



• **LUXURY** •
FOOD & BEVERAGE
Magazine

cover
**Botalla:
una storia di famiglia**

L'avventura dei Bonino.
Due genitori, tre fratelli, otto nipoti, un team
di 40 persone, quattro stabilimenti e oltre 30 formaggi.
Con una gamma dedicata all'alta ristorazione.



LO STUPIDARIO
TRIPADVISOR
E I NUOVI
MOSTRI...

INCURSIONI
MILANO
WINE WEEK:
IL RACCONTO

À LA CARTE
IL PESCE
NEI MENÙ
STELLATI



e d i t o r i a l e

P I C C O L O È B U O N O

L'ultima edizione di Golosaria, svoltasi a Milano alla fine dello scorso ottobre, ci consente un'interessante riflessione sull'importanza della piccola impresa nell'economia alimentare globale.

La kermesse milanese organizzata da Paolo Massobrio ha coinvolto oltre 300 artigiani della bontà. Ce n'erano per tutti i gusti: salumai, casari, piccoli pastifici, guru del cioccolato, creatori di mirabolanti confetture. La parte vinicola comprendeva una parata di 100 cantine selezionate nella 'Top Hundred' di Paolo Massobrio e Marco Gatti: una scelta dei produttori vinicoli che i due organizzatori hanno ritenuto più interessanti nel corso di un anno di scoperte e di degustazioni. E cos'aveva in comune, tutta questa gente? La dimensione artigianale. Erano tutti produttori di dimensione piccola, o al massimo media (ma pochissimi, questi ultimi). Magari capaci anche di esportare, ma mai al livello della grande industria.

Golosaria, dunque, ha dato ai moltissimi visitatori che l'hanno presa d'assalto una rappresentazione probante del tessuto economico italiano. Quel che vale in ogni settore della manifattura, vale anche nel campo della gastronomia: l'Italia è letteralmente, e per fortuna, dominata da un nugolo di piccole imprese familiari, che costituiscono un vero e proprio mosaico. Un mosaico di tessere che risultano piccine se prese singolarmente, ma che sono, ciascuna, fondamentali affinché il sistema globale abbia una solidità, o anche solo un senso. Sarebbe ora che i palazzi del potere e della politica, al di là delle dichiarazioni dal sapore elettorale, dimostrassero di aver compreso la natura e l'importanza di queste realtà nella loro globalità, ossia per tutto il Paese, per tutti noi.

Un ulteriore incremento delle tasse certamente non giova a un tessuto produttivo di piccoli player, magari fatti passare per una masnada di evasori fiscali. Quando invece si tratta di gente che non conta le ore di lavoro, ci mette passione e professionalità e che, alla fine del mese, porta a casa, se va bene, lo stipendio di un impiegato.

Ecco allora che occorre valorizzare e sostenere queste piccole realtà. Una risorsa fondamentale per tanti chef. Piccole aziende che, con la qualità dei loro prodotti, riescono a fornire quella materia prima fondamentale per realizzare piatti d'eccellenza.

Tommaso Farina

Edizioni Turbo Srl Direttore responsabile: ANGELO FRIGERIO

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

Anno 01- N.02 / 2019 Periodico mensile - Registrazione al Trib. di Milano n° 203 dell'11 settembre 2019
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158 del 21 aprile 2005

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 - Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB)

Chiuso in redazione il 29 ottobre 2019

ALIMENTANDO
IL QUOTIDIANO DEL SETTORE ALIMENTARE
www.alimentando.info

TESPI
mediagroup
www.tespi.net



Prima il piacere

Da piccoli ci dicevano: "prima il dovere e poi il piacere".
Levoni ha fatto del piacere il suo dovere: da un secolo
creiamo salumi che danno sapore ai tuoi momenti.
Ci siamo presi il dovere per lasciarti solo il piacere.



m e n u

COVER
BOTALLA:
UNA STORIA
DI FAMIGLIA



10-11

LO STUPIDARIO

TRIPADVISOR
E I NUOVI MOSTRI...

12-13

ZOOM

FIPE: "STESSO
MERCATO, STESSE
REGOLE"

14

WORLD'S 50 BEST RESTAURANTS

UNA CLASSIFICA
IN CHIAROSCURO

16-17

A CASA DI...
LE SPECIALITÀ
GOURMET FIRMATE
VAL RENDENA



18

INCURSIONI

SUA MAESTÀ
IL TARTUFO

20-21

FACE TO FACE

DELIVERISTO:
SPECIALITÀ
A PORTATA DI CLICK

24

ZOOM

PIETRO LEEMANN:
JOIA OLISTICA



25

INCURSIONI
MILANO CAPITALE
DEL VINO



26-28

TREND

IL PESCE
NEI MENÙ STELLATI

30-31

FOOD SERVICE

IL PACKAGING
PERFETTO
IN OGNI OCCASIONE

32

FACE TO FACE

LEONI RANDOLFO:
PORCHETTA DI ARICCIA
IGP D'ALTA GAMMA



34

À LA CARTE / SPIRITS

WANG MAO:
LO 'SPIRITO' DEL
DRAGONE SI PRESENTA

35

À LA CARTE / VINI
I RIVOLUZIONARI
DEL SANGIOVESE



36

PROSCIUTTO DI CARPEGNA D.O.P.



UNICO COME I NUMERI UNO.

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



 @prosciuttodicarpegna

flash

MASI AGRICOLA: ARRIVA L'ESCLUSIVO DECANTER REALIZZATO IN COLLABORAZIONE CON I MAESTRI VETRAI VENINI

Masi e Venini sono stati protagonisti, giovedì 10 ottobre scorso, della decima edizione de "La Vendemmia" di Montenapoleone, evento milanese che ha animato le strade e le boutique del Quadrilatero della moda. Nella speciale occasione, queste aziende simbolo del made in Italy hanno presentato in anteprima il decanter nato dalla partnership tra le due realtà: un oggetto dal design unico, in vetro soffiato, lavorato a mano e impreziosito da una goccia rossa che simboleggia il pregiato Amarone della Valpolicella, pensato per esaltare i canoni classici della storia italiana. "Artigianalità e tecniche avanzate sono il connubio che da secoli caratterizza ed esalta la tradizione dell'arte vetraia veneziana e il mondo dell'enologia veneta, entrambe massime espressioni di eccellenza esportate in tutto il mondo", ha sottolineato Sandro Boscaini, presidente di Masi Agricola. "La collaborazione tra Masi e Venini celebra l'antichissima sinergia tra il vino e il vetro, miglior amico del nettare di bacco, che nella bottiglia ha trovato la sua 'custodia' insostituibile. Il decanter è un oggetto altrettanto fondamentale poiché, grazie al processo di ossigenazione, permette di catturare e apprezzare al massimo il profilo aromatico di vini strutturati e ad alto potenziale di invecchiamento come l'Amarone. La raffinata creazione di Venini unisce alto artigianato, design e massima funzionalità garantita dai nostri tecnici, assicurando al nostro Amarone una degustazione degna di nota".



PHOTO CREDITS: MT COMMUNICATION



CANTINA SAN MICHELE APPIANO: SVELATO APPIUS 2015, SESTA EDIZIONE DEL VINO DA SOGNO DI HANS TERZER

Cantina San Michele Appiano ha scelto il contesto glamour e internazionale della Milano Wine Week 2019 per presentare l'edizione 2015 di Appius, il vino da sogno del winemaker Hans Terzer. Giunta alla sua sesta edizione, l'etichetta è stata svelata il 9 ottobre, in occasione di un evento organizzato presso Palazzo Bovara. L'esclusiva cuvée (6mila le bottiglie disponibili, più qualche grande formato) si conferma il capolavoro qualitativo della centenaria cantina altoatesina e l'ennesima scommessa vinta dal suo autore. Ottenuta dalle selezioni di punta, personalmente scelte da Hans Terzer, sulla base di criteri personali e vocati alla qualità, Appius 2015 è la perfetta armonia sensoriale del millesimo. Un'annata 2015 fin da subito celebrata come una delle migliori, in Alto Adige e non solo, grazie a vini che ne hanno confermato in prevalenza la generosità. La sesta edizione di Appius si ribadisce composizione di vini bianchi concentrata sullo Chardonnay (55%), cui altre varietà fanno da completamento, grazie al 20% di Pinot grigio, il 15% di Pinot bianco e il 10% di Sauvignon. Reinterpretati, anche quest'anno e come da ormai consolidata tradizione, il design della bottiglia e la sua etichetta: la raffigurazione creativa di Appius 2015, ideata e realizzata da Life Circus di Bolzano, esprime un concetto d'insieme e il legame tra natura e persone, la coesione tra il terroir, i viticoltori e la Cantina di San Michele Appiano. Per una primordiale nube di particelle, che racchiude l'incessante movimento e l'addensarsi di elementi come terra, acqua, luce, stagioni, a rappresentare la visione appassionata di ricerca verso l'eccellenza.

FERRARI: CAMBIO D'ABITO PER IL MAXIMUM BLANC DE BLANCS

Cambio d'abito per il Ferrari Maximum Blanc de Blancs. Una delle più iconiche etichette della casa spumantistica trentina, nonché la prima realizzata agli inizi del '900 dallo stesso Giulio Ferrari, si presenta in una nuova veste. Ad accompagnarlo, in occasione del lancio, anche un hashtag creato ad hoc, #ToTheMaximum, a rappresentare un concept che vuole celebrare, con questo TrentoDoc da uve Chardonnay di montagna e che affina 36 mesi sui lieviti, le emozioni più significative di ciascuno: quei momenti che rendono "maximum" il mondo di ognuno. La nuova grafica del Ferrari Maximum, realizzata dallo studio Robilant & Associati, si caratterizza per una forte contemporaneità, pur essendo perfettamente coerente con la storia aziendale. Particolare risalto viene dato ai colori della casa spumantistica, il bianco e il nero, cui si aggiunge una nota decisa di rosso, colore da sempre nello stemma. Particolarmente raffinata la capsula, che presenta, in rilievo, la texture ricavata dalla ripetizione della lettera F, ormai diventata tratto distintivo della Cantina. Il risultato è un'immagine elegante e moderna, che racconta la sapienza di Ferrari nel produrre bollicine d'eccellenza. La collezione Maximum, oltre al Blanc de Blancs, comprende anche il Ferrari Maximum Rosé e il Maximum Demi Sec.





COLLI DELLA MURGIA PRESENTA LA LINEA LE DRITTE, GAMMA DI VINI SENZA SOLFITI AGGIUNTI NÉ DIFETTI

Colli della Murgia, prima azienda vitivinicola biologica nata in Puglia e che si rivolge al mercato della ristorazione di alta qualità in Italia e nel mondo, lancia la linea Le Dritte. Una gamma di vini senza solfiti aggiunti e privi di additivi chimici di ogni tipo, ma che al tempo stesso conservano le caratteristiche organolettiche che i consumatori si aspettano, senza difetti. Un progetto nato nel 2011, all'interno di una vigna sperimentale di circa 15mila mq di superficie, dove la cantina pugliese ha deciso di scommettere su due delle varietà più rappresentative nel panorama vitivinicolo del Sud Italia: Aglianico e Greco. "Quella di Colli della Murgia è la storia di vini artigianali che guardano al futuro e che vogliono rafforzare sempre più il loro rapporto con il consumatore", sottolinea Saverio Pepe, direttore commerciale dell'azienda. Tanto che la cantina pugliese ha scelto di guardare anche alle nuove tecnologie e ai sistemi di intelligenza artificiale, utilizzando il primo chatbot per una bottiglia di vino: un assistente virtuale, che si attiva istantaneamente fotografando con lo smartphone il Qr code dell'etichetta, in grado di avviare conversazioni fluide con il consumatore, fornire informazioni sugli abbinamenti gastronomici, nonché visualizzare lo storytelling di azienda e vini attivando appositi link a contenuti multimediali.



TOUT DE BLANC: UNA NUOVA CUVÉE IN EDIZIONE LIMITATA PER LA MAISON JOSEPH PERRIER

La proposta Joseph Perrier, Maison distribuita in Italia da Banfi dal 2004, si arricchisce di una nuova cuvée. È Tout De Blanc, referenza che si presenta in una bottiglia raffinatissima, disegnata dalla talentuosa Lauren Collin. Il frutto del lavoro e della collaborazione di oltre tre anni tra l'artista ed il giovane presidente di Joseph Perrier, Benjamin Fourmon, che proprio quest'anno è subentrato al padre Jean-Claude alla direzione della Maison, azienda familiare alla quinta generazione. Presentata unicamente in formato Magnum, Tout De Blanc, con un'edizione limitata di sole 1.500 bottiglie, è prodotta da una selezionatissima raccolta di uve 100% Chardonnay, con la base cuvée dell'annata 2014. Eleganza e piacevolezza, arricchite da grande complessità ed energia, si sprigionano da questo Extra Brut con un dosaggio di 3,5 g/l. "Fresco, molto fine e delicato, al naso arrivano frutti bianchi, ma anche pesche nettarine e le note esotiche dell'ananas", così Nathalie Laplaige, *chef de cave* della Maison Joseph Perrier, racconta Tout De Blanc. "Con un po' di ossigenazione guadagna una struttura molto floreale, con sentori di iris e note speziate, delicato ma potente e corposo al tempo stesso. In bocca è incredibilmente intenso, lungo e con freschi contrasti, pesca, agrumi, pompelmo. Sicuramente un vino da pasto, molto elegante".



flash



I VINI D'ALSZIA CONQUISTANO L'ITALIA: GRANDE SUCCESSO PER #DRINKALSACE IN TOUR 2019

Torino, La Morra (Cn), Verona, Padova e Milano: sono state queste le tappe del #DrinkAlsace in Tour 2019. Un giro di degustazioni guidate, conclusosi con la serata milanese del 30 settembre scorso, che ha avuto come attori principali i vini d'Alsazia, presentati dal loro ambasciatore per l'Italia, Andrea Zarattini. Nel corso di masterclass con protagonisti Crémant d'Alsace, Riesling e Gewurztraminer alsaziani e il Pinot noir d'Alsace, rosso la cui crescita è in costante aumento, i professionisti partecipanti agli appuntamenti hanno attraversato virtualmente la regione francese, curiosando tra storia, terroir, vini tipici e tradizione. "Quando ci si avvicina ai vini d'Alsazia vale la pena ricordare che parliamo di vini e soprattutto di vitigni che hanno avuto un passato, anche molto remoto, particolarmente complesso che ancora oggi esercita la sua influenza", ha spiegato Andrea Zarattini. L'iniziativa #DrinkAlsace in Tour poggia le sue fondamenta su un mercato, quello italiano, che da sempre è di grande interesse per la regione francese. I dati export sull'Italia sono decisamente positivi: ad oggi, per tutte le Aoc si riscontra un +16,2% in volume e in valore rispetto al 2017, che si traduce in 600mila bottiglie esportate, di cui 440mila di vini fermi (+21,4%) e 160mila di Crémant d'Alsace (+4,2%). "I vini d'Alsazia con i loro profumi e aromi sorprendenti, dai più leggeri ai più importanti, sono delle ottime alternative nella scelta dei consumatori e professionisti italiani da sempre alla ricerca di novità", sottolinea il responsabile export del Conseil Interprofessionnel Vins d'Alsace (Civa), Foulques Aulagnon. "Il pubblico italiano è curioso e ama molto gli alsaziani, posizionandoli come vini gastronomici, li considerano ottimi alleati in fatto di abbinamento cibo - vino, come nella tradizione francese più classica".

AL MART DI ROVERETO HA APERTO "ALFIO GHEZZI", CAFÉ E RISTORANTE GESTITO DALL'OMONIMO CHEF

Dal 22 ottobre e per i prossimi sei anni la Caffetteria del Mart, il Museo di arte moderna e contemporanea di Trento e Rovereto, si chiamerà "Alfio Ghezzi" e sarà gestita dall'omonimo chef. Trentino, classe 1970, allievo di Gualtiero Marchesi e di Andrea Berton, Ghezzi per quasi un decennio ha guidato la cucina della Locanda Margon di Ravina, premiata da due stelle Michelin. Recentemente rinnovata negli arredi da Mario Botta insieme allo studio Baldessari e Baldessari, in dialogo con la Collezione del museo che annovera alcuni tra i maggiori capolavori italiani del '900, la Caffetteria del Mart è un percorso attraverso il design del XX secolo, rigorosamente made in Italy. Un progetto che rispecchia l'evoluzione del percorso sia interiore che professionale di Ghezzi per dare vita a un vero e proprio spazio culturale nel quale s'incontrano i grandi linguaggi della tradizione italiana: cucina, arte e design. "Sono davvero felice di essere in un luogo così profondamente legato al bello e a ciò che faccio, perché solo il respiro di qualche istante in questo spazio basta per farmi sentire in sintonia con il Mart", afferma Alfio Ghezzi. Per il Mart, lo chef ha elaborato una proposta articolata che, dalle colazioni alle cene, s'inserisce e completa l'offerta culturale del distretto museale e che si dimostra profondamente legata alla tradizione culinaria italiana, soprattutto a quella trentina e alla produzione del territorio. "Credo che l'arte e la cucina siano in connessione per dare entrambe la possibilità al visitatore o all'ospite di emozionarsi e di portarsi a casa un ricordo indelebile. Se tu ti ricordi un piatto, significa che ti ha emozionato", conclude Ghezzi.



PHOTO CREDITS: JACOPO SALVI



TEMPLETON RYE SPIRITS: L'ESCLUSIVA PER LA DISTRIBUZIONE IN ITALIA A FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Fratelli Branca Distillerie e Templeton Rye Spirits hanno annunciato un accordo di esclusiva per la distribuzione del portafoglio Templeton Rye American Whiskey in Italia. A fronte dell'intesa siglata, la realtà Usa sarà rappresentata e distribuita in esclusiva a livello nazionale e nel canale duty free dalla storica impresa familiare creata nel 1845 da Bernardino Branca, oggi titolare di brand premium e luxury tra cui Fernet-Branca, il liquore Brancamenta, il Vermouth Carpano Punt e Mes, il Brandy Stravecchio Branca, la Grappa Candolini e il Vermouth di lusso Antica Formula di Carpano. "Siamo molto orgogliosi di entrare nel mercato italiano insieme ad un partner così storico come Fratelli Branca", commenta Shane Fitzharris, vice presidente esecutivo global sales Templeton Rye Spirits. "Il whiskey americano sta vivendo una forte crescita in Italia con il crescente sviluppo della mixology con i classici cocktail Rye. Con questa forte partnership con la Fratelli Branca in atto, possiamo garantire che, insieme, Templeton sarà sempre più forte sul mercato italiano". L'accordo di distribuzione segue il successo nel lancio del marchio Premium American whiskey sui mercati internazionali, con il marchio che, negli ultimi 16 mesi, ha saputo entrare già in 27 Paesi. "Siamo onorati e lieti di rappresentare in Italia e nel canale del duty free Templeton Rye", conferma Patrick Piana, amministratore delegato di Fratelli Branca Distillerie. "Una storia leggendaria e un prodotto dal carattere forte, deciso ed elegante, che siamo certi verrà riconosciuto e premiato dagli appassionati di whiskey e dal mercato, che in Italia è sempre più attento e raffinato".



NASCE IL MILANO WINE CLUB: EVENTI ESCLUSIVI, MEMBER ONLY, PER PROFESSIONISTI APPASSIONATI

Un club esclusivo aperto a imprenditori, professionisti e opinion leader con una cosa in comune: la passione del vino. Federico Gordini, presidente della Milano Wine Week, ha presentato il 17 ottobre scorso, all'Emporio Armani Ristorante, quest'ultima iniziativa, che si chiama Milano Wine Club, nata da una sua idea. Spiega Gordini: "L'obiettivo del club è quello di coinvolgere una élite di consumatori appassionati di vino e caratterizzati da un approccio emozionale e conviviale". Fulcro dell'attività del club saranno gli eventi esclusivi, member only, col coinvolgimento dei massimi produttori italiani per serate all'insegna di quella convivialità che tanto caratterizza l'accostamento al vino di moltissime persone. Per la creazione del Club, Gordini si è avvalso dell'aiuto di Andrea Grignaffini (Guida Vini L'Espresso) e di Orazio Vagnozzi (Passione Gourmet), oltre che del supporto tecnico di WineTip. Le attività vere e proprie cominceranno nel 2020.



DA SINISTRA: ANDREA GRIGNAFFINI E FEDERICO GORDINI



DAI DIAMANTI NON NASCE NIENTE,
DAI PRATI STABILI NASCONO 63 ESSENZE.



scopri di più su: armoniealimentari.it

PRESENTATA LA 44ESIMA EDIZIONE DI HOSPITALITY 2020 (RIVA DEL GARDA, 2-5 FEBBRAIO)

Una nuova immagine, più contemporanea e internazionale. Hospitality, evoluzione di Expo Riva Hotel, è la fiera italiana per l'ospitalità e la ristorazione in programma dal 2 al 5 febbraio prossimi presso il quartiere fieristico di Riva del Garda. "Dopo 43 edizioni era giunto il momento di avere un nuovo nome e una nuova identità visiva, che meglio connotassero la fiera come punto di riferimento per il mondo Horeca e come hub internazionale di business e aggiornamento per i professionisti del settore", spiega Carla Costa, responsabile area fiere di Riva del Garda Fierecongressi. L'edizione 2020, che ha raccolto un +44% di conferme degli espositori, conta più produttori diretti, rafforza la presenza dei grandi brand, espande l'area food e include nuove tipologie di prodotto e un focus sulla formazione. Una superficie espositiva di oltre 39mila metri quadrati – suddivisa in quattro aree tematiche: Contract & wellness, Beverage, Food & equipment, Renovation & tech – accoglierà, si stima, oltre 28mila espositori. "Hospitality è una delle nostre manifestazioni di punta e rappresenta perfettamente la nostra naturale vocazione per il turismo e l'accoglienza", dichiara Roberto Pellegrini, presidente di Riva del Garda Fierecongressi. "Nei prossimi anni, grazie agli importanti investimenti già pianificati, potremo offrire non solo spazi più ampi, ma anche un quartiere all'avanguardia, sia dal punto di vista tecnologico sia delle infrastrutture".

CARLA COSTA, RESPONSABILE AREA FIERE DI RIVA DEL GARDA FIERECONGRESSI
INSIEME A ROBERTO PELLEGRINI, PRESIDENTE.



cover

UNA STORIA DI FAMIGLIA

Due genitori, tre fratelli, otto nipoti, un team di 40 persone, quattro stabilimenti e oltre 30 formaggi, con una gamma per l'alta ristorazione. Sono alcuni numeri dell'avventura dei Bonino, dal 1978 alla guida di Botalla, azienda nata nel 1947 ai piedi delle Prealpi biellesi.



C'è una storia di famiglia, nel cuore dei formaggi Botalla. Una storia che tramanda la qualità, i sapori e i valori che contano. Tutto inizia in uno scenario ricco di natura e di colori, con l'acqua più leggera d'Europa che sgorga dalle Prealpi biellesi, il verde dei pascoli e il bianco delle creste innevate, nel 1947, a Biella. E' questa la data di nascita della Botalla Formaggi, azienda guidata oggi dai fratelli Simona, Stefano e Andrea Bonino e rilevata dal loro padre, Sandro, direttamente dalle due figlie del fondatore, Natale Botalla, nel 1978. Da allora la storia di questa azienda è la storia di una famiglia: nel 1978 i giovani Bonino erano ancora bambini e i primi passi nel mondo caseario li hanno mossi papà Sandro e mamma Maria Teresa, ancora oggi accanto ai figli nelle decisioni più importanti sul presente e sul futuro della Botalla Formaggi. Basta trascorrere qualche ora nel quartier generale di via Ramella Germanin, nel centro storico di Biella, per assaporare l'unicità di questa azienda. Qui lavoro e famiglia rappresentano un tutt'uno e le tre generazioni, i genitori, i tre figli e gli otto nipoti, trascorrono le loro giornate. I piccoli Bonino, la terza generazione a cui sarà affidato il futuro della produzione firmata Botalla, fanno i compiti al primo piano, sotto lo sguardo di nonna Maria Teresa. In produzione e stagionatura, invece, Sandro Bonino affianca il figlio Stefano, cui trasmette i segreti imparati nel corso degli anni trascorsi alla guida dell'azienda. Simona, dal suo ufficio a pian terreno, segue l'importantissimo percorso di qualità e di certificazione della produzione e si occupa di tutti i temi legati alla sicurezza alimentare, oltre che dell'amministrazione. Ad Andrea, infine, il delicato compito di girare l'Italia presentando i formaggi e l'azienda ai clienti e rappresentando il volto, sorridente, di questa famiglia, fatta anche di un gruppo di 40 persone.

Un'azienda, quattro stabilimenti

Botalla Formaggi può contare su quattro stabilimenti: oltre alla sede principale, con le sue cantine naturali per l'affinamento dei formaggi, c'è quello di Mongrando, sempre in provincia di Biella, dedicato alla stagionatura, e due realtà produttive, una nel canavese, ad Albiano, e una nel biellese, a Occhieppo Superiore che, nel 2018, hanno lavorato oltre 10 milioni di litri di latte. "Proprio quello del latte e, in particolare, il rapporto con gli allevatori è uno di quegli aspetti nei quali siamo convinti di aver portato qualcosa di nuovo, nel settore caseario, utilizzando un approccio differente. La materia prima per noi è una risorsa fondamentale. Per questa ragione, circa venti anni fa, abbiamo scelto di sostenere la nascita una cooperativa di produttori di latte, di cui siamo soci, per portare allevatori e trasformatori a lavorare in una direzione comune, quella dell'alta qualità, attraverso cui viene valorizzato il lavoro di tutti. In questo modo siamo riusciti a instaurare un rapporto vero di collaborazione con il mondo degli allevatori, dandoci un obiettivo comune: continuare a produrre il latte eccezionale che questo territorio sa garantire e valorizzare i formaggi realizzati con questa materia prima".

La gamma per l'alta ristorazione

Il debutto nel mondo della ristorazione, per Botalla Formaggi, avviene con Sbirro, il primo formaggio con la birra prodotto in Italia, nato dalla decennale collaborazione e dall'amicizia con Menabrea e con la famiglia Thedi che ne è alla guida. Sbirro è un formaggio artigianale, reso unico dall'utilizzo dei cereali nella lavorazione, gli stessi che caratterizzano la birra Menabrea, oltre che dall'impiego di latte vaccino di Pezzata Rossa e Bruna Alpina. Nel corso degli anni, partendo proprio dal successo di Sbirro, l'azienda ha creato



DA SINISTRA: ANDREA, SANDRO, SIMONA, STEFANO E MARIA TERESA BONINO

una gamma di formaggi ad hoc per l'alta ristorazione, composta da 16 prodotti, disponibili in forme da 600 grammi, perfette per il servizio, nel plateau dei formaggi, e per l'utilizzo ricettato. Una selezione esclusiva dei sapori Botalla ma in un formato più piccolo, ideale per mantenere intatte le caratteristiche del prodotto e rispondere alle esigenze degli utilizzatori professionali. Tra i 16 prodotti gourmet pensati per l'alta ristorazione vi è la linea degli Speciali, con formaggi allo zenzero, curcuma, fiori, pepe colorato, curry, peperoncino ed erbe, cui si aggiungono i classici del territorio biellese, come il Maccagno, la toma e il Lunatico; due formaggi di capra, anche a latte crudo, e un erborinato, una delle ultime creazioni di casa Botalla: il Blu di Grotta. Completano l'offerta il burro premium di panna di centrifuga e il formaggio biologico Che Bio, a latte crudo.

MeBo, Menabrea Botalla Museum

“MeBo, Menabrea Botalla Museum, è la nostra casa, aperta dal 15 ottobre, un luogo che racconta la nostra storia e quella del birrifico attivo più antico d'Italia. Ed è l'inizio di un progetto che sfocerà nell'apertura di un'area ospitalità, dedicata a degustazioni e corsi di formazione legati al mondo del formaggio e della birra”, spiega Andrea Bonino. MeBo è un unico percorso che racconta i momenti più importanti, la tradizione e le storie di due aziende biellesi, divise solo da una strada e profondamente legate tra loro. Il viaggio all'interno di MeBo è un'esperienza emozionale ed immersiva, un viaggio tra passato e presente che racconta il territorio, la nascita, lo sviluppo e le tecniche di produzione di due marchi storici che hanno fatto dell'artigianalità il cuore del proprio business. All'interno di MeBo, aperto dal martedì alla domenica, è presente anche una sala dedicata interamente allo Sbirro.

Alice Realini

Varietà, passione, piacere.



Gambero Rosso 2020 3 Bicchieri
Bibenda 2020 5 Grappoli
Viteae 2020 4 Vite
Wine Advocate 93/100

Bibenda 2020 4 Grappoli
Wine Advocate 92/100
Decanter 91/100
Doctor Wine 95/100

Bibenda 2020 5 Grappoli
Decanter 2019 Best in Show

Maggiori informazioni su www.kellereibozen.com/it/premi



L'inimitabile molteplicità racchiusa in un luogo straordinario. Vinificati da persone animate da grande passione. Impreziositi da saperi antichi e tecniche innovative. Dal cuore dell'Alto Adige, il piacere più autentico. I vini di Bolzano.

**Wineshop Vinarius:
Bolzano-Gries, Via San Maurizio 36**



www.kellereibozen.com

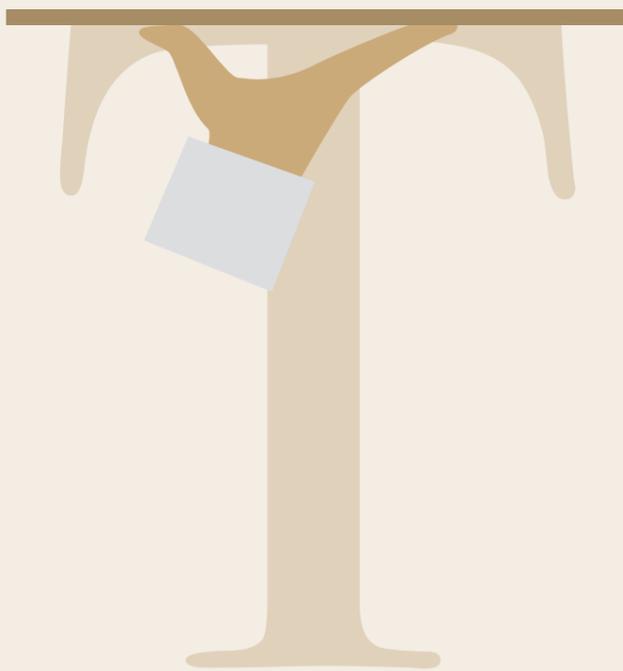
CANTINA · WINERY



lo stupidario

TRIPADVISOR E I NUOVI MOSTRI...

Dal recensore analfabeta al presunto esperto, dal proprietario rissoso al cameriere che fa a botte, 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.

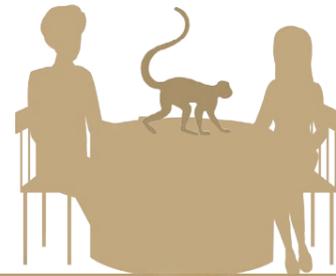
Tommaso Farina

NUOVI SAPORI

"HO SCELTO LE PAPPARDELLE RUVIDE CON FARAONA E PORCINI, UN SAPORE BELLO FORTE, ANCHE SE AVEVA UN RETROGUSTO UN PO' DA ROSTICCERIA"

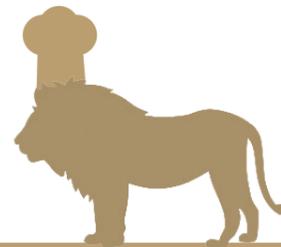
ARIDATECE CAPITAN FINDUS

"IL GRAN FRITTO (22 EURO) È UNA PRESA IN GIRO... SCARSO IN QUANTITÀ (CHE NON MI HA PESATO) E LA QUALITÀ IMBARAZZANTE... MEGLIO I SOFFICINI!"



TARZAN L'UOMO SCIMMIA

"IL PROPIETARIO SI AGGIRA SUI TAVOLI"



ANNI RUGGENTI

"NEL GHETTO CI SONO PERALTRO ALTRI RISTORANTI CON LEONI MENO ALTISONANTI MA MOLTO MEGLIO"

ARROGANCE

"CODA ALLA VACCINARA E BRACIOLE DI AGNELLO A SCOTTADITO, ENTRAMBI FACEVANO UN ODORE DI SELVAGGIO"



VERGOGNA, UBRIACONI!

"PER ANDARE IN BAGNO ENTRI QUASI IN CUCINA (DOVE HO INCONTRATO UN CAMERIERE CHE SI 'ATTACCAVA' AD UNA BOTTIGLIA D'ACQUA FERRARELLE)"

MASSI', TANTO È IL LAVORO ALTRUI, CHE CE FREGA

"NON HO MAI SCRITTO UNA RECENSIONE NEGATIVA SENZA AVER PROVATO IL POSTO, NON È DECISAMENTE DA ME, MA IN QUESTO CASO CREDO NON POSSO TRATTENERMI DAL FARE UNA CRITICA CHE, SPERO, POSSA ESSERE COSTRUTTIVA PER I GESTORI"

L'ESPERTO

"LA MIA CARBONARA È PIENA DI UOVO ANCORA LIQUIDO SUL FONDO: NON LA SANNO FARE NÉ TRADIZIONALE, CON L'UOVO BEN RAPPRESO, NÉ 'AGGIORNATA' (UN PO' MANTECATA)"

LEI NON SA CHI SONO IO

"IL PESCE NON È COSA VOSTRA. VE LO DICE CHI DI CUCINA MARINARA SE NE INTENDE"

ERA UN PRANZO, COME OSATE?

"SERVIZIO NON PROFESSIONALE, APPROSSIMATIVO E FASTIDIOSAMENTE INSISTENTE SUL VINO (PER DUE VOLTE 'VOLETE DEL VINO? NO GRAZIE'). FACCIÒ NOTARE CHE ERA UN PRANZO"

ITAGLIA AGLI ITAGLIANI/1

"AH DIMENTICAVO I CUOCHI SONO TUTTI INDIANI O BENGALSI, CHE CON TUTTO IL RISPETTO PER QUESTA GENTE MERAVIGLIOSA, NON CREDO CHE LA LORO CULTURA CULINARIA SIA LONTANAMENTE PARAGONABILE ALLA NOSTRA, CON QUESTO VOGLIO SOLO DIRE CHE LA CUCINA ITALIANA VA FATTA FARE AGLI ITALIANI, ALTRIMENTI POI I RISULTATI SONO QUESTI! VERGOGNA!!"

ITAGLIA AGLI ITAGLIANI/2

"E QUESTA È LA FAMOSA TRATTORIA DOVE TUTTI NE PARLANO BENE? MA DALTRONDE SE IN CUCINA CI METTI I BENGALSI COSA TI ASPETTI"

VELINE SCAMBISTE

"ALL'ARRIVO DEI PIATTI MI VIENE DA RIDERE PERCHÉ IL BATTUTO DI SCAMPI PRESO DAL MIO COMPAGNO ERA UNA VELINA AL SAPORE DI SCAMBI"

MENSA DEI POVERI

"NON AVEVANO NULLA!! NE' IL BACCALÀ, NE' I CARCIOFI, NE' I FIORI DI ZUCCA, NE' INSALATA E... UDITE UDITE... NEANCHE IL PANE!!"



SI TOCCAVA COSA?

"IL CAMERIERE CON I CAPELLI LUNGI SE LI TOCCAVA IN CONTINUAZIONE"



CORTESIE PER GLI OSPITI

"IL CAMERIERE SI È STARNUTITO IN MANO PRIMA DI SERVIRMI LA CODA ALLA VACCINARA CHE A QUEL PUNTO ERA DIVENTATA MOOOOOLTO SAPORITA"

INDICAZIONI PER IL POLLAIO

"LA ZONA È TURISTICA, E LA TENTAZIONE DI SPELLARE I 'POLLI' È SEMPRE TROPPO FORTE... ANCHE SE I POLLI ABITANO A POCHI METRI DAL LOCALE (E LO SPECIFICANO PURE!)"

LA MADRE ACIDA

"OLTRETUTTO È PANE DI PASTA MADRE IL CUI SAPORE È ACIDO E NON SI ACCOMPAGNA BENE PRATICAMENTE A NULLA"



CUCINARE CON SENTIMENTO

NON FANNO IL SUGO CON IL GUANCIALE, QUINDI TI RITROVI RIGATONI CON IL POMODORO E GUANCIALE, QUANDO INVECE SI DOVREBBE FARLO SOFFRIGGERE E UNIRLO AL POMODORO, AFFINCHÉ PRENDA AMORE"

NOBLESSE OBLIGE

"HO CHIAMATO PER PRENOTARE UN TAVOLO PER 9 PERSONE PER L'INDOMANI. RISPOSTA AL TELEFONO DELLA GENTILISSIMA DONNA: 'MAMMA MIA CHE COJONI, QUESTI CHIAMANO PE PRENOTÀ A QUEST'ORA'"

CRITICHE ATTENDIBILI

"NON POSSO ESPRIMERMI SUL CIBO VISTO KE PER QUANTO MI ERO ARRABBIATO NN L'HO TOCCATO"

GLI UOMINI PREFERISCONO LE BIONDE/1

"LA SIGNORA BIONDA È SEMPLICEMENTE UNA PERSONA ORRIBILE, CAFONA È UN COMPLIMENTO!"

GLI UOMINI PREFERISCONO LE BIONDE/2

"STRILLANO TRA DI LORO OFFENDONO I CLIENTI POI QUELLA SIGNORA BIONDA NON NE PARLIAMO"

GLI UOMINI PREFERISCONO LE BIONDE/3

"LA PROPRIETARIA (UNA SEDICENTE SIGNORA BIONDA CHE SI CREDE L'UNICA RISTORATRICE A ROMA), UN'AUTENTICA CAFONA"

GLI UOMINI PREFERISCONO LE BIONDE/4

"UN'ACCOGLIENZA QUASI VIOLENTA (DA UNA BIONDA CHE, SE NON LO È, SI ATTEGGIA VOLGARMENTE A PADRONA DEL POSTO)"

COTTURA A BASSA TEMPERATURA

"TARTARE PESSIMA SICURAMENTE CONGELATA E NN ABBATTUTA, COTTA DAL FREEZER E MAL CONDITA"



FATELI CHIUDERE

"EPPOI IL FORMATO: LE MEZZE MANICHE. AD AMATRICE INORRIDIREBBERO, MA A ROMA IN EFFETTI LA PASTA CORTA SI USA"

SI DICE NOMADI

"STRILI, ANTIPATIA, SEMBRANO ZINGARI"

Z O O M

“ STESSO MERCATO, STESSE REGOLE ”

È l'appello della Federazione italiana pubblici esercizi alle istituzioni. Per garantire una concorrenza leale nel settore della somministrazione.



LINO STOPPANI

“Non chiediamo meno regole: chiediamo che vengano applicate le stesse regole per la stessa professione, anche a tutela e a salvaguardia dei 10 milioni di clienti che ogni giorno frequentano i pubblici esercizi”. Lo scorso mese di maggio, la Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi) ha avviato una raccolta firme - che è anche un appello alle istituzioni italiane - denominata ‘Per non mangiarsi il futuro’.

Nella petizione si chiede di garantire la concorrenza leale nell'intero mercato della somministrazione, che oggi vede attivi anche operatori del settore agricolo, circoli privati, terzo settore, negozi di vicinato, home restaurant, food truck (street food), senza che però siano sottoposti alle stesse regole applicate alla ristorazione. “Perché se non ti chiami ‘pubblico esercizio’, non importano i servizi igienici, la presenza di spazi per il personale, gli ambienti di lavorazione idonei, la maggiorazione sulla Tari e il rispetto delle normative di pubblica sicurezza”, denuncia la Federazione. Che rincara: “La disparità di condizioni non genera soltanto concorrenza sleale, ma finisce per impoverire il mercato stesso nel momento in cui le attività di ristorazione chiudono, magari per reinventarsi in esercizi più semplici, dove tagliare i costi del servizio e di preparazione, con effetti immaginabili sulla qualità del prodotto, sui rischi alimentari dei consumatori, sull'occupazione del settore e l'attrattiva delle nostre città”.

Secondo Fipe, la nostra ristorazione conta 300mila imprese, 85 miliardi di euro in fatturato e 43 miliardi di valore aggiunto all'anno per 1 milione di occupati, senza contare il peso intangibile in termini sociali, storici, culturali, antropologici e il ruolo di volano per il turismo e l'intera filiera dell'agroalimentare del Paese. “Questi risultati sono la punta di un iceberg fatto del lavoro di centinaia di migliaia di imprese che, con la loro professionalità, fanno la forza di questo settore, che riceve a parole grandi pacche sulle spalle, ma nei fatti rischia oggi un impoverimento senza precedenti”.

La Federazione non vuole meno concorrenza, anzi, auspica ce ne sia sempre di più, ma per migliorare il mercato, non per renderlo più fragile, per questo chiede alle istituzioni più attenzione e un tavolo promosso dai ministeri competenti, con la partecipazione dei diversi attori della filiera, per una visione strategica complessiva e consapevole del settore.

Tra i firmatari della petizione, ancora aperta e accessibile sul sito della Fipe, altri enti nazionali come l'Associazione professionale cuochi italiani (Apci), per circa 1.600 adesioni, tra cui anche chef quali Claudio Sadler, Carlo Cracco e Filippo Giordano.

L'appello è stato ripreso anche in settembre, con la nomina del nuovo Direttivo, dal presidente Fipe Lino Stoppani: “Il governo Conte ha l'opportunità di fare ciò che nessun altro governo ha avuto il coraggio di fare prima d'ora: valorizzare un'eccellenza italiana che ci rende famosi in tutto il mondo. Subito un tavolo che affronti i temi cruciali: regole uguali per tutti gli operatori della ristorazione; revisione del sistema dei buoni pasto, con l'abbandono delle gare al massimo ribasso per i servizi nella pubblica amministrazione e l'introduzione dei voucher, così come già avvenuto in agricoltura”. Da palazzo Chigi, però, ancora nessuna risposta.

Irene Galimberti

Non seguiamo le tradizioni.
Le miglioriamo.



Prodotto solo con latte pugliese selezionato, il Trulloccchiato Deliziosa si riconosce per l'occhiatura tipica e per il sapore inimitabile e inconfondibile. La stagionatura in grotte naturali, conferisce a questa eccellenza quel gusto dolce e delicato che lo contraddistingue fin dal primo assaggio.



UN SAPORE CHE TI PUGLIA

il caso

UNA CLASSIFICA IN CHIAROSCURO



Troppo eurocentrica e poco trasparente.
La World's 50 Best Restaurants,
pubblicata a giugno di ogni anno,
continua ad attirare le critiche di chef e addetti ai lavori.
Ma, intanto, nessuno può permettersi di ignorarla.

C

Come ogni classifica che si rispetti, il World's 50 Best Restaurants fa discutere. Scatenando polemiche tra favorevoli e contrari e alzando il sipario su un mondo tanto affascinante quanto competitivo come quello degli chef.

La bibbia del ranking mondiale è il mensile britannico *Restaurant*. Che, in giugno, stila la classifica sulla base di una giuria (chiacchierata pure quella) di 1040 chef, ristoratori e critici sparsi ai quattro angoli del pianeta.

I migliori senza i migliori?

Tra i nervi scoperti c'è la recente modifica al regolamento (gennaio 2019) che prevede l'esclusione dei vincitori delle passate edizioni. Così Massimo Bottura, incoronato re degli chef nel 2018, non è stato considerato nel ranking di quest'anno, dove ha trionfato l'argentino Mauro Colagreco, poliedrico timoniere del Mirazur di Menton, in Francia.

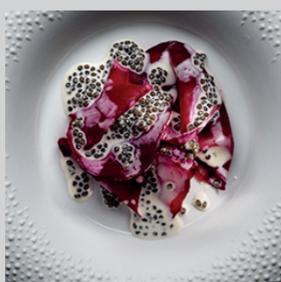
Stesso destino di Bottura per tutti gli altri chef sali-

ti sul gradino più alto del podio fin dal 2002. Questi passano così in una sorta di Hall of Fame planetaria. È vero che René Redzepi vinse tre anni di fila, tra il 2010 e il 2012, ma una classifica senza il top dei top ha ancora valore?

Troppo eurocentrica

Possibile che ogni anno vinca (quasi) sempre un ristorante europeo? Nel commentare il ranking, gli addetti ai lavori notano che non ha più senso

LA TOP
10
DEL 2019



1.
MIRAZUR,
MENTONE
FRANCIA



2.
NOMA,
COPENAGHEN
DANIMARCA



3.
ASADOR
EXTEBARRI,
ATXONDO
SPAGNA



4.
GAGGAN,
BANGKOK
THAILANDIA



5.
GERANIUM,
COPENAGHEN
DANIMARCA



6.
CENTRAL, LIMA
PERÙ



7.
MUGARITZ,
SAN SEBASTIAN
SPAGNA



8.
L'ARPEGE,
PARIGI (CHEF
CHOICE AWARD
PER ALAIN
PASSARD)
FRANCIA



9.
DISFRUTAR,
BARCELONA
SPAGNA



10.
MAIDO, LIMA
PERÙ

LE
POSIZIONI
DEGLI
ITALIANI



29
PIAZZA
DUOMO,
ALBA (CN)



31
LE CALANDRE
RUBANO
(PD)

considerare il ristorante di lusso europeo come l'alfa e l'omega del mangiare bene. La classifica ha scarsa considerazione di tutto quel mondo vivacissimo e innovativo composto da cinesi, vietnamiti, israeliani, iraniani, fossilizzandosi in cliché che ormai lasciano il tempo che trovano.

La scarsa inclusione di tradizioni extra-occidentali continua infatti ad attirare critiche all'iniziativa di *Restaurant*. Giudicata ormai troppo

affollata da chef uomini e bianchi. Intanto, per correre ai ripari, gli organizzatori hanno pensato di istituire il Best Female Chef e, sul fronte della giuria, di garantire l'equilibrio di genere tra i votanti a partire dal 2019.

Criteri da rivedere

Altro tema caldo sono proprio i giurati e i criteri di selezione. Secondo i ben informati, la giuria non si limita a premiare il talento in cucina, ma tiene con-

to - anche troppo - della mediaticità degli chef, della loro capacità imprenditoriale e della location turistica più o meno alla moda. Con tutte le conseguenze del caso, ovvero ristoratori impegnati a curare più le pubbliche relazioni che la cucina. Innescando così una serie di press tour, inviti ad hoc ed eventi per ingolosire i giurati. Anzi, facendo dubitare - suggerisce più di qualcuno - perfino del loro anonimato.

Federico Robbe

a casa di...

LE SPECIALITÀ GOURMET FIRMATE VAL RENDENA



FRANCESCO GASPERI



PIAZZA VIGO RENDENA ANNI 50



Lo storico salumificio presenta il suo prodotto di punta, la carne salada 'Qualità Trentino', e le altre tipicità del territorio. Referenze sempre più apprezzate dalla ristorazione d'alta gamma.

Dai piedi delle Dolomiti alle tavole degli italiani il passo è breve, se a farlo sono i salumi di qualità del Salumificio Val Rendena, che dal lontano 1947 produce carne salada, speck e salumi dal gusto inconfondibile. Gustosi insaccati stagionati come il salame Rendena all'aglio, il salametto Rendena, la luganega tipica o le salsicce diavoleto, le pancette arrotolate, stufate e affumicate, lardo aromatizzato, speck e stinco cotti, würstel. Un elenco da far venire l'acquolina in bocca, che ben rappresenta il Salumificio Val Rendena, attivo da oltre 70 anni nella realizzazione delle più importanti specialità di salumi della tradizione trentina.

Carne salada top di gamma

Il fiore all'occhiello della produzione del Salumificio Val Rendena è però la carne salada a marchio Qualità Trentino. Un'eccellenza della gastronomia locale, garantita dal rigido disciplinare che viene applicato nel pieno rispetto della ricetta storica, prodotta utilizzando esclusivamente fese di bovino adulto italiano lavorate secondo il tradizionale processo di 'salagione' per osmosi naturale a secco, segreto dell'inconfondibile gusto dolce, morbido e asciutto allo stesso tempo.

Un metodo che il Salumificio Val Rendena pratica fin dalla fondazione quando, finita la guerra, i fratelli Angelo e Francesco Gasperi aprono una piccola macelleria-salumeria e rivendita di latte in quel di Vigo Rendena, mettendo a frutto le conoscenze imparate precedentemente a Fiume, dove i due erano emigrati in cerca di occupazione e denaro per poter ristrutturare la propria casa, andata a fuoco nel tragico incendio di Vigo del 1929.

Tecnologia al servizio della qualità

Una lunga storia frutto del lavoro, dell'esperienza e della serietà, quella del Salumificio Val Rendena. Che oggi continua a coniugare la passione degli inizi con la tradizione degli antichi saperi, il forte legame con il territorio naturale in cui opera e una spinta innovativa che ha portato l'azienda a decidere l'apertura di un nuovo stabilimento adibito alla produzione di carne salada. Dotato delle più moderne tecnologie a servizio del rispetto della tradizione, per mettere a disposizione dei propri maestri salumai le strutture più adeguate a mantenere gli altissimi standard di qualità e genuinità dei prodotti, a cui da sempre ci ha abituato.

CANTINE
FLORIO
1833

**UN MONDO
CHE NON TI ASPETTI**



*Il tempo regala sfumature preziose.
Venite a scoprire la modernità dei marsala Florio,
perfetti per un fine pasto e un aperitivo gourmet.*

incursioni

SUA MAESTÀ IL TARTUFO

L'oro bianco (o nero) della gastronomia in mostra a Milano per un fine settimana all'insegna dei sapori e dei profumi. L'occasione ha riunito i più importanti marchi d'Italia. Che hanno raccontato il prezioso alimento in ogni sua forma.

Sin dall'antichità la sua presenza sulla tavola era indice di nobiltà e potenza di chi l'offriva in quanto considerato il 'cibo degli Dei'. Tra i primi a conoscerlo, il popolo degli antichi Sumeri che utilizzava il tartufo mischiandolo ad altri vegetali quali orzo, ceci, lenticchie e senape. Poi fu la volta del popolo babilonese ed egizio. Si narra, infatti, che il Faraone Cheope pretendesse decine di chili di tartufi cucinati con grasso d'oca per i suoi lussuosi banchetti. In Italia, invece, ci ha pensato Giacomo Morra, il noto ristoratore e albergatore di Alba. Nel 1929 ebbe la brillante idea di

rendere il tartufo bianco (denominato da lui stesso "Tartufo d'Alba") un alimento di culto internazionale a cui, oggi, vengono dedicati importanti eventi di richiamo sia turistico che gastronomico. Per capirne di più sull'oro bianco (o nero) della gastronomia, siamo andati in visita alla prima edizione della Fiera Nazionale del tartufo. In scena a Milano presso piazza Città di Lombardia dal 17 al 20 ottobre. Un fine settimana all'insegna dei sapori e dei profumi delle pregiate pepite d'oro del bosco nel quale i più importanti marchi d'Italia hanno raccontato il tartufo in ogni sua forma.

I boschi della nostra regione sono vere e proprie miniere d'oro che ospitano sia il tartufo bianco sia il nero. Parlando di varietà, esistono ben quattro tipologie diverse di tartufo: tartufo Bianco Pregiato, tartufo Nero Pregiato, tartufo Nero Estivo e tartufo Bianchetto. A loro volta, queste tipologie si suddividono in altrettante categorie. All'interno della famiglia del tartufo nero estivo, per esempio, ne troviamo altre venti. Come l'Uncinato, varietà del tartufo nero estivo. Il Bianchetto, invece, è il "fratello minore" del tartufo bianco pregiato (considerato il tartu-

ALCUNI
ESPOSITORI
PRESENTI



ASSOCIAZIONE
TARTUFAI
MONFERRATO



fo per antonomasia perché riveste un'importanza commerciale notevole). Viene spesso confuso con il bianco pregiato perché le caratteristiche visive sono pressoché le stesse. Ciò che lo distingue è l'odore: all'inizio è tenue e gradevole, in un secondo tempo diventa più forte con un profumo aglioso. Questa sua caratteristica lo rende perfetto per essere utilizzato con piatti a base di pesce. Infatti, si abbina molto bene con le acciughe e il baccalà e viene utilizzato anche per le marinature e le farce. La differenza sostanziale tra tartufo bianco e nero sta nel profumo e nella qualità.

Il tartufo nero lo si può trovare in quasi tutto il territorio italiano. Ogni terreno è abbastanza duttile per favorirne la crescita e per questo motivo è meno ricercato del tartufo bianco che, invece, ha bisogno di un terreno più alcalino e di un microclima particolare. Si nutre della linfa delle radici della pianta che può determinarne colore e gusto. Lo stesso vale per le temperature. Se il clima è molto secco il tartufo fatica a svilupparsi e può risultare più bitorzolo, con meno sapore e meno profumo. Sempre il clima ne determina ogni anno il prezzo che, ovviamente, si calcola anche in

base al peso. I vini piemontesi come il Barbera o il Barbaresco si sposano molto bene con i piatti a base di tartufo Bianco Pregiato. Anche se un abbinamento vincente è con il Pergola Rosso Doc, vino rosso dalla grande complessità aromatica che presenta note che vanno dallo speziato ai sentori floreali come rosa e viola passite ed evoca essenze dei frutti rossi del sottobosco. Insomma, bianco o nero, il tartufo è uno dei prodotti più pregiati che ci siano. Un vero gioiello dei nostri boschi e delle nostre tavole.

Eleonora Davi



Tutto il gusto della panna.

Burro Gold Valtellina da sempre prodotto con panna fresche di centrifuga.

Scopri di più su
www.lattoriachiuro.it



OLTRE 20
RISERVA
MESI



GRANA PADANO RISERVA. LA VITA HA UN SAPORE MERAVIGLIOSO.

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



Consorzio Tutela Grana Padano

face to face

SPECIALITÀ A PORTATA DI CLICK

Deliveristo è un servizio dedicato a chef e alta ristorazione. Per ordinare in modo semplice e veloce le eccellenze di piccoli produttori italiani. Ma non solo. Intervista a Ivan Aimo, uno dei fondatori.

Ampia scelta di prodotti d'alto livello, consulenze personalizzate e un unico interlocutore che gestisce gli ordini. Tutto questo e molto altro è Deliveristo.com, l'innovativo servizio di consegna che connette direttamente produttori e ristoratori, eliminando gli intermediari, con la sicurezza della massima freschezza possibile. Ne parliamo con Ivan Aimo, uno dei fondatori.

Come nasce il progetto Deliveristo?

Lavoravo in un fondo investimenti per start up, che spesso riguardavano l'innovazione nei processi d'acquisto nel food. Ma in Italia queste idee si rivolgevano solo al consumatore finale, mentre oltreoconfine si trovavano esempi rivolti alla ristorazione. Così, nel luglio 2017, io e Luca Calia abbiamo fondato Deliveristo. Che non è solo una piattaforma con un ricco catalogo di specialità prodotte da piccole realtà in diverse regioni d'Italia, ma anche una fonte d'ispirazione per nuove materie prime, oltre che un vero e proprio consulente.

In che senso?

Ci proponiamo come buyer personali, suggerendo gli ingredienti più adatti o particolari, con il valore aggiunto della ricerca e della selezione. Infatti nel nostro team, che coinvolge una decina di addetti, abbiamo due laureati all'università di Scienze gastronomiche di Pollenzo, in grado di selezionare rigorosamente produttori e prodotti di alto livello.

Quali altre figure collaborano con voi?

Il primo anno è stato fondamentale l'ingresso dello sviluppatore,

Lorenzo Tassone, e del commerciale, Gabriele Angeleri, che ha intervistato oltre 100 chef per comprenderne al meglio le reali esigenze. Nell'autunno 2018, con 30 fornitori, il portale è diventato operativo.

E oggi quali sono i numeri di Deliveristo?

Oltre 200 produttori per 4.500 referenze in tutte le categorie (pasta, carne, salumi, formaggi, ungulati...). Più di 130 clienti.

Quali sono i vantaggi di questo servizio?

Per la ristorazione il servizio e la consulenza sono gratuiti. In più rappresentiamo un unico interlocutore, un solo punto di fatturazione, con un'unica fattura per tutti i prodotti ordinati anche da diverse aziende, senza costi aggiuntivi. Per queste comodità sono gli stessi chef a chiederci di integrare i loro fornitori. Per i produttori non ci sono costi iniziali da sostenere, ma chiediamo una commissione sulle vendite, in cambio della visibilità e della gestione commerciale e operativa degli ordini (mansioni che evitano volentieri).

E le consegne come funzionano?

I fornitori decidono se occuparsi della spedizione o farla gestire ai nostri partner logistici: Dhl per il secco, Stef per il fresco. I tempi variano a seconda del produttore, dell'area geografica e delle categorie merceologiche. Pesce, frutta e verdura possono arrivare anche in giornata, mentre per prodotti che arrivano da lontano è normale aspettare un paio di giorni. In alcuni casi, però, il corriere raggruppa gli ordini ricevuti il tal giorno per consegnarli su un Cap tutti insieme.

TRA LE SPECIALITÀ'

Fassona piemontese, carne di selvaggina italiana, formaggi di tutta Italia e rari come il callu de cabrettu, frutta e verdura bio di cascine, gamberi di Mazara del Vallo, salumi di maiale nero allo stato brado, alacce, fagiolo di Controne e tanti altri presidi slow food, visciole di Cantiano, aglio nero italiano, vini naturali, bottarga sarda.



TRA I PRODUTTORI

La Granda, Guffanti, Sant'Uberto, Cascina Fraschina, Bottega Pavesi, Centonze, Cascina Madonnina, Grandi Tartufi, Malandrone, Mazara Fish, Dinoabbo, Giovanni Spanu, Storico Ribelle, Salvatore Bussu, Salumi Martina Franca, Re Norcino.

TRA I CLIENTI

Liberty, Sine, Materia, Buur, Tipografia Alimentare, La Brisa, Pont de Ferr, Griglia di Varrone, Panificio Longoni, Al mercato, Terroir, Enoteca Naturale, Osteria della Conchetta, Distreat, Exit.



z o o m

PIETRO LEEMANN: JOIA OLISTICA

Compie 30 anni il primo ristorante vegetariano in Europa a ottenere una stella Michelin. Lo chef e l'approccio spirituale all'alimentazione.



L'oriente incontra l'occidente. Il tai chi e la meditazione si fondono con gli alimenti. Un approccio al cibo che va ben oltre la pratica e la sperimentazione culinaria, ma che, anzi, è una filosofia di vita. È la cucina di Pietro Leemann, l'essenza del Joia di Milano. Che, a settembre, ha festeggiato 30 anni dalla sua inaugurazione. Primo ristorante vegetariano in Europa a ottenere una stella Michelin, nel 1996, il Joia era una dirompente novità nel panorama della ristorazione milanese. Quando ancora i palati dei consumatori prediligevano l'opulenza delle salse anni '80, ed erano soliti a monumentali quantità di carne, Leemann introduceva la cucina vegetariana. Allora un concetto assolutamente nuovo.

Formatosi nelle cucine di Marchesi e di Girardet e Guerard - fondatori della novelle cuisine - e studioso delle filosofie e discipline orientali, dopo aver vissuto fra Cina e Giappone, Leemann ha fatto del benessere fisico e spirituale, dato da una dieta sana e vegetariana, la propria filosofia di vita. Lo chef, che adotta una visione olistica dell'essere ispirata all'antroposofia e all'ayurveda, suggerisce un'alimentazione che metta in relazione corpo, mente e spirito. Una dieta completa, che abbia un ordine etico, morale e spirituale. È così che cucinare (e mangiare) diventa una pratica introspettiva, con cui si entra in contatto con Chi ci ha creato e con chi ci circonda. Anche gli animali e l'ambiente, dunque. "Una passeggiata leggera in un paesaggio fantastico. Metafisico, surrealista, iperrealista, ma concreto", come spiega Leemann in una nota intro-

duttiva al menu del Joia.

Nasce così la proposta culinaria del ristorante milanese, nel cui menu trionfano frutta, verdura e cereali, con una ridotta percentuale di alimenti proteici. Gli ingredienti, di origine biologica, biodinamica o da orti sinergici, sono freschi, locali e prodotti rispettando l'ambiente e gli animali. Le verdure sono cotte in modo semplice e veloce per esaltarne gusti, colori e consistenze. L'atto del mangiare, infatti, è anche un piacere. Spazio dunque alle erbe aromatiche e alle spezie, che stimolano il gusto. Oltre che ai fermentati - yogurt, miso, pasta madre, lieviti e aceti -, presenti in ogni tradizione alimentare, e ai cereali poco raffinati, che sono più facilmente assimilabili dall'organismo. Ogni creazione di Leemann segue queste regole alimentari generali. Tra le più caratteristiche della proposta del Joia: il pesto leggero, le melanzane affumicate, il curry ingentilito, il tortino di cioccolato, la meringa al vapore, il pesto di avocado e verdure.

Il vegetarianismo è ora sdoganato e apprezzato anche da chi non adotta tale scelta alimentare. E, nell'ultimo decennio, il panorama della ristorazione milanese ha accolto la crescente domanda dei consumatori di proposte senza carne né pesce. Sono sorti locali, catene e fast-food esclusivamente vegetariani. E vegani, concetto ancora incomprenduto da molti. Scelta alimentare dei più attenti all'ambiente, alla salute e al benessere animale. Ed è proprio questa la direzione che sta imboccando la cucina olistica di Pietro Leemann.

incursioni



Più di 300mila presenze attive, di cui oltre 100mila registrate solo nel weekend conclusivo. E un incremento del 30% nel pubblico straniero rispetto a 12 mesi fa. 300 eventi in agenda, con un migliaio di aziende coinvolte e più di 50 consorzi ad aver scelto di dare il loro contributo all'appuntamento internazionale del vino, tra seminari, masterclass, walk around tasting, degustazioni ed educational dedicati al mondo Horeca, cui si sono aggiunti la seconda edizione del Wine Business Forum e il debutto del Wine Generation Forum, dedicato a professionisti e consumatori di domani. Già da questa carrellata si potrebbe trarre un primo complessivo giudizio sulla seconda edizione della Milano Wine Week. Numeri da capogiro, che testimoniano il successo della settimana milanese dedicata al vino in tutte le sue espressioni, kermesse diffusa andata in scena nel capoluogo lombardo dal 6 al 13 ottobre scorsi.

Che il format ideato dall'Associazione Milano Wine Week e prodotto da Lievita, società di Sg Company, presentasse un potenziale notevole e non pienamente espresso nel corso dell'edizione "zero" del 2018 era noto a tanti. Ma non erano in molti a prevedere la vera e propria "esplosione" di questo evento capace di coinvolgere tutta la città, sia in termini di appuntamenti in calendario, sia in termini di partecipazione. "La manifestazione ha confermato dei risultati straordinari sia nei tanti momenti dedicato al pubblico business sia per le attività riservate al pubblico consumatore, con una crescita molto significativa in entrambe le direzioni", spiega Federico Gordini, presidente di Milano Wine Week, accogliendo con estrema soddisfazione le cifre record che hanno connotato la ker-

messe 2019. "Questa seconda edizione ha trasformato la manifestazione in una vera e propria piattaforma di contenuti, che guarda a una dimensione internazionale, esattamente come tutte le altre settimane milanesi".

Il fil rouge della Mww

Fin dal primo giorno della manifestazione, è risultato ben evidente che l'appuntamento milanese del vino si sarebbe dimostrato uno studiato mix tra democratici bagni di folla e più selezionati eventi esclusivi. Da una parte, infatti, il taglio del nastro "pubblico", con il brindisi inaugurale di sabato 5 ottobre in piazza Tre Torri, a CityLife, che ha visto la distribuzione di oltre 4mila calici di spumante TrentoDoc ad altrettante persone. Dall'altra, la scelta della nota Maison di Champagne Perrier-Jouët di esordire all'appuntamento milanese, con un party tenuto proprio all'ombra della Madonnina, nel lussuoso contesto del Park Hyatt Milan. Un'incursione nel patinato mondo dell'*haut de gamme*, replicata il lunedì 7 con l'attesissima masterclass guidata da Hervé Deschamps, *chef de cave* della celebre casa vitivinicola con sede a Epernay, tra i più prestigiosi esponenti del settore a livello internazionale.

Non solo bollicine

La spumeggiante apertura non ha, però, concluso le sorprese riservate dal menù della Milano Wine Week 2019. In quella che è stata una pacifica invasione della città, a brillare sono state innanzitutto le aziende, brave a mettere in fila un evento più bello dell'altro in diverse location meneghine. Si è passati dalla serata organizzata da Montelvini a Villa Necchi Campi-



Un'istantanea della serata di Montelvini a Villa Necchi Campiglio

glio, bene Fai, al party "Beyond the Wine" di Pasqua Vini, esperienza immersiva accompagnata dalla degustazione dei vini più rappresentativi della cantina. Ma nel corso della settimana, sono stati davvero tanti i grossi calibri del comparto ad aver fatto brindare i milanesi: dal Gruppo Lunelli, con una lunga lista d'iniziative legate ai marchi Ferrari e Bisol1542, a Terre Moretti, con la memorabile serata alla Scala per festeggiare i 15 anni della partnership di Bellavista con la più importante istituzione culturale cittadina, passando per le masterclass di livello internazionale e i

MILANO

Andata in scena dal 6 al 13 ottobre scorsi, la settimana del vino nel capoluogo lombardo si è chiusa registrando un vero e proprio boom di presenze. Il racconto di un successo annunciato.



CREDITS: VISUAL CREW



Da sinistra: Riccardo Pasqua e Federico Gordini al party "Beyond the Wine" di Pasqua Vini

tanti appuntamenti serali firmati Guido Berlucchi, Feudi di San Gregorio, Santa Margherita Gruppo Vinicolo, Nino Negri, Cantine Leonardo da Vinci, Zonin1821, Piccini, Villa Sandi e Banfi. A conquistare la scena, però, anche le tante stelle che hanno calcato – brillando – il proscenio simbolo della manifestazione: Palazzo Bovara. E, a tal riguardo, non ci si può esimere dal citare la lectio magistralis di Angelo Gaja, l'8 ottobre.

Il discorso del re

L'incursione milanese di uno dei sim-

boli del vino italiano, Angelo Gaja, è stato uno dei principali highlights della Milano Wine Week 2019. Un'ora e dieci d'intervento, che non ha lasciato indifferente nessuno dei tanti operatori seduti in platea ad ascoltare. Un vero e proprio "discorso del re" (i *credits* per la definizione vanno al post condiviso sui suoi social dalla regina della sommellerie italiana, Valentina Bertini), dove al centro è stato posto il valore culturale del vino, ricchezza che le aziende italiane devono imparare sempre più a raccontare al mondo. L'appassionato *speech* è risultato una vera e propria dichia-

razione d'amore al settore, cui non sono stati risparmiati, però, anche frecciate e qualche rimprovero. Una condivisione a cuore aperto di momenti di vita vissuta legati alla diffusione del vino tricolore all'estero. E, al contempo, un omaggio ai tanti attori, molto spesso troppo in fretta dimenticati, che hanno dato il loro decisivo contributo affinché le etichette made in Italy potessero crescere in reputazione e prestigio: da Burton Anderson a Paolo Desana, da Luigi Veronelli a Bruno Giacosa, passando per Giacomo Tachis, solo per citare qualche nome. (...)

MILANO CAPITALE

(...) La presentazione di Appius 2015

Tra i tanti appuntamenti che si sono susseguiti in agenda, una particolare menzione va alla presentazione di Appius 2015, sesta edizione del vino da sogno di uno tra i massimi enologi al mondo, Hans Terzer. Cantina San Michele Appiano, infatti, ha scelto la Milano Wine Week per svelare la nuova annata della speciale etichetta, in occasione di un evento organizzato presso Palazzo Bovara, mercoledì 9 ottobre. Un doppio appuntamento, in realtà. In Sala Colonne, da una parte, un'esclusiva cena ha visto i principali operatori della stampa e un numero selezionato di ospiti impegnati in un ampio percorso degustativo, fondato sui monovitigni (Chardonnay, Pinot grigio, Pinot bianco e Sauvignon) che rendono speciale la cuvée di Cantina San Michele Appiano abbinati al menù creato per l'occasione dallo chef Wicky Priyan. In contemporanea, poi, all'interno della tensostruttura situata nella corte di Palazzo Bovara, un party aperto al pubblico ha consentito a quanti intervenuti di andare alla scoperta della nuova edizione di Appius. Con una formula assolutamente democratica, che ha replicato lo svelamento dell'etichetta, cui ha fatto seguito la bella immagine dello stesso Hans Terzer impegnato a spiegare e servire, direttamente dal palco, la propria creazione agli ospiti dell'evento.

Prospettive future

“La crescita di Milano Wine Week può essere toccata con mano in termini non solo quantitativi, ma anche e soprattutto qualitativi, grazie a una serie di appuntamenti che hanno visto l'intervento di personalità eminenti del mondo del vino”, Federico Gordini, ideatore della kermesse, a più riprese è tornato su questo punto nel corso dei suoi interventi durante la settimana. “L'obiettivo, ora, è



Hans Terzer presenta Appius 2015 nel corso dell'evento pubblico di Cantina San Michele Appiano

che sempre più personalità internazionali del mondo del vino vengano a portare un loro contributo alla Wine Week e che la manifestazione coinvolga sempre più luoghi istituzionali e simbolici della città”. E in merito al futuro della settimana milanese del vino, Gordini lancia la sua nuova sfida: “Siamo pronti a fare un ulteriore salto di qualità. Milano Wine Week ha dimostrato di avere le carte in regola per diventare davvero una grande manifestazione internazionale. Se questo accadrà, sarà per la nostra capacità di continuare a fare sistema con altre realtà, altri progetti, altre figure-chiave del mondo del vino. Milano Wine Week è un luogo in cui il mondo del vino deve imparare a superare gli individualismi e le lotte di quartiere. In un momento in cui anche i nostri cugini d'Oltralpe stanno dimostrando una forte frammentazione dal punto di vista degli eventi e delle fiere del vino, noi dobbiamo dimostrare che Milano è la città giusta dove riunirci una volta all'anno nel rispetto delle singole identità”.

Considerazioni finali

Nel richiamo conclusivo all'unità da parte dell'ideatore della kermesse milanese del vino c'è tutto: dal futuro di un settore che ha sempre più voglia di raccontarsi all'insegna di nuovi paradigmi comunicativi, alla volontà di andare oltre le piccole *querelle* di quartiere per puntare a nuovi e più ampi orizzonti. Ma soprattutto, c'è un'aria vera di rinnovamento, come hanno concretamente dimostrato le tante partnership siglate dalla “creatura” di Federico Gordini con altri eventi *clou* di settore, a partire dalle più importanti guide, fino al Merano Winefestival. Con la Milano Wine Week 2019, infatti, abbiamo potuto assistere all'inizio di quello che si annuncia un cammino diverso e che avrà sempre più rilievo per il settore in futuro. Un percorso che non si vuole sostituire, in tante funzioni, ad altri già collaudati ed esistenti (si legga: Vinitaly), ma creare una modalità nuova di avvicinarsi al mondo del vino. Un paradigma che si fonda su quel senso pratico e quella voglia di darsi da fare che da sempre rappresentano quel che rende grande Milano. Una location che, proprio per quel che simboleggia oggi agli occhi del mondo, ha davvero le carte in regola per trasformarsi nell'ideale trampolino di lancio internazionale che il vino made in Italy da anni disperatamente ricerca. *Cin cin*, dunque, alla Milano Wine Week. E appuntamento tra un anno, per la definitiva prova del fuoco.

Matteo Borré



Palazzo Bovara



Da sinistra: Federico Gordini, Angelo Gaja e Luciano Ferraro

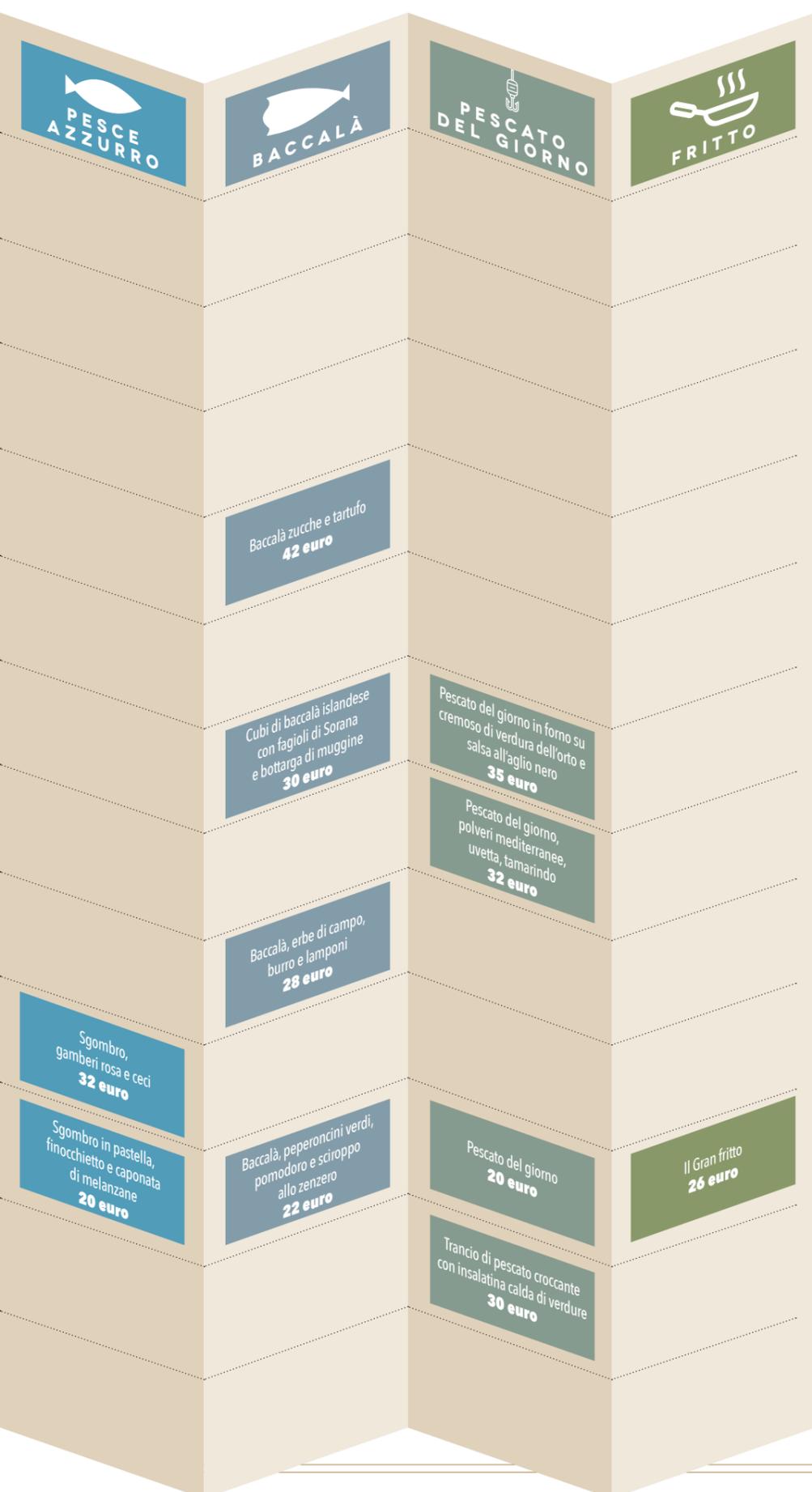
Golden Roastbeef

THE
LUXURY
ROASTBEEF
OF
GOLDENFOOD



**F
GOLDEN
GOD**
lifeGood

Nei secondi piatti proposti dai ristoranti italiani '1 stella Michelin' ci sono alcuni capisaldi che li accomunano: pescato di stagione e nuovi accostamenti mediterranei. Il risultato, una cucina fresca e innovativa, semplice e contemporanea.



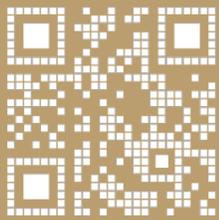
più cucinate? Senza ombra di dubbio tutti quei pesci di piccola/media taglia. Tra questi, la ricciola, il rombo e l'ombrina. Ma anche il dentice, le triglie, la spigola, il branzino e lo sgombro. Meno facile, invece, trovare come secondo piatto molluschi e crostacei. Addirittura rari i pesci di taglia più grande, quale il tonno o lo spada. Una menzione a parte va fatta per il baccalà: realizzato con il merluzzo nordico pescato nei Paesi del Nord è una specialità che è entrata a far parte di molteplici cucine popolari nazionali, riproposta dagli chef stellati con abbinamenti completamente nuovi, come 'erbe di campo, burro e lamponi', oppure 'peperoncini verdi, pomodoro e sciroppo di zenzero' o, ancora, 'zucche e tartufo'.

Detto questo, è interessante osservare anche le diverse preparazioni. Frutto della creatività di ogni singolo chef, capace di regalare sapori nuovi, piacevoli e rivoluzionari. I cuochi, infatti, studiano moderne combinazioni, utilizzando le più disparate varietà di ortaggi e di frutta, proposte sotto forma di creme, flan o zuppette, e ingredienti in linea con la tradizione mediterranea. Ne deriva una cucina fresca e innovativa, semplice e contemporanea che non si sottopone alle influenze fusion o alle divagazioni esotiche tanto in voga nell'offerta ristorativa attuale. Segnaliamo, solo per citare alcuni esempi, la triglia con insalata di cedri, limoni, arance e menta, la ricciola con indivia candita, maionese di Campari e salsa all'ortica, il trancio del pescato del giorno in puttanesca al pomodoro giallo, asparagi e vongole o, ancora, il filetto di rombo al forno con taccole, pomodoro, basilico e aglio nero.

Margherita Luisetto



Guarda il video
e scopri quanto
è versatile Oléane
di Essequattro:



food service

IL PACKAGING PERFETTO IN OGNI OCCASIONE

Essequattro propone soluzioni su misura per il canale Horeca. Dai panini gourmet alla ristorazione di lusso, una gamma completa, sicura e innovativa.

Dai panini gourmet dello street food di qualità alla ristorazione di lusso, esiste un packaging che garantisce la totale sicurezza alimentare, che è tanto performante da semplificare e velocizzare il servizio ed è così versatile da essere adatto a qualsiasi ambiente, sia esso informale o elegante.

La linea antigrasso Oléane per Horeca di Essequattro comprende sacchetti e tovagliette di tanti formati e grammature diversi, proprio per soddisfare qualsiasi esigenza della ristorazione.

Oléane è il supporto destinato a sostituire definitivamente la carta paglia, in quanto è idoneo al contatto diretto con gli alimenti e, grazie alle sue caratteristiche tecniche, offre molto di più in termini di cura del servizio e del cliente.

Questo packaging consente per esempio di riscaldare gli alimenti che contiene, sia nel forno tradizionale (fino a 150°C per 20'), che nel microonde (a 600W per 2').

I sacchetti sono quindi perfetti come cestino del pane perché possono essere preparati prima dell'inizio del servizio e poi riscaldati un attimo prima di essere

portati al tavolo: una coccola in più per il cliente che potrà gustare sempre del pane croccante e fragrante.

Il meglio di sé Oléane però lo dà con gli alimenti fritti, proprio grazie alle sue proprietà anti grasso: una vera e propria barriera che non consente a olio e unto di trapassare, né la formazione di antiestetici aloni.

Ecco perché i sacchetti di piccolo formato sono perfetti per contenere monoporzioni di fritto, mentre le tovagliette possono essere utilizzate come basi per piatti o taglieri, oppure possono essere arrotolate nel tradizionale "cuoppo", per un impiattamento più creativo. Inoltre, Oléane preserva anche la consistenza della frittura, che sarà sempre croccante, oltre che asciutta.

Una menzione d'onore spetta al Panikè, il formato speciale ideato per gli hamburger gourmet, che evita al cliente di sporcarsi le mani anche nel caso di abbondante presenza di salse.

Oléane di Essequattro è davvero perfetto in ogni occasione grazie all'eleganza delle stampe generiche Alta Moda in tono su tono e Contiene con Stile, ma può anche essere personalizzato con il brand del ristorante, per divenire così un veicolo efficace per comunicare il proprio stile e i valori che lo contraddistinguono.

E per il ristorante che propone in vendita il panettone e altri lievitati artigianali, Essequattro ha ideato il Sacchetto 19 salva fragranza Ideabrill, che consente di confezionare i dolci in maniera pratica, veloce ed elegante, conservando tutta la loro bontà, molto più a lungo dei packaging tradizionali.



LA BRESAOLA DI ALTA QUALITÀ HA UN NOME.



NOVITÀ
WAGYU



PIACERE, PAGANONI.

Siamo un'azienda dinamica e trasparente, fatta di persone che lavorano con passione e tanto impegno, senza compromessi. Legati alla tradizione Valtellinese, siamo alla costante ricerca di innovazione e di miglioramento continuo. Sperimentiamo e ricerchiamo le carni più pregiate al mondo, per offrire una selezione di straordinaria qualità dedicata al mondo dell'alta cucina e non solo. Per questo siamo convinti che le bresaole non siano tutte uguali. Quelle di qualità hanno un gusto unico e un nome. Paganoni, piacere di conoscervi.

Scopri la gamma completa su paganoni.com  

Paganoni[®]
Bresaola, naturalmente.



face to face

LEONI RANDOLFO: PORCHETTA DI ARICCIA IGP D'ALTA GAMMA

La storica azienda dei Castelli Romani presenta una selezione di piatti nati dalla collaborazione con lo chef Renato Bernardi. Coniugando principi salutistici, tradizione ed estetica.

Molto più che semplici ricette. Quelle realizzate dallo chef Renato Bernardi per Leoni Randolpho, storica azienda specializzata nella Porchetta di Ariccia Igp, sono di fatto la trasposizione di un racconto. Una storia che parte da lontano e fonde la tradizione di una rinomata azienda dei Castelli Romani con l'estro creativo di Renato Bernardi, chef esperto di cucina salutistica. Nasce così una selezione di piatti che esaltano la storica porchetta Leoni di Ariccia, incastandola in una narrazione gastronomica che comprende tradizione, salute ed estetica. Proprio come ci spiega lo chef, che per noi ha scelto la 'Crema di cicerchia al sedano con lamelle di porchetta, pane abbrustolito all'aglio e rosmarino'.

Chef Bernardi, quali sono le proprietà contenute in questa ricetta?

È una pietanza di altissimo livello dal punto di vista salutistico, con la cicerchia, antico legume che interpreta al meglio il gioco delle consistenze e forma una crema che sposa il croccante della porchetta, carne a basso contenuto di sodio. Abbiamo il pane di grani non raffinati, anch'esso eccellenza dei Castelli Romani, di Genzano di Roma. La presenza di aglio e rosmarino conferisce gusto, proprietà antibatteriche e oli essenziali, mentre il sedano, ricco di

vitamine e di sali minerali, dona freschezza al piatto.

Come nasce e si sviluppa il connubio tra la preparazione di un cuoco e la tradizione di un prodotto?

Da una fusione di tanti elementi. Principalmente, ho tradotto nel piatto la storia di un ingrediente d'eccellenza, forse poco esplorato gastronomicamente, coniugandolo con principi salutistici e tradizionali nel rispetto della sua esecuzione. Sono questi aspetti che permettono a un cuoco di dare quel tocco creativo in un contesto in cui il lusso non è interpretato solo dalla bellezza, ma da altri principi.

Per esempio?

Il lusso, a mio avviso, è anche conoscenza. Tutto può diventare bello ma, se scarso di contenuti, diventa una bolla di sapone.

Cos'è un 'piatto lussuoso' per lei?

È il frutto di una serie di conoscenze e di principi salutistici, tradizionali, nutrizionali che lo hanno generato. Ma il lusso è anche sentimento, il 'sentire' e percepire attraverso il piatto il rispetto con cui è stato preparato, nel rispetto degli ospiti a tavola. Questa è la linea guida che insieme ad Augusto Leoni abbiamo seguito e affinato nell'ideazione e nella realizzazione del nostro progetto salutistico legato alla storia e alla qualità di un prodotto Igp d'eccellenza.

Federico Robbe



à la carte / spirits

WANG MAO: LO 'SPIRITO' DEL DRAGONE SI PRESENTA

Il luxury brand del gigante cinese Moutai punta all'Europa. Frutto di una tecnica di affinazione che richiede oltre cinque anni, il liquore viene proposto in tre diverse bottiglie.

Moutai, colosso cinese degli spirits, punta all'inserimento nel mercato europeo, in particolare italiano, con la sua linea luxury: Wang Mao. Per questo si è presentato in Europa, in occasione delle Fashion Week di Londra e Milano, chiudendo la settimana di sfilate milanesi con una esclusiva cena. Nel corso dell'evento riservato a giornalisti, influencer e stakeholders del settore food&beverage, che si è tenuto il 23 settembre nella prestigiosa location di Palazzo Parigi, è stata presentata la linea Wang Mao. La gamma è composta da tre diverse referenze del celebre distillato cinese, che può essere prodotto solo nella città di Moutai, in Cina. I liquori Wang Mao, frutto di una attività di ricerca e di una tecnica di affinazione che richiede oltre cinque anni per arrivare al prodotto finito, sono proposti in tre diverse bottiglie: la Nera, di produzione limitata; la Bianca, il best seller

della gamma; la Rossa, una versione più piccola (da 0,375 lt) pensata soprattutto per i Millenials.

Per un pubblico cosmopolita e moderno

Spiega il ceo di Wang Mao, Bin Yuan: "Il nostro target è un pubblico cosmopolita, moderno, con carriera avviata e gusti raffinati, capace di apprezzare la qualità e il nostro stile". Il manager fornisce anche qualche consiglio di degustazione: "Wang Mao ha una gradazione alcolica di 53 gradi ed è adatto ad accompagnare i pasti. Non solo cinesi, sia chiaro. Il suo sapore si adatta tanto alla cucina asiatica quanto a quella occidentale. Anche perché il nostro spirito ci spinge a innovare e ricercare ed esplorare nuove modalità del bere. Ad esempio, nel corso della London Fashion Week abbiamo ideato due cocktail con base Wang Mao che hanno riscosso un enorme successo".



La storia

La storia di Wang Mao inizia ufficialmente nel 1879, durante la dinastia Qing, quando viene fondata l'omonima distilleria, ma in realtà le origini del liquore affondano nella cultura tradizionale cinese. Il distillato è infatti frutto di una ricetta dalla storia millenaria e la prima documentazione certa è datata 135 a. C. Si narra che già all'epoca della dinastia Han gli imperatori amassero bere il liquore. Per oltre 2000 anni, in un remoto villaggio arroccato tra le montagne e il fiume Chishui, le famiglie di artigiani hanno creato bevande alcoliche utilizzando materie prime del territorio.

Il 'distillato della diplomazia'

Wang Mao è un distillato di cereali (sorgo e grano) dalla gradazione alcolica di 53°. È il più prestigioso tra i baijiu (acquaviti) cinesi ed è chiamato anche il 'distillato della diplomazia', perché accompagna tradizionalmente le cene e gli incontri ufficiali più importanti. Wang Mao può essere prodotto unicamente nella città di Moutai, nella provincia di Guizhou, un luogo dal microclima unico che rende il sapore del liquore inimitabile. Con oltre 150 note aromatiche in un unico bicchiere, Wang Mao è un raro tesoro nazionale, una bevanda tanto complessa quanto pura.

DA SINISTRA:
ALDO E PAOLO
RAMETTA

I RIVOLUZIONARI DEL SANGIOVESE

È nata tre anni fa l'avventura vinicola di quattro amici oltre che imprenditori: i fratelli Aldo e Paolo Rametta, Cristiano Vitali ed Emanuele Coveri. Le vigne sono nel comune di Terra del Sole (Fc). Sul poggio dove si ergeva la dogana di confine. Un luogo storico, territoriale e culturale tra Romagna Pontificia e Granducato di Toscana.



Tre anni di Sangiovese finiscono in gloria. Anzi, in Riserva. Poggio della Dogana, la realtà vitivinicola nata appunto tre anni fa da un'intuizione di quattro amici oltre che imprenditori – i fratelli Aldo e Paolo Rametta, Cristiano Vitali ed Emanuele Coveri –, non resta certo a guardare. Quella di Castrocaro Terme (Fc), più precisamente si parla della frazione Terra del Sole, è una delle sottozone romagnole in cui i vini a base Sangiovese possono raggiungere le espressioni di maggiore personalità. Non stupisce, dunque, che l'ultima bottiglia concepita da Francesco Bordini, il fido enologo aziendale, abbia tratti di sottile anticonformismo. Il Poggiogirato è un Romagna Sangiovese Superiore Riserva, e la sua tiratura sarà limitata a sole 3mila bottiglie. Sugli scaffali apparirà a dicembre. Intanto, vi possiamo dire che le peculiarità olfattive sono spazzanti. Bordini, uno dei migliori enologi romagnoli, uno cresciuto a pane e Sangiovese, per questo vino ha voluto mettere in pratica una lunga macerazione sulle bucce

(prassi comune agli altri rossi della casa) e, soprattutto, una fermentazione spontanea con lieviti autoctoni. È questa, soprattutto, la causa dei profumi calcarei e sulfurei che per primi si colgono annusando il bicchiere. Queste fragranze pungenti, dopo un po' di aerazione nel calice, lasciano spazio alla tradizionale violetta e a piccoli frutti rossi. In bocca, si sente che è ancora un giovane cavallo di razza, che morde il freno. Da prendere e lasciare in cantina per un po'.

Già pronti gli altri due Sangiovese. Il Sangiovese Superiore I Quattro Bastioni è anche lui Romagna Doc. A differenza del Poggiogirato, che qualche mese in tonneau se lo faceva, questo vino passa soltanto in acciaio. Ha un carattere nettamente più fruttato, sportivo, meno impegnativo ma comunque austero e serio, senza essere serio. Il Sangiovese Santa Reparata reca con orgoglio la menzione geografica aggiuntiva Castrocaro e Terra del Sole: una rivendicazione di specificità territoriale che connota un vino dal colore quasi violaceo, di piacevole impegno ma che non stanca affatto. Continua dunque con bei risultati la strada che i Rametta hanno intrapreso coi soci Emanuele Coveri e Cristiano Vitali.

Tommaso Farina



I ♥ PROSCIUTTO®

SPRIGIONA LA TUA ARTE CON ABBINAMENTI INASPETTATI

QUANDO SI UNISCONO TRADIZIONE E CREATIVITÀ, PAZIENZA E PASSIONE, ANTICA SAPIENZA E INNOVAZIONE NASCE UN PRODOTTO BELLO E BUONO, DEGNO DI ESSERE PROTAGONISTA IN OGNI CUCINA STELLATA, PER ESSERE GUSTATO CON TUTTI I SENSI, VISTA COMPRESA.

I NOSTRI PRODOTTI SONO L'ECCELLENZA ARTIGIANALE DELLA TRADIZIONE CULINARIA ITALIANA E RISPONDONO AI PIÙ ELEVATI STANDARD QUALITATIVI: NASCONO DA UN'ATTENTA SELEZIONE DEI MIGLIORI SUINI DI CUI GARANTIAMO IN OGNI MOMENTO LA TRACCIABILITÀ UNITA AD UN'INSTANCABILE RICERCA DELLA FORMA PERFETTA, CHE LI RENDA UNICI NELLA PRESENTAZIONE. IL PROFUMO AVVOLGENTE CHE SI SPRIGIONA DALLA PRIMA ALL'ULTIMA FETTA SARÀ CAPACE DI VALORIZZARE OGNI ABBINAMENTO, ANCHE QUELLO PIÙ INASPETTATO.



PANCETTA
PEPE ROSA



LONZARDO
DOLCE



FIOR DI FESA NAZIONALE
PEPERONCINO



GUANCIALE
PEPE NERO



CULATTA
NAZIONALE



PANCETTA
PEPE NERO



SGAMBATO NAZIONALE
PEPERONCINO



LONZARDO
AFFUMICATO



Prosciuttificio Montevécchio

Via della Libertà, 67 - Loc. Savigno Valsamoggia (BO) - IT - Phone +39 051 6708245 - Fax +39 051 6708866 - info@prosciuttificiomontevécchio.it - www.prosciuttificiomontevécchio.it



**ARRIGONI BATTISTA
GORGONZOLA DOP PICCANTE**

La versione Piccante del Gorgonzola Dop firmato Arrigoni Battista presenta venature blu/verdi più accentuate, una pasta più friabile e asciutta con un sapore più deciso e intenso, dovuto sia alla tipologia di muffe che alla stagionatura prolungata, di minimo 80 giorni. Formaggio erborinato molle, a pasta cruda, prodotto con latte di vacca intero, sale e caglio, rientra nella gamma Dop di Arrigoni Battista. Super premiato, ha conquistato nel 2019 la Silver Medal ai World Cheese Awards, raggiungendo così una quota di ben dieci medaglie vinte in vari contest internazionali. E' disponibile in diversi formati: vaschetta da 200 grammi oppure incartato in forma, mezza forma, quarto, ottavo e sedicesimo di forma.

www.arrigoniformaggi.it

**BRAZZALE
BURRO SUPERIORE FRATELLI BRAZZALE**

Il Burro Superiore Fratelli Brazzale è un prodotto ottenuto solo da freschissime panne di centrifuga, zangolate entro 24 ore dalla mungitura del latte, con aggiunta di fermenti lattici selezionati. Ogni aspetto è stato studiato con cura: dalla scelta del latte, selezionato appositamente, al suo trasporto, dalla centrifugazione, alla maturazione della crema, dalla burrificazione, al confezionamento per il consumo. Il Burro Fratelli Brazzale vanta l'84% di materia grassa, ed è realizzato esclusivamente con il latte di un'unica stalla, della splendida regione agricola della Moravia, in Repubblica Ceca, direttamente controllata dai tecnici Brazzale. E' disponibile in un'ampia gamma di formati per l'utilizzatore professionale, tra cui la monoporzione, il roll incartato a mano e la vaschetta da 500 grammi.

www.brazzale.com



**LUIGI GUFFANTI FORMAGGI 1876
TOMA DEL TICCIO ALPE VALLEZOO**

Anche in Valsesia, così come in Val d'Ossola, esiste e resiste la tradizione della transumanza e dell'alpeggio. Il pastore-casaro scala le montagne con la sua mandria fino a raggiungere i 2.250 mt di altitudine, spostandosi di pascolo in pascolo alla ricerca delle erbe più ricche e nutrienti. Il risultato è un formaggio dalla struttura e dal gusto tipico, prodotto con latte crudo intero, caglio e sale. Disponibile in forme da 2,5 chilogrammi circa, questo formaggio ha una pasta di colore giallo paglierino intenso, con occhiatura diffusa e non uniforme, un sapore molto intenso, con note di erbe alpine e una stagionatura di minimo 60 giorni. Si abbina a vini rossi corposi e può essere degustato con miele aromatico e pane nero.

www.guffantiformaggi.com



**LA CASERA
FANTASIA DI CAPRINI**

La tavolozza di un pittore che vuole imbandire la tavola di colore, fantasia e aromi stuzzicanti. Un bocconcino di latte fresco di capra, morbido e cremoso, arricchito dalle spezie del mondo: cannella, curcuma, spinaci, bietola, carbone vegetale, peperoncino. Il fresco sapore di latte di capra combinato con aromi diversi da quelli classici, alla ricerca di gusti di tendenza. Prodotti con latte di capra, caglio, sale, sorbato di potassio, spezie in polvere e avvolti in foglie di castagno, questi caprini sono disponibili nel formato da 600 grammi, in cassetina di legno da sei pezzi, con una shelf life di 25 giorni.

www.formaggidieros.it



**ALTA TUSCIA
FORMAGGI
PECORINO
ANTICO DELLA
GROTTA DEFUK**

Il Pecorino Antico della Grotta Defuk stagiona nelle grotte di origine vulcanica di Alta Tuscia Formaggi, sul Lago di Bolsena, adagiato in un letto di paglia ed essenze foraggere, che conferiscono un gusto inteso e delicato allo stesso tempo. Prodotto con latte di pecora pastorizzato, fermenti, caglio e sale, è disponibile nel formato da circa 2,2 Kg, con una shelf life di sei mesi. All'aspetto, evidenzia una crosta di colore marrone scuro con risvolti rossicci. La pasta, semidura, è leggermente occhiata, dal color avorio intenso. Il profumo è quello di grotta, con sentori di funghi e latte ovino. Il gusto, leggermente piccante, assume caratteristici sentori erbacei di fieno e vegetali maturi

www.tusciaformaggi.it



**SALUMIFICIO MOTTOLINI
BRESAOLA L'ORIGINARIA**

Bresaola l'Originaria: un prodotto che racconta un progetto di valorizzazione delle carni locali e del territorio valtellinese.

L'Originaria è infatti una bresaola prodotta con carne di animali nati, allevati e macellati in provincia di Sondrio. La prevalenza dei capi proviene infatti dalla filiera latte locale, famosa per la produzione di Bitto e Casera Dop. Una concia che prevede l'utilizzo di salgemma, vino Rosso di Valtellina Doc ed erbe aromatiche di montagna, valorizza una carne più mazzata rendendo l'Originaria un prodotto da raccontare.

La bresaola diventa lo strumento per raccontare la stagionalità degli allevamenti, della vita in alpeggio e delle produzioni casearie; una bresaola dedicata all'alta ristorazione grazie alla quale lo staff di sala può far vivere all'ospite un'esperienza di gusto.

www.mottolini.eu



**SALUMIFICIO MEZZALUNA
CIAUSCOLO IGP**

È un salame morbido e spalmabile, che con il passare degli anni è diventato il più famoso delle Marche grazie alle sue caratteristiche organolettiche e ad un gusto davvero unico. La parola 'ciauscolo' ha un'etimologia controversa. La teoria più accreditata propende per l'origine del termine latino *cibusculum*, ossia piccolo cibo, nel senso di 'pasto veloce' oppure 'pasto concentrato'.

La zona tipica di produzione è rappresentata da alcuni comuni delle province di Macerata, Ancona, Fermo e Ascoli Piceno. Il ciauscolo è un insaccato preparato con carne di solo suino, la cui caratteristica principale è rappresentata dalla morbidezza e spalmabilità. Tale morbidezza è ottenuta grazie alla particolare composizione dell'impasto e alle specifiche tecniche di lavorazione.

www.salumificiomezzaluna.it



**CHIAPELLA SALUMI
SALAME CON NOCCIOLA PIEMONTE IGP**

Dal sapore deciso e insieme delicato, il salame con nocciola accomuna due specialità di Langa: salame e nocciole. E non si tratta di nocciole qualunque, ma della 'Tonda Gentile Trilobata', capace di trasferire nella carne tutta la saggezza delle nostre colline. All'impasto di carni selezionate, vengono aggiunte le nocciole tostate e tritate. Dopo l'insaccatura seguono le fasi: la stagionatura, in cui il prodotto viene asciugato, quindi portato alla stagionatura ottimale grazie a un ambiente caratterizzato da temperatura e umidità costanti. Così nasce quel connubio di sapori e profumi riconoscibili all'assaggio.

www.chiapellasalumi.it/it



**RENZINI
PROSCIUTTO 'IL RE DELLA SELVA'**

'Re della Selva' il marchio di Renzini Alta Norcineria dei prodotti realizzati a partire da materia prima di suini umbri di filiera, allevati allo stato semi-brado, senza uso di antibiotici nei primi quattro mesi di vita, che pascolano all'aria aperta, in mezzo ad un bosco recintato, dove integrano la propria alimentazione con cereali, ghiande e frutti del sottobosco. Una filiera certificata anche dal Parco 3A, lo stesso ente che rilascia il marchio di origine Igp per il prosciutto di Norcia, per il rispetto del benessere animale e la filiera sostenibile del progetto. Le caratteristiche principali della carne ad accrescimento lento sono la morbidezza e l'intensità del gusto e dal semi-brado Renzini nasce un prosciutto crudo che viene stagionato 18 mesi a 1.000 metri di altitudine sui Monti Sibillini di Norcia, coperto in grani di pepe bianco per una produzione selezionata, contraddistinta da carni dal profumo delicato e dal colore rosso-rosato.

www.renzini.it



**DEVODIER PROSCIUTTI
PROSCIUTTO CRUDO BIO RISERVA MARIA LUIGIA**

Il Prosciutto Crudo Bio Devodier Riserva Maria Luigia proviene da una filiera nata dalla collaborazione con i migliori allevamenti italiani che adottano i più elevati standard di biosicurezza. L'allevamento biologico rispetta il benessere degli animali, garantendo loro libertà di movimento sia in ricoveri confortevoli che in aree esterne, con la sicurezza aggiunta di un'alimentazione controllata e della certificazione di un ente esterno lungo tutta la filiera. Come tutti i prodotti della collezione, la nuova esclusiva Riserva Maria Luigia Bio è lavorata solo con carne italiana e sale, paziente cura artigianale e stagionatura al naturale nelle antiche cantine di legno che donano un gusto e un aroma unici e altamente fidelizzanti.

www.devodier.com

**FRED JERBIS
GIN 7 CAMOMILLA**

Fred Jerbis nasce nel 2014 dalla passione botanica di Federico Cremasco, barman con lunga esperienza nel mondo dei cocktail. Un progetto di sperimentazione per spirits artigianali, prodotti in quantità limitate e solo con ingredienti di prima qualità, il cui nome d'ispirazione friulana, che significa 'le erbe di Federico', trasmette il legame con il territorio: i prodotti sono infatti realizzati con piante coltivate, in modo biologico, nel friulano (agrumi e ginepro sono italiani). Il Gin 7 camomilla in limited edition (1951 bottiglie), con grado alcolico 43%, è creato con solo sette botaniche (camomilla, ginepro, angelica, coriandolo, menta, iris fiorentina, fiori d'arancio) e una regina: la Camomilla Vulgaris raccolta a mano nei pressi di un ciliegio centenario che conferisce dolcezza e profumi. Il colore è giallo dorato, dato dall'infusione dei fiori a freddo. Il profumo è dolce, con note accentuate di camomilla e sentori di ginepro ed erbe. Il gusto è deciso, ma delicato. Il sapore persistente, inizialmente dolce e poi più sapido, con finale morbido e rotondo.

www.fredjerbis.com



**ZU PLUN
DOL GIN**

Il mastro distillatore del Zu Plun, con il Dol Gin, primo gin ad essere prodotto in Italia e primo Gin distillato nelle Dolomiti, ripercorre i sentieri delle numerose leggende di streghe che si aggirano per l'altopiano dello Sciliar. Questo distillato nasconde i segreti dell'antica erboristeria, i cui ingredienti ed erbe crescono nelle Dolomiti e nell'Alpe di Siusi, ad eccezione della scorza di limone proveniente dal lago di Garda. Oltre al ginepro e altre 24 erbe montane vengono elaborate anche infruttescenze, fiori e radici del mitico sambuco. Questo gin ha ricevuto anche molteplici riconoscimenti, tra cui quelli conferiti dal Gambero Rosso, che lo ha decretato miglior gin italiano. Il gin delle Dolomiti è un'autentica ebbrezza olfattiva, con un bouquet di ginepro fresco, erbe di montagna e pepe macinato al momento. Al palato sviluppa il suo aroma fruttato insieme a sottili note amare di radice di genziana. Aspro, tagliente, selvatico ed estremamente delicato: il mastro distillatore Florian Rabanser, infatti, è un sostenitore del fatto che un gin delle Dolomiti non debba ricordare né la vaniglia né frutti tropicali.

www.zuplun.it



**MISTICO SPEZIALE
GIN CLANDESTINO**

Il gin Clandestino vuole essere un tributo ai gin prodotti all'epoca del proibizionismo, i cosiddetti 'Bathtub gin', quando il gin veniva prodotto in bar segreti chiamati 'Speakeasy', che servivano da copertura per distillerie clandestine in cui si usavano recipienti di fortuna per miscelare alcol e spezie. Questo metodo produttivo, chiamato 'Cold compounding', unito all'utilizzo di un morbido alcol di cereali, acqua di sorgente e botanicals di pregio, porta a un prodotto molto aromatico, profumato e dal gusto intenso e complesso, adatto anche alla degustazione pura. La colorazione ambrata è dovuta al fatto di non essere filtrato per mantenere un aroma più intenso e alla macerazione delle botaniche, ginepro in primo piano, dal tipico aroma resinoso ma secco e deciso, seguito dalla piccantezza del coriandolo, il tutto bilanciato dall'angelica che lega ed esalta le note balsamiche, citriche e floreali di cardamomo e calamo aromatico. La sua complessità aromatica viene esaltata da freschi e pungenti sentori agrumati, che lo rendono inconfondibile e unico.

www.misticospeziale.com

**POLI 1898
MARCONI 46**

Marconi 46 è il gin di Poli distillato artigianalmente e ottenuto da un'infusione di bacche di ginepro, uva moscato, pino mugo, pino cembro, menta, cardamomo e coriandolo. Marconi 46 è il gin italiano ispirato all'altopiano di Asiago, a Nord del Veneto, da cui ha origine la famiglia Poli. La distillazione è artigianale, con alambicco a bagnomaria sottovuoto (Crysopea). L'aroma è intenso di ginepro, fresco e balsamico. Grazie all'uva moscato, il gusto è morbido, con eleganti note di cardamomo e coriandolo. La percentuale alcolica è del 46%.

www.grappa.it



**RONER DISTILLERIE
Z44**

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

www.z44.it/it



*Dedicato ad un mondo
del vino migliore*

castellobanfi.com



**GUY CHARLEMAGNE
CHAMPAGNE MESNILLÉSIME GRAND CRU
BLANC DE BLANCS 2008**

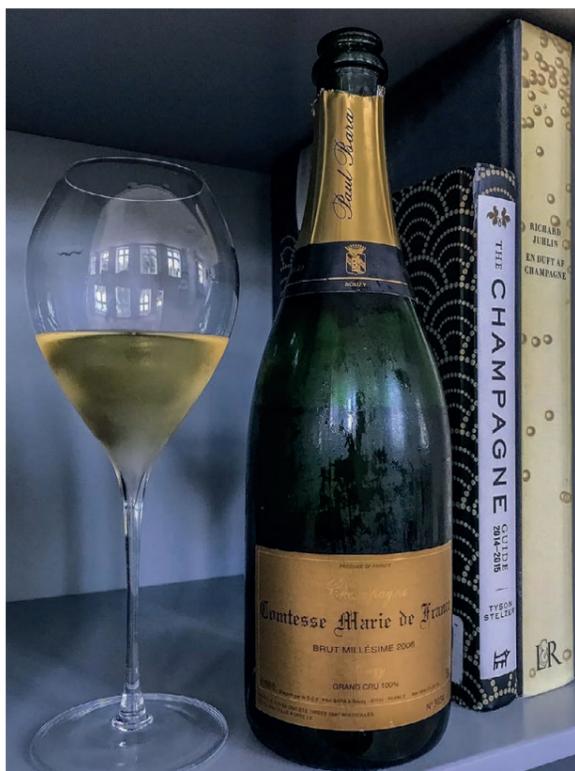
Quello di Guy Charlemagne, in attività dal 1892 con vigneti propri, è uno dei nomi di punta della Côte des Blancs. Il grand cru di Le Mesnil sur Oger, in particolare, è il territorio dove crescono le viti che danno le uve di chardonnay dalle quali la maison ricava il Mesnillesime Grand Cru Blanc de Blancs. Un grande millesimato di Mesnil: ecco il senso del nome del gioiello di famiglia dei Charlemagne. Il 2008 si presenta in splendida forma, con un colore giallo oro particolarmente lucente. Il profumo è ricchissimo: incenso, miele, agrumi canditi. Quanto al gusto, è avvolgente, corposo, molto persistente, pieno di personalità. È uno di quegli Champagne che tollerano benissimo, anzi esaltano l'accostamento con piatti di particolare impegno, sebbene il pollame sia la sua morte ideale. Da bere fino all'ultima goccia, una bottiglia supersonica.

www.champagne-guy-charlemagne.com

**VEUVE FOURNY ET FILS
CHAMPAGNE BRUT NATURE BLANC DE BLANCS
PREMIER CRU**

Un altro modo di essere Champagne è quello dei brut cosiddetti "non dosati" o "nature", spumantizzati senza l'aggiunta della *liqueur d'expédition*. Questo stile, più asciutto, minerale ed essenziale, da qualche anno sta conseguendo sempre maggiori successi di mercato. La Veuve Fourny et Fils ne propone un eccellente esempio col Brut Nature Blanc de Blancs Premier Cru, dalla caratteristica etichetta color violetto. Come suggerisce il nome, è uno Champagne di pure uve bianche Chardonnay, vendemmiate manualmente. La sua natura di "non dosato" viene fuori dai sottili odori di crosta di pane e di agrumi che si colgono da questo vino color paglierino intenso. Alla bevuta, è di grande freschezza, molto movimentato ed elegantissimo. È uno Champagne perfetto da aperitivo, per un classico brindisi o da bere col pesce, magari crudo.

www.champagne-veuve-fourny.com



**PAUL BARA
CHAMPAGNE COMTESSE
MARIE DE FRANCE 2006**

La maison di Paul Bara, a Bouzy, è un nome storico della Champagne, essendo documentata fin dal 1860. Nel 1975, la famiglia Bara fu tra le prime ad attraversare l'Atlantico per esportare i suoi vini negli Stati Uniti. A tutt'oggi, le sue cuvée sono largamente apprezzate in tutto il mondo. Tra esse, merita menzione la Comtesse Marie de France 2006, un blanc de noirs millesimato che valorizza al massimo il bouquet piccante e fruttato del Pinot Noir del grand cru di Bouzy. Dal bicchiere di perlage finissimo si sprigionano profumi di pasticceria che ricordano le praline e il torrone. Il palato, ampio e dolce, accentua i piaceri percepiti al naso aggiungendo un aroma di scorze d'agrumi e sul finale un tocco leggermente pepato. Uno Champagne complesso e intrigante, da tutto pasto, di una classe superiore e straordinaria.

www.champagnepaulbara.com



**JM GOBILLARD ET FILS
CHAMPAGNE BLANC DE NOIRS**

Il paesino di Hautvillers, vicino a Epernay, è uno dei premier cru della Champagne. Proprio al leggendario monaco Dom Pérignon, per tradizione inventore del vino spumante più famoso del mondo, rende omaggio l'etichetta studiata dalla maison JM Gobillard et Fils, una realtà che vinifica a partire da 25 ettari di vigneto di proprietà. Nella loro ragguardevole gamma, spicca il Blanc de Noirs, uno Champagne a base di Pinot Noir con un pochino di Pinot Meunier. Come ogni blanc de noirs che si rispetti, si caratterizza per una struttura nervosa e solidissima, anticipata da un colore paglierino carico e da profumi ove si susseguono note di pane tostato e di tè nero. Uno Champagne così tonico e sportivo merita senza dubbio qualche abbinamento spericolato, anche se la bouillabaisse alla marsigliese è probabilmente il matrimonio migliore.

www.champagne-gobillard.com

**POMMERY
CHAMPAGNE BRUT ROSÉ ROYAL**

Quello degli Champagne Rosé è un mondo di raro fascino, veicolato già dal colore che stimola la fantasia e fa viaggiare con la mente. Tra le grandi maison che producono questa interessante versione, Pommery merita sicuramente un cenno particolare. Uno dei loro rosé è appunto il Brut Rosé Royal, che a un prezzo di eccellente convenienza consente una bevuta tutt'altro che scontata, come spesso avviene nella Champagne. Il colore è di un rosato che ricorda il salmone affumicato, non troppo carico. Al naso si evidenziano profumi di rosa, di fiori rossi e di piccoli frutti di bosco. In bocca è sospinto da un perlage che lo rende crepitante e che vivacizza una struttura capace di consentirne l'abbinamento anche con le carni e, perché no, addirittura con dessert a base di frutti rossi. Uno Champagne versatile e ruffiano, che non può non piacere.

www.champagnepommery.com



**SANTA SOFIA
AMARONE DELLA
VALPOLICELLA DOCG
GIOÈ 2011**

Tra i grandi vini rossi italiani, l'Amarone della Valpolicella ha di sicuro un posto preminente, capace di attirarsi l'amore dei più disparati estimatori. I campioni originati da particolare selezione sono particolarmente idonei a un lungo invecchiamento. L'azienda Santa Sofia ha sede in San Pietro in Cariano (Vr), in una villa cinquecentesca. L'Amarone rappresenta il suo prodotto più amato e ambizioso. La selezione Gioè è la bottiglia di maggiore impegno: rosso rubino impenetrabile, sentori di composta di amarene, marasche sotto spirito, prugne e fichi secchi, fiori rossi macerati, sottobosco e un pizzico di cioccolato fondente sono la carta d'identità dell'annata 2011. Il sorso è di gran corpo, per nulla pesante malgrado il tenore alcolico. Un vino da grandi occasioni e da grandi piatti come la lepore alla Royale.

www.santasofia.com

www.santasofia.com



**BANFI
POGGIO ALLE MURA BRUNELLO DI MONTALCINO
DOCG 2014**

La storica maison, fondata a Montalcino dalla famiglia italoamericana Mariani nel 1978, da vent'anni produce la particolare selezione di Brunello di Montalcino Poggio alle Mura, che prende il nome dall'omonimo vigneto acquistato nel 1983, dove si trova anche un bellissimo castello. L'ultima annata in commercio, la 2014, è prodotta da tempo con la tecnologia Horizon, che rappresenta un inedito tentativo di coniugare tradizione e innovazione, grazie all'uso di tini della vinificazione per metà in legno e per metà in acciaio, e all'affinamento in botti grandi e barrique medie da 350 litri. Il 2014 si presenta con colore rubino limpido con unghia granata, e profumi intensi di visciola sotto spirito, molto freschi. La carica tannica, che consentirà un lungo invecchiamento, lo rende idoneo a piatti di carne particolarmente impegnativi e succulenti.

www.castellobanfi.com

**VOLPE PASINI
COLLI ORIENTALI DEL FRIULI DOC PINOT GRIGIO ZUC DI VOLPE 2017**

La tenuta friulana della famiglia Rotolo è da anni ai vertici qualitativi della produzione vinicola regionale. In una zona famosa a livello internazionale per i vini bianchi, Volpe Pasini non poteva essere da meno. Una delle sue bottiglie più note è il Pinot Grigio della selezione Zuc di Volpe, uno degli esempi di quello che può dare questo vitigno di origini ungheresi se trattato con rispetto e da mani competenti. Il 2017, proveniente dalle vigne di Togliano, nel comprensorio dei Colli Orientali del Friuli, è giallo paglierino non troppo carico. I profumi di frutta esotica acquistano anche intriganti sfumature di fieno secco, mallo di noce e mandorle tostate. In bocca, la buona struttura è ben sostenuta dal giusto supporto d'acidità. Un bianco di classe, idoneo con piatti pesce anche complessi, e con le carni bianche.

www.volpepasini.it



**TENUTE PICCINI
ETNA ROSSO DOC
TORRE MORA
SCALUNERA 2016**

Torre Mora è l'azienda agricola in terra di Sicilia di Tenute Piccini, un nome che è sulla breccia dell'enoologia italiana fin dal lontano 1882. Le scelte aziendali hanno suggerito di lanciarsi sul mercato del vino siciliano, che da vent'anni riscuote grandi successi tra i consumatori. Lo Scalunera 2016 è un classico uvaggio Etna Rosso, Nerello mascalese con una piccola aggiunta di Nerello cappuccio, in conformità alle tradizioni. Invecchiato per 24 mesi in botti di rovere, colpisce fin dal profondo colore rosso scuro, mentre il naso s'impone con fragranze di lampone, amarena, prugna, spezie, caffè. Al palato è austero, elegante, strutturato. Mantiene l'eleganza tipica dei vini rossi delle terre vulcaniche siciliane. L'abbinamento ideale è con piatti importanti di carne in umido o arrosto, o anche selvaggina.

www.tenutepiccini.it



**MONTELVINI
ASOLO PROSECCO
DOCG IL BRUTTO
2018**

Da qualche anno Montelvini, con la Collezione Vintage, ha inteso rendere omaggio alla tradizione più antica del Prosecco dei Colli Asolani. Il Brutto 2018 ne è un esempio. È un Asolo Prosecco Docc prodotto con la rifermentazione in bottiglia, come si usava in zona prima del diffondersi del metodo Charmat in autoclave. La prima fermentazione avveniva dopo la pigiatura dell'uva, col freddo il vino andava in "letargo", per poi risvegliarsi quando la temperatura della cantina superava i 10-12°C. La menzione storica Colfondo ricorda appunto il sedimento, il "fondo" che le bottiglie più antiche presentavano. Il 2018 offre un colore giallo pallido brillante, un profumo sottile di mela verde e fiori bianchi, e un gusto sbazzino, ben sostenuto dall'acidità e dalla moderata carbonazione data da questo tipo di vinificazione. Perfetto per un aperitivo insolito o per un piatto di ostriche freschissime.

www.montelvini.it





La nostra tutela è la vostra sicurezza.

Per questo motivo, il Prosciutto di Parma rafforzerà ulteriormente i controlli affidandosi a un nuovo ente certificatore, CSQA: una società leader a livello nazionale, in grado di garantire la massima tutela e trasparenza. Ma non è tutto: stiamo migliorando anche il Disciplinare di Produzione per rafforzare la distintività, la genuinità e la qualità del Prosciutto di Parma, con un'attenzione sempre maggiore alla tracciabilità del prodotto lungo tutta la filiera. Controlli più efficaci, caratterizzazione del prodotto e ancora più garanzie per i consumatori: sono questi i pilastri su cui poggia il futuro di Prosciutto di Parma, eccellenza e simbolo del Made in Italy nel mondo.