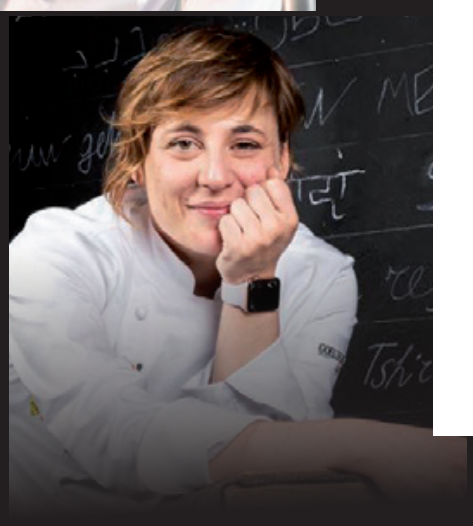
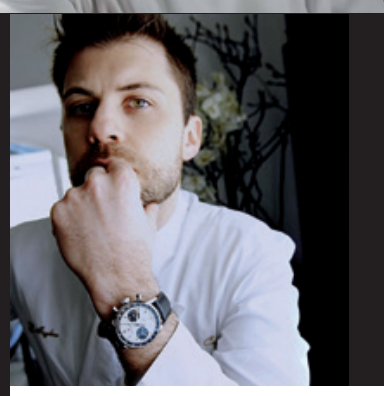
LA RIVISTA PER RESPONSABILI ACQUISTI, CHEF E SOMMELIER DELLE GRANDI CATENE ALBERGHIERE E DEI RISTORANTI DI LUSSO

2021 - NUMERO #1





C'È CHI DICE SÌ

In questi mesi, nonostante la pandemia, numerosi ristoratori hanno proposto iniziative concrete di solidarietà. Vi proponiamo alcuni esempi virtuosi.

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

FACE TO FACE
TANO SIMONATO: "MI HANNO TOLTO ANCHE LE SCARPE"

L'INTERVISTA
GIAN PIERO VIVALDA: SILENZIO, PARLA LA STORIA

PRIMO PIANO
#IOAPRO ANCH'IO. NO TU NO. MA PERCHÉ? PERCHÉ NO!

editoriale

CAPITANI CORAGGIOSI

Un anno di Covid-19 ha fiaccato molti. Li ha depressi. Li ha resi pessimisti e abulici. Quasi che non ci fosse un futuro. Ecco allora che, alla domanda sul domani, ricordando una poesia di Montale, la risposta è: “Questo soltanto oggi posso dirti/ciò che non siamo, ciò che non vogliamo”.

Risposta semplice e schietta. Ma che non basta. Quello che ho visto, soprattutto negli ultimi tempi, è che tanti, tantissimi non si sono fermati. Non hanno spento la luce. Non hanno circumnavigato il proprio ombelico. Hanno reagito.

Ne trovate un esempio alle pagine 26 e 27, con il racconto delle tante iniziative solidali nate nel corso della pandemia. C’è chi ha cucinato per i pazienti e l’ospedale da campo degli alpini, chi ha raccolto fondi per le vittime del Covid, chi ha preparato pasti d’asporto per le persone assistite dal Banco Alimentare e tanto altro ancora. Esempi virtuosi. Alla faccia di chi considera gli chef stellati solo come macchine per fare i soldi.

Ma non è finita qui. In un’ottica movimentista abbiamo visto nascere #ioapro o altre manifestazioni di protesta di ristoratori e bar. Gente prostrata da una situazione in cui il problema è l’incertezza, in un continuo rimbalzo fra regioni e stato, normative che cambiano da un giorno all’altro, discussioni fra medici e virologi. E che ha voluto gridare alta la sua incazzatura per una situazione che pare non abbia fine.

Insomma, fra solidali e “rivoltosi”, possiamo ben parlare di Capitani coraggiosi. Ecco allora che la risposta alla domanda dell’inizio è semplice: “Il 2021 sarà l’anno della svolta”. Ma solo per chi avrà coraggio. Per chi non si fermerà davanti agli ostacoli ma, con forza e decisione, deciderà di saltarli.

Con speranza, nella sua giusta definizione.

Quella che ci ha regalato Vaclav Havel, celebre scrittore cecoslovacco e primo presidente, eletto democraticamente, della nazione, dopo il crollo del comunismo: “La speranza non è per nulla uguale all’ottimismo. Non è la convinzione che una cosa andrà a finire bene. Ma la certezza che quella cosa ha un senso, indipendentemente da come andrà a finire”.

Angelo Frigerio

Edizioni Turbo Srl Direttore responsabile: ANGELO FRIGERIO

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

Anno 03 - N.1 - 2021 Periodico mensile - Registrazione al Trib. di Milano n° 203 dell’11 settembre 2019
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158 del 21 aprile 2005

Prezzo di una copia 1,55 euro - arretrati 7,55 euro + spese postali
Abbonamento annuale per l’Italia 25,00 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 si è curata di ottenere il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l’editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze.

Pubblicazioni Edizioni Turbo
Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, DS DolciSalati & Consumi, Vini & Consumi, Bio & Consumi, Bio & Consumi Green Lifestyle, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage,Grocery & Consumi, Beverage & Consumi, Made in Italy Fos Asia, b2B beautyToBusiness, MC Media Contents, Odeon Magazine, Gamestore Magazine, HiTech Magazine, TGTuttogiocattoli, www.alimentando.info, www.technospia.it.

Chiuso in redazione il 9 gennaio 2021

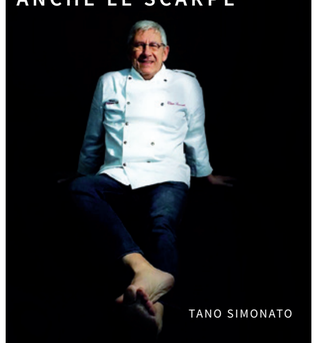
menu

COVER
C'È CHI DICE SÌ

26-27

IL CASO
I VIZI DEL PRÊT-À-PORTER
18

FACE TU FACE
"MI HANNO TOLTO ANCHE LE SCARPE"



TANO SIMONATO

10-11

LO STUPIDARIO
TRIPADVISOR E I NUOVI MOSTRI...
28-29

INCURSIONI
LA CANTINA SOCIALE CHE SFIDA IL PREGIUDIZIO

HANS TERZER

24-25

IL FATTO
PER UN PUGNO DI EURO
32-33

FOCUS ON
LA ROSSA SI TINGE DI VERDE
16

PRIMO PIANO
#IOAPRO ANCH'IO. NO TU NO. MA PERCHÉ? PERCHÉ NO!
17

L'INTERVISTA
SILENZIO, PARLA LA STORIA

GIAN PIERO VIVALDA

12-13

L'EVENTO
WINE2WINE, IL FORUM IN UN MONITOR
14-15

GUIDA CHEF
SPECIALE PESCE

22-23

flash

LA SCOMPARSA DI ALBERT ROUX, PADRE DELLA GASTRONOMIA INGLESE

Addio ad Albert Roux, storico fondatore del ristorante Le Gavroche di Londra, insieme al fratello Michel, e padre della moderna ristorazione inglese. E' la famiglia a dare l'annuncio della sua morte, che avviene a pochi mesi di distanza da quella del fratello. Trapiantato nel Regno Unito dalla Borgogna, al servizio di importanti famiglie aristocratiche, ha influenzato l'evoluzione della cucina inglese partendo da quella francese. Con Le Gavroche, è stato il primo a ottenere tre stelle Michelin nel Regno Unito ed è stato mentore, tra i vari, di Marco Pierre White e Gordon Ramsay, che così lo ricorda in un post su Instagram: "Uno dei migliori mentori con cui abbia mai lavorato. Era severo, giusto, appassionato e capiva quali traguardi avrei potuto raggiungere ascoltandolo! Mi parlava con chiarezza e si fidava del fatto che avrei ascoltato! Grazie Chef".

I BIG DEL FOOD DELIVERY IMPONGONO COMMISSIONI SOFFOCANTI. I RISTORATORI CHIEDONO MAGGIORI REGOLE

Enzo Ferrieri, presidente di Ubri – Unione dei brand della ristorazione italiana, punta il dito contro i giganti del food delivery: Glovo, Deliveroo e Uber Eats. E contro l'immobilismo del Governo italiano. Queste società, infatti, non pagano le tasse e impongono ai ristoratori commissioni soffocanti. "Fino a quando le consegne valevano il 20% dei nostri ricavi potevamo permetterci di sostenere i costi imposti dalle piattaforme", denuncia Ferrieri a Business Insider. "Era un investimento in comunicazione, ma anche un modo per stare vicino ai nostri clienti. Ora il contesto è radicalmente cambiato, il delivery rappresenta il 100% del nostro fatturato e i suoi costi continuano a crescere". Con i locali chiusi, in piena pandemia, le società di delivery ne hanno approfittato. Da una parte, chiedevano ai ristoratori sconti per attirare più utenti e vendevano le posizioni più in vista all'interno della piattaforma. Dall'altra, il costo delle commissioni è arrivato a toccare il 50% del fatturato complessivo, una cifra esorbitante che non garantisce ai ristoratori alcun margine di guadagno. Non solo. Le società di delivery non pagano le tasse in Italia e sottopongono i rider a condizioni di lavoro al limite dello schiavismo. "Se qualcuno si chiedesse perché nessuno in Italia abbiamo mai provato a costruire una piattaforma di delivery", commenta Ferrieri, "la risposta sarebbe semplicissima: non è un modello di business sostenibile, se si rispettano tutte le regole. Per questo chiediamo da mesi l'apertura di un tavolo di lavoro, ma la politica è sorda a qualunque richiesta". Obiettivo di Ubri è di trovare un'intesa tra le parti – ristoratori e big del delivery – affinché venga imposto un tetto alle commissioni, vengano tagliate le imposte sulle stesse e vengano regolamentate le attività promozionali.

ALBERGHI ESONERATI DAL VERSAMENTO DELLA PRIMA RATA IMU 2021

Alberghi e pensioni sono esonerati dalla prima rata Imu 2021. Lo stabilisce l'articolo 1, comma 599, della Legge di bilancio 2021, che conferma le regole già applicate nel 2020. L'agevolazione si applica anche qualora il soggetto che esercita l'attività non è il proprietario dell'immobile. Ciò significa che anche i gestori di alberghi detenuti in leasing possono godere dell'agevolazione. Oltre alle strutture ricettive, anche gli stabilimenti balneari e termali, gli immobili destinati all'allestimento di fiere e manifestazioni e gli quelli destinati a discoteche, sale da ballo, night club e simili, possono godere dell'esenzione dal versamento della prima rata Imu 2021.

HORECA, PERSI 27 MILIARDI DI EURO IN UN ANNO

Il 2020 sarà ricordato come l'annus horribilis per bar e ristoranti. I dati di Bain&Company, società di consulenza strategica, ha pubblicato i dati relativi al fatturato 2020 dei pubblici esercenti sulla base di oltre 2mila interviste realizzate in tutta Italia. Si stima un calo del 37% rispetto al 2019, pari a circa 27 miliardi di euro. Dal report emerge che le grandi città hanno sofferto maggiormente rispetto alle zone provinciali, avendo risentito del fenomeno dello smart working, andando così a toccare cali del 30-40%. E, nonostante l'arrivo dei vaccini, la situazione è lontana dal migliorare. Si stima infatti che per ogni mese in 'zona rossa', il decremento del fatturato di bar e ristoranti è stato in media del 70%. In 'zona gialla', invece, le perdite si attestano intorno al 40%. Infine, Bain&Company stima che la sola chiusura di Natale e Capodanno ha comportato una diminuzione di fatturato di 700 milioni di euro, pari circa all'1% del totale annuo del settore Horeca, che contribuisce per oltre 4 punti di Pil.

AL VIA NEL 2021 I LAVORI PER REALIZZARE IL PROGETTO DI ALTA FORMAZIONE DI NIKO ROMITO

Partiranno nel 2021 i lavori per realizzare il 'Campus di ricerca e alta formazione Niko Romito'. L'iniziativa, sostenuta dal gruppo Romito, prevede un investimento di 7 milioni di euro e vedrà la luce in una ex fabbrica a Castel di Sangro (L'Aquila). L'immobile è stato acquistato dallo stesso chef ed è ora in fase di ristrutturazione per la creazione di laboratori di ricerca, aule didattiche, un centro di produzione per materiali didattici virtuali e aree comuni. "Innovazione, responsabilità sociale e sostenibilità ambientale sono i valori fondanti del progetto", fa sapere Romito in una nota, "che parte dall'Abruzzo, ma ha portata internazionale, con impatti significativi sul mondo della nutrizione, della ristorazione e dell'industria del cibo". L'obiettivo del campus, infatti, è quello di "condividere conoscenza e sviluppare cultura a vari livelli, soprattutto una nuova cultura del cibo, della sua trasformazione basata sui valori di salubrità, sostenibilità, circolarità, solidarietà e accesso democratico. Sempre con lo stesso approccio scientifico e tecnico: un unico protocollo applicativo standardizzabile, accessibile, aperto".

ROSEWOOD SBARCA A ROMA: GESTIRÀ L'HOTEL NELL'EX SEDE BNL

Il marchio dell'ospitalità Rosewood, con sede a Hong Kong, gestirà l'hotel che sorgerà in quella che fu sede di Banca Bnl in zona Via Veneto a Roma, che riscontra sempre più interesse da parte degli investitori internazionali. L'immobile è stato acquistato dalla Società di gestione del risparmio Antirion ed è oggi parte del Fondo Antirion Global. Il Rosewood di Roma occuperà un intero isolato e comprenderà tre edifici storici, costruiti agli inizi del '900. Con una superficie di 27mila metri quadrati, delle terme in quelli che erano i caveau, una spa sul tetto, ristoranti di lusso e 157 camere, di cui 44 suite, il Rosewood Roma potrebbe diventare il più importante hotel della Capitale per dimensione e concept. Quarta struttura del brand in Italia, il Rosewood Roma sarà inaugurato nel 2023.

CON LA START-UP 'STELLATO', STEFANO CIOTTI E SIMONE SABAINI PORTANO A CASA L'ALTA CUCINA

Lo chef Stefano Ciotti del Nostrano di Pesaro e l'imprenditore Simone Sabaini , fondatore Sabadì, azienda del cioccolato a Modica, insieme in una start-up per il food delivery. Il progetto si chiama 'Stellato' e nasce nel corso della chiusura della scorsa primavera. L'idea è semplice: non esiste un sistema di consegna che vada bene per tutti; l'offerta delivery di un ristorante stellato deve essere all'altezza del riconoscimento. Stellato garantisce dunque la consegna di piatti quasi pronti che il cliente deve solo finire con pochi e semplici passaggi, spiegati in maniera semplice. Per questa fase iniziale, saranno a breve disponibili, sul sito stellato.eu, tre diverse box.

dicono di noi

"Il formato della rivista è accattivante. Le storie, i racconti e le interviste ai grandi chef sono tra gli argomenti che più mi interessano. Ma non solo. Suggerisco di riportare classifiche stilate direttamente da noi, con punteggi sui diversi tipi di vino e sui prezzi. Mi piacerebbe anche leggere curiosità sulle tendenze, sia italiane che europee, della cucina contemporanea, e vedere belle immagini di impiattamenti. Ritengo importanti, infine, le presentazioni di aziende produttrici di materie prime d'eccellenza del nostro Paese".

MASSIMO SPIGAROLI
ANTICA CORTE PALLAVICINA - POLESINE PARMENSE (PR)

"Luxury Food & Beverage è una rivista interessante e ben fatta".

VITANTONIO LOMBARDO
RISTORANTE VITANTONIO LOMBARDO - MATERA (MT)

"Ritengo che Luxury si caratterizzi per i contenuti molto interessanti".

GIUSEPPE BIUSO
IL CAPPERO - LIPARI (ME)

"Ho letto con interesse questa rivista fin dalla prima uscita e ritengo che i contenuti trattati siano molto interessanti. Quindi vorrei continuare a riceverla in entrambi i ristoranti che seguo – a Milano presso il Ristorante Berton, e a Torno (Co) presso Berton al lago –".

ANDREA BERTON
RISTORANTE BERTON - MILANO (MI)
BERTON AL LAGO - TORNO (CO)

"Abbiamo ricevuto la rivista e la trovo molto bella. Le foto, fra l'altro, sono molto accattivanti e catturano l'attenzione, creando curiosità. Secondo il mio modesto parere, sempre più spesso, su tutte le pubblicazioni, si parla tanto di chef, dei loro piatti, delle ricette, e di tutto quello che gira intorno alla cucina. Penso che si debba invece trattare anche di temi legati alla sala e all'accoglienza, dato che i clienti sono sempre più esigenti".

CORRADO FASOLATO
SPINECHILE – LOC. TRETTO, SCHIO (VI)
PARLA PAOLA BOGOTTO FASOLATO

"Luxury mi piace molto. Su questa tipologia di rivista vorrei trovare focus su piccole realtà made in Italy e non solo su grandi aziende già note. Inoltre, suggerisco di inserire il racconto di esperienze e il punto di vista di giovani chef emergenti, vero futuro della ristorazione".

ALESSIO LONGHINI
STUBE GOURMET - ASIAGO (VI)

"La rivista è già di mio gradimento, ma vorrei trovare articoli più tecnici inerenti a cibo, bevande e accoglienza, il tutto tenendo conto delle nuove avanguardie. A mio parere, poi, bisognerebbe limitare il numero di notizie o articoli su ristoranti che hanno sede nelle grandi città - già ampiamente conosciuti -, e rivolgere maggiormente l'attenzione sui locali siti in periferia".

ENRICO GERLI
I CASTAGNI - VIGEVANO (PV)

"Sono sinceramente meravigliato da Luxury Food & Beverage, ritengo che sia una rivista spettacolare e affascinante, e con grande piacere e interesse ho letto le prime uscite. A mio avviso si potrebbe parlare del cibo anche attraverso il viaggio, il tempo e lo spazio, raccontando storie e soffermandosi su diverse culture gastronomiche".

PAOLO GRAMAGLIA
RISTORANTE PRESIDENT - POMPEI (NA)

"Luxury Food & Beverage è una rivista in target con una clientela internazionale e di alto profilo, proprio come quella in grado di apprezzare la nostra proposta gastronomica".

WICKY PRIYAN
WICKY'S WICUISINE - MILANO (MI)

"Non amo le riviste con troppe pagine pubblicitarie ed inserti: mi tolgono addirittura la voglia di sfogliarle. Gli articoli che invece catturano il mio interesse sono quelli relativi a una persona o a una struttura: mi piace conoscere, infatti, le origini e la storia di uno chef e del suo ristorante, con racconti specifici, aneddoti particolari, e tante belle foto".

STEFANO BAIOCCO
VILLA FELTRINELLI – MILANO (MI)

"Luxury è già un ottimo prodotto qualitativo. Vorrei continuare a leggere notizie e articoli che trattano di attualità e mi piacerebbe trovare inchieste approfondite, con un focus sui prodotti e sui mercati".

CATERINA CERAUDO
DATTILO - STRONGOLI (KR)

"Luxury Food & Beverage mi piace molto e vorrei continuare a riceverla. Gli argomenti che più mi interessano sono storie di chef, approfondimenti di cucine e di prodotti, in particolare di vino. Non ho altre osservazioni da fare: a mio parere la rivista va bene così".

NICOLA FOSSACECA
AL METRO° - SAN SALVO MARINA (CH)

"Luxury è una bella rivista. L'unico suggerimento che vorrei dare è parlare maggiormente delle passioni degli chef, anche al di fuori della cucina".

ALOIS VANLANGENAEKER
ZASS - POSITANO (SA)

"Mi piacerebbe leggere approfondimenti su temi legati al lusso e alla stravaganza, così come vorrei conoscere più da vicino un format. Mi interessano statistiche e notizie relative al business, perché la gestione di un locale di lusso va oltre alla riuscita del piatto. Ci vorrebbero anche informazioni relative al 'dietro le quinte'".

DAVIDE PEZZUTO
D.ONE RESTAURANT DIFFUSO - MONTEPAGANO (TE)

"Luxury Food & Beverage è una rivista interessante e ben fatta. Penso che sia bello leggere degli approfondimenti sulle tendenze attuali".

ROBERTO ROSSI
SILENE – LOC. PESCINA (GR)

"Luxury è un prodotto molto interessante, ma un po' troppo patinato. Per noi è importante leggere riviste che siano anche validi strumenti di formazione. Per questo consiglio di puntare maggiormente sulle storie degli chef, con un focus sul loro vissuto".

GIUSEPPE AVERSA
IL BUCO - SORRENTO (NA)

"La rivista mi ha entusiasmato. Ritengo che sia uno strumento di qualità: ho trovato molto interessanti le rubriche dedicate ai focus di prodotto, alle inchieste e agli approfondimenti".

GIUSEPPE IANNOTTI
KRESIOS – TELESE (BN)

"La rivista è ben fatta ed è arricchita da belle foto. Se posso dare un consiglio, mi piacerebbe leggere di più sulle problematiche che ogni ristoratore si trova ad affrontare nella gestione dell'attività. Soprattutto legate alla mancanza di personale specializzato e preparato ad accogliere una clientela sempre più pretenziosa".

NICOLA PORTINARI
LA PECA – LONIGO (VI)

"Trovo che la rivista sia molto bella. Vanta un bel taglio e descrive i personaggi in modo corretto e approfondito".

GENNARO ESPOSITO
TORRE DEL SARACINO – VICO EQUENSE (NA)

"La rivista è bellissima e mi piacerebbe sapere qualcosa di più sulle identità e sulle filosofie seguite dai cuochi. Ad esempio, vorrei leggere approfondimenti sulle scelte culinarie, da quelle più tradizionali a quelle più sperimentali, dall'Italia e dal mondo".

STEFANO GHETTA
L CHIMPL – VIGO DI FASSA (TN)

zoom

FUORISERIE O UTILITARIA? BAROLO A DUE FACCE

Con questo nome si vendono grandi vini da centinaia di euro in enoteca, e bottiglie a prezzi stracciati nei supermercati. Dietro i problemi di identità della denominazione c'è la crisi da sovrapproduzione. E il Covid ha contribuito.

Che identità hanno, oggi, i grandi vini rossi di Langa? Chi fa ristorazione a livello molto alto, da sempre cerca risposta a questa domanda. Dunque: conoscerete senz'altro il mondo del Barolo, il più grande rosso piemontese, quello più blasonato e desiderato, grazie anche alla sua storia. Ebbene: cos'è il Barolo oggi? La risposta, alquanto spiazzante, è una: il Barolo è molte cose, non necessariamente simili. E così, si torna al problema dell'identità.

Sul sito web Tannico.it, i golosi di certe curiosità potranno appagare le loro brame. Il popolare commerciante di vini ha infatti in magazzino un Monfortino Riserva della grande annata 2010. Il pezzo pregiato delle vigne di Giacomo Conterno, produttore carismatico in quel di Monforte d'Alba (Cuneo), è considerato da sempre uno dei campioni del Barolo. Cos'è successo, negli ultimi anni? Bene: il prezzo di questi vini è schizzato alle stelle. I produttori hanno aumentato infallantemente i listini, persuasi di riuscire comunque a vendere. Secondo alcuni esperti, si tratta di un riposizionamento che rincorre i grandi rossi francesi, che sono sempre molto costosi (molto più dei Barolo in ogni caso). Così, ecco che su Tannico il Monfortino 2010 viene via per 3.150 euro, e non c'è uno zero fuori posto. Va bene che si tratta di una bottiglia magnum, ma sono cifre che fanno riflettere, al pari dei 1100 euro del Monfortino 2008, stavolta in bottiglia normale. Per chi vuole risparmiare, diciamo così, c'è sempre il superbo Cascina Francia 2015 a 240 euro. Stiamo parlando dell'empireo, di alcune delle bottiglie che hanno fatto la storia del Barolo, e probabilmente si tratta di prezzi che hanno una qualche ragion d'essere commerciale e financo tecnica. Ma gli appassionati ricordano con nostalgia quando questi grandissimi vini, che erano già sommi vent'anni fa e ancora prima, all'epoca si acquistavano per una frazione di queste quotazioni.

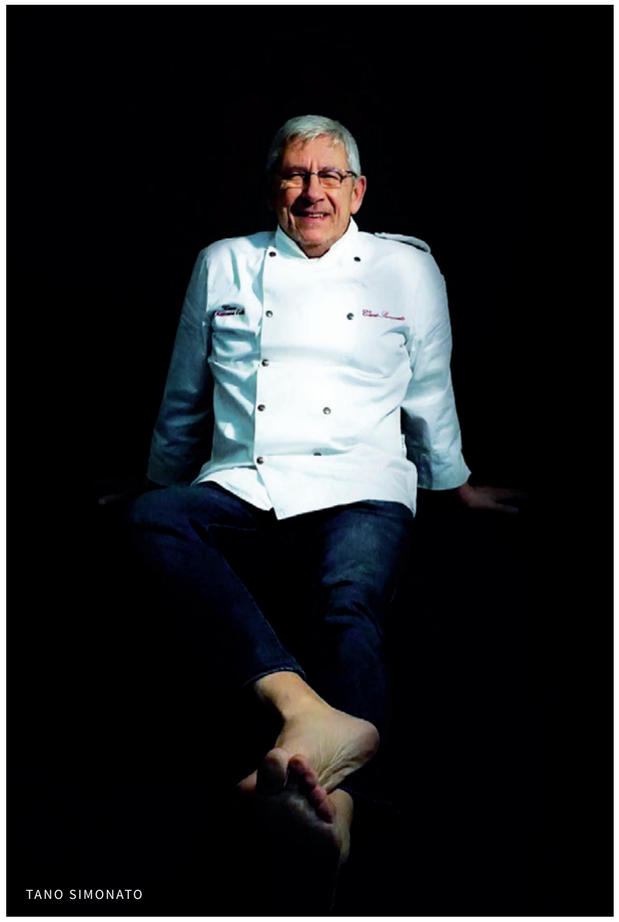
È dunque questo il Barolo? A leggere le notizie e a spulciare sugli scaffali, sembrerebbe di no. E difatti, qualche tempo fa, il giornalista milanese-bergamasco Franco Ziliani ha fatto scoppiare un bubbone non da poco. Penna acuminata e per nulla propensa ai compromessi, Ziliani lo scorso 28 agosto sul suo blog www.vinoalvino.org racconta di un suo sussulto: in un punto vendita di Esselunga, quindi canale di grande distribuzione organizzata, ha visto un Barolo a soli 9,90 euro, etichettato Conte di Zanone. L'accadimento spingeva Ziliani a chiedere ragione della cosa al Consorzio Tutela Barolo Barbaresco. Alla fine, sono arrivate le spiegazioni date dal produttore stesso dietro la sigla, la cantina cooperativa Terre da Vino, di Barolo (Cuneo). Piero Quadrumolo, presidente della cantina, ha scritto una lettera a Ziliani provando a spiegare i perché e i percome del fenomeno: "La situazione del Barolo era critica già da prima del Covid-19, in quanto da almeno due o tre anni la produzione supera le vendite di circa due milioni di bottiglie. Di conseguenza, il prezzo dello sfuso in due anni ha perso circa il 30% di valore". E Terre da Vino come ha affrontato la cosa? "È noto che Terre da Vino, oltre alle produzioni di alta gamma distribuite con il marchio Vite Colte, imbottiglia private label per i supermercati del mondo, ed è una delle aziende che vendono numeri importanti di Barolo. Purtroppo sulle private label si subiscono le oscillazioni di prezzo dello sfuso in modo quasi automatico: su questi prodotti non esiste valore di brand. Conscio di questo problema, ho preso personalmente posizione in seno al Consorzio Barolo Barbaresco affinché si procedesse alla riduzione delle rese per ridurre il gap tra produzione e vendita, e per bloccare il calo di prezzo dello sfuso". Morale della favola? "Dopo le mie pressioni, quasi in solitaria, i vertici del consorzio hanno indetto un'assemblea pubblica per decidere in merito. In estate i produttori, in due assemblee pubbliche e distinte per denominazione, a grande maggioranza, hanno respinto la proposta di riduzione delle rese ed hanno scelto che fosse il libero mercato a riallineare domanda e offerta. Dopo questa decisione il prodotto ha perso circa 1-1,5 euro al litro". Quindi Terre da Vino, di fronte alla proposta di Esselunga (cliente dal 1980) di una linea di Barolo 'da promozione', non ha fatto altro che offrire un prezzo in linea con le quotazioni di mercato. L'intervento di Quadrumolo ha suscitato tutta una ridda di commenti, a cui lui stesso ha voluto contribuire ricordando che certe cose erano già capitate: "Per onestà intellettuale, devo ricordare che nella crisi precedente del 2010 la decisione era stata la medesima, e la crisi è stata poi superata, con relativo rialzo dei prezzi. Stavolta, anche causa Coronavirus, la situazione mi sembra un po' più difficile, ma restiamo fiduciosi". Ed è vero. Già nel 2014 Giancarlo Gariglio, di Slow Food, aveva raccontato di come, al Lidl, avesse rinvenuto bottiglie stavolta non di Barolo ma di Barbaresco 2010 a soli 6,99 euro.

C'è da augurarsi che queste crisi da sovrapproduzione cessino presto, e magari si riduca la forbice tra vini extralusso e bottiglie da saldo, con campioni di Barolo e Barbaresco dal prezzo giusto, né troppo basso né troppo alto. Il consumo e tutto il comparto certamente non ne avrebbero danno. E comunque, lunga vita al Barolo.

Tommaso Farina

"MI HANNO TOLTO ANCHE LE SCARPE"

Lo chef Tano Simonato non le manda a dire. E parla di Coronavirus, del futuro – con il punto interrogativo – della ristorazione e della necessità di agire. E di certi colleghi "che se ne stanno le mani in mano".



TANO SIMONATO

Tano Simonato, una stella Michelin con il suo 'Tano passami l'olio', è infervorato. E in un'intervista senza filtri parla della pandemia e dello stato in cui versa il settore. Per lo stellato, che si è messo in gioco in prima persona, serve un'azione compatta da parte di tutti i ristoratori, che devono scendere in piazza e far sentire la propria voce. Nelle sue parole, la passione di chi non intende farsi sopraffare dagli eventi.

Come ha affrontato Tano Simonato la crisi di questi mesi?

Sto sopportando. Ma è una situazione grottesca e paradossale. Inizialmente ho cercato di capire. Poi, dopo alcune ricerche, si è fatta più grande in me la convinzione che questa situazione è frutto di una malformazione ideologica, politica e finanziaria. Ne sono sempre più certo in virtù del fatto che chi ha creato questo virus, ora, vuole anche vaccinarci. Quando vengo accusato di essere negazionista e complottista, rispondo semplicemente che sono realista: hanno diffuso un virus e mi viene negata la mia libertà. Le mie ricerche sono state molto approfondite e sono senza parole per quello che leggo. Bisogna cercare di fermarli: ci hanno già portato via la libertà, il lavoro, la dignità e hanno massacrato la Costituzione. Mi hanno tolto anche le scarpe! Io però vado avanti perché il mio lavoro mi diverte e mi dà modo di essere un signore maturo con la voglia di vivere di un ragazzino.

Ha scelto di non fornire servizi di asporto e delivery, è corretto?

Sì, io faccio solo servizi a casa, altrimenti bisogna fare i video e altro ancora. È difficile assemblare i miei piatti. C'è qualcuno che mi chiede di creare ricette che le persone sappiano mettere insieme senza troppa fatica. Chiaramente potrei semplificare qualche portata per poterla ricreare a casa, ma non mi sembra giusto nei confronti di chi chiede la mia vera cucina. Per questo preferisco andare nelle case dei miei clienti ed essere io stesso a cucinare. Ho fatto qualche servizio, ma i soldi sono finiti. Non solo, stanno anche ammazzando tutta la filiera, perché sono tantissime le persone che lavorano dietro al mio acquisto, da chi imbusta e fa le etichette, ai produttori e trasportatori. Stanno ammazzando una filiera. E se ne fregano.

Ha fatto richiesta per ricevere gli aiuti previsti per il settore?

Sì, al momento sono arrivati 12mila euro, che naturalmente si è tenuta la banca perché ho i conti in rosso. Normalmente, 12mila euro li faccio in tre, quattro giorni.

Nella Legge di Bilancio 2021 è previsto un bonus chef per l'acquisto di beni strumentali e la partecipazione a corsi di aggiornamento, qual è il suo commento?

Sono palliativi per cercare di tenerci buoni.

Di quali aiuti concreti avrebbe bisogno il suo settore?

Il vero punto della questione è che non ci devono chiudere perché noi vogliamo lavorare. Se ci chiudono devono darci lo stesso guadagno che avremmo potuto realizzare lavorando. Mi avete tenuto chiuso nove mesi: dovete darmi 400mila euro. Semplice. Possiamo anche decurtare il valore della merce perché non l'abbiamo acquistata, ma ci sono comunque gli affitti, gli stipendi, le bollette. Pertanto mi devono dare 300mila euro.

Com'è andata la riapertura estiva?

Ho riaperto il 10 giugno, ma, con tutte le notizie allarmistiche che danno quotidianamente, prima di ricominciare a lavorare realmente è passato un mese. Facevo 1.500-2mila euro al giorno, pochi per il mio fabbisogno. A settembre abbiamo lavorato bene, così fino alla fine di ottobre. Poi è arrivata la seconda ondata.

Quale deve essere dunque la risposta dell'intero settore?

Il settore dovrebbe essere compatto nei confronti di chi emana le leggi: bisogna far capire loro che noi adesso non scherziamo più. Ciò significherebbe andare tutti insieme in piazza.

E lei in piazza ci è andato…

Ho organizzato 70 manifestazioni.

Quale è stata la risposta dei suoi colleghi?

La risposta è stata positiva. La manifestazione che ha avuto più successo ha portato in piazza 500 persone. Ma c'è chi non ha il coraggio di metterci la faccia: questa gente ha bisogno di essere svegliata.

Quale reazione invece da parte delle istituzioni?

Non gliene frega un cazzo. Ho chiesto di parlare direttamente con Conte, ma mi hanno riso in faccia.

Nonostante la situazione, numerose guide hanno pubblicato la propria edizione 2021, pensa sia stata una decisione corretta?

Certamente, era l'unico modo per poter andare avanti. Trovo giusto che abbiano fatto visita ai ristoranti per emettere i loro giudizi.

Lo vive, quindi, come un segnale di ripartenza?

No. Voglio solamente dire che nel momento in cui le guide fanno il loro lavoro è perché vogliono far sì che la ristorazione italiana non muoia. Insomma, le guide si sono comportate in modo consono a quello che devono fare, senza farsi soggiogare. Incluse quelle che non sono magnanime nei miei confronti.

La ristorazione deve reinventarsi per sopravvivere?

Per quanto mi riguarda, spero di no. Il pranzo o la cena fuori casa sono momenti ilari. Le persone escono per fare serata, per il piacere di uscire. Noi ristoratori dobbiamo dare loro il massimo. Possiamo reinventarci quanto vogliamo, ma se i clienti non possono venire da noi, allora saremo noi a dover andare da loro. Ma non è la stessa cosa, perché manca il piacere di vedere gente. I servizi che ho svolto in casa erano principalmente sorprese da parte dei mariti per le mogli, o viceversa,. Apprezzavano, ma quanto può durare questa situazione? La gente ha voglia di vivere, di farsi bella, uscire, prendere la macchina e creare un momento di convivialità.

Le pongo una domanda provocatoria, il delivery dunque non può essere il futuro della ristorazione?

Assolutamente no. La cucina di un certo livello non si può portare a casa. Chi volesse mangiare le stesse pietanze che si mangiano in un ristorante stellato può chiamare me. O un altro tra i miei colleghi.

Quando pensa si tornerà alla 'normalità'?

Ne abbiamo fino a fine 2023. Io spero che qualcuno si muova prima. A partire da me in prima persona. Una cosa di cui sono incazzato è che i miei illustri colleghi se ne stanno con le mani in mano. Anche perché la maggior parte di loro, avendo maggiore visibilità rispetto a me, riescono a campare lo stesso per cui a loro non importa nulla di intervenire personalmente. Alcuni di loro riescono comunque ad avere un introito in virtù della loro notorietà. Io ho rinunciato a fare diverse trasmissioni televisive perché le trovavo insulse. Quando mai! Se l'avessi fatto, oggi guadagnerei sicuramente di più.

Non vede di buon occhio chi tra i suoi colleghi fa televisione?

No, fanno bene ad andare in televisione. Io non condivido i format di alcune trasmissioni, pur tenendo conto che hanno avvicinato un certo tipo di pubblico: i giovani. Oggi tutti i ragazzi credono di poter diventare chef ed essere subito premiati, ma non è così, prima bisogna lavorare sodo. Il problema è che, quando parlavo con i produttori di queste trasmissioni e facevo presente che bisogna anche educare i ragazzi, non importava. Vogliono fare audience, dunque i piatti devono volare e lo chef deve insultare il ragazzino. Il sistema non mi è mai piaciuto.

IL RISTORANTE

E immagino sia distante dalla realtà…

Certamente. Io non insulto i miei ragazzi. Alcuni chef, invece, lo fanno in televisione come se fosse una cosa normale. Io scherzo dalla mattina alla sera con chi lavora con me. Ma questo non vuol dire che non dia i corretti insegnamenti e che il lavoro non sia una cosa seria.

Elisa Tonussi

SILENZIO, PARLA LA STORIA

Gian Piero Vivalda, patron dell'Antica Corona Reale di Cervere, si racconta: dagli inizi del 1815 alle due stelle Michelin. Col culmine di una tragedia del Coronavirus affrontata senza licenziare nessuno.

Ci sono ristoranti d'alto livello che non parlano con la pubblicità mediatica, ma con la loro storia. L'Antica Corona Reale di Cervere, provincia di Cuneo, ha una storia di due secoli, ed è tra questi. Col lavoro di una famiglia, fin dall'Ottocento nelle mura di via Fossano si dava da mangiare ai viandanti, ma è con l'ultima generazione che è avvenuto il salto di qualità. Gian Piero Vivalda, classe 1968, nel 1994 ha dato la svolta, e oggi può fregiarsi di due stelle Michelin: un risultato ottenuto con abnegazione e amore per la tradizione. Oggi la Corona Reale affronta un capitolo assai arduo per la ristorazione di ogni Paese: quello del Covid. Abbiamo incontrato Vivalda, per farci raccontare un po' la sua storia, e le sfide che vuole affrontare nel 2021.

Come si sente ad avere 200 anni di storia sulle spalle?

Siamo nati nel 1815. Ci chiamavamo Osteria della Corona. Artefice ne fu il mio bisnonno Alessandro. È diventata Osteria della corona reale perché il re Vittorio Emanuele era spesso avventore del ristorante. Questo quando è avvenuto prima della Guerra. All'epoca c'era nonno Eugenio. Certo, al tempo si facevano tre piatti…

Per esempio?

Io ancora non c'ero, mai i piatti erano quelli tipicamente fluviali, la cucina del fiume Po: i pesci di fiume, le lumache, le rane e poi la carne piemontese, finanziera, trippa, bollito. E infine, moltissima selvaggina. In quel periodo Cervere era popolata di cervi, era una riserva di caccia anche per il re: ho tuttora delle foto fantastiche con almeno 30 fagiani, 20 lepri, nelle battute di caccia che il re faceva da Pollenzo alla sua tenuta, fino a Cherasco. Poi arrivò mio padre, Lorenzo, negli anni Sessanta, quasi per dovere familiare. Quegli anni sono stati difficili, perché poi l'osteria era diventata una sala da bar, dove i clienti venivano a giocare a carte e a bere qualcosa. Un po' il posto pubblico del Paese.

E poi?

Poi nel 1994 ho cominciato io. Negli anni Settanta, il babbo aveva cambiato il nome: da Corona Reale, l'osteria era stata rinominata Da Renzo, togliendo un po' di allure. Dal canto mio, la mia storia è simile alla sua. Nel senso che fin da subito mi ero detto: io qui non ci rimango un minuto. Ero già stato a Parigi, avevo già lavorato molto dopo la scuola alberghiera. Nei periodi in cui stavo fermo, davo una mano in sala o in cucina: ero l'unico dipendente di mio padre, i pochi clienti comunque mi facevano i complimenti per il mio modo di fare. Facevamo un solo piatto: oggi c'è la faraona, si mangia la faraona. Questo è stato uno stimolo a migliorare, perché poi vicino a noi c'era già qualche ristorante affermato. C'era il Rododendro, a Boves, che aveva già due stelle Michelin. E c'era Guido Alciati a Costigliole d'Asti. La concorrenza non era così agguerrita: c'erano solo due locali stellati dalla Michelin in provincia. Grazie a questo, c'è stata l'opportunità di inserirsi in una fascia di eccellenza, grazie anche a Carlin Petrini di Slow Food. Mangiava tutti piatti della tradizione, dalla finanziera alla trippa. Petrini aveva trasferito la sua residenza a Cervere, e dunque spesso portava a mangiare imprenditori importanti, come Zonin, Illy e altri. Il passaparola ha funzionato. Dal canto mio, ho continuato ad andare in giro per le cucine di tutto il mondo, per affinare le mie competenze.

GIAN PIERO VIVALDA

Ma com'è ricominciata l'Antica Corona Reale?

A diciott'anni, in un mercatino di libri usati a Roma, scoprii un'antica edizione della Guida del Touring, forse del 1923 o del 1913 addirittura. Ci trovai il nostro indirizzo: Corona Reale, Camera 2, via Fossano numero 13. Caspita, eravamo noi. Mi feci la domanda: ma com'è possibile che oggi ci chiamiamo Da Renzo? A quei tempi non sapevo nulla della nostra storia. Mi rivolsi a mio padre: noi abbiamo due secoli di storia, perché non ricuperarla? Ma mio padre non voleva rimettere il nome antico. Per me era diverso, e non era solo questione di nome. Era una questione ideale. Io volevo fare una cucina tradizionale, anche umile se vogliamo, ma sincera. Invece cosa succedeva in quei periodi di bassa affluenza? Magari c'era un matrimonio al sabato o alla domenica, ma per tutta la settimana non veniva nessuno. Mi sono detto: perché non fare due o tre piatti al giorno, anziché uno solo? Nel '94, mio nonno mi prese da parte e mi disse: tu sei l'unico che può portare avanti l'osteria. Nel novembre del'94 ecco rinascere l'Antica Corona Reale.

Come furono i primi passi?

Fin da subito, grande entusiasmo. C'era già una clientela che ci seguiva con interesse. Dalla nostra parte, avevamo fedeltà alla tradizione e una grande attenzione alla filiera. Quindi già all'epoca io andavo a prendere i capretti a Roccaverano e i capponi a Morozzo. Poi sono arrivati i successi, che alcune volte sono stati difficili da gestire. Ad esempio, il premio di Miglior cuoco dell'anno, nel 2004 è stato per me un fulmine a ciel sereno: tutti si aspettavano di venire a mangiare una cucina da tre stelle Michelin. Poi le stelle arrivarono davvero: la prima nel 2003, la seconda nel 2009. La clientela è sempre cresciuta, almeno fino al 2020.

Già, il lockdown. Come lo avete gestito?

Quanto abbiamo perso in termini economici non lo so. Quel che è so, è che non abbiamo licenziato nessuno. Non abbiamo messo nessuno in cassa integrazione nel 2020. Ho promesso che avrei fatto così. Nel 2016 avevamo creato il laboratorio dei panettoni, e ciò oggi ci ha consentito di spostare alcuni collaboratori dal ristorante al nostro Atelier Reale, a fare panettoni e colombe a mano. Abbiamo salvato anche dei posti di lavoro. E poi naturalmente quando ci hanno lasciato aprire abbiamo fatto anche nuovi investimenti. Quest'anno è nato il Gelato Reale, servito nel déhors del ristorante: una serie di sorbetti con la frutta fresca, le pesche di Canale, le fragole di Peveragno, le ciliegie di Pecetto. È piaciuto molto, ed è piaciuto anche il delivery, purtroppo. Dico purtroppo perché se in una giornata normale tu fai 100 coperti con una certa cura per arrivare a fare i piatti perfetti e caldi, un delivery fatto allo stesso modo ti costa il 200% in più di fatica e accorgimenti, tra distanze da mantenere e cotture separate. Morale: è come se Maradona dovesse battere un calcio di rigore non più da 11 ma da 111 metri. Non mi ritengo un Maradona, ma la difficoltà è stata veramente tanta. La clientela ci è stata vicina.

E qual è il rapporto che dovrebbe esserci tra la cucina e il territorio?

Se io, cliente occasionale, guardo fuori dalla finestra del ristorante e vedo il mare, e poi nel piatto mi trovo il capriolo, mi faccio qualche domanda. Lo stesso se mangio branzino e ho le montagne intorno: non è l'idea di cucina che vorrei. Si badi bene: la mia idea non è neanche una cucina a chilometri zero, perché non è detto che a 50 chilometri di distanza ci siano delle cose migliori o peggiori di quelle che trovo a cinque. Però ci vuole coerenza. Se tu cominci a metterci dentro le erbe giapponesi, i fiori, gli agnelli che invece di arrivare da Sambuco e dal cuneese vengono invece dalla Nuova Zelanda… E poi, i giovani. Quando arriva un ragazzo in cucina, la prima cosa che gli chiedo è: sei capace di sfilettare? La risposta, spessissimo, è un sonoro no. Nel 90% dei casi non ha fatto la scuola che c'era una volta, quella dei Troisgros, dei Bocuse: lì, prima di avvicinarti alla stufa, dovevi anzitutto imparare a sfilettare il pesce, disossare i piccioni. Poi, dopo passavi ai fondi di cottura, e più avanti ancora, alle salse. Dopo sei anni, forse potevi avere il munifico privilegio di fare un'omelette. Adesso invece vogliono tutti andare ai fornelli con lo chef.

Lei spesso ha detto che non parla di clientela ma di famiglia. Una famiglia con cui condividere, in un mondo attuale apparentemente privo di confini e di radicamenti, il legame più vero con il luogo in cui abitiamo e che a sua volta abita in noi…

È vero. Quando ho bisogno di ispirazione vado nei miei orti, oppure nella vallata dove la mia famiglia stabilì le sue tenute: un mondo di peperoni, porri, rape. Molti piatti miei e della mia brigata sono nati da un'ispirazione che ho avuto lì. Quando vedi un quadro di Chagall, rimani rapito. Poi, quando vai in certi luoghi, in mezzo ai colori, magari non capisci come ha fatto a dipingerlo, ma sicuramente intuisci come lo ha concepito. Ti coinvolge. La cucina è coinvolgimento.

Avete buoni rapporti con i produttori e le aziende del luogo?

Personalmente ho alta considerazione di aziende piccole e anche più grandi, come Inalpi. Anzi, con loro ho un rapporto particolare. Ci siamo incontrati per caso dieci anni fa. Da subito abbiamo condiviso l'idea più importante: l'eccellenza dei nostri prodotti come traguardo da raggiungere. Una cosa su cui siamo sempre stati d'accordo, è che il nostro dovesse essere il migliore panettone, il miglior burro, il miglior Bra duro d'alpeggio. Su questo abbiamo lottato veramente, anche dopo iniziali scetticismi. Abbiamo iniziato un percorso insieme, con gli Invernizzi facciamo ricerca e sviluppo, e con loro abbiamo creato una fonduta con il nostro nome. E ci sono in ballo anche altri progetti per il futuro.

I tuoi tre piatti-bandiera?

Sarò un po' campanilista, ma comincerei con l'anguilla in carpione, perché rappresenta una tradizione della nostra cucina di fiume. Poi, la finanziera, che era il piatto preferito dell'alta finanza e dell'alta società torinese, a partire da Cavour. È una pietanza in cui entra tutto il quinto quarto del vitello: cervella, filoni… È una specie di manifesto del Piemonte a tavola, quello che la bouillabaisse è per Marsiglia. L'ultimo grande piatto che prediligo è l'uovo in cocotte con il tartufo bianco d'Alba, il piatto che ci distingue di più al mondo.

Abbiamo archiviato il disastroso 2020. Come sarà il 2021?

Beh, non potrà essere peggio dell'anno appena trascorso, a meno che non succeda l'irreparabile. Ma occorre guardare avanti, e non indietro. Se ci sono dei dati da giocare, li getteremo sul tavolo senza indugio. Ripartiremo con lo sforzo fatto nel 2020 di non lasciare nessuno per strada, e di fare in modo che il cliente che torna nel 2021 potrà trovarsi bene come gli capitava all'inizio del 2020, quando nessuno ancora poteva nemmeno prevedere quello che sarebbe accaduto. Tutto ciò non sarà affatto scontato, ma per noi riuscirci sarà il successo più bello.

Angelo Frigerio e Tommaso Farina

WINE2WINE, IL FORUM IN UN MONITOR

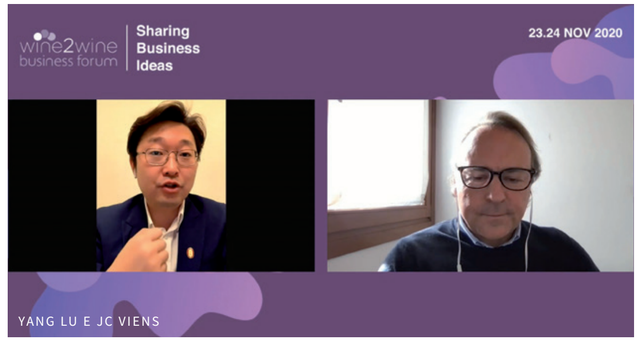
La rassegna veronese dedicata al business del vino ha dovuto traslocare in digitale. Ma ha comunque affrontato temi cruciali. Il settore si è interrogato sul suo successo. E su come penetrare nei ristoranti di tutto il mondo.

È stato un wine2wine Forum diverso, quello organizzato a Verona gli scorsi 23 e 24 novembre del 2020. La settima edizione di un appuntamento d'incontro che da sempre ha visto la partecipazione di grandissimi nomi del vino italiano, i più aperti al mercato internazionale anche e soprattutto nel mondo della ristorazione, prevedeva alcune novità dirompenti, che hanno dovuto adattarsi alla situazione mondiale. Stevie Kim, direttore operativo di Vinitaly International e storica anima dell'evento, aveva in animo di arricchire il parterre business con lo svolgimento concomitante di wine2wine Exhibition, uno spazio espositivo collaterale che, nelle intenzioni, avrebbe dovuto fungere un po' da sostituzione in piccolo del Vinitaly 2020, che per le ben note ragioni non si è mai svolto.

La seconda ondata del Coronavirus ha mandato tutto a carte quarantotto: l'esposizione fisica dei vini è stata annullata, e poi convertita in un ciclo di presentazioni e conferenze, che peraltro erano già previste. Quindi, addio degustazioni. Lo stesso Forum ha dovuto spostarsi sul digitale. Allo scopo, Veronafiere ha schierato un apparato informatico davvero ben congegnato: gli iscritti alle sezioni hanno potuto seguire gli approfondimenti in streaming via internet, e anche fissare appuntamenti e colloqui d'affari tramite la piattaforma, che acquisiva dunque anche i caratteri di una specie di social network per professionisti del mercato vinicolo. La risposta degli operatori a questi sistemi a cui le circostanze ci hanno costretto è stata buona.

Ciononostante, tutti si augurano che l'edizione 2021 di wine2wine, che a questo punto sarà l'ottava, si svolgerà consentendo a tutti di presenziare e interagire di persona. Del resto, il menù dell'edizione 2020 appena svoltasi è stato come sempre pregnante, vista la partecipazione di sommelier, ricercatori, esperti di marketing, Master of Wine, rappresentanti di aziende da ogni angolo del globo. Gli argomenti trattati hanno svariato davvero a tutto campo, tenendo conto della natura principalmente economica del forum.

GIOVANNI MANTOVANI



YANG LU E JC VIENS

Il successo del rosato

Un'istantanea dei consumi del vino rosè, per esempio, è stata fornita dalla tavola rotonda del 23 novembre "L'Italia alla prova del Rosé, tra nuove bollicine e mercati". A chi piace il rosato? In quella sede, per provare a rispondere a questa domanda, è stata presentata un'analisi di Wine Intelligence e Osservatorio del Vino by Unione Italiana Vini (Uiv), assieme a Rosautoctono-Istituto e Consorzio Valtenesi, quest'ultimo rappresentato da Mattia Vezzola, enologo nonché produttore di alcuni di quelli che molti ritengono i rosati migliori del Garda. E che si è concluso? Il Covid non sembra aver pregiudicato l'andamento. Anzi, si sono registrate persino crescite. A dominare è la Gran Bretagna, il Paese con il maggior numero di amanti dei rosati (incremento dal 50% del 2019 al 52% a luglio 2020), seguita da Germania (dal 45% al 48%), Canada (stabile al 39%) e Usa (in crescita dal 35% al 37%). Secondo la relazione, gli acquirenti sono perlopiù donne, e consumano il vino dalle due alle cinque volte a settimana. Comprano al supermercato, ma non disdegnano di bere al ristorante. E guai a sottovalutare le giovani generazioni: sono i cosiddetti millennial a guidare l'aumento dei consumi, sull'onda di una tendenza che li accomuna un po' in tutto il mondo. Tutti dati che chi fa ristorazione guarda con interesse, vista la sempre maggior presenza dei vini rosati italiani, e non solo di quelli della Provenza, nelle carte dei locali di tutto il mondo.

Il Pinot grigio fa boom in America

Interessante anche uno sguardo sulla predilezione che oltreoceano sembrano avere per i vini italiani a base di pinot grigio. "Da commodity a vino domestico: il successo del Pinot Grigio in Usa nell'era del lockdown": questo il titolo di un altro incontro, anch'esso imperniato su una rilevazione di Wine Intelligence e presenziato da Albino Armani, Presidente Consorzio delle Venezie Doc. Proprio quest'ultimo consorzio ha promosso il convegno: del resto, proprio la zona Doc delle Venezie è quella che si identifica maggiormente col Pinot Grigio, producendo circa il 50% delle tirature mondiali dei vini realizzati con questo vitigno. Nicholas Paris, director of global sourcing di un colosso come E&J Gallo Winery, è stato uno dei relatori-chiave: da vent'anni importa vino dall'Italia, e cominciò proprio con un'etichetta di Pinot Grigio, l'Ecco Domani, quasi sconosciuta da noi ma litigatissima in terra a stelle e strisce. Ebbene: nell'epoca del Covid, le vendite di Ecco Domani in America sono schizzate in su del 300%. Perché? Prova a spiegarlo lui stesso: "In Usa, col Covid, in realtà molte persone hanno iniziato a comprare di più il vino. Ci siamo resi conto che non era un semplice desiderio di fare scorte: le persone bevevano di più, avevano voglia di consumo. Il Pinot Grigio è andato bene perché la gente lo conosceva, e si voleva affidare a marchi di cui si fidava. Non è un vino di lusso, ed è un vino versatile. Questo ne ha aiutato le performance". La tendenza sull'intero comparto vino è stata confermata da Wine Intelligence: negli Stati Uniti i consumi di vino da marzo 2019 a agosto 2020 sono cresciuti del 19%, il tasso maggiore nei mercati sondati.

I ristoratori e la loro cantina

Ma wine2wine e tutti gli eventi collaterali hanno consentito di approcciare il tema-vino in tutte le sue sfaccettature. Yang Lu, il primo (e tuttora unico) Master Sommelier cinese, corporate wine director di Shangri-La Hotels and Resorts, ha discusso con Jean-Charles Viens, consulente vinicolo del ristorante stellato Venissa di Venezia, su come inserire con successo un vino nella carta di un ristorante cinese di alto livello in Cina. Il sommelier hongkonghese ha insistito sulla ventata innovativa introdotta nella cucina nazionale da molti chef nati dopo il '70, con una mentalità più aperta e propensa a contaminazioni con le civiltà culinarie di Giappone e Indocina. In questo caso, il sommelier del ristorante non cercherà solo la qualità per la sua carta dei vini, ma anche la personalità, l'originalità. Yang Lu ne ha approfittato per parlare anche di ristorazione e pandemia a Hong Kong, dando un quadro molto più positivo rispetto alla situazione italiana, grazie anche a una diversa legislazione vigente in Oriente: "Il Coronavirus nel 2020 ha impedito alla gente di viaggiare. La gente che non può viaggiare, se vuole uscire a pranzo o a cena, deve recarsi nei ristoranti del posto dove abita. I ristoranti cinesi di Hong Kong sono andati molto bene". Non sono mancati nemmeno gli excursus sulla ristorazione, come il focus sulla situazione attuale dei Jeunes Restaurateurs d'Europe nella viva voce di Marcello Trentini (ristorante Magorabin, Torino), di Daniel Canzian (ristorante Daniel, Milano), di Luca Marchini (ristorante L'Erba del Re e l'idea "Bottega da Re" a Modena) e Luigi Pomata (ristorante Luigi Pomata e il "Delivery" a Cagliari).

Tommaso Farina

focus on

LA ROSSA SI TINGE DI VERDE

Dall'edizione 2021, anche la Guida Michelin italiana riconosce i ristoranti che si distinguono per l'attenzione all'ambiente. I premiati e la sostenibilità in cucina.

Qualche indizio era già stato dato nel corso del 2019, quando la Guida Michelin aveva iniziato a introdurre il tema dello sviluppo sostenibile in cucina con l'assegnazione di alcuni riconoscimenti specifici ai ristoranti degni di nota per la propria attenzione all'ambiente. Con il lancio della Guida 2020 francese, lo scorso gennaio, ha poi fatto il suo debutto ufficiale la 'stella verde'. Che ha visto la sua comparsa sulla Guida italiana 2021 con le premiazioni avvenute il 25 novembre.

La stella verde viene assegnata alle strutture che si muovono a favore di una gastronomia più sostenibile. "Nel 2020 un bel piatto riflette anche la visione e l'impegno di uno chef", spiega la Guida Michelin. "Riflette il modo in cui ogni prodotto viene coltivato nel rispetto della natura e della stagionalità. Riflette la ricchezza del territorio, i legami che si creano con i produttori locali. Preparare un bel piatto è anche fare del bene all'ambiente, promuovendo ingredienti e prodotti ormai dimenticati". L'obiettivo della Rossa, che ora si tinge di sfumature verdi, è dunque quello di premiare gli chef che già hanno abbracciato una filosofia culinaria sostenibile, affinché siano di esempio per i colleghi e – perché no? – anche per i clienti. Assegnando la stella verde, la Guida intende così dare eco alle buone pratiche già adottate dagli chef più virtuosi.

La stella verde viene assegnata indipendentemente dalle altre distinzioni, vale a dire Bib Gourmand, piatti o stelle. Sono 13 i ristoranti che, nell'anno del suo debutto, hanno ottenuto il riconoscimento green. I premiati sono chef e imprenditori che hanno da sempre fatto della sostenibilità la propria filosofia in cucina, associandola a creatività e innovazione. Tra i nomi celebri che hanno ottenuto il riconoscimento spicca innanzitutto Davide Oldani, già premiato quest'anno con la seconda stella al suo D'O di Cornaredo. "Da dove nasce il mio impegno per una ristorazione sostenibile? Nasce dal modo di essere, dall'educazione che ho ricevuto in famiglia, vale a dire la cultura di utilizzare il prodotto del territorio e di stagione. Comprando un prodotto di stagione si ha una forte accessibilità economica e soprattutto un prodotto che può nutrire meglio le persone, perché cresce nel microclima adatto", spiega Oldani. Non potevano mancare Pietro Leeman con il Joia, che da trent'anni propone una cucina che rispetti l'ambiente, la collettività e gli animali. E Norbert Niederkofler, grazie alla filosofia della cucina di montagna del St. Hubertus di San Cassiano in Alta Badia. Si unisce ai premiati celebri anche l'Osteria Francescana di Massimo Bottura, che insieme alla moglie è anche fondatore di Food for Soul, associazione no-profit che ambisce a combattere lo spreco alimentare.

Centrale nel dibattito odierno, quella della sostenibilità è la sfida e lo filosofia che numerosi chef hanno già interpretato in diverse maniere. Sostenibilità in cucina significa ridurre gli sprechi alimentari, scegliere materie prime locali e di stagione. E coltivarle, pure. Significa anche accogliere i propri ospiti in strutture a basso impatto ambientale. Insomma: nutrire lasciando la natura così come è stata trovata. A voi ristoratori, premiati e non, lanciamo il guanto di sfida. Come rendere la gastronomia del futuro sempre più green?

Elisa Tonussi

I 13 ristoranti premiati con la 'stella verde'

Caffè La Crepa, Franco Malinverno – Isola Dovarese (Cr)
Casa Format, Igor Macchia – Orbassano (To)
Dattilo, Caterina Ceraudo – Strongoli (Kr)
D'O, Davide Oldani – Cornaredo (Mi)
Ristorante Don Alfonso 1890, Alfonso ed Ernesto Iaccarino – Sant'Agata sui Due Golfi (Na)
Ristorante Gardenia, Mariangela Susigan – Caluso (To)
Joia, Pietro Leeman – Milano
Lanterna Verde, Roberto Tonola – Villa di Chiavenna (So)
Lazzaro 1915, Piergiorgio Siviero – Pontelongo (Pd)
l'cioco osteria di Suvereto, Fabrizio Caponi – Suvereto (Li)
Osteria Francescana, Massimo Bottura – Modena
St. Hubertus, Norbert Niederkofler – San Cassiano (Bz)
Virtuoso Gourmet, Antonello Sardi – San Piero a Sieve (Fi)

primo piano

#IOAPRO ANCH'IO. NO TU NO. MA PERCHÉ? PERCHÉ NO!

È iniziata, il 15 gennaio, la manifestazione di disobbedienza civile dei ristoratori. Nonostante la prefettura avesse annunciato la linea dura. E alcuni chef avessero preso le distanze. Il collettivo Tni, intanto, ha lanciato la contro-iniziativa.

Ha avuto inizio, venerdì 15 gennaio, la disobbedienza civile degli esercenti che hanno aderito al movimento #ioapro. Alcuni titolari coraggiosi di bar e ristoranti hanno alzato le serrande e sono rimasti aperti fino alle 22, svolgendo regolare servizio al tavolo.

Promotore dell'iniziativa è Umberto Carriera, titolare di sei ristoranti a Pesaro, che, già dall'ottobre scorso, ha iniziato a disobbedire ai Dpcm. Si è accorto di non essere il solo 'sovversivo'. Per questo ha dato il via al movimento #ioapro.

Gli aderenti all'iniziativa devono rispettare un Dpcm autonomo: decalogo pratico commercianti motivati. Un documento in cui vengono elencate alcune semplici norme di comportamento: portare i conti ai tavoli entro le 21.45 e rispettare le norme anti-Covid (sanificazione, gel…). Nel decalogo viene anche sottolineato che, in caso di controlli, non devono dimenticare che la loro è una 'disobbedienza gentile'. Attenzione dunque al trattamento da riservare alle Forze dell'Ordine. Clienti e attività aderenti all'iniziativa, comunque, possono ricevere supporto legale in caso di sanzioni.

Il Comitato nazionale di ordine e sicurezza, infatti, aveva annunciato la linea dura. Denunce e sanzioni da 400 euro in su sono riservate ai titolari degli esercizi coinvolti e a tutti i clienti colti in flagranza di reato. La linea, condivisa in prefettura, si adegua alle indicazioni ministeriali circolate pochi giorni fa, secondo cui: "I servizi di ordine pubblico dovranno mirare a prevenire azioni improntate all'illegalità".

Nonostante la forza deterrente delle sanzioni annunciate, nei giorni precedenti la protesta, la manifestazione aveva ricevuto migliaia di adesioni in tutta Italia.

Su Instagram, a centinaia avevano comunicato la propria adesione con l'hashtag #ioapro. Mentre il gruppo Telegram, aperto per coordinare la manifestazione a livello nazionale, conta oltre 15mila contatti. E continuano le adesioni. Si tratta soprattutto di consumatori in cerca di informazioni sulle attività aperte, desiderosi di dare il loro appoggio ai 'commercianti motivati'.

Ma c'è chi è contrario. A partire dalla Fipe - Federazione italiana pubblici esercenti. E dagli Ambasciatori del gusto, che, in una lettera aperta al presidente del Consiglio, ai ministri e ai presidenti delle Regioni, prendono le distanze da chi sceglie di aprire i propri locali. E chiedono di: "Pianificare una ripartenza e la ristrutturazione di un intero settore", ribadendo "l'urgenza di una visione di medio e lungo termine a cui fare riferimento e di un interlocutore istituzionale con cui dialogare in modo costruttivo e lungimirante".

La lettera è stata sottoscritta da numerosi nomi celebri della ristorazione: Enrico Bartolini, Cristina Bowerman, Antonino Cannavacciuolo, i fratelli Cerea, Carlo Cracco, Davide Oldani, Giancarlo Perbellini, Viviana Varese, solo per citarne alcuni.

C'è anche chi ha aperto, ma solo in sicurezza. Da cui l'hashtag: #ioaprosoloinsicurezza. È la contro-iniziativa del collettivo Tni – Tutela nazionale imprese, che rappresenta oltre 40mila aziende italiane del mondo Horeca. Anche per i ristoratori di Tni, tra i quali spunta anche il noto chef Gianfranco Vissani, la data segnata sul calendario era il 15 gennaio: dalle 20 alle 22 hanno simulato una consueta apertura serale. Luci e musica accese, sala allestita e titolari e dipendenti seduti ai tavoli a simulare i clienti. Lo scopo: dimostrare che, come si può pranzare in tutta sicurezza rispettando i protocolli, così si può anche cenare. Il quesito è semplice: perché un locale smette di essere sicuro alle ore 18? Questa e altre domande sono state poste ai prefetti delle zone gialle, a cui si chiedono prove scientifiche che giustifichino la stretta sul settore della ristorazione. Nulla a che vedere, dunque, con il movimento di protesta #ioapro. "Io non aderisco a nessuna iniziativa che non rispetti e non abbia al centro la salute delle persone", chiarisce Pasquale Naccari, portavoce di Tni e presidente di Ristoratori Toscana.

Dopo il primo fine settimana di disobbedienza civile, la manifestazione non sembra aver ottenuto il successo previsto. I baristi e ristoratori aderenti potrebbero essere stati meno di quanti annunciati. Mentre sui social ha dilagato il fanatismo di alcuni - pochi - esercenti e di qualche cliente affezionato.

Insomma, uniti nella frustrazione di mesi di incertezza e incassi al minimo, i ristoratori sono quanto mai divisi. Tra moderati e 'protestanti', però, la richiesta è una sola: ascoltateci!

Elisa Tonussi

il caso

I VIZI DEL PRÊT-À-PORTER

I fornitori di prodotti gastronomici per la ristorazione consentono agli chef di proporre foie gras, agnello e ostriche di tutto il mondo. Ma che succede quando i cuochi cominciano a comprare tutti le stesse cose?

Ristorazione non è solo cucina. Anzi: cucina non è solo tecnica. Cucina è anche materia prima, ingrediente, prodotto. Una grande ricetta, quando nasce con grandi ingredienti, ha solo da guadagnarci. E un ristorante italiano che ambisca a far parte del novero dei migliori dedicherà gran parte del suo bilancio al pesce, la carne, gli ortaggi, le spezie della massima qualità. Così, ecco che anni fa nacquero tutte quelle realtà che aiutano i ristoratori, garantendo l'approvvigionamento di tutto quello che può dare una marcia in più al menù. Il che, tuttavia, ha comportato alcuni problemi: secondo certi autori, la comprovata affidabilità di certi fornitori di preziosità gastronomiche a tutto campo ha determinato, per converso, una certa pigrizia tra gli chef, al punto che spesso, tra i grandi, si vedono circolare gli stessi ingredienti, acquistati dalle stesse realtà.

L'esempio più classico che occorre fare è quello di Selecta. L'azienda rodigina, leader nel campo della distribuzione gastronomica d'alta gamma, è nata nel 1989. Oggi, coi suoi corrieri rifornisce non meno di quattromila grandi ristoranti in tutto il mondo. E tra i prodotti trattati, troviamo veramente di tutto. Chi vuole il salmone Balik, per dire, affumicato per impiccagione secondo un metodo anticamente diffuso in Russia, deve telefonare a Selecta. Prosciutto Iberico 5 Jotas? Selecta, pronti ed eccolo qui. E l'elenco è lungo, e comprende il celeberrimo foie gras Rougié, le ostriche bretoni della famiglia Cadoret, la carne di razza gallega dei fratelli Galvan (Carnicas LYO), gli astici blu di Cinq Degrés Ouest, l'agnello neozelandese di montagna Te Mana. Tra i prodotti italiani, l'Aceto Balsamico di Modena Compagnia del Montale e lo strepitoso Culatello del Podere Cadassa di Colorno (Parma). In quest'ultimo caso, ci sono un po' tutte le luci di Selecta, ma anche qualche ombra: non in merito alla qualità del prodotto, che è uno dei migliori della Bassa Parmigiana e quindi del mondo, ma per il boost di diffusione che ha avuto. Intendiamoci: è magnifico trovare un Culatello del genere, ma quando capita di rintracciarlo uscendo a cena in tre locali diversi è lecito domandarsi se sia il solo Culatello sulla faccia del pianeta. Tre anni fa lo chef Peppe Guida, dell'Antica Osteria Nonna Rosa di Vico Equense (Napoli), una stella Michelin, oggi temporaneamente chiuso causa Covid, confessò a Repubblica di vedere l'approvvigionamento in modo diverso: "Per i grandi fornitori io sono un pessimo cliente. Non me ne sono mai servito, se non in qualche rara occasione. Vivo in un contesto in cui basta guardarsi attorno per attingere a prodotti di qualità, non vedo nessun motivo per farmi inviare un agnello pré salé, uguale a quello che il fornitore recapita ai ristoranti di Torino, o Milano. Io l'agnello lo trovo qui. Quando individuo un produttore valido, cerco di pagarlo un poco di più, lo premio, così sarà lui ad assicurarmi il meglio". Si può dunque dire che i ricchi cataloghi delle aziende di fornitura spesso si sostituiscono all'intuito e alle scoperte di chef sempre più impegnati? Se questo accade, non è certo colpa di Selecta e concorrenti. Selecta vende e propone, e basta. Sono gli chef che comprano. Come confessa a Intravino.com Vittorio Cavaliere, capoarea di Selecta al Sud Italia: "Cosa fa Selecta? Semplice: seleziona, controlla e distribuisce per i ristoranti i migliori prodotti alimentari. I prodotti che selezioniamo sono artigianali, la qualità è senza compromessi". Secondo Cavaliere, il cosiddetto "chilometro zero" è una cosa bella, ma oggettivamente ci sono prodotti che non possono essere sostituiti con altri, e che quindi devono arrivare da lontano: "Per quanto riguarda il chilometro zero, anni fa durante un mio intervento a un convegno tenutosi a Napoli coniai una frase: 'L'unica cosa che si può mangiare a chilometro zero sono le proprie unghie, poi sei obbligato a spostarti un po' '. Da uomo del Sud sono forte sostenitore e promotore dell'utilizzo dei prodotti che provengono da questo splendido e fecondo territorio, ma contestualmente amo ripetere che le uniche frontiere che rispetto sono quelle della qualità. Ciò mi impone di rispettare quei cuochi che per formazione e esperienza decidono di usare il foie gras o le ostriche francesi".

Del resto, oltre a Selecta ci sono tanti altri che fanno questo mestiere. Basti ricordare il marchio Jolanda De Colò, di Palmanova (Udine): partito con la produzione dei salumi d'oca dell'antica e quasi perduta tradizione ebraica della Bassa friulana, col tempo e l'iniziativa di Bruno Pessot, figlio di Jolanda, mantenne il comparto originario ma si allargò fino a trattare il pesce e soprattutto la carne. Quello della Manzetta Prussiana, il più grande successo di Pessot, è ormai un brand riconosciuto a livello italiano, ma non demeritano nemmeno le forniture di polli e animali da cortile, mercato ancor più di nicchia perché il pollo al ristorante, anche in quello stellato, è diventato tristemente raro.

Stesso discorso per Longino & Cardenal di Pogliano Milanese (Milano), che propone le ostriche irlandesi Muirgen e i giganteschi capponi di fattoria Prince de Dombes, direttamente dalla Francia. La scelta spetta al cuoco: con tanta abbondanza, si usi la testa, senza cadere nella sindrome del Paese dei Balocchi.

Tommaso Farina

ZUARINA®

Generazioni di cose buone

Tradizione, alta qualità e artigianalità italiana.

Anche nelle nuove eleganti vaschette premium. Le morbide fette posate a mano rimandano a quella dolcezza che ha reso famoso il prosciutto Zuarina in tutto il mondo. La qualità del 24 mesi. La prelibatezza del 30. La particolarità dell'Antico Rustico. Una proposta di valore e distintiva. Oggi arricchita da una nuova linea di affettati Bio.

www.zuarina.it

focus on

RE PER UN GIORNO

Le pastoie del Covid hanno lanciato la staycation: andare a rilassarsi in un albergo della propria città senza dormirci, per farsi coccolare nel centro benessere o in piscina. Un sito web si è specializzato nel trovare le migliori offerte.

Staycation, che strana parola. Ultimamente, se n'è parlato sempre di più. Ennesimo neologismo inglese di cui non si sentiva il bisogno? Forse, ma il concetto che c'è dietro è interessante. La chiave è nell'etimologia. Staycation è una parola composta: stay, "stare, rimanere", più vacation, vacanza, che perde il "va". Se si fa questo ragionamento, anche chi non ha mai sentito questo termine capirà abbastanza velocemente di che si tratta: la *staycation* è una vacanza fatta senza viaggiare, nella propria città. Una vacanza di prossimità. Viene in mente, in proposito, il Marcovaldo di Italo Calvino, che nel racconto La città tutta per lui si trovava a passeggiare tra le vie in cui risiedeva, in agosto, quando tutti se n'erano andati in villeggiatura: col risultato di scoprire particolari e scorci che normalmente passavano inosservati. La *staycation* però è soprattutto altro, almeno come viene intesa oggi. Chi fa staycation, in questo periodo di Covid, cerca soprattutto un albergo, in cui fare non solo qualche nottata, ma soprattutto qualche giornata, con la reverenza del personale e con tutti i servizi garantiti dall'hotel. Una specie di turismo sibaritico, un momento di relax e di sospensione dal logorio del virus moderno, a farsi massaggiare in una spa cercando di immaginarsi di essere in quelle terre lontane che l'emergenza impedisce di visitare. Una forma di evasione mentale, un viaggio con la mente, con connotazioni che sfociano nel romanticismo.

La voglia di far vacanze nonostante gli impedimenti dati dalla prevenzione pandemica non è passata inosservata. Simon Botto, già avvocato e pallanuotista di fama, assieme ad alcuni amici anni fa aveva fondato un sito, DayBreakHotels.com. Anche qui, il nome parla: si tratta di un sito specializzato nell'offrire pernottamenti in hotel di tutte le classi. E allora, che ha di diverso rispetto a Booking? È semplice: non si tratta di semplici pernottamenti, ma di 'pergiornamenti', ossia di offerte che consentano di restare tutto il giorno in albergo, usufruendo di tutte le comodità immaginabili, che logicamente aumentano al crescere della categoria e delle stelle dell'hotel. Il servizio fu varato addirittura nel 2013, ma è a partire dall'inverno 2020, con l'esplodere della *staycation* da virus, che c'è stata un'impennata del suo successo.

Vogliamo dare un'occhiata? Vediamo Milano. Avete presente il Gallia Excelsior, albergo di classe mondiale, da qualche anno ristrutturato completamente, al punto da diventare simile a una godereccia astronave? Bene: su DayBreakHotels, ecco l'offerta di camere da occuparsi tra le 11 e le 18. Ci sono le matrimoniali, e le matrimoniali prestige, logicamente più grandi e lussuose. E poi c'è l'offerta che consente l'accesso aggiuntivo al centro benessere griffato Shiseido: a metà gennaio, una matrimoniale del genere, con spa per due persone, viene letteralmente svenduta a 369 euro, con uno sconto del 53% rispetto ai 783 euro previsti. Unica condizione: la prenotazione non può essere cancellata.

E a Roma? Via Vittorio Veneto, per tutti via Veneto, dove c'è l'ambasciata americana, è conosciuta in tutto il mondo grazie alla felliniana Dolce Vita. Perché non fare un po' di dolce vita anche noi? Il sito propone i pacchetti del Grand Hotel Palace: una camera normale o superiore dalle 10 alle 18, oppure fino alle 21 con cena compresa. Quest'ultima scelta, se si desidera una junior suite, costa 229 euro. Non a testa: a camera. In questo caso, la prenotazione si può cancellare gratuitamente fino al giorno prima del soggiorno.

C'è poi chi gradisce la campagna. E in Toscana, la campagna può anche essere abbastanza vicina alla città. Sulle colline fiorentine, DayBreakHotels suggerisce una giornata al Marignolle Relais & Charme, uno di quegli alberghi in stile country per cui quella terra è famosa. Occorre tenerlo in considerazione per climi più clementi, perché il piatto forte è la bella piscina: una junior suite da utilizzare da mattina a pomeriggio, comprensiva di accesso piscina, si trova a soli 159 euro. Del resto, l'albergo in sé è molto bello, si fa apprezzare per le camere con il parquet, i quadri e le lenzuola decorate in quello stile molto chic che fa impazzire gli inglesi, e anche noi.

La città forse più difficile per il turismo è Venezia, non certo rinomata per sistemazioni convenienti e offerte a buon mercato. Si noterà che per Venezia le opzioni presenti sono drasticamente meno numerose rispetto ad altre città. Però, cercando con attenzione, qualcosa si rinviene. Ad esempio, lo Starhotels Splendid Venice, a due minuti a piedi da San Marco, è uno di questi: anche se l'emergenza Covid preclude piscina e spa, questo bell'albergo, affacciato sul Rio del Bareteri, propone una camera matrimoniale a 140 euro, ossia scontata del 40%, per la solita permanenza da mattina a pomeriggio. E se volete comunque lavorare, nessun problema: un ufficio tutto per voi, per 'smartworkare' in tranquillità, a 89 euro. Ok, non è più 'vacation' in questo caso. Ma volete mettere?

Tommaso Farina

Salumificio VAL RENDENA 1947

Carne Salada Qualità Trentino.

In Trentino, terra che custodisce accuratamente le proprie tradizioni nasce un prodotto ricco di profumi e dal sapore morbido e delicato, la carne salada. Un'eccellenza gastronomica marchiata Qualità Trentino che abbiamo scelto di produrre utilizzando unicamente fese fresche di bovino adulto italiano e da allevamenti italiani, sale puro di Sicilia, erbe aromatiche e spezie naturali. Materie prime genuine, da filiera corta e tracciabile. Scopri di più su questo salume della tradizione trentina nel prossimo numero!

QUALITÀ TRENTINO

Salumificio Val Rendena
Porte di Rendena - Trentino - Italy
www.salumificiovalrendena.it

Scopri la nostra Carne Salada nel servizio TV di Melaverde su Canale 5

SPECIALE PESCE

L'origine della materia prima fa sempre la differenza. Ecco perchè qualità e freschezza sono le principali caratteristiche dei prodotti ittici per la ristorazione. Una vetrina delle proposte di alcune aziende italiane.

I LOVE OSTRICA

I Love Ostrica nasce dall'amore di Luca Nicoli, imprenditore bergamasco, per il settore ittico. Nel 2007 fonda La Piazzetta del Pesce, un e-commerce e delivery di pescato di altissima qualità rivolto a ristoranti e privati. In breve tempo La Piazzetta del Pesce si consolida e si specializza, creando una nicchia di mercato ben definita: la vendita online di prodotti rari e preziosi, come coquillages, caviale e crudités di mare e, in particolare, ostriche. Per questo, Nicoli crea I Love Ostrica, la finestra sul mondo del luxury fish che si rivolge a privati e aziende sempre alla ricerca di nuove suggestioni.

www.iloveostrica.it

FINE DE CLAIRE VERTE

L'ostrica verte è il simbolo dell'ostricoltura della Nuova Aquitania, una delle regioni con maggior vocazione enogastronomica. Viene prodotta esclusivamente nei 27 comuni compresi dal consorzio delle ostriche di Marennes Oleron, sotto l'Identificazione di origine protetta. Il colore è dovuto alla naturale presenza nei mesi invernali, dell'alga Navicule bleue, nelle antiche saline dette 'claire' in cui si affinano per tradizione le ostriche. Filtrando l'ostrica 25-30 litri di acqua all'ora, le alghe donano il pigmento blu che, per associazione cromatica al color crema delle branchie, dà luogo al magnifico color verde smeraldo quindi il nome: Fine de Claire verte. Questo fenomeno è di natura stagionale, le condizioni climatiche invernali infatti favoriscono la proliferazione dell'alga. Il prodotto quindi è disponibile esclusivamente da ottobre alla fine di aprile. L'affinamento in presenza di alghe dona al frutto un gusto unico. Oltre alle caratteristiche tipiche dei prodotti di Marennes Oleron, si aggiunge una strepitosa sensazione 'erborinata' che rende l'ostrica verte un prodotto irresistibile.

LA NEF

La Nef nasce dalla grande passione di Giordano Palazzo per i prodotti gourmet. Da piccola attività familiare La Nef si afferma nel tempo come distributore locale di salmone affumicato e specialità ittiche conservate, diventando un riferimento del settore per l'affidabilità e per la qualità delle proposte. Negli anni l'azienda ha esteso la propria rete distributiva su tutto il mercato nazionale e, con circa 3mila tonnellate di salmone affumicato venduto ogni anno, diventa una delle realtà più dinamiche e competitive del settore ittico italiano.

www.lanefdeluxe.it

SALMONE AFFUMICATO CODA NERA

Il salmone affumicato Coda Nera rappresenta il risultato di 30 anni di intensa ricerca e conoscenza. La sua lavorazione ancora oggi si rifà ad antiche ricette baltiche, il mastro affumicatore controlla personalmente ogni fase di questo processo: la filettatura a mano, la leggera salatura, la lenta maturazione dei filetti, l'asciugatura e la delicata affumicatura 'a la ficelle' su fuoco di legna. Inoltre, prima del confezionamento viene controllato accuratamente l'aspetto di ogni filetto. Per ottenere il Coda Nera Riserva abbiamo selezionato l'esclusivo Salmone Atlantico allevato nell'area di Skyervøy, un'isola nell'estremo nord della Norvegia dove le forti correnti atlantiche e le basse temperature dell'acqua consentono una crescita dei salmoni molto lenta. Gli allevamenti ospitano un esiguo numero di esemplari in spazi molto ampi permettendo un ciclo di sviluppo del tutto naturale, sostenibile, rispettoso dell'ambiente e del benessere dei salmoni.

UPSTREAM

Upstream, una storia che nasce a Parma e approda nei mari più freddi e puliti del Nord Atlantico, dove i migliori salmoni vengono allevati nel loro ambiente naturale, in aree marine controllate ma molto ampie: qui possono muoversi in libertà, e vengono nutriti in base a una dieta bilanciata, del tutto priva di Ogm, coloranti, antibiotici. Questo metodo che combina libertà di movimento e alimentazione sana, da sempre contraddistingue una materia prima eccezionale, che viene in seguito lavorata artigianalmente secondo l'originale ricetta di Claudio Cerati, frutto di vent'anni di prove e assaggi. L'affumicatura, fatta unicamente con legni di faggio emiliano, avvolge delicatamente le carni senza sovrastarne il sapore vellutato ed elegante.

www.upstreamsalmons.com

UPSTREAM GOLD EDITION

La caratteristica di Upstream è quella di racchiudere nella medesima baffa gusti e consistenze differenti, legati alla naturale conformazione del pesce: il filetto è morbido e burroso, la ventresca è sapida e soda, mentre il 'classico', la parte posteriore, presenta un gusto più deciso e sapido. Il Cuore di Filetto Gold Edition è frutto di una selezione speciale di filetti di pezzatura particolarmente importante, dalle carni più sode e pregiate, trasformate in un prezioso lingotto. Ogni singolo Cuore viene lavorato a mano secondo l'originale ricetta ed è ideale per essere gustato al naturale, nella propria consistenza morbida e burrosa. Le briciole di oro edibile a 23 carati in accompagnamento sono un prezioso complemento che dona ulteriore esclusività.

SCANDIA – COAM

L'azienda fondata da Luciano Gusmeroli oltre 50 anni fa affonda le proprie radici in Valtellina. Gusmeroli ha sempre voluto rispettare le tradizioni culinarie, il prodotto e l'ambiente. Rispetto che si traduce nella selezione delle migliori materie prime pescate secondo rigidi criteri di sostenibilità, che vedono al centro dell'attività di pesca la salvaguardia dell'ambiente e delle specie stesse al fine di evitare dannosi sovrasfruttamenti delle risorse, preservando così i preziosi doni del mare anche per le future generazioni. Un impegno costante, che richiede un grande sforzo imprenditoriale e forti investimenti, ma che viene premiato dal riconoscimento di prodotti di qualità, come il Salmone Reale Selvaggio (Red King) del Pacifico.

www.coamspa.it

SALMONE REALE SELVAGGIO AFFUMICATO

Red King o Reale la specie più pregiata tra i salmoni selvaggi provenienti dalle acque del Nord Pacifico (Canada e Alaska) selezionati da Coam. I salmoni selvaggi vivendo in mare aperto e tornando nei laghi montani solo per riprodursi, mangiano quello che l'habitat marino offre ed è per questo che la loro carne ha il sapore della natura incontaminata oltre che un basso contenuto di grassi dovuto al loro continuo movimento. Ogni esemplare gode della Certificazione e garanzia del marchio 'Friend of the sea' in quanto proveniente da pesca sostenibile condotta nel pieno rispetto delle specie ittiche e dell'ambiente in cui sono inserite. Un pesce dalle straordinarie qualità, con carni dalla texture vellutata e dal sapore raffinato oltre ad un'inconfondibile colorazione rosso naturale. Il Salmone Selvaggio Reale è un'esclusiva Scandia, che Coam lavora coniugando l'artigianalità di una filettatura e salatura manuale all'innovazione d'impianti d'affumicazione di ultima generazione.

ADAMAS

Adamas è il marchio del caviale prodotto dall'azienda agricola Salmo Pan srl, un allevamento che vanta tre generazioni di allevatori, posizionata a Pandino nel cuore del Parco Naturale del fiume Tormo. Questo corso d'acqua è formato da numerosi fontanili del lodigiano e del cremasco, famosi per la purezza dell'acqua che sgorga naturalmente in superficie dopo essere stata filtrata da centinaia di metri di sabbia e ghiaia: acqua di primissima qualità. La produzione del caviale avviene presso lo stesso stabilimento, in un laboratorio approvato dalla Comunità Europea nel 2016, attrezzato con i migliori materiali e concentrato sulle più rigide procedure d'igiene e rispetto dell'ambiente. Il caviale viene lavorato unicamente nel laboratorio da un team di esperti russi e ucraini. Adamas alleva diverse specie di storione tra cui: Acipenser Baerii, Acipenser Gueldenstaedtii, Acipenser Nacarii, Acipenser Trasmontanus, Acipenser Ruthenus, Huso Huso (Beluga). Da ogni specie nasce una tipologia diversa di caviale completamente differente per: colore, dimensione e sapore.

www.adamascaviar.com

BLACK ADAMAS

Il caviale Black Adamas è un caviale russo tradizionale estremamente versatile, adatto a ogni occasione e abbinamento. Le uova, di dimensioni comprese tra i 2,5 e i 2,8 millimetri, hanno un gusto cremoso, quasi 'burroso'. La tonalità varia dal grigio perla al grigio canna di fucile. Ottenuto dall'Acipenser Baerii, occorrono otto anni per ricavare il caviale da questa specie.

LA CANTINA SOCIALE CHE SFIDA IL PREGIUDIZIO

Cooperativa dell'Anno 2021: il Gambero Rosso premia la Kellerei di San Michele Appiano, modello virtuoso di azienda vinicola con soci conferitori. Sugli scudi, l'annata 2015 del bianco Appius, che si presta anche a invecchiare.

È ancora radicato, in Italia, un senso di pregiudizio nei confronti delle cantine cooperative. Gli scettici non mancano di argomenti: hanno tanti soci, tanti viticultori conferenti. Come fare ad accertarsi che tutti lavorino bene, e con criteri comuni? Tuttavia, in mezzo ai tanti interrogativi c'è un microcosmo che non ha mai suscitato perplessità, anzi è ritenuto un modello virtuoso: quello dell'Alto Adige. In Sudtirolo, la cooperazione in ambito vinicolo ha origini più antiche di quanto non sia la norma, in certi casi radicandosi addirittura nel tardo Ottocento. La Cantina di San Michele Appiano, appunto ad Appiano-Eppan (Bolzano), comune sulla cosiddetta Weinstrasse, ha dato inizio alla sua attività nel 1907. E oggi, 2021, ha ricevuto dal Gambero Rosso il riconoscimento di Cantina Cooperativa dell'Anno. Un giusto premio a una realtà per cui la qualità è quasi un'abitudine, da oltre un secolo.

I 340 soci che formano la 'famiglia' di viticultori che conferiscono le uve alla Cantina lavorano in strettissima sinergia, seguendo standard agronomici rigorosi al millimetro. La materia prima che arriva ai torchi poi è sottoposta alle cure dell'enologo. E a San Michele lavora un tecnico di chiara fama, uno di quelli che sanno valorizzare ottime uve senza snaturarle, e trasformandole in un prodotto finito in tutto all'altezza della cura agronomica con cui gli agricoltori curano allo spasimo le loro viti, spesso in appezzamenti piccolissimi. Il nome è quello di Hans Terzer, uno degli artefici della giusta fama altoatesina in tema di bianchi. Il fiore all'occhiello del lavoro enologico di Terzer è la cuvée Appius, giunta alla settima annata. Nel 2019, alla Milano Wine Week, Hans Terzer ha dimostrato, se ce ne fosse stato bisogno, che questi bianchi sanno anche invecchiare, oltre a brillare nel consumo immediato. Alla prova del palato, c'erano sei annate appunto dell'Appius, un uvaggio di sauvignon, pinot grigio e chardonnay, che in certi anni vede anche la partecipazione del pinot bianco. La prova del nove? Il 2010, a nove anni dalla vendemmia, era ancora vivace, elegante nella sua rotondità di frutto esotico e polposo, lievemente marcato dal legno. E le altre annate si rivelarono tutte diverse ed espressive, con l'eccellenza di un 2013, originato da una stagione abbastanza fresca, con uve raccolte a fine settembre e capaci di dare un vino più agrumato, rinfrescante, decisamente memorabile. L'ultimissima annata 2016, complice il Coronavirus, è stata presentata dapprima online, nel novembre 2020. Poi, un assaggio di questo vino a piccola tiratura (6mila bottiglie soltanto) è stato possibile anche fisicamente, ed era proprio il caso: il vino è fatto per essere bevuto. Nell'Appius 2016, i toni lievemente erbacei, anzi di piante aromatiche, giocano il consueto derby con le fragranze della frutta gialla e bianca, donando al vino quel bouquet sensuale ma elegante che è un po' il suo marchio di fabbrica. Per eventuali riconoscimenti all'Appius 2016 occorrerà aspettare l'edizione 2022 delle guide dei vini, che per ora si sono giustamente concentrate sull'annata 2015, la sesta in senso cronologico per questa cuvée. E i premi sono stati proprio tanti: per esempio, con un punteggio di 100/100 è il miglior bianco italiano nella guida I migliori 100 vini e vignaioli d'Italia 2021, a cura di Luca Gardini e Luciano Ferraro. Altre spigolature, in ordine sparso: Quattro Viti, il massimo voto, sulla guida vini Vitae, dell'Associazione Italiana Sommeliers; Cinque grappoli su Bibenda; poi, 96 punti dalla guida I Vini di Veronelli 2021 e 98 sulla guida I Migliori vini italiani di Luca Maroni. Inoltre, il popolare sommelier Andrea Gori, sul sito Intravino.com, si è trovato ad accostare l'Appius 2015 ai piatti dello chef Wicky Pryan, che nei mesi scorsi ha raccontato qui a Luxury il suo excursus sulla cucina giapponese delle scuole di Kyoto e Tokyo: secondo Gori, il vino merita 96/100, anzi 96+, e il degustatore parla di "un'annata di grande maturità e frutto, forse la migliore insieme alla 2010", ammettendo comunque che il vino è ancora molto giovane e può invecchiare agevolmente. Si aggiunga che il 2015 è finito nella top 100 dei vini selezionati dal patron del Merano WineFestival Helmuth Köcher, che gli ha attribuito anche il The WineHunter Award GOLD. Eccellenti anche le valutazioni internazionali, per vini che hanno gran successo anche all'estero, specie in Germania: 97 punti da James Suckling, 97 da Falstaff, 95+ da Robert Parker.

E questo, per limitarsi all'Appius. La linea Sanct Valentin, che passa in rassegna un po' tutti i vitigni più nobili del Sudtirolo, ha ricevuto dal canto suo ottimi consensi. Stesso discorso per la linea The Wine Collection, altra collezione di vini di alto profilo, presentata telematicamente la primavera scorsa, e capace di conquistare i critici col Sauvignon 2017 e col Pinot Noir Riserva 2016, giusto per far vedere che qui non ci sanno fare solo con le uve a bacca bianca. Forse, è il caso che i pregiudizi sulle cantine sociali comincino a lasciare il posto a valutazioni più ponderate.

Tommaso Farina

HANS TERZER

GEWÜRZTRAMINER

BARRICAIA BIANCHI SANTIN

C'È CHI DICE SÌ

Quella del Coronavirus è stata la tegola più pesante caduta in testa a un settore, quello della ristorazione, che da sempre è particolarmente delicato. In questi mesi, ci siamo confrontati con numerosi chef e patron dei migliori ristoranti d'Italia, cercando di capire quale fosse la loro ricetta per tirare avanti in un momento così difficile. Abbiamo trovato tante proposte, anche tante critiche a una gestione della pandemia che effettivamente presta il fianco a molte riserve, ma anche iniziative concrete di solidarietà, alla faccia di chi considera i ristoratori egoisti e attenti solo ai propri guadagni, magari frodando il fisco, come malignamente spergiurano troppi opinionisti da social network che di ristorazione non sanno nulla. Ecco alcuni degli esempi virtuosi che abbiamo incontrato. Se ne conoscete altri, fatevi avanti e raccontateceli.

Tommaso Farina

Antonia Klugmann (L'Argine di Vencò, Dolegna del Collio-Go)

La chef friulana, stellata Michelin e star di Masterchef, è stata tra i protagonisti del secondo spot della campagna Io amo il Friuli Venezia Giulia: io resto a casa!. Lanciata dalla Regione Friuli Venezia Giulia per sensibilizzare i cittadini sui comportanti da tenere durante l'emergenza Coronavirus, la campagna ha annoverato tra i volti del terzo spot anche un altro pezzo da novanta come Joe Bastianich.

Mauro Uliassi (Uliassi, Senigallia-An)

Lo chef tristellato, assieme a Chicco Cerea e ad altri colleghi, si è impegnato con un video personale per il lancio di una raccolta fondi su GoFundMe.com. L'iniziativa è stata varata dal sito web Italia a Tavola, a favore dei reparti di terapia intensiva degli ospedali Papa Giovanni XXIII di Bergamo e Spallanzani di Roma. Nei mesi successivi, lo chef si è esposto in prima persona con interventi e prese di posizione in difesa della categoria.

Enrico "Chicco" Cerea (Da Vittorio, Brusaporto-Bg)

Il gruppo di ristorazione che fa capo alla tristellata famiglia Cerea ha realizzato tutti i pasti, dalla prima colazione alla cena, per i pazienti e il personale dell'ospedale da campo dell'Associazione nazionale alpini a Bergamo.

Andrea Berton (Berton, Milano)

Assieme ad altri 60 chef, Andrea Berton ha aderito alla campagna #milanokeepsoncooking con la raccolta fondi a favore dell'Ospedale Sacco lanciata dalla PR Alessia Rizzetto. Inoltre ha giocato la carta dei bond per una cena futura a prezzo scontato per gli acquirenti.

Carlo Cracco (Cracco, Milano)

Lo chef vicentino ha cucinato per il personale in servizio all'ospedale da campo della Fiera di Milano, e ha raccontato un po' quello che ha provato a fare: "Ci siamo resi disponibili attraverso la Regione Lombardia a dare una mano coi pasti. Nel nostro ristorante in Galleria sei ragazzi hanno preparato cibo che io e i miei due Alessandri, Troccoli e Ruggle, abbiamo servito a tutti gli operai che stanno lavorando. Avevamo poco tempo, quindi siamo stati sul classico: insalata di riso con verdure e una bella frittata con zucca, castagne e patate".

Franco Pepe (Pepe in Grani, Caiazzo-Ce)

Uno dei più grandi pizzaioli d'Italia, all'epoca dei primi tempi di emergenza ha lanciato su GoFoundMe.com una raccolta fondi da destinare all'Azienda Ospedaliera S. Anna e S. Sebastiano di Caserta, che aveva bisogno di ventilatori, mascherine, tute e tutti i presidi medici che occorrono per la gestione dei pazienti affetti da Covid-19.

Raffaele Alajmo (Le Calandre, Rubano-Pd)

La famiglia Alajmo non si è data per vinta con il Coronavirus, aprendo a Cortina d'Ampezzo un ristorante temporaneo all'Hotel Ancora di Renzo Rosso: "Noi non ci fermiamo, abbiamo 200 dipendenti e il nostro mestiere è lavorare, non prendere la cassa integrazione o i ristori che comunque sono poca cosa. Così abbiamo deciso di aprire un temporary, un 'pop up', cioè un ristorante temporaneo a Cortina, nonostante l'incertezza del momento e con probabilmente la perla delle Dolomiti che avrà gli impianti di risalita chiusi".

Matteo Baronetto (Del Cambio, Torino)

Anche Matteo Baronetto è stato coinvolto assieme ad altri chef di Torino, impegnati a cucinare per gli ospiti delle comunità seguite dai Frati Minori e dalla Sant'Egidio. L'iniziativa, ideata da Andrea Chiuni, executive chef del ristorante Tre Galline, e nata dalla volontà di regalare agli ospiti delle strutture un momento di gioia, è stata subito appoggiata da Matteo Baronetto, chef dello stellato Del Cambio, che ha coinvolto la sua brigata, invitando i colleghi della città sabauda a fare altrettanto.

Lorenzo Cogo (El Coq, Vicenza)

Lorenzo Cogo, fino al settembre 2020 chef di El Coq, una stella Michelin, e del bar bistrot Garibaldi a Vicenza, si è dato da fare con una bella iniziativa che prevedeva un 'baratto solidale' nella sua città. Il progetto benefico è stato chiamato Un pane per Vicenza, e lui stesso ha provveduto a spiegarlo sulla sua pagina Instagram: "A tutti coloro che si presenteranno all'ingresso del bar/bistrot Garibaldi nei giorni di martedì, giovedì e sabato, dalle 9.00 alle 12.00, verrà data una baguette da noi panificata in cambio di una donazione, un'offerta libera che verrà poi versata sul conto corrente dell'iniziativa Vicenza Solidale. In alternativa al denaro, tramite l'ormai dimenticato 'baratto', si potranno portare beni di prima necessità (uova, latte, riso, pasta, sughi), che verranno consegnati ai volontari di Vicenza Sicura".

Filippo La Mantia (La Mantia, Milano)

Lo chef siculo, pur alle prese con problematiche che gli hanno imposto di chiudere il suo ristorante milanese si è impegnato a cucinare per il personale sanitario dell'Ospedale Niguarda di Milano.

Massimo Bottura (Osteria Francescana, Modena)

Lo chef italiano più celebre del mondo si è spesso appellato al Governo, non lesinando critiche per l'eseguità dei rimborsi e l'inefficienza nel gestire l'emergenza. Con l'inizio del lockdown, Bottura ha poi avviato una serie di dirette Instagram, intitolate Kitchen Quarantine. Ogni sera, alle 20.30, il tristellato cucinava live da casa sua, assieme alla famiglia. E proprio durante una delle dirette ha lanciato un appello per raccogliere i fondi allo scopo di donare un'ambulanza alla Croce Rossa di Modena. Sempre a Modena, lo chef dell'Osteria Francescana, assieme al suo staff, ha trascorso il giorno di Pasqua a cucinare per il personale medico.

Christian Milone (Trattoria Zappatori, Pinerolo-To)

Lo chef della Trattoria Zappatori di Pinerolo, una stella Michelin, assieme ad altri cuochi ha ideato il Meal Kit di Fratelli Desideri: piatti 'stellati' da cucinare a casa. In marzo, il 10% dei ricavi è stato destinato agli ospedali Sacco di Milano e Spallanzani di Roma.

Gianfranco Vissani (Casa Vissani, Baschi- Tr)

Lo chef umbro, volto noto anche il televisione, da mesi si batte per la sopravvivenza della ristorazione con prese di posizione di forte peso. Ha annunciato l'intenzione di portare in tribunale il Governo per la gestione della pandemia, che ha causato la chiusura di decine di ristoranti in tutt'Italia.

Ercole Villirillo (Da Ercole, Crotone)

Chiuse a causa del Covid-19, le cucine degli chef Ercole Villirillo e Salvatore Murano sono tornate ad aprire per solidarietà. I titolari dei ristoranti calabresi Da Ercole di Crotone e Max di Cirò Marina (Crotone), insieme allo chef Luigi Quintieri, hanno messo cucine e perizia al servizio dell'iniziativa In campo con gli chef: la solidarietà è servita, preparando pasti da asporto per le persone assistite dal Banco Alimentare.

Cristina Bowerman (Glass Hostaria, Roma)

La chef romana, con altri cuochi di prestigio, a dicembre 2020 ha cucinato alcuni piatti e snack assieme ai ragazzi dell'istituto alberghiero Tor Carbone, di Roma. Le cibarie sono state consegnate a tutti gli operatori impegnati nei Drive (personale sanitario, referenti drive, Protezione Civile, Esercito Italiano, vigilanza) della Capitale.

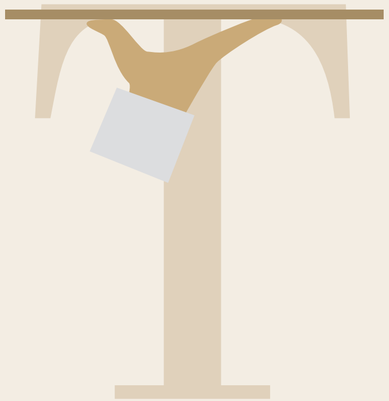
Simone Ciccotti (Antica Trattoria San Lorenzo, Perugia)

Lo chef della Antica Trattoria San Lorenzo di Perugia, una stella Michelin, assieme alla collega Lina Angelucci, nei mesi di marzo e aprile ha preparato almeno 80 pasti al giorno per l'ospedale Santa Maria della Misericordia. Il ristorante di Lina Angelucci, Il Balestruccio, sempre a Perugia, dal canto suo ha messo a disposizione spazi per smart working e coworking.

lo stupidario

TRIPADVISOR E I NUOVI MOSTRI...

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



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

INTERPRETI E TRADUTTORI
"IL MENÙ RISULTA UN PO' DIFFICILE DA INTERPRETARE PER DIVERSE PIETANZE"

RISCHI DEL MESTIERE
"IL RISCHIO DI ALZARSI DAL TAVOLO DOPO AVER DEGUSTATO DIVERSE PORTATE È CONCRETO"

OSTETRICIA
"PER PRENOTARE SI STA MENO A PARTORIRE"

CUCINA MELLIN
"PORZIONI CHE SEMBRANO IN QUANTITÀ OMOGENIZZATI PER BAMBINI"

BEVI RESPONSABILE
"SI BEVE BENE, OSEREI DIRE QUASI IN ABBONDANZA"

RIMANDATELO IN TV
"RISTORANTE MOLTO ANONIMO MALGRADO CI SI ASPETTI CHE UN GIUDICE DI MASTERCHEF SI DISTINGUA PER STILE"

PARLA COME MANGI
"MANCANZA DI UN REALE PERCORSO ESPERIENZIALE"

PICCIONI
"IL PIATTO DENOMINATO 'SEMI' PROBABILMENTE NON L'HO CAPITO, FATTO STA CHE MI RICORDAVA IL BECCHIME"

NICHILISMO
"IL CONTENUTO ED I SAPORI (CIÒ CHE CONTA DAVVERO!) SONO RISULTATI LA PERFETTA ESALTAZIONE DEL NULLA"

FIGURARSI SE ERA CORTO
"UN ANNO FA PER VIA DI UN BERMUDA LUNGO DI UN NOSTRO AMICO, NON CI È STATO PERMESSO DI ENTRARE"

CARTONGESSO
"COCKTAIL PREFABBRICATI"

A MILANO LA SANNO LUNGA
"NOI A MILANO PER UN RISTORANTE DI QUESTO TIPO SPENDIAMO UN TERZO!"

ARISTOTELE
"DUE DELLE QUATTRO PORTATE CONSISTEVANO IN UN PIATTO STANDARD PRIVATO DELLA SUA ESSENZA PER SOPPERIRE AL PROBLEMA"

tripadvisor

ECCEZZZZZIUNALE VERAMENTE
"IL CIBO È SICURAMENTE BUONO MA NON ECCEZZIONALE COME PENSAVO"

VIETATO ORDINARE
"LA SIGNORA MOLTO GENTILE CHE CI HA PRESO LE ORDINAZIONI CON NOSTRO GRANDE STUPORE NON CI HA PERMESSO DI ORDINARE QUASI NULLA"

BAMBOCCI
"GIÀ MI VOLETE PRENDERMI IN GIRO CHE AVETE AL MASSIMO 25 ANNI"

MEGLIO QUELLO ALTO
"I SOLDI CARI, SI GUADAGNANO CON FATICA E GRANDE QUALITÀ NON CON IL PRESSAPOCHISMO DI BASSO BORGO"

RECENSIONI VIRTUALI
"MI SAREBBE PIACIUTO POTER RECENSIRE ANCHE I PIATTI E LE BIRRE, MOLTO PROMETTENTI SULLA CARTA"

CHIUDETELI PER SEMPRE
"ESSERE CHIUSI LA DOMENICA PER UN TURISTA È UNA COSA INACCETTABILE"

TUTTO COMPRESO
"TI OFFRONO IL CAFFÈ CHE TI VERSANO ADDOSSO"

FURBONI
"IL NOSTRO TAVOLO ERA STATO FURBESCAMENTE PRESO DA DUE STRANIERI CHE HANNO OCCUPATO LA NOSTRA PRENOTAZIONE"

CONOSCITORI DI CUCINA TRIESTINA
"GNOCCHETTI CON SUSINE (3 PALLE CHE RICORDANO IL GELATO FRITTO CINESE RIPIENE DI SUSINE E PASSATE AL BURRO CON UNA MONTAGNA DI CANNELLA ABBASTANZA STOMACHEVOLI A MIO AVVISO)"

OSCAR
"ABBIAMO VOLUTO RISCHIARE VISTE LE DISCRETE NOMINATION"

CAPITAN MORGAN
"LE PIRATE SANNO DI STANTIO"

RACCOLTA DIFFERENZIATA
"È PALESE CHE RICICLINO PARTE DEL CIBO"

ALCOLISTI ANONIMI
"POSTO FREQUENTATO DA UBRIACONI GIÀ DAL MATTINO"

SCULTORI IN CUCINA
"MI SONO ARRIVATE DUE SALSICCE CON MOLTI (INUSUALI) INTAGLI SULLA PELLE"

CHIARISSIMO
"E' ARRIVATA UNA MISERA COSA CON UN PO' DI VERDURA"

LATINORUM
"RINOMATA TEMPORIBUS ILLIS"

MUSEO DELLE CERE
"STINCO DI MAIALE IMBALSAMATO"

NON È UN PAESE PER VECCHI
"LOCALE BEN ARREDATO, MA FREQUENTATO PRINCIPALMENTE DA PERSONE ANZIANE"

ADDIOS
"NON MI SENTO CANNAVACCIUOLO IN CUCINE DA INCUBO"

MA CHE CE FREGA
"SEMBRA CHE VOGLIANO FARE I ROMANACCI AMICHEVOLI URLANDO"

VALIUM
"LE NOSTRE PAPILLE GUSTATIVE INIZIANO AD AGITARSI"

MATRIOSKA
"PIROFILE DEGLI ANTIPASTI NON UNA SULL'ALTRA MA UNA DENTRO L'ALTRA"

NIENTE CICALE
"DIETRO LA MIA SEDIA C'ERANO DELLE FORMICHE"

NEOLOGISMI
"GUSTO DISGUSTEVOLE"

HIT PARADE
"NOIOSA MUSICA DISCO ANNI 90 A UN VOLUME ACCETTABILE SOLO PER IL PERSONALE CHE GRADISCE E FA IL CORETTO A MADONNA (LIKE A VIRGIN)"

tendenze

IL COCKTAIL È SERVITO

Non solo vino, a tavola i drink sono ormai sdoganati.
E sempre più sofisticati. Gli chef lo sanno.
E propongono in carta grandi classici, ma anche abbinamenti arditi.

Iconici, come il Vodka Martini. Chic, come il Gin&Tonic. Sofisticati, come il Manhattan. Ci sono poi quelli popolari, un tempo considerati al limite del dozzinale: la Biciletta e lo Spritz. I cocktail sono sempre stati amati nel Bel Paese, patria non solo dei grandi marchi storici di bitter e vermouth – Martini e Campari, - ma anche di piccole distillerie, non altrettanto note, ma di lunga tradizione. Dalle polibibite futuriste, di cui si legge ne *La cucina futurista* di Marinetti e Fillia, al rito dell'aperitivo milanese, nato dall'intuizione di Davide Campari di servire l'omonimo bitter con una spruzzata di seltz, a partire dalle 11 del mattino, oggi i cocktail sono diventati quanto mai ricercati.

Sarebbe riduttivo definire la mixology come la semplice pratica della miscelazione di bevande alcoliche o analcoliche. Negli ultimi anni, è diventata una vera e propria arte, in cui vengono sperimentati accostamenti più o meno arditi tra sapori e tecniche. Non solo. Complice il coprifuoco, i consumatori apprezzano anche drink dal ridotto contenuto di alcol, o addirittura analcolici.

Così, tra rivisitazioni dei grandi classici e nuove creazioni con ingredienti esotici, il consumo di cocktail non è più limitato al solo aperitivo o all'after-dinner. Anzi, i drink sono sempre più frequentemente accostati anche alle pietanze servite durate la cena. E godono di dignità pari a una buona bottiglia di vino.

Lo sa bene Marcello Trentini, chef dello stellato Magorabin di Torino, appassionato di spirits. Da anni propone cocktail originali in un percorso di abbinamento al menù degustazione. E con il progetto DelMago Drinks ha messo in bottiglia la sua personale interpretazione del gin e del vermouth.

Un secondo esempio arriva proprio dall'arcinoto Camparino milanese, storico bar, situato in Galleria Vittorio Emanuele II a Milano, luogo di nascita del già menzionato aperitivo, che ha reclutato, lo scorso anno, Davide Oldani per la creazione di un menù in cui le pietanze si sposassero con i cocktail Campari. Per l'icona meneghina, lo stellato ha riscoperto e rivisitato una ricetta della mamma, un classico della cucina popolare lombarda: il pancotto, prima ammorbidito in acqua e latte e poi arrostito. Ha così ideato il Pan'cot, un pane, preparato con lievito madre a forma di ciambella, il cui buco centrale viene riempito con ingredienti di vario genere, sia dolci sia salati. A ogni Pan'cot, naturalmente, corrisponde un cocktail abbinato.

Non si dimentichi, poi, la coraggiosa creazione del sommelier dell'Osteria Francescana, Beppe Palmieri: l'Artemio, un cocktail a base di Lambusco di Sorbara con succo di amarena e amarena candita, servito con ghiaccio. Il drink è proposto in abbinamento all'Omaggio a Boetti, pancia di maiale con un brodo caldo.

Anche al Fourghetti, oggi nelle mani di Erik Lavacchielli, l'American Bar propone una selezione di cocktail da bere al bancone, ma anche da scoprire in abbinamento ai piatti della cucina. La selezione, studiata dal bartender Paolo Cesino, include tanto miscelazioni classiche quanto rivisitazioni originali e sofisticate. Si spazia dal Negroni del bosco con gin London dry, liquore al carciofo e rabarbaro e vermouth dry alle olive e funghi porcini, fino ai profumi orientali dello Yoshinaka, realizzato con whiskey giapponese, sake al milk oolong, aceto di caffè e cordial alla camomilla. Anche le miscelazioni di Cesino, oltre ai piatti di Lavacchielli, con l'emergenza Covid, sono disponibili per l'asporto.

Più conviviale del classico amaro digestivo, meno impegnativo da degustare rispetto al vino, il cocktail è versatile e piace a tutti i commensali. Suggerisce infatti minore intimità della bevanda di Bacco, che comunque resta un caposaldo della tavola, anche per i più giovani. D'altra parte è lo stesso chef Marcello Trentini a dire: "Un grande cocktail non è che la versione liquida di un piatto gourmet".

Elisa Tonussi

MARCELLO TRENTINI

hospitality

OPPORTUNITÀ A CINQUE STELLE

Il settore alberghiero italiano è in profondo rosso. E alcune strutture di lusso potrebbero finire nelle mani dei grandi gruppi internazionali.
Non è necessariamente un male. Ma manca il sostegno del Governo.

Il settore alberghiero italiano è costellato da un grande numero di attività, più o meno piccole, a gestione familiare. Solo il 7% degli hotel è in mano alle grandi catene internazionali, che, però, con il protrarsi delle restrizioni anti-Covid che stanno mettendo in ginocchio il comparto, potrebbero farsi largo anche nel Bel Paese.

La pandemia, specialmente nei mesi estivi, ha significato la Caporetto del settore. Rispetto al 2019, in Italia, erano assenti all'appello almeno 65 milioni di turisti, che si sono fermati a 148,5 milioni: un crollo a due cifre, che, per gli hotel a cinque stelle, è arrivato a toccare il -80%. Hanno sofferto maggiormente le strutture nelle grandi città, Migliore la situazione in provincia, dove è inferiore la quota di clienti legata al circuito internazionale. Così, dopo l'estate del Covid-19, un hotel su tre, in Italia, risultava a rischio chiusura. Situazione che, con le restrizioni previste per le festività invernali, non ha potuto che aggravarsi. Secondo alcune indiscrezioni del Sole 24 Ore, diversi albergatori di Milano avrebbero già richiesto il concordato preventivo.

Il quadro drammatico del turismo italiano, come rivela la rivista Internazionale, potrebbe favorire l'arrivo sul mercato dei grandi gruppi stranieri, dapprima scoraggiati dal variopinto scenario di piccole realtà. Queste infatti si sono recentemente rivelate interessanti opportunità d'investimento, rese ancor più appetitose dalle difficoltà legate alla pandemia.

Già il 2019 aveva visto importanti manovre nell'hotêllerie italiana da parte di investitori internazionali. L'anno si era aperto con il perfezionamento dell'acquisizione della catena inglese di lusso Belmond da parte del colosso francese Lvmh, che annovera fra i suoi marchi, solo per citarne alcuni, Fendi, Louis Vuitton e Dom Pérignon. Con l'operazione, Lvmh ha esteso il proprio portafoglio al mondo alberghiero di lusso, includendo alcune strutture in Italia: lo storico hotel Cipriani di Venezia, il Caruso di Ravello, l'hotel Splendido a Portofino e Villa San Michele a Fiesole. A marzo dello stesso anno, poi, il fondo statunitense Oaktree ha perfezionato l'acquisizione, per 300 milioni di euro, di 15 hotel da Castello Sgr. Tra le strutture interessate, alcuni immobili di lusso in Toscana, il resort Chia Laguna nel Sud della Sardegna e Le Massif a Courmayeur. A luglio 2020, inoltre, Oaktree è entrata in Castello Sgr con l'82% del capitale.

Il 2020 ha visto proseguire questa tendenza. Un esempio su tutti, l'acquisizione da parte dell'immobiliare francese Covivio di otto hotel di lusso The Dedica Anthology, prima di proprietà del fondo americano Värde Partners, che nel 2016 li aveva rilevati da Boscolo. Il portafoglio include otto alberghi, di cui tre strutture iconiche in Italia: Palazzo Naiadi a Roma, Palazzo Gaddi a Firenze e il Grand Hotel dei Dogi a Venezia.

Quali misure dunque a sostegno degli albergatori italiani? In autunno, Federalberghi, insieme a Federterme e Astoi-Confindustria Viaggi, ha chiesto al Governo il varo di mini bond a scadenza 25 anni per consentire alle aziende in buono stato di salute di superare la crisi. Non mancano, anche per il settore alberghiero, le misure di sostegno previste nei vari Decreti Ristori: contributi a fondo perduto, credito d'imposta sugli affitti, sgravi contributivi e sospensione del versamento dei contributi, blocco dei licenziamenti e indennità dei lavoratori non occupati. Con la Legge di Bilancio 2021, poi, gli alberghi sono esonerati dal versamento della prima rata Imu.

Cassa depositi e prestiti, invece, ha creato un fondo immobiliare per il turismo, dal valore di due miliardi di euro, per acquisire e rinnovare hotel iconici a cinque stelle, lasciandone però la gestione ai proprietari, con l'obiettivo di rivendergliele dopo dieci anni.

Sia chiaro: non è necessariamente un male l'arrivo di nuovi investitori stranieri. Paolo Barletta, amministratore delegato dell'omonimo gruppo leader del settore immobiliare, è convinto che attirerebbero turisti facoltosi. Condizione necessaria, però, è che le strutture vengano acquisite a cifra piena, e non a prezzo scontato perché i proprietari sono indebitati. Tuttavia quel che è lampante, e preoccupante per le attività italiane, è, ancora una volta, la mancanza di progettualità e di una visione d'insieme, strategica per il futuro del settore, da parte di chi eroga aiuti. Anche in questo caso, infatti, manca un confronto con le imprese del settore. "Undici miliardi di euro è una cifra altisonante, ma purtroppo la realtà con cui ci misuriamo è fatta di ristori di importo irrisorio, di poche migliaia di euro per impresa. Ci sono imprese che sono chiuse da dieci mesi ed hanno ricevuto un contributo a fondo perduto pari ad una piccola parte del fatturato di aprile", denuncia Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi. "In vista del decreto ristori quinquies, chiediamo al Governo un confronto nel merito, per discutere di una politica di sostegno che consenta alle nostre imprese di sopravvivere".

Elisa Tonussi

GRAND HOTEL DEI DOGI A VENEZIA

VILLA SAN MICHELE A FIESOLE

PER UN PUGNO DI EURO

Nel 2020, i rider hanno popolato le strade delle città per consegnare pietanze di ogni genere a domicilio. Il mercato arriverà a valere un miliardo di euro. Ma i lavoratori sono ancora sottopagati e senza diritti. Il contratto AssoDelivery-Ugl e le proteste. Mentre Just Eat…

In principio c'era la pizza. Poi è stata inventata la consegna a domicilio: giovanotti appena maggiorenni, freschi di patente, sfruttavano – o meglio, sfruttano, la categoria è tutt'altro che scomparsa – il documento rosa per racimolare qualche risparmio consegnando per la pizzeria del quartiere. Felpa e un vecchio marsupio, le chiavi del motorino, o dell'auto, per i giorni di pioggia, e gli indirizzi degli *habitués* imparati a memoria: il ritratto del tradizionale fattorino. Oggi, però, la consegna a domicilio non è solo un lavoretto per giovani universitari. Al contrario, con l'arrivo di servizi come Deliveroo, Uber Eats, Glovo, Just Eat, e chi più ne ha più ne metta, primi e secondi piatti, sushi e ramen, ma anche dolci, aperitivi e bottiglie di vino hanno iniziato a essere portati direttamente nelle case dei consumatori più pigri. A sfruttare il servizio sono ristoranti e locali di ogni genere e livello. Così, prima le grandi città, poi i centri urbani più piccoli si sono popolati di rider: fattorini, più o meno giovani, uomini e donne, anche immigrati, che, armati della propria bicicletta, portano le pietanze in grossi zaini in ogni angolo delle città, con qualsiasi situazione metereologica. Le condizioni di lavoro, però, sono tutt'altro che ideali.

I rider sono gli schiavi del XXI secolo. Sono il volto (non poi così tanto) ignoto della sharing economy, che ha cambiato le regole del mercato e migliorato la vita dei consumatori affidandosi all'efficienza degli algoritmi. Il mercato delle consegne a domicilio è esploso nel 2019, raddoppiando di dimensione e arrivando a toccare i 566 milioni di valore. Grazie alla pandemia, quest'anno dovrebbe sfiorare il miliardo di euro. Di questo denaro il fisco italiano non raccoglie che le briciole. Così come i fattorini, che sono semplici "lavoratori autonomi disposti a fare una consegna", come aveva spiegato Carlo Tursi, general manager di Uber Italia, quando la società era sbarcata nel Bel Paese nel 2016. Collaboratori sottopagati, senza diritti e talvolta privati perfino delle mance, che vengono sequestrate.

Alcune indagini della procura di Milano e dei carabinieri del comando tutela del Lavoro di Roma, in estate, hanno messo in luce le condizioni di lavoro dei rider. Uber Eats, ad esempio, propone un accordo di collaborazione occasionale a 3 euro netti a consegna con pagamento ogni due settimane. Il mezzo da utilizzare è quasi sempre del lavoratore, che però deve pagare una sorta di fitto per lo zaino porta vivande, con tanto di cauzione, che viene ritirata in caso di danneggiamento. Il sistema per accedere alle piattaforme di delivery è tanto semplice quanto perverso: il lavoratore inserisce le proprie disponibilità e viene chiamato. Chi rifiuta delle consegne, perché non riesce a sostenere il ritmo o ne ha già fatte troppe, viene 'punito' dalla piattaforma stessa: viene trattenuta una parte del compenso oppure vengono ridotte le chiamate, dunque la possibilità di lavoro.

A settembre, però, arriva a sorpresa la firma sul contratto per i rider tra AssoDelivery, associazione di settore a cui aderiscono Deliveroo, Glovo, Just Eat, SocialFood e Uber Eats, e Ugl, sigla sindacale da sempre vicina alla destra. L'accordo non trasforma i fattorini in lavoratori dipendenti. Rimangono collaboratori occasionali o partite Iva, ma vengono riconosciuti loro alcuni incentivi: un compenso orario minimo di 10 euro lordi all'ora, indennità per il lavoro notturno, le festività e il maltempo, un premio da 600 euro ogni 2mila consegne effettuate e un incentivo di 7 euro all'ora per i primi quattro mesi dall'apertura del servizio in una città. Si aggiungono le dotazioni di sicurezza a carico delle aziende e la copertura assicurativa, che è obbligatoria per legge. Mancano, però, ferie, malattia, tredicesima e garanzie su licenziamento e collaborazioni occasionali.

I firmatari festeggiano: è il primo contratto nazionale per i rider in Europa. Ma arrivano le critiche di Cgil, Cisl e Uil. I sindacati diretta espressione della categoria, Riders Union Bologna, Deliverance Milano e Riders Union Roma, lo definiscono "un accordo pirata con un sindacato di comodo". Interviene anche il Governo tramite l'ufficio legislativo del ministero del Lavoro: "A stipulare il contratto non può essere una sola organizzazione". Inoltre il sindacato deve soddisfare il requisito della 'maggiore rappresentatività comparativa'.

Arrivano anche le denunce dei rider stessi: "Una vera e propria truffa perché un algoritmo stabilirà quanto tempo ci metteremo a fare una consegna e ci pagheranno in base a questo, tutto il tempo che intercorre tra una consegna e l'altra lo regaliamo alle aziende", spiega un rider a Repubblica. "La chiamano paga oraria, ma è uguale al cottimo". Parte la mobilitazione dei rider nelle piazze di tutto il Paese. Cortei, scioperi, picchetti e consegne non effettuate. E uno slogan: "Oggi il rider che ha una coscienza sciopera, e il cliente che ha una coscienza non ordina!". L'obiettivo dei manifestanti è far valere il peso del proprio lavoro.

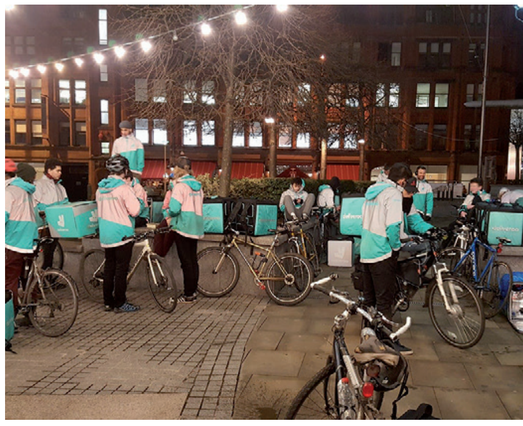
Le proteste, in poche settimane, sfociano in una piccola vittoria per i ciclofattorini: ottengono la firma sul protocollo anticaporalato e l'intermediazione della manodopera nel settore del delivery. Il 6 novembre AssoDelivery sigla due accordi con i sindacati, uno con Cgil, Cisl e Uil, e uno con Ugl. L'accordo riguarda solo la città metropolitana di Milano, ma il modello potrà essere esportato anche nel resto del Paese: le aziende si impegnano a selezionare direttamente i loro rider e a non sfruttare aziende terze per reclutarli finché non verrà creato un albo nazionale di imprese autorizzate o un registro ad hoc.

Intanto Assodelivery inizia a spaccarsi, con Just Eat che, a inizio novembre, torna sui suoi passi e annuncia di aver intenzione di assumere i rider. Il colosso danese intende importare in Italia Scoober, modello già attivo in Germania, Danimarca, Austria e Svizzera. "Dal 2021, al più tardi entro il primo trimestre, inizieremo a offrire ai nostri rider la possibilità di avere un contratto di lavoro dipendente con noi", annuncia Daniele Contini, amministratore delegato di Just Eat Italia. "Oggi con noi lavorano circa 3mila rider in 23 città. A loro offriremo, dopo un percorso di selezione e di formazione, un contratto di lavoro dipendente, che assorbirà tutte le caratteristiche tipiche del contratto nazionale di categoria, quindi con maggior tutela e maggiori assicurazioni per il singolo rider, che potrà far conto su una paga oraria e non più su una retribuzione a cottimo, così come avviene ora. Dal canto suo, il rider dovrà impegnarsi in un rapporto in esclusiva".

È di fine novembre, poi, la sentenza del tribunale di Palermo che qualifica come lavoratore subordinato un ciclofattorino di Glovo che aveva prestato servizio con la piattaforma per un paio d'anni: dovrà essere assunto con contratto da dipendente. Mentre, il 31 dicembre, il Tribunale di Bologna ha accolto il ricorso contro Deliveroo di tre organizzazioni sindacali confederate a Cgil (Filt, Filcams, Nidl): il giudice ha ritenuto il sistema di accesso alla piattaforma discriminatorio, dal momento che penalizza, senza distinzioni di causa, chiunque si assenti da lavoro. L'azienda di delivery dovrà, dunque, versare 50mila euro ai ricorrenti, come risarcimento, e pubblicare il provvedimento del Tribunale sul proprio sito internet e nell'area 'domande frequenti' della piattaforma.

La sentenza del tribunali di Palermo e Bologna e la decisione di Just Eat rappresentano due importanti vittorie per il movimento dei rider. Sono precedenti storici che gettano le basi per un sistema contrattuale, e non solo, più equo e garantista. Alla base di questi primi successi, un gruppo di protesta coeso che ha saputo fare luce sulle condizioni lavorative della categoria che, in questo 2020, si è resa quanto mai necessaria per i consumatori – per evitare di uscire di casa e ridurre i contatti – e per i ristoratori – per provare a tamponare le perdite con la consegna a domicilio. È tempo che al servizio dei rider venga riconosciuto ben più di 'un pugno di euro'.

Elisa Tonussi



FATTORIE FIANDINO IN PIEMONTE

GRAN KINARA

Il Gran Kinara, prodotto con latte 100% piemontese, è un formaggio a lunga stagionatura a pasta dura che riposa in salamoia di sali siciliani dai 15 ai 20 giorni e successivamente viene stagionato per più di 12 mesi. Viene realizzato con il metodo Kinara, che prevede l'utilizzo di vero caglio vegetale estratto dalle infiorescenze del fiore del cardo, ed è un formaggio senza lattosio e senza conservanti. Con l'uso del caglio vegetale le Fattorie Fiandino hanno creato il metodo Kinara, che, recuperando antiche tradizioni e rinnovandole, prevede l'utilizzo dei fiori di Cynara cardunculus, il comune cardo selvatico che cresce spontaneo anche sulle montagne piemontesi. Si tratta di un'alternativa al tradizionale caglio animale, in grado di contribuire in maniera determinante allo 'zero lattosio' del Gran Kinara e di fornire caratteristiche organolettiche originali e gradevoli. Ottimo in abbinamento a un vino bianco frizzante, un rosso di buona struttura o una birra non troppo amara.

www.fattoriefiandino.it

CASEIFICIO VAL D'AVETO

SAN STE'

Il San Stè è il formaggio tipico della Val d'Aveto prodotto con latte crudo intero. Viene prodotto con tre differenti stagionature: 60 giorni per il giovane, quattro mesi per la media stagionatura e otto mesi per l'extra. La storia di Caseificio Val d'Aveto ha inizio proprio dagli stagionati. L'amore per la valle e per le tradizioni locali ha spinto a ridare vigore e nuova identità a una tipica produzione casearia avetana, il Formaggio di Santo Stefano, creando il San Sté, dall'antico sapore dal retrogusto di erbe e fiori di montagna. Il periodo della stagionatura va dai 60 giorni per i formaggi più giovani e versatili agli otto mesi per il San Stè Extra, mentre per un prodotto speciale dal sapore deciso come il San Sté di Fossa il caseificio si serve anche della competenza degli stagionatori di Sogliano al Rubicone, che seguono un metodo di infossatura antichissimo, tipico della tradizione locale, che prevede una stagionatura ulteriore all'interno di fosse di tufo, per tre mesi e mezzo.

www.caseificiovaldaveto.com

BEPPINO OCCELLI

OCCELLI IN FOGLIE DI CASTAGNO

Dalla passione di Beppino Occelli nasce l'Occelli in foglie di castagno: un formaggio della famiglia dei 'cusiè' a pasta dura, da latte di pecora e vacca 100% italiano. Prodotto nel caseificio di Langa a Farigliano (Cn) viene posto a maturare su assi di diversi legni nelle Antiche Stagionature di Valcasotto (Cn) per oltre un anno e mezzo. Le forme sono poi affinate in foglie di castagno, provenienti esclusivamente dai boschi secolari di castagni della Valle Casotto e disposte a mano su ogni singolo formaggio da mani esperte. L'affinatura in foglie di castagno trasforma e dona a ogni forma un gusto marcato.

www.occelli.it

LUIGI GUFFANTI 1976

BETTELMATT DI BETTELMATT – ESTATE 2019

La storia dello sfruttamento degli alpeggi in Val d'Ossola è documentata fin da prima dell'anno Mille. Il più celebre alpeggio ossolano è quello di Bettelmatt, in alta Val Formazza, nel nord dell'Ossola. Qua le produzioni sono limitatissime, di poche centinaia di forme all'anno ciascuna, lavorate nei mesi di luglio e agosto e fatte ridiscendere a valle a dorso di mulo o, negli ultimi anni, in elicottero. A partire dalla stagione estiva 2003, per distinguerle dalle ormai diffusissime contraffazioni, le tome degli alpeggi del Bettelmatt recano il marchio a fuoco della denominazione. Il Bettelmatt selezionato da Luigi Guffanti Formaggi 1876 è adattissimo anche per lunghe stagionature. In questo caso viene proposto un formaggio dell'estate del 2019. Incredibile in termini di struttura e gusto, con pasta color paglierino intenso e con note di erbe alpine e di stalla. Caratteristiche specifiche e uniche esaltate dalla lunga stagionatura.

https://guffantiformaggi.com

CASEIFICIO IL FIORINO

RISERVA DEL FONDATORE SPECIAL EDITION

La Riserva del Fondatore nasce da latte di pecora altamente selezionato, ottenuto dai migliori pascoli della Maremma. Angela Fiorini e Simone Sargentoni hanno realizzato questo pecorino dedicandolo a Duilio Fiorini, che fondò il caseificio nel 1957. Un pecorino grande, nel gusto, ma anche nella forma: circa 20 chilogrammi di peso e una maturazione che può arrivare fino a oltre 20 mesi, con un periodo di affinamento nelle storiche grotte di famiglia, scavate nella roccia tipica del territorio. Nel 2017, per celebrare i 60 anni dell'azienda, nasce la 'Riserva del Fondatore Special Edition'. Una Riserva della Riserva di cui ogni anno, vengono prodotte un numero limitato di forme che sono il top di gamma assoluto. È un formaggio da meditazione, da grandi occasioni ottenuto con latte di altissima qualità, lavorato secondo gli antichi metodi della tradizione. La Riserva, sia nella versione classica sia Special, ha ottenuto numerosi premi nei più importanti premi nazionali e internazionali.

www.caseificioilfiorino.it

BERNARDINI GASTONE

BLACK ANGUS AFFUMICATO

Il Black Angus americano si unisce con l'esperienza di Bernardini, storica realtà toscana specializzata nel comparto Horeca d'alta gamma e nata oltre 150 anni fa. Il risultato è un prodotto delicatamente affumicato, ideale per secondi piatti freschi, leggeri e appetitosi. Disponibile in pezzature da 2 o 2,5 chili, in confezioni sottovuoto, il Black Angus affumicato è frutto di un'accurata selezione e viene ricavato dal taglio sottofesa della pregiata razza bovina. L'azienda ha in catalogo anche altre referenze di Black Angus: la fesa di manzo marinata, il manzo marinato al fungo porcino, il manzo brisket e il salame.

www.bernardinigastone.it

MASÈ

NEROTRIESTE

Preparato con cosce selezionate di suino tedesco, il NeroTrieste è un prosciutto siringato manualmente 'in vena' dal sapore deciso e caratteristico: una specialità unica nel suo genere in cui le ricette della tradizione incontrano la modernità. A conferire il tipico colore scuro e rendere prelibato il NeroTrieste è il caramello salato, spennellato uniformemente sul prosciutto cotto e successivamente arrostito a secco: artigianalità ed innovazione in un unico prodotto. L'offerta dell'azienda presenta una gamma completa di prodotti, che coprono i due grandi filoni: carne rossa e carne bianca. Masè si è impegnata negli ultimi anni a diversificare la propria offerta incrementando le tipologie di carne presenti all'interno del proprio catalogo ed in continua espansione per offrire ai propri clienti una vasta scelta.

www.cottomase.it

GIÒ PORRO

BRESAOLA WAGYU

Introducendo il 'Metodo zero' nella produzione di bresaole, Giò Porro crea un nuovo mercato che sarà strategico per i prossimi anni, sia in Italia sia all'estero. E' il settore delle bresaole premium di altissima qualità, solo dalle migliori carni fresche, senza conservanti, senza nitriti e nitrati, a lunga stagionatura e affinamento (da 4 a 12 mesi). Rispetto alla produzione industriale, il metodo esclusivo Giò Porro si differenzia anche per la presenza di alcune fasi in più: la salatura manuale del singolo pezzo, il riposo post salatura, il riposto post insacco, la lunga stagionatura e l'affinamento. Tutto questo può essere realizzato solo in uno stabilimento ad altissima tecnologia, dove il livello di sicurezza alimentare sia portato ai massimi livelli. L'assortimento comprende Bresaola Rosé, realizzata da sola punta d'anca fresca di bovini di razze europee, con zero conservanti; Bresaola Angus, da sola punta d'anca fresca di bovini di razza Black Angus, senza conservanti, stagionata e affinata a lungo; Bresaola Wagyu, senza conservanti, prodotta da sola punta d'anca fresca di pregiata razza Wagyu, ovvero la massima espressione in termini di esperienza olfattiva e gustativa. Un prodotto per appassionati ed esperti.

www.gioporro.com

ZUARINA

PROSCIUTTO DI PARMA LUNGA STAGIONATURA (30 MESI)

Qualità, innovazione e tradizione. Il prosciutto di Parma Zuarina a lunga stagionatura nasce da cosce accuratamente selezionate dei migliori suini padani. Stagionato lentamente per 30 mesi, questo prosciutto si caratterizza per profumo intenso e la sua dolcezza, una prelibatezza anche per i palati più fini ed esigenti. La lunga stagionatura è fatta nella cantina interrata, luogo che custodisce delicatamente umidità e profumi, mentre la lavorazione è svolta interamente a mano, anche la disossatura e la legatura, con cura e sapiente artigianalità. Zuarina è tra i marchi che hanno fatto la storia dei salumifici di Langhirano, rinomati per la qualità. Notoriamente famoso per la sua dolcezza, il prosciutto Zuarina, grazie anche alla secolare esperienza nell'antico 'saper fare' il prosciutto di Parma, è conosciuto ed apprezzato nelle location più prestigiose di tutto il mondo.

https://zuarina.com/it/

FRATELLI BERETTA

PROSCIUTTO DI CARPEGNA DOP 20MESI

Secondo la tradizione, i primi Carpegna risalgono al Medioevo. I suini allo stato brado popolavano il Montefeltro e la vicina Cervia assicurava il sale più dolce. Negli anni '50 la ripresa economica sancisce il ritorno alle gite fuori porta e così, nelle botteghe di paese, i turisti trovano le tipicità del luogo. Carpegna, primo comune delle Marche dopo San Leo (che è ancora Romagna), diventa stazione climatica di riferimento. Assaggiando il tipico prosciutto, nella bottega alimentare del buon Amilcare, venne l'idea di pensare alla produzione in quantità tali da arrivare sulle tavole di tutta Italia. Da lì al resto del mondo, il passo è breve: negli anni '70, cullato dalle verdi colline del parco naturale del Montefeltro, nasce l'unico stabilimento di salatura, sotto le rigide indicazioni del prezioso Amilcare. Nel 1996 il Prosciutto di Carpegna conquista la Dop e pochi anni fa, nel 2013, è rilevato da Fratelli Beretta, dove solo dieci maestri norcini lavorano anche la versione a tiratura limitata, stagionata 20 mesi.

www.fratelliberetta.com

ceucasale.com
IL VALORE
DEL TEMPO #1
Con il prolungarsi della stagionatura
Lunatico cambia, proprio come la luna
durante le sue fasi.
Delicatamente profumato a pochi giorni
dalla produzione, dopo un lungo riposo su assi
di abete, il formaggio si presenta più gessoso
verso il centro della forma e più morbido
vicino alla crosta, arricchendosi di sapori
via via più intensi e persistenti.
I formaggi Botalla sono così,
il giusto tempo per produrli,
il giusto tempo per gustarli.
www.botallaformaggi.com
FORMAGGI
Botalla
BIELLA 1947