



• **LUXURY** •
FOOD & BEVERAGE
Magazine

cover story

Ambasciatori del Gusto, uniti si vince

L'associazione di ristoratori annovera 250 tra imprenditori, cuochi, sommelier, pizzaioli e maître. Tra i suoi obiettivi, fare fronte comune per interagire con le istituzioni. Allo scopo di consolidare un comparto che ha bisogno di un vero gioco di squadra. Intervista al direttore generale, Gianluca De Cristofaro.

GIANLUCA DE CRISTOFARO

HÔTELLERIE

“IL LUSSO OGGI? CREARE
UN’ESPERIENZA CON
SERVIZI SU MISURA”

DISCOVER

GLI SPAGHETTI
AL POMODORO PIÙ
CELEBRI DEL WEB

BEVERAGE

DOSSIER
VINI

ATTUALITÀ

QUANDO LE RECENSIONI
DIVENTANO STRUMENTO
DI RICATTO

CHIUDONO 28MILA RISTORANTI: TUTTO PERCHÉ NON SONO SU INSTAGRAM?

Il 2023 era davvero l'anno della riscossa per la ristorazione? Sembra proprio di no, a giudicare dalle ultime notizie trapelate dalle rilevazioni condotte dalle associazioni di categoria. Il rapporto dell'Osservatorio Ristorazione, quel bel libretto che Ristoratore Top pubblica ogni anno, a tutta prima sembra quasi un bollettino di guerra, più che di cucine. Sono oltre 28mila le imprese della ristorazione che hanno chiuso i battenti nel 2023: il dato peggiore degli ultimi dieci anni. Nemmeno nei tempi terribili della pandemia di Covid-19 si era vista un'ecatombe così: facendo un rapido calcolo, si tratta di 2.334 attività chiuse al mese. Certo, nel 2023, di fronte a simile serrata, ci sono state oltre 10mila nuove aperture. Ma quando le chiusure sono quasi il triplo, c'è poco da stare allegri: in Italia ci sono 17.693 ristoranti in meno. Numeri da brivido. La cosa assume coloriture surreali, se si pensa che invece le spese alimentari di chi mangia fuori sono invece aumentate, per un totale di 89,6 miliardi di euro. Ma un dato simile è senza dubbio drogato dagli aumenti generali di un po' tutti i prezzi: dagli ingredienti alle materie prime secche, dall'energia al costo del beverage, che risente particolarmente della congiuntura creatasi negli ultimi tre anni.

I luoghi ove l'ecatombe di ristoranti si è fatta maggiormente sentire sono le città turistiche, ossia quelle che solitamente vedono anche un proliferare di nuove aperture. Nei fatti, si tratta di piazze fin troppo dinamiche, dove è facile aprire ma tirare avanti in tranquillità lo è molto meno. A Firenze, in particolare, il saldo negativo delle imprese di ristorazione tocca il -5,3%. Subito dopo viene Roma (-3,4%) e infine Milano, che tutto sommato contiene i danni col suo -1,69%.

Secondo alcuni, chi non si è evoluto e chi è rimasto ancorato a un vecchio modello di ristorazione è stato costretto a chiudere. Bene: può darsi. Ma anche in questo caso, è difficile generalizzare. Lo diciamo sempre: la ristorazione è una delle attività umane il cui percorso vitale è più difficilmente spiegabile. Ci sono posti concepiti con l'ausilio di consulenze strapagate all'ultimo grido, martellamento di social network e sbandierate innovazioni che abbassano mestamente la serranda. Viceversa, sussistono locali che non cambiano menù da cinquant'anni, che magari non hanno nemmeno il sito web e ignorano completamente il significato della parola 'influencer', che invece prosperano e sono ricchissimi di clientela, aumentando i fatturati ogni anno. Siamo alle solite: è dura trovare un trend o una tendenza in questo settore, le schegge impazzite che mettono in dubbio le teorie sono talmente tante da non poter essere derubricate a semplici eccezioni.

Secondo l'Osservatorio, tende a perdere terreno chi non investe in comunicazione e presenza sui social network. Ok, ma che tipo di investimenti? Un buon ufficio stampa, che è un'ottima scelta? O non piuttosto, come sempre più spesso sciaguratamente avviene, la destinazione di una piccola parte degli utili a foraggiare qualche instagrammer prezzolato? Forse è proprio il contrario: alcuni si sono resi conto che sborsare per far postare qualche foto su certi account alla moda è persino controproducente, perché rischia di attirare l'attenzione di segugi come Franchino Er Criminale, che più di una volta ha messo alla berlina l'insincerità di una simile forma di promozione. E in tal caso, lo sputtanamento, folcloristico finché si vuole, è servito. L'unica vera certezza, è che il ristoratore, oggi più che mai, deve decidere come spendere bene i suoi soldi. E fare star bene il cliente. Le sirene di internet possono tutto quello che possono, ma niente di più. E allora, che non siano come le sirene ingannatrici di Ulisse: il conto arriva dopo. Salato.

Tommaso Farina



BEST BURRATA 2024

Unica perché
premiata come burrata
migliore del mondo.



Realizzata a mano con latte del territorio, la Burrata Deliziosa conquista la medaglia d'oro al World Championship Cheese Contest 2024.

COVER STORY



GIANLUCA DE CRISTOFARO

**AMBASCIATORI
DEL GUSTO,
UNITI SI VINCE**

10-11

INSIGHT

**HELBA: I PROFUMI
DEL MEDITERRANEO
IN UN GIN**

22

ATTUALITÀ

**QUANDO LE
RECENSIONI
DIVENTANO
STRUMENTO
DI RICATTO**

28-29

L'INTERVISTA

**“LA NOSTRA CUCINA
VEGETARIANA
CONSAPEVOLE”**

18-19

DISCOVER

**GLI SPAGHETTI
AL POMODORO PIÙ
CELEBRI DEL WEB**

8

GUIDA CHEF


**SPECIALE
ALTA GAMMA**

24-26

BEVERAGE


**DOSSIER
VINI**

30-37

FIERE

**SLOW WINE FAIR
2024, L'ANNO
DELLA CONFERMA**

12-13

L'EVENTO

**IDENTITÀ MILANO:
DISOBBEDIRE
CON GIUDIZIO**

16-17

**L'ITALIA SI È CLASSIFICATA
PER IL BOCUSE D'OR 2025**

L'Italia si è qualificata settima al Bocuse d'Or Europa. E parteciperà ai mondiali della competizione culinaria che si svolgeranno in occasione di Sirha, fiera che si terrà il prossimo gennaio a Lione. Una scommessa vinta per l'Accademia Bocuse d'Or Italia, che in collaborazione con la Federazione Italiana Cuochi, ha formato la squadra guidata dal coach Alessandro Bergamo. L'Accademia, infatti, era stata fondata nel 2017 proprio con lo scopo di seguire e formare i team italiani che avrebbero rappresentato il nostro Paese nella competizione di cucina, la più importante al mondo, ideata dal celebre chef Paul Bocuse.

“Abbiamo fatto una bellissima gara, stando nei tempi, non commettendo errori, realizzando tutto quello per cui ci siamo allenati in questi mesi”, hanno commentato Bergamo e Marcelino Gómez, chef della squadra italiana. “Miglioreremo ancora, ma l'importante era qualificarsi e ci siamo riusciti superando la posizione dell'ultima gara: siamo sulla strada giusta. Con i piatti e il vassoio abbiamo raccontato l'italianità che era riconoscibile agli occhi di tutti non solo per i gusti, ma anche visivamente”. “Insieme allo chef Enrico Crippa (presidente dell'Accademia Bocuse d'Or, ndr)”, continuano, “stiamo mettendo le basi per portare all'interno del Bocuse d'Or, sul lungo termine, uno stile nostro, italiano, diverso dalla forte componente nordica a cui tutti fanno riferimento e questo risultato sembra darci ragione”.

PARMACOTTO
SELECTION

Gourmet à porter

UNA COLLEZIONE DI PANINI ESCLUSIVI TUTTI DA PROVARE NELLA NUOVA BOUTIQUE DEL GUSTO
A LUGANO, IL PRIMO FORMAT RETAIL PARMACOTTO SELECTION

parmacottoselection.com

**HILTON SI ESPANDE IN ITALIA CON TRE NUOVI
HOTEL TAPESTRY COLLECTION**

Hilton si espande in Italia, in cui ha già 36 proprietà, con la firma di tre hotel a marchio Tapestry Collection. Le strutture sono previste a Roma, Napoli e Perugia. A Roma, lo Spring House Hotel Rome Vatican sarà il secondo hotel Tapestry Collection. Disporrà di un ristorante e un bar, un'area benessere, una terrazza all'aperto e 73 camere. I lavori, che fanno seguito a un accordo di franchising con la proprietà di Stefano Gabbani e famiglia, dovrebbero essere completati all'inizio del 2025. Il The Britannique Naples di Napoli, 145 camere, diventerà il primo hotel Tapestry Collection grazie all'accordo di franchising con Owncor. L'antico palazzo del tredicesimo secolo continuerà ad accogliere gli ospiti durante la ristrutturazione. Dispone di un bar, un ristorante, una palestra e un'area benessere. La Rosetta Hotel, 74 camere, aprirà nel cuore di Perugia. Il completamento è previsto per la seconda metà del 2025, dopo l'accordo di franchising con una società di proprietà dei membri della famiglia di Simone Fittuccia e Rodolfo Mencarelli.

Gli ospiti dei nuovi hotel Tapestry Collection potranno beneficiare del programma di fidelizzazione Hilton Honors, tramite cui sarà possibile effettuare il check in virtuale con selezione della camera, usufruire di sconti e guadagnare punti per soggiorni ed esperienze in hotel, prenotando direttamente con Hilton.

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 euroAnno 06 - N.3/4 - 2024 - Periodico mensile - Registrazione al Trib. di Milano n° 203 dell'11 settembre 2019
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158 del 21 aprile 2005Prezzo 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 spetanze. 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, Grocery & Consumi,
Vini & Consumi, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage, b2B beautyToBusiness,
Hc Home Care, TGTuttogiocattoli, www.luxuryfb.com, www.alimentando.info, www.tgtuttogiocattoli.it
Chiuso in redazione il 28 marzo 2024

FLASH

SI TERRÀ A TORINO LA CERIMONIA DI PREMIAZIONE 2025 DELLA WORLD'S 50 BEST RESTAURANTS



Dopo la candidatura, è arrivata l'ufficialità: sarà Torino a ospitare nel 2025 la cerimonia di premiazione della The World's 50 Best Restaurants, la celebre classifica che premia i migliori ristoranti al mondo. Come si legge su Repubblica, l'annuncio che la finale sarà ospitata da Alberto Cirio, presidente della Regione, durante la presentazione dei dati sull'andamento del turismo in Piemonte. "Questo evento rappresenterà un momento fondamentale per la valorizzazione della gastronomia e della grande cucina territoriale, per la valorizzazione di tutto il nostro sistema gastronomico. Noi crediamo in questa manifestazione", ha affermato Cirio. L'evento infatti richiama chef e ristoratori da tutto il mondo, che, per pochi giorni, potranno scoprire la tradizione gastronomica locale.

La premiazione dell'edizione 2024 della World's 50 Best Restaurants si svolgerà a Las Vegas: prevede una tre giorni di cerimonie, degustazioni, dibattiti e premiazioni collaterali, come l'annuncio dei classificati dalla posizione 100 alla 51 e dei discovery restaurant.

LA COSTRUZIONE DI UN ALBERGO DI LUSO A TORNO (CO) STA SOLLEVANDO POLEMICHE

Il progetto per la costruzione di un nuovo resort di lusso a Torno, sul Lago di Como, sta sollevando polemiche. Nel Comune già esistono hotel di lusso, come Il Sereno, e altre strutture ricettive di alto livello. Ma, alla fine dello scorso anno, un brand internazionale, di cui non è noto il nome, ha avanzato la richiesta di realizzare un nuovo albergo. Secondo quanto si legge online, il resort occuperebbe una superficie di 29mila metri quadrati, con costruzioni per 8.763 dei quali 1.120 interrati. Qui dovrebbe sorgere una struttura con 58 camere e 116 posti letto, quattro ville e cinque appartamenti.

A dicembre, il Comune ha avviato l'iter per il piano integrato e sono state coinvolte le commissioni competenti. La polemica, però, è subito montata. Gli ambientalisti, infatti, sostengono che il progetto rischia di compromettere la bellezza naturale e l'ecosistema lacustre. A detta del sindaco di Torno Rino Malacrida, invece, il Comune ne beneficerebbe in termini di opere pubbliche e i residenti in termini di servizi. Intanto, i deputati Devis Dori e Angelo Bonelli, interpellati dagli esponenti comaschi di Europa Verde, hanno presentato un'interrogazione parlamentare in merito.



RIASSETTO SOCIETARIO (CON PASSAGGIO GENERAZIONALE) PER LA SOCIETÀ DA VITTORIO

Riaspetto societario per Da Vittorio, la società della famiglia Cerea a cui fa a capo il tre stelle di Brusaporto (Bg), così come tutte le attività di ristorazione, catering e hospitality. Come si legge su MF, è stata perfezionata la scissione della società nella newco Gioconda srl, la cui finalità è di quella di "uno scorporo puramente industriale, tramite la separazione delle attività riconducibili alle aree di business del ramo immateriale: know how, brevetti, contratti di consulenza enogastronomica". Verrà così razionalizzata l'attività di impresa e sancito il passaggio generazionale tra Gioconda Gritti (vedova di Vittorio Cerea) e i quattro figli. Soci di Gioconda srl risultano quindi Enrico Cerea con la maggioranza relativa (30% circa), e i tre fratelli, che si dividono il restante 70%.

PROSCIUTTO DI CARPEGNA D.O.P.



UNICO COME I NUMERI UNO.

IL PROSCIUTTO DI CARPEGNA D.O.P. è prodotto solo nelle Marche e di questa terra custodisce il sapore unico, dolce ma deciso, delle cose fatte secondo tradizione. Ogni fetta soffice e aromatica è frutto di una grande sapienza e maestria artigianale, un lavoro perfezionato nel tempo a partire da cosce fresche altamente selezionate. Solo così nasce un prosciutto eccellente, dedicato a chi ama le cose uniche.



Instagram icon @prosciuttodicarpegna
prosciuttodicarpegna.com
fratelliberetta.com

DISCOVER

GLI SPAGHETTI AL POMODORO PIÙ CELEBRI DEL WEB

Negli ultimi anni, gli spaghetti all'assassina hanno spopolato sui social network, andando ben oltre i confini della Puglia. Abbiamo parlato con lo chef Vincenzo Lonigro del ristorante Al Sorso preferito di Bari, dove è stato inventato il piatto. Ecco come è nato e, soprattutto, come cucinarlo.



Negli ultimi anni sono diventati un vero piatto culto. La televisione e i social network li hanno resi famosissimi, al punto che non solo hanno varcato i confini pugliesi, ma sono perfino arrivati negli Stati Uniti, menzionati sul New York Times. Di che cosa stiamo parlando? Degli spaghetti all'assassina, naturalmente. Per chi ancora non li conoscesse, si tratta di un semplicissimo – si fa per dire – piatto di pasta al pomodoro. A renderlo speciale è la preparazione: la pasta, appena scottata in acqua bollente, viene lasciata abbrustolire in padella a creare una straordinaria e golosissima crosticina.

Abbiamo contattato Vincenzo Lonigro, il “re dell'assassina”, come si è definito lui stesso. È lo chef titolare del ristorante Al Sorso Preferito di Bari, dove è nato il piatto di pasta più famoso dei social. Ce ne ha raccontata la storia. Erano gli anni '70: una sera qualunque, durante un servizio qualunque. Sul fuoco, una padella di spaghetti al pomodoro, che, tra gli imprevisti della cucina, è stata dimenticata, facendo sì che la pasta si attaccasse al fondo, bruciandosi. Non era di certo presentabile al cliente. Ma, riscaldata post-servizio, ha rivelato le sue virtù: era buonissima. Da allora lo spaghetti ‘sbagliato’ è stato inserito in menù.

Per numerosi anni, la fama degli spaghetti all'assassina è rimasta limitata al barese. Poi, nel 2019, Almo Bibolotti, concorrente di Masterchef, ne ha presentata una sua versione al talent show culinario. E nel 2021, la Rai ha realizzato una fiction dal titolo ‘Spaghetti all'assassina’, tratta dall'omonimo giallo di Gabriella Genisi. Dal piccolo schermo ai social network, il passo è stato brevissimo. E la ‘non-ricetta’ di Lonigro ha spopolato.

La preparazione dello spaghetti all'assassina è piuttosto semplice. Ce la spiega Lonigro. “Occorre lessare la pasta quanto basta a far piegare lo spaghetti. Nel frattempo si lasciano dorare in una padella, rigorosamente di ferro, olio, aglio e peperoncino. Insaporito l'olio, si aggiungono i pelati, quelli tradizionali, schiacciati. La cottura degli spaghetti viene terminata all'interno del condimento, lasciando che si asciughi e che la pasta si attacchi al fondo della padella”. E perché il nome ‘all'assassina’? Per lo sfrigolio degli spaghetti quando il sugo si asciuga: “Devono soffrire”. Quando la pasta è cotta e la crosticina bruna e croccante, il piatto è pronto per essere servito.

I social network, però, hanno contribuito a diffondere ricette che, nel procedimento, si discostano dall'originale del ristorante Al Sorso Preferito. Molti suggeriscono di cuocere gli spaghetti direttamente nella passata di pomodoro in padella, adottando con la tecnica della risottatura, aggiungendo cioè poca acqua per volta, in questo caso insaporita con concentrato di pomodoro, per portare gli spaghetti a cottura. Il resto vien da sé: occorre lasciare asciugare il sugo e imbrunire pasta e condimento, che si caramellizzano.

“L'hanno imbastardita”, ha commentato Lonigro. Ma, a nostro modo di vedere, che sia nella versione originale o in quella social, gli spaghetti all'assassina sono la pasta al pomodoro più deliziosa che ci sia.

Elisa Tonussi



BEVI! TI PIACERÀ ANCHE CON LA PANCETTA.

WWW.MONTEVECCHIO.IT

PROSCIUTTIFICIO MONTEVECCHIO - Valsamoggia, Bologna (Italy)

I ♥ PROSCIUTTO®

SAREMO PRESENTI A:



PARMA
7-10 MAGGIO 2024
Padiglione 03 Stand A038



AMBASCIATORI DEL GUSTO, UNITI SI VINCE

Fare i solisti, i battitori solitari, è bello e appassionante, ma non fa andare lontano. In Italia ci sono oltre 300mila ristoranti, ognuno con problemi da risolvere, specie in un momento storico come il nostro. L'anno passato, gli esercizi che hanno chiuso bottega sono stati il triplo di quelli che hanno aperto. Piuttosto che lamentarsi, non sarà meglio, magari, coalizzarsi per presentare a chi governa i bisogni e le necessità della categoria? Di associazioni di ristoratori ce ne sono molte. Ma una di esse, in particolare, si è contraddistinta per i successi che è riuscita a ottenere per tutto il comparto: gli Ambasciatori del Gusto, nata nel 2016. Ci facciamo raccontare la sua storia da Gianluca De Cristofaro, il suo direttore generale.



GIANLUCA DE CRISTOFARO

Come sono nati gli Ambasciatori del Gusto?

Ambasciatori del Gusto è stato fin dall'inizio un esperimento. Un'associazione che nasce sulla scia di Expo 2015: all'epoca, ci siamo resi conto che c'era bisogno di un rapporto dialogico tra la cucina e tutta la filiera alimentare, con le istituzioni. Già nel 2015, ci sembrava che la categoria fosse poco cosa negli intendimenti, e che la politica non fosse troppo attenta a questo settore.

In un certo senso, avevate intenzione di fare lobbying?

L'opera di lobbying, nell'originario significato positivo di sostegno a determinati interessi, l'abbiamo ritenuta assolutamente necessaria: un'azione di dialogo continuo con la politica, per migliorare le condizioni di un settore e per coltivare nuovi progetti. Soprattutto, se questo comparto è davvero, come molti dicono e noi crediamo, uno dei vanti dell'Italia del mondo, occorre dargli gli strumenti giusti perché possa esserlo anche fuori dai nostri confini: non basta raccontarcela tra di noi.

Quando vi venne l'idea?

Nel 2015 Maurizio Martina, allora ministro delle Politiche agricole, decise di radunare attorno a un tavolo i più grandi autori della cucina italiana, per rendere forte e chiaro il messaggio di Expo: questo fu l'evento che diede origine a tutto. Questi autorevoli personaggi, questi grandi interpreti cominciarono a ragionare insieme, per un intero anno. Conclusa Expo 2015, decisero di costituirsi in associazione per continuare l'interlocuzione col mondo politico,

visto che sembrava una strada praticabile. Nel 2016 nacquero così gli Ambasciatori del Gusto. Il primo socio onorario e presidente benemerito fu Carlin Petrini, e lo è ancora. Da lì cominciò l'avventura: dimostrare che l'unione fa la forza, anche in una categoria tradizionalmente competitiva come la ristorazione.

Chi fa parte dell'associazione?

Tra gli Ambasciatori figurano cuochi, pasticceri, pizzaioli, panificatori, sommelier, donne e uomini di sala, imprenditori. Il 95% della nostra associazione è composta proprio da questi ultimi, che poi spesso stanno anche in cucina o in sala. Proprio per questo l'intenzione è sempre stata quella di rivolgerci a enti, istituzioni e alla politica con un piglio imprenditoriale, focalizzato sullo sviluppo dei ristoranti come aziende, ossia come asset fondamentali per l'intero sistema Italia.

Quanti siete?

L'associazione cresce continuamente, tutti gli anni registriamo nuove adesioni. Siamo partiti in 44, ora siamo oltre 250 associati. Tra loro ci sono anche i benemeriti, uno dei nostri punti di forza. Quando ne ricorrono i presupposti l'associazione decide di conferire la qualifica di socio benemerito a chiunque, pur lavorando lontano dai fornelli, si sia in qualche modo speso per consolidare a livello internazionale il valore e la ricchezza dell'enogastronomia italiana. Tra loro, per esempio, Giuseppe Calabrese, Francesca Romana Barberini, Eleonora Cozzella, Severino Salvemini, Davide Rampello, l'ambasciatrice culinaria americana Faith

Willinger: tutte persone che, in modi diversi, hanno reso merito alla nostra cultura gastronomica.

Tra di voi, quanti sono attivamente ai fornelli? E come si può entrare a far parte degli Ambasciatori?

Già Associati che 'cucinano' sono 200, 150 cuochi, 40 lievitiisti intesi come pizzaioli, panificatori e pasticceri. In minor numero ma in crescita i sommelier, il personale di sala e gli imprenditori puri. L'adesione è su base volontaria. Chi vuole essere della partita, viene ammesso in base a un unico, grande parametro: la qualità del suo lavoro. Per diventare Ambasciatori non è obbligatorio avere premi come stelle, forchette, cappelli, spicchi, etc.: sicuramente sono un valore aggiunto, ma non condizione necessaria. Per entrare in associazione, ci vuole la testimonianza provata che il proprio lavoro segua una linea di assoluta qualità, coerente con quanto propugniamo.

E alla fine, come si decide?

A referenziare un aspirante membro, occorre la presentazione di chi fa già parte degli Ambasciatori. Poi c'è anche il caso, non raro, che si tratti di qualcuno che nessuno conosce: molti giovani talenti sono attratti dall'associazione. In tal caso, all'aspirante vengono chiesti gli scopi e gli intendimenti per cui desidera unirsi a noi. Provvediamo successivamente a fare visita al suo ristorante, per accertarci che la sua impostazione e i suoi metodi di lavoro siano coerenti con la filosofia di fondo degli Ambasciatori del Gusto.

Qualche successo che potete rivendicare?

Subito dopo l'esposizione milanese, chiedemmo all'allora ministro degli Esteri, Paolo Gentiloni, la possibilità di continuare l'esperienza fatta a Expo 2015 fuori dai confini nazionali. Nacque così la Settimana della Cucina Italiana nel Mondo: un esperimento durante il quale tutta una schiera di cuochi italiani si recò all'estero, col supporto dei vari corpi diplomatici, dando vita a eventi sparsi sui territori, con l'unico obiettivo di qualificare la cucina italiana di qualità. E questa Settimana, da scommessa che fu, è diventata un appuntamento annuale ormai consolidato.

Quindi cene ed eventi all'estero?

Durante la Settimana ci sono ovviamente cene di gala, ma il nostro scopo, l'ho sempre detto, non è soltanto lo 'spadellare': realiz-

L'associazione di ristoratori annovera 250 tra imprenditori, cuochi, sommelier, pizzaioli e maître. Tra i suoi obiettivi, fare fronte comune per interagire con le istituzioni. Allo scopo di consolidare un comparto che ha bisogno di un vero gioco di squadra. Intervista al direttore generale, Gianluca De Cristofaro.



FUTURA 2024 REGGIO EMILIA, ALCUNI DEI NUOVI ASSOCIATI INSIEME AL DIRETTIVO



FUTURA 2023 TRENINO, FOTO GRUPPO

ziamo anche attività di formazione presso gli istituti culinari del posto, promozione del made in Italy attraverso masterclass esclusive e favoriamo il b2b con i vari attori della filiera italiana che ci accompagnano in questa avventura. Spieghiamo come nel 2015, nel 2020, nel 2024 ha senso fare e mangiare la cucina italiana. A oggi siamo stati ospiti di oltre 50 Paesi e 70 Città, dando vita a oltre 300 eventi.

Col mondo politico avete ottenuto effettivamente udienza?

Il nostro più grande risultato è stata proprio la possibilità di poterci sedere al tavolo della politica, a proporre le nostre idee. Credo che certi successi, come il bonus ristorazione Bellanova, 600 milioni di euro per il comparto in un momento estremamente critico, siano dovuti anche e soprattutto al nostro attivo interessamento: la prima norma dedicata integralmente alla ristorazione è nata da una nostra idea. Per l'occasione, avevamo creato il format #FareRete, in cui avevamo riunito oltre 30 associazioni e almeno 100mila partite Iva: facendo fronte comune, nel 2020 siamo così andati a parlare con la politica, che ci ha ascoltato. L'anno dopo, forti della nostra capacità di farci sentire, abbiamo chiesto al Ministro delle politiche agricole di realizzare un tavolo dell'enogastronomia anche con le altre associazioni: non volevamo essere gli unici, abbiamo sempre creduto nel fare squadra, nell'unità di intenti. Così facendo, abbiamo ottenuto i 76 milioni di euro che sono poi stati messi a bando per lo sviluppo d'im-

presa e l'assunzione di giovani nel settore. Abbiamo lavorato anche sulla detassazione delle mance con una legge di recente approvazione, stiamo pensando al cuneo fiscale e alla detassazione fiscale, ma in questo caso si tratta di problematiche che richiedono tempi più lunghi.

Cosa bolle in pentola oggi?

Non mancano le attività con enti e istituzioni. Penso ai progetti europei realizzati prima con Ivsi e poi per il ministero dell'Agricoltura per la valorizzazione dei prodotti made in Italy, come le Emozioni del Gusto e Let's Eat, concentrati sui salumi italiani. A ciò si aggiunge la sinergia con Aci con cui abbiamo una rubrica radiofonica, Fiera Milano e Fiere di Parma: dal cibo, all'arte, ai viaggi su due o quattro ruote, progetti in cui la cucina ha sempre un ruolo da protagonista. Da tre anni ci stiamo attivando concretamente sul campo, nelle regioni italiane. Scommettiamo ogni anno con un grande evento in qualche territorio meno considerato di quanto meriterebbe, fuori dai riflettori di Milano o di Roma: per esempio, Messina nel 2022, Cavalese (Trento) nel 2023, Reggio Emilia nel 2024. Dopo aver costituito una piccola base in queste terre per qualche giorno, durante i quali esploriamo e scopriamo i territori, ci facciamo conoscere e cerchiamo di consolidare più che possiamo la nostra presenza. A Messina c'è un presidio di cuochi che tuttora continua a organizzare eventi con Ambasciatori del Gusto, coinvolgendo anche perle del Mediterraneo come Taormina e tutta la Sicilia.

Dopo Cavalese, abbiamo iniziato un dialogo con gli enti della Provincia autonoma e la Fondazione Milano Cortina 2026 per diventare food partner e realizzare eventi e attività. A Reggio Emilia stiamo dialogando il con il Tecno Polo per un insediamento formativo universitario.

Di che ha bisogno la ristorazione italiana in un momento come l'attuale?

Ha un gran bisogno di fare sistema, fare squadra. Al netto del nostro operato, ci serve essere più coesi, superare individualismi e regionalismi. Siamo bravi a dire che la cucina italiana è la più imitata del mondo, ed è vero. Amiamo poi ripetere che è una delle due migliori al mondo, ed è vero anche questo. Però quello che si percepisce all'estero non è ancora all'altezza di quello che sappiamo davvero creare in cucina, anche da un punto di vista culturale e identitario: c'è tanto lavoro da fare. A Reggio Emilia, abbiamo invitato i campioni dello sport a condividere la loro visione del fare squadra, al fine di essere fonte d'ispirazione non solo per i cuochi ma per tutto il settore. Al tavolo di lavoro con noi infatti anche Enit, la Regione Emilia-Romagna, i consorzi e le imprese. Questa è la visione che rende unica Adg, questa è la rotta che ci permette di toccare traguardi mai raggiunti, questa è la forza che ci consente di creare e il nostro futuro. Non stiamo a guardare, agiamo. Per riuscire, quindi, abbiamo bisogno di uno sforzo corale, collettivo. Potremo continuare a farlo soltanto se tutti saranno dalla stessa parte.

Tommaso Farina

SLOW WINE FAIR 2024, L'ANNO DELLA CONFERMA

No, questa volta non titoleremo "Slow Wine Fair Bologna, buona la terza". Eppure, la terza edizione della rassegna enologica organizzata da BolognaFiere e Slow Food si è conclusa con un grande successo. Dal 24 al 27 febbraio scorsi, i due padiglioni stipati di stand sono stati visitati da oltre 12mila persone. Di queste, almeno il 70% erano operatori professionali del settore: ristoratori, sommelier, enotecari, buyer professionisti, questi ultimi arrivati da tutto il mondo grazie a un efficace lavoro di incoming svolto con il supporto dell'agenzia Ice.

Giancarlo Gariglio, coordinatore della Slow Food Coalition, non può certamente lamentarsi dell'esito della manifestazione tanto attesa: "La terza edizione di Slow Wine Fair voleva far discutere, ragionare e riflettere sull'importanza della fertilità del suolo nel contrasto alla crisi climatica e nella produzione di un vino buono, espressione del terroir. Ci riempie di orgoglio il fatto che i produttori, i consumatori e i professionisti che hanno riempito gli stand di BolognaFiere abbiano colto l'importanza del messaggio per un'agricoltura sostenibile, amica della salute e dell'ambiente. Per il futuro, non abbandoniamo questa tematica, ma vogliamo allargare gli orizzonti della manifestazione con nuovi spunti: in questi giorni abbiamo già maturato il tema della prossima edizione che si terrà dal 23 al 25 febbraio 2025, analizzando l'intera filiera del vino oltre l'aspetto agricolo e coinvolgendo tutte le professionalità che interagiscono con il mondo vitivinicolo". Insomma: tutti pronti, che l'anno prossimo si ricomincia.

Uguale ma diversa

E quest'anno, cosa si è visto? Rispetto al 2023, la dislocazione degli stand è leggermente cambiata: chi cercava un certo produttore perché ricordava dove si trovava, finiva per dover consultare la mappa. E non è detto che comunque quel produttore ci fosse ancora: a Slow Wine Fair vige una grande rotazione degli espositori e dei loro stand. Stand che, in ogni caso, ancora una volta sono stati pressoché democratici: tutti uguali per aspetto ed estensione, il piccolo produttore contadino indistinguibile dalla cantina superpremiata li accanto. Ancora una volta, il visitatore doveva ritirare un bicchiere personale: la novità è stata la pre-

senza di alcune postazioni di lavaggio con una macchina avveniristica che li faceva diventare più luccicanti di prima, consentendo di cambiare il calice tutte le volte che si voleva. Ci è sembrato di minor smalto, semmai, lo spazio dedicato alle cibarie per rifocillarsi, dominato dall'ormai consueto e ghiotto street food, ma con alcune assenze acutamente rimpianti dai visitatori.

La parata dei vignaioli

I protagonisti comunque erano i vignaioli. I numeri parlano chiaro: in fiera si sono viste circa mille cantine, oltre 300 in più rispetto all'edizione 2023. Di esse, se siete curiosi, più di 500 erano certificate biologiche, biodinamiche o in conversione. Oltre allo zoccolo duro degli italiani, giunti a rappresentare ogni regione dello Stivale, anche stavolta si sono segnalati i produttori stranieri: più di 170 espositori internazionali da 27 Paesi del mondo, tra i quali hanno debuttato cantine da Giappone, Australia, Sudafrica, Svezia e Messico. Dopo il successo dello scorso anno, ha fatto bis anche la Fiera dell'Amaro d'Italia, una piccola sezione con 23 artigiani realizzatori, per l'appunto, di grandi amari da sorseggiare. In aggiunta, non mancavano gli ormai noti spazi deputati ad approfondimenti, masterclass e conferenze, quest'anno quantomai variegata per argomento e relatori.

Tra i vignaioli, c'era un panorama vasto e appagante. Per esempio, ha fatto piacere la partecipazione di una realtà come Le Macchiole, di Bolgheri (Livorno), che potrebbe starsene tranquillamente in panciolle, e invece era lì, con Gianluca Putzolu, a presentare gioielli come il Messorio, uno dei Merlot più grandi d'Italia. L'annata 2020, da vigne vecchie, è complessa, con ricordi di tabacco e di grafite, che ci giungono da un bicchiere dal colore rosso rubino impenetrabile. Il più semplice Bolgheri Rosso è più giovane, un 2022, ma è un'esplosione di tonda amarena scioppata, mentre il Paleo Rosso 2020 porge i sentori di peperone e di erbaceo tipici del cabernet franc da cui origina.

Un'altra azienda d'oro, sia pure meno nota sui mercati internazionali, è la lombarda Ar.Pe.Pe, di Sondrio: come sapete, si tratta della contrazione del nome del leggendario fondatore, Arturo Pellizzatti Perego, persona affabile e umile, purtroppo scompar-

sa da qualche anno. Le sue veci sono state fatte dai figli Guido e Isabella, che hanno presentato il Rosso di Valtellina 2022, dall'etichetta giustamente rossa, e di un bel colore rosso granato, che prelude a un olfatto fresco e accattivante. Di ben maggiore austerità sono i due cavalli di razza di casa: il Grumello Buon Consiglio, e soprattutto il Sassella Riserva Rocce Rosse, ambedue 2016: vini che fino a qualche anno fa venivano sottovalutati, a causa del loro carattere introverso e reticente, mentre oggi emergono le glorie della loro vinificazione tradizionale e dell'affinamento in botte grande, che conferisce un'eleganza senza pari.

Tutti rossi? Neanche per sogno: a Slow Wine Fair, c'erano anche tanti vini bianchi. Per esempio, è stato un piacere tornare ad assaggiare i campioni di Adriano Gigante, di Corno di Rosazzo (Udine), nel pieno dei Colli Orientali dei Friuli, la terra bianchista per antonomasia. Alberto Pelizzo, enologo aziendale, era lì a presentare le proprie creazioni: in primis il Sartoriale 2021, blend di friulano (quello che fino a pochi anni fa si chiamava tocai), malvasia istriana e ribolla gialla, dorato e carezzevole. Pure il Friulano Etichetta Bianca 2022, un bel vino da 13,5 gradi fermentato in acciaio, colpisce con un naso di mandorla dolce, con sensazioni che arrivano ad approssimarsi a quelle di una caramella gommosa alla liquirizia con cristalli di zucchero, e un risultato semplice e pieno di dignità al sorso.

Il simpatico Antonio Terni presidiava

invece i banchi della sua azienda, una realtà completamente diversa: la Fattoria Le Terrazze, di Numana (Ancona), nelle Marche. Il Sassi Neri 2020, montepulciano in purezza, era appena uscito al momento della fiera, dopo due anni di affinamento in bottiglia: appariva molto giovane, scalpitante. Pure il 2019, presente in fiera, era ottimo. Un altro loro pezzo da novanta è il Chaos, dalla caratteristica etichetta che fa pensare a un fuoco d'artificio: syrah e merlot, un 2020 ricco e corposo, che promette una grande evoluzione in bottiglia e abbinamenti a piatti importanti di carne.

Qualcosa di curioso? Il Vermut a base di Lambrusco. Ce l'ha presentato Simone Barozzi, della Cantina di Puianello, dell'omonimo comune in provincia di Reggio Emilia. Questa cantina cooperativa, accanto alla tradizionale produzione di Lambruschi, ha da tempo stabilito una linea di vini più ambiziosi e inconsueti. È il caso del Vermut rosso Enrico V, a base di Lambrusco, e dell'ancor più notevole Vermut bianco Matilde, realizzato con vino di uva spergola, una varietà bianca dal carattere aromatico particolare, che negli ultimi anni ha avuto un vero revival.

Al giorno d'oggi, quello dei Vermut è un fenomeno talmente in crescita da sfiorare l'invadenza: ma in questo caso, si tratta di due prodotti oltremodo originali, che meriterebbero un'attenta ricognizione come alternativa ai Vermut più noti e inflazionati.

Tommaso Farina

La rassegna enologica bolognese, giunta alla terza edizione, totalizza il record di presenze. Tanti espositori e assaggi per tutti i gusti: dal grande Merlot toscano all'inedito Vermut di Lambrusco. Un appuntamento a cui è difficile rinunciare.



GIANLUCA PUTZOLU, LE MACCHIOLE



SABELLA E GUIDO PELLIZZATTI PEREGO, AR.PE.PE.



ALBERTO PELIZZO, ADRIANO GIGANTE



ANTONIO TERNI, FATTORIA LE TERRAZZE



SIMONE BAROZZI, CANTINA DI PUIANELLO

HÔTELLERIE

“IL LUSSO OGGI? CREARE UN’ESPERIENZA CON SERVIZI SU MISURA”



Aperto nel 2019, l’Hotel de la Ville è tra le strutture di lusso punto di riferimento nella Capitale. È la seconda del gruppo Rocco Forte Hotels, dopo l’Hotel de Russie, inaugurato nel 2000. Inaugurato in un momento non di certo ideale, con lo scoppio, pochi mesi dopo, della pandemia, l’Hotel de la Ville ha registrato, nonostante tutto, un trend di crescita, consolidandone la posizione nell’ospitalità di lusso romana. Con 104 camere, di cui 15 suite, l’albergo, che si trova in via Sistina, appena accanto alla Scalinata di Trinità dei Monti, sorge all’interno di una struttura del XVIII secolo. Gli interni sono stati disegnati dall’architetto Tommaso Ziffer, che, insieme a Olga Polizzi, design director per Rocco Forte Hotels, ha trovato l’ispirazione nel periodo del Grand Tour del XVIII secolo, epoca in cui i nobili inglesi e tedeschi durante l’esplorazione delle capitali europee, collezionavano opere d’arte. È insomma un luogo ricco di fascino, proprio nel cuore pulsante della Città Eterna, che, per la sua atmosfera sospesa, piace specialmente agli ospiti americani. Per questo motivo, la creazione di esperienze personalizzate e la valorizzazione a livello internazionale della Capitale saranno le linee guida per disegnare l’ospitalità romana dei prossimi anni. Ne abbiamo parlato con il direttore della struttura, nonché managing director per il Nord Italia di Rocco Forte Hotels, Francesco Roccatò.

Quali risultati per l’Hotel de la Ville nel 2023?

Siamo molto soddisfatti. Nel 2023 l’Hotel de la Ville ha raggiunto ottimi risultati, con un’accelerazione constatata in particolare durante l’alta stagione e in concomitanza con il ricco panorama di eventi svolti durante l’anno nella Capitale. Un esempio su tutti la Ryder Cup, che si è svolta lo scorso fine settembre.

Prima la pandemia, poi la guerra in Ucraina. Come questi eventi hanno inciso sul flusso di viaggiatori nel vostro hotel?

L’Hotel de la Ville ha aperto nel 2019. Da quell’anno abbiamo riscontrato un trend crescente e un consolidamento, anno dopo anno, del suo posizionamento all’interno del settore.

Quale tipologia di clientela accoglie principalmente oggi la vostra struttura?

L’Hotel de la Ville si contraddistingue per il suo approccio informale ma ricercato. Fin da subito, abbiamo voluto creare un conte-

sto selezionato e rivolto a una fascia di ospiti curiosi di scoprire la destinazione, è diventato un punto di riferimento nei mercati internazionali - e per i nuovi hotel - quale moderna icona dell’hôtellerie. L’Hotel de la Ville accoglie un ampio ventaglio di ospiti: dalle celebrity alle famiglie multigenerazionali, passando per il viaggiatore che si trova nella destinazione per motivi di affari. La nostra struttura è particolarmente apprezzata dagli ospiti americani.

Quali sono i canoni dell’hôtellerie di lusso oggi? Trova che si siano ridefiniti in questi anni, dalla pandemia a oggi, considerati tutti gli eventi che hanno caratterizzato questo periodo?

L’hôtellerie per sua natura si concentra nel soddisfare e, laddove possibile, anticipare i bisogni degli ospiti. Questo approccio, fortemente orientato verso la personalizzazione del servizio, è quanto rende distintivo e unico il segmento luxury nell’industria del turismo. A questo, si aggiunge, un forte orientamento all’approccio esperienziale che da sempre ha contraddistinto il modo di fare ospitalità di Rocco Forte Hotels.

Il turismo di lusso nella capitale è in fase di espansione, come si posizionerà l’Hotel de la Ville tra i brand previsti in arrivo nei prossimi anni?

Finalmente i riflettori puntati su Roma! Ogni ingresso di un nuovo player nel turismo consente di amplificare al massimo la potenzialità della città. Da questo punto di vista, non può che essere motivo di orgoglio segnalare che la visione imprenditoriale del gruppo Rocco Forte Hotels a Roma sia stata anticipatoria rispetto a tutti gli altri brand di hôtellerie. Dopo l’apertura dell’Hotel de Russie nel 2000, consapevoli delle potenzialità della Città Eterna, nel 2019 il gruppo ha puntato su una doppia apertura: da una parte l’Hotel de la Ville, dall’altra, novità assoluta per la Capitale, la Rocco Forte House, residenze private a gestione diretta della compagnia alberghiera.

Uno dei temi caldi nell’ospitalità è al momento quello delle recensioni sul web. Anche l’Hotel de la Ville è soggetto al giudizio online dei suoi ospiti: come gestite queste dinamiche?

Siamo sempre molto attenti in merito ai commenti e alle recensioni che riceviamo dai nostri ospiti, con cui manteniamo un dialogo continuo - anche al termine del soggiorno! I loro commenti

A tu per tu con Francesco Roccatò, direttore dell’Hotel de la Ville di Roma. La struttura del gruppo Rocco Forte Hotels, inaugurata nel 2019, continua a crescere e attirare nuovi ospiti. come? Grazie a soggiorni personalizzati e alla sua forte vocazione internazionale.

sono input importanti per cogliere sempre nuove necessità, trend o aree di miglioramento su cui concentrarci per mantenere sempre altissimo il nostro standard di servizio.

Qual è la sua opinione in merito alla possibilità di normare lo strumento delle recensioni online?

Il prevedere nuove regole, in particolare eludere i commenti in forma anonima, rappresenterebbe certamente uno strumento di tutela, che possa rendere quanto più trasparente e veritiera la recensione.

Quali saranno, secondo lei, le principali sfide e opportunità nel mercato dell’ospitalità di lusso a Roma per i prossimi anni?

Il panorama dell’ospitalità di lusso nella città di Roma in forte aumento contribuisce indubbiamente a posizionare la città con un turismo di alta gamma come in tante altre Capitali europee. Mi ritengo orgoglioso che il gruppo Rocco Forte Hotels risulti una realtà radicata nell’offerta alberghiera a cinque stelle della Città Eterna, pertanto il mio obiettivo sarà quello di impegnarmi a sostegno delle attività internazionali della città, supportando progetti con forte valenza sociale e culturale. Mi aspetto dunque che l’amministrazione pubblica continui a sviluppare numerose iniziative per la promozione del territorio a livello internazionale, nonché all’investimento di fondi volti alla capacità di attrarre turismo di alto livello.

Elisa Tonussi



FRANCESCO ROCCATÒ



Nuove forme del gusto per la cucina Professionale

Aceto Balsamico di Modena IGP
Crema di Balsamico
Pappaccio, l’Aceto da grattugiare
Perle di Balsamico

www.mengazzoli.it




Mengazzoli

IDENTITÀ MILANO: DISOBBEDIRE CON GIUDIZIO

L'edizione 2024 del congresso di cucina si è svolta al Mico dal 9 all'11 marzo. E si è imperniata sulle rivoluzioni che nascono mettendo in discussione le certezze consolidate. I principali interventi dei protagonisti.



ALAIN DUCASSE



RICCARDO CAMANINI

«Non esiste innovazione senza disobbedienza: la rivoluzione oggi»: il tema dell'edizione 2024 di Identità Milano, il più importante congresso di cucina italiano, svoltosi dal 9 all'11 marzo nella sede ormai consueta dell'Allianz Mico di Milano, è stato certamente impegnativo. Paolo Marchi e Claudio Ceroni, gli organizzatori, hanno dato alla diciannovesima replica della loro kermesse un motto che riecheggia il tetragono «L'obbedienza non è una virtù» di don Lorenzo Milani. È lo stesso Marchi a spiegarne le ragioni: «Intendiamo porre l'accento sull'imperativo di essere protagonisti diretti. Cambiare le regole, cercarne di nuove, ipotizzare scenari diversi, scartare a un lato del cammino per vedere se scaturiscono fattori positivi. Entrare in un altro film, il più possibile inedito».

In pratica, se davvero la tradizione in cucina, come molti dicono, è un'innovazione ben riuscita e col tempo sedimentata e accettata fino al punto da perdere la sua carica eversiva, si può dare al fenomeno un'altra lettura: «la tradizione è una disobbedienza andata a buon fine». Cioè, non perdere di vista le ragioni delle novità che poi, accettate e fatteci rassicuranti, sono diventate a loro volta tradizione. Nel talk show di apertura prima delle ricette, svoltosi con la ormai rituale presenza di esponenti della cultura e della politica, non poteva mancare l'intervento di Davide Rampello, che è partito da lontano, fin da Adamo ed Eva: «La loro disubbidienza era figlia della loro voglia di conoscenza. In cucina, la conoscenza e il sapere sono semplicemente il sapore». Rampello, tuttavia, mette in guardia dalla strumentalizzazione della disobbedienza fine a se stessa, che rischia di diventare un gioco fanciullesco se male indirizzata, anche ai fornelli: «La disobbedienza conta, soprattutto se il suo fine ultimo è innovare, ma guai a far diventare questa parola un'ideologia, o trasformarla addirittura in un estremismo. Piuttosto, bisogna sviluppare la consapevolezza che la conoscenza può essere raggiunta anche mediante altre strade». Per esempio? Rampello cita la regola benedettina, che sembra proprio tutto il contrario della trasgressione. Eppure, proprio seguendo la loro regola i monaci, col loro lavoro di studio e trascrizione, concorsero a propagare il sapere, la cultura greco-romana, e a far sì che non andasse perduto. «Mi raccomando la regola, non solo la disobbedienza», ha concluso Rampello. Tradotto: la disobbedienza deve avere un senso, sennò non porta a nulla. Deve andare a buon fine, per essere accettabile e diventare parte

di un Dna comune, soprattutto in cucina. Il congresso, in tal senso, ha visto la partecipazione di tanti grandi personaggi. L'attesissimo Massimo Bottura, per una volta, non ha potuto esserci di persona. Lunedì 11 marzo ha partecipato in videoconferenza direttamente da Los Angeles, fiancheggiato da due personaggi di eccezione: il poliedrico attore Sacha Baron Cohen (vi ricordate il dissacrante, iconoclasta *Borat?*), e l'artista JR. Bottura comunque si è detto concorde con le parole d'ordine di Identità 2024: «Disobbedire è avere il coraggio della rivoluzione. Le rivoluzioni originano dalla disobbedienza, dal dubbio che ci sia una soluzione migliore, dal pensiero che ci porta a dire di no, fino al gesto rivoluzionario ad uscire creativamente dagli schemi, ovvero disobbedire». Per Bottura, il fatto stesso di nutrire dubbi e curiosità è un atto profondo di disobbedienza, contro il comodo rifugiarsi in schemi pre-costituiti e prevedibili. Questo è proprio ciò che Bottura cerca di fare in cucina: «Tante volte è fondamentale essere coscienti del percorso. L'importante è che lungo questo cammino bisogna essere in grado di sapere fare tutto, con gli ingredienti, con la tecnica, con il palato. Il che però non significa avere l'obbligo di mettere in campo tutto contemporaneamente e al massimo volume, perché tante volte poi l'eccesso di tecnica e di acrobazia porta a un autocompiacimento, no? E quindi diventa solo fine a se stesso, con il risultato di perdere l'idea, perdere la guida e trovarsi ospite delle cose che sai e hai imparato». Quindi anche Bottura è a favore di una disobbedienza intelligente, diversa dall'atto episodico e poco meditato di chi mette i baffi alla Gioconda: «La disobbedienza, veicolo delle rivoluzioni, diventa così l'epicentro di una danza tra cultura, conoscenza e coscienza. È la sinfonia dell'anima, che attraverso il dubbio e la ricerca, plasmando idea audaci, nutre il sentire della creatività e dell'innovazione».

Presente di persona, invece, è stato un altro mostro sacro, Alain Ducasse. Il grande maestro francese però non ha cucinato, ma ha presentato Teritoria, il nuovo sodalizio italo-francese che riunisce 430 strutture che hanno l'obiettivo di fare ospitalità sostenibile, riducendo l'emissione di gas serra, migliorando la condizione dei lavoratori e contribuendo a salvaguardare la biodiversità. Accanto a loro, tanti chef noti e meno noti, emergenti o già emersi, che hanno cucinato in diretta le loro creazioni.

Tommaso Farina

POCA DISOBBEDIENZA, TANTA INNOVAZIONE: I PIATTI CHE PIÙ CI HANNO COLPITI

«Non esiste innovazione senza disobbedienza: la rivoluzione oggi». Era questo il tema, altisonante, come sempre, di Identità Milano. Di disobbedienza e rivoluzione, però, non è che ci fosse veramente l'aria tra i corridoi del Mico. Anzi. Sia chiaro: le lezioni degli chef sono state interessantissime e ricche di spunti. Quando gli stellati si mettono ai fornelli, raccontando i piatti in fase di preparazione, non ce n'è per nessuno. Mi sono però domandata se innovare significhi necessariamente disobbedire. A Identità Milano, infatti, ho visto negli chef il desiderio di studiare, conoscere, assimilare e proporre una propria visione di un piatto o di un ingrediente. Ma di disobbedienza, intesa come l'atto di contravvenire a regole o istituzioni, temo non se ne sia veramente vista. A Identità Milano, però, l'innovazione non manca mai. E non è mancata nemmeno quest'anno. Ecco quali sono i piatti che più ci hanno colpiti quest'anno.

Di Elisa Tonussi

CHIARA PAVAN E FRANCESCO BRUTTO
Come far fiorire una verza



Chiara Pavan e Francesco Brutto del Venissa di Mazzorbo, a Venezia, si erano dati una regola: cucinare utilizzando come materie prime le specie invasive della Laguna e gli ortaggi coltivati nell'orto accanto al ristorante. La siccità, però, li ha messi in difficoltà.

I due chef si sono trovati nella necessità di disobbedire alla propria regola e di rivolgersi a qualcun altro per l'approvvigionamento di ortaggi: si sono così affidati ad agricoltori locali creando una comunità agricola avente al centro la figura dello chef. Proprio dagli scarti degli agricoltori è nato il piatto che Pavan e Brutto hanno proposto a Identità Milano. La verza marinata viene così bollentata e cotta, come una scaloppina, utilizzando, al posto del limone, la Dorona, uva riscoperta e reimpiantata proprio a Mazzorbo, che viene fermentata al 2%. Con la stessa verza marinata viene realizzato anche un kimchi. Il piatto viene servito con fiori di mandorlo sottaceto e portulaca di mare.

RICCARDO CAMANINI
Quando lo stoccafisso si abina alla banana



Riccardo Camanini, chef del ristorante Lido 84 di Gardone Riviera (Bs), ha proposto una reinterpretazione della minestra di cavoli struccati alla milanese di Bartolomeo Scappi, cuoco del 1500. È partito dal significato originario della parola «struccare», cioè «comprimere», «spremere». E ha riproposto la ricetta introducendo alcuni peculiari ingredienti: le tinture madri, l'estratto secco e le lacrime di benzoino. Ne risulta un primo piatto a base di pasta, non più una minestra: una sfoglia stropicciata, per ricordare l'aspetto del cavolo struccato, con farina, acqua e uova (come l'impasto dei casoncelli bergamaschi), poi colorata con la tintura madre di asperula e aromatizzata con polvere di cavolo nero essiccato, estratto di broccolo, estratto di aneto e lacrime di benzoino.

Viene servita con un brodo a base di cavolo e costine alla brace e ancora cavolo marinato con la tintura madre. Non solo. Camanini ha proposto pure un risotto mantecandolo con maionese, ottenuta con olio di stoccafisso, abbinato a tintura madre di biancospino e... fettine di banana fresca.

MASSIMILIANO ALAJMO
Un piatto di fettuccine da gustare... con l'udito



Suono N'Uovo. Questo il nome del piatto che Massimiliano Alajmo ha proposto a Identità Milano nella giornata di domenica. Il trstellato de Le Calandre di Rubano (Pd) ha realizzato un piatto di fettuccine con polvere di guscio d'uovo, partendo dal ricordo dello yogurt con miele che la nonna gli serviva in un guscio d'uovo. Al normale impasto con farina, tuorlo e albume ha così aggiunto una polvere di gusci sterilizzati. «Inizialmente», racconta Alajmo, «ci sembrava sgradevole la sensazione polverosa che lasciava sotto ai denti. Poi, ci siamo tappati le orecchie e abbiamo chiuso gli occhi. E ci siamo resi conto che, così facendo, l'esperienza gustativa cambiava totalmente». La pasta viene spadellata con Parmigiano Reggiano, Castelmagno e rifinita con polvere di erbe secche, accompagnata a un liquido a base di burro nocciola allungato con un'acqua di sedano rapa.

LONDON DRY GIN

Helba

DAL CUORE DI UN'ISOLA

WWW.HELBA.IT

“LA NOSTRA CUCINA VEGETARIANA CONSAPEVOLE”

Conversare con gli chef Pietro Leemann, Sauro Ricci e Raffaele Minghini è un'esperienza rara, mai banale, che spalanca nuovi orizzonti. Non si parla semplicemente di cucina, né di ingredienti e piatti, ma pure della loro dimensione filosofica e spirituale, frutto di una profonda riflessione e consapevolezza. Nel confronto, i tre chef del Joia, il ristorante vegetariano, aperto da Leemann a Milano nel 1989, che dal 1996 vanta una stella Michelin e dal 2020 anche quella Verde, esprimono chiaramente la propria comunione di pensieri. Non a caso saranno Ricci e Minghini a gestire il ristorante, quando Leemann, nei prossimi mesi, si allontanerà dalle sue cucine. Abbiamo così ripercorso insieme la storia del Joia, tra passato, presente e futuro.

Mi rivolgo a chef Leemann, come ha maturato la decisione di lasciare il Joia?

Pietro Leemann: È una decisione che sto maturando da alcuni anni. Il tempo passa ed è opportuno progettare una trasformazione della propria vita. Sono dell'idea che, a un certo punto, il testimone debba essere passato. Sono lieto del fatto che ci sia una continuità con Sauro e Raffaele. Da una parte dunque nutro il desiderio di fare spazio ad altre persone, dall'altra di impostare la mia vita in modo diverso con progetti nuovi.

Cosa ci sarà nel suo futuro?

PL: I miei progetti sono evolutivi, cioè di evoluzione personale, ma di fatto sono una prosecuzione di quanto fatto al Joia in questi anni. Ho innanzitutto aperto un negozio di alimenti biologici a Locarno insieme a mia figlia. Sto poi sviluppando un progetto molto importante all'interno di una comunità in una valle svizzera, dove mi ritirerò e vivrò in modo più introspettivo e meditativo. La mia relazione con il Joia, comunque, non si interromperà. Sarà sempre il cuore pulsante delle mie attività, gestito, però, da Sauro e Raffaele.

Ora, però, vorrei riavvolgere il nastro e tornare a quando lo ha aperto: quali motivazioni la spinsero all'epoca?

PL: Tornavo da un'esperienza, durata alcuni anni, in Oriente, in particolare modo in Giappone, Cina e India, dove la riflessione su ciò che desideravo essere, e mangiare, si è focalizzata: ho capito che la mia indole era vegetariana. Da qui il desiderio di creare una realtà che la rispecchiava. In quegli anni, era un'idea nuova e, se esisteva, era legata alla macrobiotica, a forme di pensiero ascetiche, ma poco gastronomiche. Il mio desiderio, invece, era di avvicinare più persone al mondo vegetale con una cucina gourmet, di piacere e di qualità. L'intento era di portare la società a una maggiore riflessione verso un'alimentazione sana, consapevole e quindi vegetariana.

Come nel tempo si è evoluta ed è cambiata la sua idea di cucina?

PL: La cucina del Joia è molto legata alle mie riflessioni ed evoluzioni personali, quindi negli anni si è trasformata, anche grazie alle persone che sono state con me. Il lavoro in cucina è opera di una squadra, che guarda come si trasforma il mondo e con lui cambia.

Quando il Joia ha aperto era senza dubbio rivoluzionario, come ha visto cambiare l'approccio dei commensali al suo tipo di cucina?

PL: Trovo molto interessante il modo in cui si è trasformata la società. In generale il pubblico è diventato molto più consapevole. Il cliente del Joia, oggi, arriva preparato all'esperienza gastronomica che sta per vivere. C'è anche maggiore sensibilità alle tematiche ambientali e da quel punto di vista siamo diventati pure un simbolo.



DA SINISTRA: RAFFAELE MINGHINI, SAURO RICCI E PIETRO LEEMANN



LA SALA DEL JOIA

Mi rivolgo ora agli chef Ricci e Minghini, qual è stato il vostro percorso prima del Joia e come è avvenuto il vostro approdo al ristorante?

Sauro Ricci: La mia formazione come chef è tradizionale: ho frequentato la scuola alberghiera e ho completato la mia formazione tecnica assecondando i miei interessi filosofici e culturali. Mi sono infatti laureato in Antropologia nel 2010. Sono così venuto a conoscenza dei principi Yin e Yang, quindi mi sono confrontato con le discipline orientali, che ho capito di poter applicare anche alla cucina. Mi sono così avvicinato alla macrobiotica, che è diventata oggetto della mia tesi. Ho completato gli studi in Portogallo. Tornato in Italia, cercavo una realtà che unisse i miei interessi culturali e gastronomici. Quando Michele Gioia, chef del ristorante Il Pellicano, mi ha parlato della sua esperienza al Joia, ho capito che il ristorante di Leemann potesse essere la mia strada. Ho contattato Pietro. E in breve tempo sono sbarcato nella sua cucina.

Raffaele Minghini: Ho studiato come perito meccanico, ma, durante i primi anni delle superiori, ho conosciuto le materie umanistiche e me ne sono innamorato. Perciò mi sono laureato in Ermenutica filosofica. Per qualche anno ho lavorato nell'azienda di famiglia, poi ho deciso di lasciare tutto e di seguire le mie passioni. Di conseguenza, ho intrapreso un percorso di formazione tecnica come cuoco. Sentivo la necessità di avere una formazione che potesse darmi strumenti di precisione e

Un'intervista a tutto tondo con Pietro Leemann, Sauro Ricci e Raffaele Minghini, chef del ristorante Joia di Milano. Una conversazione sul passato, il presente e il futuro del locale, da sempre all'avanguardia con una proposta gastronomica alternativa.

coerenza. Sono così entrato in contatto con chef Leemann: il colloquio fu un confronto molto bello sulle nostre inclinazioni teologiche. Il Joia era il mio posto: avrei potuto vivere l'esperienza professionale che stavo cercando, in un luogo in cui, al tempo stesso, avrei potuto confrontarmi con una dimensione filosofica rara.

Come è avvenuta la comunione tra le vostre filosofie e quella di chef Leemann?

RM: Le materie filosofiche e teologiche implicano un'apertura a ciò che non fa parte ancora della propria conoscenza e coscienza. Di conseguenza l'ascolto e la contaminazione sono propedeutici all'arricchimento personale. La forza di questo luogo è quello di proporre una filosofia forte, centrata e consapevole, ascoltando, al tempo stesso, tutto ciò che c'è attorno.

SR: Credo che il nostro approccio sia ben rappresentato da un piatto che abbiamo creato qualche anno fa: era una crema catalana con ricotta di capra. Si chiama 'Amici si nasce o si diventa', da un'idea di Pietro. Cito questo piatto perché credo che l'amicizia nasca laddove ci siano delle qualità personali che entrano in connessione, creano una risonanza e generano una collaborazione. È proprio quello che è avvenuto, avviene e avverrà ancora fra di noi.

PL: Una realtà come il Joia, che esprime una cucina di qualità gastronomica molto fine, ma anche una chiara filosofia, necessita una coerenza tra chi la realizza e il ristorante stesso, altrimenti non sarebbe autentico il suo messaggio. Sceglierci vicendevolmente ogni giorno, creando un'unione di pensieri, è per me essenziale al fine di proporre una cucina igienista, amica della vita, delle persone, delle coscienze e degli animali.

Quale piatto tra tutti quelli proposti al Joia nel tempo è per voi il più significativo?

PL: La mia scelta ricade su 'Sotto una coltre colorata', creato nel 2006. Rappresenta un paesaggio di forma e di contenuto: si ispira a un luogo che frequento spesso, un bosco ameno, oltre un ponte che attraversa un fiume, dove mi reco per riflettere e ispirarmi. È una schiuma impalpabile di latte, che nasconde elementi vegetali di gusti e consistenze diverse, che cambiano di stagione in stagione.

RM: Io scelgo 'Impermanenza'. È uno dei primi piatti su cui Sauro e Pietro mi hanno dato la possibilità di lavorare in autonomia. È una tortina delicata e croccante, che al tavolo viene rotta con un surikoji, il pestello in legno tipico della cucina giapponese, in un atto delicato e

al tempo stesso violento. Al di sopra viene quindi servita con una salsa, che cambia completamente l'aspetto del piatto. Il concetto che sta dietro al piatto è appunto quello di impermanenza della nostra opera: lavoriamo molte ore per creare qualcosa che, in pochi istanti, viene consumato. Questo piatto trasmette la dimensione effimera della materia e fa comprendere che, dunque, nel quotidiano, è il caso di non prendersi troppo sul serio: insomma, non salviamo vite, né costruiamo ponti, la nostra cucina deve far star bene le persone.

SR: Non costruiamo ponti materiali, ma certamente ponti culturali! La nostra cucina dialoga con le altre culture, sia con le tecniche sia con i gusti. Per questo motivo cito un piatto che non esce mai dal menù: 'Ombelico del mondo'. È la nostra declinazione del risotto, che è espressione della cultura italiana. Il riso, però, è diffusissimo nel mondo e parla dell'umanità: i cereali sono centrali nell'alimentazione dei popoli, che li hanno da sempre trattati in moltissimi modi, e sono inseriti perfino all'interno di processi rituali e religiosi. Proponiamo il risotto mantecandolo con creme di verdure di stagione, spesso con note di zenzero e succo di limone. Attualmente proponiamo 'Ombelico del mondo' in un doppio servizio: con un arancino e con un risotto nascosto dentro una ciotola con cime di rapa, una manteca di olio alle erbe e cavolfiore con una crescita di anacardo. Abbiamo inserito anche una foglia d'oro come omaggio a Gualtiero Marchesi, che è stato maestro di chef Leemann: vuole essere una forma di riconoscenza.

Recentemente chef Ricci mi ha rivelato che, secondo lui, l'ingrediente del futuro sarà la consapevolezza. Sarà dunque 'consapevolezza' la parola chiave del futuro del Joia?

RM: Il processo di creazione di consapevolezza è stato avviato da Pietro decenni fa. Spesso ci confrontiamo con i nostri ospiti e ancora affrontiamo alcuni - comprensibili - pregiudizi sulla cucina vegetariana. Ci accorgiamo, però, di averli pure conquistati con la nostra cucina e di aver offerto loro un'alternativa.

SR: La consapevolezza dona una certa capacità di analisi del nostro operato e della sua qualità, dunque di previsione sul futuro. Aggiungerci pure che ingrediente base delle nostre preparazioni sarà anche la gratitudine: verso i nostri insegnanti, verso Pietro, verso i nostri clienti e, soprattutto, verso l'unione di pensieri che ci unisce. Ciò fa sì che il cibo che offriamo possa nutrire non solo a livello biologico, ma pure a livello psichico e spirituale.

Elisa Tonussi



OMBELICO DEL MONDO



SOTTO UNA COLTRE COLORATA



IMPERMANENZA



**Scegliere Grana Padano
significa abbracciare i valori italiani.**

I luoghi dove nasce, la maestria dei casari,
le tradizioni, l'allegria a tavola, l'amore
per la cultura, il benessere e la passione.
È il gusto italiano che ha fatto
innamorare il mondo.
Un'emozione da condividere.



Un'emozione italiana.

IL FORMAGGIO DOP PIÙ CONSUMATO AL MONDO.



INSIGHT

I PROFUMI DEL MEDITERRANEO IN UN GIN

Un distillato i cui sentori richiamano quelli del mare. È Helba, un London dry realizzato con erbe spontanee dell'Isola d'Elba. È ideale nella miscelazione. Ma anche degustato in purezza con ghiaccio.



E se un gin fosse in grado di farvi viaggiare con la mente verso l'Isola d'Elba? È Helba, un distillato, che, con i suoi sentori, intende richiamare i profumi della macchia mediterranea e la freschezza delle acque del mare toscano. Nato nel 2021, da un'idea di Federico Figini, trentenne milanese, elbano d'adozione, Helba è un omaggio all'isola nel Mar Tirreno. Si tratta di un London dry gin fresco e aromatico, realizzato solo con ingredienti che crescono spontaneamente sull'Isola: dalle sette botaniche utilizzate - il mirto, le castagne, la menta selvatica, il ginepro, le alghe di mare, i semi di coriandolo, la radice di liquirizia - fino all'acqua che sgorga dalla Fonte Napoleone, direttamente dal cuore dell'Isola sulle pendici del monte Capanne.

La degustazione di Helba intende richiamare le sensazioni del primo giorno di vacanza: quelle dell'acqua fresca del mare, della sua salinità, della brezza mediterranea. È così che al naso prevalgono i sentori della macchia: mirto e menta selvatica appena accennata si fondono con una leggera nota salmastra data dalle alghe. In bocca, poi, il sapore è fresco e aromatico, con il ginepro mai invasivo, ma presente per conferire note balsamiche. Il finale è morbido, grazie alle castagne secche e alla naturale dolcezza delle bacche di ginepro.

Ogni aspetto di questo distillato intende celebrare l'Isola d'Elba. Il suo nome - Helba, appunto - era l'appellativo medievale di questo luogo. Mentre il colore azzurro della bottiglia vuole riportare alla mente le sfumature del suo mare. Realizzato a mano dall'illustratore milanese Il Tela, l'artwork è fatto con pirite, minerale del sottosuolo elbano.

Non solo gin

Helba, però, non è solo gin. Nel mese di aprile 2024 è previsto il lancio di un nuovo superalcolico. Si tratta di Helba Tuscany Aperitivo, un'interpretazione in chiave elbana del classico aperitivo vermut di Torino. È dunque un vino liquoroso, che, però, non segue il disciplinare di quello tradizionale piemontese. È infatti tagliato con una parte di Aleatico, vino tipico dell'isola d'Elba, fornito da una delle migliori cantine della zona, la Tenuta delle Ripalte. Sarà un prodotto perfetto da miscelazione, con una buona base zuccherina, ma anche ottimo da gustare liscio con un cubetto di ghiaccio, nel classico aperitivo alla spagnola.

Elisa Tonussi

MIXOLOGY

Due cocktail esclusivi ideati per valorizzare Helba e le botaniche che lo caratterizzano.

CAPOLIVERI di Daniel Greco (Carpediem, Capoliveri, Livorno)

Un drink nato nell'iconica piazza di Capoliveri: antico borgo di pescatori e minatori, uno dei luoghi simbolo dell'Isola d'Elba. Un cocktail dai sentori fruttati per una pausa rinfrescante.

INGREDIENTI

Helba gin 5 cl, Antica formula 2 cl, Limone 3 cl, Inf. rosmarino 1,5 cl, Inf. salvia 0,5 cl

GARNISH: fetta di limone e rosmarino

TECNICA: shackle&strain

BICCHIERE: coupè

MEDITERRANEO

di Alessandro de Luca (Rufus Cocktail Bar, Milano)

Ha il profumo delle vacanze e somiglia ad una bibita fresca e dissetante. Mediterraneo è il cocktail ideato dietro il bancone del Rufus Cocktail Bar, una garanzia nel panorama della miscelazione milanese.

INGREDIENTI

Helba Gin 4cl, Passito di Pantelleria 2cl, Riduzione di Tamarindo 0,5cl, Zucchero Liquido 2cl, Angostura 3 gocce, 1 Rametto di Rosmarino, ½ Limone Bio spremuto

GARNISH: rametto di mirto fresco

TECNICA: shackle&double strain

BICCHIERE: thumblor basso



dal 1989

squisitamente Umbria



www.assisisalumi.it

SPECIALE ALTA GAMMA

Non solo prodotti per il grande pubblico, tra i padiglioni di Cibus, la manifestazione di fiere di Parma che andrà in scena dal 7 al 10 maggio, spiccano alcune chicche gastronomiche che possono stuzzicare anche i palati più esigenti degli chef. Sono aceti, aromi, condimenti, prodotti caseari e di norcineria. E molto altro. Nelle prossime pagine, vi offriamo un'anteprima.



A cura di Elisa Tonussi

ACQUALAGNA TARTUFI

www.acqualagnatartufi.com

CONDIMENTO A BASE DI BURRO FRESCO E TARTUFO



Il burro fresco, unito al tartufo bianchetto, è un condimento ideale per qualsiasi tipo di piatto, dai crostini caldi alla pasta. È un'ottima base per preparare i primi piatti quando il tartufo nero estivo a inizio stagione non è così tanto carico di sapore: i sentori pungenti e agliaici del tartufo bianchetto aiutano infatti a insaporire i piatti. Realizzato artigianalmente con burro (93%), tartufo bianchetto (5%), sale e aromi, la sua shelf life è di sei mesi.

Formati disponibili per la ristorazione
100 g e 250 g

PAD. 05 - STAND L052

INAUDI FUNGHI E TARTUFI

www.inaudi.com

BLACK-T SALSA CON TARTUFO ESTIVO



Salsa preparata con funghi e tartufo nero estivo. La produzione di questa particolare salsa con tartufo prevede una lavorazione artigianale che permette alla salsa di mantenere una texture in trito che lascia percepire al meglio le qualità dei suoi ingredienti. Ideale per condire pasta, risotti, bruschette, sulle pizze. Il focus della produzione è la qualità degli ingredienti utilizzati così come le lavorazioni, manuali e artigianali seguendo le tradizioni di famiglia.

Formati disponibili per la ristorazione
Vaso da 650 g.

PAD.05 - STAND A015

CAMPO D'ORO

www.campodoro.com

CREMA DOLCE DI PISTACCHIO CON TARTUFO NERO



La crema al pistacchio al tartufo è una combinazione di due sapori distinti e prelibati. La morbida e vellutata consistenza della crema al pistacchio si sposa con l'intenso aroma del tartufo, creando un'esperienza gustativa unica e raffinata. La dolcezza del pistacchio si armonizza perfettamente con la complessità del tartufo, offrendo un gusto equilibrato e straordinario adatta ad arricchire piatti dolci, da gustare semplicemente su pane tostato, per farcire croissant, panettoni e cheese cake o semplicemente da utilizzare come guarnizione. Prodotta artigianalmente

Formati disponibili per la ristorazione
Vasi da 600 g e vaschette da 2 kg.

PAD. 05 - STAND E015

ACETIFICIO CARANDINI EMILIO

www.carandini.it

EMILIO ORO ACETO BALSAMICO DI MODENA IGP



L'Aceto Balsamico di Modena Igp Emilio Oro porta il nome del fondatore dell'azienda. Con il suo sapore ricco e armonico, si distingue per la sua alta densità e il colore scuro, dati dall'alta concentrazione di mosto d'uva, che gli dona un'intensità e una complessità uniche, mentre il suo aroma tipico ha note profonde e avvolgenti. L'Aceto Balsamico di Modena Igp Emilio Oro viene prodotto esclusivamente utilizzando sette varietà di uve native dell'Emilia Romagna. Una volta raccolte, le uve vengono diraspate e pigiate. Il mosto così ottenuto cuoce lentamente, viene poi miscelato all'aceto di vino. Il prodotto ottenuto viene trasferito in botti di legno, tradizionalmente realizzate in quercia, castagno, ciliegio, gelso o ginepro, che conferiscono al prodotto aromi e sapori distintivi. Dopo almeno 60 giorni di invecchiamento, il prodotto può ottenere la certificazione Aceto Balsamico di Modena Igp.

Formati disponibili per la ristorazione
250 ml

PAD. 05 - STAND B004

DELIZIA

www.deliziaspa.com

BURRATA



Una delle bontà Deliziosa più famose è la burrata. Realizzata con il miglior latte fresco delle Murge, ogni burrata viene ancor oggi lavorata manualmente da mastri casari esperti, nel pieno rispetto della tradizione. La burrata si presenta come uno scrigno composto da un sottile strato di pasta filata, fresca e consistente che, all'interno, racchiude un morbido cuore di panna con sottilissimi sfilacci di mozzarella.

Formati disponibili per la ristorazione
50, 100, 125 grammi.

PAD. 02 - STAND A 016

DEVODIER

www.devodier.com

CULATTA EMILIA



Storico salume tradizionale dell'Emilia, un prodotto squisito dal carattere unico e raffinato, coccolato dalla delicata brezza collinare che esalta tutti i sapori inimitabili di questo pregiato taglio nella sua più dolce interpretazione. Il cuore del prosciutto crudo, particolarmente dolce e tenero, viene lasciato come da tradizione parzialmente coperto dalla cotenna e stagionato pazientemente in modo naturale aggiungendo solo una piccola quantità della speciale miscela di sali marini italiani Devodier.

Formati disponibili per la ristorazione
Con anchetta o senza anchetta.

PAD. 02 - STAND L006

PROSCIUTTIFICIO MONTEVECCHIO

www.prosciuttificiomontevecchio.it

FIOR DI FESA



Nasce dalla coscia del maiale che viene disossata prima del processo di stagionatura. Questa lavorazione permette al prodotto di arrivare a regime di stagionatura molto prima rispetto a un prosciutto in osso e, allo stesso tempo, ha dei grandi vantaggi sia al taglio ed affettamento che nella pulitura, avendo uno scarto ridottissimo e la possibilità di essere lavorato a temperatura positiva. Gli ingredienti sono carne di suino nazionale ed europea, sale e aromi naturali. La forma regolare di natura consente di avere una fetta omogenea e uno scarto ridottissimo senza l'ausilio di lavorazioni meccaniche.

Formati disponibili per la ristorazione
Intero, al trancio e affettato.

PAD. 03 - STAND A 038

GRUPPO MARENCHINO

www.marenchino.it

TESTUN DI CAPRA MARENCHINO



Testun di Capra è un formaggio della tradizione piemontese e il nome stesso Testun (dal piemontese 'testa grossa e dura', 'testone') significa che ha una consistenza sostenuta. È un formaggio stagionato da latte 100% caprino di origine locale, altamente digeribile e ricco di proprietà benefiche, da cui ricava un gusto unico per intensità e sapore. Maturato sulle assi di legno di apposite cantine di montagna, viene lavorato da mani esperte che ne curano la stagionatura, forma per forma. Un formaggio dalla personalità spiccata, dalla pasta bianca con una consistenza sostenuta e particolarmente omogenea. La crosta, non edibile, è sottile, liscia, di colore grigio-rossastro. La pasta è di colore bianco avorio, con occhiate minute e regolari. Il sapore è fino, profumato e moderatamente piccante se stagionato.

Formati disponibili per la ristorazione
Forma (ca. 8 kg), mezza forma (4 kg) e ¼ di forma (ca. 2 kg). Disponibilità di spicchi a peso fisso: 300 g, 150 g e 100 g.

PAD. 02 - STAND F 044

BOTALLA FORMAGGI

www.botallaformaggi.com

LINEA GLI SPECIALI



Quando il latte 100% piemontese incontra la curcuma, i fiori, lo zenzero e il pepe colorato nascono prodotti che conquistano tutti i palati grazie ai loro sapori speziati, ma bilanciati. Il latte proviene solo da allevamenti accuratamente selezionati ed è grazie all'esperienza dei mastri casari che questa preziosa materia prima di alta qualità si trasforma in formaggi dal gusto unico.

Formato disponibile per la ristorazione
700 g

PAD. 02 - STAND K 048

ASSISI SALUMIwww.assisisalumi.it**COSCIA GRANPIANO FETTASSISI**

Il prodotto deriva da cosce di suino predisossate non inferiori ai 9,50 kg e provenienti da allevamenti comunitari di razze bianche incrociate e selezionate. Nel procedimento di salatura si impiega cloruro di sodio di grana media, erbe aromatiche e spezie. Il prodotto risulta dolce e non saporito al palato. La stagionatura è di oltre sei mesi.

Formati disponibili per la ristorazione

Il prodotto ha un peso che varia dai 6 ai 6,5 kg ed è disponibile anche a metà con un peso che varia dai 2,5 ai 3 kg.

PAD. 02 - STAND: N 062

CASEIFICIO PALAZZOwww.caseificiopalazzo.com**BURRATA DI ANDRIA IGP**

La burrata è un formaggio fresco a pasta filata, simile alla mozzarella ma con un cuore di panna e sfilacci con una consistenza più morbida e cremosa e una caratteristica chiusura apicale. Di colore bianco latte, con una superficie liscia e lucente con caratteristico sapore di latte. Alla base è una ricetta tradizionale fatta di pochi ingredienti: latte vaccino pastorizzato, panna Uht, siero innesto, sale e caglio. La burrata è lavorata manualmente creando un sacchetto di pasta filata, poi riempito con una cremosa farcitura a base di sfilacci di mozzarella e panna Uht, detta stracciatella. Il sacchetto così farcito è poi chiuso accuratamente, raffreddato e confezionato.

Formati disponibili per la ristorazione

200 g in bicchiere con coperchio.

PAD. 02 - STAND G 068

ITALPEPEwww.italpepe.com**LINEA VITALETTI**

In occasione della celebrazione dei 90 anni di Alfonso Vitaletti, Italpepe presenta una nuova linea volta alla valorizzazione di tutto il lavoro di ricerca e selezione che Italpepe porta avanti con dedizione e passione da 55 anni. È stata intrapresa un'importante ricerca con l'Università di Pisa, con il Centro Studi Assaggiatori di Brescia e con l'Istituto di ricerca Good Senses, per identificare e valorizzare un profilo sensoriale di eccellenza per le spezie. I risultati di questo lavoro sono celebrati in una nuova linea Vitaletti, caratterizzata da un'etichetta preziosa dedicata a raccontare la materia prima dall'origine al profilo sensoriale al momento del confezionamento.

Formati disponibili per la ristorazione

Vaso Pet 500 cc

PAD. 05 - STAND C 040

LUIGI GUFFANTI 1876www.guffantiformaggi.com**GORGHIÉ**

Questo formaggio a latte crudo di montagna arriva direttamente dalla Valsassina e presenta una forma tonda regolare, ha una pasta uniforme di colore giallo paglierino, più intenso nella stagione estiva e con una leggera occhiatura. La sua particolarità è la presenza di una sottile striscia di formaggio erborinato al centro, che gli conferisce un gusto deciso, tipico degli erborinati ma anche dolce, tipico di questa toma. Crosta consistente con presenza di muffe caratteristiche. Sapore dolce, gradevole ed aromatico. Guffanti lo propone dopo un allevamento in cantina di almeno 75 giorni.

Formati disponibili per la ristorazione

Forma intera, 1/2 forma.

PAD. 02 - STAND A 031

LA PERLA DI TORINOwww.laperladitorino.it**TARTUFO DI CIOCCOLATO**

Un cremoso piacere che si scioglie in bocca, avvolgendo il palato con il gusto rotondo della nocciola e i persistenti aromi del cacao. Il Tartufo di cioccolato firmato La Perla di Torino è il prodotto ideale per tutte le occasioni, che siano ricorrenze speciali oppure semplici momenti che si vogliono rendere indimenticabili con un omaggio in grado di emozionare. Il Pocket I TRE si compone di tre tartufi di cioccolato disponibili nei gusti: Pistacchio e Lampone, Limoncello e Meringa, Arachide Salata. In anteprima a Cibus verrà presentata la nuova gamma ai gusti: Bianco, Nero, Pistacchio. Perfetto come raffinato cadeau per gli ospiti o per un fine pasto in un contesto luxury.

Formati disponibili per la ristorazione

Pocket 40 g, 6,5 x 9 x 2 cm.

PAD. 06 - STAND 1058

ALBINO CHIESAwww.albinochiesa.it**LARDO CON BASILICO GENOVESE DOP**

Pancettone alto e pesante padano lavorato fresco, salato a secco lungamente (50 giorni), asciugato, squadrato a puntino e sovrapposto, farcito con basilico genovese Dop essiccato in apposito essiccatore, legato in carta alimentare, portato a tempering per 2 mesi.

Formati disponibili per la ristorazione

2/3 kg sottovuoto.

PAD. 02 - STAND N050

ITALO, CARATTERE ITALIANO



L'Italia è un Paese ricco di bellezza, di creatività, di sapori eccezionali e di prodotti unici. Come Italo, il formaggio di Botalla che, grazie al sapore delicato e alla sua spiccata personalità, diventa simbolo del gusto che unisce, senza compromessi. Per la tavola di tutti gli italiani.



QUANDO LE RECENSIONI DIVENTANO STRUMENTO DI RICATTO



Vincenzo Colao è il patron di Ripa 12, locale storico nel cuore di Trastevere, a Roma, tra i più apprezzati in assoluto della zona per il pesce. Dopo oltre tre decenni di presenza in questo punto nevralgico per la ristorazione capitolina, si è trovato a essere vittima di una tentata estorsione da parte di uno sconosciuto che gli proponeva un pacchetto di recensioni sulle piattaforme online. Stanco di vessazioni, Colao ha denunciato tutto al commissariato, rompendo il muro di silenzio che protegge queste truffe. Lo incontriamo nel suo locale, insieme ai famigliari che collaborano all'attività del ristorante, mentre si accinge all'apertura serale.

Come ha deciso di denunciare chi la minacciava?

Spesso e volentieri mi arrivano delle pubblicità, se vogliamo chiamarle così, da nu-

meri telefonici del Bangladesh. Gente che si propone come professionista dei social, da Google a Instagram sino a Facebook, e ti offre pacchetti di recensioni a pagamento. In questo caso la richiesta era di 400 euro per 100 recensioni. Ho avuto la malaugurata idea di dire esplicitamente: "No, non mi interessa". A quel punto, dopo aver proposto un pacchetto più piccolo e varie formule di pagamento, di fronte ai quali ho ribadito il mio no, una mattina mi sono svegliato e ho trovato questo messaggio: "Sono dieci giorni che ti scrivo, se non accetti comincio a metterti le recensioni negative". Alle 9.30 ero già dalla polizia, ho mostrato agli agenti le chat, e intanto ho continuato a scambiare messaggi, dicendo chiaramente che ero davanti ai poliziotti. Ma il mio interlocutore ha continuato a insistere, anche quando gli ho inviato tramite Whatsapp la foto della denuncia appena fatta. Intanto gli agenti

hanno rintracciato il cellulare: era un'utenza del Bangladesh, ma i messaggi arrivavano dall'Italia.

Le sono accaduti altri episodi del genere?

Giuliano mostro uno, sempre con numero del Bangladesh. Ecco quel che dice: "Chiedi ad alcuni tuoi amici di avere recensioni da me, e allora non avrai più stress". Quello che ho denunciato scriveva: "Il mio lavorante ha acquistato cinquecento messaggi di posta. Devo lavorare". Quando gli ho detto che ero al commissariato di Trastevere, e la polizia stava prendendo nota delle sue minacce, in modo che qualsiasi recensione negativa sarebbe stata segnalata a Google, ha risposto: "Non ti sto minacciando. Volevi acquistare il mio lavoro. Ho avvisato i miei lavoratori e chiesto di acquistare la posta. Quindi lavorerai o farai lavorare alcuni dei tuoi amici". Non è chiaro cosa

intende. Forse acquistano degli account. "Non voglio alcun male da parte tua per me", aggiunge.

Il suo è un caso isolato?

So di non essere l'unico a cui succedono queste cose. Il problema è che è facilissimo comprarsi pacchetti di recensioni e costruire la buona reputazione di un locale sul nulla. I personaggi che le offrono vogliono essere pagati su Western Union, in modo da non essere tracciati. Ci sono anche strutture più organizzate, che siglano con i ristoratori veri e propri contratti, in cui viene definito, spesso in uno studio di un avvocato, un pacchetto di recensioni ancor prima dell'apertura di un locale, per migliaia di euro. Poi ci sono operatori come questi del Bangladesh, che si muovono in maniera meno organizzata, mandando messaggi direttamente al numero di telefono del ristorante. Le faccio vedere un'altra cosa: qui un italiano, che mi ha contattato la scorsa estate, mi ha proposto 200 recensioni. E mi ha mandato dei link per farmi vedere come un locale che partiva su Google con punteggio 3,3 era in grado grazie al suo intervento e all'investimento di una determinata cifra di arrivare sopra il 4. Questo perlomeno proponeva una fattura, pagabile con bonifico, per pubblicità, in modo da avere la parvenza di regolarità.

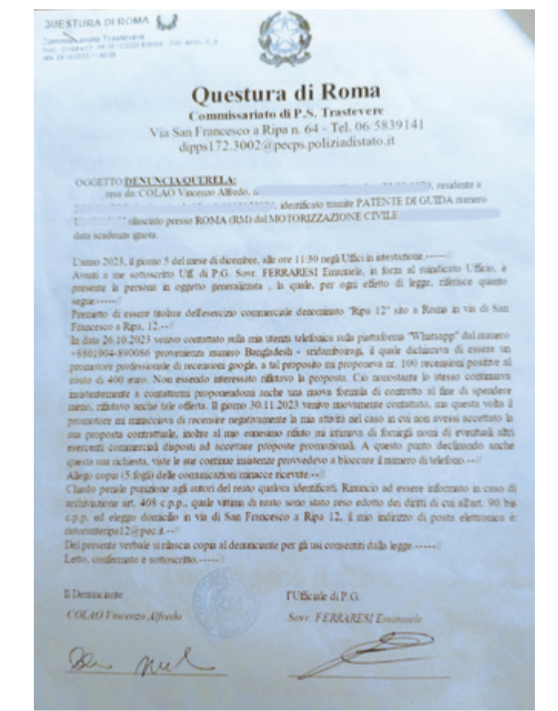
Il suo locale ha molte recensioni su social e piattaforme?

No. In proporzione al volume di lavoro ne abbiamo anzi poche. La mia clientela è fatta di professionisti italiani, e al 90% di persone che fanno parte delle istituzioni e di persone che lavorano in questa zona. Esistiamo da 33 anni, sotto la proprietà della stessa famiglia. I nostri clienti storici spesso sono un po' 'gelosi', e preferiscono tenersi per sé la conoscenza di questo posto. Sono in diversi a venire anche tre/quattro volte la settimana. E devo dire che a noi non accade nemmeno di essere contattati da influencer che provano a concordare uno scambio merce tra visibilità attraverso un post e la cena pagata.

Cosa si può fare contro queste recensioni fasulle?

La polizia ha preso la denuncia e ha provato a rintracciare il numero, che però è stato bloccato. Io faccio parte della Fipe, la Federazione italiana dei pubblici esercizi di Confcommercio. Insieme a loro abbiamo

Vincenzo Colao, ristoratore romano, opera da oltre trent'anni a Trastevere con il Ripa 12. Di recente è stato vittima di ritorsioni. Il motivo? Aveva rifiutato l'offerta di un pacchetto da 400 euro per 100 segnalazioni online. Con lui scopriamo il vaso di Pandora dei voti sui social.



VINCENZO COLAO E IL DOCUMENTO DI DENUNCIA ALLA QUESTURA DI ROMA

formulato una serie di proposte con cui si riuscirebbe a rimodulare questo mondo delle recensioni. Chiediamo che la recensione sia fatta all'interno del locale, con la tracciabilità della linea wi-fi del locale, in modo che sia sicuro che si tratta di un cliente autentico e non di un pacchetto acquistato a fronte di una proposta di uno di questi operatori. Il problema è che in questa zona sono spuntati un sacco di locali. Molti dei quali hanno insegne che citano un anno lontano, come se avessero una lunga storia. Chi compra le recensioni in 10 minuti ne vede pubblicate 50, corredate da elementi molto generici. E avere un buon giudizio sui social conta, soprattutto per ciò che riguarda la clientela straniera, che per prima cosa guarda i voti sullo smartphone.

Come dovrebbe essere una recensione credibile?

Chi fa una recensione dovrebbe in realtà raccontare un'esperienza: un piatto mangiato, o, di contro, un cameriere che lo ha trattato male. Qualcosa di preciso, corredato da, come ripeto, elementi di tracciabilità. Allora avrebbe un senso. E soprattutto la recensione dovrebbe comunque partire dal cliente. Non deve essere il ristoratore a chiederla. Purtroppo il mondo della ristorazione sta cambiando. Non può essere basato tutto sul giudizio di qualcuno che magari non ci capisce niente. Anche tra le recensioni veritiere, c'è modo e modo di fare. C'è

chi ti mette una stella perché gli è arrivato un piatto un po' salato. Può succedere: se il cliente me lo dice, glielo rifaccio. C'è anche chi esprime un voto senza scrivere nulla. Chi legge cosa capisce?

Cosa rischiate voi ristoratori per una recensione cattiva, magari non autentica?

Una mia collega ha dovuto spendere circa 800 euro per analizzare dei cibi, perché degli stranieri a fine cena hanno detto che avevano pagato troppo, e il giorno dopo hanno scritto una recensione in cui dicevano di essere stati tutti male. Lei ha chiamato la società che si occupa di farci i campionamenti del cibo, che ha analizzato tutti i lotti in laboratorio. L'analisi di ciascun lotto costa 200 euro. Ha potuto così rispondere rendendo noti i risultati e pubblicando le analisi. Ha chiesto di togliere la recensione, ma non c'è riuscita. E ha dovuto spendere già 1.600 euro di avvocato solo per provare a parlare con Google. Perché quando si segnala una recensione sospetta, o scorretta, nessuno ti risponde. Né esiste modo di avere la loro collaborazione quando si tratta di impedire una tentata estorsione. Google vuole essere perfetto su tutto dalla ricerca di un locale, alla segnalazione del parcheggio, sino alle recensioni. Allora dovrebbe offrirci anche questo servizio. Rispondono solo se vuoi fare pubblicità. Allora ti richiama immediatamente...

Andrea Dusio

BEVERAGE



DOSSIER VINI

Un buon pasto non può non essere accompagnato da eccellenti etichette. In occasione di Vinitaly, proponiamo una selezione, che possa incuriosire i ristoratori. Non mancheranno un approfondimento su una delle più grandi produzioni italiane: il Barolo. Nonché sull'irrinunciabile figura del sommelier.

A cura di Elisa Tonussi e Tommaso Farina

Abbazia di Novacella

www.abbazianovacella.it

Alto Adige Valle Isarco Kerner Praepositus 2022

Colore giallo chiaro con evidenti riflessi verdolini. Al naso si caratterizza per i sentori di pesca matura, albicocca secca, buccia d'arancio, zenzero e fiori di sambuco. In bocca si esprime succo e potente, con delicate note dolci e fruttate sul finale. L'annata 2022, con un inverno eccezionalmente caldo e poco nevoso e un'estate calda e secca, ha fatto sì che le uve fossero molto sane, con gradazioni zuccherine abbastanza elevate. Un'annata eccellente per i vini bianchi.

Vitigni
Kerner
Zona di produzione
Valle Isarco, Alto Adige.
Gradazione alcolica
14,5%
Formato
0,75 l
N. di bottiglie prodotte
33.000



Castello di Spessa

www.castellodispessa.it

Santarosa 2022 Pinot Bianco Doc Collio

Di colore giallo paglierino con note dorate, al naso risulta ampio e intenso con note tropicali e di crosta di pane. Al palato estremamente raffinato con note che ricordano i lieviti, pera e floreali di fiori d'acacia. Morbido e vellutato, ha un'ottima persistenza. La fermentazione avviene in vasche di acciaio inox alla temperatura controllata di 16-18° C. Viene poi affinato in parte in barriques e in parte in acciaio sulle fecce nobili fino al mese di marzo e successivamente in bottiglia.

Vitigni
100% Pinot Bianco
Zona di produzione
Doc Collio
Gradazione alcolica
14%
Formato
0,75 l e magnum
N. di bottiglie prodotte
9.821 da 0,75 ml e 240 magnum



Cantina Colterenzio

www.colterenzio.it

LR Alto Adige Bianco Riserva Doc 2020

Dopo alcuni anni e molte prove per individuare le giuste varietà, è nato LR. Di colore giallo paglierino intenso, al naso è fruttato, con sentori esotici. Un palato di grande struttura e carattere. Dopo una soffice pressatura e a fermentazione avvenuta, il vino matura in botti di rovere e rimane in bottiglia per ulteriori 12 mesi. Solamente dopo tre anni dopo la vendemmia il vino viene commercializzato. Questo vino può essere invecchiato fino a 8-10 anni. la temperatura ideale di servizio è di 12-14°C.

Vitigni
Chardonnay, pinot bianco, sauvignon.
Zona di produzione
Appiano, Alto Adige, vigneti selezionati a un'altitudine di 400-550 m s.l.m.
Gradazione alcolica
14%
Formato
0,75 l
N. di bottiglie prodotte
5.290



Centinari

www.centinari.it

Franciacorta Docg Testanera Riserva 2016

In Franciacorta, dopo un lungo affinamento in bottiglia, nasce Testanera Riserva 2016. Chardonnay dalla straordinaria complessità ed eleganza gustativa e olfattiva, frutto di un'annata eccezionale. Dal colore giallo intenso con riflessi accesi e brillanti, il suo profumo è speziato, ricorda le bacche di vaniglia, con una leggera nota di pepe bianco. Richiama sentori di frutta gialla, sia fresca che matura, e note di crosta di pane. Lascia il palato avvolto in una elegante sensazione di piacevolezza, dove la freschezza e la sapidità si integrano benissimo alla componente alcolica. Ha un perlage fine, persistente e abbondante.

Vitigni
Chardonnay
Zona di produzione
Franciacorta
Gradazione alcolica
12%
Formato
0,75 l
N. di bottiglie prodotte
800



Costaripa di Vezzola Mattia

www.costaripa.it

RosaMara Valtènesi Rosè 2023

Il colore è leggerissimo di rosa appena fiorita, quasi perla, caratteristico di un rispetto incondizionato, durante il lento sgrondo, del mosto fiore. Al naso è invitante, stimola la piacevolezza. Leggermente speziato e sottile nella più fresca eleganza. Note fruttate di pesca della vigna, piccoli frutti rossi e pepe nero. Leggero di viola, fiori di arancio, pompelmo e melograno. Gusto succoso, secco senza residualità zuccherina. Buona energia e verticalità con tessitura setosa e armonica. Ampio, ricco di ottima persistenza e sapidità. Lungo il finale con leggerissimo retrogusto di mandorla di pasticceria.

Vitigni
50% grollpello, 30% marzemino, 10% sangiovese, 10% barbera
Zona di produzione
Valtènesi, Lombardia
Gradazione alcolica
13%
Formato
0,375 l, 0,75 l, 1,5 l, 3 l
N. di bottiglie prodotte
160.000



Dubl

www.dubl.it

Dubl Brut Edition II

Tutto è iniziato 20 anni fa in Irpinia con una visione: esprimere tutto il potenziale delle migliori uve autoctone campane e portarlo verso un nuovo orizzonte mai esplorato prima, quello del metodo classico. Per raggiungere questa ambizione, l'azienda ha collaborato con un esperto della Champagne - Anselme Selosse, che è rimasto stupito da ciò che greco e aglianico avevano da offrire: un'incredibile mineralità e freschezza, perfette per creare ottimi spumanti. Situata in montagna, con forti piogge, nevicate e vento, e caratterizzata da suoli vulcanici, infatti, l'Irpinia non è il tipico Sud Italia, è un luogo per molti aspetti inaspettato.

Vitigni
Prevalentemente greco
Zona di produzione
Irpinia, Campania
Gradazione alcolica
12,5%
Formato
0,750 l
N. di bottiglie prodotte
30.000



Leone de Castris

www.leonedecastris.com

Five Roses Anniversario Rosato Salento Igt 2023

Il Five Roses Anniversario nasce con la vendemmia del 1993, per celebrare i 50 anni del Five Roses. Colore fiore di pesco lucente, sprigiona al naso sentori di mirtillo e ribes rosso, accompagnati da delicate note floreali di rosa canina e di talco. Al palato risulta ricco di una fresca acidità, ottima struttura e finale fruttato ed elegantemente persistente. Si consiglia l'abbinamento con piatti tipici della tradizione mediterranea, salumi e formaggi poco stagionati, piatti a base di pesce o carni bianche.

Vitigni
Negroamaro e malvasia nera
Zona di produzione
Salento
Gradazione alcolica
13%
Formato
0,75 l, 0,375 l e 1,5 l
N. di bottiglie prodotte
150.000



Marchesi Frescobaldi

www.frescobaldi.it

Tenuta Perano Chianti Classico Docg 2021

Tenuta Perano Chianti Classico 2021 si presenta con una veste di colore rosso rubino limpido. All'olfatto esordisce con note fruttate di frutti di bosco e altri frutti rossi come la ciliegia e la prugna. Gli aspetti floreali sono molto evidenti e come sempre dominati da spiccati sentori di viola mammola e di rosa selvatica. A seguire l'impronta speziata di Perano Chianti Classico con chiodi di garofano e cardamomo, il finale olfattivo è fresco e balsamico. L'ingresso in bocca minerale e giustamente tannico, con una trama tannica serica, freschezza e mineralità si impongono nel finale gustativo. Bella la rispondenza gusto olfattiva e lunga la persistenza aromatica intensa.

Vitigni
Sangiovese e varietà complementari
Zona di produzione
Gaiole in Chianti
Gradazione alcolica
13,5%
Formato
0,75 e magnum
N. di bottiglie prodotte
250.000



Les Crêtes

www.lescrettes.it

Chardonnay Cuvée Bois Valle d'Aosta Dop

Chardonnay ampio e strutturato, riconosciuto per eleganza e stile. I tannini nobili derivanti dai legni pregiati, l'affinamento sur lies e i ripetuti bâtonnages gli conferiscono straordinaria complessità e notevole equilibrio. Il nome cuvée bois nasce dal suo metodo di affinamento in barriques 'cuves' di rovere francese 'bois'.

Vitigni
Chardonnay 100%
Zona di produzione
Valle d'Aosta. Altitudine 550-750 metri slm.
Gradazione alcolica
14,5%
Formato
0,75 l
N. di bottiglie prodotte
18.000



Cantina Tramin

www.cantinatramin.it

**Troy -
Alto Adige Chardonnay Doc Riserva**

Una delle punte di diamante di Cantina Tramin, emblema dell'interpretazione in chiave alpina della varietà. Troy nasce da vigne che si arrampicano in quota. I vigneti con pendenze che vanno anche oltre il 30 per cento si collocano tra 500 e 550 metri d'altezza. I terreni sono composti di ghiaia calcarea mista ad argilla. I grappoli sono rinfrescati da correnti e brezze che favoriscono escursioni termiche tra notte e giorno, capaci di arricchire le uve di sentori aromatici intensi che richiamano i profumi di montagna. Ne è risultato un vino dal colore dorato con un'intensità e un'ampiezza di profumi che svelano immediatamente la propria origine montana, con delicati sentori floreali e agrumati, sensazioni di frutti tropicali. In bocca domina la freschezza e una piacevole mineralità salina, con un finale lungo sui toni minerali e sensazioni retro olfattive tropicali e di nocciola tostata.

Vitigni

Chardonnay 100%

Zona di produzione

Termino, vigneti da 500 - 550 m

Gradazione alcolica

13,5%

Formato

0,75 e magnum

N. di bottiglie prodotte

6.200 e 200 magnum

**Albino Armani Viticoltori
dal 1607**

www.albinoarmani.com

**Trento Doc Clé 2018
Dosaggio Zero**

Su terreni ricchi di basalto e calcare, le uve di chardonnay e pinot nero si fondono in sapiente equilibrio per creare uno spumante d'altura elegante e indimenticabile. Arricchito da un perlage fine e persistente, raccoglie nel calice note fresche e fruttate di agrumi e di miele, accompagnate dalla fragranza del lievito. Il perfetto equilibrio fra acidità e struttura conferisce piacevole armonia ad ogni sorso.

Vitigni

Chardonnay, pinot nero (50%).

Zona di produzione

Altopiano di Brentonico, Trentino.

Gradazione alcolica

12%

Formato

0,75 l

N. di bottiglie prodotte

10.000



ADDIO AL SOMMELIER?

“Se ci tolgono pure l'America, che ne sarà di noi?”. Il grido di dolore di molti sommelier italiani è stato quasi lancinante, quando i media del nostro Paese hanno riportato un articolo del New York Times, che con la brutale sincerità del giornalismo, sintetizzando, spiegava: negli Usa il sommelier non tira più. Ma come? Per anni ci hanno detto che l'America era l'isola felice, il mercato agognato da tutti: e se un mercato è molto desiderato, evidentemente genererà un indotto lavorativo almeno paragonabile. I sommelier, certamente, di un simile indotto fanno parte, e diciamo pure che nei ristoranti con una certa ambizione riuscivano a vivere senza grossi grattacapi, anzi cavandosi belle soddisfazioni. Ricordiamolo: il sommelier, a certi livelli, non è soltanto chi versa il vino, che lo assaggia, lo annusa sperando di non incappare in un tappo di sughero traditore. Il sommelier, in un grande ristorante e soprattutto Oltreoceano, è un vero manager: si accorda con gli chef e la proprietà per comporre la cantina, non mancando di ascoltare anche i desiderata dei clienti, che magari se ne fregano del giusto abbinamento da libro di testo, ma vogliono assolutamente poter gustare il tal Borgogna che gli ricorda l'antico viaggio di nozze in Francia. Per non parlare del magazzino. Insomma: un lavoraccio, che giustamente si preferiva affidare a una persona competente, specializzata, passata attraverso ben normati corsi di studio.

Siamo al crepuscolo?

Ma adesso stanno cambiando le cose? Il patatrac è firmato Eric Asimov. Il nipote di Isaac Asimov, indiscusso creatore della narrativa di fantascienza, rispetto al glorioso antenato si occupa di cose più terrene: è il critico vinicolo del New York Times. Poco tempo fa, l'illustre collega si domandò: “What is a sommelier in the post-pandemic restaurant economy?”, che cos'è un sommelier nell'economia della ristorazione nei tempi post-Covid? La risposta, eloquente, è nel titolo stesso del pezzo: *The Twilight of the American Sommelier*, il crepuscolo del sommelier americano. Addirittura? La colpa è della pandemia del 2020, e delle pesanti ripercussioni economiche che ha avuto un po' in tutto il mondo, ma in modo particolare sotto la bandiera a stelle e strisce. Quello che è vero, è che ormai certi ristoranti sono



costretti a economizzare sul personale, riducendolo di numero. Se ciò non vale per le piazze di altissimo prestigio, nei locali di minor caratura questa tendenza si è crudamente manifestata. Asimov fa l'esempio di Étienne Guérin: dopo anni di esercizio della professione nella sua Montreal, il sommelier canadese era diventato director of wine in due indirizzi di sicuro valore nella Grande Mela, come M. Wells a Long Island, e Gage & Tollner, che si autodefinisce “The very famous restaurant in Brooklyn”. Ora però non lo è più: Guérin ha deciso di dedicarsi al vino da un'altra angolazione, diventando manager di Sotheby's Wine, il negozio di vini di lusso legato alla celeberrima casa d'aste. I due locali dove lavorava questo professionista sono ottimi, ma non si posizionano al top: e in molti ristoranti di questa fascia, la tendenza è quella di concentrare il personale, per risparmiare. Così, ecco che sempre più spesso il sommelier è sostituito nell'atto operativo da figure di sala che sanno o provano a fare un po' di tutto, dal barman al cameriere. June Rodil, esperta di vini e amministratrice di ristoranti in Texas, una delle 26 donne americane a detenere il titolo di Master Sommelier, dice esplicitamente che chi svolge questo lavoro dev'essere ormai “multifaceted”, e non dedicarsi soltanto alle bottiglie: “Nessuno che abbia un mestiere fa il 100% di ciò che

Il New York Times sancisce la fine del professionista del vino al ristorante. Negli stellati è irrinunciabile, ma nei locali più piccoli è sempre più sostituito da figure meno specializzate. Ne risultano carte più scontate e meno stimolanti.

2009 uno degli ambittissimi James Beard Foundation Award. La motivazione? “Outstanding Wine Service”.

La voce della community

Come ha reagito la community dei professionisti e degli appassionati? Su WineBerserker.com, lapidario il commento del grande collezionista di vini tedesco Robert Dentice: “Personalmente penso che i ristoranti dovrebbero avere dei sommelier che lavorino di più in sala, e non volino in Georgia per studiare la macerazione sulle bucce per due settimane. Date loro una serie di incentivi che sulla vendita di vino, e garantisco i profitti aumenteranno. Troppi sommelier pensano che il loro lavoro sia solo quello di curare una lista”. Proprio quello di cui, nell'articolo di Asimov, si lamenta la sommelier Yumilka Pamela Ortiz: i ristoranti puntano ormai fin troppo ai volumi di bottiglie che riescono a vendere, quando invece “la gratificazione di entrare in sintonia con un tavolo di clienti che impara qualcosa di significativo, ed è grato per la cosa, non ha prezzo”. Degno di nota, sempre su WineBerserker.com, il parere di un'altra collega, Nikita Malhotra, ex sommelier di sala premiata, ora dedita al retail: “Dal punto di vista di un professionista del vino, penso che il modello ibrido di manager e supervisore delle bevande funzioni per i ristoranti più piccoli, ma sia dannoso nei locali di più ampia dimensione. Molti colleghi che ora dovrebbero agire sia come assistant manager che come beverage director, stanno svolgendo due lavori distinti con lo stesso stipendio. I sommelier riscuotono le mance, quindi in molti preferirebbero essere capi sommelier, senza qualifiche direttive. L'equilibrio tra lavoro e vita privata è sempre stato un problema, e molti di quelli che mi hanno fatto da mentori erano già fuori gioco quando ero sommelier, lavorando nella distribuzione, nell'importazione e nella comunicazione. La pandemia non ha fatto altro che ampliare il divario con la prossima generazione, ma la vedo come un'opportunità per fare da guida a chi verrà dopo, invece di lasciar perdere”.

vuole fare il 100% delle volte”. Secondo alcuni, però, c'è un pesante rovescio della medaglia: le carte dei vini diventano più stringate, meno originali, più limitate a quelle etichette delle quali è impossibile fare a meno, sacrificando la ricerca e la sperimentazione, due cose per cui serve un robusto investimento di tempo e denaro per visite, prove, assaggi.

I più grandi resistono

La cosa non vale per i posti da Olimpo, sia del gusto sia del prezzo. Lì, il ruolo del sommelier è intangibile. Asimov fa l'esempio di Le Bernardin, un tre stelle Michelin aperto nel 1986 da Gilbert Le Coze e sua sorella Maguy come succursale del loro ristorante parigino nato nel 1972. Dopo la morte di Gilbert per infarto, ai fornelli gli subentrò Eric Ripert, tuttora chef di cucina. Il reparto vini dal 2007 è il feudo di Aldo Sohm, e si può ben capire perché gli piaccia il posto: deve prendersi cura e servire una cantina con 15mila bottiglie, 900 produttori da 12 Paesi del mondo. L'annata più antica in dotazione? Un vino del 1875. Si potrebbe affidare la gestione di un simile patrimonio a figure tutt'altro che specializzate, sia pure di adeguato livello? Del resto, Sohm è stato premiato come Best Sommelier in America e Best Sommelier in the World. Sotto la sua guida, Le Bernardin ha ricevuto nel

Castello del Terriccio

www.terriccio.it

Lupicaia 2018

Premiato dalla critica enologica, Lupicaia è un rosso di grande carattere, corposo, con aromi complessi, estremamente longevo ed è composto prevalentemente da uve cabernet sauvignon con una piccola percentuale di petit verdot. L'affinamento avviene separatamente in tonneaux d'Allier per 22 mesi circa, vi è poi un successivo assemblaggio e un ulteriore periodo di affinamento in bottiglia prima di essere commercializzato. Dal colore rosso rubino intenso, ha un profilo olfattivo caratterizzato da aromi di ribes e frutta rossa, note di spezie ma anche eucalipto, mentuccia, frutti di rovo, macchia mediterranea. Al palato ha un buon corpo, è ampio, caldo, con buona tannicità e un'equilibrata freschezza. Il finale è persistente.

Vitigni

Cabernet sauvignon, petit verdot.

Zona di produzione

Toscana

Gradazione alcolica

14%

Formato

0,75 l, 1,5 l, 6 l

N. di bottiglie prodotte

40.000

**Firriato**

www.firriato.it

**Gaudensius Blanc De Noir - Spumante
Brut Metodo Classico Etna Doc**

Gaudensius Blanc De Noir è uno Spumante Metodo Classico Etna Doc proveniente da uve 100% nerello mascalese, vitigno autoctono dell'Etna. La vinificazione segue i dettami del metodo classico o champenois. La vendemmia viene effettuata durante la seconda decade di settembre e prevede la raccolta manuale di uve in cassette monostrato. Dopo la pressatura dei grappoli non diraspatis, la vinificazione avviene all'interno della cantina di Cavanera Etna. Gaudensius è un vino spumante dal perlage raffinato, a grana sottile, continua e persistente, caratterizzato da colori con sfumature tendenti all'oro luminoso, dal sapore complesso e al contempo di rara eleganza. Intenso e fruttato con note delicate di agrumi di Sicilia, brioche, anice e sentori minerali.

Vitigni

Nerello mascalese

Zona di produzione

Versante Nord, da 500 a 650 metri

slm. Territorio del comune di

Castiglione di Sicilia (Ct). Contrade:

Verzella, Feudo di Mezzo, Contrada

Sant'Antonio.

Gradazione alcolica

12%

Formato

0,75 l

N. di bottiglie prodotte

85.000



Tommaso Farina

Vini La Delizia

www.ladelizia.com

Naonis Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Millesimato Extra Dry

Il colore brilla di giallo paglierino con leggere sfumature verdoline. Il perlage spumeggia con bollicine estremamente fini e persistenti. All'olfatto cattura con note fresche e agrumate di cedro e mela verde, avvolte da note floreali di fiori bianchi d'acacia e da vibranti accenti di erbe aromatiche sul finale. In bocca si rivela morbido, equilibrato, di buona pienezza, con una piacevole armonia tra sapidità e freschezza agrumata anticipando le sensazioni di un nuovo sorso. È lo spumante perfetto per accompagnare piatti di una cucina leggera e tradizionale che esalta la naturalezza delle materie prime. Pesce, paste e zuppe, salumi e carni bianche con ortaggi e legumi di stagione. Delicato con formaggi freschi, dolci lievitati e pasticceria secca.

Vitigni

Glera

Zona di produzione

Zona Docg fra Conegliano e Valdobbiadene

Gradazione alcolica

11,5 vol%

Formato

0,75 l

N. di bottiglie prodotte

25.000

**Castello di Fonterutoli - Mazzei**

www.mazzei.it

Concerto di Fonterutoli 2021

Concerto è nato nel 1981 sull'onda di una viticoltura dal potenziale ancora inespresso, che sperimentava nuove forme di allevamento e nuovi uvaggi includendo anche varietà non autoctone; fu uno dei precursori e dei primi 10 protagonisti del fenomeno dei cosiddetti 'Super Tuscans'. Con questa annata 2021 compie oggi 40 anni. Ricco e succoso, note di sottobosco e frutti neri, retrogusto potente ma fine. Potenziale di invecchiamento fino a 20 anni. Si abbina a piatti ricchi di spezie, cacciagione stufata, formaggi stagionati

Vitigni

80% sangiovese, 20% cabernet sauvignon

Zona di produzione

Loc. Fonterutoli, Castellina in Chianti (Si)

Gradazione alcolica

14,19%

Formato

0,375 l, 0,750 l, 1,5 l, 3 l, 6 l, 12 l e 18 l

N. di bottiglie prodotte

35.000 bottiglie

**Livon**

www.livon.it

Braide Alte

Vendemmia effettuata interamente a mano in cassette. Macerazione a freddo in pressa orizzontale durata di otto ore e successiva pulitura del mosto per decantazione. La fermentazione avviene in barriques nuove a una temperatura controllata di 14-16°. Terminata la fermentazione, il prodotto rimane in barriques per otto mesi. Concluso questo periodo viene effettuato l'assemblaggio a cui fa seguito l'imbottigliamento e rimane ad affinarsi ulteriori sei mesi prima della vendita. Si presenta di colore giallo paglierino con riflessi dorati. Al naso si presenta intenso, ampio, con note speziate. In bocca è caldo, avvolgente, di grande struttura, eleganza e complessità. Si evolve nel bicchiere al variare della temperatura.

Vitigni

Chardonnay 40%, sauvignon blanc 40%, piccolit 18%, moscato giallo 2%

Zona di produzione

Collio, Friuli Venezia Giulia

Gradazione alcolica

14%

Formato

0,75 l

N. di bottiglie prodotte

15.000

**Società Agricola Fli Tedeschi**

www.tedeschiwines.com

Capitel Monte Olmi Amarone della Valpolicella Docg Classico Riserva

Grand cru fin dal 1964, oggi portabandiera di famiglia e vino di riferimento del territorio. Prodotto con uve selezionate nell'omonimo vigneto situato a Pedemonte e acquistato nel 1918. Le uve sono appassite per quattro mesi in ambiente controllato. Il vino matura in botti di rovere di Slavonia per quattro anni e completa l'affinamento per altri 12 mesi in bottiglia. Vino con un frutto delicato, che si esalta con l'invecchiamento, e con spiccate note balsamiche, di grande struttura e complessità, molto elegante, di lunga durata. Da abbinare ad arrostiti di carni rosse e selvaggina, carni brasate, formaggi di lunga stagionatura. Potenza ed eleganza, annata dopo annata.

Vitigni

30% corvina, 30% corvinone, 30% rondinella, 10% altre varietà tradizionali

Zona di produzione

Valpolicella zona classica

Gradazione alcolica

17%

Formato

0,75 l

N. di bottiglie prodotte

10.000

**Tasca d'Almerita**

www.tascadalmerita.it

Rosso del Conte 2018

San Lucio è la prima grande vigna individuata nella Tenuta Regaleali, da cui sono nate la prima e le successive edizioni del Rosso del Conte. Le due varietà, Perricone e Nero d'Avola, hanno ciclo vegetativo simile: sono uve abbastanza tardive, che maturano in media tra la fine di settembre e i primi di ottobre. Fedele espressione del territorio da cui proviene, sul piano aromatico il Rosso del Conte non eccede mai in note sovrature, pur garantendo una piena maturazione fenolica. Esuberante, vibrante, energico in gioventù, con l'affinamento sviluppa un rilievo tattile vellutato, senza perdere tono e progressione gustativa. Nella sua lunga storia ha conosciuto diverse declinazioni stilistiche, in particolare nella tecnica di affinamento: botti di castagno, rovere di Slavonia, piccoli barili di rovere francese. Mantenendo comunque la sua peculiare identità.

Vitigni

Nero d'Avola 53%, perricone 47%

Zona di produzione

Tenuta Regaleali, Palermo

Gradazione alcolica

14%

Formato

0,75 l

N. di bottiglie prodotte

35.000

**Travaglini Giancarlo**

www.travaglinigattinara.it

Gattinara Riserva Docg

Etichetta storica dell'azienda, ottenuta da un'attenta selezione di uve provenienti dai vigneti più storici della proprietà. Un vino che rappresenta la tradizione e la storia del Gattinara interpretato da Travaglini. Estrema eleganza gustativa, al palato vigoroso e con un tannino dominante, che assumerà la sua massima evoluzione con il passare degli anni. Un sorso in cui spicca la sapidità e la stuzzicante freschezza con una lunga e gustosa persistenza in continua evoluzione.

Vitigni

Nebbiolo 100%

Zona di produzione

Gattinara

Gradazione alcolica

13,5%

Formato

0,75 l, 1,5 l, 3 l

N. di bottiglie prodotte

35.000

**Torrevento**

www.torrevento.it

Veritas Bombino Nero Castel del Monte Docg Rosato

Il Veritas è un vino rosato ottenuto ad una pressatura soffice con fermentazione a temperatura controllata, affinato in acciaio per quattro mesi. Alla vista si presenta con un colore rosa tenue delicato e luminoso. Al naso si esprime con un bouquet floreale e fruttato con sentori di lampone e fragola. Al palato risulta avere un gusto equilibrato, fresco, pieno e rotondo. Particolarmente versatile, è felicemente abbinabile a tutti i pasti.

Vitigni

Bombino nero

Zona di produzione

Territorio Pugliese, colline dell'area della Docg Castel del Monte Bombino Nero

Gradazione alcolica

12%

Formato

0,75 l o magnum

N. di bottiglie prodotte

Circa 35.000

**Montelvini**

www.montelvini.it

Fm333 Asolo Prosecco Superiore Docg Brut Millesimato

Un'innovativa tecnica spumantistica sviluppata dagli enologi di Montelvini ha dato vita a un vino di assoluta fragranza e originalità. Dalle uve selezionate manualmente, si utilizza solamente il solo mosto fiore che viene poi stabilizzato a freddo per estrarre maggiori precursori aromatici. Il mosto viene quindi illimpidito per decantazione senza l'utilizzo di coadiuvanti. Successivamente viene attivata un'unica fermentazione in autoclave per ottenere la presa di spuma. Al termine di un percorso di sei mesi, nasce FM333, che si può così definire 'spumante da mosto'. Il metodo di spumantizzazione esalta le caratteristiche distintive dell'uva glera; freschezza e sapidità creano la struttura portante di questo spumante che si fregia di una spuma vivace ma 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 con accenni di papaia e ananas. 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. Al palato lo spumante si presenta imperioso, minerale e vivace, per poi allargarsi in un'esplosione gustativa di lunghissima persistenza.

Vitigni

Glera

Zona di produzione

Colline del Montello a 333 m s.l.m.

Gradazione alcolica

11,50%

Formato

0,75 l e magnum

N. di bottiglie prodotte

13.333 da 0,75 l e 333 da 1,5 l

**Tenuta Moraia**

www.piccini1882.it

Perpiero

Perpiero è di colore lucido e denso, con nitide note fruttate tra durone e carrube, mela rossa Royal Gala e fico maturo, arancio sanguinella e ribes rosso, ortensia e rabarbaro. Bella la componente ematica con un lieve inizio di terziarizzazione di grande afflato e pienezza, tocchi di tostatura con cardamomo e cannella su legno di cedro. Al sorso emerge la macchia mediterranea con bella prepotenza di alloro, spigo toscano, lavanda, resina di cipresso. Il palato rivela la compattezza e lo splendido equilibrio dell'annata con note ricche e avvolgenti di frutto maturo miste a fresche sferzate balsamiche con riverberi di timo ed eucalipto, nel finale. Tannino di densità e slancio, estratto al punto di maturazione ideale per avere già gusto e soddisfazione immediata e longevità importante.

Vitigni

40% cabernet sauvignon, 40% sangiovese, 20% cabernet franc

Zona di produzione

Igt Toscana

Gradazione alcolica

14%

Formato

0,75 l, 1,5 l, 3,0 l, 6,0 l

N. di bottiglie prodotte

/

**NINO NEGRI OMAGGIA LA MONTAGNA E IL VALORE DEL TEMPO CON IL SUO VALTELLINA SUPERIORE DOCG CASTEL CHIURO 2011**

È stata presentata, nella splendida cornice del ristorante Mi View di Milano, la Riserva 2011 del Valtellina Superiore Docg Castel Chiuro firmata Nino Negri. Un vero e proprio inno alla montagna e al valore del tempo, alla fatica e al sacrificio che la viticoltura montana richiede e ha richiesto, in oltre 2 mila anni di storia, agli abitanti di queste terre a volte aspri e inhospitali, che però sanno dar vita a vini unici nel loro genere.

È il caso della Riserva Castel Chiuro 2011: prodotta in tiratura limitata - 5.994 bottiglie numerate - si distingue per un affinamento di oltre 10 anni nelle cantine sotterranee del castello in cui ha sede la cantina, nel cuore di Chiuro. La montagna è stata la grande protagonista dell'evento, trovandosi al centro di un dialogo tra letteratura e viticoltura con l'autore del libro 'Le otto montagne' e vincitore del Premio Strega, Paolo Cognetti, l'enologo Danilo Drocco e il saggista Massimo Zanichelli.

Non a caso, dal 1897 Nino Negri incarna la vera essenza della viticoltura di montagna, ben rappresentata nel progetto 'vite di roccia'. Il Nebbiolo della Valtellina è "figlio di una viticoltura difficile", spiega l'azienda, "che affonda le radici direttamente nella roccia madre, acquisendo il gusto del territorio che lo accoglie e dando vita a vini unici che si distinguono per l'eleganza dei profumi e la ricca sapidità gustativa".

Il progetto della Riserva Castel Chiuro nasce negli anni '50 quando il figlio del fondatore Carlo Negri sente l'esigenza di dare valore ai grandi millesimi. Con l'annata 2009 Castel Chiuro si trasforma in un Valtellina Superiore Docg Riserva per celebrare il 120° anniversario della casa vinicola. Dall'annata 2011 il progetto evolve: proprio come un romanzo, la Riserva Castel Chiuro 2011 vede la luce "solo dopo un lungo periodo di evoluzione, solitudine e attesa, adottando un tempo di affinamento di oltre 10 anni, ben oltre il disciplinare della riserva che prevede un minimo di tre anni". È tra i pochissimi Valtellina Riserva di così lungo affinamento esistenti sul mercato. Con 35 ettari di vigne e altri 125 gestiti in collaborazione con famiglie di viticoltori locali, Nino Negri ha il vigneto più esteso della Valtellina.



Travaglino

www.travaglino.it

**Vincenzo Comi –
Riserva del Fondatore - Pinot Nero
Metodo Classico Docg Extra Brut
millesimato 2016**

Vinificazione in bianco con pressatura soffice e resa del 45%. Fermentazione a 18°C in acciaio e tiraggio nel maggio successivo alla vendemmia assemblando i migliori vini base, prodotti con le uve dei vigneti più antichi. Almeno 60 mesi sui lieviti. Il remuage manuale esalta l'artigianalità. Il colore è giallo paglierino carico, il caratteristico profumo è ricco di sentori di crosta di pane e frutta matura, il perlage è fine e persistente. Ideale in abbinamento ad una cucina di qualità, perfetto per creare un'occasione. Tenuta Travaglino dedica questa importante Riserva Metodo Classico al Fondatore Vincenzo Comi che nel 1868 rilevò l'attuale Tenuta. Le cui origini risalgono a un Monastero del 1100.

Vitigni
100% pinot nero
Zona di produzione
Oltrepò Pavese, Lombardia
Gradazione alcolica
12,5%
Formato
0,75 l, disponibile anche
in 3, 6 e 9 litri
N. di bottiglie prodotte
3.500

**Vini Santa Barbara**

www.santabarbara.it

**Moss Blanc Verdicchio dei Castelli
di Jesi Doc classico Superiore 2021**

Fermentazione in legno nuovo senza inoculo di lieviti selezionati. Finita la fermentazione, il vino rimane a contatto sulle fecce di fermentazione per 2 mesi con batonnages settimanali. Assemblaggio delle barrique e decantazione statica per 2 giorni a freddo per illimpidire il prodotto. Si torna così in affinamento nelle barrique di fermentazione. Si presenta di colore giallo intenso consistente e cristallino con riflessi carichi di oro. Profumo elegante complesso al naso, floreale. Note dolci si mescolano a note mandorlate, burrose, incontrando note minerali leggermente agrumate e fondendosi in uno straordinario bouquet di insolita ricchezza e intensità. Opulento e concentrato al palato, molto sapido con una bella dolcezza e ottima lunghezza e persistenza. Finale con note di mandorla tostata.

Vitigni
100% verdicchio dei Castelli di Jesi
Zona di produzione
Comune di Serra de Conti
e Montecarotto
Gradazione alcolica
14%
Formato
0,75 l e 1,5 l
N. di bottiglie prodotte
6.000

**Guido Berlucchi**

www.berlucchi.it

**Riserva
Franco Ziliani 2008**

Spuma copiosa, corona persistente, perlage finissimo. Il Riserva Franco Ziliani 2008 si presenta di colore giallo paglierino intenso, con una vivace nuance oro. Al naso rivela sensazioni ampie, con sentori di frutti a pasta gialla, pasticceria e arancia candita. Mentre al palato si distingue per la grande freschezza, la pulizia gustativa e la struttura, il tutto armonizzato da buona sapidità e calibrata acidità, che ne determinano grande persistenza e importante longevità. È un Millesimato consigliabile a tutto pasto; accompagna piacevolmente antipasti importanti, secondi di pesce, carni bianche e formaggi di media stagionatura.

Vitigni
Chardonnay 100%
Zona di produzione
Franciacorta, vigneto Arzelle
allevato a Borgonato
Gradazione alcolica
12,5%
Formato
0,75 l e magnum
N. di bottiglie prodotte
Dall'annata 2008 sono state
prodotte 5.000 bottiglie
da 0,75 l e 863 magnum
da 1,5 l

**Val d'Oca**

www.valdoca.com

**Valdobbiadene Prosecco Superiore
Docg Millesimato Extra Dry**

Val d'Oca Millesimato Extra Dry è uno degli esempi più felici di cuvée. Si presenta di colore giallo paglierino. Il naso è ricco, fruttato, con note di mela gialla e pera che chiudono in piacevoli sfumature agrumate. In bocca è morbido ed equilibrato. La gradevole sapidità si somma alle note più dolci della frutta, donando sensazioni di piacevole freschezza.

Vitigni
85% glera, 15% blend di altre uve
Zona di produzione
Conegliano Valdobbiadene Docg
Gradazione alcolica
11,5%
Formato
0,375 l, 0,75 l, 1,5 l, 3 l
N. di bottiglie prodotte
600.000

**Cantina Tollo**

www.cantinatollo.it

**Deivai Cerasuolo
d'Abruzzo Dop**

Deivai è un Cerasuolo dallo stile tradizionale, prodotto da uve montepulciano in purezza giunte a piena maturazione con l'inizio di ottobre. Nel bicchiere esprime note decise di frutta rossa matura: un vino caldo, avvolgente, corposo ed elegante, di struttura e colore più decisi rispetto ad altri rosati di Cantina Tollo. Deivai conferma la versatilità tipica del Cerasuolo che facilmente si abbina ai piatti della tradizione marinara, ma che si esprime felicemente in abbinamenti più interni e consistenti come la trippa e le carni rosa.

Vitigni
100% montepulciano d'Abruzzo
Zona di produzione
Abruzzo
Gradazione alcolica
14%
Formato
0,75 l
N. di bottiglie prodotte
3.000

**Fantini Group Vini**

www.fantiniwines.com

**Edizione
Cinque Autoctoni**

Le uve sono state pigiate e diraspate prima della macerazione e della fermentazione durate 25 giorni. La fermentazione malolattica si è svolta in nuove barriques di quercia, di cui il 60% americane e il resto francesi. Il vino invecchia separatamente in 60% americano e 40% francese per 12 mesi. Le varietà vengono miscelate poco prima dell'imbottigliamento per creare un vino ricco e potente ma perfettamente bevibile. Nel bicchiere si presenta rosso granata molto profondo. All'olfatto è particolarmente intenso e persistente con note di ciliegia e ribes nero, erbe aromatiche, cannella, chiodi di garofano, cacao, liquirizia e accenni di minerale. Buona struttura e buon equilibrio tra alcol e freschezza, tannini vellutati e retrogusto persistente. Ottimo da bere subito, ma può essere lasciato a invecchiare a lungo.

Vitigni
Montepulciano, sangiovese, primitivo,
negroamaro, malvasia nera
Zona di produzione
Notaresco, Ortona, Sava,
Manduria. Regioni Abruzzo e Puglia.
Gradazione alcolica
14,5%
Formato
0,75 l
N. di bottiglie prodotte
360.000



BAROLO, IL PATRIARCA CHE VIENE DAL PIEMONTE

Dall'uva nebbiolo nasce nelle Langhe un vino tra i più importanti d'Italia, Di recente si è fatta strada la proposta di un cambio del disciplinare, ma le varianti ipotizzate non riscuotono unanime consenso nel panorama produttivo.

Il disciplinare di produzione del Barolo e del suo cugino Barbaresco cambierà? Questa è la domanda che ha iniziato ad aleggiare a partire dagli ultimi mesi del 2023. In effetti, è normale che un simile argomento susciti discussioni: il Barolo, da molti decenni ormai, anzi da metà Ottocento, può a buon diritto considerarsi un po' il patriarca dei vini italiani, la 'grande bottiglia' per antonomasia, quella con cui si santifica la nascita di un figlio o qualunque evento di straordinaria importanza.

Ebbene, cosa ci sarebbe da cambiare nel microcosmo di questo immenso vino? Anzitutto, si è proposto il divieto di imbottigliarlo al di fuori della zona di produzione: pare incredibile, ma finora questa possibilità era, almeno in teoria, più che reale. I produttori si sono dimostrati molto concordi: la liceità di un imbottigliamento fuori zona era figlia di un'epoca nella quale i trasporti non erano così sviluppati, e consentivano di spostare il vino al massimo di pochi chilometri rispetto al vigneto. Oggi viceversa si potrebbe imbottigliare Barolo perfino in Australia, data l'efficienza dei mezzi. Quindi, tra le proposte in discussione, quest'ultima ha ottenuto un grande plauso. Meno generalizzato il consenso sull'ipotesi di consentire l'impianto di nuovi vigneti sui versanti collinari esposti a nord, finora interdetti. La proposta sembrerebbe essere stata formulata per reagire ai cambiamenti climatici e offrire nuovi sbocchi alla viticoltura locale. In molti però sono contrari. Per esempio, Roberta Ceretto, intervistata dal Gambero Rosso: "Parlare del clima è molto di moda: il problema esiste ma l'esposizione non è il punto, si possono trovare altre soluzioni". Come che sia, non se ne parlerà prima del 2025.

La carta d'identità

Meglio parlare di ciò che è il Barolo oggi. Il Barolo è un vino rosso che gode della Denominazione di origine controllata dal 1966, denominazione che è stata promossa al rango di Docg a partire dal 1980. La base del Barolo, come del resto avviene per il vicino Barbaresco, è costituita dal vitigno nebbiolo, il più importante autoctono italiano a pari merito con il sangiovese: non sono ammesse aggiunte di altre varietà, nemmeno tra quelle la cui coltivazione è autorizzata in provincia di Cuneo. Tutti i comuni dove la Docg Barolo è rivendicabile appartengono a questa provincia. Si tratta di piccoli paesi situati sui dolci pendii delle Langhe, terra tra le più vocate del mondo al vino di qualità. Nella fattispecie, il Barolo si può vinificare anzitutto a partire da vigneti siti nella totalità del territorio comunale di Barolo, Castiglione Falletto e Serralunga d'Alba. Le vigne di nebbiolo da Barolo possono altresì essere ubicate in parte dei confini dei paesi di Monforte d'Alba, Novello, La Morra, Verduno, Grinzane Cavour, Diano d'Alba, Cherasco e Roddi. Dunque 11 comuni: una situazione geopolitica abbastanza diversa rispetto a quello del grande vino 'rivale', il Brunello di Montalcino, la cui Docg insiste sul territorio di una sola municipalità, seppure enorme. Ma come i vini della zona nord di Montalcino differiscono da quelli della zona sud, così gli intenditori percepiscono senza problemi le diversità tra un Barolo di Barolo (solitamente più austero) e, per esempio, un Barolo di La Morra (più espan-



sivo e giovanile). Del resto, dal 2011 il disciplinare consente di rivendicare una delle 184 menzioni geografiche aggiuntive: in pratica, quando il vino non nasce dall'assemblaggio di vinificazioni di varie parcelle, può indicare una di queste menzioni se le uve hanno tutte origine proprio nei limiti di una di esse. Non indichiamo tutte queste menzioni, che sono veri e propri cru, indicati con orgoglio da chi ha la fortuna di poterlo fare: citiamo, in ordine sparso, Cannubi, Bussia, Villero, Brunate, Cerequio, Monvigliero, Falletto, Lazzarito, Fontanafredda. Da queste vigne, e da questi assemblaggi, può nascere dunque un Barolo, o un Barolo Riserva (la tipologia Superiore non è contemplata). La differenza sta nella durata dell'affinamento: se per il Barolo di base il vino deve maturare per almeno 38 mesi, di cui 18 in legno, per la Riserva si sale a 60. Un affinamento così lungo comporta un notevole immobilizzazione dei capitali, e ciò, unito a un disciplinare molto restrittivo in materie di rese d'uva per ettaro, fa sì che il Barolo, per tradizione, sia un vino dal valore e dal prezzo abbastanza elevato, pur non raggiungendo le quotazioni iperboliche di alcuni celebrati rossi di Borgogna.

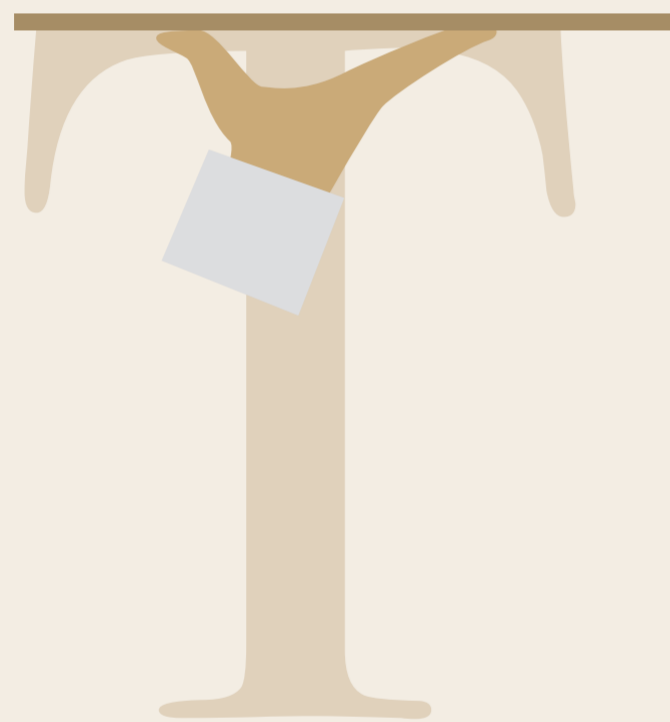
Il Barolo, qualunque ne sia il prezzo, deve in ogni caso presentarsi con un bel colore granato, che tende al mattone con l'invecchiamento. Se affinato in grandi botti di rovere di Slavonia, al naso prevarranno sentori di viola e di rosa, mentre con l'uso delle barrique si farà strada anche il fruttato, magari frammisto a fragranze di tabacco o di cuoio. La sua collocazione naturale, a tavola, è con grandi piatti di carne in umido, da occasioni speciali proprio come il vino a cui si accompagnano.

Tommaso Farina



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

SE NE VADA

"Sono stato elegantemente messo alla porta"



MARATONETI

"Mai visto dei camerieri correre in un ristorante stellato"

SERATA RILASSANTE

"Sconsigliato per maleducazione, arroganza e aggressività"

UOMO DI PAGLIA

"Una ragazza e un ragazzo zerbino che la seguiva senza nessuna utilità"

COMPENSIVO

"Il piccione a 58 euro lo capisco (anche se era duro come una pietra)"

STRANO EH

"Dolci troppo dolci"

CORRUPTORI

"Ma chi pagate per avere le stelle????"

ANTIPATICO

"Il sommelier l'ho trovato a dir poco odioso"

GEOGRAFIA

"Di due stelle ne ho visitati da nord a sud, ma non credevo di rimaner così deluso al centro"

VENDUTI

"Le stelle sono solamente una squallida commercializzazione"

ESTREMO ORIENTE

"Tirava su col naso rumorosamente come ho visto fare solo nei peggiori food Curtis a Singapore"

DEGRADO URBANO

"Un dolce fatisciente"

GIOVANNI BATTISTA

"Non smetterò mai di consigliare che i vini italiani vanno fatti apprezzare di più vendendoli a prezzi più in linea con il loro reale valore. Ma predico nel deserto"

PROTESTA

"Mi rifiuto di ordinare e prendo solo formaggi"

ALLA CHETICHELLA

"Il mio ragazzo ordina dei piatti e di nascosto ordina anche per me della battuta di carne"

HARE KRISHNA

"Descrivono le portate recitando un mantra inespressivo"

SENZA DUBBIO

"Se almeno avessi dormito senza mal di pancia magari sarei stato più sereno"

MEGLIO LA GLOBALIZZAZIONE

"Troppi vini locali"

NEUTRO ROBERTS

"Uno dei camerieri emanava un odore assai sgradevole"

BOLLETTA SCADUTA

"Verso le 00:00 l'acqua al bagno era diventata un miraggio"



BOVINI

"Avranno anche le stelle ma trattano i clienti come animali da stalle"

FOTO SEGNALETICA

"Qualche giorno prima della cena, inoltre, ho ricevuto una mail nella quale il ristorante mi chiedeva di allegare una nostra foto così da essere riconosciuti all'arrivo"

CATEGORICO

"la signora si muove dal bancone e ci porta il solito tiramisù che a Roma nessuno sa fare"



PIRATA BARBANERA

"riprendete il capo sala pelato con la barba lunga nera"

LEGGE BASAGLIA

"Proprietario che va oltre la maleducazione, tanto da dubitare della sua salute mentale"

LA ZIA LO FA MEGLIO

"L'origano sulla pizza non aveva nessun profumo, segno che era probabilmente poco fresco, non come l'origano profumato che mia zia, donna del sud, metteva sulla pizza"

EH?

"Va da sé che l'atteggiamento del (suppongo) figlio dello chef e proprietario sia rivolto ad un'autoconservazione che ad occhio non preveda autocritica se non per essere mero sarcasmo"

Dal 1957
DIAMO FORMA ALLA
NOSTRA PASSIONE



CASEIFICIO
PALAZZO

murgella.it