frutti di bosco fino agli abbinamenti più particolari come il melone con limone, l'ananas con il lime, o il manpo, un mix di mango e pompelmo.

segue

MONTELVINI
www.montelvini.it

Anno di fondazione: 1968
Specialità prodotte: Asolo Prosecco Superiore Docg
Il nostro vino racconta il Veneto perché… nasce da un unico vigneto chiamato Fontana Masorin nel cuore del Montello a 333 metri sul livello del mare. La tenuta di circa due ettari è stata selezionata per le sue caratteristiche uniche. Il suolo costituito da marne e ferreti conferisce un'intensa mineralità e struttura al vino ottenuto. L'altitudine di collina unita all'aria fresca proveniente dal Piave garantiscono ventilazione e un'ottima escursione termica per esaltare l'aromaticità dell'uva Glera.

FM333 Asolo Prosecco Superiore Docg Brut - Millesimato

Freschezza e sapidità creano la struttura portante di questo spumante che si fregia di una spuma vivace ma al contempo soffice e cremosa. Il vino si presenta di un brillante giallo paglierino, decorato da tenui riflessi verdognoli. Al naso si percepiscono deliziosi tocchi aromatici che riportano alla mela Golden, e alla pera Williams. Il tutto è completato da un apporto floreale che trova nel glicine e nell'acacia una dolce e primaverile alleanza. La bollicina è finissima e persistente, ipnoticamente attrae con una sinuosa danza alla quale si cede appagati da un'eleganza aromatica unica. Al palato lo spumante si presenta imperioso, minerale, vivace per poi allargarsi in una esplosione gustativa di lunghissima persistenza, nella quale si ritrovano le sensazioni olfattive oltre ad accenni di papaia ed ananas. FM333 è perfetto con crudità di pesce, frutti di mare al vapore e pietanze mediterranee.a

LA CANTINA PIZZOLATO
www.lacantinapizzolato.com

Anno di fondazione: 1981
Specialità prodotte: produzione interamente di vini biologici certificati, in particolare di Prosecco Doc, Cabernet Sauvignon e Merlot senza solfiti aggiunti, Raboso Piave e Malanotte Docg, Manzoni Bianco, Pinot grigio e Chardonnay, Pinot Nero. Produzione anche di vini Piwi, da vitigni resistenti.
Il nostro vino racconta il Veneto perché… il vino è uno dei prodotti per eccellenza della regione in cui operiamo. Produrlo interamente biologico significa poi qualcosa in più, lasciare una dote importante, dare ai propri figli un futuro sano, ecco quello che principalmente ci spinge a praticare questo tipo di agricoltura. In particolare il vino qua presentato, lo Spumante Rosato "M-use" è realizzato con le due uve più significative del Veneto, il glera e il raboso e rappresenta un progetto aziendale green e sostenibile.

Spumante Rosato Extra Dry 'M-use'

Il nostro Spumante rosé 'M-use' è uno spumante rosato extra dry realizzato con le uve glera e raboso, dai riflessi rosati brillanti e un profumo armonico, fruttato con sentori delicati di marasca e note floreali. In bocca sprigiona un sapore armonico, con noti di dolcezza equilibrati da una giusta acidità. Un vino ideale come aperitivo, per accompagnare tempura di verdura e altri svariati tipi di antipasto. M-use non è solo vino però ma è soprattutto sperimentazione: un progetto che nasce attraverso l'insieme delle idee nate osservando il mondo del vino, specialmente quello delle bollicine. 'M-use' è un nome che identifica, nella bottiglia, sia la musa ispiratrice, donna per eccellenza, sia il concetto di multiuso che ne può derivare dopo il suo primo utilizzo: il classico abito liscio di cui si veste il vino è travolto da brillanti poliedri e si trasforma in un oggetto di design.

VILLA SANDI
www.villasandi.it

Anno di fondazione: 1975
Specialità prodotte: vini e spumanti.
Il nostro vino racconta il Veneto perché… prodotto da uve coltivate nella storica area di Valdobbiadene, dove la coltivazione della vite è un'arte antica secoli. Dove la vita degli abitanti si intreccia da generazioni con i filari fondendosi in un'unica storia.

La Rivetta 120 Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg extra brut

Questo vino ha origine da un unico vigneto, in posizione particolarmente felice e solatia sulle colline di Valdobbiadene, in cui le rese sono state volutamente mantenute più basse di quanto stabilito dal disciplinare di produzione. Si tratta di una produzione limitata cui i 120 giorni di maturazione conferiscono maggiore complessità e un crescendo di sensazioni al naso e in bocca. E che corrisponde alla linea guida del lavoro di Villa Sandi: espressione dell'identità territoriale nel rispetto della tipicità del vitigno. La prolungata sosta sui lieviti conferisce a questo vino bollicine particolarmente delicate e sottili, più morbide e avvolgenti, con un più lento e persistente rilascio di fragranze ed aromi conferendogli una precisa identità territoriale.

VALDO SPUMANTI
https://it.valdo.com/

Anno di fondazione: 1926
Specialità prodotte: vini spumanti di qualità.
Il nostro vino racconta il Veneto perché… Valdo è un nome che richiama immediatamente il territorio di appartenenza, unico nel suo genere: il cuore del Conegliano Valdobbiadene, Patrimonio dell'umanità Unesco. La sua storia s'intreccia indissolubilmente con quella della famiglia Bolla, della sua passione e del suo spirito imprenditoriale. A questo si aggiunge un profondo legame con il territorio: sono più di 70 infatti i viticoltori cui Valdo s'affida per il conferimento delle uve. Molti di loro ricoprono questo ruolo da tre generazioni.

Cuvée di Boj Valdobbiadene Docg Brut

È il primo vino iconico di Valdo, pioniere del metodo Charmat con lunga permanenza sui lieviti e il primo Valdobbiadene Docg prodotto dalla cantina con dosaggio Brut. Un'innovazione enologica nata con l'intenzione di dare massima espressione alle potenzialità delle uve glera, valorizzando le caratteristiche di un luogo unico: l'antica Valle dei buoi, un'area collinare storicamente nota per l'alta vocazione vitivinicola. Il pattern dell'etichetta richiama la forma dell'anello con cui veniva legato il capo di bestiame. Si caratterizza per il suo gradevole colore giallo paglierino pieno, attraversato da un perlage fine e di notevole durata. Al naso è aromatico e intenso, ricco di accese sfumature floreali e sorretto da memorie fruttate di pera e mela Golden. Armonico, espressivo, dalla forte personalità, particolarmente equilibrato, con ottima persistenza delle note aromatiche e un finale estremamente pulito. Uve glera 100%.

TONIOLO CASEARIA
www.toniolo.it

Anno di fondazione: 1960
Specialità prodotte: Asiago Dop, Montasio Dop. I grandi formaggi veneti come: Morlacco del Grappa, Bastardo del Grappa, Vezzena, Perbacco Inbriago, Casalina, Dolceselva, Pincion.
Il nostro prodotto racconta il Veneto perché… le radici della famiglia Toniolo sono ben salde nel territorio della Pedemontana Veneta e del Monte Grappa. La riscoperta delle tradizioni Venete, degli antichi saperi e la loro divulgazione sono sempre state al centro dell'attività dell'azienda. Uno degli obiettivi principali dei padri fondatori della Toniolo è proprio quello di far conoscere le specialità lattiero casearie del Monte Grappa in tutto il territorio nazionale. Per questo, da tanti anni conduciamo un lavoro di ricerca importante con i malgari più attenti del nostro territorio, anche attraverso alcuni progetti legati ai prodotti a latte crudo.

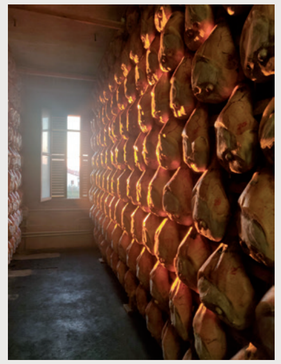
Morlacco del Grappa

Tipico della zona della Pedemontana del Grappa, deve il suo nome a un formaggio dalle caratteristiche simili che, un tempo, arrivava dalla Morlacchia nei porti di Venezia. Prodotto anticamente 'alla Morlacca', cioè totalmente scremato e con abbondante sale, oggi è un formaggio dagli aromi particolari, morbido e di fresca complessità, con il profumo del latte e dell'erba di primavera, ottenuto unendo la cagliata in canestri, che donano la caratteristica rigatura. Versatile in cucina, è perfetto per mantecare sfiziosi risotti o per accompagnare della polenta calda. Per l'abbinamento al vino, una bollicina di uve chardonnay, magari con qualche mese di sboccatura alle spalle.

ATTILIO FONTANA PROSCIUTTI
www.fontanaprosciutti.it

Anno di fondazione: 1919
Specialità prodotte: Prosciutto Veneto Dop
Il nostro prodotto racconta il Veneto perché… nella migliore tradizione imprenditoriale veneta, la nostra azienda produce da più di 100 anni a Montagnana (Pd), sempre gestita dalla famiglia Fontana giunta alla quarta generazione, il classico prosciutto crudo dolce, specialità millenaria del territorio posto fra i Monti Berici e i Colli Euganei dove esiste il microclima ottimale per la stagionatura di questa eccellenza gastronomica.

Prosciutto Veneto Dop marca 'Attilio Fontana'



Prodotto nelle storiche cantine a Montagnana unicamente con cosce di suini pesanti di razze pregiate, nati e allevati in Pianura Padana, presenta caratteri di dolcezza, profumo, morbidezza e un colore rosato, inframmezzato da lievissime marezzature. Libero da qualsiasi conservante, contiene solo il pochissimo sale necessario alla sua stagionatura che non è mai inferiore ai 18/20 mesi.

REDORO
www.redoro.it

Anno di fondazione: 1985
Specialità prodotte: olio, tra cui l'Olio Extravergine di Oliva Garda Dop e Veneto Valpolicella Dop, e vini della Valpolicella.

'Redoro Le Vigne' Valpolicella Ripasso Doc Valpantena Superiore

Vino prodotto dopo attenta selezione delle uve in vigneto, delicata pigia-diraspatura e fermentazione a temperatura controllata per 8-10 giorni con l'utilizzo dell'antica tecnica di far riposare una piccola quantità di Valpolicella Doc per almeno 15 giorni sulle vinacce dopo la svinatura dell'Amarone. Questo contatto con vinacce ancora ricche di succo, zuccheri, lieviti e profumi crea le condizioni di innesco per una seconda fermentazione che arricchisce in profumi, struttura, tannini e glicerina il vino in maniera naturale. Segue l'affinamento in legno selezionato per 12 mesi e una maturazione in bottiglia per sei mesi. Il vino ai presenta rosso rubino e, un domani, tenderà al granato. Dal profumo intenso, etereo e dal gusto vellutato e rotondo. Rosso di struttura, dal carattere forte e deciso.

TENUTE SALVATERRA
www.tenutesalvaterra.it

Anno di fondazione: 2014
Specialità prodotte: Valpolicella Classico, Valpolicella Classico Superiore, Valpolicella Classico Superiore Ripasso, Amarone della Valpolicella Classico, Amarone della Valpolicella Classico Riserva.
Il nostro vino racconta il Veneto perché…
l'Amarone, prodotto più rappresentativo della Valpolicella, è secondo noi l'essenza del territorio.

Amarone della Valpolicella Classico

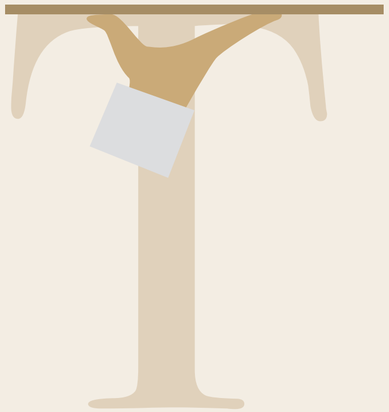
L'Amarone della Valpolicella Classico è "l'essenza del territorio" un rosso decisamente strutturato ma fresco allo stesso tempo. Si tratta di un prodotto con grande personalità che riesce a comunicare la sua eleganza durante l'assaggio. Si percepisce un profumo intenso e persistente di ciliegie sotto spirito, cacao, tabacco e pepe nero grazie anche al suo lungo affinamento in legno. Al palato è complesso e profondo, elegante e robusto allo stesso tempo, armonico e con un egregio tannino.

fine

lo stupidario

TRIPADVISOR E I NUOVI MOSTRI...

Dal recensore analfabeta al presunto esperto,
nel portale della critica fai-da-te se ne leggono di ogni.
Un piccolo spaccato sorridente del mondo della ristorazione.



Tripadvisor, il portale ove qualunque semplice cliente può esprimere, quasi senza filtri, la sua opinione su un ristorante che ha visitato, è ormai uno dei siti più utilizzati e consultati da chi cerchi dove andare a mangiare. Questa democraticità comporta almeno un corollario: ci si può trovare di tutto. E in questo "tutto", c'è sempre qualcosa di strano, di bizzarro, di comico o di divertente: può essere il racconto di una situazione di servizio surreale, il commento colorito a una pietanza o, semplicemente, qualche colossale esempio di recensore che scrive opinioni senza sapere di che parla, risultando involontariamente umoristico. Questa lista rientra nel genere consolidato dello stupidario, che da anni ha successo in Italia, in un po' tutti i campi. Ci troverete grandi castronerie, ma soprattutto qualcosa di divertente da leggere. Gli errori ed orrori ortografici e grammaticali sono assolutamente originali, non abbiamo voluto in nessuna parte cambiarli, quindi non incolpate la correzione di bozze. Ogni frase riportata è del tutto reale e non frutto di invenzione.

Tommaso Farina

MILANESE IMBRUTTITO
"SOLO PER MILANESI INCOMPETENTI"

INAUDITO
"NON SI ERA MAI VISTO UNO CHEF PORTARE IL CONTO!!"

DARIO ARGENTO
"IL PEGGIO ARRIVA CON LA PORTATA DELLO SGOMBRO COTTO A BASSA TEMPERATURA CHE SEMBRA USCITA DA UN FILM HORROR"

ERBIVORI
ERBIVORI "FONDO FRESCO DI RUCOLA AL GUSTO SOLO DI ERBA"

PASSATISTI "
"PESSIMO ...CUCINA DI 10 ANNI FA"

SASSOLINO NELLA SCARPA
"MIO MARITO HA TROVATO DUE SASSOLINI IN UN PIATTO CONTENENTE TARTUFO NERO"

FIGLI DI UN DIO MINORE
"HO AVUTO LA NETTA SENSAZIONE CHE ESSERE DISCRIMINATO RISPETTO ALLA NORMALE CLIENTELA"

UBRIACONI
"IL GESTORE/MAITRE ERA SICURAMENTE ALTICCIO"

CRITICO D'ARTE
"L'ARREDAMENTO È MODERNO E CURATO, CON L'ECCEZIONE DELLE OPERE ALLE PARETI, DI LIVELLO MODESTO"

È LUI O NON È LUI?
"ABBIAMO ASSAGGIATO UN PRESUNTO PESCE SPADA"

COME OSANO?
"UN AFFRONTO NON TOLLERATO"

tripadvisor

SNOB
"IL RISTORATORE MI HA RESPINTO COME SE FOSSI UN PEZZENTE"

MIXOLOGY
"SOMMELIER CHE MISCHIA IL TUO VINO CON QUELLO DEL TAVOLO A FIANCO"

ILLUSIONISTI
"ED ESCI CAPENDO CHE FORSE È TUTTA SCENA..."

CANI DA TARTUFO
"CON TUTTO IL RISPETTO, NON SI PUÒ FAR ANNUSARE UN PIATTO AL CLIENTE"

CANI DA TARTUFO
"CON TUTTO IL RISPETTO, NON SI PUÒ FAR ANNUSARE UN PIATTO AL CLIENTE"

LA PORTA DELL'INFERNO
"LA PORTA DELLA CUCINA CHE COME TALE, SI PRESENTA PIÙ DA BETTOLA CHE DA STELLATO"

ADDIRITTURA
"CON SGOMENTO MI SONO STATI PRESENTATI DEGLI SPAGHETTI DI SEMOLA"

IN VASO
"I PIATTI SCELTI CI VENGONO PORTATI IMPIANTATI IN MODO SEMPLICE"

ESTATE
"UN CALDO PORCO"

PIANO REGOLATORE
"POSTO SITUATO IN MEZZO A DEI CONDOMINI A DIR POCO DEGRADATI"

BRONTOLO
"UN PICCOLETTO AGÉ SI AGGIRAVA FRA I TAVOLI CON UN TACCUINO DOVE SCRIVEVA LE ORDINAZIONI"

INVASIONE DI CAMPO
"IL COMPORTAMENTO DI UNA CLIENTE CHE SI È INTRODOTTA MENTRE FACEVANO IL CONTO MI FA DESISTERE"

MICROSOFT
"SE QUESTA È RISTORAZIONE DA 4 STELLE IO SONO BILL GATES"

FALSARI "GNOCCHI FINTI"

EQUIVOCI "RISOTTO CON SALSICCIA CHE INVECE AVEVA PEZZI DI WÜRSTEL"

NUOVE CLASSIFICAZIONI
"TAGLIATA NORMOBANALE"

DICIAMOLO
"E CHI SE NE FREGA DEL CONTESTO!"

FORSE
"NON SONO UN GRANDE INTENDITORE DI CULINARIA FORSE"

TIPI LOSCHI
"UNA LOSCA LOCATION"

FATE LA CARITA'
"IL PROPRIETARIO DEL RISTORANTE, MICROFONO ALLA MANO HA COMINCIATO A GIRARE PER I TAVOLI ELEMOSINANDO LIKE SU TRIPADVISOR"

SALAME COTTO
"FETTE DI SALAME TAGLIATE MOLTO SPESSE TRA L'ALTRO FREDDE HANNO DOVUTO FARCELE SCALDARE SUL FORNO"

LUNGA CONSERVAZIONE
"DA EVIDENZIARE CHE I PELI ERANO ANCHE NEL LATTE"

Salumificio VAL RENDENA 1947

CARNE SALADA QUALITÀ TRENTINO 100% ITALIA

E DA ALLEVAMENTI ITALIANI

QUALITÀ TRENTINO

Salumificio Val Rendena
Porte di Rendena - Trentino - Italy
Tel. +39 0465 801031
www.salumificiovalrendena.it