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

LUXURY FOOD & BEVERAGE Magazine

2021 - NUMERO #4

LA FAMIGLIA MARZADRO NEI PRIMI ANNI '60. AL CENTRO, IL NONNO ATTILIO CON IN BRACCIO LA FIGLIA FABIOLA. DA SINISTRA GLI ALTRI FIGLI: ERINO, ANDREA, ELENA E STEFANO

Marzadro: una storia di famiglia

In oltre mezzo secolo, la distilleria ha stupito il mercato con le sue acqueviti invecchiate. L'affinamento in botti di ciliegio, rovere e acacia arriva anche a 10 anni. E sfida la complessità dei grandi Cognac. Il racconto di Alessandro Marzadro.

FACE TO FACE
"CHE COSA HO FATTO NEGLI ULTIMI ANNI? HO MANGIATO"

L'INCHIESTA
LA MEGLIO GIOVENTÙ

L'INTERVISTA
L'UOMO CHE SUSSURRAVA ALLE LUMACHE

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

editoriale

BUONI, TROPPO BUONI. CATTIVI, TROPPO CATTIVI

Se c'è una cosa bella dell'informazione italiana, è la prevedibilità. Quasi sempre, si può ipotizzare quello che i giornali scriveranno ancor prima che escano in edicola. Quando, lo scorso 6 aprile, c'è stata la prima grande manifestazione pubblica romana contro una politica sul Covid che ha messo in ginocchio interi settori, abbiamo avuto l'illuminazione. "Sono fascisti/nazisti/razzisti", "Tutti negazionisti", "Sono isolati e non rappresentano il Paese", "Tutte marionette dell'estrema destra", "Gli organizzatori occulti sono Casa Pound, Forza Nuova, la Spectre e gli omini verdi", "Erano quattro gatti", "In mezzo a loro c'era quello con le corna sull'elmo": sicuramente i giornaloni scriveranno queste cose. E in effetti, scrissero proprio così, a partire da articoli folcloristici sul signore con l'elmo cornuto, effettivamente presente. Comunque, la manifestazione è stata subito derubricata a radunanza di facinorosi, se non addirittura di agenti provocatori con una precisa agenda politica. Hanno perfino detto che tra loro i veri ristoratori non c'erano. Peccato che in realtà ci fossero eccome. Il brutto, per la narrazione di regime che si nutre del terrorismo psicologico, ma vuol far credere di avere tutto sotto controllo, è che si facevano vedere e sentire.

Il 12 aprile, bis. Manifestazione all'insegna della sigla IoApro, quest'ultima neppure autorizzata dalla Questura, che dà permessi a chiunque ma non ai ristoratori allo stremo per un anno perso a causa delle chiusure in tempi di Covid. E anche lì, giù paginate, speculazioni maligne, avvistamenti strategici dei soliti estremisti di destra multiuso, che ci sono sempre e anche se non ci sono è lo stesso: chiunque vada contro l'autorità, che è brava, bella e onnipotente, va in qualche modo vituperato.

Il giorno dopo, però, c'è stata la manifestazione 'dei buoni', quella della Fipe e di Italian Hospitality Network, che peraltro hanno subito precisato di non avere nulla a che vedere coi temibili cattivoni dei giorni precedenti. Si può discutere il cerchiobottismo di simile approccio: spaccarsi in mille rivoli per divergenze di metodo quando la causa è comune, non è detto che sia un buon affare. Ma stavolta, di fronte alle parole meditate dei partecipanti, è stato difficile che stampa e megafoni vari potessero urlare al complotto eversivo.

E allora che fa la stampa? Trova il diversivo. Pizzica un ristoratore che abbiamo intervistato, Tano Simonato, una stella Michelin a Milano, che ha fatto sedere Zlatan Ibrahimovic e l'ex giocatore milanista Ignazio Abate a un tavolo, bevendo qualcosa. Apriti cielo: tutta una ridda di post e interventi indignati, fomentati anche dall'essere Simonato un ristoratore tra i più critici con la politica attuale. Peccato che non abbiano scritto che il ristorante, ai tavoli, era correttamente inaccessibile al pubblico, e che i due calciatori fossero lì solo come amici dello chef, rossonero da una vita. I ristoratori stanno male? La parola d'ordine è doppia: delegittimare e parlare d'altro. Noi invece non parliamo d'altro, guarda un po'. Parliamo proprio di questo.

Tommaso Farina

Edizioni Turbo Srl Direttore responsabile: ANGELO FRIGERIO

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

Anno 03 - N.4 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, b2B beautyToBusiness, MC Media Contents, Odeon Magazine, Gamestore Magazine, HiTech Magazine, TGTuttogiocattoli, www.alimentando.info, www.hitechweb.info, www.technospia.it.

Chiuso in redazione il 19 aprile 2021

ALIMENTANDO
IL PERIODICO DEL SETTORE ALIMENTARE
www.alimentando.info

tespi mediagroup
www.tespi.net

menu

COVER
MARZADRO:
UNA STORIA DI FAMIGLIA

LA FAMIGLIA MARZADRO NEI PRIMI ANNI '60. AL CENTRO, IL NONNO ATTILIO CON IN BRACCIO LA FIGLIA FABIOLA. DA SINISTRA GLI ALTRI FIGLI: ERINO, ANDREA, ELENA E STEFANO

8-9

FOCUS ON
ZUARINA:
IL 'SAPER FARE'
CHE FA LA DIFFERENZA

15 FABIO LORENZONI

FACE TO FACE
"CHE COSA HO FATTO NEGLI ULTIMI ANNI? HO MANGIATO"

10-11 DA SINISTRA, ALESSANDRO PIPERO CON LO CHEF CIRO SCAMARDELLA

L'INCHIESTA
LA MEGLIO GIOVENTÙ

DA IN ALTO A SINISTRA: EMANUELE PETROSINO, ANDREA LEALI, MARTINA CARUSO, DIEGO ROSSI E AUGUSTO VALZELLI

12-14

INCURSIONI
UN SIGARO DA PRESIDENTE
20

FOCUS ON
PRINCIPATO DI LUCEDIO: UN RACCONTO LUNGO NOVE SECOLI
21

PROTAGONISTI
GABRIELE GORELLI ENTRA NEL GOTHA DELL'ENOLOGIA MONDIALE
22-23

ZOOM
CHEF IN PROGRESS, MA A DISTANZA
24-25

LIFESTYLE
LA NUOVA VIA DELL'OLIO
26

IL FATTO
SOTTO LA BOTTIGLIA NIENTE
28

TENDENZE
E SE IL GIN & TONIC FOSSE VIRGIN?
29

L'INTERVISTA
L'UOMO CHE SUSSURRAVA ALLE LUMACHE

30-31 MARTINO CRESPI

ATTUALITÀ
IL LUSSO IN AFFITTO
32

SCENARI
IL GRAND HOTEL CERCA INVESTITORI
34

flash

TUI METTE IN VENDITA IL BORGO DI CASTELFALFI

Tui avrebbe messo in vendita il borgo di Castelfalfi, in provincia di Firenze. Secondo quanto riporta il quotidiano Il Tirreno, la multinazionale tedesca, che nel 2006 aveva acquistato il borgo toscano per trasformarlo in un resort di lusso, avrebbe avviato delle trattative. La notizia sarebbe stata confermata dal sindaco Paolo Pomponi, ma Tui starebbe tenendo tutte le operazioni nella massima riservatezza. Castelfalfi offre per il soggiorno hotel, ville e appartamenti, ristoranti e bar. Non mancano, a completare l'offerta, una spa, un campo da golf con 27 buche, ma anche un'azienda agricola che produce vino e olio.

GIULIANO GAIBA È IL NUOVO AMMINISTRATORE DELEGATO DI TH RESORTS

Cambio ai vertici di Hotelturist, che opera in Italia con il marchio Th Resorts. Giuliano Gaiba è stato scelto come amministratore delegato dall'assemblea degli azionisti, succedendo a Gaetano Casertano. La sua nomina avviene nell'ambito del percorso di crescita e rafforzamento manageriale che la società ha intrapreso da alcuni anni. E si inserisce nel processo di rinnovamento degli organi sociali, che sarà effettivo a seguito del passaggio assembleare, previsto per fine aprile. Gaiba vanta un'esperienza trentennale nel mondo del turismo e, prima di approdare in Th Resorts, è stato direttore generale operativo di Alpitour e amministratore delegato e direttore generale di Eden Viaggi. "Questa nomina è un onore per me e sono impaziente di lavorare con il team di Th Resorts", dichiara Gaiba, "che, facendo leva sul suo posizionamento competitivo, rappresenta un'ottima base per elaborare ed attuare un ambizioso piano strategico di sviluppo nel mercato turistico italiano e internazionale".

ANDREA BERTON APRE UN RISTORANTE SOTTO LE ACQUE DELLE MALDIVE

Andrea Berton si appresta ad aprire il suo primo ristorante… sott'acqua. Lo chef ha avviato una collaborazione con il resort You & Me by Cocoon, nell'atollo di Raa alle Maldive, che lo vedrà alla guida del ristorante H2O. Il menù è pensato dallo chef in persona che unisce suggestioni italiane alla cucina internazionale e alterna piatti signature di Berton e nuove creazioni. Lo chef resident del ristorante sarà Alessandro Sciarrone, già parte dello staff del Ristorante Berton Milano per tre anni. Mentre Corporate Chef del Gruppo Cocoon è Giovanni De Ambrosis. Il ristorante si trova in una suggestiva location caratterizzata da ampie vetrate immerse nel fondali corallini della laguna da arredi firmati Lago.

GIANCARLO PERBELLINI SBARCA SUL GARDA CON UNA LOCANDA

Giancarlo Perbellini si appresta ad aprire un nuovo ristorante sul Lago di Garda. Si troverà presso la località Ai beati ed infatti si chiamerà Locanda Perbellini – Ai beati. Lo chef stellato ripropone dunque il format già presente a Milano, Verona e in Sicilia. Il nuovo locale, il decimo di proprietà dello chef veneto, avrà 100 posti, 40 all'interno e 60 esterni, calcolando il distanziamento. E proporrà un percorso caratterizzato da ricette regionali della tradizione italiana, rivisitate in chiave contemporanea. La locanda dovrebbe inaugurare già ai primi di maggio. In particolare, se il Veneto passerà in zona gialla, potrebbe aprire anche tra l'8 e il 10 maggio. "Il posto è incredibile, l'investimento è oneroso visto il periodo ma io e mia moglie Silvia abbiamo deciso di scommetterci con un impegno di 300 mila euro", spiega Perbellini a Repubblica. "In questo momento ci sono anche tante agevolazioni: sarà una cucina 4.0, tutte le macchine comunicano tra di loro e c'è una centrale per il controllo dei frigoriferi. Una svolta green e digitale che dà accesso alle agevolazioni statali".

PRESENTATA L'ANNATA 2017 DELL'AO YUN, IL VINO CHE VIENE DALL'HIMALAIA

E' arrivato ormai alla quinta annata il Cabernet Ao Yun, forse il vino cinese più famoso del mondo. Il nome, "Volare sulle nuvole", è emblematico: si tratta di un vino che nasce da filari di cabernet sauvignon coltivati a 2600 metri d'altezza, sulle pendici dell'Himalaia, nella provincia cinese dello Yunnan. Il gruppo Lvmh, allo scopo, ha puntato su un team di viticoltori cinesi, che collaborano con 120 famiglie di agricoltori di montagna. All'inizio del 2008 Estates & Wines – divisione vinicola di Moët Hennessy – ha chiesto a Tony Jordan, enologo e scienziato australiano, di effettuare delle ricerche in alcune zone della Cina per individuare un terroir che potesse consentire di dar vita a un prodotto unico nel suo genere. Dopo quattro anni, nonostante le innumerevoli avversità, il tecnico è giunto nel nord dello Yunnan, trovando un microclima ideale nel villaggio di Adong. Nel 2012 Maxence Dulou, enologo di Bordeaux, si è unito a lui per collaborare al progetto. Il risultato è un vino che tuttora, sul mercato online e Horeca, spunta regolarmente quotazioni vicine ai 270 euro a bottiglia. Il 2017, appena presentato, è la quinta e ultima annata prodotta.

POSSIBILE L'ESTENSIONE DEL SUPERBONUS 110% ANCHE AD ALBERGHI E RISTORANTI

C'è la possibilità che il superbonus 110% venga esteso anche a ristoranti e alberghi. A darne notizia è Il Sole 24 Ore. L'apertura arriva direttamente da Roberto Cingolani, ministro della Transizione ecologica. Che giovedì 8 aprile, nel question time al Senato, ha accennato alla questione, scatenando la corsa tra i partiti per intestarsi la battaglia. Rimane comunque il nodo della semplificazione delle procedure. "Occorrerà trovare un adeguato punto di equilibrio tra una semplificazione necessaria delle procedure di accesso al superbonus e la lotta al fenomeno dell'abusivismo", ha affermato il ministro. "Mi impegno a parlarne al più presto con i ministeri coinvolti". Cingolani ha inoltre confermato che si farà carico di discutere con il Mef la questione, visto l'ampliamento della platea di beneficiari. E visto che "potrebbe essere considerata una revisione coordinata del sistema delle detrazioni fiscali a oggi esistente con un approccio integrato che consentirebbe di ottimizzare tempi e costi degli interventi".

IL FOIE GRAS BANDITO DAL REGNO UNITO. IL GOVERNO VERSO IL DIVIETO DI VENDITA DELLA SPECIALITÀ FRANCESE

Non ci sarà più foie gras nei menù dei ristoranti inglesi. Il Regno Unito avrebbe infatti intenzione di vietarne l'importazione, dal momento che la Brexit consente al governo di poter avere maggiore controllo sulla merce importata. I ministri interverrebbero sulla commercializzazione della specialità francese, la cui produzione nel paese è vietata dal 2006, inasprendo ulteriormente la legge sul benessere animale. E' infatti noto e oggetto di grande dibattito internazionale il metodo di produzione del foie gras. Alcuni chef e produttori, intervistati dal quotidiano inglese Evening Standard, hanno espresso il proprio scetticismo a riguardo, ritenendo che la scelta del governo inglese sia stata guidata da ragioni economiche più che animaliste. C'è chi pensa che potrebbe anche svilupparsi un mercato nero attorno al prodotto. Non è mancato, comunque, chi ha espresso sorpresa e soddisfazione per la scelta di Londra, dove i ministri comunque sono ancora in fase di stesura di una bozza di legge.

ALFIO GHEZZI SBARCA SUL LAGO DI GARDA. È IL NUOVO CHEF DELL'HOTEL EALA

È tempo di nuove sfide per lo chef Alfio Ghezzi, già direttore dell'intera offerta ristorativa del museo Mart di Rovereto (Tn). Tra qualche settimana, il cuoco trentino debutterà come responsabile della ristorazione di Eala, hotel 5 stelle ubicato sulle rive del Garda. La struttura, posta nelle vicinanze della nuova strada che collega Riva a Limone del Garda, nasce dal progetto della famiglia Risatti, già attiva nel settore del turismo con Blu Hotels. Immersa nella natura, vanta, all'esterno, un bosco verticale. All'interno, invece, ospita due ristoranti e un bar, un panorama lounge nella terrazza sul tetto, una spa e un'area fitness. Alla guida della cucina, proprio lo chef Ghezzi. A cui verrà affidato il compito di proporre specialità votate all'italianità, alla valorizzazione degli ingredienti locali e alla sostenibilità.

cover story

MARZADRO: UNA STORIA DI FAMIGLIA

In oltre mezzo secolo, la distilleria ha stupito il mercato con le sue acqueviti invecchiate. L'affinamento in botti di ciliegio, rovere e acacia arriva anche a 10 anni. E sfida la complessità dei grandi Cognac. Il racconto di Alessandro Marzadro.

DA SINISTRA: ANDREA, ANNA E STEFANO MARZADRO

Dall'intuizione di una donna, ecco una delle grappe migliori d'Italia. Basterebbe questo a smentire chi asserisce che da noi le donne sono sempre e soltanto figlie di un Dio minore. Non ditelo ai pronipoti di Sabina Marzadro, che nel 1949, subito dopo la guerra, diede origine a un'impresa familiare tutta da sola. Un po' come nella fiction Rai *Di padre in figlia* con Cristiana Capotondi, con la differenza che per la signora Marzadro non c'era la conflittualità con un padre che già mandava avanti una distilleria affermata. Sabina no: partì da zero, appena tornata nel suo paesino trentino, dopo anni trascorsi a Roma. Oggi si può ben vedere il frutto di quell'avventurosa partenza: 3mila ettolitri di grappa all'anno, di cui l'80% viene contesa dai migliori ristoranti ed enoteche, senza trascurare il gradimento all'estero. Tutti col nome Marzadro ben impresso sull'etichetta.

Oggi, alla distilleria di Nogaredo si è affacciata la terza generazione familiare, in cui fa bella figura Alessandro, classe 1986. Figlio di Stefano, titolare insieme ai fratelli Anna e Andrea, è innamorato della grappa.

Ci tiene a dire che la vostra storia è particolare. Perché?

Certo non perché facciamo la grappa: in paese la facevano tutti, c'erano due distillerie e una sola linea telefonica. La grappa in Trentino è sempre stata un elemento comune, diffuso. È particolare la storia della nostra nascita. La zia Sabina, sorella di mio nonno, alla fine della guerra era appena tornata. Stava a Roma, a fare la governante per un deputato al Parlamento. Le donne trentine, insieme a quelle sarde, erano le più ricercate per badare alle grandi case. Lei ritornò, e di punto in bianco disse: faccio la grappa. Capirete che all'epoca, una donna che decidesse di fare quella che oggi si definisce 'impresa', per giunta nemmeno sposata, era qualcosa di molto inusuale. Dopo un po' venne ad aiutarla mio nonno, Attilio, suo fratello, molto più giovane di lei. A un certo punto, dopo qualche anno, zia Sabina gli disse: hai imparato il mestiere, voglio lasciare tutto a te, continua tu. Lui continuò.

E poi?

Poi iniziarono a lavorare mio padre, suo fratello e sua sorella. Erano anni importanti. Negli anni Settanta, cominciava a cambiare la percezione del mercato riguardo alla grappa, fino al traguardo degli anni Ottanta, che l'avrebbe definitivamente consacrata come sfizio, come distillato di puro piacere. Prima, la grappa era quasi un oggetto comune, il carburante dei contadini che la bevevano sempre. Le aziende hanno iniziato a curare la qualità. Diminuiva il consumo pro capite, ma aumentava il numero dei consumatori, ed era questo ciò che aziende come la nostra, e come altre che avevano contribuito a cambiare la tendenza, stavano ricercando. Da un lato, abbiamo puntato alla territorialità: il turismo in Trentino è importante, e la nostra grappa ha accresciuto la sua popolarità grazie anche a molti turisti che si sono fermati da noi e l'hanno portata a casa, identificando la grappa come prodotto squisitamente italiano. Poi abbiamo puntato sulla modernizzazione, ma sempre all'insegna della tradizione.

In che modo?

La nostra nuova distilleria, inaugurata nel 2005, ha sempre gli alambicchi di rame, per la distillazione a metodo discontinuo. Abbiamo scelto la tecnologia a bagnomaria che, assieme alla lentezza del procedimento, valorizza al massimo le componenti olfattive del prodotto.

Che vinacce adoperate?

Per l'80% arrivano dai dintorni, dal Trentino. Le più lontane, non le reperiamo oltre la Valpolicella e l'Alto Adige. La vinaccia, per questioni di profumi e non solo, quando viene distillata dev'essere la più fresca possibile.

Il vostro prodotto più famoso, la Diciotto Lune, è stata una delle prime grappe invecchiate in Italia…

È vero. La grappa una volta si beveva bianca, e giovane. Dopo il boom delle grappe monovitigno, in questo mondo, all'inizio degli anni Duemila, ha fatto irruzione la scelta dell'invecchiamento, che ha consentito il confronto dell'umile grappa con i distillati internazionali di più alto livello, senza arrossire. Oggi il 70% dei consumatori la predilige invecchiata. La Diciotto Lune è stata un'intuizione che oggi ci ha portato ad avere 4mila botti per l'invecchiamento. È la più accessibile delle nostre grappe maturate: resta 18 mesi in botti nuove.

E le altre?

Il top di gamma è rappresentato dalla linea Affina. Lì gli invecchiamenti in botte sono di 10 anni. E sono tutti in botti di legni diversi: acacia, ciliegio e ovviamente rovere. Se il rovere è l'essenza lignea più usata universalmente, ciliegio e acacia ci hanno dato delle bellissime sorprese. Sono botti che non vengono sottoposte a tostatura, dunque non rilasciano alla grappa i profumi secondari di vaniglia e cacao che di solito arrivano dal rovere. I risultati più interessanti sono forse gli aromi conferiti dalla botte di ciliegio, che dà uno spessore fruttato notevole.

Sul mondo delle grappe bianche, c'è qualche prodotto a cui siete legati?

Sì: la grappa Anfora. Si chiama così perché è la prima grappa a essere affinata non in legno ma anfore di creta e terracotta, provenienti da Montelupo e dall'Impruneta. L'anfora, rispetto al legno, garantisce una micro-ossigenazione doppia, e senza interscambi di sapore. In poche parole, non è una grappa marcata dal sapore del legno come le invecchiate, e resta bianca.

Un'altra linea di cui siamo orgogliosi, è la bivitigno. Le monovitigno, che facciamo sempre, hanno pregi ma anche un limite, soggettivo: non sempre chi sceglie una monovitigno perché gli piace quel vitigno in un vino, trova le stesse sensazioni nella grappa. Così, abbiamo deciso di fare le grappe a due vitigni. Nella bianca Forte, per esempio, ci sono teroldego e marzemino, due autoctoni trentini. La Delicata è fatta di chardonnay e müller thurgau, mentre l'Aromatica, come si intuisce, viene da uve aromatiche: gewürztraminer e moscato.

Una cosa interessante è il reparto liquoreria. Ci puntate molto?

Sì. Puntiamo a fare una liquoreria tradizionale, di qualità e infusa con pazienza, a differenza dei tanti prodotti 'sveltina', fatti dalla miscelazione di alcool e zucchero, che trent'anni fa avevano mortificato un mondo interessantissimo. Ai clienti, il nostro stile piace così. Per esempio, le pigne di pino cembro con cui facciamo il Zirmol vengono raccolte, tagliate e messe in infusione per 15 giorni. Poi facciamo anche il gin: dal sodalizio col barman e mastro miscelatore Leonardo Veronesi, che ha concepito la ricetta, abbiamo anche noi un distillato che oggi ha molta fortuna, anche se non lo facciamo solo per quello. Inoltre, da quando abbiamo acquisito la cantina Madonna delle Vittorie facciamo anche il vino. Da quei vini nasce pure il nostro Vermuth Altolago: la cantina è ad Arco (Trento), a nord del Garda.

Ma la grappa ha retto al Covid?

Una cosa c'è da dire: vendendo in enoteca, all'estero il nostro mercato ha tenuto. Per l'Italia e il mercato dei ristoranti, i nostri maggiori clienti, il discorso è naturalmente diverso. Questi mesi sono stati impegnativi. Dal canto nostro, non siamo restati con le mani in mano. Abbiamo studiato nuovi miglioramenti strategie per il futuro. Sperando che tutto questo abbia una fine.

Tommaso Farina

"CHE COSA HO FATTO NEGLI ULTIMI ANNI? HO MANGIATO"

Alessandro Pipero ama di più stare a tavola che cucinare. Ma, da maître-ristoratore, è stellato da quasi dieci anni col suo locale di Roma. Il suo sogno? Che la Michelin, con le valutazioni, valorizzi anche il servizio.

Il ristorante, in Italia, ormai è sempre il suo chef. Ci avete fatto caso? Non si dice "Vado a mangiare all'Osteria Francescana di Modena": tutti dicono "Vado da Bottura". Non si va a Villa Crespi, si va "da Cannavacciuolo". Poi ci sono quelli come Carlo Cracco, che semplificano le cose alla radice, e danno al ristorante il proprio cognome, direttamente. Eppure non è stato sempre così. In Francia, la grande ristorazione è sempre stata un lavoro di squadra: tutti, dal cameriere al capopartita, concorrono nel far girare i meccanismi del locale con una facilità da orologio. Lo chef magari si prende le copertine (e in Francia i cuochi sono veri divi), ma nessun suo collaboratore è figlio di un Dio minore.

C'è chi anche in Italia desidererebbe il ritorno a questo modello. Alessandro Pipero, laziale dei Castelli Romani, classe 1974, 47 anni il prossimo giugno, è uno di loro. E il perché è presto detto: al cucinare, lui ha sempre preferito il mangiare. Lui non è ai fornelli, eppure la stella Michelin l'ha avuta lo stesso, prima col suo Pipero al Rex, e ora con Pipero Roma, ambedue nella Capitale. È lui il portabandiera della rivincita del ruolo più sottovalutato, inosservato e bistrattato della grande ristorazione: quello del maître. E nella sua parte, Pipero si cala con professionalità, eleganza ma anche senza ingessatura, senza lasciar perdere la sua genuina estrazione romana. E senza che la chiarezza della sua visione sia offuscata.

DA SINISTRA, ALESSANDRO PIPERO CON LO CHEF CIRO SCAMARDELLA

Allora Pipero, che ha fatto negli ultimi anni?

Principalmente, ho mangiato.

Più chiaro di così...

No, a parte gli scherzi ho sempre fatto il ristoratore. Solo che io ho fatto la carriera del cameriere, diventando poi proprietario e imprenditore di posti apprezzati per tutto ciò che offrono. Per la cucina e per il servizio.

E questa vocazione, com'è cominciata?

Da ragazzino non amavo studiare. In compenso, mi piaceva moltissimo mangiare. E qual è la scuola dove, per curriculum, devi mangiare due ore al giorno?

L'alberghiera?

Ecco, appunto. Sono andato all'alberghiera. Ma anche lì, preferivo mangiare, non cucinare. Anziché sul percorso di studi di cucina, ho preferito specializzarmi su quello di sala. Dopo il diploma, mi sono messo a lavorare, affinando sempre più le mie competenze. Mentre ero all'Hotel St. Regis di Roma, Antonello Colonna mi chiamò nel suo ristorante di Labico. Restai lì per sei anni, a fare il sommelier in uno dei ristoranti migliori d'Italia.

E poi?

Poi volli fare da me. Prima aprii un ristorante ad Albano Laziale, vicino casa. Era il 2007. Poi, mi spostai a Roma, all'Hotel Rex, vicino alla stazione Termini. Ad Albano il ristorante si chiamava Pipero, a Roma divenne Pipero al Rex. Con me venne Luciano Monosilio, chef amico mio da molto tempo, anche lui delle mie parti. Nel 2012 arrivò la stella della Michelin. La storia recente invece è di quattro anni fa: mi sono trasferito in corso Vittorio Emanuele, in pieno centro, col mio nuovo ristorante. Si sono avvicendati altri chef, ma questo non ha disorientato nessun cliente.

Doveva?

Beh, in certi casi succede. Molti identificano il ristorante con lo chef. Per me al ristorante si va per stare bene. Posso essere provocatorio? Forse la cucina è addirittura l'ultima cosa che uno guarda. Un errore in cucina si perdona, ma una scorrettezza in sala o nell'accoglienza non ti fa tornare più a mangiare da qualche parte. Eppure, il mondo della ristorazione ruota attorno agli chef. Se non l'avete notato, ben pochi camerieri aprono il loro ristorante: per loro, in gran parte, non c'è ritorno. A me è andata bene, ma non è così per tutti. Pensateci: un Bottura o un Cracco possono permettersi di investire nella sala, perché in cucina ci sono loro a garantire. Io ho dovuto investire nella cucina, tutto l'opposto. E le guide gastronomiche premiano solo la cucina, anche se molti credono il contrario.

Per esempio, che succede al cambio di un cuoco?

Se Cracco o un altro chef, magari tristellato, cambia il maître o il sommelier, nessuno lo sa. Se io invece cambio il cuoco, devo farlo sapere alla Michelin e alle altre guide, per comunicare che lo chef precedente è andato da un'altra parte. A me tutto sommato è andata bene: ho cambiato cinque chef, la stella ce l'ho ancora. Ma il punto è proprio questo: gira tutto intorno alla cucina, quando invece anche la sala concorre alla felicità del cliente, e in misura certo non inferiore.

Ma che si potrebbe fare?

Le guide, tanto per cominciare, potrebbero valutare di più il servizio. Farebbe da stimolo, oltretutto, ai giovani che vorrebbero fare questo mestiere ma sono frenati da questo sistema, da questa situazione. Fare il cameriere o il maître non 'tira'. I ragazzi vogliono diventare Cannavacciuolo, non Pipero, né Giuseppe Palmieri che sovrintende alla sala della Francescana, e nemmeno Marco Reitano della Pergola, qui a Roma. Se ci fosse più attenzione al servizio, anche questo lavoro avrebbe più appeal, e si garantirebbe motivazione e voglia di primeggiare anche tra i giovani che imparano.

Il suo chef, oggi, chi è?

Ciro Scamardella, da Bacoli, Campania. Gli consento di fare una cucina mediterranea curata e piena d'intuizioni. Per esempio, la cosiddetta 'genovese', che è un umido di carne e cipolle, tipico campano. Lui la fa con il polpo, e la usa per farcire i ravioli.

E la vostra mitica carbonara?

Ah, quella non la tocca nessuno, guai. È la nostra icona fin dal primo giorno. Nessun piatto si lega agli uomini come l'uovo si lega a pepe e guanciale. Lo dico sempre, e l'ho messo anche come status su Whatsapp: la carbonara non viene sempre bene, ma viene sempre bona.

Col Covid però vi siete un po' fermati...

Il Covid ci ha resi diversi. Grande è la crisi economica che ha provocato, e che nessuno può negare. Ma si parla meno di un'altra crisi che è arrivata col Coronavirus: quella umana, quella degli animi. Vi siete accorti? Si parla solo di Covid, di salute. "Come stai?" non è più un semplice intercalare, ma un vero e proprio argomento di conversazione. Si parla solo di chiudere e riaprire. La somma di queste due crisi, economica e psicologica, la pagheremo molto cara.

Come vi siete organizzati?

In questo preciso momento, non facciamo delivery. La nostra politica è quella di fare un sacrificio, rinunciare a incassare per poter risparmiare. A Pasqua comunque qualcosa abbiamo fatto, per esempio il Carbonara Kit, per farsi la carbonara da soli. Ma la verità è una: più un ristorante punta alla qualità, meno può stare al passo con i compromessi e i mezzi che si devono adottare per colpa di una cosa come il Covid. A certi livelli, fare delivery è più difficile senza deludere il cliente che ha una certa aspettativa. Per il futuro, non ho idea di cosa succederà. Facevo i pronostici a Natale. A settembre ci dicevano che avremmo riaperto a Natale, a febbraio si garantiva che la riapertura ci sarebbe stata a Pasqua. Ora siamo a primavera inoltrata, ancora così. Ma di che parliamo? E gli affitti dei locali? Tutto è lasciato al buon cuore dei proprietari dei muri dove lavorano i ristoranti. Qualcuno li ha abbassati, ma non era obbligato. E difatti, moltissimi non l'hanno fatto, inguaiando i ristoratori che si trovano a pagare gli affitti con incassi zero o quasi, e col personale da mandare in cassa integrazione. C'è da augurarsi che tutto questo finisca.

Tommaso Farina

LA MEGLIO GIOVENTÙ

Cosa c'è nel futuro della ristorazione italiana? Ce lo spiegano i protagonisti stessi. Ecco chi sono alcuni dei nuovi volti della cucina italiana, che negli ultimi anni si sono distinti nel panorama nazionale.

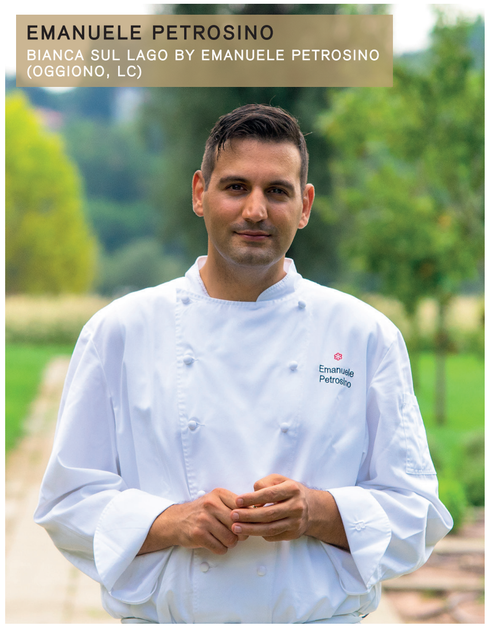
Per diventare grandi cuochi, si sa, occorre rimboccarsi le maniche. E studiare molto, fin dalla più giovane età. Ma, soprattutto, non bisogna mai smettere di imparare, fare ricerca e lasciarsi ispirare dai colleghi, dalle esperienze e dai ricordi. Insomma, un bravo cuoco deve sempre sapersi mettere in gioco. Con la consapevolezza che la strada da percorrere è molto lunga e porterà a doversi spostare, fin da ragazzini, tra le più diverse città, in Italia e nel mondo, per lavorare, talvolta senza orari né stagioni, nelle cucine di chef che hanno già battuto il percorso. Il lavoro di cuoco, infatti, richiede presto di rinunciare ai sabati sera con gli amici al bar e alle estati in discoteca al mare. E di iniziare a macinare esperienza ai fornelli, partendo dalle mansioni più umili naturalmente, perché in cucina bisogna saper fare di tutto. Lasciandosi ispirare, nel frattempo, dalla conoscenza e dalle suggestioni dei propri mentori.

Certo è che il lavoro del cuoco non è solo tecnica. Al contrario, c'è molto cuore. E ci sono tanti ricordi: dei sapori di casa, dei piatti della domenica preparati dalle sapienti mani di una nonna o dei profumi di un viaggio. Ricordi in cui scavare per riscoprire i sapori più tradizionali e per trovare nuovi spunti da cui partire per esplorare nuove materie prime. Un bravo cuoco, infatti, non può prescindere dalla conoscenza approfondita della materia prima. Solo così, può tracciare i contorni della propria filosofia culinaria e dare forma alle proprie creazioni.

I nuovi volti della cucina italiana conoscono bene le fatiche necessarie per diventare grandi e avvicinarsi – o almeno provarci – ai propri idoli di sempre in cucina. Abbiamo scelto di conoscere alcuni di loro, di raccontarne il percorso e la filosofia in cucina. E di scoprire come sarà, secondo loro che ne sono i protagonisti, il futuro della ristorazione.

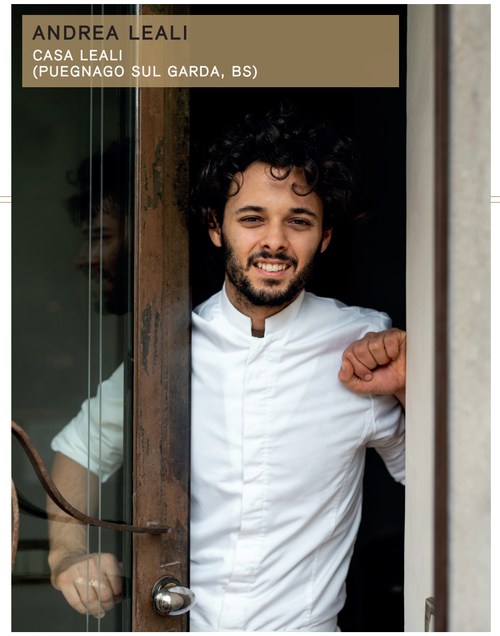
Elisa Tonussi

EMANUELE PETROSINO
BIANCA SUL LAGO BY EMANUELE PETROSINO
(OGGIONO, LC)



Età
34 anni
Il piatto della domenica
Ragù napoletano
Il miglior piatto che abbia mai assaggiato
L'agnello in parmigiana di melanzane dello chef Nino di Costanzo.
Un'altra passione che non sia il cibo
Mi piace molto viaggiare e sono alla continua ricerca di nuovi stimoli.
Qual è il suo percorso professionale?
Mi sono diplomato all'istituto professionale alberghiero De Gennaro di Vico Equense (Na). In seguito ho proseguito la mia formazione lavorando con diversi chef da Enrico Crippa del Piazza Duomo di Alba fino a Francesco Sposito della Taverna Estia di Brusciano (Na), passando per il Danì Maison di Nino di Costanzo a Ischio. Ho anche studiato in Francia da Christopher Coutanceau a La Rochelle e da Anne Sophie Pic alla Maison Pic.
Quale è la sua filosofia in cucina?
La mia cucina a oggi è legata ai ricordi, perché è la 'memoria del gusto' a spingermi alla ricerca continua della tradizione. Proprio come mia nonna coniuga il sentimento d'amore al cibo, anche io cerco di ricreare la stessa emozione in un mio piatto e di trasmetterla ai miei clienti. Vorrei che si sentissero ospiti a casa mia.
Che lavoro avrebbe fatto se non fosse diventato cuoco?
Ho sempre saputo di voler fare il cuoco! Il mio sogno era quello di potermi un giorno confrontare coi miei miti, come Alain Ducasse o Ferran Adrià.

ANDREA LEALI
CASA LEALI
(PUEGNAGO SUL GARDA, BS)



Età
28 anni
Il piatto della domenica
Coniglio o rombo al forno
Il miglior piatto che abbia mai assaggiato
Dal punto di vista del gusto, il fegato al sangue con le cipolle da Robuchon a Parigi. Dal punto di vista emozionale, il paté di fegatini alla toscana con i crostini con mio papà.
Un'altra passione che non sia il cibo
La pittura.
Qual è il suo percorso professionale?
Fin dalla scuola elementare sapevo di voler fare il cuoco. Mi sono dunque formato alla scuola alberghiera, facendo qualche sporadica esperienza durante le estati. Finita la scuola ho trascorso alcuni mesi negli Stati Uniti, in un ristorante italo-francese di stampo classico. E, quando sono rientrato ho aperto il primo locale con mio fratello Marco. Lo abbiamo fatto per esigenza. Io ero pronto a partire per un'esperienza a Hong Kong, ma, preso da responsabilità familiare, ho scelto di restare sul Garda. Mia mamma, infatti, aveva scelto di aprire un'attività di ristorazione. Ma aveva bisogno di aiuto, quindi io e Marco ci siamo buttati. In soli quattro anni la nostra osteria nella periferia di Salò è cresciuta e abbiamo deciso di aprire un secondo locale, riadattando un casale di famiglia del 1400. Per questo lo abbiamo chiamato Casa Leali. Sul campanello era scritto così, e così è rimasto! Nel 2017, poi, è arrivato il riconoscimento del Gambero Rosso come miglior chef emergente d'Italia. Insomma, la nostra è una passione di famiglia che nasce in parte da una necessità, ma anche per curiosità. Mio papà si spostava spesso per lavoro e capitava di cenare insieme in locali, ristoranti e osterie in tutto il mondo. Diciamo che ho conosciuto la cucina prima 'dall'altra parte della barricata'!
Quale è la sua filosofia in cucina?
Vogliamo portare a conoscenza più persone possibile del potenziale del Lago di Garda attraverso i suoi prodotti: olio, capperi, olive, limoni. Li lavoriamo come fossero ingredienti di lusso. Mi faccio influenzare molto dal contesto, da una parte perché ci sono nato, dall'altra parte perché mi sono accorto che i nostri ospiti vogliono assaggiare i prodotti locali, vivere l'esperienza del luogo e capire i territori attraverso i loro elementi autoctoni. Con la nostra degustazione vogliamo far conoscere il Garda ai nostri ospiti ed emozionarli. Sono una persona molto emozionale: se mi emoziono, riesco a creare piatti bellissimi. Di conseguenza, quando vedo l'emozione negli occhi di chi assaggia, so che il piatto funziona. C'è una grande semplicità apparente nella mia cucina: lavoriamo materie prime semplici, senza compromessi e forzature, pur con procedimenti complessi.
Che lavoro avrebbe fatto se non fosse diventato cuoco?
Non so fare altro, avrei fatto il cuoco! Da imprenditore, inoltre, tutti i giorni posso spaziare in tante attività diverse.
Come vede il settore della ristorazione nei prossimi dieci anni?
Penso che torneremo ad ascoltare il contesto che ci circonda e le esigenze dei territori. Noi cuochi ci faremo interlocutori di questi territori attraverso la tecnica e la professionalità, che non devono mai mancare. Il metodo e l'organizzazione sono il nostro salvagente per filtrare i cambiamenti, i territori, gli ingredienti, i contesti, cercando il più possibile di farli arrivare alle persone. Che vogliono capire e sapere il perché delle pietanze che si trovano ad assaggiare. La provincia sarà sempre di più punto nevralgico del nostro bellissimo paese, la provincia sarà sempre di più simbolo di carattere e originalità; elementi che ci renderanno tanto locali quanto sempre più internazionali.

MARTINA CARUSO
SIGNUM
(MALFA, ISOLE EOLIE – ME)

Età
31 anni
Il piatto della domenica
Fritto misto di pesce
Il miglior piatto che abbia mai assaggiato
Il quadro di alici di Pino Cuttaia.
Un'altra passione che non sia il cibo
La pesca e la fotografia.
Qual è il suo percorso professionale?
Ho iniziato a muovere i miei primi passi in cucina accanto a mio padre Michele, che è stato il cuoco del Signum prima di me fin dalla sua apertura nel 1988. Ho deciso di seguire i suoi stessi passi. Dunque mi sono iscritta alla scuola alberghiera di Cefalù, poi ho partecipato al corso professionale di cucina del Gambero Rosso a Roma. Fin da subito ho alternato la formazione all'esperienza sul campo, infatti tutte le estati tornavo a Salina per lavorare in cucina. Il primo stage formativo in un ristorante che non fosse il Signum l'ho svolto a Roma, al ristorante Rosetta di Massimo Riccioli. In seguito sono volata a Londra per cinque mesi al Jamie's Italian di Jamie Oliver. Tornata in Italia, ho lavorato nelle cucine di Antonello Colonna all'Open Colonna di Roma, con Luciano Monosilio del Pipero al Rex di Roma, e infine ho cucinato con Gennaro Esposito al suo ristorante di Vico Equense, La torre del saracino. Sono poi 'tornata a casa', al Signum! Dove nel 2016 ho ottenuto la prima stella Michelin.
Qual è la sua filosofia in cucina?
Sono visceralmente legata alla mia isola e al territorio siciliano. Cucinare per me è emozione e libertà. È l'atto in cui mi esprimo al meglio. La mia è una cucina 'di terra e di mare'. Prediligo i vegetali e il pescato locale, è dunque fatta di sapori mediterranei. Ma è al tempo stesso contaminata da tecnica e innovazione. Cerco materie prime fresche e leggere, in particolare presso produttori locali, e le reinterpreto cercando di esaltarne i sapori e gli odori.
Che lavoro avrebbe fatto se non fosse diventata cuoca?
Avrei fatto il medico!
Come vede il settore della ristorazione nei prossimi dieci anni?
La ristorazione nei prossimi 10 anni si focalizzerà sempre più sul concetto di ritorno alla terra inteso come riavvicinamento alle tradizioni, alla convivialità e alla semplicità, nella sua accezione più positiva. Ultimamente la cucina ha cavalcato trend passeggeri, incentrandosi sul concetto di nuovo e focalizzandosi spesso sull'aspetto artistico e ludico. Oggi fare cucina rimanda a una necessità morale e umana, una presa di posizione, un impegno "politico". Nei prossimi anni questo aspetto sarà l'elemento fondante della ristorazione.

SEGUE

DIEGO ROSSI
TRIPPA
(MILANO)

Età
36 anni
Il piatto della domenica
Le tigelle con battuto di lardo, che mi faceva sempre mio papà, e che mi prepara ancora oggi.
Il miglior piatto che abbia mai assaggiato
Non so scegliere! Lo spaghetto al burro e lievito di Riccardo Camanini e l'omelette di granchio di Jay Fai a Bangkok.
Un'altra passione che non sia il cibo
Viaggiare e fumare la tipa.
Qual è il suo percorso professionale?
Ho studiato all'alberghiero di Verona. Mentre ho mosso i primi passi in cucina all'Oste Scuro di Verona, poi ho fatto una breve esperienza nel mondo del catering. Ho capito così che le cucine dei ristoranti sono il posto che più fa per me, dunque sono andato in Liguria, alla Locanda delle Tamerici, all'epoca una stella Michelin. Mi sono poi spostato a Venezia, al Bauer, dove ho fatto l'esperienza per me più importante con chef Giovanni Ciresa. In seguito ho trascorso due stagioni con Norbert Niederkofler al St. Hubertus. Infine ho cucinato per Alfio Ghezzi, quando era alla Locanda Margon, e con Juri Chiotti al Delle Antiche Contrade. Ho trascorso poi un breve periodo in un boutique hotel in Trentino e finalmente sono approdato a Milano con Trippa, dove propongo una cucina di sostanza, fatta principalmente di tagli poveri, verdure oggi 'dimenticate' e frattaglie.
Quale è la sua filosofia in cucina?
Semplicità e stagionalità. Il prodotto è l'aspetto più importante. Infatti lo elaboro il meno possibile, in modo che non perda la propria verità. Io cerco la verità del prodotto. Per questo motivo è importante conoscere la tecnica, cioè per evitare di rovinare il prodotto e, anzi, esaltarlo al massimo delle sue potenzialità. La tecnica non deve mai essere fine a se stessa. Per questo motivo non c'è un piatto o un ingrediente che più mi rappresenta o che preferisco: se ne scegliessi uno, precluderei tutto il resto.
Che lavoro avrebbe fatto se non fosse diventato cuoco?
Probabilmente avrei fatto un lavoro a contatto con la natura, l'allevatore magari, o il giardiniere o l'agricoltore. Oppure un lavoro legato al mondo delle vendite, come l'agente di commercio.
Come vede il settore della ristorazione nei prossimi dieci anni?
Credo e spero che, da ora in poi, ci sia più consapevolezza e che il settore veda all'opera molti più professionisti. Che facciano il lavoro con competenza, passione, maturità, e soprattutto, con un occhio alla sostenibilità, all'ecologia e ai regimi alimentari corretti. Il compito del cuoco è divulgare cultura. Dovremmo essere noi cuochi a promuovere gli allevamenti estensivi e l'uso di ingredienti di stagione, rinunciando per primi a proporre nei nostri menù la zucchina e i pomodori in inverno. Siamo ancora pochi a parlare di questi temi. Troppo spesso prevale la tecnica. E, anche in televisione, non se ne parla abbastanza.

AUGUSTO VALZELLI
LA PORTA ANTICA
(BRESCIA)

Età
30 anni
Il piatto della domenica
Riso carnaroli allo zafferano, tartare di gambero rosso e liquirizia
Il miglior piatto che abbia mai assaggiato
Lo scampo di Antonino Cannavacciuolo.
Un'altra passione che non sia il cibo
Calcio, nuoto e musica.
Qual è il suo percorso professionale?
Ho frequentato la scuola alberghiera e mi sono diplomato nel 2009. Subito ho iniziato a fare l'aiuto cuoco all'Artigliere di chef Davide Botta, dove in tre anni sono diventato sous chef. In seguito mi sono spostato in provincia di Verona, insieme a Botta, dove ho trascorso altri sei mesi. Dunque ho lavorato, come sous chef, a Imperia all'Agrodolce con lo chef Andrea Sarri. Quando lo chef ha cambiato location, la cucina è stata affidata a me e sono riuscito a confermare la stella Michelin: avevo 23 anni. Sono riuscito a mantenerla per quattro anni e mezzo, poi, nel 2017, sono tornato a Brescia, dove ho aperto il mio ristorante La Porta Antica.
Quale è la sua filosofia in cucina?
La mia filosofia si traduce nel rispetto della tradizione, pur con creatività e un pizzico di innovazione. Tutti i miei piatti sono come una torta: devono avere una base consolidata, che è la tradizione, sopra poi, ci si può costruire qualunque cosa, cercando abbinamenti particolari con studio e ricerca. Un piatto che sento particolarmente mio, ad esempio, è il primo che ho creato da chef ed è il gambero e kiwi, un abbinamento tra due elementi semplici, che in bocca sono estremamente particolari: la pastosità e grassezza del granchio si sposa perfettamente con l'acidità del frutto.
Che lavoro avrebbe fatto se non fosse diventato cuoco?
Sicuramente il calciatore.
Come vede il settore della ristorazione nei prossimi dieci anni?
Quando finalmente il settore ripartirà, chi sarà riuscito a sopravvivere farà il botto. Le persone avranno voglia di uscire e cercheranno sempre più nuove esperienze di qualità. Vorranno coccolarsi e si aspetteranno di trovare un servizio, in cucina e sala, ai massimi livelli. Dunque la ristorazione di un certo livello avrà un forte boom alla ripartenza. La pandemia ha costretto molti chef a riadattarsi, proponendo menù di maggiore sostanza. Insomma, l'offerta avrà 'meno fumo e più arrosto'.

FINE

ZUARINA: IL 'SAPER FARE' CHE FA LA DIFFERENZA

La storica azienda del gruppo Clai, specializzata nella produzione di prosciutto crudo premium, ha in catalogo referenze 100% italiane. E solo da materia prima selezionata.

Storia, qualità, unicità. Chi sceglie di acquistare il prosciutto crudo Zuarina, non lo fa mai per caso. E non potrebbe essere altrimenti, considerando che si tratta di un prodotto in commercio dal 1860. Non era stata ancora proclamata l'Unità d'Italia, ma lo storico salumificio di Langhirano già portava in tavola i suoi gioielli di gusto. E oggi, indifferente ai suoi 161 anni di vita, questo brand tricolore continua a lavorare per alzare costantemente l'asticella dei suoi standard qualitativi e continuare sul virtuoso percorso di crescita intrapreso fin dagli esordi.

I segreti della lavorazione

Sono numerosi i motivi alla base di questo longevo successo. A partire da un forte 'spirito tricolore'. Sì, perché la materia prima, oltre a essere di alta qualità, è sempre 100% italiana. Le cosce provengono principalmente dalla filiera del Gruppo Clai (proprietaria del marchio) o da fornitori selezionati.

Al resto ci pensa il 'saper fare' delle esperte mani del personale Zuarina, che si tramandano il lavoro di generazione in generazione, garantendo un'esperienza e una sensibilità capaci di fare ogni giorno la differenza in tutte le fasi del processo. Dalla salagione (un pizzico) al riposo 'a freddo', particolarmente lungo, alla predisposizione alle lente stagionature che avvengono nella cantina interrata, luogo ideale per favorire la formazione dei profumi e dei colori che contraddistinguono la qualità del prosciutto Zuarina.

Il tocco finale, prezioso e decisivo, è regalato dal vento marino proveniente dalla Versilia che, grazie anche a uno speciale spoiler posizionato sul tetto dello stabilimento, viene 'raccolto' e incanalato all'interno dei locali.

Posizionamento premium

"Va da sé che il Crudo di Zuarina abbia un posizionamento premium e venga venduto nei migliori punti vendita quali salumerie, gastronomie, negozi specializzati che cercano referenze di alto livello", spiega il direttore vendite, Fabio Lorenzoni. "È d'altra parte un prodotto rinomato per la sua caratteristica dolcezza, nonostante arrivi a stagionature fino a 30 mesi. Conosciuto e apprezzato anche nelle location più prestigiose di tutto il mondo. E infatti una quota pari al 40% del fatturato proviene dall'estero, soprattutto da Francia, Montecarlo, Germania, Stati Uniti, Emirati Arabi e Giappone".

FABIO LORENZONI

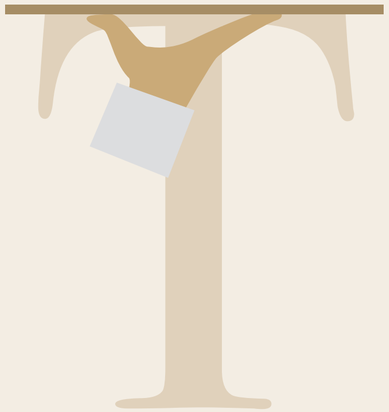
Le proposte biologiche

La capacità di restare fedele alla tradizione non impedisce però a Zuarina di valorizzare ogni richiesta dei consumatori e intercettare nuove tendenze di mercato. Per questo motivo quello di Langhirano è stato uno dei primi marchi italiani a caratterizzare la propria proposta anche in termini Bio. La linea dei prodotti interi è articolata sulle produzioni di prosciutto e salame, mentre la nuova linea di affettati abbraccia i prodotti classici della salumeria italiana. "Oltre alla premiumness espressa dalle vaschette del nostro Prosciutto di Parma", conclude il direttore vendite Lorenzoni, "abbiamo da poco lanciato una nuova linea di affettati Bio, composta da dieci referenze da 80 g, tutti salumi di alta qualità come il Prosciutto Cotto o la Bresaola e il Tacchino. Affettate a temperatura positiva e riposte in piccole vaschette eleganti e curate, sono in grado di farsi notare nel punto vendita grazie alla disposizione delle fette 'a chiffonade'. Sono linee che proporremo in tutti i canali, con una particolare attenzione ai mercati esteri, ma crediamo possano avere un ottimo potenziale di vendita anche in Italia".

lo stupidario

TRIPADVISOR E I NUOVI MOSTRI...

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



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

Tommaso Farina

LURCH
"IL CAMERIERE???? LASCIAMO PERDERE SEMBRAVA DI ENTRARE IN UNA CASA HORROR, AVEVA UN CIUFFO DI CAPELLI UNTI ATTACCATI AL RIPORTO"

BONJOUR FINESSE
"TALMENTE IMMANGIABILE DA SPUTARLO NEL PIATTO"

MONTALBANO SONO
"MI SEMBRA DI ESSERE MONTALBANO"

DIAGNOSI RAPIDA
"L'IMPEPATA DI COZZE MI È COSTATA UNA DOMENICA CON FEBBRE A 38"

CENSORI
"QUESTA È LA MODIFICA CHE TRIPADVISOR MI HA RICHIESTO PER LA PRECEDENTE RECENSIONE NON GIUDICATA PUBBLICABILE"

STRANO
"BACCALÀ CON OLIO PIENO DI OLIO"

BELGIO OFF LIMITS
"STAVO TRANQUILLAMENTE SEDUTO DURANTE LA CENA QUANDO, NEL MOMENTO IN CUI HA APPRESO CHE VIVO A BRUXELLES, HA DETTO DAVANTI A TUTTE LE PERSONE AL TAVOLO CHE BUTTEREBBE UNA BOMBA SOPRA QUELLA CITTÀ"

FAI DA TE
"LA MIA RAGAZZA NON GRADIVA L'AGLIO NELLA PASTA E LE È STATO RISPOSTO DI FARSELA A CASA SUA LA PASTA"

LA TOCCA PIANO
"UN POSTO COSI DEVE FALLIRE"

ANTISGAMO
"MI FIRMO COMO COSI IL TITOLARE CAPISCE CHI SONO NON HO VERGOGNA O PAURA"

NEURO
"PREZZI DA SQUILIBRATO"

ANTITACCHEGGIO
"VINO CON BANDA MAGNETICA DA SUPERMERCATO"

O CUBANO O NIENTE
"MI TROVO IN UN SEMINTERRATO CON RISTAGNO DI SIGARO (SPERIAMO ALMENO AVANA)"

BRICO CENTER
"IL TITOLARE SERVE AL TAVOLO MA SEMBRA ABBIA APPENA SMESSO I LAVORI DI BRICOLAGE"

tripadvisor

ACQUARIO
"ABBIAMO SUBITO NOTATO UN ODORE PESSIMO COME DI MANGIME DEI PESCI ROSSI"

DUBBIE TENDENZE
"LISTA MENÙ PIUTTOSTO AMBIGUA"

WIKIPEDIA
"IL TITOLARE PARECCHIO INVADENTE PARLA DI TUTTO, SEMBRA WIKIPEDIA"

MI SPEZZO MA NON MI PIEGO
"LA PASTA DICHIARATA AL DENTE, NON SI PIEGA"

RACCOMANDATI
"GENTE CHE DAL TAVOLO SI ALZA VA IN CUCINA ESCE CON LA BOCCA PIENA E SI RISIEDE AL TAVOLO"

DANTE
"PERDETE OGNI SPERANZA O VOI CHE ENTRATE"

CHIAROVEGGENZA
"UN BREVE SGUARDO SUGLI ALTRI TAVOLI MI PREDICONO QUELLO CHE STAVA PER ARRIVARE"

POLIGLOTTA
"DERECHO DE PISO DICONO GLI SPAGNOLI"

IMMORALE
"E' UNA ZUPPA DI LEGUMI CHE È IMMORALE E DISGUSTOSO FAR PAGARE PIÙ DI 7 EURO"

RECENSIONI IN DIRETTA
"VEDENDO IL PROGRAMMA "STUDIO APERTO" DI ITALIA 1 HO AVUTO MODO DI VEDERE GLI INTERNI DEL LOCALE. DEMODÉ E SQUALLIDO"

ESTETISTA
"UN RISTORANTE CON 10 COPERTI PER LO MENO QUANDO ESCO DEVO AVERE ANCHE LA MANICURE FATTA!"

LEI NON SA CHI SONO IO
"IO SONO 18 ANNI CHE FACCIO QUESTO LAVORO AD ALTI LIVELLI E POSSO PARLARE"

UTILITARISTI
"I CLIENTI SONO SERVITI SECONDO CRITERI DI UTILITÀ DEL LOCALE"

SUL POSTO
"ZUPPA DI PESCE APPENA VOMITATA DALLA PERSONA CHE L'HA MANGIATA"

LA CUGINA NEL PIATTO
"IL RISTORANTE SERVE PIATTI DI NOUVELLE COUSINE"

LEZIONI DI ITALIANO
"ENTRÉ DI BENVENUTO SERVITA SU UN BEL PIATTO DONDOLANTE SICCOME NON SI ADATTA ASSOLUTAMENTE A QUELLO DI ORNAMENTO PRESENTE PER L'APPARECCHIATA"

NUOVO GALATEO
"CI SIAMO MANGIATI TUTTO IL VASSOIO DEL PANE (QUELLO BUONISSIMO E FATTO IN CASA) MA CHE IN UN RISTORANTE CHE SI RISPETTI NON DOVREBBE NEMMENO ESSERE TOCCATO"

FATE LA CARITA'
"LA PROPRIETARIA NON HA NEMMENO OFFERTO IL CAFFÉ"

BONTA' SUA
"SALVEREI SOLO LO CHEF"

SENZA AVVERTIMENTO
"DOLCI RIVISITATI SENZA ALCUNA SPIEGAZIONE"

ANALISI SOCIOLOGICA
"QUELLA SUPPONENZA TRISTE DEL SINISTROIDE TORINESE MAGARI CON IL PORTAFOGLIO PIENO MA CON L'INVIDIA DENTRO"

AUTOCRITICA
"PROBABILMENTE IL MIO PALATO NON È RAFFINATO"

DICIAMOLO
"MA SARANNO PURE CA..I MIEI QUANTO VOGLIO MANGIARE?"

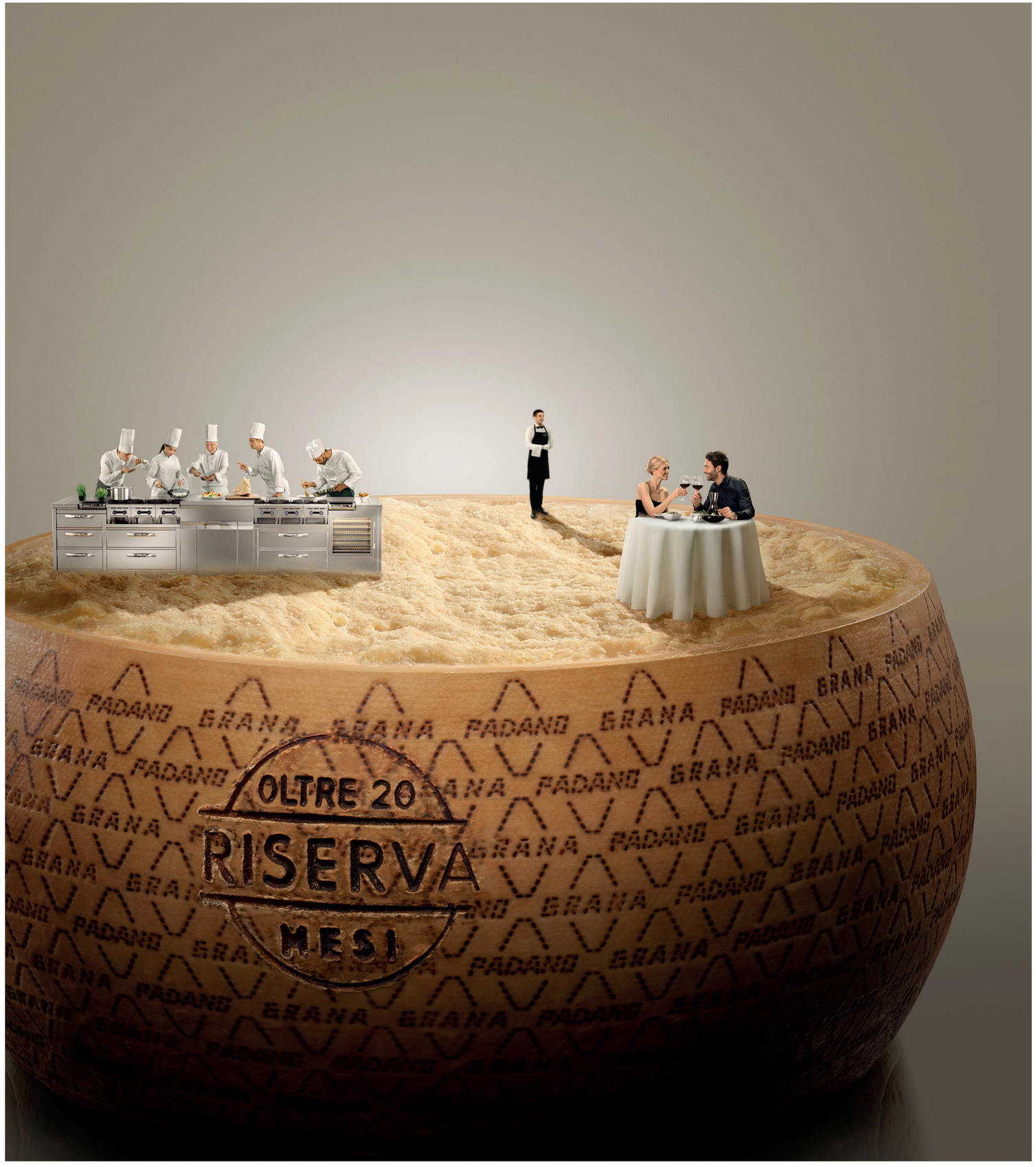
ASILO MARIUCCIA
"LA CAMERIERA, CHE PER UNA STUPIDA INCOMPRENSIONE RIGUARDO ALLA RICHIESTA DI UN MENÙ INIZIA A COMPORTARSI IN MODO INFANTILE"

LESSICO COLTO
"SONO RIMASTO UN PO' DELUSO DA QUESTO RISTORANTE COSÌ ACCORSATO"

LO SPIRITOSO
"TARTRUFFA BIANCO D'ALBA"

DEFILE'
"PERSONALE SENZA UN INDUMENTO OMOGENEO"

LEGARSELA AL DITO
"PIATTI SBECCATI CON DITATE DEI CAMERIERI"



OLTRE 20
RISERVA
MESI

GRANA PADANO RISERVA.
LA VITA HA UN SAPORE MERAVIGLIOSO.

Per capire se una forma di Grana Padano DOP
è pronta per diventare Riserva basta ascoltarla.
Se ci racconta di una lunga stagionatura, di una
qualità sublime ricca di gusto, di accostamenti insoliti,
di piatti originali e del piacere della buona cucina,
allora sì, è Grana Padano DOP Riserva
e la vita ha un sapore meraviglioso.

G
GRANA
PADANO
P

Consorzio Tutela Grana Padano

WWW.GRANAPADANO.IT

incursioni

UN SIGARO DA PRESIDENTE

Le storiche Manifatture toscane escono con un'edizione speciale.
Ecco un prodotto che non sfigura nemmeno di fronte agli Habanos più blasonati

Il lockdown ha colpito le attività alberghiere e ristorative con ogni genere di penalizzazioni. Un settore di cui non si parla molto, ma che non è affatto raro da vedere in hotel e ristoranti, è quello delle cigar room. Le cigar room sono esattamente ciò che le parole inglesi vogliono intendere: le stanze del sigaro. In altri termini: locali separati, chiusi e divisi dal resto della struttura, con aeratori in ottemperanza alla legge Sirchia. E indovinate: in queste stanze si assaporano i sigari. Sigaro e Cognac hanno sempre costituito la conclusione privilegiata di un incontro tra gentiluomini, e molti decenni fa erano anche prediletti dagli uomini d'affari per stemperare nella cordialità l'atmosfera austera di una cena di lavoro. Col passare del tempo e l'arrivo del salutismo, la faccenda è diventata più carbonara. Però grandi alberghi e ristoratori illuminati che abbiano voluto rinverdire l'usanza, non con una semplice sala per fumatori anche di sigaretta ma con un vero locale per assaporare il sigaro in comodità, stanno aumentando anche in Italia. Questo almeno finché il Covid non ci ha chiusi tutti in casa.

Tutto questo preambolo ci serve perché oggi è d'obbligo segnalare l'uscita di un nuovo sigaro delle Manifatture Sigaro Toscano di Lucca: il Toscano del Presidente Riserva Master Blender. Nelle auguste sale di fumo non c'è cittadinanza solo per pregiati *puros* cubani o dominicani: gli affezionati della maschia rudezza del nostro sigaro nazionale sono una ben folta pattuglia.

"Ma come, un altro Toscano del Presidente?": ecco, questa è la domanda che si faranno gli appassionati. I non appassionati ora capiranno perché: il Toscano del Presidente è una selezione speciale di sigari che le fabbriche lucchesi, fin dagli anni Settanta, quando erano ancora Monopolio di Stato, stagionavano con particolare attenzione, onde farne omaggio al Presidente della Repubblica, alle alte cariche dello Stato e a personaggi di spicco. La cosa non deve stupire: il Toscano, da quando esiste, è il sigaro di tutti e per tutti. È il sigaro di quello che lavora al porto, come del capitano d'industria. È il sigaro del metalmeccanico, quello del giornalista (ricordate il compianto Mario Cervi? In compagnia, peraltro, di moltissimi altri) e quello del politico di lungo corso. Umberto Bossi, toscanista convinto, l'abbiamo pizzicato anni fa fuori dal bar Giolitti di Roma, intento a fumarsi lentamente un Toscano tagliato a metà: abbiamo visto la scatola, era un Garibaldi, il sigaro più leggero e meno caro della produzione lucchese. Ma tanti e tanti sono i politici che si dedicano a questo amabile peccato. Bene: i sigari presidenziali sono sempre stati off limits per i comuni mortali. Nel 2006, dopo vari cambi di proprietà, le Manifatture entrano nell'orbita del Gruppo Maccaferri, che le controlla tuttora. La prima decisione dei nuovi proprietari, fu una risoluzione democratica: il Toscano del Presidente venne ufficializzato, e venne messo in vendita nelle tabaccherie, in un'edizione limitata, più o meno a cavallo della Pasqua. Si sparse la voce, e da allora il Toscano del Presidente divenne l'uscita più ambita delle Manifatture, anche in virtù della limitatezza della produzione.

Oggi, nel 2021, la fabbrica celebra i quindici anni di quella bella decisione, che apre a tutti (sia pure per poco tempo e in numero piuttosto esiguo) una sciccheria tanto esclusiva. Ecco dunque il Toscano del Presidente Riserva Master Blender. È una confezione rettangolare, grigia, con due sigilli color arancione becco d'oca. Dentro, la prima cosa che si vede è il cartiglio commemorativo, che reca addirittura la firma delle sigaraie (tutte donne, sono una trentina nella fabbrica di Lucca) responsabili del confezionamento. Poi, i sigari, che non sono 15 come gli anni celebrati, ma 16. 16 ammezzati dal colore marrone molto scuro: fascia di tabacco Kentucky nordamericano, ripieno di Kentucky americano e toscano. La stagionatura è di 24 mesi. Già il profumo da spento è assolutamente invitante. All'accensione, il corpo è pieno e avvolgente, con il susseguirsi di aromi di cuoio e di legno nobile. Un sigaro da accostare a un grande distillato. In omaggio dell'Italia, si può optare per una grande grappa: Nonino, Nannoni, Capovilla, Castagner, Bonaventura Maschio, Levi, Mantovani di Pincara, Mazzetti, Marzadro, Poli e molte altre. Oppure, con un brandy italiano come quello di Villa Zarri, vicino Bologna. Il prezzo di questa principesca confezione di sigari è di 88 euro in tabaccheria. Occorre cercare i punti vendita più forniti, magari nelle grandi città, e dotati di opportuni umidificatori: un sigaro del genere va gustato a umidità del 65%. E' il compagno ideale di una cigar room come si deve. Già ci si immagina le battaglie dei super fanatici del Trinidad, il sigaro di Fidel Castro, a battagliare con gli irriducibili del Kentucky italiano come Fausto Bertinotti, che l'ha sempre amato anche se da anni lo fuma molto meno. Comunque, se i politici fumano così, ci hanno offerto almeno una ragione per non condannarli in blocco, come fanno molti.

Tommaso Farina

focus on

PRINCIPATO DI LUCEDIO: UN RACCONTO LUNGO NOVE SECOLI

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

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

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

M.B.

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

RISO CARNAROLI

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

FOTO: GUIDO FINO

GABRIELE GORELLI ENTRA NEL GOTHA DELL'ENOLOGIA MONDIALE

L'Institute of Masters of Wine ha assegnato al toscano il prestigioso titolo. È il primo italiano a ottenerlo. E lo fa con una tesi sperimentale sui sedimenti di quercetina nel Brunello di Montalcino.

Anche l'Italia ha un Master of Wine: è il toscano Gabriele Gorelli. L'annuncio è arrivato lo scorso 26 febbraio dall'Institute of Masters of Wine, l'organizzazione nata a Londra nel 1953 per promuovere l'eccellenza, la condivisione e la conoscenza tra i diversi settori della comunità vinicola mondiale. Oltre a Gorelli, l'istituto londinese ha nominato altri nove esperti. Sale così a 418 il numero di Masters of Wine nel mondo.

Nato come riconoscimento per migliorare gli standard formativi per chi si occupava di commercializzare il vino, il titolo di Master of Wine è oggi tra i più prestigiosi del settore. E ottenerlo non è affatto un gioco da ragazzi. In quanto richiede innanzitutto immensa costanza e grande disciplina. Certo è che entrare nel gotha dell'enologia mondiale apre poi le porte a opportunità professionali inedite. E garantisce alcuni interessanti privilegi. Non da ultimo quello di valutare le produzioni di alcune delle migliori cantine private al mondo. Prima, però, occorre aver affrontato un lungo percorso di studi, che dura almeno tre anni. E richiede il superamento di tre diverse fasi, che comprendono degustazioni pratiche, la stesura di saggi teorici e la realizzazione di una tesi di ricerca.

Chi è Gabriele Gorelli?

Non poteva che essere nato a Montalcino, terra del Brunello, l'ambasciatore del vino. Un passato da grafico pubblicitario e brand builder di aziende enoiche, importatori e grandi ristoranti, il percorso di Gorelli per diventare Master of Wine ha avuto inizio nel 2014. All'epoca Firenze aveva ospitato il Symposium dell'Institute of Masters of Wine, il forum internazionale, a cadenza quadriennale, dell'istituto, che riunisce operatori e opinionisti del settore. La notizia dell'evento fa scattare la scintilla a Gorelli, che decide di andare oltre la tradizionale formazione italiana e approcciare quella dell'Institute.

Superato l'esame di ammissione, Gorelli inizia un percorso lungo cinque anni, che lo porta a studiare in ogni angolo del mondo. Grazie al supporto di Konstantinos Lazarakis, il primo MW greco, con un passato da pilota di elicottero dell'esercito, nel 2019 riesce a superare lo scoglio della seconda fase del percorso di formazione. Dedica quindi il 2020 al progetto di ricerca. Gorelli realizza una tesi sperimentale sui precipitati di quercetina nel Brunello imbottigliato. E finalmente nel 2021 arriva il titolo di Master of Wine.

La tesi sperimentale sui precipitati di quercetina

Gabriele Gorelli è il primo italiano a ottenere la qualifica. Lo ha fatto con una tesi dal titolo Quercetin precipitation in Brunelllo di Montalcino. *What are the organic fining methods to prevent this phenomenon occurring in bottle?*, Precipitati di quercetina nel Brunello di Montalcino. Quali sono i metodi organici per evitare il fenomeno nel vino imbottigliato?. Una tesi sperimentale che lo avvicina al mondo dei laboratori, dove inizia a studiare la quercetina, un composto organico, appartenente alla famiglia dei flavonoidi, che sedimentandosi, pur non alterando il gusto del vino, è talvolta causa di reclamo da parte dei consumatori. Il fenomeno è frequente in vini come il Brunello di Montalcino, appunto.

Gli studi di Gorelli proseguono nel 2020, nonostante il lockdown. E, a partire da luglio, conduce test su 110 campioni di due vini per tentare di rimuovere la quercetina in eccesso dal vino in fase di preimbottigliamento. Arriva così il riconoscimento di Master of Wine. Una bella soddisfazione. Anche perché il metodo da lui studiato per il trattamento dei vini è oggi già in uso in un'azienda neozelandese.

Elisa Tonussi

GABRIELE GORELLI

IL COMMENTO

UN ATTESTATO MOLTO BRITISH

E così, anche l'Italia ha il suo primo Master of Wine. La qualifica, bisogna ammetterlo, è di quelle pesanti, decisamente importanti. Quella di Master of Wine è un'etichetta che fa bella figura nella società vinicola. Il grande sommelier Andrea Gori, anni fa, parlava dei Master of Wine come dei Cavalieri Jedi del vino, scrivendo: "Per un Master of Wine il concetto di terroir è un po' come la Forza in Star Wars: ovvero, un sottile fluido che attraverso la terra arriva e permane nel vino, e ogni tentativo di degustazione e di creazione del vino è riconducibile a leggere e far ritrovare in un bicchiere il concetto appunto di terroir". Insomma: qualcosa di tanto elevato da essere forse addirittura inafferrabile dai comuni mortali. Qualcosa di spaziale: l'Institute of Masters of Wine ammette, abbandonando l'understatement tipicamente britannico in favore di un'enfasi più americana, che i Master sono meno numerosi delle persone che sono state nello spazio. I Master of Wine si firmano ovunque 'MW': con lo zelo tipicamente statunitense per i titoli (per esempio, il famigerato PhD), amano mettere la sigletta dopo il loro nome in qualsivoglia contesto, anche quando partecipano in giuria alla mostra dei pittori dilettanti della civil parish di Camblesforth, Yorkshire. La produttrice di Brunello di Montalcino Donatella Cinelli Colombini sintetizza: "sono l'associazione più esclusiva di esperti di vino esistente al mondo". Un'associazione così esclusiva da escludere, appunto, molti candidati provenienti dall'Italia, che nel mercato e nella storia del vino non è esattamente come il Bhutan o l'isola di Tonga.

Gabriele Gorelli, persona competentissima, giovane e appassionato, finalmente ha colmato la lacuna. In realtà, a ben guardare, due italiani c'erano già. Ma hanno la doppia cittadinanza. Il primo è Pierpaolo Petrassi, italianissimo ma nato e cresciuto a Londra, Master of Wine dal 2007. La seconda è Michelle Cherutti-Kowal, canadese di Toronto ma di origini italiche, e anch'essa cittadina italiana. Sinceramente, si resta di stucco nel constatare che, tra i candidati, negli anni scorsi c'erano anche persone di grande competenza quali Alessandro Torcoli, un giornalista che scrive di vino ottimamente da un ventennio, e Gianpaolo Paglia, che è uno dei migliori produttori del Morellino di Scansano Docg. Erano davvero così immeritevoli di entrare nell'illustre consesso? E i francesi? Quanti sono i Master of Wine provenienti dalla terra dei nostri concorrenti enologici d'Oltralpe? Più degli italiani, ma comunque pochissimi rispetto alla media. Chi si incontra, nella lista dei titolati, scorrendo il pratico sito web www.mastersofwine.org, è una grande maggioranza di nomi anglosassoni.

Quello che si mormora, sottovoce ma insistentemente, è che quello del Master of Wine sia un certificato fatto a uso e beneficio del trading vinicolo angloamericano. Non si può spiegare altrimenti la grande presenza di persone che, per ragioni di retaggio, hanno poco a che vedere con Francia e Italia. E non solo: anche la terra del Riesling, la Germania, annovera ben scarsi rappresentanti. Pure la Spagna, che ha la sua tradizione vinicola, può vantare soltanto sei Master of Wine residenti, di cui peraltro uno è canadese e un altro danese. In Portogallo, terra del Porto? Nisba, zero al quoto. Ad aumentare, quasi a conferma della valenza spesso squisitamente mercantile del MW, sono semmai le facce che arrivano dall'Oriente: nella sola Hong Kong i MW sono addirittura quattro. Non a caso, l'enfasi sui mitici mercati dei 'miliardi di cinesi' è tuttora sulla bocca di molti del settore, anche se finora è evidente che i gusti dei cinesi in materia di vino sono diversi da quelli di quasi tutto il resto del mondo, e tendono a somigliare soltanto a quelli dei russi.

Diciamo la verità: l'apprezzamento di molti italiani di questo settore per la qualifica di Master of Wine deriva, in modo non proprio nascosto, da quell'esterofilia che è sempre più considerata un passaporto per far bella figura in una società che celebra, senza tanti patemi, il globalismo più sfrenato, l'annacquamento dell'identità individuale a favore di una globale e indefinita nel suo adattarsi a tutti i costumi e a tutti gli usi. In casi del genere, è inevitabile che a prevalere saranno le realtà più forti, anche commercialmente ed economicamente. La difficoltà e la selettività del cursus necessario a ottenere il MW è a prova di bomba, e chi lo supera difficilmente può essere ritenuto un neofita nel campo del vino. Ma vogliamo davvero che la bravura del mondo del vino sia determinata solo da chi ha in mano le chiavi del suo mercato e può imporre un gusto globale, anzi globalizzato? Il mondo del vino, almeno in Italia, sembra andare in tutt'altra direzione: la riscoperta del territorio, del legame con la terra. Forse è per questo, che noi italiani non siamo troppo apprezzati sui banchi di scuola del Master of Wine, e che ancor meno cerchiamo di frequentarli per conseguire l'attestato.

Tommaso Farina

CHEF IN PROGRESS, MA A DISTANZA

La chiusura delle scuole, di ogni ordine e grado, obbliga gli studenti alla didattica digitale. Tra questi, anche gli allievi e gli insegnanti degli istituti alberghieri e professionali. A cui abbiamo chiesto come vivono la formazione da casa.

APPRENDIMENTO IN SICUREZZA

GLI STUDENTI DEL CORSO DI SALA BAR DI IMMAGINAZIONE E LAVORO

Il passaggio di quasi tutte le regioni italiane in zona rossa ha portato all'imminente chiusura delle scuole, di qualsiasi ordine e grado. Proprio come la scorsa primavera, gli studenti del Belpaese sono stati costretti a rinchiudersi in casa. Dietro lo schermo di un computer, di un tablet o di cellulare, seguono le lezioni dei professori. E se un anno fa la 'scuola da casa' sembrava vantaggiosa, oggi, dopo un anno di verifiche a distanza e connessioni a intermittenza, rimangono poco entusiasmo e molta fatica. Tra i numerosi studenti costretti a vivere questa clausura scolastica, ci sono anche gli allievi degli istituti professionali e alberghieri. Aspiranti chef, camerieri e pasticceri con la voglia di imparare e mettersi alla prova, spesso per la prima volta, nel mondo del lavoro. La chiusura di bar e ristoranti, infatti, ha tolto loro anche un'altra grande possibilità: gli stage formativi, obbligatori per gli alunni delle classi avanzate, sono stati interrotti o ridimensionati. Continuano, invece, i laboratori scolastici per le materie di indirizzo, che diventano, per qualche ora al giorno, gli unici momenti di convivialità e di formazione sul campo. Boccate di vero e proprio ossigeno per i ragazzi che, dopo mesi di segregazione forzata, iniziano a soffrire. E non mancano casi di dispersione. Per capire più da vicino come studenti e insegnanti vivono questo periodo di incertezza e di apprendimento a distanza, abbiamo chiesto un parere ai diretti interessati.

Teoria a distanza, pratica in presenza

La grande salvezza degli istituti alberghieri rimane la pratica. Per Decreto ministeriale, infatti, è possibile svolgere attività in presenza qualora sia necessario l'uso di laboratori. E la cucina, poco avvezza a uno studio teorico, ne approfitta. "Vado a scuola un giorno a settimana, per circa quattro ore. Alterniamo le lezioni di sala e caffetteria con quelle di cucina", racconta Ilaria, al secondo anno dell'Istituto Olivetti di Monza. "Per il resto, la didattica a distanza non è delle migliori. Faccio fatica a concentrarmi e non capisco molto. Ma al di là di questo, il cambiamento più grande lo vedo nei miei compagni. Sono diventati completamente svogliati". Capita spesso, però, che le classi siano numerose e che gli spazi a disposizione non siano sufficienti per tutti gli allievi. Oltre alle solite precauzioni adottate, come gel igienizzante e guanti monouso, le scuole hanno dovuto reinventarsi per garantire una formazione adeguata. A casa e in laboratorio. "Le ore di sala bar, solitamente, sono svolte in presenza. Il problema è che non tutti ci stanno e metà classe è costretta a seguire la lezione in via telematica", spiega Rebecca Perego, coordinatrice di Immaginazione e Lavoro, Centro di istruzione e formazione professionale a Milano. "Questo ci ha costretto ad apportare alcune modifiche tecnologiche. Abbiamo dovuto acquistare delle videocamere che, posizionate sui banconi, riprendono i professori mentre spiegano. La Dad, in un contesto di formazione professionale, non ha nessun tipo di efficacia. I ragazzi devono imparare un lavoro pratico, ma, da casa, è come se stessero seguendo Masterchef. Niente di veramente educativo e formativo". E per permettere a tutti di vivere, almeno per qualche ora, un'esperienza di apprendimento 'normale', è necessario turnare. Le classi, divise a metà, alternano la presenza a scuola. Seguire da dietro lo schermo di un computer, però, non ha lo stesso *appeal* che il contatto umano garantisce. E non mancano casi di dispersione. "Riuscire a coinvolgere i ragazzi sta diventando un grosso problema. Alcuni, purtroppo, si sono persi completamente. Il fatto che venga meno l'aspetto pratico è, per loro, deleterio", prosegue la docente. "La differenza rispetto all'anno scorso è che i genitori non sono in casa. Questo ha comportato molte perdite. Il corso di sala bar, ad esempio, conta 15 allievi. Ma 7 rischiano di non passare l'anno per le troppe assenze".

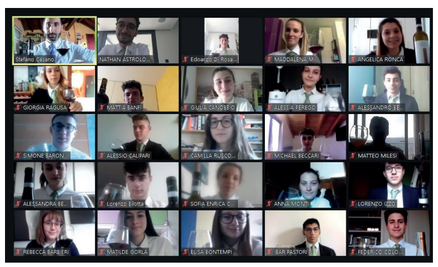
Degustazioni online

Se inizialmente la Dad era vista come un periodo di vacanza, a lungo andare, è diventata un'estrema fatica. La mancanza di un contatto umano e di un continuo accompagnamento professionale ha costretto gli studenti a diventare più indipendenti e responsabili. Ma, come sempre accade, alcuni ci riescono. Altri, anche se bravi, rimangono indietro. "Tutte le lezioni sono su Zoom. E i ragazzi si deconcentrano facilmente", racconta Stefano Casano, docente presso il Centro Studi Casnati di Como. "Per dare una parvenza di normalità, il nostro Preside, ogni mattina, manda a tutti gli alunni una mail in cui si sente il suono della campanella. Questo, sicuramente, unisce i ragazzi". E tra le materie che più hanno risentito della teledidattica, c'è anche la sua: Scienze degli alimenti. "Personalmente, mi manca molto la parte di degustazione che facevamo in classe. Continuiamo a sperimentare insieme attraverso lo schermo, ma non è la stessa cosa. Ho chiesto ai miei allievi di comprare alcuni ingredienti, come i formaggi ad esempio. Ma dare una valutazione oggettiva e uguale per tutti è impossibile, perché i prodotti sono sempre diversi. Almeno, però, iniziano a sperimentare". Una grande mancanza professionale, aggravata da una situazione ben peggiore. Commenta, infatti, Casano: "I ragazzi sono genuini e diretti. Hanno bisogno di contatto umano, di essere seguiti. È come se la loro gioventù fosse stata bloccata".

E gli stage? Un lontano ricordo

C'è un aspetto che gli studenti degli istituti alberghieri e professionali non possono apprendere sui libri. Il rapporto con il cliente, infatti, si impara solo ed esclusivamente durante i periodi di stage. Ma la chiusura a intermittenza del canale Horeca ha limitato anche questa possibilità. In altri casi, invece, l'ha compromessa del tutto. Diego, iscritto al terzo anno della Scuola In-Presa di Carate Brianza (Mb), ha il grande sogno di avviare un'attività di street food. Ma per ora, il sogno e la pratica rimangono nel cassetto. "Svolgevo uno stage in un locale della Brianza. Inizialmente mi occupavo di mansioni basiche, come tagliare le verdure. Lo chef, poi, mi ha dato fiducia e ho iniziato a realizzare le tapas in modo autonomo. È stato molto bello, mi dispiace aver dovuto terminare la mia esperienza in anticipo". Di fronte a questa brusca battuta di arresto, ci si organizza come si può. Daniele Gasparini è chef e docente di cucina al Centro Casnati. Ci racconta: "Con qualche giorno di anticipo, mando la lista degli ingredienti e degli utensili necessari ai miei studenti. Non mi aspetto, però, che tutti riescano a reperire la materia prima corretta. A volte si tratta di referenze costose. Inoltre, cerco di modificare il meno possibile il programma didattico, mantenendo inalterate le tecniche e le nozioni previste. La sfortuna è che a distanza non si sentono sapori, profumi e consistenze. E questo è fondamentale in un istituto alberghiero". Aumenta l'autoapprendimento a casa, così come la socialità in famiglia. "Il lato positivo è che, stando a casa, i ragazzi possono preparare i piatti e gustarli in compagnia", commenta lo chef. Un primo test per farsi le ossa e mettere alla prova le proprie abilità culinarie. Anche in vista degli esami di fine anno. Che si svolgeranno in presenza, ma con la grande incognita di dover compensare alcune competenze che solo l'esperienza e il contatto umano garantiscono.

Aurora Erba



DEGUSTAZIONE DI VINO SU ZOOM AL CENTRO STUDI CASNATI

lifestyle

LA NUOVA VIA DELL'OLIO

L'oleoturismo è ormai realtà. Con un obiettivo ben preciso: valorizzare un patrimonio alimentare, sociale e storico dal valore inestimabile. Tutelato da un Consorzio nazionale di recente istituzione.

"Non canta soltanto il vino, canta anche l'olio, vive in noi con la sua luce matura e tra i beni della terra separo, olio, la tua inesauribile pace, la tua essenza verde, il tuo colmo tesoro che discende dalle sorgenti dell'olivo". Con queste parole, Pablo Neruda, letterato cileno tra i più famosi del panorama latino-americano, elabora un vero e proprio plauso all'olio di oliva nella sua poesia *Ode all'olio*. Una risorsa altamente preziosa, tanto da venire decantata da uno dei maggior esponenti dello scenario novecentesco. Nonostante l'emergenza sanitaria in corso e la produzione in calo di circa il 30%, l'olio è continuamente premiato dal popolo italiano. Il patrimonio nazionale, tra i più apprezzati nel mondo, vanta ben 52 certificazioni Dop e Igp che nascono da 540 varietà diverse di ulivo.

Il turismo incontra il comparto olivicolo

È ormai noto il valore che l'Italia attribuisce al comparto oleario. Alle sue spalle si nasconde una filiera produttiva di alto livello, migliaia di posti di lavoro e un business che, nel 2020, ha generato 255mila tonnellate di 'oro verde'. Da poco più di un anno, però, il segmento nazionale ha assistito alla nascita di un nuovo fenomeno: l'oleoturismo. Un termine che, sulla scia dell'ormai consolidato enoturismo, viene ufficialmente sancito dalla Legge di bilancio 2020, articolo 1 – commi 513 e 514. Che, dal 1° gennaio 2020, estende le disposizioni relative alle attività di enoturismo a quelle del più recente oleoturismo. Per capire di cosa stiamo parlando, ci viene in soccorso il comma 514, che spiega: "Con il termine oleoturismo si intendono tutte le attività di conoscenza dell'olio di oliva espletate nel luogo di produzione; le visite nei luoghi di coltura, di produzione e di esposizione degli strumenti utili alla coltivazione dell'olivo; la degustazione e la commercializzazione delle produzioni aziendali dell'olio di oliva, anche in abbinamento ad alimenti; le iniziative a carattere didattico e ricreativo nell'ambito dei luoghi di coltivazione e produzione".

L'olio come agente promotore del territorio

Dar vita a una vera e propria cultura olivicola, indirizzare flussi di turisti verso destinazioni strategiche e garantire una remunerazione economica ai produttori che si prestano ad accogliere le attività ludico-ricreative. Sono questi gli obiettivi principali del nuovo business. Che darà ai visitatori la possibilità di assaggiare direttamente l'olio. E di conoscerlo non solo dal punto di vista teorico, ma anche con workshop e laboratori dedicati. Esistono, poi, una serie di requisiti minimi necessari per gli olivicoltori che desiderano mettere a disposizione le loro tenute. Innanzitutto, le aziende agricole devono rimanere aperte almeno tre giorni a settimana. Fin da subito, è opportuno indicare ai potenziali clienti dove posteggiare la macchina. Inoltre, le prenotazioni devono essere effettuate attraverso appositi strumenti, meglio se informatici. E, *in loco*, deve essere presente personale formato che possa guidare i visitatori nel percorso.

Nasce il Movimento turismo dell'olio (Mto)

Proprio a tutela di questi nuovi percorsi turistici, l'11 marzo 2021 prende vita il Consorzio nazionale. Si chiama Movimento turismo dell'olio e, per i prossimi sei anni, vedrà Donato Taurino, produttore salentino, impegnato nel ruolo di presidente. Lo affiancherà Vittoria Cisonno, ideatrice e promotrice del progetto, già alla guida del parallelo Movimento turismo del vino. Tra gli obiettivi principali, la promozione dei territori olivicoli italiani e la valorizzazione della cultura dell'olio evo nazionale. "La costituzione ufficiale del Movimento rappresenta non solo un atto formale, ma l'attuazione di un vero gioco di squadra e indica la volontà chiara di tutti noi di voler aprire le porte delle nostre aziende al turismo", ha evidenziato il neopresidente Taurino durante la conferenza di presentazione del Consorzio, tenutasi a metà marzo presso la Sala Caduti di Nassirya del Senato, a Roma. "Questo significa, per noi, fare un sistema per promuovere le eccellenze del nostro agroalimentare. Con la convinzione che il turismo legato alle terre dell'olio evo, al pari dell'enoturismo, rappresenti un fiore all'occhiello del made in Italy e, dunque, un volano strategico per l'economia del nostro Paese. Che vanta un patrimonio olivicolo unico al mondo per varietà e fascino paesaggistico".

Aurora Erba

il fatto

SOTTO LA BOTTIGLIA NIENTE

La Televisione Svizzera svela che l'acqua di lusso Voss, venduta a caro prezzo, in realtà non viene da un pozzo artesiano come rivendicato. E che ci sono minerali che costano un decimo e sono altrettanto buone.

L'acqua di lusso: sembra un paradosso. Il bene più universale, fondamentale per la vita umana, e soprattutto sempre uguale (due molecole di idrogeno, una di ossigeno), in cui cambia solo qualche sale minerale da sorgente a sorgente, da qualche anno ha fatto il suo ingresso nel comparto luxury. Da un po' di tempo, prima altrove e poi anche in Italia, si sono diffuse acque particolari, del Canada, della Scandinavia, addirittura delle isole Figi. Che hanno di particolare queste acque, e soprattutto cos'hanno in comune tra loro? Il prezzo, in massima parte. Spesso giustificato dalla provenienza esotica, o da sorgenti particolari in posti stranissimi. In certi casi, nemmeno questo. Vi ricordate l'acqua di Chiara Ferragni? Nel 2018, la Evian, marchio della multinazionale Danone che imbottiglia acqua minerale dalle fonti francesi di Évian-les-Bains, una località termale sul lago di Ginevra, lanciò sul mercato una bottiglia con la firma della famosa influencer. Prezzo all'incanto: 8 euro. Con gli stessi soldi, era possibile acquistare un cartone con sei bottiglie di acqua Evian normale, che già normalmente costava un po' più della media. Andò a ruba. Ma perché? L'acqua era la stessa. Ma per il consumatore, non lo era: aveva la firma della Ferragni.

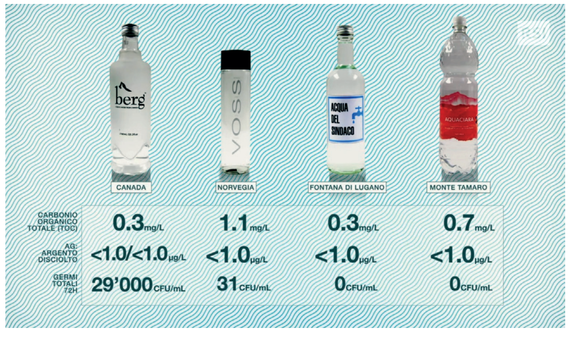
Se qui si è parlato di una bolla esclusivamente di marketing modaiolo, ci sono però altre acque che cercano di accreditarsi come di qualità superiore per la loro sorgente. Il caso dell'acqua Voss, norvegese, ormai famosa per le bottiglie cilindriche, che si sposano benissimo a una cucina di design, col tempo è diventato emblematico. La Voss, come illustrano le dichiarazioni promozionali di chi la vende, "nasce nell'ambiente incontaminato della Norvegia ed è una delle acque più pure e cristalline al mondo. Con il suo design iconico e il gusto unico e particolare, acqua Voss è scelta da molti ristoranti e palati pregiati". Particolare istruttivo: è cara, parecchio. Su internet, in siti specializzati, una confezione di 12 bottiglie di vetro da 80cl costa 55 euro. Mica male. La versione nel più proletario Pet ha le stesse quotazioni, 54 euro per 24 bottiglie, stavolta piccole, da 33cl. Beh, mica vi aspetterete che una 'Artesian Water From Norway' (è scritto sopra) sia regalata, no?

E invece no. Qui sono entrati in campo gli svizzeri. Agli svizzeri piace la precisione, come si conviene al Paese in cui nascono gli orologi più famosi al mondo. Lo scorso gennaio, Patti Chiari (trasmissione in difesa dei consumatori prodotta da Rsi, la radiotelevisione della Svizzera Italiana) e Kassensturz (programma tv della Svizzera Tedesca) hanno lanciato un sondaggio in Patria sull'etichetta più ingannevole. Indovinate chi ha vinto: proprio l'acqua Voss. Simile percezione è nata da un'inchiesta fatta da Chiara Camponovo e Gioele Di Stefano per Patti Chiari nel 2019 e prontamente rilanciata. Titolo, emblematico: *Chi se la beve?*. I due giornalisti sono partiti alla volta del Nord, cercando nei supermarket norvegesi un'acqua che in quelli ticinesi era venduta a 8 franchi svizzeri al litro. Cerca e cerca, si scopre che è ben poco diffusa. Interpellando la gente del luogo, la risposta è sempre la stessa: "Non la bevo, costa troppo. Bevo l'acqua del rubinetto". Alla fine, in un supermercato, l'acqua riescono a trovarla. Però da quelle bottiglie, per magia, la dizione 'Artesian' è scomparsa. Volendo vederci chiaro, i due elvetici si recano allo stabilimento della Voss, ma vengono messi inesorabilmente alla porta, alla faccia della trasparenza cristallina della loro acqua. Non è però difficile farsi accompagnare alla fonte dalla popolazione del posto. Sorpresa: non c'è nessun pozzo artesiano. Nel 2010, un giornalista locale, Per Christian Magnus, aveva fatto un'inchiesta-documentario, intitolata *Una goccia di lusso*, in cui addiveniva alle stesse conclusioni. Contattato dagli svizzeri, dà anche a loro la stessa risposta: "Non è acqua artesiana. L'acqua artesiana non dev'essere pompata, è un'altra cosa. Oltretutto, l'abbiamo fatta analizzare da diversi laboratori, ed è risultata un'acqua di qualità media. Ci sono luoghi in Norvegia dove l'acqua è migliore". In Norvegia, la parola 'Artesian' non può essere usata per l'acqua Voss: "Secondo le autorità governative norvegesi, non soddisfa le condizioni per essere definita artesiana, e non può essere etichettata come tale".

Tornati in Svizzera, la Camponovo e Di Stefano fanno assaggiare la Voss alla cieca, accanto all'acqua dell'acquedotto di Lugano. Il popolo dice: sono buone uguali. Entra in campo il fisico genovese Giorgio Camporelli, uno dei massimi esperti d'acqua italiani, che le prova: "Non ci sono differenze significative da un punto di vista organolettico". Posto al confronto tra le analisi chimiche della Voss e di un'acqua minerale ticinese venduta a 50 centesimi al litro (le infografiche mostrate agli spettatori sono eloquenti), la risposta è che "dal punto di vista della composizione minerale sono pressoché identiche". Fiorella Lucarini, scienziata del laboratorio Tibio e dell'Università di Losanna, rincara la dose: "Da un punto di vista chimico non c'è motivo di preferire quest'acqua. Certo, poi il gusto è soggettivo".

Interpellato l'Ufficio Federale Sicurezza Alimentare, la Rsi si sente dire che la definizione 'Artesian' può rientrare in una 'nomenclatura di fantasia', e comunque la responsabilità ricade sui singoli Cantoni. I laboratori del Cantone Ticino, dal canto loro, hanno promesso futuri approfondimenti. La cosa, comunque, è abbastanza evidente. Le immagini del cosiddetto 'pozzo artesiano'che non esiste sono alquanto eloquenti e impietose. Una goccia di lusso, che somiglia parecchio a tante altre gocce altrettanto buone e salubri, ma senza il marketing.

Tommaso Farina



tendenze

E SE IL GIN & TONIC FOSSE VIRGIN?

Gli spiriti a gradazione zero stanno lentamente facendo breccia nel cuore dei consumatori. Anche nel Bel Paese. E i produttori della Penisola sperimentano infusi, distillati e amari senza alcol. E rigorosamente dai profumi locali.

I puristi del classico Gin & Tonic e del tradizionale amaro digestivo storceranno il naso di fronte all'ultima tendenza nel mondo beverage: gli spiriti a gradazione zero. Infusi e distillati senza alcol. Ma non per questo meno complessi a livello sensoriale. E' importata - ça va sans dire - direttamente dagli Stati Uniti e dalla Gran Bretagna. E sempre più aziende produttrici la stanno seguendo.

Gli spiriti a gradazione zero ancora non hanno acquisito il profilo mainstream di altri fenomeni d'importazione, come quello dei mocktail, miscelazioni analcoliche frequentemente dolci e fruttate. E l'altalena di aperture e chiusure dell'Italia a colori ha causato una battuta d'arresto nella crescita della gradazione zero, che in effetti ha ancora bisogno di essere raccontata dai migliori barman per entrare nei cuori dei consumatori. Ma sembrano esserci tutte le premesse affinché facciano definitivamente breccia.

Innanzitutto, la stessa ondata di salutismo, che ha favorito il successo dei cocktail analcolici, spalleggia anche la diffusione degli infusi e distillati a gradazione zero. Con un ulteriore valore aggiunto: essendo i gin analcolici prodotti con le medesime botaniche dei gin convenzionali, aprono la strada a un'ampia varietà di mocktail finalmente dal gusto secco.

L'attualità italiana stessa fornisce un assist alla nuova tendenza alcol-free. In zona gialla, il coprifuoco costringe a rinunciare al classico cocktail dopocena, anticipando al pomeriggio i momenti di piacere nei locali. Visto l'orario, sembra più adeguata una bevanda analcolica, che consenta, al tempo stesso, di godere di sfumature di gusto inedite.

Sono sempre più numerose le aziende del settore beverage che mettono piede nel segmento alcohol-free. Molte le proposte premium anche in Italia. A partire da Sabatini Gino°, il primo distillato 100% analcolico dell'azienda toscana Sabatini Gin. È realizzato attraverso la sola infusione in acque distillate di cinque botaniche rigorosamente toscane - timo, salvia, lavanda, foglie di olivo e verbena - che trasportano all'assaggio in un autentico viaggio tra i profumi e i sapori della regione. La milanese MeMento, invece, ha recuperato le conoscenze secolari tramandate nel Ricettario Fiorentino, pubblicato nel 1498 dall'Ordine dei Medici e degli Speziali. E, dopo aver studiato l'arte della distillazione, attraverso cui cattura l'essenza delle erbe botaniche, propone una selezione di acque aromatiche dal bouquet sofisticato. Anche l'Amaro Venti, realizzato con sole botaniche raccolte in Italia, una per ciascuna regione, è disponibile anche in versione analcolica: porta con sé tutti i sapori dell'amaro tradizionale, lasciandosi però alle spalle l'alcol. Mentre la startup milanese Conviv propone infusi, ideali per la realizzazione di cocktail, prodotti con soli ingredienti naturali dal territorio italiano.

Anche i marchi esteri fanno la loro parte. L'australiano Lyre's, ad esempio, propone una gamma di spiriti analcolici premium. Alcuni dei quali sono già disponibili in Italia, distribuiti da FineSpirits. Lyre's ambisce a rendere omaggio ai liquori iconici, avvicinandosi il più possibile ai sapori originali. L'azienda propone il gin Dry London Spirit, il bitter Italian Orange, il vermouth Aperitif Rosso, l'Amaretti e un rum speziato Spiced Cane Spirit. Che nascono, come tutti i distillati del brand, per essere miscelati tra loro o con altri ingredienti e bevande (analcoliche e non), per ottenere dei cocktail rigorosamente 'zero' o a basso contenuto di alcol. Perché allora non provare?

Elisa Tonussi

SELEZIONE DI ACQUE AROMATICHE DI MEMENTO

ITALIAN ORANGE DI LYRE'S

SABATINI GINO° DI SABATINI GIN

l'intervista

L'UOMO CHE SUSSURRAVA ALLE LUMACHE

Dagli eventi luxury a un progetto di elicicoltura.
Per fare della chiocciola un prodotto di tendenza.
A tu per tu con Martino Crespi.

MARTINO CRESPI

Figlio di un veterinario di campagna, con un trascorso nel settore musicale e delle fiere, Martino Crespi è un uomo poliedrico. Organizzatore di eventi nel mondo del lusso, si è prestato, nell'ultimo anno, all'elicicoltura. Con quattro amici, ha aperto 1,618 – Lumachificio aureo. E punta "a portare la chiocciola dove non è mai arrivata: nel mondo del lusso", per usare parole sue. E a fare della lumaca un prodotto accattivante, anche per i più giovani. Per raggiungere il suo obiettivo, lancia il guanto di sfida agli chef. Per i quali ha studiato con Silvio Battistoni un metodo di precottura della chiocciola "inusuale".

Chi è Martino Crespi?

Faccio fatica a definirmi. Tendenzialmente dico che sono organizzatore di eventi nel mondo del lusso. Ma quello che sono oggi è in realtà il risultato delle tante esperienze diverse che ho vissuto nella vita: dalla musica alle fiere, dai progetti di Condé Nast fino al mondo del lusso. Che non ho alcuna intenzione di lasciare. Neppure con la pandemia. Semplicemente ho scelto di non piangermi addosso. E di reinventarmi. Mi sono messo ad allevare lumache con quattro amici. Mettendoci, ancora una volta, tutte le competenze che ho acquisito nella vita. Anche un allevamento di lumache infatti può essere proposto in una maniera del tutto nuova.

IL LUMACHIFICIO A LEGNANO (MI)

Perché le lumache?

È per 'colpa' di un amico. Da anni mi parlava di volersi buttare nel mondo agricolo e cercava di coinvolgermi. Sistematicamente rifiutavo di seguirlo. Ma ha talmente insistito che, quando ha trovato un allevamento di lumache in vendita nella nostra zona, nei pressi di Legnano (Mi), ho ceduto! Abbiamo coinvolto anche la mia compagna, cantante lirica, il mio direttore della produzione, che mi segue da sempre nella realizzazione degli eventi, e un quarto amico, dirigente in un'azienda di energie rinnovabili. Abbiamo rilevato l'allevamento. E lo abbiamo chiamato 1,618 – Lumachificio aureo. Accadeva poco più di un anno fa, allo scoppio della pandemia. Tre di noi, me incluso, si sono trovati con tanto tempo libero a disposizione, dunque ci siamo gettati a capofitto nel progetto.

E com'è andata?

Oggi, dopo un anno vissuto in campagna, sto bene, fisicamente e mentalmente. E sono pure abbronzato! Vivo la prossima riapertura con grande serenità, consapevole dei miei progetti.

Mi tolga una curiosità, come mai il nome 1,618 – Lumachificio aureo?

Nel mondo dell'elicicoltura, la lumaca è sempre associata al concetto di bio. Io, invece, voglio posizionare la chiocciola nel lusso, renderla accattivante. Così, i miei soci e io abbiamo deciso di fare riferimento alla sezione aurea. Buona parte di ciò che è realizzato dall'uomo rispetta tali proporzioni, dalle piramidi ai templi greci fino alla Gioconda. In natura, questo stesso schema è riconducibile alla spirale del guscio delle chiocciole. Che il matematico toscano Fibonacci ha studiato per tradurlo in cifre: la sequenza di Fibonacci, in cui ciascun numero è la somma dei due che lo precedono. Qualsiasi numero della sequenza, diviso per il numero che lo precede, dà sempre come risultato 1,618, il numero divino, che rappresenta, appunto, la sezione aurea dell'universo. Abbiamo così chiamato l'allevamento '1,618 – Lumachificio aureo'.

Come viene percepita a lumaca dagli italiani?

La lumaca, oggi, la si trova nelle sagre di paese e nelle trattorie, oppure sulle tavole dei grandi stellati. Due estremi dunque. Ma è un ingrediente che fa parte della nostra storia ed è diffuso in numerose tradizioni culinarie regionali. Quello che io voglio fare è portare la lumaca ovunque: farla diventare di tendenza e renderla un ingrediente di cui possano fruire anche i giovani in diverse modalità. Per questo ho coinvolto lo chef Marcello Trentini che, per l'aperitivo di Casa Mago, lounge bar torinese, ha studiato un Bao di raclette di chiocciole. Mentre lo chef Wicky Pryan sta già vendendo, tramite il delivery, un Maki lumaca. E poi c'è il progetto dei 12…

Di cosa si tratta?

Ho deciso di coinvolgere nel progetto 12 amici chef: ciascuno sta studiando una ricetta, per me in esclusiva, che sarà in vendita in vasetti da 280 grammi nelle migliori gastronomie. Punto a Peck e alla Rinascente. Ciascun vasetto recherà un numero della sequenza di Fibonacci, così, allineandoli sullo scaffale, si potrà leggere la sequenza intera. Potenzialmente il numero di prodotti è infinito. E infatti ai 12 se ne aggiungeranno presto molti altri.

E per gli chef?

Per la ristorazione offriamo sia lumache vive, sia precotte. Il prodotto vivo, che abbiamo nominato De Divina Natura, è fornito già spurgato. Le chiocciole devono poi essere lavate, sbavate, sciacquate, salate e dunque bollite, prima di venire sgusciate e cucinate. Il procedimento è lungo e laborioso, dunque le proponiamo anche in latte di metallo, conservate in salamoia, già sgusciate, pulite e precotte. Il prodotto si chiama de Divina Portione ed è il risultato della collaborazione con lo chef Silvio Battistoni, che ha studiato con Alain Ducasse e ha condiviso con noi la sua conoscenza. Ne è risultato un procedimento inusuale, che consiste nella bollitura della lumaca per una decina di minuti – un tempo considerevolmente più breve rispetto alla canonica ora e mezza – in un brodo vegetale ricco di profumi, anziché in acqua e sale. Grazie al metodo di Battistoni, le nostre lumache conservano tutto il loro sapore, che dipende da ciò di cui si nutrono. E mantengono una consistenza croccante. Con i miei prodotti, insomma, lancio una sfida a tutta l'alta ristorazione italiana: far diventare la lumaca, che è parte della storia del nostro paese, un prodotto di tendenza.

Elisa Tonussi

IL MAKI DI LUMACA DI WICKY PRIYAN

attualità

IL LUSSO IN AFFITTO

Con la pandemia i viaggiatori rinunciano alla camera in albergo.
E preferiscono la sicurezza e la privacy degli appartamenti.
Senza però rinunciare ai comfort e al bello. I marchi dell'hôtellerie investono nel rental.

Il mondo dell'hôtellerie investe anche nel rental. Nulla di che stupirsi. La pandemia ha fatto nascere nei viaggiatori la necessità di poter godere di ambienti di vacanza e svago liberi da ogni timore di contagio. E, anche se le strutture alberghiere, da un anno a questa parte, si stanno adoperando in ogni modo per garantire ai propri ospiti il massimo della sicurezza, non c'è nulla che renda i viaggiatori più sereni di un appartamento privato. Meglio se dotato di ogni genere di comfort. E con viste spettacolari sui colori della macchia mediterranea o immerso in ameni spazi verdi. Anche se non mancano soluzioni cittadine. È impagabile, poi, la privacy che una simile soluzione di viaggio garantisce.

Four Seasons, la multinazionale canadese dell'hospitality, ha intravisto la necessità di spazio e privacy dei propri ospiti. E ha fatto sapere che ai 20 'private retreats', rifugi privati, già inclusi nel suo portafoglio, se ne sommeranno altri 16 entro il 2025. Gli ospiti hanno la possibilità di affittare soluzioni di lusso esclusive complete di cucine dotate di ogni comfort, piscina e spazi esterni. Nonché con accesso a tutti i servizi dell'hotel o resort a marchio Four Seasons nelle vicinanze. Si spazia da ville con più camere da letto, passando attici, fino a chalet per fughe romantiche, vacanze in famiglia o esperienze con amici. In ogni parte del mondo: da Bora Bora a San Diego, dalla riviera francese alle Isole Mauritius. La catena coccola i propri ospiti che soggiornano per oltre 30 giorni con la possibilità di acquistare biancheria, oggetti per la camera e il bagno, regali, e perfino un letto completamente personalizzabile.

PORTOPICCOLO NEL GOLFO DI TRIESTE

Anche la società di investimento H.I.G. Realty Partners ha scelto di seguire lo stesso percorso di Four Seasons, ampliando Portopiccolo, il borgo di sua proprietà nato dalla riqualificazione della cava calcarea di Sistiana sul Golfo di Trieste. La proprietà ha infatti investito 2,5 milioni di euro per ampliare l'offerta rental, che passerà così da 20 a 90 appartamenti in affitto, assecondando così le richieste del mercato. "Lo scorso anno abbiamo avuto un incremento di presenze rispetto all'anno precedente: luglio +11%, agosto +11% e a settembre +28%", ha commentato Gabriele Magotti, head of Asset management di Hig Realty Partners Europe. "Siamo fiduciosi che anche per quest'anno, con la campagna vaccinale che sta andando avanti, il trend migliorerà. È per questo che abbiamo sempre continuato a investire in questo gioiello dell'alto Adriatico, così unico, affascinante e rilassante".

Per i viaggiatori che preferiscono il mare della Sicilia, Rocco Forte ha invece inaugurato il 1° aprile le Rocco Forte Private Villas, 20 residenze indipendenti che si affacciano sulla baia del Verdura Resort a Sciacca, in provincia di Agrigento. Le residenze si trovano all'interno della tenuta di 230 ettari del resort del marchio inglese a cinque stelle, su una collina da cui gli ospiti possono ammirare il campo da golf e la spiaggia del Verdura Resort. Progettate da Olga Polizzi, director of design di Rocco Forte Hotels, le ville, ispirate ai tradizionali bagni siciliani, si sviluppano su superfici dai 200 ai 300 metri quadrati. Dispongono inoltre di piscine private immerse in giardini paesaggistici e servizi personalizzati per soddisfare tutti i desideri degli ospiti. Sono disponibili con tre o quattro camere da letto. Come conferma il marchio stesso, le nuove residenze Rocco Forte puntano a garantire la massima privacy e sicurezza per ospiti alla ricerca di una struttura esclusiva, dotata dei servizi unici che contraddistinguono l'offerta del marchio inglese dell'ospitalità di lusso.

A conferma della recente tendenza a investire nel settore rental, lo stesso chef Antonino Cannavacciuolo, neofita nel settore dell'hôtellerie con i suoi Laqua Resorts, ha previsto per l'esclusiva struttura sulle sponde del lago d'Orta a Pettensco (No) dei veri e propri appartamenti. Si tratta di nove bilocali, tre trilocali, quattro suite e due attici.

Elisa Tonussi

LE ROCCO FORTE PRIVATE VILLAS A SCIACCA (AG)

ARMONIE
buon latte non mente

Una tavolozza
di diverse cremosità
per ogni ricetta

100% PANNE DI LATTE ITALIANO

armoniealimentari.it

scenari

IL GRAND HOTEL CERCA INVESTITORI

La storica struttura in stile liberty di San Pellegrino Terme dal 1979 ha chiuso i battenti. Il Comune ha avviato un'opera di recupero. Ma mancano operatori disposti a terminarla e a valorizzarne gli spazi.

È un vero e proprio gioiello architettonico. Eppure non trova investitori. Il Grand Hotel di San Pellegrino Terme, nonostante i ripetuti bandi comunali – l'ultimo è scaduto il 1° febbraio – rimane senza gestori. La struttura, un vero monumento storico, dal 1979 ha chiuso i battenti. E non trova operatori o istituzioni che siano interessati al suo recupero. Le ragioni sono molteplici, non da ultima la pandemia.

L'operazione è indubbiamente importante. L'edificio in stile liberty, che si snoda su 2.400 metri quadrati su sette piani, tra hall, saloni, stanze e cucine, richiede innanzitutto un'imponente opera di recupero. Il complesso, infatti, oggi di proprietà del Comune, è attualmente oggetto di lavori di restauro per l'importo complessivo di 18,65 milioni di euro, finanziati dal Governo nel 2014 nell'ambito dell'iniziativa 'Cantieri in Comune'. Entro maggio saranno conclusi i lavori di consolidamento statico, messa in sicurezza della struttura, rifacimento della copertura e restauro dell'intero piano terra e delle cucine, che risulteranno così immediatamente utilizzabili. Mancano, però, altri interventi: il recupero e l'allestimento dei quattro piani dell'immobile, degli spazi del sottotetto e dell'interrato.

Il costo degli interventi, naturalmente, dipende dalla destinazione d'uso del Grand Hotel. Il Comune comunque mette a disposizione un finanziamento per 3 milioni di euro, a condizione che la spesa complessiva superi gli 8 milioni, nell'ambito dell'Accordo di Programma per il rilancio turistico di San Pellegrino Terme e della Valle Brembana. Il sindaco di San Pellegrino, Vittorio Milesi, fa sapere che "il Comune è disponibile a mettere a disposizione il complesso monumentale, senza particolari richieste o condizioni che non siano quelle della valorizzazione della struttura. E l'investimento richiesto, alla luce degli importanti interventi già realizzati che rendono immediatamente utilizzabile il piano terra della struttura con le annesse cucine, appare oggi concretamente attuabile e sostenibile". Diverse le opzioni sul tappeto. Si spazia dalla possibilità di realizzare un albergo, una scuola di alta cucina o un centro di ricerca sanitario collegato alle attività di formazione. Fino a quella di adibire gli spazi a scopo sanitario, assistenziale o ricreativo e culturale.

IL GRAND HOTEL SAN PELLEGRINO NEL 1904

Il Comune ci ha rivelato, infatti, che tra le proposte ricevute nell'ultimo anno e nelle scorse settimane figuravano proprio la possibilità di fare del Grand Hotel una struttura alberghiera collegata al centro termale QC Terme nelle vicinanze, oppure rivolta a clienti anziani, dunque fornita di servizi dedicati a carattere infermieristico e medico. O ancora, una residenza sanitaria assistenziale classica o una clinica. È stata anche avanzata la proposta di adottare una soluzione mista – ricettiva, commerciale, di formazione – in modo da offrire maggiori possibilità e rendere più sostenibile l'investimento.

Nonostante le numerose manifestazioni di interesse ricevute dal Comune, il bando non è stato assegnato. Nessuna proposta, infatti, è mai stata formalizzata. "L'importanza della struttura e dell'investimento rendono l'operazione indubbiamente impegnativa", spiega il sindaco Milesi. "A inizio 2020 eravamo tuttavia convinti di aver finalmente trovato una soluzione per riaccendere le luci e ridare vita al Grand Hotel. E con esso a un pezzo importante della nostra storia cittadina, oltre che a un elemento fondamentale per lo sviluppo turistico di San Pellegrino Terme. L'emergenza sanitaria ha reso nuovamente incerta e problematica l'individuazione di una soluzione per il futuro della struttura. Per queste ragioni ci auguriamo che il superamento di questo periodo così complicato e difficile, ci possa consentire di ritrovare la strada per il recupero della struttura".

Il Comune conferma così che l'obiettivo primario rimane l'individuazione di un investitore che completi il recupero dell'immobile. Ma, se non dovesse presentarsi, "al fine di non compromettere gli ingenti investimenti di natura pubblica effettuati nell'arco di circa 20 anni sulla struttura pari a quasi 25 milioni di euro", spiega Milesi, "il Comune affiderà la gestione del piano terra dell'edificio e delle annesse cucine, a operatori interessati all'effettuazione di attività di ristorazione, mostre, esposizioni…". Un'ottima soluzione, certamente. Che vedrebbe, però, inutilizzata, speriamo solo momentaneamente, la restante parte dello storico complesso. Un vero peccato.

Elisa Tonussi

TOUCH OF MILANO
•TOM

•TOM è il gin dedicato al carattere aperto e frizzante della città, ai suoi molteplici risvolti. Milano che è movida ma soprattutto incontro di culture, storia, modernità, creatività. Le botaniche distillate di cui è pervaso sono tipiche della Lombardia. •TOM è costituito al 100% da alcolato di ginepro: il gin distillato è la bevanda spiritosa al ginepro ottenuta esclusivamente mediante distillazione di alcol etilico di origine agricola in presenza di bacche di ginepro e di altri prodotti vegetali naturali. Nella grande maggioranza dei casi, questo viene unito a dell'alcool etilico neutro, mentre nel caso di •TOM, i suoi 42° pieni nascono con la sola aggiunta di acqua sorgiva all'alcolato. Senza aggiungere zucchero o altri prodotti dopo la distillazione. •TOM è un gin assolutamente dry che si ottiene partendo da materie prime di ottima qualità. Per questo esprime una personalità inaspettata se degustato liscio, per apprezzarne la rotondità inusuale in un gin, o miscelato, dando spazio alla creatività. Una nota mediterranea di scorza di arancio risalta piacevolmente al naso, elegante e solare.

www.touchofmilano.it

FRED JERBIS
GIN 7 ACACIA BARREL

Un gin semplice e sincero, aromatizzato con sette botaniche, tutte coltivate direttamente. Il successivo invecchiamento per un periodo indefinito, all'interno di botti d'acacia, serve per accentuarne la rotondità. Il colore è ambrato e il profumo è di ginepro mescolato con sentori di acacia e nel finale note fresche date dagli agrumi. Il gusto è rotondo e delicato, l'aroma del ginepro è decisa, mentre quella del legno è molto lieve e ammorbidisce il gusto finale.

www.fredjerbis.com

NONINO
GRAPPA NONINO RISERVA AGED 25 YEARS SINGLE CASK

Distillata secondo l'antica tradizione di famiglia in particolari esclusivi alambicchi discontinui a vapore in rame, rinnovati da Benito Nonino, la Grappa Nonino Riserva aged 25 years è distillata al 100% con metodo artigianale. La distillazione avviene molto lentamente con il taglio al momento opportuno, cotta per cotta, di teste e code, conservando esclusivamente la parte più pura della grappa, il cuore. Ogni cotta è un unicum. La Grappa Nonino Riserva segue un invecchiamento naturale di 25 anni sotto sigillo e sorveglianza permanente dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli nella piccola botte: Barrique di Quercia Limousin n° 2539 l.a. 77. Questa grappa ha iniziato il proprio processo di invecchiamento il 31 marzo 1994. Il colore della Grappa Nonino Riserva aged 25 years è oro ambrato. All'olfatto è intensa e ricca con sentore di crema, miele, frutta esotica, note di arancia e cioccolato. E in bocca conferma le sfumature fruttate con note di spezie, frutta esotica, marzapane e un naturale 'smoky scent'. Rara, intensa e preziosa, Grappa Nonino Riserva aged 25 years va servita a temperatura ambiente, in un bicchiere ampio tipo balloon. Perfetta in purezza, può anche essere abbinata ai formaggi di grande personalità, al foie gras, a dolci da forno, alla crema e al cioccolato.

www.grappanonino.it

DISTILLERIA MARZADRO
LE DICIOTTO LUNE

Grappa Stravecchia emblematica della cultura, della cura e dell'arte del distillare. Ottenuta dalla distillazione a bagnomaria in alambicco discontinuo di cinque vinacce trentine quali marzemino, teroldego, merlot, moscato e chardonnay, affina in piccole botti di ciliegio, frassino, rovere e robinia che regalano ciascuno le proprie caratteristiche di profumo, aroma, colore e sapore. Il tempo di invecchiamento ricalca i ritmi della natura: di luna in luna scorrono 18 mesi. Il profumo si fa intenso, diviene più etereo e armonico, il gusto perde le spigolosità iniziali e si arrotonda per dare una percezione in bocca elegante e setosa. Il colore raggiunge una calda tonalità ambrata. Il mastro distillatore ne segue la maturazione sino al raggiungimento del blend ideale e della piena armonia tra legno e grappa. Nasce così, Le Diciotto Lune Marzadro, raffinata grappa da meditazione.

www.marzadro.com

RONER DISTILLERIE
Z44

Se da Termeno, in Alto Adige, si svolge lo sguardo a Est, si vedono ergersi chiare le pendici del Corno Bianco. Su queste pendici ogni estate vengono raccolte a mano le pigne fresche del pino cirmolo. Sono queste particolari pigne, che impiegano ben tre anni ad arrivare alla maturazione, a dare a questo distilled dry gin la sua personalità. Note mediterranee di agrumi si uniscono a molteplici erbe alpine e prealpine per completare le note balsamiche delle pigne di cirmolo. Le tipiche note di ginepro incontrano l'achillea, la radice di violetta, la radice di genziana. Le pigne fresche, ricche di linfe, vengono lavorate per infusione e successivamente ne viene distillato l'estratto in un piccolo alambicco.

www.z44.it/it

EL·EM·EN·TI DESIGN

Salumificio VAL RENDENA® 1947

Carne Salada Qualità Trentino.

La fesa, una delle parti più pregiate del bovino adulto, è la grande protagonista di questo inimitabile salume. La tenerezza, la bassa presenza di grasso e le ottime proprietà nutritive posano delle solide basi per la realizzazione del salume trentino d'eccellenza, la Carne Salada. Grazie alla nostra esperienza siamo riusciti a mettere a punto una ricetta che rispetti la tradizione ed esalti le proprietà della preziosa carne che utilizziamo, proveniente da filiera 100% italiana e da allevamenti italiani. Sale puro di Sicilia, pepe, erbe e piante aromatiche sono gli ingredienti che accompagnano la fesa durante il riposo di almeno 15 giorni durante il quale la carne rilascia naturalmente la propria acqua creando una salamoia dal profumo aromatico, elemento molto importante del processo produttivo. 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