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

2021 - NUMERO #2

LUXURY
FOOD & BEVERAGE
Magazine

“La mia vita dedicata al Grana Padano”

Renato Zaghini, presidente del Consorzio, parla del suo rapporto con la Dop. Scrigno di una tradizione millenaria. Legata a un territorio che le dona caratteristiche uniche. E spiega perché gli chef sono fondamentali per la sua promozione.

RENATO ZAGHINI

FACE TO FACE
GIOGIO LOCATELLI: UN ITALIANO A LONDRA

L’INCHIESTA/PARTE 1
DELIVERY? SÌ, MA STELLATO!

GUIDA CHEF
SPECIALE FORMAGGI

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 mensilePoste 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 Rosero per la restituzione al mittente previo pagamento resi.

editoriale

CRACCO E LA LIBERTÀ DI STAMPA

C'era una volta la libertà di stampa. La possibilità di poter esprimere liberamente le proprie opinioni. Una libertà conquistata con la liberazione dai nazi-fascisti e la creazione della Repubblica. In parallelo nacque un codice deontologico dei giornalisti atto a tutelare chi scrive ma anche chi legge. Codice, è bene dirlo, che in molti non hanno seguito. I violenti attacchi a Craxi (con la copertina del maiale su *L'Espresso*) e Andreotti nella Prima Repubblica per arrivare a Berlusconi e poi a Renzi sono esempi certamente da non annoverare nei manuali di giornalismo.

Tutto questo per dire che la materia è complessa. Chi scrive ha avuto ben quattro querele per diffamazione a mezzo stampa. Per tre non siamo nemmeno arrivati al processo in quanto il PM ha archiviato i casi con un "Non luogo a procedere". Solo in un caso sono arrivato all'udienza. Che ho vinto con mia somma goduria. Chi l'ha intentato ora non c'è più (aziendalmente parlando).

Fatte queste precisazioni intendo commentare la vicenda che vede protagonisti Carlo Cracco e il giornalista Achille Ottaviani. Trovate tutto nell'articolo di Tommaso Farina a pagina 33.

Considerazione numero uno: il giornalista ha sbagliato a elevare a potenza il suo giudizio negativo sulla cena preparata dallo chef. Dire che "Tutti" si erano lamentati è un errore in quanto non era possibile verificarlo. Così pure Cracco non può affermare per "Tutti" l'esatto contrario. Aggiungo che appare un po' forte la definizione, contenuta nel pezzullo, di "follia di una grandeur culinaria".

Considerazione numero due: se c'è libertà di stampa, sempre il giornalista deve avere la possibilità di scrivere che i piatti erano immangiabili. A suo parere, sia chiaro. Ed è qui che il buon (si fa per dire) Cracco sbaglia. Le considerazioni e i giudizi personali non possono essere soggette a censura. Se per Ottaviani la cena non era all'altezza del personaggio (e dei soldi pagati dalla Fiera) perché non scriverlo?

Aggiungo un dato molto importante: il giornalista ha messo il suo nome e cognome. E si è assunto le responsabilità, penali lo ricordo, in merito a quello che aveva scritto. Così pure il direttore (in questo caso coincidono) e l'editore della testata, regolarmente registrata al tribunale.

Non è quello che succede in rete. Tutti si improvvisano giornalisti e sparano a zero contro tutto e tutti. Forti dell'anonimato internettiano.

Diamo atto dunque a Ottaviani di non essersi nascosto. E invitiamo Cracco a rimettere la querela. Il pranzo, in un'aula del tribunale, può essere indigesto.

Angelo Frigerio

Edizioni Turbo Srl Direttore responsabile: ANGELO FRIGERIO

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

Anno 03 - N.2 - 2021 Periodico mensile - Registrazione al Trib. di Milano n° 203 dell'11 settembre 2019
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158 del 21 aprile 2005

Prezzo di una copia 1,55 euro - arretrati 7,55 euro + spese postali
Abbonamento annuale per l'Italia 25,00 euro via ordinaria.

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

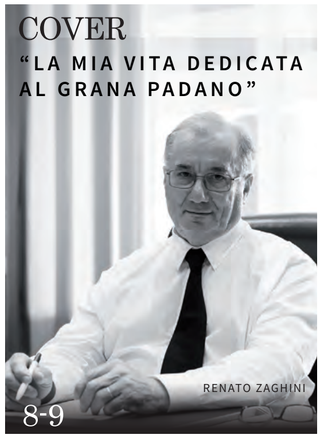
Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. la redazione si è curata di ottenere il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze.

Pubblicazioni Edizioni Turbo
Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, DS DolciSalati & Consumi, Vini & Consumi, Bio & Consumi, Bio & Consumi Green Lifestyle, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage,Grocery & Consumi, Beverage & Consumi, Made in Italy Fos Asia, b2B beautyToBusiness, MC Media Contents, Odeon Magazine, Gamestore Magazine, HiTech Magazine, TGTuttogiocattoli, www.alimentando.info, www.technospia.it, beauty2business.com, www.luxuryfb.com.

Chiuso in redazione il 15 febbraio 2021

menu

COVER
"LA MIA VITA DEDICATA AL GRANA PADANO"



8-9

L'INCHIESTA / PARTE 1
DELIVERY?
SÌ, MA STELLATO!
14-16

ZOOM
RISTORANTI E RESTRIZIONI: LA SITUAZIONE IN EUROPA

12-13

LO STUPIDARIO
TRIPADVISOR E I NUOVI MOSTRI...
36-37

SCENARI
STANZE-UFFICIO: GLI HOTEL SI TRASFORMANO

34-35

IL FATTO
CARLO CRACCO VA ALLA GUERRA
33

FACE TO FACE
UN ITALIANO A LONDRA

10-11

FOCUS ON
IL VINO ITALIANO AL CAMBIO DI STAGIONE
18-19

GUIDA CHEF
SPECIALE FORMAGGI

22-32

flash

IL GRAND HOTEL DI SAN PELLEGRINO TERME CERCA ACQUIRENTI: INTERVENTO DI RECUPERO DA 26 MLN DI EURO

Il Grand Hotel di San Pellegrino Terme cerca acquirenti. La struttura, un gioielli storico e architettonico, dal 1978 non ha proprietari. E non li trova. Nonostante il bando comunale, scaduto il 1° febbraio, resta invenduta. Tra le ragioni c'è sicuramente la pandemia. Infatti, nei mesi scorsi quattro società hanno manifestato il proprio interesse per recuperare l'edificio, spiega Italia Oggi. Tuttavia nessuno, con l'incertezza della situazione sanitaria, ha voluto intraprendere l'intervento di recupero stimato in 26 milioni di euro. Diverse le proposte sul tavolo per l'edificio in stile liberty, che si snoda su 2.400 metri quadrati su sette piani, tra hall, saloni, stanze e cucine. Si spazia dalla possibilità di realizzare una scuola di alta cucina a quella di creare un centro di ricerca sanitario collegato alle attività di formazione. Il Comune bergamasco sta valutando anche di convertire il Grand Hotel in spazi universitari.

THEFORK: BOOM DI PRENOTAZIONI PER BAR E RISTORANTI IN ZONA GIALLA. LE CIFRE EGUAGLIANO IL PERIODO PRE-COVID

L'apertura dei ristoranti in zona gialla aumenta esponenzialmente il numero di prenotazioni a pranzo. Lo conferma TheFork, secondo il quale si può già parlare di cifre analoghe a quelle registrate prima dell'avvento del Covid-19. Le stime rilevate da Coldiretti evidenziano che, nel weekend del 6 e 7 febbraio, bar e ristoranti hanno incassato circa 200 milioni di euro nelle sole zone gialle. E anche il fine settimana di San Valentino sembra confermare questi dati. Oltre 293mila locali aperti in tutta Italia registreranno il tutto esaurito. Fanno eccezione Umbria, Puglia, Sardegna, Sicilia e la provincia autonoma di Bolzano, ancora confinate nella zona arancione. La piattaforma di prenotazioni online fa sapere, in una nota stampa, che le prenotazioni in zona gialla durante la prima settimana di febbraio 2021 sono cresciute del 34%. Molto bene le aree metropolitane che, rispetto all'ottobre scorso – considerato l'ultimo periodo in cui le restrizioni consentivano una socialità normalizzata – registrano un boom di prenotazioni. Cresce Milano (+64,1%), seguita da Torino (+47,7%), Roma (+42,4%), Napoli (+35,6%) e Bologna (+33,4%). Ma l'Associazione pubblici esercizi di Torino (Epat) sostiene che, nel capoluogo piemontese, la ripresa riguardi solamente i bar. I ristoranti, che ricavano due terzi del fatturato a cena, rimangono ancora duramente colpiti.

LA MANTIA CHIUDE IL SUO RISTORANTE A MILANO... E CUCINA AI FORNELLI DEL BULK DI MORELLI

"Sono un cuoco senza ristorante". A dirlo è Filippo La Mantia in un'intervista al Corriere della Sera. Lo chef palermitano, dal 1° febbraio, ha chiuso il suo locale in Piazza Risorgimento a Milano, soffocato dall'affitto e dai pochissimi introiti. Ma non ha smesso di stare ai fornelli. E prepara i suoi piatti per il delivery e l'asporto nelle cucine del Bulk di Giancarlo Morelli. "Mi ha messo a disposizione un'area della sua bellissima cucina e le sue attrezzature. Io gli pago l'energia che consumo e nient'altro", spiega La Mantia. "Gliene sarò eternamente grato: Giancarlo mi ha permesso di richiamare al lavoro quattro dei miei 20 ragazzi (gli altri 16 sono ancora in cassa integrazione perché la mia società non è fallita eh, è viva) e di mantenere quel filo con i miei clienti che mi dà un po' di buonumore". La collaborazione nasce dal rapporto di amicizia tra i due chef, che ha portato risvolti professionali inaspettati. "Ma perché non lo abbiamo fatto prima?", si chiede Morelli . "Intanto è un'occasione di crescita professionale, sia per noi sia per i rispettivi ragazzi. Poi piangiamo uno sulla spalla dell'altro, troviamo un sorriso in una giornata buia. E poi dopo tanto tempo vedo la cucina un po' movimentata, che per un cuoco è la cosa più bella".

UNA TASK FORCE EUROPEA PER LA RIPRESA DELL'HORECA. LA RICHIESTA DELLA HOSPITALITY COALITION

Spirits Europe e Comité Vins sono tra i firmatari della Hospitality Coalition, gruppo che unisce operatori del settore Horeca per condividere informazioni e soluzioni. Lo fa sapere Federvini. La coalizione si appella alla Ue per chiedere una riapertura sicura e sostenibile di bar e ristoranti europei. Domanda inoltre la creazione di una task force sull'ospitalità tra le istituzioni europee per discutere l'impatto che il Covid-19 ha avuto sulle imprese e sui posti di lavoro. "Essendo uno dei primi settori a essere chiuso e uno degli ultimi a riaprire in più paesi, i bar e i ristoranti europei adesso hanno bisogno della nostra solidarietà se vogliono sopravvivere a questa crisi", fa sapere Spirits Europe. "Sappiamo tutti quanto sia stata dura la pandemia per tutti coloro che lavorano nel settore dell'ospitalità e quanto sia importante il nostro sostegno affinché bar e ristoranti europei possano riaprire al più presto in sicurezza".

SPESE E RISTORANTI CHIUSI, FIPE: "SAREBBE SERVITO IL DOPPIO DEI RISTORI PER NON RIMETTERCI"

23,4 miliardi di euro è il fatturato perso dal settore della ristorazione in tutto il 2020. E' quanto emerge dai dati Fipe. La chiusura delle attività, infatti, oltre ad aver ridotto al minimo gli introiti , rappresenta un costo non indifferente per i ristoratori. Il Corriere della Sera ha condotto un'indagine per evidenziare quali sono le spese che gli esercenti devono comunque affrontare. Compare innanzitutto la voce 'affitto', infatti "in Italia circa il 61 per cento dei ristoratori paga una locazione, il 39 per cento è proprietario dei muri. Un affitto corrisponde in media al 10 per cento del fatturato di un anno di lavoro normale", riporta il Corriere. Alla seconda voce figurano consulenti del lavoro e commercialisti, necessari in questi mesi per sbrigare tutte le pratiche relative a richieste di cassa integrazione e ristori. Oltre, naturalmente, ai dipendenti, per i quali il datore di lavoro è comunque tenuto a versare il Tfr. Infine, spiccano anche tutte le spese legate a utenze, tasse, mutui e finanziamenti e assicurazioni. Conti alla mano, dunque, risulta che "con i 2,5 miliardi ricevuti finora dalla categoria con i decreti sui ristori nelle tre tranche di aprile, ottobre e dicembre 2020 non si arrivi nemmeno a pareggiare le spese", spiega la Fipe. "Sarebbe servito il doppio per non rimetterci".

GUIDA MICHELIN UK E IRLANDA, SVELATE LE NUOVE STELLE. BRILLA L'ITALIANO ADOLFO DE CECCO

Sono state presentate il 26 gennaio le nuove stelle della ristorazione inglese (e irlandese). 17 i locali che hanno ottenuto il primo macaron, incluso quello di Adolfo De Cecco, lo chef abruzzese del Casa Fofò di Londra. Mentre sono tre i nuovi due stelle, tra i quali spicca Andrew Wong, interprete della cucina cinese. La vera novità, però, è in vetta, tra i neo-tristellati. Sono infatti state premiate due chef, entrambe con sede a Londra: Hélène Darroze di The Connaught e Clare Smyth di Core, già riconosciuta come migliore cuoca del mondo ai 50 Best nel 2018. Si uniscono così a Pierre Gagnaire, Alain Ducasse e Gordon Ramsay.

I RISTORATORI FANNO RICORSO AL TAR CONTRO LE CHIUSURE DEL DPCM

Tra i ristoratori c'è chi ha scelto di non aderire alla protesta di #ioapro e di percorrere le vie legali. Sono almeno 140 gli esercenti bolognesi che hanno scelto di fare ricorso al Tar del Lazio. Nessuna manifestazione dunque. Il comitato 'Tutela ristoratori Bologna' ha scelto piuttosto di fare appello al diritto per opporsi alle chiusure previste dai Dpcm. Il principale argomento sollevato è la discriminazione rispetto ad altre attività commerciali, dal momento che, nelle zone arancioni, quelle di somministrazione sono tra le poche a dover rimanere chiuse. Ci sono poi discriminazioni interne alla categoria stessa, visto che non tutti hanno ricevuto i ristori.

"I ristoranti non sono luoghi di contagio: lasciateci lavorare", dichiara all'agenzia di stampa Agi Riccardo Bolini, uno dei fondatori del comitato, "con i protocolli di sicurezza che se ritenuti insufficienti si possono ridiscutere ma non si può continuare a tenere chiuse migliaia di attività senza avere alcuna base scientifica per sostenere questa decisione. Il governo ha deciso di chiudere i ristoranti per disincentivare le persone ad uscire ed evitare assembramenti. Allora si intensifichino i controlli. Noi siamo strumento e vittima di questa situazione".

Oltre ai ristoratori bolognesi, anche un piccolo plotone di esercenti umbri, una quarantina, ha scelto di fare ricorso al Tar. Chiedono l'annullamento dell'ordinanza in cui si impone il divieto di consumazione ai tavoli a qualsiasi ora del giorno.

DIVIETO DI SPOSTAMENTO TRA REGIONI, L'INIZIATIVA DELL'HOTEL TIRLER PER AGGIRARE IL DPCM

Con le piste da sci ancora chiuse e il divieto di spostarsi tra le regioni, gli alberghi di montagna sono praticamente vuoti. C'è, però, una realtà che va controcorrente: è l'Hotel Tirler, gestito dalla famiglia Rabanser, sull'Alpe di Siusi. I Rabanser hanno scelto di assumere direttamente un fisioterapista e osteopata che si prenda cura della riabilitazione dei propri clienti. In questo modo potranno accogliere qualche cliente bisognoso di trattamenti. D'altra parte, sono possibili spostamenti "per comprovati motivi di lavoro, salute o necessità", come specificato dai Dpcm. Il caso dell'hotel altoatesino è riportato da Business Insider, che specifica come basti una semplice autodichiarazione, o un certificato del proprio medico curante, che attesti la necessità di cure riabilitative, per raggiungere l'albergo e trascorrervi qualche giorno. Per cinquanta minuti di trattamento, così, gli ospiti potranno godere di tutti i servizi dell'albergo. E potranno fare attività motoria nei pressi dell'albergo o in tutta la regione, a seconda che sia in zona rossa o gialla.

"LA MIA VITA DEDICATA AL GRANA PADANO"

Renato Zaghini, presidente del Consorzio, parla del suo rapporto con la Dop. Scrigno di una tradizione millenaria. Legata a un territorio che le dona caratteristiche uniche. E spiega perché gli chef sono fondamentali per la sua promozione.

RENATO ZAGHINI

Mantovano, "un allevatore di vacche da latte, prestato al Consorzio per dare una mano", così si definisce Renato Zaghini, presidente del Consorzio tutela Grana Padano. Il suo legame con la Dop è indissolubile. Ce lo racconta in un'intervista appassionata. In cui si sofferma sulle caratteristiche uniche di questo formaggio dalla tradizione millenaria. E su quanto può fare il Consorzio per sostenere il settore della ristorazione, in un'ottica di sostegno reciproco tra produttori e consumatori.

Cos'è per lei il Grana Padano?

Questo formaggio rappresenta tutta la mia vita! Sono nato in una caldaia dove si produceva Grana Padano nel cuore della sua zona di produzione. E sono allevatore, trasformatore e produttore. Immagini quindi cosa significhi per me questa Dop. Ha rappresentato tutto dal punto di vista economico, perché mi ha dato tante soddisfazioni. E dal punto di vista professionale, mi ha portato a sedere su questa poltrona nel Consorzio. Che è una grande responsabilità, ma è anche molto gratificante sotto l'aspetto personale.

In quale modo il Grana Padano racconta il territorio in cui nasce?

Il Grana Padano non può prescindere dal territorio in cui nasce. E dalla sua storia, che dura da oltre mille anni. Il Grana Padano nasce da un'intuizione dei monaci che, in passato, ricoprivano un importante ruolo per le persone e il territorio. All'epoca avevano necessità di conservare il latte in eccesso. E l'unico sistema per farlo era trasformarlo in un caseinato la cui produzione, nei secoli, è stata perfezionata e lo ha reso il Grana Padano che conosciamo. Certamente mille anni fa non era il prodotto affinato e buono che consumiamo oggi. Ha subito una grande trasformazione, pur preservando la sua ricetta originale. In questo territorio, infatti, il legame con le radici del lavoro del casaro è solidissimo. Per non parlare delle caratteristiche climatiche di queste splendide aree, che lo rendono il formaggio di altissimo livello, conosciuto in tutto il mondo, quale è oggigiorno.

È praticamente un prodotto antispreco…

Proprio così. E ci piace evidenziare questo curioso aspetto. Il Grana Padano può essere un ottimo testimonial per le campagne di sensibilizzazione contro lo spreco alimentare. Pensi anche alle croste passate in forno e messe nel minestrone!

Proprio come le facevano i nonni... In che modo viene prodotto il Grana Padano?

Quella del Grana Padano è una produzione a latte crudo, ciò significa che viene lavorato il latte miscelato risultato da due munte avvenute nell'arco di massimo 24 ore. Il latte non subisce alcun trattamento meccanico, né termico. Viene lasciato riposare una notte. Intanto, per affioramento naturale, nella parte superiore della caldaia si concentra la parte grassa, che viene utilizzata per la produzione di panna, burro e altri derivati. Il Grana Padano è quindi un formaggio semigrasso, perché non è prodotto con latte intero. Questa è una delle sue peculiarità: è adatto anche a chi ha specifiche necessità alimentari. Inoltre è naturalmente privo di lattosio.

E, poi, come il latte decremato diventa Grana Padano a tutti gli effetti?

La caseificazione è molto semplice. Al mattino, al latte decremato vengono aggiunti siero e caglio. Inoltre, per ridurre il rischio di gonfiore tardivo, dovuto alla contaminazione del latte da *Clostridium Tyrobutyricum*, è consentita l'aggiunta del lisozima, un enzima naturale estratto dall'albume dell'uovo. Il tempo si occupa del resto. È un prodotto estremamente naturale. Diventa Grana Padano a dieci mesi di età, quando gli esperti del Consorzio vanno nei magazzini di stagionatura, battono le forme e ne danno una valutazione. Se ritengono che tutti i requisiti sono rispettati, la forma viene marchiata a fuoco e diventa ufficialmente Grana Padano e destinata alle varie stagionature.

Quali sono le caratteristiche sensoriali delle diverse stagionature?

Noi abbiamo una grande fortuna: questo prodotto accontenta tutti i consumatori. Il Grana Padano appena marchiato, e fino a 15 mesi, ha un gusto dolce, gradevole, conserva il sapore del latte. Si presta ai giovani in particolare. Si passa poi all'Oltre 20 mesi Riserva che ha un gusto più spiccato. Si presta ai palati che amano sapori decisi. A breve partiremo con la promozione dell'Oltre 24 mesi, un prodotto raffinatissimo. Insomma, si passa da un gusto lieve a uno più saporito e complesso. Con questo prodotto soddisfiamo anche tutti i cinque sensi.

Come la pandemia ha inciso sui consumi di Grana Padano nel settore della ristorazione?

Con la ristorazione, purtroppo, siamo quasi completamente fermi. In Italia, però è cresciuto il consumo casalingo di Grana Padano. Quindi dal punto di vista numerico, la chiusura della ristorazione ha inciso meno. Ciò non significa che siamo tranquilli. Vuol dire che, alla riapertura dei ristoranti, al momento tra i più devastati dalla pandemia, dovremo, oltre che essere incisivi, pensare a iniziative per dare loro una mano. Attraverso loro possiamo far conoscere il nostro prodotto.

Auspicando che si torni presto alla 'normalità', quale ruolo possono giocare gli chef nella promozione della Dop, in un'ottica di sostegno reciproco tra produttori e consumatori?

Gli chef sono sicuramente un veicolo estremamente importante in generale per le Dop e le Igp perché trasmettono ai consumatori i loro valori: il territorio, la sicurezza alimentare, l'importanza dei controlli. Valori che non è scontato che tutti conoscano. Gli chef nostrani, dagli stellati alle trattorie, possono essere una vetrina esclusiva dei prodotti d'eccellenza italiani. È importante però che spieghino cosa sono le Dop e che ci sia chiarezza. Specialmente in questo momento in cui il formaggio viene direttamente grattugiato a tavola o servito in bustina.

Una delle battaglie del Consorzio è segnalare se il prodotto grattugiato è autentico. A che punto siete?

Stiamo investendo nei controlli e nella sicurezza affinché il prodotto, quando non ha più la crosta, sia comunque riconoscibile. Per noi quel che conta è non imbrogliare il consumatore. Non solo c'è un controllo visivo, ma anche analisi sul prodotto finito. È dunque importante per noi che gli chef agiscano in modo corretto e trasparente. Sarebbe bello arrivare in tempi abbastanza brevi a una legislazione che imponga che sul menù, dove sono indicati gli ingredienti, venga specificata la tipologia di formaggio utilizzata.

Elisa Tonussi

GIORGIO LOCATELLI

UN ITALIANO A LONDRA

Chef Giorgio Locatelli si racconta. E, tra i ricordi della sua carriera, parla di Brexit e della pandemia. Che gli ha insegnato qualcosa di inedito. Non solo in cucina.

Accento tipicamente settentrionale. Condito da qualche calco ed espressione anglofona. Tono sempre entusiasta. La parlata di Giorgio Locatelli è inconfondibile. In Italia è oggi noto tra il pubblico generalista perché giudice di Masterchef Italia (show di Sky prodotto da Endemol Shine Italy). Ma, prima con lo Zafferano, poi con la sua Locanda, lo chef è volto della cucina italiana a Londra da oltre vent'anni. Locatelli ripercorre con noi la sua carriera e racconta come è cambiata la ristorazione inglese. Ci parla di Brexit e della pandemia, che gli ha insegnato qualcosa di inedito. Non solo in cucina. A dimostrazione che non si smette mai di imparare.

Ripercorriamo la sua storia. La sua è una famiglia di ristoratori, da figlio d'arte, qual è il suo primo ricordo ai fornelli?

Ho cominciato nel ristorante di famiglia, quando avevo 8-9 anni, insieme a mio fratello e ai miei cugini. Cercavamo tutti di aiutare. Io ero il più piccolo per cui non potevo servire in sala. Così ho iniziato a lavorare in cucina. Lì sono cresciuto.

È stata quindi una scelta naturale quella di fare il cuoco?

In realtà non mi sembra nemmeno di aver mai scelto! Ho sempre fatto questo. E sempre mi ha affascinato questo lavoro. Pur con alti e bassi, non ha mai smesso di piacermi. Anche da piccolino. Gli chef e i camerieri parlavano delle loro esperienze nel mondo e mi sembrava il minimo che anche io diventassi cuoco e viaggiassi.

Come mai è rimasto a Londra?

Dopo tre anni a Parigi, Londra è stata la città dove mi sono sentito più accolto. Avevo la sensazione che lì si potesse realmente riuscire a fare quello che si voleva, avendone le capacità. Così sono tornato a nella capitale britannica, dove già avevo trascorso quattro anni al Savoy prima dell'esperienza francese. Negli anni '80 e '90, nel Regno Unito c'è stata una crescita esponenziale della cucina italiana. Questo fatto ha sicuramente aiutato anche la mia carriera.

Cosa hanno rappresentato le stelle Michelin, prima allo Zafferano, poi alla sua Locanda?

Ogni chef desidera avere una stella, come ogni atleta sogna la medaglia olimpica. Lo Zafferano era il primo ristorante italiano indipendente e gestito da solo italiani. Per me ha significato moltissimo per questo motivo. Ciò che mi fa più piacere è l'averla riconfermata per i sei anni in cui sono rimasto. Così come abbiamo riconfermato per 18 anni fino a oggi la stella alla Locanda Locatelli. È un riconoscimento incredibile per me e per il mio team, che costantemente cerca di trasmettere i propri sogni ai clienti. Vogliamo che i nostri camerieri parlino con loro e trasmettano tutto quanto è italiano, non solo dal punto di vista del cibo, ma anche della cultura: la nostra eleganza, lo scambio. Per noi italiani, infatti, il cibo è quasi una merce di scambio. Mentre per gli inglesi è semplice nutrimento. Il concetto di scambio è presente a tutti i livelli della nostra società ed è molto presente nella ristorazione. Con il cibo, gli italiani riescono a trasferire tutte le loro capacità senza presunzione.

Fare tv ha cambiato la percezione che ha della professione del cuoco?

La televisione ha sicuramente aiutato la mia professione, che è anche cambiata tantissimo. Quando studiavo alla scuola alberghiera, a frequentarla era solo chi era già del mestiere e chi non era troppo portato per lo studio. Insomma, era un rimedio. Mentre negli ultimi vent'anni, la televisione ha sicuramente dato un giro di vite e aggiunto qualità al nostro lavoro. Io stesso sono cresciuto.

In che modo?

È cambiato il modo in cui lavoro. Ho senza dubbio un'idea più imprenditoriale di quello che faccio.

Come ha visto cambiare il palato degli inglesi e la loro percezione della cucina italiana?

C'è stato un cambiamento enorme con l'avvento dell'Unione europea. Negli anni '80, nei supermercati, c'era solo un piccolo spazio dedicato alla cucina italiana. Con l'avvento dell'Europa, in qualsiasi supermercato inglese, la quantità e qualità di prodotti nostrani è aumentata notevolmente. Le regole e le certificazioni comunitarie, inoltre, hanno aiutato molto i piccoli produttori di qualità, che hanno saputo inserire correttamente i propri prodotti sul mercato. Questo ha facilitato i ristoranti: chi sapeva scegliere i prodotti, riusciva a creare dei menu di grande qualità, cosa che ha cambiato il senso del gusto degli inglesi. Mangiare italiano negli anni '90 era super trendy! Tony Blair mangiava da noi. Anche il fatto che le middle class hanno iniziato a viaggiare di più ha facilitato la diffusione della nostra cucina. Una volta assaggiato in Sicilia il gusto di una sarda alla beccafico, un inglese si aspetta di ritrovare gli stessi sapori anche in un ristorante italiano in patria.

Come la Brexit sta cambiando le cose?

Da quando è entrata in vigore, non abbiamo ancora comprato prodotti dall'Italia. Continuiamo però ad avere rapporti con i nostri importatori e distributori. C'è sicuramente un problema alla dogana, che spero venga risolto presto. Ci sarà un incremento dei costi.

Come si sta organizzando al suo ristorante per garantire la fornitura di prodotti ai suoi ristoranti?

Teniamo un contatto settimanale con tutti i fornitori, importatori e distributori a Londra. Per quanto riguarda il vino, a ottobre e novembre, abbiamo riempito al massimo i magazzini. Per i freschi, invece, ci sono dei ritardi e blocchi alla frontiera. Ciò che mi preoccupa di più, però, è la possibilità di accogliere nelle nostre cucine i giovani diplomati. Ora sarà molto più difficile per gli italiani venire qua a lavorare e ci saranno costi aggiuntivi. È bello accogliere ragazzi con sogni e aspirazioni. Conoscerli e offrire loro un lavoro. Teniamo molto alla formazione. Abbiamo sviluppato un programma insieme alle scuole alberghiere italiane, che ha funzionato molto bene: dopo un anno e mezzo alla Locanda, un ragazzo ha lavorato in tutte le postazioni della nostra cucina. Chiaramente adesso i giovani sceglieranno di andare in Francia o Germania.

Teme che possa impoverirsi la ristorazione inglese per questo motivo?

La ristorazione inglese ha le braccia aperte a tutto il mondo. Sicuramente, però, una buona quantità di ragazzi italiani che venivano a lavorare e formarsi, ora troveranno più facile andare altrove. Vedremo quando riapriremo, perché, per via del Covid, non se ne parla fino a marzo.

Alla sua Locanda Locatelli avete, però, pensato a un menù delivery e take away…

Sì, abbiamo pensato a tantissime iniziative! Visto che i nostri clienti sono sparsi per tutta Londra, era difficile creare un take away caldo. Così abbiamo ideato delle 'box' con un menù a tema per due persone. Ad esempio, ne abbiamo realizzato uno con il tartufo bianco. La nostra capacità di produzione, però, non è così elevata. Occorre inoltre pensare ai costi: se il ristorante è chiuso, con il furlough, lo stato versa l'80% dello stipendio, facendo consegna e asporto, invece, sono io a dover pagare i dipendenti e non è economicamente sostenibile. Abbiamo, però, fatto alcune collaborazioni di beneficienza. Tra le ultime, abbiamo preparato oltre 200 box per i meno abbienti con l'ente Felix. Ogni settimana, poi, un paio di persone dello staff si occupano di cucinare nell'hub Refugee community kitchen, dove preparano, tra le varie pietanze, piatti vegetariani per i poveri e i rifugiati. Queste iniziative sono importanti per mantenere alto lo spirito in cucina dei miei ragazzi. È vero che noi abbiamo problemi, ma c'è chi ne ha di peggiori!

Come avete approcciato, lei e il suo staff, tutte le sfide e i problemi legati alla pandemia?

Tenendo il ristorante chiuso e non avendo introiti, lo stato ci aiuta a pagare gli stipendi. Abbiamo comunque dovuto continuare a pagare il resto. Siamo, però, abbastanza solidi per riaprire a marzo o aprile. Io personalmente ho cercato di stare il più calmo possibile e rassicurare e stare in contatto con il personale per capire se qualcuno avesse bisogno di aiuto. Questa pandemia ha dato uno scossone incredibile al settore e cambierà il rapporto delle persone con i ristoranti. Dopo il lockdown, che qua è durato fino a luglio, abbiamo lavorato benissimo. Abbiamo tagliato del 50% la capienza del ristorante e ridotto i giorni di apertura. La richiesta, però, era alta. E abbiamo notato che i clienti erano molto contenti di tornare al ristorante. Speriamo che, alla prossima riapertura, avvenga lo stesso.

I clienti dunque hanno voglia di uscire?

Per la mia esperienza, quando eravamo aperti, coprivamo il 120-150% dei coperti. Normalmente il ristorante ne ha 90, con il distanziamento e le protezioni, la capienza è scesa a 45, però, tutti i giorni accoglievamo 50-60 ospiti.

Cosa ha imparato dall'esperienza che stiamo ancora vivendo?

Ho imparato tantissime cose. Stando a casa, ho potuto stare a contatto con mia moglie e mia figlia tutto il giorno. Mia figlia mi ha perfino insegnato a cucinare alcune cose! Ma, soprattutto, ho capito che posso vivere anche senza il lavoro, pur essendo importantissimo. Da trent'anni viaggiavo su un treno sempre in corsa, mentre mi sono accorto che è anche piacevole sedersi ogni tanto sul divano e leggere il giornale. Adoro le serate: cucinare qualcosa, sedersi e mangiare. Non ci ero abituato! Normalmente alle cinque-sei di sera sono in cucina e, quando va bene, esco alle nove.

Un'ultima domanda, cosa le ha insegnato sua figlia?

Mi ha fatto scoprire lo student food, il cibo degli studenti, insomma dei 'mappazzoni', come direbbe Barbieri. Mi ha insegnato a cucinare con più libertà. Cucinando sempre al ristorante sono molto chiuso nella mia italianità. Mia figlia, invece, ha viaggiato molto ed è molto più aperta. Ho imparato a lasciarmi influenzare di più. Ieri sera, comunque, ho fatto i rigatoni con la besciamella e il tartufo al forno. E, con quelli, sono impazziti tutti!

A dimostrazione che non si smette mai di imparare…

È una delle ragioni per cui sono ancora interessato a quello che faccio. Talvolta incontro qualcuno che sa qualcosa di nuovo e mi lascia senza parole. Che si tratti di ingredienti o tecniche. Questa è una delle cose che amo di più della cucina e che dico sempre ai giovani. Questo è il bello della cucina!

Elisa Tonussi

L'IDENTIKIT DI GIORGIO LOCATELLI

- **L'ingrediente preferito:** olio d'oliva
- **L'ingrediente che più detesta:** nessuno
- **Il collega che stima di più:** Antonino Cannavacciuolo. "Facciamo la stessa cosa, ma siamo così incredibilmente diversi".
- **Il piatto di cui va più fiero:** il coniglio arrosto con la polenta. "È un piatto che cucinavano i miei nonni e che, con l'esperienza, ho affinato. Sono arrivato a un prodotto fantastico e ogni volta che ne faccio una porzione è come se avessi accanto i miei nonni, che erano due persone eccezionali".
- **Il miglior piatto mai assaggiato:** "Ne ho assaggiati tanti buoni! Ma il migliore è stata una zuppa con pasta e aragosta mangiata in Sicilia. Ero solo con mia moglie, eravamo arrivati a Menfi e diluviava, non c'era nulla e mancava elettricità. E il ristorante dell'hotel ci ha servito questa zuppa meravigliosa!".
- **Il piatto che apprezza maggiormente la sua famiglia:** il minestrone con il cavolo nero. "Se manca il cavolo nero si lamentano tutti!".

zoom

RISTORANTI E RESTRIZIONI: LA SITUAZIONE IN EUROPA

Chi e come può aprire. Gli aiuti pubblici. E le voci degli imprenditori. Il punto sullo stato del settore in Francia, Spagna, Germania e Regno Unito.

'Mal comune, mezzo gaudio', si suol dire. Ma, in questo caso, di gaudio ce n'è ben poco. Mentre, al momento in cui si scrive, l'Italia è quasi tutta in zona gialla e i ristoratori hanno potuto riprendere ad accogliere ospiti almeno per il pranzo, il resto d'Europa è alle prese con il dilagare delle varianti del virus, che impediscono di allentare la stretta delle misure per contenere il contagio. E il settore della ristorazione ne sta pagando le conseguenze. Con il nascere di movimenti di protesta, più o meno localizzati e di successo, proprio come in Italia. Ecco quanto sta avvenendo in Francia, Spagna, Regno Unito e Germani, che, insieme al Bel Paese, detengono il triste record in Europa per casi totali di Covid-19 registrati.

Anche a Parigi alcuni ristoranti aprono, nonostante i divieti

In Francia, dove bar e ristoranti sono chiusi dal 29 ottobre, pur con possibilità di asporto e consegna a domicilio, con un coprifuoco dalle 18 alle 6, la speranza era di riaprire il 20 gennaio. Ma, i dati delle ultime settimane, che vedono quotidianamente oltre 20mila nuovi casi di Covid-19, hanno spinto le autorità a scartare ogni possibilità di alzare nuovamente le serrande e accogliere gli ospiti con regolare servizio. "Nonostante tutta la buona volontà dei ristoratori, sono i luoghi dove i contagi sono più numerosi", ha dichiarato il ministro della Slaute francese Olivier Véran. "Quando si toglie la mascherina e si condivide il pasto con più persone vicine, c'è il rischio che si creino dei focolai".

C'è di peggio per gli esercenti dell'esagono. Pur non essendo fissata alcuna data certa per la riapertura, sembra che si parli del 6 aprile, dopo le festività pasquali. Numerosi ristoratori temono di non poter resistere fino ad allora. Per questo motivo, anche a Parigi alcuni ristoratori sfidano i divieti. E organizzano riaperture alternative. Li chiamano 'les clandés', gli illegali.

È passato agli onori della cronaca il caso dell'Annexe, ristorante sull'Ile de la Cité, di fronte alla Corte di Appello. Avendo i clienti iniziato a consumare le proprie pietanze acquistate d'asporto sui tavolini all'esterno del locale, il gestore ha pensato poco alla volta di riprendere ad allestire dei coperti. Decisione pagata a caro prezzo dalla clientela, costituita per lo più da magistrati, che sono stati colti in flagrante dalla polizia di passaggio e multati con una contravvenzione da 135 euro. Al locale, invece, è stata imposta la chiusura amministrativa totale per 15 giorni. Con il rischio di dover restituire gli aiuti ricevuti fino a ora dal Governo.

Quello dell'Annexe, come riporta il quotidiano, non è però un caso isolato. Alcuni altri ristoranti nella capitale francese rimangono aperti. E accolgono i clienti applicando tutte le precauzioni consigliate.

In Uk i pub potrebbero riaprire a maggio. Ma rischiano di essere "ben pochi"

Tutto il Regno Unito è in lockdown. L'avanzare della variante inglese ha costretto il governo di Boris Johnson a prendere misure drastiche. E a tenere chiusi ristoranti, bar e soprattutto pub, colonna portante della vita sociale inglese. Tra i quattro paesi dello Uk, però, le restrizioni variano leggermente l'uno dall'altro. In linea di massima, è consentito solo l'asporto e la consegna a domicilio. In alcuni casi, è proibita la vendita di bevande alcoliche. La conta dei danni per il comparto, nel Regno Unito, è drammatica. Già a novembre, infatti, secondo una ricerca di tre delle maggiori associazioni di settore, la British Beer and Pub Association, la British Institute of Innkeeping e la UKHospitality, il 72% delle attività intervistate si aspettava di lavorare in perdita e di non essere in grado di sopravvivere alla crisi. Le associazioni chiedevano maggiore sostegno al governo perché prevedevano, entro febbraio, la perdita di 750mila posti di lavoro.

Gli esperti inglesi, al momento, premono per non riaprire prima di maggio. E la UKHospitality ha già fatto sapere che "con mezzo miliardo di sterline bruciate ogni mese, potrebbe esserci 'ben poco' da riaprire se la chiusura durerà così a lungo".

La Bbc riporta la vicenda di Nigel Wright, gestore dello Stags Head, uno dei tanti pub nel centro di Londra. "Non abbiamo alcuna entrata, ma dobbiamo comunque pagare l'affitto e le utenze", spiega Wright. Che, come molte altre attività, ha ottenuto un prestito di sostegno dal governo, che dovrà cominciare a restituire con gli interessi a partire da giugno. Il gestore del pub londinese racconta che, non avendo potuto accogliere i cliente nelle intense settimane prima di Natale, ha dovuto gettare le scorte di bitter. E ad aprile sarà la volta della birra. "Vorrei che non si ripetesse la situazione di dicembre, quando le misure sono state rapidamente modificate e abbiamo dovuto chiudere dopo 12 giorni dalla riapertura", spiega. "Preferire un lockdown più lungo, con la certezza di riprendere il lavoro in modo permanente. A cosa serve aprire per solo due settimane?".

La *cacerolada* dei ristoratori in Spagna

La situazione in Spagna è piuttosto confusionaria. La gestione dell'emergenza è differente da regione a regione. A Madrid, ad esempio, da quando a settembre è iniziata la seconda ondata, il governo della comunità autonoma ha cercato di evitare qualsiasi lockdown. Le chiusure totali sono dunque estremamente localizzate in base ai dati rilevati dalle autorità sanitarie. Al contrario, in Catalogna, è tutto chiuso. In tutto il Paese, comunque, vige un coprifuoco a partire dalle 22, orario in cui generalmente gli spagnoli cenano. Bar e ristoranti, dunque, non possono godere dei ricavi derivanti dalle serate.

La crisi del settore è aggravata dalla quasi totale assenza di aiuti da parte di Regioni e Stato. Se non per l'Erte, l'Expediente de regulaciòn temporae de empleo, che consente di sospendere temporaneamente i contratti di lavoro, cosicché i datori possano evitare di pagare stipendi e versare contributi. È stata inoltre sospesa la tassa per l'occupazione del suolo pubblico per incentivare l'utilizzo di terrazze e verande all'aperto.

Sono oltre 1,3 milioni i dipendenti di bar e ristoranti. Circa 750mila hanno il contrato di lavoro 'sospeso'. Molti potrebbero perdere l'impiego definitivamente. Il bar, infatti, è una vera e propria istituzione della vita sociale spagnola.

Non stupisce dunque che anche il Paese iberico stia vedendo sorgere diversi movimenti e azioni di protesta. Sono pochi gli esercenti che hanno aperto disobbedendo ai divieti. Sempre più numerosi quelli che scendono in piazza e marciano per le vie delle grandi città. A Valencia i ristoratori si sono fatti sentire con una sonora *cacerolada*, percuotendo le pentole fuori dai propri locali, al grido di 'El virus mata y la Generalitat y el Ayuntamiento rematan', 'Il virus uccide e la Generalità e il Comune danno il colpo di grazia'. Mentre a Toledo un corteo di centinaia di auto a passo d'uomo ha bloccato il traffico nel centro città.

In Germania lockdown fino a marzo. Ma gli aiuti sono sufficienti

In Germania il Coronavirus continua a fare molta paura. Il lockdown, iniziato il 16 dicembre, è infatti stato esteso fino al 7 marzo. Non si parla di riaprire, dunque, per bar e ristoranti, che sono chiusi da novembre. Molti offrono il servizio di asporto e consegna. "Non è in alcun modo paragonabile alla normale apertura della mia attività. Ma in questo modo ci teniamo in contatto con i nostri clienti abituali. E posso continuare a far lavorare i miei dipendenti, di cui avrò bisogno quando finalmente avremo delle prospettive e potremo riaprire", afferma Lutz Frank, proprietario del ristorante Am Ihlsee a Bad Segeberg, non lontano da Amburgo. Ai giornalisti della testata tedesca Ndr, il ristoratore spiega di in grado di sostenersi nel caso di un'apertura all'inizio di marzo. E afferma: "Ora dobbiamo tutti contribuire a ridurre il numero di infezioni, in modo da avere di nuovo una prospettiva a lungo termine". A differenza di quello italiano, il sistema di aiuti tedesco è molto chiaro ed è calcolato in base alla perdita di fatturato subita nel mese di chiusura rispetto allo stesso mese nel 2019. Nonostante ciò, non mancano problemi rispetto ai tempi di pagamento. Il ristoratore infatti riferisce: "Ho ricevuto un acconto sul mio conto bancario. Ma mi mancano ancora grosse somme relative a novembre e dicembre. Abbiamo pagato i dipendenti e adesso arriveranno i premi delle assicurazioni. Ma è ora che si faccia qualcosa".

Elisa Tonussi

DELIVERY? SÌ, MA STELLATO!

La pandemia obbliga i ristoranti di alta gamma ad adottare la consegna a domicilio. Creando consensi e disapprovazione. Abbiamo chiesto ad alcuni chef italiani come hanno accolto la novità. La prima parte dell'indagine.

A cura di Aurora Erba e Giogia Nicolini

Anche i ristoranti di lusso patiscono la crisi. Costretti ad abbassare le serrande e a rispettare le direttive del Governo, affrontano la situazione a modo loro. E non mancano casi di cessata attività. Come per lo chef Filippo La Mantia che, il 31 gennaio scorso, ha chiuso il suo ristorante in Piazza Risorgimento a Milano. Complici un affitto troppo alto e la riduzione degli introiti. Così il patron di Oste e Cuoco si è visto obbligato a prendere la sofferta decisione. Ma c'è anche chi riesce ad andare avanti e cerca nuove soluzioni per ovviare alla pandemia che, da mesi, continua imperterrita a sferrare il suo colpo. E l'assenza di turisti peggiora lo scenario. Arriva quindi in soccorso la consegna a domicilio, da molti snobbata perché incapace di replicare la stessa esperienza emozionale che tali 'templi dell'alta cucina' offrono. Molti chef segnalati dalla Guida Michelin, invece, hanno deciso di intraprendere questa nuova avventura. Messi da parte i timori iniziali, guardano alla novità. Proposte gourmet, impiattamenti homemade e prezzi al di sotto della media. Sono queste le caratteristiche del delivery di alta gamma. Che ha un solo obiettivo: deliziare il cliente, anche a distanza. Macchine, scooter, monopattini e taxi permettono di far arrivare a destinazione le specialità. In provincia e in città, senza differenze. Ma la consegna a casa divide il settore. C'è chi lo sopporta a stento e spera in un pronto ritorno alla normalità. Altri, invece, non vedono ulteriore rimedio per uscire dalla crisi.

Il Saraceno (Cavernago - Bg)
CHEF ROBERTO PROTO

"Abbiamo introdotto il delivery con la pandemia, precisamente il giorno di Pasqua. Finora abbiamo lavorato molto bene con questo servizio. Nelle ultime settimane, invece, con la riapertura dei ristoranti, la richiesta è calata parecchio. Pertanto, per adesso continuiamo a proporlo per San Valentino, nonostante il locale sia aperto a pranzo. Ma essendo già al completo, vogliamo dare l'opportunità della consegna a domicilio a coloro che non hanno potuto prenotare o a chi preferisce festeggiare la sera. La nostra offerta per l'occasione è una box con varie portate, a cui si può abbinare una bottiglia di champagne e delle rose. Sinceramente, spero di poter tornare a lavorare normalmente, anche se ho scoperto un mondo nuovo, che ci ha dato la possibilità di totalizzare dei numeri davvero importanti. Quindi faremo le nostre valutazioni per il futuro. In generale, il nostro delivery prevedeva diverse soluzioni. Tra queste, un menu degustazione composto da un antipasto già pronto, un primo da cuocere, un secondo da rigenerare in forno, oltre a degli stuzzichi, della piccola pasticceria e un dessert. Al di là di questa opzione, pensata ad hoc per la consegna e diversa ogni settimana, abbiamo sempre proposto anche cinque o sei piatti da scegliere singolarmente. Alcuni di li abbiamo estrapolati dai menu passati in base a quali fossero i più adatti al trasporto e a essere ultimati a casa. Altri sono stati creati appositamente per il servizio, mentre altri ancora (specialmente gli antipasti) sono in carta attualmente al ristorante. Abbiamo sempre cercato di presentare ricette semplici e meno elaborate ma ugualmente gustose. Quanto ai prezzi, sono ridotti rispetto alla norma, perché tutto il contorno viene a mancare, tra cui anche il discorso emozionale. Rispetto alla consegna, che è gratuita entro i 10 chilometri, ce ne siamo sempre occupati noi, con le macchine aziendali dotate di box termici. Perché ci tenevamo a incontrare personalmente i nostri clienti. Che, quando ci vedevano arrivare, erano doppiamente felici. E questo è stato un valore aggiunto. Infine, offrivamo anche il servizio take away, che prevedeva lo stesso menu agli stessi prezzi. Tuttavia, la maggior parte delle persone hanno preferito il delivery".

Ristorante Larossa (Alba - Cn)
CHEF ANDREA LAROSSA

"Proponiamo due tipi di delivery. Innanzitutto, per i clienti che ordinano entro 10 o 15 chilometri dal ristorante (20 al massimo), abbiamo pensato a dei piatti già pronti. Inoltre, consegniamo anche in tutta la penisola, grazie al nostro Delivery Italia. In questo caso, suggeriamo delle soluzioni semilavorate, dunque da finalizzare e impiattare a casa, che arrivano entro 24/48 ore dall'ordine. Questo servizio, del quale si può usufruire accedendo al nostro shop online e selezionando le pietanze desiderate, è il nostro punto forte. Perché, grazie ai social, abbiamo una forte community nazionale, ed è quindi un'opportunità per chi vorrebbe assaggiare i nostri piatti ma non si trova nelle vicinanze. Comunque, i menu dedicati ai due delivery sono identici, così come quello d'asporto. E anche le persone del territorio possono scegliere i prodotti semilavorati pensati per Delivery Italia. In ogni caso, le nostre proposte per la consegna a domicilio sono state create ad hoc, e sono quindi diverse da quelle del menu ordinario. A eccezione di un mio risotto, che il cliente può preparare a partire dagli ingredienti che riceve. Si tratta di soluzioni più semplici da fare a casa (dove generalmente non si hanno attrezzature professionali), ma con le stesse materie prime che usiamo al ristorante. Inoltre, sul nostro shop ogni piatto è accompagnato da un video – che ho creato personalmente a casa mia – in cui fornisco le istruzioni per finalizzare la ricetta con i comuni utensili da cucina. Per ciò che riguarda i prezzi, sono ridotti rispetto al menu classico, ma comunque adattati alla materia prima di qualità, che fa da padrona. Quanto alla consegna, entro i 20 chilometri ce ne occupiamo noi, in macchina con un box termico. Invece, per Delivery Italia (quindi oltre i 20 chilometri) ci affidiamo a un corriere. Se nel primo caso non è prevista alcuna maggiorazione, nel secondo caso chiediamo 15 euro, un importo fisso che non dipende dall'ammontare dell'ordine. In generale, il delivery è totalmente nuovo per noi, considerando che non lo offrivamo prima della pandemia. Che ci ha costretto a entrare in questo mondo che è molto lontano da quello che noi facciamo normalmente. Tuttavia, pensiamo che questo servizio possa rimanere, soprattutto Delivery Italia. È da valutare, invece, il futuro della consegna sul territorio. Più che altro perché crediamo e speriamo che, quando la situazione migliorerà, i clienti vengano a consumare direttamente sul posto. L'augurio per tutti noi ristoratori è di poter ritornare alla normalità e di avere il maggior numero possibile di prenotazioni".

Glass Hostaria (Roma)
CHEF CRISTINA BOWERMAN

"La nostra iniziativa 'Glass a casa tua' ci permette di arrivare direttamente nelle cucine dei nostri clienti. Tutti i piatti che consegniamo a domicilio sono semilavorati o da rigenerare. L'unica eccezione è la pasta che, invece, viene cotta direttamente a casa seguendo le indicazioni che fornisco. Per il resto, sono tutte pietanze da riscaldare e poi impiattare. Ognunoi ha la possibilità di scegliere le portate che preferisce. Alcune sono state create appositamente, mentre per altre abbiamo attinto al nostro repertorio tradizionale. In entrambi i casi, comunque, rispecchiano il concept di Glass. Di certo non abbiamo diminuito gli elevati standard di qualità a cui abbiamo abituato la nostra clientela e non ci siamo messi a sfornare hamburger. Il prezzo delle portate è leggermente inferiore rispetto al consumo in presenza, come giustamente dovrebbe essere. Parliamo di poche decine di euro in meno. Per quanto riguarda il servizio delivery, ad aprile dello scorso anno abbiamo iniziato a effettuare le consegne utilizzando i taxi. Gratuitamente entro cinque chilometri dal ristorante. Altrimenti a carico dell'acquirente. Ma di solito si tratta di cifre irrisorie (quattro, cinque euro circa). A vote le distanze superano anche i 20 chilometri e, allora, la spesa ricade interamente sul cliente. I mezzi utilizzati per il trasporto sono taxi pubblici. Durante il primo lockdown, la cooperativa Pronto Taxi 6645 ha iniziato a occuparsi, in modo molto intelligente, del delivery dei ristoranti romani. Inizialmente avevano introdotto una tariffa fissa di 10 euro a consegna ma, in seguito, hanno capito che andava a loro svantaggio. Così hanno riconvertito i prezzi. Al momento, questo servizio viene offerto anche dalla linea 3570. Glass Hostaria consente anche il ritiro d'asporto. Il menu è esattamente uguale, senza nessun tipo di modifica. Ma il 99% della mia clientela preferisce, senza dubbio, la consegna a casa. Nell'arco di questi mesi mi è capitato solo in due occasioni che le persone scegliessero la modalità take away. Nel primo caso, si trattava di un cliente che durante le festività natalizie era di passaggio a Roma. Ha quindi approfittato per fare una visita al locale. Nel secondo, invece, era un abitante del quartiere. La consegna a domicilio risultava inutile. Per quanto riguarda la possibilità di offrire un servizio delivery, penso proprio che continueremo anche quando la pandemia sarà terminata. Sinceramente non vedo altra soluzione".

segue

Ristorante Sadler - Chic'n Quick (Milano)

CHEF CLAUDIO SADLER

"I piatti che offriamo all'interno del servizio delivery sono già pronti e devono essere semplicemente rigenerati. Questo perché, durante il trasporto, non possiamo garantire la temperatura ottimale. Per l'occasione, abbiamo introdotto all'interno del menu tradizionale una serie di nuove proposte, più semplici e consone alla consegna a domicilio. A esse, si affianca anche un vademecum con le indicazioni da seguire una volta che la pietanza arriva a destinazione. Tra queste, anche quelle relative all'impiattamento. Generalmente la confezione presenta un disegno o una fotografia che mostrano come assemblare correttamente il piatto. Lo preferiamo rispetto alle regole scritte, che sono invece interpretabili a proprio modo. Un ruolo di rilievo lo gioca il packaging, a cui prestiamo una marcata attenzione. Per San Valentino abbiamo creato una confezione ad hoc, mentre il delivery quotidiano presenta una serie di contenitori differenti. Tutti diversi, perché ogni piatto ha un'anima differente. Per quanto riguarda il versante economico, i prezzi non sono variati di molto. Si sono alzati leggermente di fronte alla necessità del trasporto, che comunque richiede un compenso in più. Abbiamo deciso di appoggiarci a un servizio esterno e, di conseguenza, abbiamo siglato una partnership con Cosaporto. Ma capita spesso che i clienti chiedano direttamente a noi di consegnare le pietanze. E noi li accontentiamo. Abbiamo a disposizione delle auto che ci aiutano ad arrivare a destinazione. Sicuramente continueremo a effettuare il delivery anche quando torneremo in zona bianca. Il primo lockdown ci ha imposto di attuarlo e poi, durante l'estate, abbiamo deciso di mantenerlo perché il successo era discreto. Il ritorno alla normalità comporterà una diminuzione di richieste, ma noi andremo avanti a garantire il servizio. È un canale che piace, quindi asseconderemo questa tendenza. Continuerà anche il take away, che ha suscitato consensi soprattutto durante le festività. Per l'occasione, avevamo creato un menu apposito, con cappelletti, foie gras e altre specialità natalizie. Sembravamo quasi una gastronomia".

Impronte (Bergamo)

CHEF CRISTIAN FAGONE

"Abbiamo introdotto il delivery con l'avvento della pandemia. Precisamente da Pasqua. Il servizio è stato continuativo, a eccezione dei giorni in cui abbiamo potuto alzare la saracinesca. Ora, con la recente riapertura, l'abbiamo sospeso. Tuttavia, qualora il settore lo richiedesse, non escludiamo di riattivarlo. Anche se la nostra volontà di offrire dei piatti che abbiano un racconto e che facciano vivere un'emozione al cliente ci porta verso una scelta abbastanza categorica nel non affiancare la consegna a domicilio all'esperienza al tavolo. Il nostro delivery prevedeva un menu degustazione che cambiava ogni settimana. Con delle indicazioni e un video dello chef che spiegava gli ultimi passaggi per chiudere il piatto in modo da avere la massima freschezza e fragranza. Inoltre, era disponibile anche il nostro 'Crudiamo', un crudo di pesce, composto da noi come plateau per due persone oppure combinabile dai clienti in base alle loro preferenze. Tra le proposte, anche dei fuori carta molto classici ma di estrema qualità (come catalane, grigliate di pesce e alcune portate di carne). Abbiamo deciso di non includere nel servizio le pietanze del menu ordinario, poiché sarebbe stato impossibile farle degustare come al ristorante. Non essendoci una mano esperta a ultimarle o a fornire istruzioni precise. Pertanto, abbiamo preferito studiare delle soluzioni ad hoc, che ci rispecchiassero, qualitativamente senza compromessi, ma con delle chiusure più idonee per chi non è del mestiere. Per ciò che riguarda i prezzi, abbiamo cercato di mantenerli un po' più abbordabili rispetto a quelli del ristorante (eccetto qualche proposta, come il crudo), in una fascia tra i 60 e i 70 euro. Questo è stato possibile grazie all'utilizzo di materie prime ottime ma scelte in maniera intelligente, così da permettere un *food cost* idoneo. Quanto alla consegna, che prevedeva una maggiorazione per i clienti al di fuori di Bergamo e comuni limitrofi, ce ne siamo occupati personalmente, con macchine dotate di box termici, così da poter far lavorare tutti i nostri collaboratori. Oltre al delivery, offrivamo anche un servizio take away, sempre con la medesima formula. Il menu era lo stesso, e anche il prezzo. Ovviamente non era prevista la maggiorazione della consegna".

1. continua

focus on

IL VINO ITALIANO AL CAMBIO DI STAGIONE

Per Stefano Cinelli Colombini, produttore di Montalcino, il calo di vendite in enoteche e ristoranti è almeno in parte compensato da nuovi canali ed esportazioni. Mentre le novità commerciali introdotte col Covid aiuteranno la crescita negli anni a venire.

È bastato un anno di Covid a cambiare la faccia del mercato del vino in Italia e all'estero. La crisi nel settore dei ristoranti ha dovuto spingere i produttori e gli operatori a servirsi di canali molto diversificati per vendere il vino e svuotare le cantine che, in aggiunta alla crisi già in corso da anni, col Coronavirus si sono trovate ancora più piene fuori tempo massimo. Sintesi: la vendita nelle enoteche è diminuita parecchio, mentre sono aumentati i proventi dal commercio online e quelli della consegna diretta ai privati.

Per capire meglio l'andazzo del momento, è interessante ascoltare i pareri di Stefano Cinelli Colombini, storico produttore di Montalcino. L'azienda di Colombini, Fattoria dei Barbi, è una delle più antiche del comprensorio del Brunello, e lo stesso Colombini è vicepresidente del relativo Consorzio di Tutela. Lo scorso 4 febbraio, il vignaiolo toscano affidava a facebook una lunga e articolata riflessione sullo stato economico del vino in un momento difficile come questo.

Cauto ottimismo

Bilancio? Dalle parole di Colombini si sprigiona una ventata di cauto ottimismo: "Mentre altri Consorzi emettevano comunicati stampa apocalittici su un crollo delle vendite che non c'è stato, noi abbiamo monitorato la situazione mese per mese. E siamo rimasti sbalorditi: il flusso non si è mai fermato. Nonostante il lockdown nazionale e poi mondiale, il vino si continuava a vendere". Dunque un vino come il Brunello di Montalcino, uno dei simboli italiani del lusso enologico nel mondo, ha tenuto botta? "A marzo e aprile ci sono stati cali significativi, poi è iniziata una ripresa che non si è arrestata fino a raggiungere quasi il livello normale. E non lo faceva solo il privilegiato e particolare Brunello: dalle notizie degli enti di controllo e degli altri consorzi abbiamo visto che, chi più e chi meno, quasi tutti si stavano riprendendo".

Crollo di enoteche e Horeca

Nella fattispecie, Stefano Colombini racconta anzitutto l'esperienza personale, quella della sua azienda, chiarendo comunque che non tutto è stato rose e fiori: "Nella mia azienda dividiamo fatturato e volumi per settori commerciali, per zone geografiche e per mesi, e li confrontiamo con gli anni precedenti, ma nel 2020 ho letto risultati strani. Quasi incredibili. Noi vendiamo tramite agenti in Italia da più di un secolo, e abbiamo mantenuto un fortissimo mercato nazionale con clienti stabili e affezionati, eppure abbiamo perso tantissimo. Le enoteche sono passate da un 15% o 16% nell'ultimo decennio al 3%. Lo stesso hanno fatto i ristoranti, mentre i grossisti si sono dimezzati. Una voragine. Eppure la perdita complessiva è stata scarsa, perché altri canali commerciali hanno avuto una crescita impressionante". Ad esempio, quali? "Le vendite tramite i provider internet sono aumentate del 500%, e i grossisti con consegna a privati hanno raddoppiato. L'estero è passato in un solo anno da uno stabile 40% a oltre il 55%. Nel complesso abbiamo tenuto, ma il come lo abbiamo fatto merita una riflessione. Noi siamo da sempre tra le cantine più attente ai nuovi canali commerciali, e questo ha pagato. Sono canali che paiono più 'sensibili' a una immagine forte che a offerte sotto prezzo, e forse per questo la nostra strategia di comunicazione ha dato più vantaggi. Anche la cura molto attenta dei clienti esteri ha funzionato, quando abbiamo premuto per più vendite hanno risposto molto bene". La faccenda delle offerte sotto prezzo è interessante: in questi tempi, alcuni produttori per riuscire a stare a galla hanno deciso di introdursi nel mercato Gdo dopo una presenza quasi esclusiva in Horeca. Loro comunque devono in ogni caso accordarsi alle logiche distributive e promozionali caratteristiche dei supermercati. È il caso dell'Azienda Agricola Fiamberti, dell'Oltrepò Pavese: il mese scorso, fece scalpore la vendita a soli 4,99 euro di un loro spumante rosato nei canali della Gdo. Fu il produttore a spiegare che il supermercato dov'era stata fotografata la bottiglia doveva mettere in circolo le giacenze, e che lui non aveva voce in capitolo sulla vera e propria svendita subita dal suo prodotto.

Delivery e online continueranno

Tornando a Colombini, i dati della sua azienda collimano col trend generale, a suo tempo esposto da Andrea Terraneo, presidente di Enoteche Vinarius: da un sondaggio indetto dalla stessa organizzazione, il 36% degli enotecari con mescita ha rilevato un calo di affari del 40% a partire dall'insorgenza dell'epidemia. Comunque, si tratta di esperienze di cui fare tesoro, secondo Colombini: "La vendita su internet o il delivery del vino non si ridurranno, per tanti clienti è stata una nuova comodità che non porta aggravi di costi, e le novità con queste caratteristiche tendono a crescere. Per cui noi cantine non perderemo questi nuovi volumi che ci siamo conquistati, ma con ogni probabilità torneremo a fruire di buona parte dei vecchi: si riprenderà a mangiare al ristorante, e i turisti torneranno. Secondo me, se sappiamo trovare il modo di usare al meglio i nuovi canali che sono cresciuti nella crisi e se i vecchi riprendono fiato, cose entrambe probabili, forse già dal 2021 e di certo dal 2022 il vino italiano può iniziare una nuova grande stagione".

Tommaso Farina

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

SPECIALE FORMAGGI

Dagli stagionati ai freschi, passando per gli erborinati e quelli a pasta filata. Le aziende lattiero casearie italiane propongono alla ristorazione veri e propri gioielli gastronomici: dai formaggi tradizionali a quelli più ricercati, frutto di curiosi accostamenti e lavorazioni. Tutte quante, però, condividono grande passione per la materia prima - latte scelto da stalle selezionate - e per la storia del prodotto. In un continuo dialogo tra tradizione e innovazione. Una selezione delle proposte gourmet di alcune aziende casearie italiane.

A cura di Elisa Tonussi

BEPPINO OCCELLI

Beppino Occelli propone creazioni e interpretazioni personali dei prodotti della tradizione, che nascono dal suo profondo amore per il territorio dove è nato: le Langhe e le Alpi. Dal 1976, la passione per le tradizioni casearie locali, abbinata alla sua grande creatività, gli hanno permesso di produrre un'ampia varietà di formaggi. Nel caseificio di Farigliano, un piccolo laboratorio situato in Langa, vengono prodotte soltanto specialità esclusive, alcune delle quali, come il Cusiè, maturano e si affinano per lungo tempo nelle cantine di Valcasotto, per costituire la Gran Riserva di Beppino Occelli.

www.occelli.it

OCCELLI IN FOGLIE DI CASTAGNO

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

MARIO COSTA

Il caseificio produttore di Gorgonzola dolce e piccante vanta una storia centenaria. È stato fondato nel 1919 da Mario Costa, imprenditore lungimirante e appassionato che, già nei primi anni '20, in azienda lavorava al 'Dolcificato Costa'. Nel 1999 la Mario Costa lancia quello che diventerà il proprio prodotto di punta: il Dolcificato Costa Gran Riserva. L'ambizione dell'azienda di puntare a prodotti di alta gamma si accompagna all'attenzione per la qualità e la genuinità del prodotto, che non può prescindere dalla cura e dal rispetto per l'ambiente.

www.mariocostagorgonzola.it

GORGONZOLA DOLCE DOP DOLCIFICATO COSTA GRAN RISERVA

Si tratta di un Gorgonzola dolce Dop, rigorosamente selezionato, durante le fasi di stagionatura, grazie a un affinamento prolungato di circa 10-15 giorni in più rispetto al prodotto tradizionale, che permette di raggiungere un'estrema cremosità uniforme. È un formaggio molle, grasso, a pasta cruda, prodotto esclusivamente con latte di vacca intero pastorizzato.

LATTERIA PERENZIN

Oltre 120 anni di storia e cinque generazioni di casari, custodi di antichi segreti, interpreti di saperi tradizionali e lungimiranti innovatori. Fondata a fine '800 da Domenico Perenzin, bisnonno di Emanuela Perenzin, oggi alla guida dell'azienda, Latteria Perenzin è da sempre un luogo di condivisione e promozione di idee ed emozioni. Lo storico caseificio di Bagnolo di San Pietro di Feletto oggi produce e commercializza formaggi tradizionali e biologici di capra, vacca e bufala, formaggi affinati e ubriacati, premiati in concorsi sia italiani sia internazionali.

www.perenzin.com

FORMAGGIO DI CAPRA BIO UBRIACATO AL TRAMINER

Il formaggio ubriaco si ispira all'usanza, nata secoli fa, di nascondere il formaggio nella vinaccia per sottrarlo ai saccheggiatori durante le guerre oppure al padrone della terra durante i conti di fine annata col fattore. Già nei testi antichi del Canonico di Belluno Giovanni Barpo, comunque, si narra di formaggio trattato in superficie con vinaccia al fine di avere una migliore conservazione. Infatti la vinaccia di uve rosse è ricca di tannino, conservante naturale. Realizzato con vinacce di vino Traminer, il Capra ubriacato al Traminer di Latteria Perenzin si caratterizza per il gusto dolce, sapido e dalla leggera nota acidula con cenni di piccantezza.

DELIZIOSA

Nel 1992, Giovanni D'Ambruoso decide di dare vita al suo sogno imprenditoriale: fare conoscere a tutti le straordinarie specialità casearie delle sua terra, la Puglia. Deliziosa opera in un territorio dove le vacche pascolano ancora libere tra il verde dei prati e il bianco dei muretti a secco. Qui, in un raggio di 30 chilometri dallo stabilimento Deliziosa, ogni giorno l'azienda seleziona il miglior latte fresco. Solo con una materia prima così, viene garantita l'alta qualità dei prodotti Deliziosa.

www.prodottideliziosa.it

BURRATA AFFUMICATA

La burrata affumicata è un latticino fresco lavorato a mano e prodotto con solo latte pugliese raccolto giornalmente. Teneri sfilacci di mozzarella e panna vengono avvolti in un sottile strato di mozzarella, la sua tipicità è caratterizzata dal gusto delicato ma intenso dell'affumicatura esterna, fatta con solo trucioli di legno naturali, mantenendo all'interno la sua cremosità.

GRUPPO FORMAGGI DEL TRENTINO

Trentingrana Concast, Consorzio dei caseifici sociali trentini, è un Consorzio di secondo grado che riunisce i 17 Caseifici cooperativi della Provincia Autonoma di Trento, che a loro volta associano circa 700 allevatori produttori di latte locali. L'anima commerciale del Consorzio è il Gruppo Formaggi del Trentino, organizzato nella Linea Trentingrana, di cui fa parte anche il Burro Trentino. E nella Linea Tradizionali, in cui rientrano formaggi, come ad esempio il Puzzone di Moena Dop, specifici della tradizione delle diverse vallate del Trentino. Tutti i formaggi prodotti dai caseifici associati sono realizzati solo con latte di animali – soprattutto bovine, ma anche caprini – allevati sul territorio, in piccole/medie stalle a gestione familiare (25/30 capi in media), alimentati esclusivamente con erba fresca, fieno, foraggi e con mangimi rigidamente no Ogm, senza utilizzo di insilati.

www.concast.tn.it

TRENTINGRANA 30 MESI

Novità nel panorama dell'offerta del "formaggio con la montagna nel cuore" è Trentingrana Stagionato 30 mesi, un prodotto di nicchia con cui il Consorzio Trentingrana e Gruppo formaggi del Trentino entrano a pieno titolo nella fascia più alta del mercato dei formaggi duri. Trentingrana 30 mesi racchiude in sé la qualità proveniente dalle caratteristiche della filiera e della montagna. Il Trentingrana è un formaggio completamente naturale, preparato solo con latte di montagna, sale e caglio, prodotto secondo artigianalmente secondo i metodi della tradizione. L'origine e la territorialità sono garantite dal Marchio Qualità Trentino, di cui "il formaggio con la montagna nel cuore" si fregia, mentre la filiera è assicurata dalla completa tracciabilità e dai rigorosi controlli di tutte le fasi produttive.

CASEIFICIO PALAZZO

Dal 1957 Caseificio Palazzo produce formaggi di qualità a partire da latte proveniente da selezionati allevamenti della Murgia barese. La storia della famiglia Palazzo comincia con un piccolo laboratorio a Putignano, dove si trova ancora oggi esportando in tutto il mondo attraverso una rete logistica internazionale.

www.caseificiopalazzo.com

TRECCIA DI MOZZARELLA

Intrecciata a mano dai maestri casari, la treccia di Caseificio Palazzo è ottenuta con un metodo di produzione tradizionale che prevede l'utilizzo di siero innesto, una tecnica simile a quella dell'impiego del lievito madre nella panificazione, che garantisce una minore concentrazione di lattosio e qualità organolettiche superiori. Grazie al sapore peculiare e alla lavorazione che la differenzia dagli altri formati di mozzarelle, la treccia si è aggiudicata una medaglia d'oro alla 25° edizione del World Cheese Awards 2013, unico oro nella sua categoria. Realizzata senza l'uso di caglio animale, è certificata come vegetariana dall'Associazione Italiana Vegetariana.

segue

LATTERIE VICENTINE

Latterie Vicentine è una cooperativa storica della provincia di Vicenza, che affonda le proprie radici nel lontano 1888: risale a quell'anno infatti il primo documento che attesta la presenza della 'Latteria di Bressanvido'. Ufficialmente nasce il 1° marzo 2001, pertanto questo anno Latterie Vicentine festeggia 20 anni di attività, che vedono protagonisti oltre 350 soci allevatori. Oggi Latterie Vicentine è uno dei principali player nella produzione del formaggio Asiago Dop, grazie alla materia prima di altissima qualità che proviene esclusivamente dalle aziende agricole associate. Il latte viene raccolto principalmente nelle stalle della provincia di Vicenza, oltre alle province di Verona, Padova, Treviso e Trento; viene poi lavorato e destinato al 50% alla produzione di Asiago Dop, il 35% al formaggio Grana Padano e il restante 15% al latte fresco e altri prodotti.

www.latterievicentine.it

BRENTA SELEZIONE ORO

Il formaggio Brenta Selezione Oro è un prodotto esclusivo di Latterie Vicentine. È un formaggio da tavola a pasta semicotta, realizzato solo con latte vaccino pastorizzato, raccolto nelle stalle dei soci della cooperativa. Presenta una crosta dura ma sottile, compatta di colore bianco paglierino che tende ad acquistare una maggiore consistenza e un colore più intenso con il progredire della stagionatura, dal profumo delicato con note erbacee e dal gusto inconfondibile. La lavorazione artigianale e la maturazione all'interno di una grotta naturale, per circa 12 mesi, gli conferiscono un sapore unico. Stagiona nella Grotta di Schio (Vi), un ex rifugio antiaereo della seconda guerra mondiale, ristrutturato dalla cooperativa vicentina per la stagionatura dei formaggi.

CASEIFICIO IL FIORINO

È il 1957 quando Duilio Fiorini fonda a Roccalbegna (Gr) alle pendici del Monte Amiata in Toscana, il Caseificio Il Fiorino. Oggi a guidare l'azienda sono Angela Fiorini, figlia del fondatore, e il marito Simone Sargentoni che, anno dopo anno, hanno fatto crescere il caseificio portando i suoi formaggi tra le eccellenze casearie italiane e del mondo. Tra i formaggi più famosi e richiesti del Caseificio spiccano: la Grotta del Fiorini, il Pecorino Toscano Dop, il Cacio di Caterina, i pecorini aromatizzati e la Riserva del Fondatore. Dal 2017 il Fiorino produce, con quantità limitate sul mercato, la Riserva special edition, un pecorino che nasce con gli antichi metodi della tradizione e viene affinato nella grotta di famiglia per oltre 20 mesi. Formaggi di eccellenza che hanno ricevuto decine di premi a livello nazionale e internazionale.

www.caseificioilfiorino.it

CACIO DI VENERE

Il Cacio di Venere è realizzato con latte biologico di altissima qualità, proveniente dai pascoli maremmani nei dintorni di Roccalbegna, in provincia di Grosseto, e il tartufo bianchetto biologico toscano. Stagiona circa otto mesi, ha una forma larga e non molto alta per consentire una stagionatura più compatta e omogenea. Si presenta crosta marrone chiara tendente all'ocra, occhiatura fine e regolare con evidenti tracce di tartufo. All'olfatti si avvertono profumi di latte e burro. Mentre l'aroma del tartufo è delicato e non troppo invasivo, sia all'olfatto sia al gusto. Il Cacio di Venere si caratterizza per il sapore mediamente intenso di latte e frutta secca. È evidente la dolcezza.

PALZOLA

Dalla selezione del latte alla produzione, Palzola produce Gorgonzola come una volta. Il prodotto ha ricevuto numerosi riconoscimenti ed è frutto dell'impegno di tutti coloro che operano, dalle prime ore del mattino, presso lo stabilimento, dove il latte viene lavorato subito e con attenzione, in gran parte manualmente, per porre le giuste basi di un lungo processo di produzione.

www.palzola.it

PALTUFA

Paltufa è un formaggio erborinato e cremoso con l'aggiunta di tartufo nero estivo che nasce dall'esperienza casearia di Palzola, che in tanti anni di storia ha saputo coniugare la tradizione tramandata da una generazione di casari all'altra, con l'innovazione tecnologica dei suoi moderni impianti. Questo particolare erborinato, riceve dall'azienda la massima cura in ogni minimo dettaglio, fin dal primo minuto, con il giusto dosaggio in cagliata del tartufo nero d'estate, facendo poi attenzione al percorso che lo porta a una lenta maturazione, di almeno 90 giorni, e che lo rende pronto solo quando viene verificata al tassello la sua massima cremosità. Nasce così un prodotto dalla complessità organolettica eccezionale, dove l'inconfondibile sapore e l'aroma intenso del tartufo, che ricordano il fieno e la castagna, si sposano con la cremosità e la delicata erborinatura del formaggio.

ARRIGONI BATTISTA

Arrigoni Battista Spa nasce nel 1914 a Pagazzano (Bg) ed è oggi una delle più prestigiose aziende del settore e un attore di primo piano nell'industria casearia italiana, confermandosi tra i leader nel mercato del Taleggio Dop e del Quartirolo Lombardo Dop e assumendo poi un ruolo di riferimento nella produzione del Gorgonzola Dop e nelle produzioni di freschi come Crescenza e Primosale. Il punto di forza dell'azienda è l'utilizzo di una filiera completa: dalla materia prima al prodotto finito, dalla terra e dagli allevamenti al confezionamento e alle strategie di vendita. Fondandosi sulla tutela della tradizione, muove continuamente verso l'innovazione e la ricerca. Oggi produce quattro gamme di prodotti: i Tradizionali Dop, gli Unici, i Freschi e la Linea Biologica.

www.arrigoniformaggi.it

ROSSINI

Formaggio erborinato prodotto con buon latte vaccino seguendo procedure antichissime che viene affinato per un periodo di circa due mesi in vinacce di Passito di Pantelleria. Questa lavorazione conferisce al Rossini un gusto leggermente piccante ma allo stesso tempo dolce e ricco di sentori di albicocche e mandorle, sapori e profumi tipici dell'isola siciliana. Il Rossini si accompagna perfettamente con miele montano di castagno o con confetture di arance amare e fichi mediterranei. Il Rossini fa parte degli 'Unici', proprio perché caratterizzato dall'assoluta unicità, frutto della capacità interpretativa dei casari e degli affinatori dell'azienda.

BOTALLA

L'azienda nasce nel quartiere Riva, nel cuore di Biella, ai piedi delle Alpi, dove sgorga l'acqua più leggera d'Europa. La montagna è in ogni forma di formaggio Botalla: si può assaporare nei profumi, sapori e aromi presenti in ogni fetta di formaggio. E' anche una filosofia che distingue da sempre l'azienda, quella di sostenere e salvaguardare il territorio che la circonda: il consolidato rapporto che lega l'azienda Botalla e gli allevatori è la principale testimonianza di questa importante filosofia. Tutti i formaggi Botalla vengono stagionati in cantine dove, a rendere unica ogni forma, sono le assi di abete su cui riposa il formaggio, lo speciale microclima all'interno delle celle e l'attenzione e la cura che i tecnici stagionatori gli riservano. Sono oltre 200mila le forme che maturano nelle cantine di stagionatura tra la sede storica di Biella e il nuovo stabilimento a Mongrando, dove tradizione e innovazione si uniscono: ogni forma viene lavata, spazzolata, rivoltata e lasciata riposare per poi essere selezionata e incartata.

www.botallaformaggi.com

SBIRRO

Lo Sbirro è un perfetto esempio di come nasce un formaggio Botalla. Dopo due anni di accurate ricerche, grazie all'esperienza dei maestri casari, è nato un prodotto unico che è il risultato di un connubio perfetto tra il latte e la birra. Prodotto solo con Birra Menabrea e latte piemontese proveniente da allevamenti selezionati, lo Sbirro viene affinato nelle cantine di stagionatura Botalla dove a rendere unica ogni forma sono le assi di abete su cui riposa il formaggio, lo speciale microclima all'interno delle celle e l'attenzione e la cura che i tecnici di stagionatura gli riservano. Il sapore è delicato ma con un carattere spiccato e un retrogusto piacevolmente amarognolo-luppolato di gradevole sorpresa.

segue

LATTERIA BELLAGIO

La Latteria Sociale Bellagio è una realtà cooperativa a cui conferiscono le aziende situate nel triangolo lariano. Quasi un secolo è trascorso da quando gli allevatori della zona, che a turno lavoravano il latte nei 'bait' utilizzando tessere in legno per misurare la quantità conferita e ripartire i formaggi, decisero che era venuto il momento di cercare la collaborazione di soci esterni e di costruire la loro latteria nella frazione Taronico a Bellagio (Co). Scandita dalle stagioni, a partire dal 1934, l'attività agricola di Bellagio e del triangolo lariano è stata tramandata di padre in figlio e ogni giorno rivive nei prodotti e nelle esperienze che la Latteria di Bellagio offre ogni giorno.

www.latteriabellagio.it

L'ORO DI BELLAGIO – BURRO BELLAGIO

Dalla miglior crema del latte fresco proveniente delle aziende agricole del triangolo lariano nasce l'Oro di Bellagio, burro da panna di centrifuga, fatto ancora a mano come una volta, dal maestro casaro Domenico. Una grande specialità casearia con una lunga storia di oltre 80 anni. La cura inizia dal rispetto per le vacche, tutte allevate dai soci allevatori, e dal rispetto per la loro alimentazione. Il fieno d'inverno e l'erba fresca d'estate, nel rispetto delle stagioni, concedono la loro personalità alla materia prima. La preziosa crema che si ricava dal latte fresco appena munto, viene prima pastorizzata e poi lasciata riposare per oltre 40 ore nell'apposito maturatore. Il tempo e la qualità della materia prima consentono di ottenere un burro straordinario, ricco di profumi e dal colore giallo intenso.

TONIOLO CASEARIA

La storia dell'azienda così come quella di Mauro Toniolo, che oggi la guida, si snoda in un continuo gioco di rimandi con il territorio della Pedemontana del Grappa. Toniolo, prima ancora che un'azienda, un modo diverso di pensare ai formaggi, un'idea fatta di persone con le mani nelle caldaie, i piedi ben radicati nella tradizione casearia Veneta e la testa fra le nuvole, dove i sogni prendono forma. In Toniolo Casearia tutto è fatto secondo questa precisa filosofia: garantire un prodotto di qualità artigianale, dal gusto non omologato, capace di esprimere il carattere del suo territorio ma anche del suo tempo.

www.toniolo.it

MORLACCO DEL GRAPPA

Il Morlacco Toniolo è la sintesi della storia di questo formaggio dal carattere fiero, del territorio del Monte Grappa e dell'idea di tradizione casearia che ha l'azienda. Tipico della zona della Pedemontana del Grappa, deve il suo nome a un formaggio dalle caratteristiche simili che, un tempo, arrivava dalla Morlacchia nei porti di Venezia. Prodotto anticamente 'alla Morlacca', cioè totalmente scremato e con abbondante sale, oggi è un formaggio dagli aromi particolari, morbido e di fresca complessità, con il profumo del latte e dell'erba di primavera, ottenuto unendo la cagliata in "canestri", che gli donano la sua caratteristica rigatura. Con la stagionatura, nella versione Riserva, i sapori e i profumi del latte fresco si fanno più stuzzicanti e decisi, pur restando sempre molto armoniosi.

FATTORIE FIANDINO IN PIEMONTE

Le radici di Fattorie Fiandino affondano nel 1700, quando Stefano Fiandino, antenato di Egidio e Mario Fiandino, attualmente proprietari dell'azienda, preferì le montagne alpine occitane a Milano e iniziò il primo allevamento di vacche di razza Bruna Alpina. Nel 1920 Magno Fiandino decise di rinnovare la produzione casearia, ampliarla e donarle quella dimora che oggi è conosciuta come Fattorie Fiandino a Villafalletto. Più di 200 capi di razza bruna italiana, una filiera controllata di allevatori del territorio distanti al massimo 15 km, un vero e proprio 'borgo' dove personale qualificato si prende cura del bestiame e dove Egidio e Mario Fiandino continuano la tradizione e, ancor di più, cavalcano il futuro seguendo nuove strade e una filosofia di produzione votata al benessere.

www.fattoriefiandino.it

GRAN KINARA

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

SANTANGIOLINA LATTE FATTORIE LOMBARDE

Santangiolina è una cooperativa di raccolta e trasformazione del latte nata nel 1961 che oggi conta circa 230 soci in tutta la Lombardia e Piemonte orientale. La sede storica è a San Colombano al Lambro, ma la cooperativa è cresciuta negli ultimi 15 anni acquisendo tre stabilimenti produttivi: a Cereta di Volta Mantovana dove si producono 55mila forme di Grana Padano, a Pandino che ha i suoi punti di forza nei formaggi molli di vacca e di capra e a Ballabio in Valsassina, sito specializzato nella stagionatura dei formaggi e nella produzione di burro di qualità.

www.santangiolina.com

GRANA PADANO RISERVA 'MANTOVA 449'

In un territorio ricco di storia, arte e cultura, tra la generosa pianura padana e l'anfiteatro delle colline moreniche del Garda, nasce il Grana Padano Riserva Mantova 449. Dopo oltre 20 mesi di maturazione sulle scalere, solo le migliori forme ottengono il prestigioso marchio 'Riserva'. All'assaggio risulta pregiato, con un gusto ricco e pieno. Fragrante e delicato, conserva i sentori di burro e frutta secca. Di grande digeribilità è indicato a tutte le età.

segue

CHIODO FORMAGGI

Tradizione, passione, genuinità: sono questi i valori che ispirano e guidano Chiodo Formaggi. Da tre generazioni passione e tradizione si tramandano da padre in figlio, una storia iniziata nel 1954 e che continua oggi attraverso Andrea e Stefano Chiodo ad accompagnare questa eredità di famiglia. Da sempre Chiodo Formaggi è orientata a garantire la massima qualità di tutta la filiera produttiva, offrendo solo prodotti genuini, di qualità e tanta tradizione. La gamma dei suoi prodotti spazia da formaggi prodotti con latte vaccino a quelli con latte di pecora, capra, bufala e una linea di formaggi con solo latte di razza Bruna. Attraverso tradizione, idee innovative e ricette esclusive Chiodo Formaggi si propone con una sua forte e nuova interpretazione del latte. Formaggi che si distinguono per bontà, genuinità e originalità sviluppati in stretta collaborazione con caseifici di fiducia collocati in Lombardia, Toscana e Sardegna. Formaggi capaci di raccontare e interpretare ognuno attraverso aromi e profumi il meglio della tradizione casearia italiana.

www.chiodoformaggi.it

AJO' E ORO SARDO AL TARTUFO

Il gusto deciso del pecorino e il sapore delicato del formaggio di capra si esaltano in queste due proposte in un perfetto equilibrio nelle note gustative e seducenti del tartufo nero. Sapori e tradizioni tipicamente sardi impreziositi da piccole e pregiate scaglie di tartufo nero che fanno scoprire al palato aromi unici, delicati e sorprendenti.

IGOR GORGONZOLA

Igor Gorgonzola è tra i leader nella produzione del Gorgonzola Dop. Fondata nel 1935 da Natale Leonardi, la storia, la tradizione e i valori della Igor hanno origine a Mezzomerico, in provincia di Novara. L'azienda è cresciuta costantemente negli anni, fino a diventare oggi un'industria casearia conosciuta e apprezzata in tutto il mondo. Igor è giunta oggi alla quarta generazione della famiglia Leonardi che amministra e rimane totalmente al comando, unendo l'antica e sapiente arte casearia e la più moderna innovazione tecnologica.

www.igorgorgonzola.com

GRAN RISERVA LEONARDI

Gran Riserva Leonardi nasce dalla passione e dalla tenacia di quattro generazioni e da una profonda conoscenza dell'antica arte casearia, che danno vita a un Gorgonzola dal sapore dolce e ricco di sfumature esclusive. E' prodotto con latte proveniente da aziende agricole selezionate certificate Benessere Animale in Allevamento. Il Gran Riserva Leonardi, medaglia d'oro all'ultimo World Cheese Awards, è certificato naturalmente privo di lattosio dall'associazione italiana latto-intolleranti Aili. È un Gorgonzola Premium, risultato di una lavorazione artigianale e di un'attentissima e raffinata selezione.

CASEIFICIO VAL D'AVETO

Caseificio Val d'Aveto nasce nel 1991 con lo scopo di tutelare il formaggio locale San Ste', prodotto con latte crudo bovino intero stagionato da 2 a 12 mesi. La sede è a Rezzoaglio, paese montano della Val d'Aveto, in provincia di Genova, a cavallo tra l'Emilia e la Liguria. Con gli anni aggiunge nuovi prodotti, nel rispetto della tradizione ligure, fino a giungere allo Yogurt Colato, eccellenza dell'intera produzione. Yogurt ottenuto per colatura del siero, è addensato naturalmente.

www.caseificiovaldaveto.com

LA PRESCINSÖA

La Prescinsöa è un formaggio spalmabile ottenuto da latte bovino intero pastorizzato, sale, caglio e fermenti lattici specifici, senza conservanti, leggermente acidula ottenuta per lunga fermentazione e conseguente colatura atta all' eliminazione del siero in eccesso. Tipicissima della Riviera Genovese di Levante, viene utilizzata come ingrediente per la preparazione di torte salate (torta pasqualina) per il condimento di primi piatti, per la preparazione della focaccia al formaggio, per 'allungare' il pesto genovese.

LUIGI GUFFANTI 1876

Maestri affinatori dal 1876, la ditta Luigi Guffanti, fondata ad Arona, sulle rive del lago Maggiore, si occupa da sempre di stagionare di diversi tipi di formaggio, in particolare il gorgonzola. Guffanti oggi è tra le aziende più rinomate in Italia nel campo dell'affinamento di formaggi 'di nicchia'. E svolge un ruolo importante anche nella divulgazione sull'importanza dei formaggi a latte crudo, della tutela degli alpeggi e delle piccole produzioni artigianali.

www.guffantiformaggi.com

BETTELMATT DI BETTELMATT – ESTATE 2019

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

segue

AFFINATORI DAL 1876

La famiglia Guffanti Fiori "alleva" prodotti caseari da quasi 150 anni. Un'attività che richiede passione e dedizione. Oltre alla selezione di una materia prima di elevatissima qualità.

Si definiscono 'allevatori di formaggi'. Sono i Guffanti-Fiori, dell'azienda Luigi Guffanti 1876, maestri affinatori da quasi 150 anni. La loro è una lunga storia fatta di tradizione e artigianalità, ma anche di curiosità e tenacia. Con grande attenzione alla qualità della materia prima.

La storia della Luigi Guffanti 1876 ha inizio in Valganna, sulla riva orientale del Lago Maggiore, in provincia di Varese. L'anno di fondazione è facilmente deducibile. Allora, a 26 anni, il bisnonno di Carlo Fiori, che oggi gestisce l'azienda insieme ai figli Giovanni e Davide, stagionava formaggi tradizionali all'interno di una miniera di argento ormai abbandonata. Nel tempo l'azienda si è trasferita sulla sponda occidentale del Lago Maggiore, ad Arona, affinando le proprie lavorazioni. Non si tratta di un gioco di parole: la famiglia Guffanti Fiori ha focalizzato la propria attività sulla stagionatura dei prodotti caseari. Seleziona e raccoglie i formaggi ottenuti da casari-allevatori in tutta Italia, e se ne prende cura quotidianamente nelle proprie cantine. "Li raccogliamo freschi nei luoghi di produzione e li stagioniamo in uno spazio adeguato con temperatura e umidità costanti", spiega Carlo Fiori Guffanti, titolare e vera anima dell'azienda di Arona. "La nostra materia prima è il prodotto finito per altri operatori, cioè acquistiamo un prodotto che potrebbe tecnicamente essere già immettibile sul mercato e lo portiamo a un livello di maturazione differente, più curato e ricercato. In poche parole, ci prendiamo cura dei prodotti, 'alleviamo formaggi'".

La Luigi Guffanti 1876 tratta oltre 200 tipi di formaggi, italiani ed esteri. In particolare affina le produzioni d'alpeggio a latte crudo nell'ottica di valorizzare al meglio la qualità del latte, che è legata all'alimentazione e alla qualità della vita degli animali. Infatti "migliore è il latte di partenza, tanto più è buono il formaggio", sottolinea Carlo Fiori. I criteri con cui vengono scelti i fornitori, dunque, sono semplici: l'azienda cerca innanzitutto produttori che rispettino il benessere animale, tenendo conto dell'alimentazione e dei naturali periodi di lattazione. Richiede inoltre un'elevata cura del prodotto, che è data, ad esempio, dall'utilizzo di strumenti tradizionali in legno e rame per la preparazione e lavorazione della cagliata.

Spetta, poi, alla famiglia Guffanti Fiori adattarsi al formaggio e gestirne la sua naturale evoluzione. "Il formaggio è un prodotto vivo, è frutto della coagulazione del latte, per cui si evolve, cresce, segue un cammino proprio", spiega l'affinatore. "Noi siamo 'allevatori'. Ci piace l'idea di prendere per mano il formaggio e di accompagnarlo in un percorso di crescita".

Se l'esperienza dell'affinatore è essenziale per trarre il massimo da un formaggio, un adeguato ambiente di stagionatura fa la differenza nella riuscita del prodotto finale. Carlo Fiori ce ne dà la dimostrazione, descrivendo in ogni dettaglio le sue cantine ad Arona. "La pavimentazione è in cotto e i muri sono in pietra a secco e mattoni. Anche le volte sono in mattoni con inserti in legno, recuperati dalle nostre vecchie cantine di stagionatura. La temperatura mediamente si aggira attorno ai 10-11 gradi centigradi, mentre d'estate si può arrivare a 12 gradi. L'umidità si sviluppa naturalmente ed è sempre compresa fra il 75% e il 90%". Spiega poi qual è la vera chicca delle cantine Guffanti: "Temperatura e umidità, elementi fondamentali e imprescindibili per una corretta maturazione ed evoluzione del formaggio, sono costanti perché le cantine sorgono sulla falda di un corso d'acqua, il Torrente Vevera, affluente del Lago Maggiore, che scorre nel sottosuolo lungo il perimetro dello stabile. La parte iniziale della cantina è seminterrata e scende poi a circa due metri sotto il livello del terreno".

Tra i formaggi della Luigi Guffanti 1876 spiccano produzioni a latte vaccino, bufalino, ovino, ma anche a latte misto. Sono a latte crudo, pastorizzato o termizzato. Erborinati, paste filate, duri e freschi. Spiccano anche produzioni biologiche, d'alpeggio, a caglio vegetale e Dop. Insomma, ce n'è per tutti i gusti. Ma, da buoni piemontesi, i Guffanti Fiori trovano nell'affinatura del Gorgonzola Dop e degli erborinati la loro massima soddisfazione. "È sempre meraviglioso osservare e 'guidare' l'evoluzione di questo strepitoso erborinato. Infatti, oltre al latte, al caglio e al sale, il Gorgonzola contiene il *penicillum,* una muffa nobile, un ulteriore elemento vivo, che lo rende particolarmente impegnativo. Insomma, è come un puledro di razza, che deve essere ben curato e gestito, per valorizzarne al massimo il potenziale", spiega Carlo Fiori. Non solo Gorgonzola. Negli anni l'azienda ha studiato, tra i vari, un erborinato con dei grani di caffè in crosta, elemento naturale che garantisce anche una maggiore conservazione. Dopo 120 giorni di stagionatura, il cacio esprime al palato un aroma di caffè in equilibrio con il gusto tipico del formaggio vaccino erborinato. È dedicato al santo protettore di Arona, San Carlo Borromeo: è il Sancarlone al caffè.

Allevare formaggi, insomma, "richiede passione e dedizione, pazienza e curiosità. E voglia di mettersi gioco giorno dopo giorno". Parola di Carlo Fiori Guffanti

Elisa Tonussi

segue

PALZOLA.IT

PALTUFA

PALZOLA

SQUISITO CREMOSO AL TARTUFO FIRMATO PALZOLA

guida chef / speciale formaggi

IL CARRELLO DEI SAPORI

È sempre stata una forma molto affascinante di presentare l'offerta casearia al ristorante. Col Covid in certi casi è stato messo da parte. Ma vale la pena ricordare chi l'ha elevato a gloria a sé stante.

Un'altra delle vittime designate delle precauzioni Covid al ristorante è stata purtroppo una delle cose più belle e fascinose che un cliente possa trovare in questo mondo: il carrello dei formaggi. "La bóca l'è mia straca se la sènt mia de vaca" (la bocca non è davvero sazia se non ha sentito il sapore di un formaggio, di vacca in questo caso): in questo proverbio, diffusissimo in tutto il Nord Italia in infinite varianti dialettali, c'è una verità ancestrale. Spesso si sente il desiderio di concludere un pasto non con un dolce, ma con il formaggio. E difatti, sono molti i ristoranti a proporlo: secondo un'indagine Ismea-Fipe del 2013, almeno il 44% dei ristoranti di qualità ha deciso di fare questa scelta.

Allora, le strade sono due: la piccola degustazione di formaggi al piatto, oppure la presentazione di una vasta scelta di caci su un carrello adeguatamente predisposto. Col Covid, il carrello è stato una delle vittime transitorie: con le regole sull'igiene e sul distanziamento, c'è chi ha preferito accantonarlo, almeno per adesso.

Un esempio? L'ultimo posto che abbiamo visitato ad avere un gran carrello di formaggi è un ristorante non stellato, ma censito da anni sulla guida Michelin e su tutte le principali pubblicazioni del settore: Da Manuela, a Isola Sant'Antonio (Alessandria), sulle rive del Po, al confine tra Lombardia e Piemonte. Dino e Vincenzina Papavero, quarant'anni d'esperienza, alla loro raffinata cucina basata sui pesci del fiume hanno da sempre affiancato una scelta di formaggi che fa invidia: un carrello a due piani, con una cinquantina di referenze, dalla Toma della Val Formazza al Blu di Bufala, dalla caciotta di pecora di Carezzano alla crescenza di capra, dal Quartirolo lombardo al Taleggio affinato nel vino. Ebbene: lo scorso luglio, il carrello era in esilio: "L'abbiamo messo in una stanza apposta, per via delle norme". Esiste ancora, ma non ve lo portano davanti agli occhi.

Anche Miramonti L'Altro, a Concesio (Brescia), è sempre stato un sogno per l'appassionato dei formaggi. Il ristorante bresciano ha la caratteristica riconosciuta di essere uno dei due stelle Michelin italiani più convenienti dal punto di vista del conto, ma senza che la qualità dell'esperienza ne scapiti. Philippe Léveillé è sempiterno fautore di una cucina imponente, gustosa, di tecnica francese ma di "sapere" italiano. Un transalpino come lui, coadiuvato dalla fedele compagna Daniela Piscini, non poteva rinunciare a proporre un carrello di formaggi tanto imponente da moltiplicarsi: i carrelli-formaggio, a Concesio, sono sempre stati almeno due, e spaziavano in tutta l'Italia (non solo al Nord: ricordiamo un caciocavallo da svenimento), senza peraltro dimenticare la Francia natia. Oggi, sul menù consultabile via internet appare la proposta di una "Selezione di formaggi dalla cucina": evidentemente almeno per ora si è deciso di mettere in pratica questa soluzione transitoria, in attesa che le ruote tornino a solcare le belle e grandi sale.

Altri formaggi con la stella? Angelo e Luisa Valazza, a Soriso (Novara), sono gli artefici del ristorante Al Sorriso. Oggi hanno una stella Michelin, ma anni fa erano riusciti a far parte del ristrettissimo club delle tre stelle. Anche allora, erano forse il più sottovalutato tre stelle d'Italia: poco mediatico, poco ruffiano, con una chef poco desiderosa di farsi pubblicità, magari televisiva. Eppure, la sostanza c'è sempre stata, e non viene meno neppure oggi, con piatti come il risotto Carnaroli con Palzola dolce, amaretti, zucca e aceto balsamico. L'impiego di uno dei più famosi Gorgonzola novaresi dice parecchio: i Valazza tengono il formaggio in gran conto. Al Sorriso, il carrello, provvisto di una vetrinetta regolabile a cupola, ha sempre prediletto il Piemonte: Gorgonzola, erborinati vari, robiole, tome.

Antonino Cannavacciuolo invece in televisione ci va, ma del resto ci va perché è un grande chef, non il contrario. Il Villa Crespi a Orta San Giulio (Novara) è uno dei posti più romantici che ci siano, e alla bellezza del contesto fa da contrappeso quella cucina così fascinosa, capace di sposare l'hic et nunc piemontese alle suggestioni mediterranee e meridionali nel Dna del cuoco. A tanta magnificenza, non poteva non affiancarsi un carrello di formaggi scelto con molta perizia, capace di fare la sua figura anche solo alla vista. E i carrelli dei formaggi che non correranno più? Alla fine del 2020, i gourmet più attenti versarono più di una lacrima: la faccia d'angelo di Maurizio Grange annunciò, con un comunicato quasi commovente, che la crisi-Covid lo aveva costretto a chiudere La Clusaz, a Gignod (Aosta), sul percorso che porta al Gran San Bernardo. La Clusaz, una stella Michelin, era un ristorante singolarissimo, dalla sala tutta scavata nella roccia. Il lavoro sui piatti di tradizione era encomiabile. E alla fine del pasto, non mancava mai il carrello, con le gioie degli alpeggi locali, e le Fontine valdostane estive di grande stagionatura accostate alle robiole dei più grandi affinatori del Piemonte. Ci mancherà moltissimo.

Tommaso Farina

fine

il fatto

CARLO CRACCO VA ALLA GUERRA

La querela per diffamazione sporta dallo chef veneto per un articolo uscito su un giornale veronese è stata accolta. Il giornalista che parlò di "follia di una grandeur culinaria che non è esistita" andrà a processo.

Carlo Cracco va alla guerra. E per ora, la sua guerra finisce in pareggio, anche se con un ultimo punto a suo favore. Ma di quale guerra si tratta? È semplice: la querela per diffamazione sporta dallo chef vicentino contro Achille Ottaviani, navigato giornalista e scrittore veronese, direttore responsabile del giornale La Cronaca di Verona. Il tutto, per un brevissimo corsivo non gradito. E risalente al 2016. Il fatto che solo all'inizio di febbraio 2021 il Tribunale di Verona sia addivenuto a una conclusione la dice lunga sulla snellezza e l'efficienza della giustizia italiana. Per la cronaca: secondo il gip Giuliana Franciosi, Ottaviani con quel pezzo ha travalicato i limiti che un giornalista deve porsi nell'esercizio del diritto di critica. E quindi deve andare sotto processo.

Ma come mai sulla faccenda si è espresso il gip? Cos'aveva scritto Ottaviani di tanto acuminato? Bisogna tornare all'aprile 2016, in occasione della cena di gala per i cinquant'anni del Vinitaly, svoltasi in pompa magna nella città scaligera. Il 14 di quel mese, sul sito web della Cronaca di Verona, uscì un breve corsivo non firmato, dunque attribuibile al direttore. Titolo: "Carlo Cracco che delusione!". Un pezzetto brevissimo, meno di una cartella, per parlare in gergo giornalistico. Breve ma caustico: secondo il giornalista "Menù, qualità del cibo e relative mescolanze sono state per la gran parte dei 400 vip invitati una delusione. Il commento più buono reso è stato 'migliori le patatine San Carlo di cui Cracco fa da testimonial' ". Entrando nei particolari, si citano "Risotto insipido, carne dura, verdure che non vi si abbinavano, se non nella follia di una grandeur culinaria che non è esistita". Secondo Ottaviani, inoltre, "tutti alla fine se ne sono usciti delusi, un po' affamati e tentati di entrare nei kebab limitrofi". Il giornalista si è poi soffermato sull'impressione suscitata da Cracco, che se la sarebbe tirata "neanche fosse George Clooney".

Cracco ha letto e dapprima ha abbozzato, poi i volponi di Dagospia hanno ripreso (titolando "Cracco fa crac") e la Cronaca di Verona ha comunicato il grande successo di letture e visualizzazioni conquistate dall'articolo. Lì Cracco ha perso la pazienza, e il 19 aprile 2016 si è sfogato su Facebook: "Oramai parlare male di me o attaccarmi per qualunque cosa è diventato l'hobby più ambito per ottenere più visualizzazioni o più notorietà. Un modo per fare parlare di sé insomma". Quello che Cracco non ha detto, è che ha deciso di portare in tribunale l'autore del pezzo incriminato (nel vero senso del termine).

E com'è andata? Dapprincipio, Maria Federica Ormanni, la pm assegnata al caso, nel 2017 ha chiesto l'archiviazione: esercizio legittimo del diritto di cronaca e di critica. Ma il legale di Cracco, l'avvocato Markus Werner Wiget, ha detto immediatamente quello che si sente spesso nei telefilm americani tipo Law & Order: "Obiezione vostro onore: sentito dire". In sintesi: secondo Cracco e il suo legale, Ottaviani non esercitava il diritto di critica ma scriveva sulla scorta di pareri orecchiati appunto per sentito dire, da presenti non nominati chiaramente, forse nemmeno verificabili. E quindi hanno chiesto di rinviare tutto direttamente nelle mani del giudice per le indagini preliminari. Nel frattempo, Ottaviani non tratteneva una certa soddisfazione, espressa pubblicamente in un breve articolo, per la stella Michelin persa da Cracco proprio nel 2017. Però la gioia era destinata a breve durata: ai primi di febbraio 2021, il gip Franciosi ha accolto l'obiezione di Cracco e del suo avvocato. Le motivazioni? "Il giudicante ritiene da un lato che non si possa invocare il diritto di critica, poichè l'articolo non esprime il giudizio dell'autore ma una forma espressiva indicante, all'apparenza, l'intento di volere fare la cronaca di commenti e giudizi da altri espressi; dall'altro lato che il richiamo a fonti generiche, vaghe e sostanzialmente impersonali, non controllabili, assimilabili alla vox populi, non rispetti il primo dei limiti al quale è condizionata l'operativa della scriminante del diritto di cronaca e di critica". Sintesi: scommesse annullate, si riparte, e Ottaviani va a processo. 1-1 e palla al centro.

Particolarmente interessante il dibattito suscitato dalla decisione del giudice. Sulla Stampa, una firma come Antonella Boralevi difende il collega: "Tempi duri per gli chef. Temo che la loro stella si stia appannando". Più nello specifico: "L'istituto battezzato dallo chef Cracco, la 'recensione diffamatoria', è una pacchia per chiunque produca qualunque prodotto intellettuale, artistico o di cucina soggetto a essere giudicato da critici. Per dire: quanti scrittori porteranno in tribunale i recensori che hanno criticato il loro romanzo? Quanti personaggi della Tv citeranno davanti ai giudici i recensori cattivi?". La Boralevi peraltro compie una piccola topica: poco prima sostiene che "per la prima volta nella storia del libero pensiero, il signor Cracco inventa la 'recensione diffamatoria'". Questo semplicemente non è vero. La Boralevi dovrebbe ricordare che sul suo stesso quotidiano ha sempre scritto un collega, Edoardo Raspelli, che di querele del genere, sporte da ristoratori scontenti, ne ha collezionate una trentina. Per la cronaca: sempre assolto. Ora la parola andrà ai giudici.

Tommaso Farina

STANZE-UFFICIO: GLI HOTEL SI TRASFORMANO

"Ci reinventiamo". Così gli albergatori italiani sfidano la crisi. Adattando i propri spazi per lo smart working. Per tamponare il crollo del turismo globale.

La parola 'hotel' è per tutti sinonimo di vacanza, svago, relax. Purtroppo, però, la pandemia ha inghiottito anche questa certezza. La limitazione degli spostamenti, la curva altalenante dei contagi, i divieti e la paura hanno reso tutto ciò un vago ricordo. Per gli albergatori il sapore è ancora più amaro. Meno turismo significa meno incassi. Un fatturato ridotto (se non nullo) vuol dire fallimento. Ma c'è tra loro anche chi si reinventa. E la chiave di questa trasformazione è lo smart working, scelta obbligata per molte aziende al tempo del Covid. Da qui l'idea di convertire alcune stanze dei loro hotel in uffici. Per coloro che abbiano la necessità di lavorare in un luogo fisico e attrezzato, o semplicemente per chi ne senta la mancanza. E forse hanno fatto centro. "Siamo ancora in una fase embrionale", spiega al Corriere della Sera Mauro Polmonati, general manager del Rosa Grand di Milano, "ma stiamo registrando interesse per questo tipo di offerta, riceviamo molte richieste di informazioni e di sopralluoghi".

Lo scenario

È dunque la pandemia il vero catalizzatore di questa innovazione. Se non fosse che sempre più persone si trovano costrette a lavorare da remoto e che gli albergatori devono guadagnare per vivere, forse questo fenomeno non esisterebbe o non se ne discuterebbe con tanta curiosità. I dati parlano chiaro. Il turismo è il settore che più di tutti paga gli effetti della crisi dettata dal Covid-19. Con un crollo del 70% a livello mondiale solo tra gennaio e agosto scorsi, avverte l'Omt (Organizzazione mondiale del turismo). Quanto all'Italia, l'Istat rivela che, nei primi nove mesi del 2020, c'è stata una diminuzione del 50,9% delle presenze di turisti negli esercizi ricettivi, tra cui gli hotel. Per un totale di 192 milioni di visitatori in meno. Riguardo agli stranieri, il calo sul territorio nazionale è stato pari al 68,6%. Uno scenario a dir poco catastrofico. Soprattutto per un comparto come quello alberghiero, che vive di turismo, non solo in estate. "Siamo qui di fronte a un crollo dell'85%", spiega al Corriere della Sera Maurizio Naro, presidente milanese di Federalberghi, "e per immaginare qualche prospettiva dobbiamo far scorrere il calendario fino al prossimo settembre". Ma nel frattempo bisogna agire, e gli albergatori lo hanno capito.

Stanze-ufficio su misura

Nata come evoluzione del fenomeno della *workation* (*work* più *vacation*), emerso l'estate scorsa per indicare coloro che hanno coniugato lavoro e vacanza, questa nuova tendenza degli alberghi 'ibridi' non lascia nulla al caso. Le 'smart room', così vengono chiamate, sono infatti attrezzate di tutti i must-have tipici dell'ufficio: scrivania, connessione wi-fi ad alta velocità, servizio stampa, scanner... Il cliente, poi, può scegliere tra varie formule, tutte diverse ma ugualmente pensate per offrire un'efficace esperienza di lavoro agile. Il tempo di permanenza dipende dalle esigenze di ciascuno. Mezza giornata, un giorno, una settimana, un mese. Nessun limite. Inoltre, è possibile decidere se usufruire dei servizi proposti dalla struttura: Spa, piscina, palestra, ristorante… Insomma, sono tanti i pacchetti e gli abbonamenti disponibili, per soddisfare i bisogni di tutti. Per esempio, di chi "a casa, tra bambini piccoli o impegnati con la scuola a distanza, non trova la tranquillità per lavorare", spiega Polmonati, o di coloro che devono sbrigare incarichi delicati o dedicarsi a videoconferenze importanti.

Tanti alberghi si sono già reinventati in questo senso, giocando la carta delle stanze-ufficio. Tra questi, i milanesi Starhotels, Una, Nh, Best Hotel e molti altri in tutta Italia. Ma tra i protagonisti di questa nuova realtà c'è anche DayBreakHotels, startup romana nata nel 2014 che permette di prenotare tramite il suo sito smart room presso hotel di lusso. Per un giorno, una settimana lavorativa o persino un mese. È sufficiente inserire la località per avere accesso a un'ampia gamma di alberghi affiliati, 2mila solo in Italia. "Combinando la necessità di trovare una risposta alla crisi dell'hotellerie derivata dal crollo del turismo con le nuove esigenze delle società e degli smart worker, da mesi in bilico fra Pc e famiglia", spiega Simon Botto, Ceo della startup, al sito web d'informazione Business Insider, "abbiamo pensato di attivare un servizio dedicato per rendere più facile ad aziende e professionisti la prenotazione di stanze e servizi direttamente dal nostro network di hotel". E la loro sembra essere stata la mossa vincente. Avendo registrato, dalla fine del lockdown a oggi, una crescita delle prenotazioni business del 300% e un incremento pari al 250% del numero di strutture che vogliono affiliarsi al portale.

Flessibilità, versatilità, tecnologia

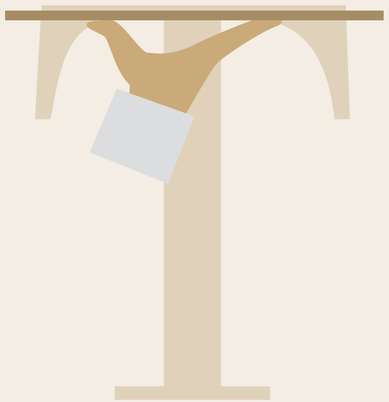
"Quello che cambia è il concetto stesso di hotel, sempre più visto non solo come struttura dove pernottare". Così Federalberghi inquadra quanto in atto, in un report in collaborazione con Ufficio Studi Gabetti e Fondazione Università Ca' Foscari. La pandemia ha davvero stravolto le abitudini di tutti, italiani compresi, manovrando i meccanismi insiti nella normalità. A partire da questo momento storico, forse, l'hotel non sarà più soltanto una struttura di villeggiatura o la location scelta per un meeting. Sarà invece, come svela il rapporto, uno spazio "liquido e poliedrico, capace di trasformarsi rinnovando contenuti e funzionalità per generare nuovo valore sociale ed economico". E affinché sia così, sono tre i requisiti fondamentali: flessibilità, versatilità e tecnologia. Solo in questo modo gli alberghi (e non solo) potranno domare la crisi e farne un punto di forza.

Giorgia Nicolini

lo stupidario

TRIPADVISOR E I NUOVI MOSTRI...

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



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

Tommaso Farina

MA DAI?
"MANGI ALL'APERTO SENZA ARIA CONDIZIONATA"

LOGICA FERREA
"SE POTETE PERMETTERVI DI SERVIRE 5 PERSONE TROVO SBAGLIATO MANTENERE 100 COPERTI"

QUASI GOL
"QUASI BELLA LOCATION"

E L'INFAMIA?
"RIASSUMEREI CON LA TIPICA FRASE 'SENZA LODE E SENZA PIETÀ'"

FOOD COST
"UN SEGGIOLONE IKEA COSTA 15 EURO, CON UN PIATTO DI PASTA VE LO RIPAGATE"

AMICI A QUATTRO ZAMPE
"NESSUN PIATTO È COMUNQUE TORNATO IN CUCINA PERCHÉ HO PERSONALMENTE PREPARATO UN DOGGY-BAG PER IL MIO PASTORE TEDESCO"

COM'È UMANO LEI
"PER PIETÀ NON LI HO DENUNCIATI"

CHE FACCIO, LASCIO?
"ATTENZIONE AFFETTATA"

ZIO PAPERONE
"PROPRIETARIO ANTIPATICO CHE SI VEDE PALESEMENTE CHE È LEGATO SOLO AL DENARO"

SFORTUNA
"SIAMO STATI SERVITI DALLA CAMERIERA PIÙ ANTIPATICA E INDISPONENTE"

DIETA DUKAN
"QUANTITA DELLE PORTATE CHE POTREBBERO ESSERE DI AIUTO A UN OBESA CHE DEVE PERDERE 30KG IN UN MESE"

DA ERGASTOLO
"I CAMERIERI VENIVANO A PRENDERE I VINI SPORGENDOSI SUL TAVOLO"

tripadvisor

LEI NON SA CHI SONO IO
"PREMETTO CHE, SENZA FALSA MODESTIA, MI CONSIDERO UNA DISCRETA CUOCA"

INNOCENTI
"UN PRIMO DI TORTELLI D'ERBETTA CHE NON AVEVANO COLPA"

TROPPI SORRISI
"SIMPATIA NON RICHIESTA IN UN RISTORANTE"

L'INTENDITORE
"NON SONO UNA PERSONA CHE SCELGO UN PIATTO IN BASE ALLA SUA IMPORTANZA SULLA CARTA, MA CONSIDERO IL SUO VALORE ATTRAVERSO DIVERSI FATTORI SENSORIALI"

A BUG'S LIFE
"FLOTTE DI CIMICI CHE VOLAVANO LIBERE NELLA SALA PER POI POSARSI SU QUALSIASI COSA"

CROMATISMI
"L'UOVO AL TARTUFO ERA DI COLORE GIALLO E NON ARANCIO COME QUELLI NOSTRANI"

TACCO 12
"PARCHEGGIO LONTANO DALL'INGRESSO CON STRADA DISASTRATA E LE SIGNORE CON I TACCHI SI ROVINANO LE SCARPE"

CHE FORTUNA
"FACCIO UNA PREMESSA NON HO MAI FATTO UNA RECENSIONE NELLA MIA VITA MA QUESTA VOLTA MI SEMBRAVA NECESSARIA"

DIMENTICANZE
"PROSEGUIAMO CON I TORTELLI VERDI E SI DIMENTICANO IL BURRO ALL'INTERNO DEL PIATTO"

SENZA CANDITI, GRAZIE
"MI SEMBRA DI ESSERE SU CANDIT-CAMERA"

SLOW FOOD
"SIAMO ARRIVATI ALLE 13.00 E IL PRANZO È TERMINATO ALLE 19.00"

RACCOLTA DIFFERENZIATA
"È PALESE CHE RICICLINO PARTE DEL CIBO"

UNNI
"LE BIBITE RICHIESTE NON C'ERANO PERCHÉ IL CAMERIERE CI RISPONDE CHE I CLIENTI DEL GIORNO PRIMA AVEVANO FINITO TUTTO"

STAI SERENO
"ATTEGGIAMENTO POCO SERENO DEL MAÎTRE"

SALONE DI BELLEZZA
"VENIAMO ACCOLTE (SI FA PER DIRE) DA UNA SINGOLARE SIG.RA DAI CAPELLI ARRUFFATI E DAL TRUCCO IMPROBABILE"

BAU BAU
"ABBAIATA DALLE RECENSIONI"

TESSERA ANNONARIA
"FORMAGGIO GRANA CONTINGENTATO"

GLOSSARIO
"TAGLIATELLE 'SGUINDOLE', CHE STA PER SCIVOLOSE E MOLLICCIE"

IN CHE SENSO?
"RAPPORTO QUALITÀ PREZZO A FAVORE DEL PREZZO"

ME TOO
"UN RAGAZZO USCITO DALLA CUCINA (PRESUMIBILMENTE IL CUOCO) INTIMA ME E LA MIA RAGAZZA A STARE AD UN METRO DI DISTANZA (CAUSA CORONAVIRUS) CON BATTUTE VOLGARI E A CHIARO SFONDO SESSUALE"

METODO MONTESSORI
"HA TENUTO AD INSEGNARCI DICENDOCI CHE A LUI I GENITORI L'HANNO CRESCIUTO A SUON DI BOTTE IN TESTA"

PIRATA BARBANERA
"OSTE CON BARBA ECCESSIVAMENTE LUNGA"

MARCHESI ANTINORI - FATTORIA ALDOBRANDESCA
"A" - TOSCANA ROSATO IGT

"A" rappresenta la scommessa della famiglia Antinori nella produzione di un vino unico di assoluta qualità. Prodotto con la migliore selezione di uve di varietà aleatico provenienti dai vigneti della Fattoria Aldobrandesca, situata a Sovana (Gr), "A" celebra e custodisce in una singola vocale la sua identità e i protagonisti che gli hanno dato vita: Aleatico, Aldobrandesca, Antinori. Il carattere spiccato dell'aleatico, uva aromatica, coltivato su terreni di origine vulcanica, dà vita a un vino delicato e dalla straordinaria eleganza, realizzato con la cura e la passione che nascono dall'amore per un territorio ricco di fascino e storia e da una varietà antica e tradizionale. Un rosato affascinante, di ispirazione provenzale, dal colore rosa tenue, caratterizzato da note di rosa canina che gli donano un'intensità aromatica inconfondibile e una straordinaria persistenza.

www.antinori.it

DONNAFUGATA
MILLE E UNA NOTTE

Mille e una Notte nasce dal sogno di Giacomo e Gabriella, i fondatori di Donnafugata, di dare vita a un grande rosso siciliano con il contributo di Giacomo Tachis, già artefice di alcuni fra i più rinomati cru d'Italia. Prodotto a pochi chilometri da palazzo Filangeri di Cutò, casa di campagna dello scrittore Tomasi di Lampedusa che nel Gattopardo lo immagina come il palazzo di Donnafugata, Mille e una Notte è frutto di un fare sartoriale che è alla base della filosofia di produzione di Donnafugata. Per realizzare questo rosso importante vengono selezionate con cura solo le migliori uve dell'anno, coltivate nella tenuta di Contessa Entellina. Mille e una notte presenta un bouquet ampio e profondo caratterizzato da note di frutta a bacca nera, delicati sentori balsamici e piacevoli nuances di cacao e vaniglia. In bocca è morbido e avvolgente, e sorprende per la grande finezza del tannino. Chiude con una notevole lunghezza gustativa. Il rosso portabandiera di Donnafugata icona di stile e di eleganza.

www.donnafugata.it

DUCA DI SALAPARUTA
DUCA ENRICO 2017

Il caldo sole dell'annata 2017 si traduce in un vino che in bocca regala profondità, struttura e personalità particolari. Il sorso si apre con un attacco ricco di acidità e tannino, ma allo stesso tempo elegante e con una grande persistenza fruttata, caratterizzata dal ritorno nitido dei sentori di marasca matura anticipati al naso. Il profumo nel calice, infatti, è quello di piccoli frutti rossi maturi, con note di vaniglia, frutta secca e tenui sentori balsamici. Duca Enrico 2017 concentra tutte le caratteristiche più tipiche del Nero d'Avola, unite alla consueta grazia che è la firma Duca di Salaparuta.

www.duca.it

CANTINA TRAMIN
TROY CHARDONNAY RISERVA

Troy è l'ultimo nato di Cantina Tramin, un vino che si confronta con i grandi Chardonnay del mondo. Nell'antica lingua locale significa 'sentiero', nome scelto per evocare il percorso compiuto, con impegno e dedizione, che consente oggi di proporre una interpretazione di questo grande vitigno internazionale, esprimendo la personalità e il carattere del territorio alpino. I vigneti con pendenze che vanno anche oltre il 30% si collocano tra 500 e 550 metri d'altezza. L'esposizione è a sud-est e gode di giornate calde e soleggiate, con forti escursioni termiche notturne e la presenza di correnti fredde provenienti dalle montagne. I terreni sono composti di ghiaia calcarea mista ad argilla. Ne è risultato un vino dal colore dorato con un'intensità e un'ampiezza di profumi che svelano immediatamente la propria origine montana, con delicati sentori floreali e agrumati, sensazioni di frutti tropicali. In bocca domina la freschezza e una piacevole mineralità salina, con un finale lungo sui toni minerali e sensazioni retro olfattive tropicali e di nocciola tostata.

www.cantinatramin.it

IL POGGIARELLO
GUTTURNIO SUPERIORE DOC PERTICATO VALANDREA

Vino ottenuto da uve barbera per il 55% e croatina (Bonarda) per il 45%. Dopo la pigiatura, vengono macerate per alcuni giorni con rimontaggi giornalieri. La fermentazione è relizzata con lieviti selezionati a temperatura di 28-30°C. Il vino è stato messo in barrique di II, III passaggio per 12 mesi. Vino dal colore rosso rubino intenso, il suo profumo fresco e maturo al tempo stesso, con la frutta e il cuoio che si fondono. Sapore consistente e ricco di frutta, la potenza alcolica si fonde nel finale di legno e liquirizia.

www.ilpoggiarellovini.it

SANTI
SANTICO - AMARONE DELLA VALPOLICELLA CLASSICO DOCG 2016

Santico, è ottenuto dalla vinificazione di uve corvina e una percentuale di rondinella, raccolte in vigneti particolarmente vocati nei comuni storici di San Pietro, Fumane e Marano. A metà settembre, qualche giorno prima dell'inizio della vendemmia, avviene la cernita rigorosa dei grappoli (25-30% del totale) raccolti a mano in plateau e lasciati appassire oltre tre mesi in locali asciutti e bene aerati; la sur-maturazione e disidratazione naturale arricchisce gli acini in concentrazione zuccherina, composti polifenolici e aromatici. Dopo la pigiatura, iniziata verso fine dicembre, segue una lunga fermentazione che permette di esaltare le peculiarità delle uve, ottenendo così vini che sono la più autentica espressione del terroir. Dopo la fermentazione il vino matura per 24 mesi in botti di rovere francese, mentre un quarto del prodotto affina per ulteriori sei mesi in tonneau di rovere francese.

www.gruppoitalianovini.it/index.cfm/it/brand/santi/

FRESCOBALDI
TENUTA PERANO CHIANTI CLASSICO DOCG 2018

Il Chianti Classico Tenuta Perano nasce sulle colline di Gaiole in Chianti, da vigneti posizionati a 500 metri s.l.m. L'esposizione sud sud-ovest e soprattutto la forma ad anfiteatro dei vigneti, favoriscono l'insolazione e concentrano il calore. L'insieme di altimetria, esposizione, configurazione e pendenza dei vigneti, rappresentano un'unicità qualitativa straordinaria, conferendo ai vini un colore violaceo brillante, profumi fruttati intensi e grande struttura tannica, permeata di un elegante vibrazione.

www.frescobaldi.com

LEONE DE CASTRIS
COLPO DI ZAPPA GIOIA DEL COLLE PRIMITIVO DOC

Colore rosso rubino intenso. Al naso fruttato con sentori floreali di viola e speziati di chiodi di garofano. In bocca risulta estremamente elegante e ben bilanciato. Tannini presenti ma non invadenti. Colpo di zappa è il primo vino di 'Donna Coletta 1886'. L'etichetta incide sulla percezione della qualità del prodotto in una narrazione che ne esalta il percorso produttivo ed evoca un particolare momento che anticipa l'esperienza del consumatore. Padre e figlio, due generazioni che si incontrano per dare vita ad un nuovo progetto imprenditoriale nel solco della tradizione, con uno sguardo verso il futuro.

www.leonedecastris.com

NINO NEGRI
5 STELLE SFURSAT - SFORZATO DI VALTELLINA DOCG 2017

Prodotto solo in condizioni stagionali ottimali, lo Sfursat 5 Stelle deriva da una selezione dei grappoli di nebbiolo (localmente chiamato Chiavennasca), da vigne coltivate sulle pendici delle Alpi Retiche, lungo la sponda destra dell'Adda, raccolti a mano e riposti in cassette in un solo strato. I grappoli vengono appassiti nel fruttaio, perdendo circa il 30% del loro peso. La pigiatura dello Sfursat avviene nel mese di dicembre. Dopo la lunga fermentazione, seguono due anni di affinamento in legno. È un vino di montagna figlio del vento, con una struttura e un corpo importanti, un profumo lungo e persistente con cui si comprende cos'è un vino da meditazione: morbidezza, profondità, corpo e una longevità di almeno 25 anni. Ha colore granato di media intensità, profumi di frutta matura e di spezie dolci. Il sapore è concentrato, estremamente bilanciato, con aristocratico fondo di mora matura e spezie.

www.gruppoitalianovini.it/index.cfm/it/brand/santi/

PASQUA VIGNETI E CANTINE
HEY FRENCH: YOU COULD HAVE MADE THIS BUT YOU DIDN'T.

Hey French: You Could Have Made This But You Didn't. Un vino il cui nome racconta il percorso di sperimentazione della cantina veronese e che insieme è anche una dichiarazione di intenti nei confronti dei grandi nomi della tradizione vitivinicola internazionale: Hey French: You Could Have Made This But You Didn't. La sfida di Pasqua Vigneti e Cantine, da sempre votata alla valorizzazione del terroir e all'utilizzo preponderante di vitigni autoctoni, è stata quella di creare più di un vino bianco, un superbianco: il risultato è un blend multi vintage di garganega, pinot bianco e sauvignon (con uve raccolte, vinificate e gelosamente conservate nelle quattro migliori vendemmie del decennio, ovvero 2013, 2015, 2016 e 2017), espressione e sintesi delle caratteristiche uniche dei vigneti da cui i provengono i grappoli, disposti su diversi appezzamenti adagiati sul fianco del Monte Calvarina, nella parte più a est dell'area del Soave. Un vino elegante e strutturato, dove la preponderanza di Garganega conferisce forte acidità e promette un potenziale di longevità, oltre che struttura e freschezza al palato. In bocca le diverse annate assemblate esprimono un susseguirsi di suggestioni e note floreali, unite a sentori di camomilla, nocciole, agrumi e frutta tropicale. A renderlo ulteriormente intrigante è anche la grafica dell'etichetta, frutto della collaborazione con l'artista con origini francesi, CB Hoyo.

www.pasqua.it

Prosciutto di Parma Gran Riserva Zuarina 24 mesi.
Profumo intenso. Grande e persistente dolcezza.
In osso, disossato e in elegante vaschetta premium da 90 g.

ZUARINA®

Generazioni di cose buone

Tradizione, alta qualità e artigianalità italiana.

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

www.zuarina.it