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

2024 - NUMERO #02

LUXURY FOOD & BEVERAGE *Magazine*

cover story

“Insieme agli chef per valorizzare il Grana Padano”

Ha una storia millenaria. Ed è il formaggio Dop più consumato al mondo. Tra i fautori del suo successo? I cuochi, che sanno esaltarne le caratteristiche. Intervista a Stefano Berni, direttore del Consorzio di tutela.

IN FOTO: STEFANO BERNI

REPORTAGE
TASTE CRESCE. E PIACE SEMPRE DI PIÙ

ATTUALITÀ
PAGARE PER NON DORMIRE

FACE TO FACE
SIGNORVINO IN PARIS

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 mensile
Poste Italiane S.P.A. - Spedizione Abbonamento Postale D.L. 353/2003 Conv. in L 46/2004 Art. 1 - Comma 1 - LO/MI - Stampa: Alphaprint - Busto Arsizio (VA) - Una copia 1,00 euro - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi.

EDITORIALE

Gara a cronometro o turno in fabbrica?

"I turni si fanno in fabbrica". Lapidario come il giovinetto della fiaba de *I vestiti nuovi dell'imperatore*, ci voleva Marco Rizzo, politico tra i fondatori di Rifondazione Comunista, prima, e del Partito dei comunisti italiani, poi, a sparigliare le carte nel mondo della comunicazione social della ristorazione. A commento di un articolo della testata Reporter Gourmet sulla reazione costernata di un ristoratore spagnolo, sconvolto da un cliente che non voleva accettare il 'doppio turno', il politico piemontese su Facebook è entrato a gamba tesa, evocando il mondo operaista: si timbra il cartellino in fabbrica, al ristorante non è proprio il caso.

Tra l'altro, la faccenda è venuta fuori nel podcast degli ispanici Jose Hita e Nacho Martin. Si chiama La Estrella, e in pratica fa quello che facciamo noi col nostro Stupidario dei nuovi mostri: prende le recensioni più stravaganti uscite su Tripadvisor e le commenta. In questo caso, c'erano clienti inviperiti per essere stati costretti ad alzarsi anzitempo, a causa del sopraggiungere della seconda ondata di commensali al loro tavolo. Il ristoratore si schermisce, facendo presente che il limite temporale era stato in qualche modo comunicato. Insomma: il classico caso in cui tutti hanno ragione, a modo proprio. Certo, se il ristorante li aveva davvero avvisati e loro hanno voluto fare orecchie da mercante, le cose si complicano.

Personalmente, la turnazione al ristorante è qualcosa che capisco, ma che mi è sempre piaciuta poco. Fin da prima che, vent'anni fa, io stesso facessi parte della Guida dell'Espresso come ispettore, la pratica dei due turni, se attuata, veniva stigmatizzata su quelle pagine. Ma quelle erano ancora pagine dove c'erano altre cosette carine, tipo le recensioni coi voti negativi, oggi pressoché inesistenti.

Certi ristoranti, addirittura, mettono la tempistica entro cui si deve liberare il tavolo. Cenare con il cronometro sta diventando, a quanto pare, una nuova specialità olimpica. Noi capiamo tutto. Capiamo che un ristoratore abbia esigenze. Ma allora, perché non dire chiaramente come stanno le cose, ossia che si fa questo per riuscire ad avere più clienti? Non è mica un disonore, anzi è una pratica commerciale onesta. Perché vergognarsene? Io, come cliente, amo i posti vecchia scuola: quelli, peraltro largamente maggioritari, in cui puoi prenotare e al telefono ti chiedono "A che ora?", e puoi decidere di andarci alle 7.30, alle 8, alle 8.45 a tua discrezione. Se non c'è posto, il ristoratore te lo dice, pace e amen. Se la sala è al completo, magari te lo comunicano prima ancora di chiederti un orario, perché non vogliono costringere i commensali già prenotati a correre i 110 metri ostacoli per fare luogo a chi arriva dopo. Ristoratori che, a quanto pare, antepongono la felicità e la tranquillità di chi mangia alla sicurezza di un incasso in più. Per carità: ambedue le scelte sono ampiamente legittime, lo abbiamo già detto. Ma la faccenda del turno istilla in molti un senso di disagio, se non proprio di autentica ansia. Poi, è chiaro: se si tratta di un posto gastronomicamente trascendentale, in certi casi si può anche soprassedere e stare al gioco, certi che quasi sicuramente si starà bene lo stesso.

Marco Rizzo è politico tra i meno conformisti: lui, "comunista così" come Mario Brega nel film di Verdone, una volta venne svillaneggiato con scritte sui muri che dicevano "Rizzo pelato / Servo della NATO", per la sua non-opposizione all'intervento in Kosovo nel 1999. Oggi, capita persino che il comunista dichiarato Rizzo venga molto apprezzato perfino da gente più o meno di destra. La sua irruzione sul post facebookaro di Reporter Gourmet non ha suscitato moltissimi commenti, ma molte approvazioni sì. E questo alla faccia del commento di un'altra persona, del mestiere: "Se proprio fanno storie... Meglio un cliente in meno che un casino in sala...".

Tommaso Farina

vb-creative.it

CURCUMELLA, NUOVO SAPORE DA ANTICHE PASSIONI

Quando il latte 100% piemontese incontra la curcuma, spezia intensa
ma gentile, ecco nascere un formaggio dal gusto unico ed equilibrato.
Le sue caratteristiche sono esaltate dalla lunga stagionatura
su assi di abete, eseguita secondo tradizione.
Capace di stupire ad ogni assaggio come se fosse il primo.

FORMAGGI DI FAMIGLIA

FORMAGGI Botalla BIELLA 1947

www.botallaformaggi.com

MENU

COVER STORY

STEFANO BERNI

“INSIEME AGLI CHEF PER VALORIZZARE IL GRANA PADANO”
10-11

ZOOM

“GIOVANI E SCANSAFATICHE A CHI?”
16-17

FOOD

SE LA BRESAOLA È FATTA... CON IL TONNO
25

REPORTAGE

TASTE CRESCE. E PIACE SEMPRE DI PIÙ
12-15

GUIDA CHEF

SPECIALE FORMAGGI
28-37

SCENARI

CARNE COLTIVATA? SÌ, NO, FORSE...
18-19

DISCOVER

MANZO ALL’OLIO, IL RITO SECOLARE DELLA FRANCIACORTA
8

FOCUS ON

RICCI DI MARE, CACAO E INTELLIGENZA ARTIFICIALE
24

FATE TO FACE

LUCA PIZZIGHELLA

SIGNORVINO IN PARIS
26-27

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 06 - N.2 - 2024 - Periodico mensile - Registrazione al Trib. di Milano n° 203 dell’11 settembre 2019
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158 del 21 aprile 2005

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

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

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

Pubblicazioni Edizioni Turbo
Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, DS DolciSalati & Consumi, Grocery & Consumi,
Vini & Consumi, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage, b2B beautyToBusiness,
Hc Home Care, TGTuttogiocattoli, www.luxuryfb.com, www.alimentando.info, www.tgtuttogiocattoli.it
Chiuso in redazione il 22 febbraio 2024

FLASH

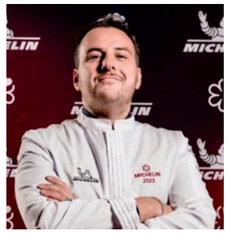
MARRIOTT INTERNATIONAL CHIUDE IL 2023 CON DATI IN CRESCITA

Marriott International chiude il quarto trimestre del 2023 con dati in crescita. E conclude l’anno confermando la solidità dei propri risultati finanziari. In particolare, il gruppo ha chiuso il trimestre con un aumento del 7% del fatturato generato per camera disponibile. E nei mercati internazionali è cresciuto del 17% rispetto allo stesso periodo nel 2022, soprattutto nell’Asia del Pacifico e in Europa. Quanto all’andamento del 2023, Marriott ha aggiunto 558 proprietà (81.281 camere) al suo portafoglio mondiale. 63 proprietà (9.430 camere) sono uscite da Marriott, che alla fine dell’anno contava quasi 8.800 proprietà, con oltre 1.597mila camere. A fine anno, risultavano in fase di sviluppo 3.379 proprietà e circa 573mila camere, tra cui 126 proprietà e più di 21mila camere approvate ma non ancora soggette a contratto firmato. 1.066 proprietà con 232mila camere erano invece in costruzione.

“La forza del nostro programma fedeltà Marriott Bonvoy continua a crescere, con 196 milioni di membri a fine anno. Abbiamo continuato a sfruttare il nostro portafoglio globale e abbiamo ampliato la nostra offerta di carte di credito co-brand, con 31 carte ora in 11 Paesi. Nel 2023, la spesa globale con le carte è aumentata di ben l’11% rispetto all’anno precedente”, ha dichiarato in una nota Anthony Capuano, presidente e Ceo di Marriott International.

IL RITORNO DI CHEF MARCO STAGI: APRE A MARZO IL RISTORANTE METODO

Un nuovo progetto per lo chef Marco Stagi. Dopo il divorzio con il ristorante Bolle di Lallio a inizio anno, è arrivata la notizia, riportata dall’edizione bergamasca del Corriere della Sera, che lo chef sarà titolare delle cucine di Metodo, ristorante che completerà l’offerta del B&B la Torre Medievale a Marne, frazione del comune di Filago, in provincia di Bergamo. Stagi avrebbe costituito una società di gestione con Rossella Trotola, proprietaria del B&B di charme. Da quanto trapela, Metodo avrà un’atmosfera intima: saranno disponibili 7-8 tavoli per circa una ventina di coperti. Proporrà una cucina “diretta e concreta”, che sarà declinata in due percorsi degustazione da cinque o sette portate, oltre che in una breve selezione di piatti alla carta. Metodo, secondo quanto si legge, aprirà a inizio marzo.


MARCO STAGI

CHIUSO IL BISTROT DI CANNAVACCIUOLO A NOVARA?

Il Cannavacciuolo Bistrot di Novara non apre dallo scorso 30 dicembre, quando ha chiuso per la pausa invernale. E le voci sul web si fanno più insistenti: che il locale abbia abbassato le serrande definitivamente? Ne parlano le testate Dissapore e La Voce di Novara, che fanno presente che pure l'ultimo post social del ristorante risale ormai a dicembre. Riportano inoltre una dichiarazione dell'assessore al Commercio di Novara, Marina Chiarelli, che fa chiarezza: "Cannavacciuolo Bistrot di Novara è ancora chiuso per la pausa invernale. La proprietà sta facendo delle valutazioni su un eventuale cambio di format/offerta del locale", spiega. "Tra il Comune e l'azienda ci sono state delle interlocuzioni. Si sa che è in corso una trattativa per modificare la proposta o per la cessione a un marchio noto di pari livello. Entrambe sono soluzioni ragionevoli". Ricordiamo che Vincenzo Manicone, storico chef del Bistrot, dopo 12 anni, ha lasciato il Gruppo Cannavacciuolo per dirigersi, in veste di executive chef al Ristorante Tancredi di Sirmione sul Garda.

PIETRO LEEMANN LASCERÀ IL JOIA: LA GUIDA DEL RISTORANTE VA AGLI CHEF DI CUCINA RICCI E MINGHINI

Pietro Leemann lascerà il Joia, lo storico ristorante vegetariano stella Michelin dal 1996 e insignito anche della stella verde. Ne lascerà la guida agli chef di cucina Sauro Ricci e Raffaele Minghini.

Leemann, che aveva già annunciato a Cook il suo probabile abbandono per dedicarsi alla scrittura di un romanzo, afferma che il ristorante manterrà lo standard di qualità e i principi che lo caratterizzano. "Nulla cambierà, se non in meglio", ha commentato, "Sauro Ricci e Raffaele Minghini hanno condiviso il percorso del Joia con il mio stesso passo. Sono stati, insieme a me, artefici e protagonisti di tutti i menù creati negli ultimi otto anni".

APRIRÀ AD APRILE IL NUOVO RISTORANTE VEGETARIANO DI SAN PATRIGNANO

Aprirà ad aprile il nuovo ristorante completamente vegetariano di San Patrignano, la comunità, fondata da Vincenzo Muccioli, per ragazzi con problemi di dipendenza. Giuseppe Biuso, chef di Vite, il locale gourmet di San Patrignano, aveva già svelato qualche anticipazione in un'intervista rilasciata al nostro magazine. Si tratterà di un ristorante con sala e brigata autonome, pur sorgendo all'interno della stessa realtà. Biuso stesso, che per otto anni ha gestito le cucine del ristorante Il Cappero, ottenendo la stella Michelin, e che da novembre è chef di Vite, ne curerà la proposta gastronomica, che, tra le altre cose, includerà le alghe. L'obiettivo era di inaugurare prima dell'estate. E così sarà: chef Biuso ci ha fatto sapere che l'apertura è prevista per il mese di aprile. Non c'è ancora alcuna ufficialità in merito al nome del ristorante. Ci fa sapere Biuso: "L'idea è di chiamarlo Talea, che è il frammento di una pianta trapiantato per farne crescere una seconda. Il ristorante sarà dunque una talea di Vite".

NEL 2023 INVESTITI 714 MLN EURO NEI CINQUE STELLE LUSSO. CRESCE L'INTERESSE PER I RESORT

Nel 2023 i gruppi internazionali dell'hospitality hanno investito 1,6 miliardi di euro in Italia. Il dato è in linea con il trend 2022, ma ancora inferiore al 2019. L'ultimo trimestre, però, ha visto un'accelerazione delle transazioni, pari al 58% dell'intero volume annuo. Questi i dati che emergono dal rapporto EY sul mercato alberghiero nel 2023.

In maggiore dettaglio, il valore delle transazioni nel segmento degli hotel cinque stelle lusso ha toccato i 714 milioni di euro con 12 operazioni. Sono aumentate, poi, le manovre che coinvolgono piccole strutture, a evidenziare una sempre maggiore concentrazione nel settore alberghiero italiano. Il 46% delle operazioni, infine, è stato definito per investimenti value add. Commenta Marco Zalamena, head of hospitality di EY Italia, su Il Sole 24 Ore: "Ci aspettiamo una conferma dell'interesse da parte degli investitori verso il mercato resort, che ha avuto negli ultimi anni significativi incrementi di performance e presenta maggiori opportunità di riposizionamento verso cinque stelle e lusso e rebranding del prodotto alberghiero".

Roma è la città che ha raccolto il maggior numero di investimenti con 412 milioni di euro, necessari a colmare il vuoto tra la domanda e l'offerta di strutture di lusso. Seguono Milano, Firenze e Venezia. Scarseggiano, comunque, nelle destinazioni top, le proprietà disponibili sul mercato.

NH, UN 2023 DA RECORD: FATTURATO A 2,16 MILIARDI DI EURO

2,16 miliardi di euro: a tanto ammonta il fatturato 2023 di Nh Hotel Group, insegna alberghiera che fa parte del gruppo spagnolo Minor Hotels. Si tratta di una crescita pari a +23% sul 2022 e del +26% sul 2019. Il profitto ha dunque toccato i 128,1 milioni di euro (+27,7% sul 2022). Un record, in termini di guadagni netti, per il marchio, che già a novembre aveva anticipato l'ottimo andamento dell'anno che stava per concludersi. E' legato sopratutto all'ampliamento del portfolio, al controllo dei costi e a un incremento del 13% della tariffa media giornaliera (Adr), nonché dell'occupazione. Anche l'Ebitda è cresciuto, arrivando a 596 milioni di euro (+15% sul 2022). Ai numeri positivi per fatturato e ricavi, Nh Hotel Group ha pure affiancato un calo del debito netto, sceso a 264 milioni. Il gruppo fa sapere che i segnali dal mercato alberghiero rimangono positivi per il 2024: la domanda sarà solida e ci sarà un sostanziale incremento nel numero di viaggi internazionali e di business.

RADISSON HOTEL PUNTA SULL'ITALIA: SETTE APERTURE ENTRO IL 2025

Radisson Hotel Group accelera sull'Italia e punta sempre più sul nostro Paese, che diventerà il primo mercato al mondo con il maggior numero di hotel di lusso targati Radisson Collection, ovvero il brand top di gamma del gruppo. Come spiega a Pambianco Hotellerie Mauro Vinci, vice presidente e business development Italia del gruppo che fa capo alla cinese Jin Jiang International Holdings: "Radisson ha firmato negli ultimi 12 mesi in Italia cinque hotel e resort e sette aperture sono previste nel Paese entro la fine del 2025, aggiungendo oltre 1.200 camere al nostro portafoglio italiano. Si tratta di un contributo notevole al record stabilito dal gruppo nel 2023. Il primo della serie di aperture è Radisson Collection Hotel, Roma Antica, il secondo hotel Radisson Collection a Roma, situato nel centro storico della città, vicino all'iconica Piazza Venezia".

Con oltre 250 acquisizioni e aperture nel 2023, Radisson Hotel Group continua la sua corsa e ha raggiunto un nuovo record aziendale con l'aggiunta del maggior numero di chiavi al proprio portafoglio: oltre 30mila. Inoltre, per il 12esimo anno consecutivo, il brand di punta del Gruppo, Radisson Blu, continua a essere il più grande marchio di fascia alta in Europa, come spiega una nota. Interessante anche la crescita globale del marchio di lifestyle premium art'otel, in collaborazione con la società immobiliare Pphe, il cui sviluppo prevede nuove aperture a Roma e Londra Hoxton.

DISCOVER

MANZO ALL'OLIO, IL RITO SECOLARE DELLA FRANCIACORTA

Prima delle bollicine, a Rovato e dintorni, l'attrattiva era la carne. Con una fiera che si svolge dal 1868. E ancora oggi, il principale piatto del territorio è amatissimo anche dagli chef stellati.

Franciacorta, terra di bollicine, di spumanti che crescono sempre di più in qualità e successo: oggi è così che è conosciuto il lembo di terra bresciana che si stende tra il lago d'Iseo e il Monte Orfano. Eppure non è sempre stato così. Prima che l'intuizione di Franco Ziliani convinse Guido Berlucchi a fare spumanti a metodo classico sulla suggestione dello Champagne (la prima bottiglia è datata 1961), da queste parti furoreggiava la carne. E anche oggi, la tradizione di vitelli e manzi non se la passa male nel microcosmo franciacortino.

Basti ricordare che a Rovato (Brescia), una delle capitali della Franciacorta, la prima edizione della fiera del bestiame ebbe luogo nel 1868, quando ancora Roma apparteneva allo Stato Pontificio. E da allora, la vocazione di questa landa per l'allevamento e il commercio bovino non è mai venuta meno. A breve, nella stessa Rovato, tra il 16 e il 18 marzo, andrà in scena Lombardia Carne, che non è altro che la versione moderna della fiera di cui sopra, giunta all'edizione numero 133. Ma del resto, ancor prima della manifestazione istituzionalizzata a fine Ottocento, da queste parti i commerci bovini sono documentati almeno dal 1480.

Una simile consuetudine non poteva non riverberarsi sulle tradizioni culinarie. E ancora oggi, il piatto principe di Rovato e dell'intera Franciacorta è il semplicissimo, elementare ma ghiottissimo manzo all'olio: una pietanza popolare che ha solleticato i palati dei grandi chef, se ricordiamo che Stefano Cerveni, patron dello stellato Due Colombe, piuttosto che togliere dal suo menù il manzo all'olio preferirebbe ritirarsi a vita privata. A Rovato si trova manzo all'olio ovunque: nei ristoranti, nelle trattorie e soprattutto nelle case. Difatti, il prossimo 26 marzo la cittadinanza si godrà il Galà del Manzo all'Olio, un concorso aperto a chiunque voglia farne assaggiare la sua versione, con l'obiettivo di vincere la palma della migliore. E non è tutto: dal 2017, il manzo all'olio ha ottenuto il riconoscimento della Denominazione Comunale (De.Co.), con tanto di ricetta codificata e firmata dal sindaco Tiziano Belotti.

Come si prepara? Ci vuole un gran pezzo di manzo, anzitutto: preferibile il cappello del prete, che dopo sapiente cottura si può quasi mangiare col cucchiaio, tanto è morbido. Poi ci vogliono poche cose: olio extravergine d'oliva, aglio, pangrattato, acciughe, prezzemolo e acqua. Non stupisca la presenza dell'acciuga: da queste parti era un ingrediente usuale, portato dai mercanti itineranti. Anzi, era uno dei due pesci che qui, prima dell'epoca moderna dei trasporti, la gente comune potesse mangiare: l'altro era il baccalà, che a Brescia veniva fritto in pastella e si chiama ancora Bertagnì. Il pezzo di cappello da prete si rosola a fuoco alto in un grande tegame con olio, aglio e acciughe. Dopo la rosolatura, la pentola si riempie di acqua e di altro olio, in proporzione di tre parti a una, poi si abbassa la fiamma e si cuoce lentamente per circa tre ore. E per capire quando è cotto? "È semplice: lo tocchi con la forchetta, e quando ha la consistenza del tonno in scatola, è pronto": parola di Pierluigi Toscani, patron e chef della Birreria La Loggia, dove non serve solo birra ma celebra il rito del manzo all'olio, tanto che con l'intingolo cremoso e ricco che ne consegue ama condire anche la pasta (ideali i maccheroni) o farci un risotto. Il pangrattato difatti entra in gioco al momento di addensare il sugo. Il pezzo di carne, fatto riposare per una notte, viene poi ripassato nella pentola assieme al sugo, poi tagliato in fette di medio spessore e irrorato col medesimo. E poi? E poi si mangia, con la polenta o il purè di patate.

La materia prima a Rovato è garantita da varie macellerie storiche: per esempio, quella di Valentino Guarneri, oggi mandata avanti dal figlio Andrea; oppure, quella di Federico Fossati, nei pressi della stazione ferroviaria. La carne è spesso di razza Limousine: nei pressi, a Calino, c'è l'allevamento dell'Azienda Agricola Priore, che ospita circa 400 mucche. Abbinamento? Un Franciacorta rosé.

Tommaso Farina

IL PIATTO DI MANZO ALL'OLIO

FEDERICO FOSSATI

PIERLUIGI TOSCANI

COVER STORY

“INSIEME AGLI CHEF PER VALORIZZARE IL GRANA PADANO”

Ha una storia millenaria. Ed è il formaggio Dop più consumato al mondo. Tra i fautori del suo successo? I cuochi, che sanno esaltarne le caratteristiche. Intervista a Stefano Berni, direttore del Consorzio di tutela.

STEFANO BERNI

Il Grana Padano ha una storia millenaria: le prime forme vennero prodotte dai monaci cistercensi dell’Abbazia di Chiaravalle, nei pressi di Milano, per utilizzare il latte in eccesso prodotto in estate. E oggi è il formaggio Dop più consumato al mondo. Ma non è certo un caso che sia così. A un formaggio di eccellenza, si affianca il preziosissimo lavoro di chi lo sa valorizzare in cucina: gli chef naturalmente, essenziali per renderlo noto all’estero, ma anche per introdurlo, nelle sue diverse stagionature, in ricette innovative. È per questo motivo che il Consorzio di tutela sta avviando una collaborazione con la Fipe – Federazione italiana dei pubblici esercizi, spingendo affinché nei menù dei ristoranti venga indicata anche l’origine dei formaggi Dop serviti. Ne abbiamo parlato con Stefano Berni, direttore del Consorzio.

Cos’è per lei il Grana Padano?

È il formaggio Dop più consumato al mondo. E pure il meno grasso.

E poi?

È la mia passione e la mia vita professionale. Anche perché ormai faccio parte dell’arredamento: è da 26 anni che sono nel Consorzio! Il Consiglio di amministrazione mi ha fatto l’onore di chiedermi di rimanere fino a fine 2025, quando compirò 70 anni. E resterò, se la salute me lo consentirà. Poi mi dedicherò alla pesca, la mia grande passione. Con la mia barca mi muovo tra le due sponde del Po, che separano le aree di produzione di Grana Padano e Parmigiano Reggiano: sono testimonial delle inesistenti differenze tra i due territori da cui derivano le due più importanti Dop mondiali.

Quali sono le performance della Dop nella ristorazione italiana?

Occorre in questo caso riconoscere due tipi di ristorazione. Una veloce, da scontrino basso, che registra i volumi maggiori. E una ‘slow’, che valorizza la Dop, indicandone l’uso nel proprio menù, utilizzandola nelle preparazioni e valorizzandone le diverse stagionature. L’uso di formaggi similari nella ristorazione, però, supera il 50%. Stiamo dunque spingendo verso una collaborazione con il settore, soprattutto con i locali che servono un elevato numero di coperti, affinché venga indicata l’origine del formaggio utilizzato. Si consideri che gli italiani spendono 90 miliardi di euro all’anno in pasti fuori casa. Si tratta di numeri molto rilevanti, in crescita dopo il Covid, che rappresentano per la Dop un’opportunità di crescita.

A che punto siete con la proposta di legge che imposterebbe l'obblico ai ristoratori di indicare in menù l’origine dei formaggi utilizzati in cucina?

Lo avevamo chiesto. E stiamo continuando a chiederlo. Ma ci arriveremo, perché i consumatori pretendono sempre di più di essere informati per fare scelte consapevoli. Abbiamo fatto dei sondaggi presso i consumatori ed è risultato evidente che sarebbero felici di avere più notizie sugli ingredienti usati per preparare i piatti che vengono loro serviti.

Il Grana Padano ha una storia millenaria, ci racconti il legame tra la Dop e la cultura, la storia e la tradizione italiana.

Il Grana Padano è nato nel 1135 come prodotto anti-spreco. I monaci cistercensi dell’Abbazia di Chiaravalle si chiedevano come mantenere nel tempo le proprietà nutritive del latte, all’epoca abbondante in primavera ed estate, quando avveniva la fienagione. Si inventarono dunque una lavorazione che dava vita a un formaggio grana. La resero quindi nota negli altri monasteri, che sono stati tra i primi esempi di organizzazione nella gestione dei suoli, delle bonifiche e delle coltivazione. Il legame con il territorio è dunque solidissimo. Ed è per questa ragione che la sede della Fondazione Grana Padano, che svolge attività di charity, ha sede presso l’Abbazia di Chiaravalle.

Questo stesso legame è stato raccontato in una mostra, giusto?

Esatto. Si intitola ‘Il gusto del quotidiano’. L’abbiamo allestita nel corso del Meeting di Rimini ad agosto e stiamo cercando di portarla nelle città più significative dei territori d’origine del Grana Padano: Milano, Brescia, Mantova, Cremona, Vicenza e Padova. L’intenzione, poi, è di portarla in via permanente presso la Grana Padano Experience, che abbiamo pensato di realizzare in un’ampia area all’interno della sede del Consorzio a Desenzano del Garda.

Torniamo alla storia del Grana Padano: e dopo i monaci cistercensi?

Mi piace sempre ricordare che tra i capostipiti della Dop possiamo annoverare perfino Giuseppe Verdi! Il musicista ha vissuto lunga parte della sua vita nel piacentino, a Villa Verdi. Qui, oltre a scrivere la sua musica, allevava vacche, il cui latte veniva trasformato in Grana Piacentino, che nel 1954, assieme alle altre tipologie provinciali - mantovano, bresciano, cremonese, lodigiano -, è stato riconosciuto come Grana Padano Dop. Abbiamo pure pubblicato un libro, in cui raccontiamo di Verdi in quanto agricoltore e zootecnico. Vorremmo ora realizzare perfino un film, in cui ci piacerebbe far emergere pure le sue abilità di imprenditore agricolo.

Quale ruolo possono giocare gli chef nella valorizzazione delle Dop?

Sono fondamentali. Le Dop si valorizzano anche attraverso le loro modalità d’uso, possono dunque insegnare tecniche e accostamenti originali rispetto alle ricette tradizionali. Inoltre sono in grado di suggerire quali siano le migliori stagionature per ciascun piatto. Si spazia dal 10 mesi al 24 mesi: sono prodotti incredibilmente diversi fra loro. All’estero, gli chef sono ancora più importanti.

In quale modo?

È grazie al loro lavoro che siamo diventati la Dop più consumata al mondo. Hanno reso noto il Grana Padano. In questo momento, ad esempio, abbiamo all’attivo una collaborazione con lo chef Francesco Romano a Dubai, che sta ‘*ingranapadanando*’ tutti: stiamo avendo un successo strepitoso.

Visto il ruolo degli chef nella valorizzazione del Grana Padano, avete in programma iniziative che li coinvolgano?

Come dicevo, stiamo riattivando con la Fipe un progetto che era stato interrotto a causa del Covid. Vogliamo creare con gli chef associati dei piatti in cui vengano valorizzate le diverse stagionature del Grana Padano. Attribuiremo così ai ristoranti un ruolo educativo. Trovo infatti che il grande successo della Dop sia legato a una forma di indolenza del consumatore, che tende a prediligere le brevi stagionature nel formato già grattugiato. Questa indolenza, se da una parte ci ha aiutati nella crescita dei volumi, porta con sé il rischio che si appiattisca il gusto dei consumatori. E’ importante, invece, valorizzare pure le stagionature più prolungate, che rappresentano l’eccellenza. E gli chef possono aiutarci a tenere alto il valore del prodotto e a non banalizzarlo.

Angelo Frigerio

TASTE CRESCE. E PIACE SEMPRE DI PIÙ

Al salone del mangiar bene di Firenze, dal 3 al 6 febbraio, sono giunti oltre 11mila visitatori. Per scoprire le proposte di più di 600 aziende. Un vero successo per la manifestazione di Pitti Immagine.

Dai nostri inviati: Matteo Manenti, Dante Zamin, Matteo Napolitano

"Confidiamo che professionisti e visitatori non mancheranno", ci aveva timidamente confidato Agostino Poletto, il direttore generale di Pitti Immagine, organizzatore del salone enogastronomico Taste, che si è svolto a Firenze dal 3 al 6 febbraio. "Il buon lavoro di incoming degli anni scorsi", aveva proseguito, "ha fatto sì che oggi quei buyer che in qualche modo abbiamo 'ospitato' nelle edizioni precedenti questa volta verranno con le proprie gambe, perché rimasti colpiti e interessati dalla manifestazione". E così è stato: sono sbarcati a Firenze oltre 11mila visitatori, di cui 8.250 operatori del settore da più di 50 Paesi, per scoprire e degustare le specialità gastronomiche delle 660 aziende espositrici. Lo si può dire: la 17esima edizione di Taste è stata un vero successo. Un trionfo frutto di una selezione di espositori di alta qualità e di un format apprezzatissimo, snello e intelligente, in una location, la Fortezza da Basso, che sorge a pochi passi dal centro del capoluogo toscano. Poche le criticità del salone del mangiar bene, che, di anno in anno, cresce. E piace sempre di più sia ai professionisti dell'enogastronomia, sia ai produttori. Ecco i nostri giudizi alla manifestazione.

L'EVENTO SOTTO LA LENTE

Gli espositori

Erano oltre 600 le aziende espositrici quest'anno a Taste, tanto che, per la prima volta, la manifestazione ha occupato gli spazi del Padiglione della Ghiaia. Qualcuno temeva che questa ulteriore espansione avrebbe impattato negativamente sulla qualità delle aziende selezionate. Ebbene, così non è stato. Anche quest'anno hanno occupato gli spazi della Fortezza da Basso vere istituzioni gastronomiche, accanto a piccole realtà artigianali, a soddisfare tutti i gusti.

I visitatori

I ristoratori c'erano. E pure i gestori di gastronomie, drogherie e altri piccoli negozi al dettaglio. Nel weekend si dice siano stati avvistati pure buyer della Grande distribuzione organizzata. Numerosi gli operatori esteri. Per le aziende espositrici, dunque, Taste è stata una concreta occasione di business. Una sola nota dolente: l'apertura anche al pubblico non professionale, che affolla fin troppo i padiglioni nel fine settimana.

Il format

Tre giorni. Stand preallestati, disponibili in due dimensioni differenti. Il salotto del mangiar bene piace, a visitatori ed espositori, proprio per il suo format semplice, veloce e poco ingombrante. Per ragioni di marketing, però, ad alcuni espositori è stato chiesto dagli organizzatori di presentarsi, anziché con la ragione sociale aziendale, con il nome del proprio marchio premium. Non tutti gli interessati hanno gradito.

I servizi

La Fortezza da Basso si trova a pochi minuti a piedi dal centro e a pochi passi dalla stazione di Santa Maria Novella. Una posizione eccellente, dunque, che consente a visitatori ed espositori di raggiungere i padiglioni dal proprio hotel in breve tempo, anche con i mezzi pubblici. Bene anche la connessione wifi, correttamente funzionante. Nota di merito pure al bar al Padiglione Centrale che propone, a prezzi onesti, soluzioni senza glutine, trattate e servite con attenzione.

Il negozio

Una parte degli spazi del Padiglione della Ghiaia sono stati occupati dal Taste Shop, un negozio dove sono state proposte in vendita le produzioni di alcune delle aziende espositrici. Fino a qui tutto bene. Peccato che, per lasciare la Fortezza da Basso, visitatori, e pure espositori, siano obbligati a seguire il percorso attraverso lo shop, allungando così il tragitto e dunque i tempi.

Fuori di Taste

È l'iniziativa trait d'union tra la manifestazione e la città: alcuni ristoranti selezionati ospitano eventi e degustazioni a tema proponendo uno o più prodotti tra quelli presentati a Taste. Le aziende apprezzano questa ulteriore occasione di visibilità, esempio di come le loro creazioni possono essere interpretate e declinate nelle cucine professionali.

ACETO BALSAMICO DEL DUCA
Lucia Scaglione e Mariangela Grosoli

ACQUERELLO
Piero Rondolino

PASTA ALICA
Moreno Maricotti e Michele Crisci

BAGHI'S
Riccardo Gasparin

CAMPO D'ORO
Francesco Marcocci, Paolo Licata e Flavia Fadda

CAPOBIANCO ORGANIC FARM
Vincenzo e Rachele Capobianco

PASTICCERIA GIOTTO
Laura Teruzzi e Elena Mazzetti

FILOTEA
Il team

PASTICCERIA FRACCARO
Sonia Vettorello e Luca Fraccaro

FRANTOIO GALANTINO
Maurizio Cortese e Davide Di Pierro

GIULIANO TARTUFI
Sonia Di Giannatale e Ilenia Ciuferri

GUSTI PREGIATI
Marco Poddi e Pino Spanu

I CONTADINI
Il team

INAUDI FUNGHI E TARTUFI
Emiliano Inaudi e rancesco De Simone

PRINCIPATO DI LUCEDIO
Rosetta Clara Cavalli d'Olivola e Paolo Salvadori

MAIDEA
Francesca Tofani e Francesco Piccirilli

PASTIFICIO MANCINI
Lorenzo Settimi

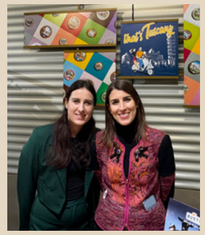
MERACINQUE
Margherita, Silvia e Anna Tovo

MOSAICO
Brenda Cingolani e Sara Massaccesi

OLIO GUGLIELMI
Saverio Guglielmi

VALSERENA
Giovanni Serra e Gian Domenico Serra

segue



THAT'S TUSCANY – FORMAGGI DI FAMIGLIA
Letizia Lenzia e Alessandra Munari

RISO MARGHERITA
Chiara Dalmasso e Davide Brusa

RISO ZACCARIA
Carlo Zaccaria

MIRTO SANNAI
Antonio Castelli

RISO DEL VO'
Patrizio Zambruni e Daniel Vasian

TARTUFLANGHE
Stefano Aliberti

SOMMARIVA
Alice e Gabriele Sommariva

BONFATTI
Dino Negrini

DOK DALL'AVA/PIO TOSINI
Paolo Grigolato, Maria Cristina Dri
e Fernando Orzuza

DEVODIER
Michele DEVODIER

LA PERLA DI TORINO
Valentina Arzilli

L'ARTIGIANO DELLA NDUJA
Luigi Caccamo, Alessia Caccamo
e Graziella Barbalace

ANTICA TORRONERIA
Nicolò Morone e Giulia Sottimano

MEC PALMIERI
Margherita e Marcello Palmieri

GIO PORRO
Andrea Porro e Elena Pedrana

BODRATO (CIOCCOLATO)
Fabio Bergaglio e Cecilia Milanese

STRINGHETTO
Stefania Carniel e Greta Mikic

LUIGI GUFFANTI
Laura Giammatteo, Andree Cazzola
e Filippo Avanzi

I MALAFRONTE
Massimo Giovagnoli

MALANDRONE 1477
Carlo Minelli

STORICA FATTORIA IL PALAGIACCIO
Carlo Bolli e Francesco Barletti

PEZZETTA LATTERIA OVARO
Maurizio Contardo e Lorenzo Virgilio

QUATTRO PORTONI
Bruno Gritti, Elena Albani
e Paolo Campigli

BARBERO
Allegra Barbero

BELLA LODI
Stefano Paciotti

BEPPINO OCCELLI
Elisa Occelli

CAPRIZ
Rudi Ebner

CASEIFICIO CASTELLAN
Leonardo Lotto e Sonia Castellan

IL FIORINO
Simone Sargentoni

CASEIFICIO TADDEI
Carlo Vangoni e Filippo Rapetti

CASTAGNA
Giuseppe e Raffaella Castagna

CONSORZIO DEL PARMIGIANO REGGIANO
Carlotta Barbieri, Asia Corghi e Ilaria Sgarbi

FATTORIE FIANDINO
Egidio Fiandino

FIORDILATTE DI NAPOLI
Il team

GIN TOSCANO
Il team

IL CARRO
Il team

LA CASEARIA CARPENEDO
Il team

LA CASERA
Eros Buratti, Cristian Della Torre e
Fabio Montagna

LA MAREMMA
Guido Pallini e Matidia Pallini

LA PECORA DI MASSIMO
Francesca, Massimiliano Busti
e Silvia Busti

LATTERIA DI AVIANO
Tania Bottecchia e Luca Del Ben

LATTERIA MORO
Giovanni Moro

LATTERIA PERENZIN
Il team

fine

ZOOM

“GIOVANI E SCANSAFATICHE A CHI?”

L’approccio e l’organizzazione del lavoro. Il rapporto con il cliente. La paga. L’esperienza di Luca e Nicol, un cuoco e una cameriera ventiduenni, nell’alta ristorazione, tra Italia e Spagna.

Luca e Nicol sono una giovane coppia, hanno 22 anni. Lui è cuoco, lei è cameriera. Sono nati in Brianza. E, sempre in Brianza, si sono formati presso l’Istituto Alberghiero Casnati di Como. Ora, però, vivono a Llançà, in Catalogna, Spagna. Da luglio infatti sono capo partita e cameriera di sala al ristorante Miramar di Paco Pérez, due stelle Michelin. Ma non sono intenzionati a fermarsi in terra ispanica. La ragione? Sono ambiziosi, intraprendenti e vogliono vivere quante più esperienze professionali possibile. Per questo motivo, dopo qualche stage e lavoretto stagionale, e un anno e mezzo ad Albavilla (Co), allo stellato Cantuccio di chef Mauro Elli, hanno scelto di seguire il proprio cuore. Li abbiamo raggiunti telefonicamente per farci raccontare le loro esperienze, tra Italia e Spagna. Ecco cosa ci hanno rivelato.

Che cosa vi ha portato al Miramar?

Nicol e Luca: Abbiamo sempre coltivato l’idea di fare esperienze lavorative all’estero. Il Covid ci ha fermati, ma, quando, dopo oltre un anno al Cantuccio, grazie all’aiuto di chef Elli, si è presentata la possibilità di lavorare al Miramar, non ci siamo lasciati sfuggire l’opportunità.

Facciamo dunque un passo indietro. Parlatemi della vostra esperienza al Cantuccio.

N: E’ stata sicuramente un’esperienza molto importante perché mi ha consentito di porre solide basi a livello di competenze e di crescere molto. Basti pensare che in sala lavoravamo in due e, in breve tempo, sono diventata responsabile. La gestione famigliare, però, nasconde anche alcune criticità: il confine tra lavoro e casa non è sempre netto. L’atmosfera al ristorante, dunque, talvolta ne risentiva.

L: La gestione famigliare, anche in cucina, si è rivelata molto formativa: essendo in tre ai fornelli, non c’era suddivisione in partite, tutti facevamo tutto. In questo modo, ho potuto sperimentare tante tipologie di attività in breve tempo. Qua al Miramar, invece, siamo in 20 in cucina, di conseguenza mi limito a svolgere le preparazioni assegnate alla mia mansione: quattro piatti caldi dei menù degustazione e uno del menù alla carta. D’altra parte si tratta proprio di due tipologie di cucina differenti.

In quale modo?

L: La proposta del Cantuccio è senza dubbio tradizionale: la materia prima è di altissimo livello e pure le preparazioni, ma si tratta pur sempre di cucina del territorio. Al Miramar, invece, il menù include proposte più sofisticate e ricercate a base di pesce.

Immagino che anche la tipologia di clientela sia differente…

N: Oltre alla clientela catalana, il Miramar accoglie numerosissimi ospiti francesi, non essendo lontani dal confine. Una minima parte proviene dall’Italia o dall’Est europeo. Abbiamo clienti storici, ma la maggior parte sceglie il Miramar per scoprire l’esperienza che propone il ristorante.

Quali differenze hai riscontrato, invece, nel lavoro in sala tra Italia e Spagna?

NICOL NELLE SALE DEL RISTORANTE MIRAMAR

N: Hanno un approccio alla vita certamente più rilassato ed estroverso, che si ritrova anche nell’accoglienza al cliente. Il sorriso, più ancora che in Italia, è essenziale: due persone aprono la porta al cliente e, come prima cosa, chiedono come sta. Il maître sottolinea l’importanza di questo atteggiamento durante ogni riunione. In Italia, forse, non viene posto lo stesso accento sull’atteggiamento del personale di sala.

L: Questo stesso approccio più rilassato nella vita si percepisce anche nel lavoro: c’è più disponibilità e apertura al dialogo e all’aiuto reciproco.

Quali difficoltà avete riscontrato quando avete iniziato a lavorare al Miramar?

N: La questione linguistica non è stata secondaria: non parlavamo una parola di spagnolo! Inizialmente, quindi, ho affiancato i colleghi ascoltando la spiegazione dei piatti. Progressivamente ho iniziato a chiamare i numeri dei tavoli, ad apprendere le parole chiave del nostro lavoro, quindi le descrizioni dei menù. Il supporto dei colleghi è stato essenziale, perché mi hanno incentivata a lanciarmi e parlare spagnolo senza timore di sbagliare.

L: In cucina la questione linguistica è stata secondaria: il nostro è un lavoro manuale. Il primo mese e mezzo non è stato facile, ma in qualche modo abbiamo imparato a comunicare. Inoltre, ci sono altri ragazzi stranieri, quindi parliamo anche inglese.

Una domanda indiscreta: a livello contrattuale ci sono differenze fra le vostre esperienze in Italia e Spagna?

L: Sia al Cantuccio sia al Miramar abbiamo firmato un contratto a tempo indeterminato. Qua in Spagna la paga è leggermente inferiore, ma, tutto sommato, riusciamo tranquillamente a viverci. La vera differenza la fanno le mance.

Le mance?

L: Al Cantuccio le mance venivano ripartite mensilmente fra pochi. Al Miramar, invece, vengono redistribuite solo a fine anno tra un numero maggiore di persone. Che gli italiani lascino poche mance, per la nostra esperienza, è un falso mito!

E cosa mi dite degli orari di lavoro?

N: Al momento pensiamo che siano adeguati e proporzionati alla paga: ora abbiamo il lunedì libero, oltre alle serate di domenica, martedì e mercoledì. Il problema potrebbe porsi durante l’estate, quando gli orari di apertura saranno più estesi e trascorreremo di fatto le nostre giornate al ristorante: ci aspettiamo che la paga aumenti in proporzione alle ore lavorate. Si parla di 13 ore al giorno per sei giorni alla settimana.

Trovate pesanti questi ritmi di lavoro?

L: Conosciamo i ritmi di un ristorante. E questo è quello che ci piace fare. Non sono certo però che siano sostenibili per tutta la vita lavorativa.

Rimarrete al Miramar?

N: Siamo venuti con l’idea di restare non più di un anno e mezzo. Poi vedremo! Finché abbiamo 22 anni non vogliamo fermarci in Spagna: vogliamo lavorare in locali che rispecchino la nostra visione di ristorazione. Poi, chissà, nel tempo potremmo perfino pensare di aprire un nostro ristorante vicino a casa…

In quale ristorante vi piacerebbe lavorare?

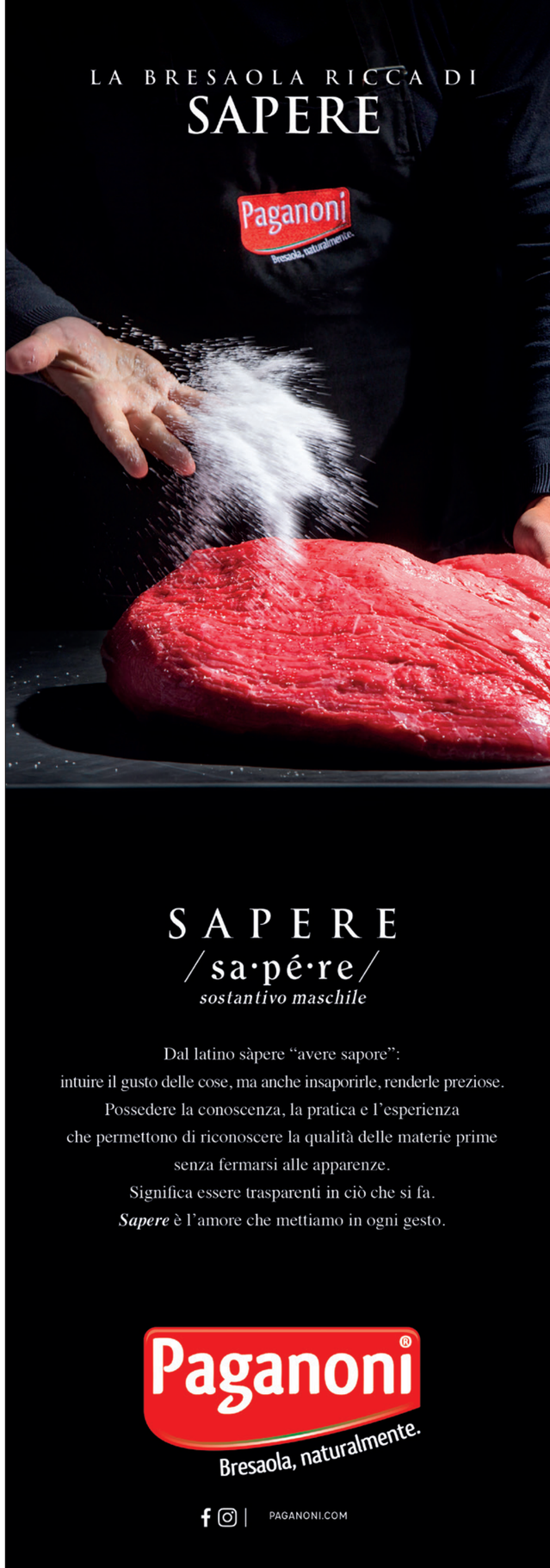
L: Di sicuro vorrei viaggiare ancora per l’Europa e nel mondo. Se dovessi scegliere, però, il mio ‘ristorante dei sogni’, lo individuerei in Italia: la Contrada Bricconi.

Di certo non siete i “giovani scansafatiche” su cui qualcuno talvolta punta il dito…

L e *N*: Proprio no!

Elisa Tonussi

LUCA (IN PRIMO PIANO) E PARTE DELLA BRIGATA DEL MIRAMAR



SAPERE
/sa·pé·re/
sostantivo maschile

Dal latino sàpere “avere sapore”:
intuire il gusto delle cose, ma anche insaporirle, renderle preziose.
Possedere la conoscenza, la pratica e l’esperienza
che permettono di riconoscere la qualità delle materie prime
senza fermarsi alle apparenze.
Significa essere trasparenti in ciò che si fa.
Sapere è l’amore che mettiamo in ogni gesto.

Paganoni®
Bresaola, naturalmente.

PAGANONI.COM

CARNE COLTIVATA? SÌ, NO, FORSE…

Per qualcuno la mancata approvazione della legge sui cibi da colture cellulari è stata un'occasione persa. Ma non tutti i cuochi blasonati accolgono con entusiasmo questa tipologia di prodotto. Ne abbiamo parlato con alcuni chef. Per loro, gli ingredienti del futuro sono ben altri…

Dominique Crenn, nota pluristellata francese trapiantata in America, è stata la prima chef a servire carne coltivata in laboratorio. L'aveva introdotta in estate nel suo Bar Crenn di San Francisco. "È la prima volta che la carne torna nel mio menu dal 2018, perché il pollo di Upside è la prima carne che mi piace servire", aveva commentato la chef a suo tempo. E, nello squillare di trombe, aveva annunciato una serie di eventi speciali a cadenza mensile, durante i quali proponeva carne di pollo rigorosamente fatta in laboratorio. Una rivoluzione? Non esattamente: Crenn, dal 2021, collabora con Upside Foods, azienda che produce carne coltivata. Una sponsorizzazione, dunque, più che un grande passo nella cucina del futuro. E, infatti, terminati gli eventi mensili, la carne di pollo coltivata è sparita dal Bar Crenn. La reazione della critica americana al menù 'made in laboratorio', comunque, era stata tiepida. Può, dunque, la carne coltivata essere l'ingrediente del futuro?

Un'occasione persa

Quando il dibattito è giunto in Italia lo scorso autunno, in occasione della discussione (e della successiva approvazione) della legge che vieta di produrre e mettere in commercio cibi e mangimi generati a partire da culture cellulari, diversi chef hanno fatto sentire la propria voce. Giorgio Locatelli aveva commentato: "E' importante la carne coltivata, e ribadisco che sono molto deluso dal fatto che l'Italia si sia messa fuori gioco sul tema. Sono d'accordo che dobbiamo capire cosa abbiamo davanti prima di legalizzarla e commercializzarla, ma fermare la scienza e la sperimentazione su un prodotto crea un clima di ignoranza".

E pure Guido Mori, direttore didattico dell'Università della Cucina Italiana, aveva commentato con entusiasmo il dialogo tra tecnologia e alimentazione: "Oggi la tecnologia ci offre possibilità inedite di elaborare le materie prime, creando forme e sapori finora sconosciuti, ma dai valori nutrizionali equilibrati e piacevoli al palato. Questo avviene da sempre nella storia dell'uomo, si pensi alla trasformazione del latte in formaggio, avvenuta 2.500 anni fa". Secondo lo chef, gli studi sulla carne coltivata o stampata "dovranno proseguire, ma la diffusione di queste pietanze potrà aprire nuovi scenari dell'alimentazione, che sarà sempre più basata sul cibo personalizzato". "Le tecnologie cruelty free e a basso impatto ambientale", aveva commentato Mori, "possono aiutare a trovare nuovi prodotti e processi di filiera utili a garantire un'alimentazione sicura e sana per tutti".

Ma non tutti gli chef blasonati condividono il medesimo entusiasmo.

Carne coltivata: forse sì, forse no

"Sono sempre pro scienza, ma trovo contradditorio parlare di carne coltivata in laboratorio in un contesto come quello europeo, dove, anzi, è sotto gli occhi di tutti il paradosso della nutrizione: il cibo non manca, al contrario molti sono a dieta", commenta Cristina Bowerman, chef che propone una cucina di ispirazione internazionale al suo Glass Hostaria di Roma (una stella Michelin). "Sono consapevole che il tema della carne coltivata sia legato all'inquinamento derivante dall'allevamento animale – anche se la costruzione dei laboratori e il loro funzionamento certamente non sarebbe a impatto zero. Penso, però, che sia piuttosto il caso di ridurre il consumo di carne e tornare al modello della dieta mediterranea, prediligendo i legumi. Tra le altre cose, temo che l'introduzione sul mercato italiano della carne coltivata andrebbe a danneggiare le realtà più piccole, che praticano forme di allevamento più attente all'ambiente".

In effetti, è proprio la sostenibilità della carne coltivata che sembra maggiormente destare la curiosità degli chef, che, però, non nascondono qualche perplessità. Giuseppe Biuso, ad esempio, da novembre chef del ristorante Vite a Coriano (Rn), prima artefice della stella Michelin del Cappero alle Isole Eolie, ha espresso la propria curiosità, ma…. "Se ne avessi la possibilità, probabilmente valuterei se introdurla in menù. Certamente la assaggerei", ha affermato Biuso. "Senza dubbio l'abuso di carne non è salutare e gli allevamenti hanno un importante impatto a livello di emissioni di CO_2 e consumo di acqua, tuttavia credo pure che noi chef abbiamo il compito di operare una selezione attenta della materia prima che proponiamo". La selezione della materia prima è il cuore del progetto del ristorante Grow, realtà creata dai fratelli Riccardo e Matteo Vergine ad Albiate (Mb), stella verde nella Guida Michelin 2024, che punta sulla valorizzazione della biodivesità del territorio lombardo, attraverso la proposta di specie invasive, quinto quarto e selvaggina. "Credo che la coltivazione di carne al fine di soddisfare una richiesta di mercato non sia realmente sostenibile, in quanto non è funzionale a mantenere un equilibrio necessario in natura e nemmeno mira a risolvere un problema ambientale", spiega Matteo vergine, chef del rsitorante brianzolo. "Trovo di gran lunga più sostenibile la creazione di una filiera corretta basata sull'utilizzo di animali, e pure vegetali, selvatici: consente di tenere sotto controllo la fauna, consumandone le carni solo quando necessario, indipendentemente dalla richiesta del mercato".

Abbiamo interpellato anche Sauro Ricci, executive chef del Joia, lo storico ristorante vegetariano di Pietro Leemann, stella Michelin dal 1996. Lo chef ha fatto della costante ricerca di equilibrio tra gli elementi dell'universo la cifra della propria esistenza e, di conseguenza, della cucina del Joia. È interessante, dunque, la visione di Ricci propone della carne coltivata. "La nostra è una cucina non violenta e artigianale", spiega lo chef. "Selezioniamo ingredienti e proponiamo alimenti che siano quanto più naturali possibile. Per questo motivo non siamo propensi a introdurre carne coltivata al Joia: è contro i nostri principi. Inoltre, l'animale viene comunque sfruttato, seppur in maniera infinitesimale: siamo abituati a pensarci al centro del cosmo, ma prerogativa di un'esistenza in equilibrio con la natura è proprio la relazione con gli altri esseri viventi. Meglio dunque percorrere altre vie in cucina rispetto alla carne coltivata, sfruttando creatività e tecnica culinaria".

Quale sarà l'ingrediente del futuro?

Se non la carne coltivata, dunque, quale sarà l'ingrediente del futuro? Quello che la farà da padrone sulle tavole, pure quelle gourmet, e che avrà caratteristiche di gusto, versatilità e pure sostenibilità? Cristina Bowerman e Matteo Vergine non hanno dubbi: i legumi dovranno essere i protagonisti delle tavole nei prossimi anni. "Sono buoni, anzi, buonissimi. Rappresentano una risorsa inestimabile. E sono pure ingredienti rigenerativi per il suolo, possono cioè fissare grandi quantità di azoto nel terreno, rafforzandone la fertilità", afferma entusiasta Bowerman. "I legumi, però, sono scomparsi dalle nostre tavole. Mi sto quindi impegnando molto a creare ricette che li vedano protagonisti, affinché i consumatori capiscano che non sono poi così complessi da trattare". Vergine fa eco alla chef +e sentenzia: "L'ingrediente del futuro sarà l'ingrediente del passato. È necessario ridurre il consumo eccessivo di carne e pesce e dare nuovamente spazio ai legumi, che sono, appunto, il nostro passato, come lo è il quinto quarto. Il compito di noi chef è far tornare sulle tavole questi ingredienti e dare loro il valore che hanno".

Anche per Giuseppe Biuso l'ingrediente del futuro è vegetale. Non bisogna, però, cercarlo sulla terra ferma, bensì nel mare: sono le alghe. "Mi sono reso conto che, non solo dal punto di vista gustativo danno mineralità ai piatti, ma fanno anche bene alla salute, perché sono ricche di fibre, vitamine, ferro e acidi grassi. E hanno pure impatto zero, anzi catturano la CO_2!", spiega lo chef del ristorante Vite.

Eppure esiste perfino un ingrediente, anzi due, più sottili e sofisticati, che dovranno entrare nelle cucine del futuro. Ne ha parlato Sauro Ricci: "Sono la gratitudine e la consapevolezza. L'energia divina si sprigiona nella natura, con cui entriamo in contatto e da cui attingiamo: dobbiamo quindi rivolgerci a lei con gratitudine. Al tempo stesso, è essenziale avere consapevolezza della storia degli ingredienti di un piatto: chi e come lo ha prodotto, distribuito e cucinato. Un cuoco che operi con questo atteggiamento offrirà cibo estremamente gustoso e nutriente per il corpo, per la mente e per lo spirito". E aggiunge: "E' da gratitudine e consapevolezza che occorre partire per ricreare il tessuto sociale, stringere nuovamente relazioni autentiche e ricomporre un equilibrio spirituale. Perché è questo, poi, il sale della vita".

Elisa Tonussi

Scegliere Grana Padano significa abbracciare i valori italiani.

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

GRANA PADANO

Un'emozione italiana.

IL FORMAGGIO DOP PIÙ CONSUMATO AL MONDO.

MILANO CORTINA 2026

MILANO CORTINA 2026

GRANA PADANO

OLYMPIC AND PARALYMPIC SPONSOR OF MILANO CORTINA 2026

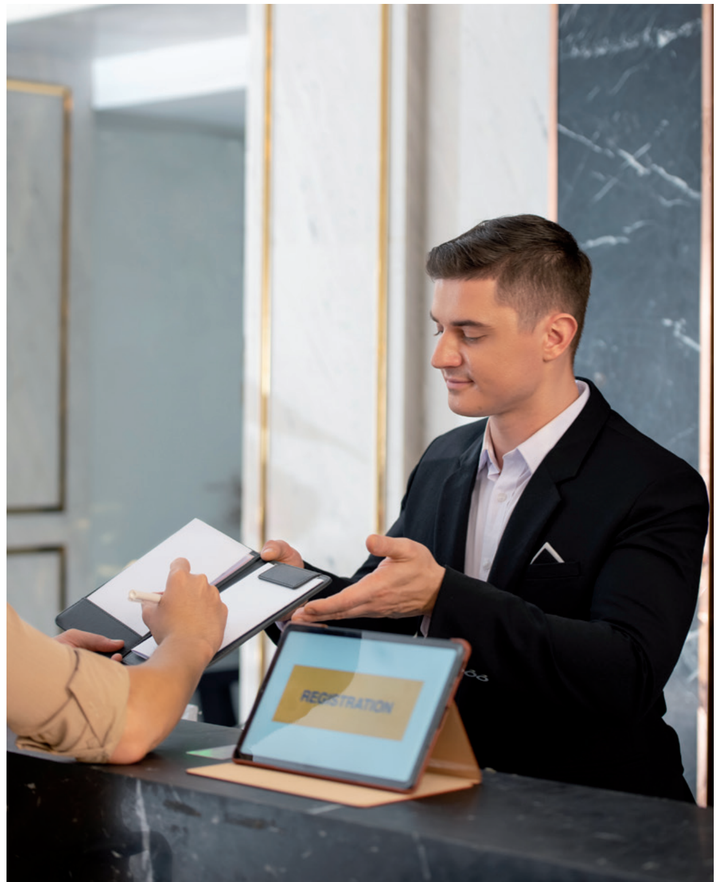
ATTUALITÀ

PAGARE PER NON DORMIRE

Alex Atala, grande chef brasiliano, entra in un esclusivo club dedito alla costruzione di alberghi di lusso. Chi vuole iscriversi paga 60mila euro. E ha diritto a 'condizioni esclusive': tutto qui?

Dal pagare per non mangiare al pagare per non dormire, il passo è breve. Il 15 giugno dell'anno scorso vi raccontavamo della geniale trovata della cuoca da copertina Dominique Crenn di San Francisco: un club super esclusivo per i clienti del suo ristorante a due stelle Michelin. Club il cui accesso era disponibile a caro prezzo: circa 3.800 dollari. E l'obolo sborsato nemmeno dava il diritto a qualche cena compresa, ma solo a presunte facilitazioni nella prenotazione.

Bazzecole, rispetto a quanto è venuto fuori in queste settimane in Brasile. Alcuni giorni orsono, Alessandra Meldolesi, poliglotta e incessante ricercatrice di notizie strane sul mondo gastronomico, ha annunciato che lo chef carioca più celebre del mondo, Alex Atala, è entrato a far parte di un esclusivo club di amanti dell'albergazione di lusso, il Resid. La notizia per noi, a ben vedere, sta nell'esistenza club stesso. L'idea, come racconta la patinatissima edizione online della rivista brasilera Exame, pare essere di tale Paulo Henrique Barbosa: contrariamente a quanto si potrebbe pensare, non è un centrocampista, ma un investitore in startup. Assieme a 250 grossi calibri (leggasi: ricchi personaggi del jet set locale) conta di creare un vero gruppo di investimento che punti a edificare almeno cinque hotel extralusso in tutto il Paese. Di questi magnifici 250, ci informano Exame e Alessandra Meldolesi, è antrato a far parte Alex Atala, cinquantacinquenne chef paulista con due stelle Michelin. Si tratta del cuoco più celebre del Brasile. "Racchiudere nella parola 'cuoco' la figura di Alex Atala sarebbe fare un enorme torto al più grande chef brasiliano di tutti i tempi che con il suo ristorante D.O.M. a San Paolo ha conquistato le 2 Stelle Michelin e posizioni altissime nella classifica della 50 Best Restaurant. 'More than a chef' è una frase che campeggia su tutti i social del cuoco classe 1968, il personaggio che più di tutti ha contribuito a portare l'Amazzonia in cucina": così lo definisce Leonardo Ciccarelli su Cookist, con misura, sobrietà e totale parsimonia di retorica… Affettuosità giornalistiche a parte, il cinquantacinquenne di San Paolo sfoggia uno di quei look a metà strada tra Sons of Anarchy e i senescenti Roger Waters e Mick Jagger di oggi: un po' motociclista, un po' rockettaro incanutito, pare che piaccia. E piace la sua cucina.



Ora, eccolo buttarsi nell'albergazione. Si tratta, a dire il vero, di un sogno che accarezzava da tempo, se prima della pandemia già cercava investitori per un hotel tutto suo. Il covid ha interrotto i progetti, ma solo momentaneamente. Il gruppo di Barbosa e soci, di cui fa parte Atala, conta di moltiplicare per 100 il numero di aderenti al loro progetto. Quota di partecipazione per chi vorrà essere della partita? 330mila reais a cranio, cioè circa 60mila euro. Reporter Gourmet, la testata che ha ospitato l'articolo della Meldolesi, se la cava col più classico dei titoli acchiappa clic: "Alex Atala apre l'hotel gourmet più esclusivo al mondo: 60mila euro per entrare". Chiunque, con una frase simile, penserebbe che si tratti del costo del pernottamento per un ipotetico ospite, e infatti sui social ci sono cascati proprio tutti. Invece no: è solo l'obolo da sborsare per fare il proprio ingresso nell'eletta compagnia, una sorta di Kickstarter per ricconi, un crowfunding da Paperon de Paperoni. "I membri potranno effettuare prenotazioni attraverso la propria piattaforma e godranno di condizioni esclusive presso queste strutture associate": Exame dixit. Cioè: anziché comprarti una Mercedes, sia pure non top di gamma, investi in un albergo, e non hai neanche il diritto di dormirci gratis (per modo di dire), nemmeno per una notte? Divertente.

Tommaso Farina

RICCI DI MARE, CACAO E INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Quest'anno, sette ristoranti su dieci faranno uso di ChatGPT e altri strumenti del genere: è la previsione dell'Osservatorio Ristorazione. La IA può creare immagini, scrivere testi accattivanti, e perfino generare ricette: ci abbiamo provato pure noi.

Intelligenza artificiale anche al ristorante? Parrebbe di sì. Lo scorso ottobre, proprio su queste pagine, ci inoltravamo in un dibattito sul semplice menù digitalizzato, da offrirsi su tablet o semplicemente da scaricarsi tramite il famigerato QrCode. Ebbene: simile discussione, alla luce di quanto sta emergendo, rischia di risultare addirittura obsoleta, pur essendo vecchia solo di pochi mesi. Sembra infatti che, nel corso di questo 2024, 7 ristoranti su 10 impiegheranno o potenzieranno l'utilizzo nel 2024 di intelligenza artificiale, tra chatbot e strumenti generativi di foto e video, per proporre contenuti sempre più calibrati sul gusto dei clienti.

I numeri non sono una sparata gratuita o sensazionalistica. Vengono da una ricerca molto particolareggiata, intitolata 'Tecnologia in Ristorazione - Scenari e Opportunità'. A stilare l'approfondimento è stato il sempre attento Osservatorio Ristorazione, che in questo caso ha esaminato il rapporto dei ristoratori con le più recenti innovazioni tecnologiche. Nella fattispecie, la materia del contendere è l'ormai notissima AI, acronimo che sta per 'artificial intelligence': intelligenza artificiale. Su di essa, si è scritto molto. Pare quasi che questa intelligenza artificiale generativa, in grado di creare pagine di testo partendo da semplici stringhe di poche parole, non renderà inutili solo i giornalisti, come stabiliscono certi guru. Lo strillo di una pubblicità su internet proclamava: "Con questo strumento a intelligenza artificiale, licenzierai il tuo fotografo!". Immaginiamo la felicità dei professionisti del grandangolo al riguardo… Il fatto è che i cervelli elettronici, a comando, possono creare anche immagini, non solo astratte ma, volendo, di impostazione fotorealistica.

Come può servire a un ristoratore questa intelligenza artificiale? Per esempio, a creare fotoritocchi carini di immagini della sua sala, se non sa usare Photoshop o strumenti simili: vuoi mettere una foto con un tramonto di intensità africane che squarcia i vetri della finestra? O una bella notte stellata (in tutti i sensi)? Tutta roba che sul sito web del locale fa senza dubbio un figurone. Oppure, per scrivere presentazioni accattivanti del menù, di quelle che si mettono nella prima pagina: non tutti gli chef hanno dimestichezza con la penna, e in tal caso un aiutino da parte di ChatGPT (il client di IA più famoso, probabilmente) può quantomeno dare qualche idea, se non proprio un'introduzione già pronta così. Ma poi, c'è un impiego più intrigante, e potenzialmente dirompente, anche da un lato positivo: la creazione di nuove ricette. Ci ho provato io stesso. Sono andato su ChatGPT, e gli ho chiesto: "Crea una ricetta per un primo piatto a base di maccheroni, fave, guanciale, ricci di mare, vino rosso, cacao, spezie orientali, lemongrass". "Non ce la farà mai", mi sono detto. Ero destinato a un brusco risveglio. ChatGPT mi ha sciorinato dapprima una lista degli ingredienti, mettendoci anche del suo: le generiche "spezie orientali" da me richieste sono state declinate concretamente nella forma di cumino, coriandolo, curcuma e zenzero fresco grattugiato. Nella preparazione, ChatGPT richiede anche olio, cipolla, aglio, limone e prezzemolo per guarnire. E la ricetta così creata, articolata in dieci passaggi, da un punto di vista logico ha la sua plausibilità. Certo, magari assaggiando ci si accorge che coriandolo, vino, cacao e guanciale fanno un inguacchio immangiabile, ma come credete nascano le ricette dei cuochi? Provando e riprovando, cestinando le idee balorde e trattenendo quelle buone. Forse un simile ausilio tecnico, magari non troppo romantico, potrebbe aiutare a indirizzare l'ispirazione ai fornelli. Sempre comunque *cum grano salis*, perché altrimenti si arriverebbe al robot. E il robot non ha papille gustative.

Tommaso Farina

UN'IMMAGINE, ANCH'ESSA CREATA DA CHATGPT, DELLA RICETTA CHE ABBIAMO CHIESTO ALL'IA DI REALIZZARE: UN PRIMO PIATTO A BASE DI MACCHERONI, FAVE, GUANCIALE, RICCI DI MARE, VINO ROSSO, CACAO, SPEZIE ORIENTALI, LEMONGRASS

SE LA BRESAOLA È FATTA… CON IL TONNO

Coam, azienda valtellinese, da 60 anni trasforma e commercializza specialità ittiche. Seleziona attentamente le materie prime. E le lavora senza dimenticare la tradizione gastronomica locale.

Metti una materia prima dalle caratteristiche uniche: le parti più pregiate del tonno a Pinne Gialle. Metti una tecnica di lavorazione, tutta made in Italy, secondo i dettami della tradizione valtellinese. E metti pure un'azienda dall'ultradecennale esperienza. Che cosa ne nasce? La bresaola di tonno di Coam, azienda valtellinese, con sede a Morbegno, che da 60 anni è attiva nella trasformazione alimentare.

Una storia lunga 60 anni

Coam è un'azienda famigliare, che è parte integrante della tradizione di Morbegno, dove è nata e si è sviluppata. Fondata e guidata da Luciano Gusmeroli dal 1964, vede le proprie radici in Valtellina, cuore delle Alpi e terra ricca di tradizioni culinarie e antichi saperi, ai quali, la Famiglia Gusmeroli ha sempre voluto mantener fede.

Negli anni Settanta, Luciano Gusmeroli, grazie a un'intuizione di mercato, dà il via alla lavorazione in Italia dell'allora poco conosciuto salmone selvaggio: un percorso fatto di ricerca, studio e apprendimento che ha portato l'azienda a diventare leader di mercato nella lavorazione di questo pesce. Ha così scelto di rivolgere il proprio sguardo verso ulteriori prodotti ittici, come il pesce spada e il tonno.

Coam, che commercializza le proprie specialità ittiche con il brand Scandia, continua ancora oggi a dedicarsi alla ricerca e allo studio di nuovi prodotti in grado di soddisfare palati sempre più esigenti, sia in termini di qualità che di gusto. Una storia familiare, che prosegue grazie a Luciano Gusmeroli e ai suoi figli, i quali credono fermamente che solo nell'assoluto rispetto delle tradizioni e nell'utilizzo delle migliori materie prime, selezionate con criteri di sostenibilità e sapientemente lavorate in modo sano e genuino, ci possa essere continuità e futuro nel mondo della moderna alimentazione.

La Bresaola di tonno: una lavorazione tutta artigianale

La lavorazione della Bresaola di tonno, tutta made in Italy, avviene direttamente presso lo stabilimento di produzione Coam in Valtellina, a Morbegno, dove arrivano i migliori tonni a Pinne Gialle (*Thunnus Albacares*) pescati nelle acque dell'Oceano Indiano. Qui il tonno viene trasformato in filetti, salato manualmente a secco con sale marino e arricchito di spezie. Viene poi lavorato seguendo i dettami della tipica ricetta valtellinese - compresa l'essicazione con ventilazione naturale, in grado di mantenere inalterate tutte le caratteristiche organolettiche e nutrizionali del pesce. Un'attenta selezione, dunque, e anche un'attenta lavorazione, realizzata in maniera artigianale.

"Questa specialità ha numerosi pregi", garantisce l'azienda. "Si spazia dall'alto contenuto proteico alla ridotta percentuale di grassi, di cui la maggior parte Omega3, preziosi alleati del nostro sistema cardiocircolatorio. La Bresaola di tonno è un prodotto ideale per quanti seguono diete ipocaloriche, ma non vogliono rinunciare al sapore e al profumo intensi e tipici della tipica bresaola". E - perché no? – può trovare spazio pure su buffet gourmet e taglieri di salumi di pesce!

Elisa Tonussi

LO STABILIMENTO

SIGNORVINO IN PARIS

Il brand di enoteche della famiglia Veronesi da due mesi ha aperto un punto vendita nella Ville Lumière: è il secondo all'estero, dopo quello di Praga. E in Italia è in arrivo un nuovo locale all'Hotel Veronesi La Torre, nella città di Giulietta da cui tutto è partito. Intervista con il general manager Luca Pizzighella.

Duemila etichette per tutti i gusti e per tutti i prezzi, con gran risalto ai più grandi vini rossi di Verona e provincia, ma senza trascurare alcuna regione italiana, né l'enologia internazionale. E accanto agli scaffali, i tavoli ove sedersi per abbinare la propria bottiglia a una giudiziosa, tranquilla cucina italiana. Signorvino, la catena di enoteche ideate dalla famiglia Veronesi affronta il 2024 in pienissima salute. E da un po' di tempo, non solo in Italia: nel 2023 il gruppo si è espanso con nuovi indirizzi a Praga, e soprattutto a Parigi, freschi di apertura. Una sfida particolarmente interessante: un'enoteca italiana che lancia il proverbiale guanto Oltralpe, nel Paese dei nostri tradizionali rivali per il primato vinicolo europeo. Per capire meglio questi e altri progetti di Signorvino, abbiamo raggiunto il general manager Luca Pizzighella, con cui abbiamo scambiato una conversazione, partendo dal principio.

Com'è nata l'idea di Signorvino all'epoca della sua fondazione? Ce ne ricorda brevemente la storia?

Signorvino, fondata nel 2012 da Sandro Veronesi, ossia Gruppo Oniverse, ex Calzedonia, è molto più di una semplice cantina: è diventata un punto di riferimento per gli amanti dell'enogastronomia e per chiunque voglia esplorare il mondo del vino in modo accessibile e divertente. Definiamo Signorvino 'grande cantina italiana' e abbiamo l'obiettivo di invitare gli appassionati a viaggiare tra i sapori e i profumi della cucina e della tradizione vitivinicola italiana ed europea, con un'esperienza sempre nuova e ogni volta diversa, da immaginare, scegliere e iniziare, alla ricerca di nuovi confini olfattivi. Nella nostra mission c'è la volontà di diffondere la conoscenza sulle eccellenze vinicole italiane, dando visibilità sia ai grandi nomi che alle piccole realtà innovative. Oggi Signorvino offre una vasta selezione di oltre 2mila etichette, rappresentative dei migliori territori vinicoli italiani. Oltre all'acquisto di bottiglie per ogni occasione, da noi è possibile pranzare, cenare, fare aperitivo con abbinamenti sempre nuovi e partecipare a lezioni, degustazioni, masterclass e oltre mille eventi organizzati ogni anno. Grandi nomi e piccole aziende, spesso difficili da trovare altrove, diventano così accessibili a tutti, sia nei negozi vicino a casa che nei luoghi più iconici delle città.

Quanti punti vendita avete oggi?

36 negozi, di cui due all'estero, a Praga e Parigi, entrambi aperti nel dicembre scorso. Ci saranno diverse nuove aperture nei prossimi mesi: a febbraio 2024 - lo diciamo in anteprima - apriremo un punto vendita per noi molto strategico, a Verona, presso l'Hotel Veronesi La Torre.

Quando nacque l'idea di esportare il marchio Signorvino all'estero? Come avete scelto le città e i contesti nei quali avete effettivamente aperto le enoteche?

Abbiamo immaginato un 'viaggio nel gusto', nostro concept per il 2023, da concludere con l'approdo all'estero e con l'apertura dei primi due punti vendita fuori dai confini nazionali: quelle di Praga e Parigi sono state due nuove aperture all'insegna dell'eccellenza enogastronomica italiana. La nostra idea è diffondere la cultura del vino e delle eccellenze italiane nel mondo: siamo sempre alla ricerca di nuovi sapori e felici di portare con noi le eccellenze del nostro territorio. Anche per questo abbiamo scelto di mantenere gli attuali fornitori anche per i punti vendita all'estero, perché pensiamo che l'originalità e l'autenticità della cucina e della produzione vitivinicola italiana rappresentano non solo un fattore vincente, ma anche un valore che portiamo dentro e che vogliamo raccontare in giro per il mondo.

LUCA PIZZIGHELLA

Dopo Praga e Parigi, avete in mente qualche altro Paese? Si parlava degli Stati Uniti d'America...

Guardiamo con interesse ai mercati stranieri, anche fuori dall'Europa. Le due aperture all'estero sono il primo passo di uno sviluppo più ampio della rete, al momento guardiamo con attenzione la risposta dei consumatori d'Oltralpe e di quelli cechi.

Com'è stato il 2023 per il brand Signorvino, in un momento in cui il vino in generale segna una contrazione dei consumi un po' dappertutto?

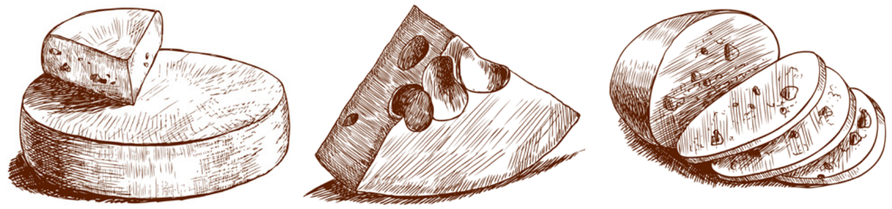
Provando a sintetizzare, abbiamo un giro d'affari di 83 milioni di cui 1,5 derivanti dalla vendita online, un fatturato che ha superato i 60 milioni, 36 negozi di cui due all'estero (Praga e Parigi, entrambi aperti a dicembre), più di 2 milioni di bottiglie vendute (+15% retail, +8% online rispetto all'anno precedente): nel 2023 abbiamo registrato una percentuale pari a +20% di vendite online, +25% di vendite in enoteca e +44% in modalità On-Line-To-OffLine, cioè la possibilità di acquistare in negozio e farsi recapitare l'ordine a casa o viceversa. Grazie ai canali di ristorazione, enoteca, e-commerce abbiamo stabilito un rapporto sempre più significativo con i clienti, che apprezzano la nostra proposta nella sua interezza e su più canali, come conferma il dato di iscrizione al programma di loyalty, che ha segnato un +65% rispetto allo scorso anno. Abbiamo aperto otto nuovi locali, di cui due all'estero, e servito due milioni di persone con uno scontrino medio che oscilla tra i 14 e 19,9 euro, e con un prezzo medio di 16,86 euro, mentre 13,39 euro è invece il prezzo medio online.

Nei due Signorvino esteri, seppure di apertura recentissima, avete già avuto modo di individuare una tipologia di vino che sta rappresentando un successo?

Avendo uno storico di soli due mesi, non abbiamo ancora dei dati completi. Inoltre il Natale ha inciso in modo importante sulla scelta dei clienti. Le bollicine, in particolare gli Champagne, hanno registrato dei numeri ottimi. Molto interessanti anche le grandi denominazioni dei vini rossi italiani, in modo particolare l'Amarone, sempre tenendo conto che siamo appena partiti.

Tommaso Farina

GUIDA CHEF



SPECIALE FORMAGGI

Le forme del latte sono infinite. E, nelle prossime pagine, ne offriamo una selezione. Sono prodotti caseari freschi o stagionati: c'è perfino un Parmigiano Reggiano 120 mesi! Sono paste filate, tome, erborinati. Alcuni nascondono… una sorpresa. Altri sono affinati in peculiari abbinamenti, come fave tonka o Gin. Non mancano alcune proposte a denominazione d'origine.

A cura di Elisa Tonussi

PALZOLA

www.palzola.it

STRACREMOSI PALZOLA

Gli Stracremosi sono le creme al palzola doce, paltufa e palfuoco: sono tra i prodotti più irresistibili di casa Palzola. Sono anche senza glutine, col 72% di Gorgonzola Palzola e l'aggiunta di panna nobile Elena.
Formato disponibile per la ristorazione
/
Abbinamento suggerito
Ideali sui crostini e perfetti per condire la pasta, ma anche per creare ricette nuove.

ROCCA TOSCANA FORMAGGI

www.roccatoscanaformaggi.com

IL PIACERE – PECORINO STAGIONATO CON TARTUFO

Pecorino al tartufo: l'intenso aroma del tartufo si culla e addolcisce nella carezza del latte mantenendo la sua personalità. Pecorino da latte ovino. Pasta semidura e compatta, di colore bianco candido. Setoso in bocca, profumo delicato con venature più pronunciate date dal tartufo.
Formato disponibile per la ristorazione
Disponibile in formato sia da 1,3 kg che da 7 kg con una stagionatura molto più lunga.
Abbinamento suggerito
Il pecorino al tartufo è ottimo in purezza per assaporare l'aromaticità e la pienezza del prodotto. Per gli aperitivi si consiglia di abbinarlo a salumi tipici toscani come la finocchiona e con confetture non molto zuccherate.

MALANDRONE 1477

www.malandrone1477.shop

PARMIGIANO REGGIANO DI MONTAGNA 120 MESI – RISERVA MINELLI

In questa importante ed elegantissima stagionatura, Malandrone 1477 coniuga le note tostate più rare e peculiari a quelle speziate e singolari. Si affermano e trionfano i sentori di umami e si rivelano gli aromi più caratterizzanti come fave di cacao, cuoio e tabacco.
Formato disponibile per la ristorazione
300 g
Abbinamento suggerito
Questa maturazione è particolarmente adatta per una raffinata degustazione accompagnata da vini a lunghissimo affinamento, come Amaroni ventennali, vini francesi ottenuti da uvaggi bianchi, e spirits di alto livello, come whiskey e rum.

segue

LA CASEARIA CARPENEDO

www.lacasearia.com

BLUGINS

Un formaggio erborinato sposa uno dei distillati più amati il gin. Gin e formaggio non sono solo un binomio perfetto da un punto di vista sensoriale e gastronomico, rappresentano anche la fusione di culture, storie e passioni che raccontano la voglia di piacevolezza e di bellezza. Le note erborinate sono eleganti, sensibilmente speziate, leggermente piccanti e finemente alcoliche. Formaggio da meditazione, da avvicinare a un cocktail a base di Gin per compiere un abbinamento ideale. Nel 2023 ha raggiungo il gradino più alto al Merano Wine Festival conquistando il prestigioso Platinum Award.

Formato disponibile per la ristorazione
1/2 forma da 1,25 kg oppure vaschetta da 150 g.

Abbinamento suggerito
Ottimo per appetizers sfiziosi, oppure come ingrediente per risotti creativi.

IGOR

www.igorgorgonzola.com

GORGONZOLA GRAN RISERVA LEONARDI IGOR

Il Gran Riserva Leonardi è un Gorgonzola Premium dal sapore dolce , ricco di sfumature esclusive. Viene prodotto in caseifici artigianali del gruppo Igor dove sapienti mastri casari trasformano ogni giorno latte fresco italiano proveniente da aziende agricole selezionate nell'alta provincia di Novara, dove si è prodotto sempre e solo Gorgonzola e i foraggi da prati stabili garantiscono un latte di livello superiore particolarmente adatto per la produzione di questa eccellenza italiana. Tutte queste stalle sono Certificate Benessere Animale in Allevamento secondo gli standard imposti dal ClassyFarm. Inoltre il Gorgonzola Gran Riserva Leonardi è il primo formaggio italiano ad aver ricevuto la certificazione LFree Naturalmente Privo di lattosio da Aili (associazione italiana latto-intolleranti).

Formato disponibile per la ristorazione
Forma intera (12 kg), mezza forma (6 kg), ottavo (1,5 kg), sedicesimo (750 g).

Abbinamento suggerito
Si sposa con le carni rosse, con i risotti di stagione e qualsiasi tipo di primo piatto, oltre che con tutti i tipi di frutta secca e frutta fresca. La sua espressione forse migliore è quella tradizionale, ovvero spalmato su un buon pane o sciolto sulla polenta. È adatto a tutti i tipi di vini rossi strutturati e liquorosi, pur non avendo la nota piccante. Si sposa bene anche con vini bianchi dal sapore deciso.

CASEIFICIO BUSTI

www.caseificiobusti.it

PECORINO TOSCANO DOP STAGIONATO

Il Pecorino Toscano Dop stagionato può fregiarsi del marchio a fuoco dopo aver raggiunto i 120 giorni di maturazione. Solo il formaggio prodotto, stagionato e confezionato secondo le norme contenute nel Disciplinare di produzione del Pecorino Toscano Dop può essere definito tale, garantendo al consumatore l'eccellenza del prodotto. La pasta di colore giallo paglierino tende al friabile, specialmente nelle lunghe stagionature. Al palato il sapore è persistente e l'aroma deciso seppur delicato. La lunga stagionatura all'interno delle celle del caseificio lo rendono un pecorino naturalmente senza lattosio e conferisce al formaggio le caratteristiche organolettiche che lo contraddistinguono. La crosta viene oleata più volte a mano durante il periodo di stagionatura conferendo così al formaggio un aspetto naturale. Il Pecorino Toscano Dop Stagionato ha ottenuto la medaglia d'oro in occasione dei World Cheese Awards 2023.

segue

ARRIGONI BATTISTA

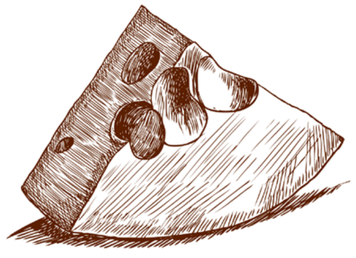
www.arrigoniformaggi.it

ROSSINI

Prodotto esclusivamente con latte vaccino lombardo, Rossini è un formaggio erborinato originale nell'idea, ma che recupera cultura e valori antichissimi. Seguendo tradizionali procedure, il Rossini viene affinato per un periodo di circa un mese e mezzo in vinacce di uva passita. Questa lavorazione conferisce un gusto leggermente piccante ma allo stesso tempo dolce e ricco di sentori di albicocche e mandorle, sapori e profumi tipici del Mediterraneo. Il Rossini fa parte degli Unici, la linea di Arrigoni Battista che comprende prodotti caratterizzati dall'assoluta unicità perché frutto della capacità interpretativa dei casari e degli affinatori dell'azienda. La pasta è bianca o paglierina, burrosa e fondente, screziata per lo sviluppo di muffe. Viene sottoposto a 70 giorni di stagionatura più 45 giorni di affinamento. Il Rossini ha conquistato la medaglia d'argento ai World Cheese Awards 2022.

Formato disponibile per la ristorazione
Forma da 2 kg.

Abbinamento suggerito
Si suggerisce l'abbinamento con miele montano di castagno, che aggiunge una nota dolce e terrosa, o con confetture di arance amare e fichi mediterranei, che aggiungono una dolcezza fruttata e un tocco di freschezza.



BOTALLA FORMAGGI

www.botallaformaggi.com

LINEA GLI SPEZIALI

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

Formato disponibile per la ristorazione
700 g

Abbinamento suggerito
Questi formaggi sono perfetti per arricchire un risotto oppure come protagonisti su un tagliere di formaggio, con composte ai frutti rossi o con una delicata composta di pere. Ideali degustati accompagnandoli con un vino bianco per esaltarne i profumi e i sapori.

AZIENDA LUIGI GUFFANTI 1876

www.guffantiformaggi.com

N'UOVO

La mozzarella a latte di bufala è letteralmente conservata nella ricca pasta filata di latte vaccino del caciocavallo: si sposano fresco e stagionato, paste filate di latte di bufala e di latte vaccino. Così nasce N'Uovo, l'interpretazione della Luigi Guffanti del classico uovo di Pasqua. N'uovo racchiude ben più di una sorpresa, infatti grazie a una piccola scatola che fa da base al prodotto si trovano adagiati i Gianduiotti Luigi Guffanti su di un piatto con le grafiche storiche aziendali.

Formato disponibile per la ristorazione
600 g circa.

Abbinamento suggerito
Vini bianchi, birre chiare. Confettura di pomodori rossi. Pane di segale, grissini artigianali.

DELIZIA

www.deliziaspa.com

BURRATA

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

Formato disponibile per la ristorazione
50,100,125,150 g.

Abbinamento suggerito
Ottima da gustare da sola, accompagnata con primi e secondi piatti o anche, in versione dolce, con amarene sciroppate.

PEZZETTA

www.pezzetta.it

ZONCOLAN DI CAPRA ALLO SCHIOPPETTINO

Nasce dalla secolare usanza di nascondere il formaggio nel mosto in fermentazione per nasconderlo alle razzie della guerra… oppure ai conteggi del padrone! Formaggio di latte caprino, a pasta semidura, uniforme e compatta, ubriacato nel mosto di vino Schioppettino per 10 giorni. Presenta crosta scura con evidenti residui di uva.

Formato disponibile per la ristorazione
Forma da 3 kg.

Abbinamento suggerito
Da gustare con un vino rosso corposo come lo Schioppettino.

LATTERIA SAN PIETRO: UN GRANA PADANO DALLA RICCA SEMPLICITÀ

Nella Valle del Mincio, dove sorge l'azienda, crescono spontanei i prati stabili, ricchi di oltre 60 essenze vegetali. I loro profumi caratterizzano il formaggio Selezione da fieno. Un prodotto d'eccellenza che può giocare un ruolo da protagonista in cucina.

Di Grana Padano Dop sono state prodotte oltre 5 milioni di forme solo nel 2023. Viene realizzato in 32 province, in cinque regioni del Nord Italia, su una superficie che occupa 85mila chilometri quadrati. Un territorio di produzione di tale vastità permette l'esistenza di innumerevoli sfumature di gusto e profumo. Proprio nel cuore dell'area di produzione della Dop, esiste un piccolo territorio fertile: la Valle del Mincio. Qui crescono prati stabili spontanei gestiti da generazioni di agricoltori dell'alto mantovano. È a questo modello di agricoltura, antico e (veramente) sostenibile che Latteria San Pietro, che ha sede a Goito (Mn), ha deciso di rendere omaggio con il proprio Grana Padano Selezione da fieno.

Che cosa significa 'Selezione da fieno'? Vuol dire che il latte usato proviene da stalle selezionate che alimentano gli animali senza l'uso di insilati, sostituiti da fieno di prato stabile. Sfruttare il prato stabile significa coltivare… senza coltivare, perché il terreno del prato non ha bisogno di essere preparato attraverso diverse pratiche agricole: non ha bisogno di essere seminato, né di essere concimato, se non naturalmente. In un metro quadrato di prato stabile crescono così oltre 60 essenze vegetali. Questo significa biodiversità. E la biodiversità assicura la salute dell'animale, che produce un latte di qualità con caratteristiche organolettiche, che avrà il formaggio stesso. Il Grana Padano Selezione da fieno è fatto proprio di questo: una ricca semplicità che nasce dalla terra. Non solo. L'alimentazione a prato stabile consente di ottenere un Grana Padano fatto solo con latte, sale, caglio. Per produrlo non servono

che altri due ingredienti accessori: la passione, che dal 1966 guida San Pietro, e il tempo, che perfeziona ciò che l'uomo ha creato, con calma e sapienza.

Dal punto di vista organolettico queste caratteristiche consentono di ottenere un Grana Padano dal profilo sensoriale delicato: una spiccata dolcezza bilanciata da un piacevole sapore non eccessivamente salato. La nota amara e quella piccante sono quasi impercettibili. Ne risulta un Grana Padano degno di racconto in sala. E che può recitare un ruolo da protagonista in cucina.

L'AZIENDA

San Pietro è un caseificio cooperativo che produce Grana Padano Dop dal 1966. La cooperativa nasce nell'alta Pianura Padana quando 31 soci, che allevavano vacche nutrite solo con foraggi di prati stabili permanenti, si uniscono per produrre questo formaggio. Oggi i soci continuano la strada dei fondatori in un'esperienza economica e industriale alla ricerca di un prodotto che nella sua storia ormai di oltre mille anni racconta le fatiche del lavoro dell'uomo, degli animali e della natura. Negli ultimi anni la latteria ha concentrato il proprio lavoro per produrre tipologie non convenzionali di questo formaggio: Grana Padano Dop Biologico, Grana Padano Dop Selezione da fieno, Grana Padano Dop Kosher, e altre in corso di perfezionamento. Lo stabilimento è dotato di un'attrezzata sala di lavorazione e ampi magazzini di stagionatura, che permettono di trasformare 40mila tonnellate all'anno di latte e stagionare oltre 65mila forme di Grana Padano Dop.

segue

PERENZIN LATTERIA

www.perenzin.com

CAPRA TONKA & VERMOUTH

Il latte utilizzato per la produzione del Capra Tonka & Vermouth è un latte di altissima qualità che proviene dalle Alpi e Prealpi Venete, in particolare dall'Alta Marca Trevigiana e dalla Val Belluna, territori che si caratterizzano per la ricca presenza di boschi e prati verdeggianti. Per l'affinamento Latteria Perenzin ha scelto la Fava di Tonka, spezia poco conosciuta, originaria del Sud America, i cui semi marroni e rugosi assomigliano a un piccolo dattero dal sapore mandorlato, di vaniglia e caramello; naturale la scelta del Vermouth rosso Bordiga, vino aromatizzato, che riprende in gran parte gli aromi della fava e dona al formaggio consistenza, rotondità e forza. Colore della pasta nocciola chiaro e consistenza compatta, asciutta ma solubile al palato. Gradevole profumo di Tonka, che si accompagna con quello del formaggio, delicato sentore di Vermouth. Eccezionale equilibrio di sapori e profumi, che creano un bouquet armonico in bocca, sostenuti da una piacevolissima texture asciutta ma fondente, l'affinamento non sovrasta mai il formaggio, che mantiene le sue peculiarità e aromi.

Formato disponibile per la ristorazione
Disponibile in caciottone da 2,5 kg o in tranci sottovuoto da 200-250 g circa.

Abbinamento suggerito
Degustare in purezza con un calice di vino da meditazione.

CASEIFICIO VAL D'AVETO

www.caseificiovaldaveto.com

SAN STÈ

Il San Stè è il formaggio tipico della Val d'Aveto prodotto con latte crudo intero. Viene prodotto con tre differenti stagionature: 60 giorni per il giovane, 4 mesi per la media stagionatura e 8 mesi per l'extra. La crosta sottile del San Stè varia dal colore giallo paglierino al nocciola tenue: nelle stagionature più giovani il gusto richiama i sapori del latte. La stagionatura accompagna il retrogusto dal lievemente amarognolo a leggermente piccante. La pasta color bianco e avorio è elastica, quasi fondente nei formaggi più giovani, ha un'occhiatura sottile e può variare il suo colore di stagione in stagione pur con la medesima stagionatura: d'inverno il colore più chiaro della pasta è dovuto alla diversa alimentazione delle bovine.

Formato disponibile per la ristorazione
Quarto di forma, 3 kg circa.

Abbinamento suggerito
Il San Stè giovane è più versatile a tavola, ottimo cotto sulla tipica lastra da cottura in ardesia, mentre l'extra si presta ad abbinamenti raffinati come miele di arancia e limone, vini barolo e Sauternes.

STORICA FATTORIA PALAGIACCIO

www.palagiaccio.com

GRAN MUGELLO UBALDINO

Il Gran Mugello si caratterizza per una pasta semi cotta, compatta di color avorio e ha un crescendo di sapori, le forme realizzate artigianalmente sono una diversa dall'altra con un peso che varia dai 5 ai 6 kg. La stagionatura avviene all'interno delle Grotte Ubaldine, che si trovano in profondità sotto la Torre merlata della Villa Palagiaccio, dove il processo d'affinatura è favorito dalla presenza di Muffe Nobili Autoctone. Il Gran Mugello Ubaldino ha un profilo sensoriale unico sia per gli aspetti olfattivi che gustativi. Inizialmente all'ingresso in bocca si percepisce il dolce del latte, mentre la sua temperatura aumenta avvicinandosi alla nostra temperatura corporea cresce esponenzialmente anche la sapidità, pur mantenendo un'incredibile rotondità e delicatezza. I sapori gradualmente evolvono in una verticale con le note del latte fermentato, del fieno, dei cereali tostati, della mandorla e del burro, per arrivare a percepire le fragranze dell'extravergine d'oliva toscano con il quale viene massaggiato settimanalmente in crosta e che rappresenta anche l'unico elemento di conservazione del Gran Mugello.

Formato disponibile per la ristorazione
Mezza forma o forma intera.

Abbinamento suggerito
Il Gran Mugello di 12- 18 mesi è perfetto per essere degustato come uno aperitivo di alto livello accompagnandolo con bollicine metodo classico dal fine perlage e ottima acidità, oppure il 24 mesi e oltre è consigliato in chiusura di menù abbinandolo ai grandi rossi toscani, a vendemmie tardive di buona struttura, ai passiti muffati pourriture e a del vin santo di almeno 5 anni.

MOLINO SPADONI

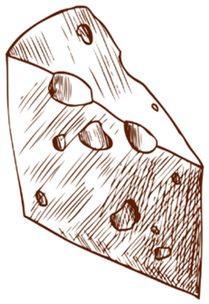
www.molinospadoni.it

STANCO DI BRISIGHELLA A LATTE CRUDO OFFICINE GASTRONOMICHE SPADONI

Lo Stanco è un formaggio a latte crudo prodotto con latte romagnolo, a pasta tenera con crosta fiorita edibile. Buccia sottile, gusto cremoso e delicato, nella maturazione tende a deformare la sua forma originale e proprio per questo ne deriva la sua denominazione 'stanco'. Caratterizzato da un colore bianco, dalla consistenza morbida e dal sapore dolce e delicato. Essendo un prodotto a latte crudo, il latte non è stato sottoposto a pastorizzazione. In questo modo si conservano i profumi, gli odori, i sapori del latte e tutte le caratteristiche proteiche e vitaminiche che la pastorizzazione ridurrebbe drasticamente. Il colore bianco e il sapore dolce e delicato lo rendono perfetto a tavola.

Formato per la ristorazione
Forma da 2 kg ca.

Abbinamento suggerito
Vini bianchi minerali e sapidi in grado di esaltare la cremosità della pasta e non coprire la delicatezza dei sapori del prodotto.



segue

BEPPINO OCCELLI

www.occelli.it

OCCELLI CON FRUTTA E GRAPPA DI MOSCATO

Gusti e sapori intensi sono l'obiettivo su cui Beppino Occelli sta lavorando, soprattutto a livello di affinatura, al fine di ottenere nuove e raffinate specialità. Si tratta di gusti che vanno incontro alle nuove tendenze giovanili e portano ad abbinamenti di sapore curiosi e sorprendenti. Le foglie di castagno, il fieno profumato di montagna, i cereali naturali, l'abbinamento del pepe nero e del pepe rosa, i frumenti e le crusche del mulino a pietra di Valcasotto, maturano e arricchiscono questi formaggi. L'Occelli con frutta e Grappa di Moscato è prodotto nel caseificio di Langa a Farigliano con latte 100% piemontese di pecora e vacca da animali liberi al pascolo. Stagiona per un minimo di 12 mesi nelle Antiche Stagionature di Valcasotto, viene successivamente affinato su assi di legno di pero e susino selvatici. L'aggiunta di frutta e Grappa di Moscato ne arricchiscono ulteriormente il quadro organolettico.

Formato disponibile per la ristorazione
Forma 3,5 kg, 1/2 forma 1,7 kg, ¼ di forma 0,8 kg, fette da 250/140 grammi.

Abbinamento suggerito
Beppino Occelli ne suggerisce il consumo in alternativa al dessert, in abbinamento a un vino passito o Sauternes.

GRUPPO MARENCHINO

www.marenchino.it

TESTUN DI CAPRA MARENCHINO

Testun di Capra è una specialità casearia del Gruppo Marenchino, è un formaggio della tradizione piemontese e il nome stesso Testun (dal piemontese 'testa grossa e dura, testone') significa formaggio dalla consistenza sostenuta. È un formaggio stagionato da latte 100% caprino di origine locale, altamente digeribile e ricco di proprietà benefiche, da cui ricava un gusto unico per intensità e sapore. Maturato sulle assi di legno di apposite cantine di montagna, viene lavorato da mani esperte che ne curano la stagionatura, forma per forma, fino al giorno in cui è pronto per essere portato in tavola. Un formaggio dalla personalità spiccata, dalla pasta bianca con una consistenza sostenuta e particolarmente omogenea lo rendono inconfondibile.

Formato disponibile per la ristorazione
Disponibile nei classici formati per la ristorazione: forma (ca 8 kg), mezza forma (4 kg) e 1/4 di forma (ca 2 kg). Disponibilità anche di spicchi nei formati più piccoli a peso fisso come 300 g, 150 g e 100 g.

Abbinamento suggerito
Ideale come aperitivo o per guarnire i piatti di gusto, grazie al suo gusto deciso e al sapore aromatico che si abbina impeccabilmente con un buon bicchiere di vino rosso.

CASEIFICIO PALAZZO

www.caseificiopalazzo.com

MOZZARELLA DI GIOIA DEL COLLE DOP

Una ricetta tradizionale e latte 100% italiano, caglio e sale, il siero innesto e la mano del casaro, la storia di una famiglia di Putignano e la cultura del territorio pugliese: è la Mozzarella di Gioia del Colle Dop. Per la produzione di questa mozzarella, che si aggiunge alla lista dei 63 prodotti agroalimentari e vitivinicoli Dop, Igp e Stg della Puglia, il disciplinare prevede che la cagliata si ottenga aggiungendo al latte, in dosi variabili a seconda della sua acidità, il siero innesto (derivante dalla lavorazione del giorno precedente), e che la stessa venga lasciata maturare per un tempo di almeno due ore. Caseificio Palazzo conserva fin dal 1957 questo metodo artigianale e lo utilizza per la produzione di tutti i suoi formaggi.

Formati disponibili per la ristorazione
/

Abbinamenti suggeriti
La Mozzarella di Gioia del Colle Dop si presta a svariati abbinamenti: perfetta per antipasti e aperitivi con affettati, bruschette e insalate, dona rotondità a pasta e risotti, e aggiunge gusto a pizze e focacce. Ottima anche con carne, pesce e in alcuni dessert. Si consiglia di servirla con vini bianchi leggeri o birre artigianali.

CASEIFICIO VAL D'APSA

www.caseificiovaldapsa.it

TUBERMAGNO

Formaggio di pura pecora stagionato con brisure di tartufo nero. La pasta è compatta, semidura, ideale da tavola o da scagliare. Al suo interno risulta essere di colore bianco con rada occhiatura.

Formato disponibile per la ristorazione
5 kg ca. - Stagionatura minima 120 giorni.

Abbinamento suggerito
Si accompagna con miele di acacia, pere e frutta secca e si abbina perfettamente a vini rossi profumati o a vini bianchi barricati.

IN UN PIATTO IL PROFUMO DELLA MONTAGNA

La Fontina Dop esiste in tre varietà: la tradizionale, quella d'alpeggio e a lunga stagionatura. Con un evento che coinvolge la ristorazione milanese, ha trovato spazio anche nell'alta cucina.

Nella tradizionalissima valdostana. O come mantecatura di un risotto con carpaccio di capasanta e riduzione di cedro. O, ancora, ad accompagnare, a mo' di fonduta, un tortello di entragna con sugo di arrosto e lampone. La Fontina Dop è versatilissima in cucina. I profumi, la sapidità e la scioglievolezza si rivelano perfetti sia nei primi piatti sia nei secondi. E pure nei dolci! Ma – diciamolo – è su un tagliere, degustata in purezza, che esprime al meglio i sentori della montagna. Lo sanno bene gli chef milanesi che quest'anno hanno aderito all'iniziativa Fontinami, promossa dal Consorzio di tutela della Dop valdostana: dal 12 al 25 febbraio hanno proposto in carta uno o più piatti inediti a base di Fontina.

La Fontina Dop è prodotta esclusivamente con latte intero appena munto, crudo, proveniente da una sola mungitura. Esiste, a partire dallo scorso settembre, quando è stata approvata una modifica al Disciplinare di produzione, in tre versioni. La prima è quella prodotta tutto l'anno e che si caratterizza per il gusto dolce, aromatico con sentori lattici. Esiste, poi, la Fontina Dop Lunga Stagionatura, che viene affinata in grotta per un minimo di 180 giorni durante i quali i sapori si esaltano donando un gusto più intenso e aromatico. Cosa dire, quindi, della terza varietà: la

Fontina d'alpeggio? Viene prodotta da giugno a settembre negli alpeggi della Valle d'Aosta, fino a 2700 metri di altitudine. Qua le vacche di razza valdostana pascolano libere nutrendosi di erbe fresche e fiori di montagna. Il latte appena munto viene quindi trasformato direttamente in loco, nelle casere di alpeggio, per mantenerne inalterate le caratteristiche organolettiche. Ne nasce un formaggio dalla pasta di colore giallo paglierino intenso - dovuta proprio all'alimentazione delle bovine -, morbida e fondente, che al palato risulta dolce e aromatica.

Proprio la complessità della Fontina Dop d'Alpeggio è apprezzata dagli chef, che l'hanno resa protagonista dei piatti presentati in occasione di Fontinami. A fornirla ai ristoratori, i vincitori del Modon d'Or 2023, il prestigioso riconoscimento assegnato ogni anno dalla Regione Autonoma della Valle d'Aosta. "Ne apprezzo soprattutto i sentori di erbe, che nella versione non d'alpeggio non si riscontrano", spiega Francesco Iob, chef della Locanda alla Scala. "Cerco di valorizzare questi profumi con un abbinamento particolare, non comune nella tradizione italiana: un carpaccio di capasanta. Ho voluto richiamare la cucina francese, visto che Valle d 'Aosta e Francia sono confinanti territorialmente e vicine dal punto di vista culinario". L'abbinamento con il pesce torna pure nel Salmone marinato al cacao, patata alle nocciole, Fontina Dop Alpeggio e polvere di tartufo di chef Tommaso Arrigoni di Innocenti Evasioni. Ma è nei risotti che ha trovato la sua massima espressione: con aglio nero, con radicchio, e pure con salsiccia. Non mancano accostamenti a carni e, naturalmente, alla cremosità dell'uovo poché. Non solo teoria, però. Siamo stati a cena da Osteria Brunello. Ecco come ci siamo trovati.

LA FONTINA VAL BENE UN RISOTTO

Anche quest'anno, ci siamo lasciati tentare dalla proposta gastronomica di Fontinami, lo sbarco del formaggio valdostano per antonomasia nella capitale lombarda. Eravamo curiosi di vedere come lo chef di una cucina famosa per una delle migliori cotolette alla milanese, quella dell'Osteria Brunello, avrebbe impiegato la forma di Fontina Dop Alpeggio a lui toccata in dote, e non siamo rimasti delusi.

In corso Garibaldi, a pochi passi da Brera e dall'ex Teatro Smeraldo, l'Osteria Brunello è la creatura di Tunde Pecsvari, una ristoratrice ungherese che parecchi anni fa giunse giovanissima dal lago Balaton a Milano, innamorata del Brunello di Montalcino. Il medesimo Brunello, presente in numerose referenze nella carta dei vini, è sempre disponibile come opzione anche nella mescita a calice, garantendo ottimi abbinamenti. Nella fattispecie, lo chef del locale, il fido Vittorio Ronchi, ha santificato la Fontina facendola diventare protagonista del piatto più milanese che ci sia: il risotto. Nel corso di Fontinami dunque i clienti di Brunello hanno avuto la possibilità di gustare il risotto mantecato con Fontina Dop Alpeggio, salsiccia cruda bovina di Madama Bianca (una delle più succose selezioni di bovine femmine adulte di razza Piemontese) e nocciole tostate. La perfetta mantecatura all'onda (il risotto, inclinando il piatto, si muove, com'è giusto che sia) e la cottura indovinatissima hanno confermato come la natura suadente della Fontina sia una grande scelta per un piatto del genere, a cui apporta l'indiscutibile carica aromatica dei grandi formaggi a crosta lavata. Prima del risotto, tuttavia, chef Ronchi ha anche predisposto un piccolo assaggio di benvenuto: una fonduta di Fontina sormontata da una crocchetta di cavolo. Accanto, in un altro piattino, due cubetti della Fontina d'alpeggio utilizzata in cucina, tanto per far capire di cosa stiamo parlando. Quella dell'Osteria Brunello è stata dunque un'ottima partecipazione alla terza edizione di una golosissima rassegna.

T.F.

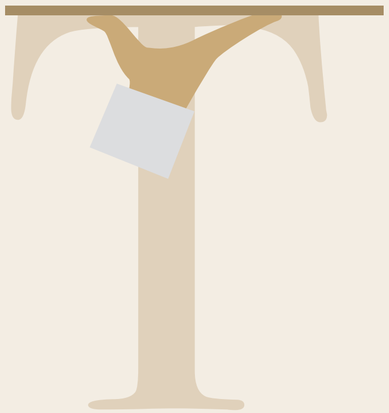
LO CHEF DELL'OSTERIA BRUNELLO VITTORIO RONCHI, E IL RISOTTO MANTECATO CON FONTINA DOP ALPEGGIO, SALSICCIA MADAMA BIANCA E NOCCIOLE TOSTATE

fine

lo stupidario

TRIPADVISOR E I NUOVI MOSTRI...

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



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

Tommaso Farina

SHELF LIFE
"Servizio ai limiti della scadenza"

CERCASI GATTO
"Topi che girano liberamente fuori dal locale"

ORFEI
"Clientela ai limiti del circo"

FORME DI VITA
"Peccato però che di fianco al nostro tavolo si siano seduti 2 esseri (se così si possono chiamare) che sembravano tutto tranne che civili"

MARTIN LUTHER CHING
"Mi ha risposto che lui era il ching di Milano"

LAVASTOVIGLIE
"Llui leccava i piatti e lei riprendeva ogni cosa dicendo di essere una influencer"

PER FORTUNA!
"Non scrivo mai questo tipo di recensioni, ma ho cercato anche di rimanere elegante"

IMPRESSIONATO
"La mia impressione? Una porcheria fatta pagare a peso d'oro"

CLIENTI ARROSTO
"Il maitre barbuto ci propone una sorta di tavolino da picnic praticamente dentro la griglia"

TU VUO' FA' L'AMERICANO
"Ho vissuto diversi anni in america e ho grande esperienza con le steakhouse americane e non"

CASTIGO
"Erano anni che venivo punito a Milano"

ERANO CUOCHI?
"Camerieri che sbagliano cottura"

GIOIELLERIA
"Ricordatevi che servite cotolette e risotti non diamanti"

TIRI MANCINI
"Purtroppo avevano prenotato per me, altrimenti non sarei mai entrato ed avrei cercato altro"

PICCOLE FERRAGNI CRESCONO
"Una banda di gente urlante in jeans e scarpe da tennis preceduta da una pseudoinfluencer che riprendeva il locale in diretta Instagram e che ha ripreso pure me senza che avessi dato il permesso"

LA VITA SEGRETA DEGLI INSETTI
"Ero a cena con la mia ragazza e ci siamo ritrovati letteralmente attaccati dalle cimici"

FIGA
"Una location così figa meriterebbe una gestione degna di questo nome"

INECCEPIBILE
"Ho ordinato una bottiglia di vino rosso. Quando ho fatto notare che era caldo, la cameriera mi ha fatto notare che lo servono a temperatura ambiente (c'erano circa 28 gradi)"

NUOVE CLASSIFICAZIONI
"I prezzi sono da ristorante mezza stella"

ADDIRITTURA
"Vivi per miracolo"

RIMPIANTI
"Ma alla fine è colpa mia che ci ricado sempre!!!"

SIAMO MOMENTANEAMENTE ASSENTI
"Si presenta il cameriere dicendomi che il coniglio che ho ordinato non c'è, anzi forse non c'è mai stato"

DETECTIVE
"Ho partecipato alla cena con delitto, l'unico delitto è stato il cibo"

WEIGHT WATCHERS
"Un antipasto degno delle migliori diete"

ABBINAMENTO
"Bagni disgustosi tanto quanto il cibo"

FARINA TIPO 0
"Non sapete lavorare, siete 0. Come la farina"

BARBARI
"L'unico motivo per il quale ha le recensioni buone è che non ha nessun italiano come cliente e quindi non capiscono nulla di cibo"

ADDIO
"Ho dovuto abbandonare il piatto"

CHIAREZZA
"Come entrée ti portano un piccolo fritto di non so cosa"

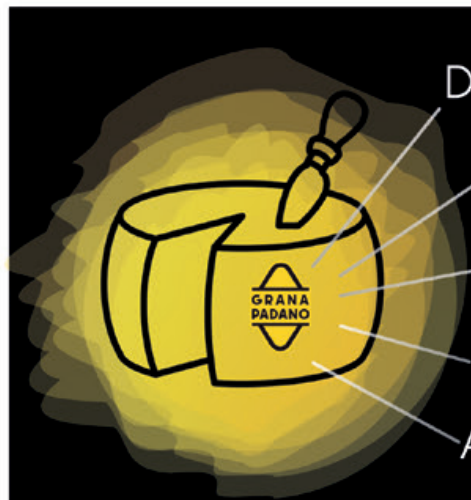
NASO FINO
"Mi è bastato annusare il rametto di rosmarino nel cocktail"

GLOBETROTTER
"Ho girato tutto il mondo ed un disservizio così non mi era mai capitato"

BODY POSITIVITY
"Se siete un po' più chiatte non vi recate non vi fanno entrare"

SAN PIETRO
Latteria 474

SELEZIONE DA FIENO: IL GRANA PADANO CHE NON PUO' MANCARE IN CUCINA



Da agricoltura da **Prato Stabile**

Solo latte, sale, caglio

Rispettoso della **biodiversità**

Naturalmente **senza lattosio**

Alte **stagionature**

Scopri
Latteria
San Pietro