



• LUXURY •
FOOD & BEVERAGE
Magazine



cover
Maestri affinatori

Dal 1876 l'azienda Luigi Guffanti 'alleva' formaggi.
La selezione della materia prima. Le cantine di stagionatura.
I segreti del mestiere tramandati da generazioni.

FACE TO FACE
WICKY PRIYAN:
LA CUCINA GIAPPONESE
CHE NON C'ERA

GUIDA CHEF
SPECIALE FORMAGGI:
LE FORME
DEL GUSTO

IL CASO
RISTORANTI
VIETATI
AI MINORI?

Edizione: Edizioni Turbosi - Palazzo di Vetro - Corso della Pace, 23 - 20121, Milano (MI) - Tel. +39 0362 600433/4/5 - Fax +39 0362 600433/4/5 - Pagine: 48 - Periodico mensile
Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in Abbonamento Postale D.L. 353/2003 Conv. in L. 46/2004 Art. 1 - Comma 1 - L. 07/01 - Stampat: AlphaPrint - Busio Arsizao (VA) - Una copia 1,00 euro - In caso di mancato recapito inviare al CNP di Milano Roberto per la restituzione al mittente previo pagamento resi.



e d i t o r i a l e

LA VERA EPIDEMIA È QUELLA DELL'IGNORANZA

Ci mancava anche l'influenza cinese. O almeno così chiamano il tipo di coronavirus che, nell'ultimo mese, ha colpito la Cina e, indirettamente, la ristorazione che la riguarda. Occorre riflettere, su quello che è successo in Italia. I giornali hanno parlato di psicosi, ma non è così: la paura collettiva causata dall'epidemia di coronavirus non è tecnicamente una psicosi. La psicosi è tutt'altra cosa. Il fenomeno a cui abbiamo assistito rientra nel campo delle nevrosi, e più precisamente delle fobie. E' scoppiata la fobia del ristorante cinese, in un momento storico in cui questo tipo di cucina, specialmente nelle sue varianti meno conosciute, aveva appena riscoperto una vera età dell'oro. A Milano si sono aperti tanti ristoranti cinesi ambiziosi, che non fanno la vecchia cucina cantonese ma svariano su tutti i sapori di un Paese che è grande quasi quanto l'Europa e che, se pure Pechino li unifica in uno soltanto, attraversa svariati fusi orari. Sono pieni, e non perché svendano il loro cibo facendo economia sugli ingredienti.

Patatrac, arriva il virus e noi italiani ci facciamo riconoscere. I locali cinesi si sono svuotati. Cali di prenotazioni anche del 50%. E questo, fin dalla comparsa del nome di quell'influenza sui giornali. Il primo caso di contagiato in Italia è stato diagnosticato lo scorso 6 febbraio. Eppure, la fobia, la paura più o meno irrazionale aveva già preso il sopravvento nelle settimane precedenti. Una ristoratrice milanese, su Facebook, esternava tutto il suo disagio e la sua indignazione nel vedere come la clientela disertasse le cucine dei colleghi (e amici, perché non è vero che i cinesi sono sempre e solo amici tra di loro) con gli occhi a mandorla.

Sempresu Facebook, poi, il tracollo. Come insegna la proverbiale madre degli ignoranti, ecco apparire foto di cibi strani, di animali esotici ed estranei alla nostra cultura mangiati con disinvoltura, con sotto il commento: "Ma vi stupite dei virus se mangiano in questo modo?". Salvo poi scoprire che foto e video magari venivano dalla Thailandia, e che quindi con la Cina non c'entravano un ficus. Ma per molti, la Cina è solo il posto dove si mangiano cani e magari formiche, un parere forse accettabile negli anni '50, quando non esisteva la possibilità d'informarsi rapidamente come oggi. Se costoro lo facessero, scoprirebbero che la cucina cinese, anzi le cucine cinesi, hanno una storia da far impallidire quella italiana. Ma a parte questo: come reagireste se (Dio non voglia) allo scoppio di una 'epidemia italiana', gli stranieri a New York e a Berlino iniziassero a disertare i vari Alfredo's, Tony Pizza e gli altri ristoranti italiani? Ci indigneremmo, ovvio. Come quando lo Spiegel pubblicò quell'offensiva copertina, coi più consunti luoghi comuni sull'Italia tutta mandolino e mafia. Ecco: proviamo a metterci nei panni altrui.

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 02- N.02 / 2020 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 l'11 febbraio 2020

PALTUFA
LO SQUISITO CREMOSO AL TARTUFO
FIRMATO PALZOLA



palzola.it





m e n u

COVER MAESTRI AFFINATORI



DA SINISTRA: LUISA FIORI (IV GENERAZIONE),
DAVIDE FIORI (V GENERAZIONE), GIOVANNI
GUFFANTI FIORI (V GENERAZIONE) E CARLO FIORI
(IV GENERAZIONE, E IDEATORE DELLA GUFFANTI
"MODERNA" NEGLI ANNI 70).

16-17

LA SELEZIONE

SALUMI
PROSECCO
GRAPPE

32-34

FACE TO FACE LA CUCINA GIAPPONESE CHE NON C'ERA



12-13

À LA CARTE / VINI AVANTI, SAVOIA



14-15

LO STUPIDARIO

TRIPADVISOR
E I NUOVI MOSTRI...

20-21

TREND

PRIMA PAGARE,
POI MANGIARE
(TUTTO IL MESE)

22-23

GUIDA CHEF SPECIALE FORMAGGI: LE FORME DEL GUSTO



24-27

IL CASO

RISTORANTI
VIETATI AI MINORI?

28-29

ZOOM LA PSICOLOGIA DEL MENÙ



30

La Carne Salada Qualità Trentino.

La Carne Salada è il prodotto di salumeria più importante e tipico del nostro territorio. Si sviluppa a seguito degli statuti Clesiani del 1528 quando venne posto un dazio che imponeva la confisca e l'abbattimento in giornata del 20% delle mandrie che scendevano da nord. Dal 1500 al 1800 l'abbondanza di carne importata dall'attuale Austria ha consentito di sviluppare questa peculiare tradizione trentina.

Nel periodo Austro-Ungarico questo rifornimento venne a mancare e solo nella Val Rendena si è riusciti a conservare una certa capacità produttiva, la quale riprese poi vigore in tutta la provincia solo nel secondo dopoguerra.

Oggi questa tradizione è patrimonio del Trentino e la Provincia Autonoma di Trento ha deciso di regolamentare la produzione definendo nel 2013 un rigido disciplinare per tutelarla.

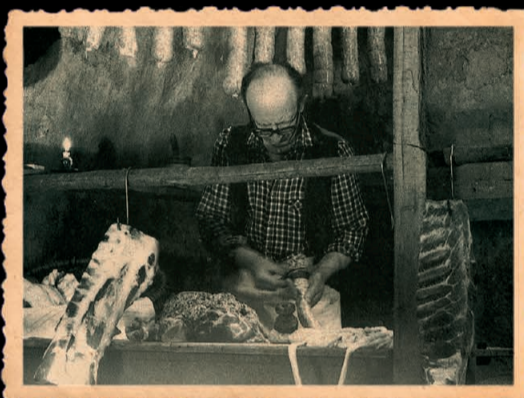
Filiera controllata, certificazione da parte di un ente esterno e indipendente come CSQA e precisi metodi di lavorazione sono

solo alcuni degli aspetti che il disciplinare impone ai produttori.

Il Salumificio Val Rendena ha scelto di rendere unica la propria Carne Salada Qualità Trentino, utilizzando solo fese fresche di bovino adulto italiano e lavorandole unicamente con l'antico metodo della salagione a secco. Oggi, come 70 anni fa, l'attenzione per la qualità e l'amore per la tradizione contraddistinguono tutti i prodotti del Salumificio Val Rendena, per portare a tavola tutto il gusto inconfondibile del nostro territorio.



Bernardo Clesio - Principe Vescovo di Trento - 1485-1539



Il fondatore Francesco Gasperi al lavoro



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

scopri di più





PRESENTATA A MILANO LA NUOVA EDIZIONE DI PITTI TASTE, IN SCENA A FIRENZE DAL 7 AL 9 MARZO

Il 5 febbraio è stato presentato a Milano Pitti Taste, il salone che andrà in scena alla stazione Leopolda di Firenze dal 7 al 9 marzo. Giunta alla 15esima edizione, la manifestazione avrà come tema 'I love food' e vedrà la presenza di 400 aziende, tutte accuratamente selezionate, di cui circa 50 presenti per la prima volta. Il salone dedicato alle eccellenze del gusto prevede anche un ricco programma di eventi e talk per approfondire i temi del momento. "Ogni nuova edizione di Taste è una dichiarazione d'amore per il cibo e per le sue mille sfaccettature", commenta Agostino Poletto, direttore di Pitti Immagine. "E' un amore che ci raccontano le aziende e i produttori protagonisti alla Leopolda, con i loro prodotti di punta e le novità, frutto di antiche tradizioni spesso familiari ma anche di ricerca sull'innovazione artigianale contemporanea".



ALLEGRINI DIVENTA IMPORTATORE E DISTRIBUTORE PER L'ITALIA DEI VINI DI THIBAUT LIGER-BELAIR

Il Gruppo Allegrini diventa importatore e distributore per l'Italia dei vini firmati Thibault Liger-Belair, produttore vinicolo del noto comune di Nuits Saint-Georges, in Borgogna. Il Domaine, guidato da Thibault Liger Belair dal 2001, conta su un patrimonio viticolo di 7,5 ettari distribuiti in cinque comuni, con terreni coltivati secondo i principi dell'agricoltura biodinamica. Annovera prestigiosi vigneti nei Grand Cru Corton 'Clos du Roi', Clos Vougeot, Charmes-Chambertin 'Aux Charmes', Corton Charlemagne 'Les Languettes' e Richebourg. "Siamo onorati che Thibault Liger-Belair abbia accettato di affidarci la distribuzione dei suoi prestigiosi vini", commenta Marilisa Allegrini. "Dopo il grande successo riscontrato con Olivier Leflaive, che importiamo dal 2018, per noi questa distribuzione rappresenta un ulteriore passo avanti che ci consente di mettere a disposizione della nostra clientela un'altra 'perla' della produzione della Borgogna". È dello stesso parere Thibault Liger-Belair: "La qualità dei vini prodotti dal gruppo Allegrini e la loro distribuzione di qualità lo rendono il partner perfetto per sviluppare insieme la presenza dei vini dell'azienda nel mercato italiano".

GUIDA MICHELIN, IN FRANCIA TRE NUOVI TRISTELLATI

Sono stati svelati il 27 gennaio i nomi degli stellati francesi nel 2020. Quest'anno la prestigiosa guida segnalerà 628 ristoranti stellati, quattro in meno rispetto all'anno scorso. Tra le novità, tre nuovi ristoranti hanno ricevuto tre stelle, tra loro Kei Kobayashi del Kei Restaurant di Parigi, il primo chef giapponese in Francia a ricevere il riconoscimento. Mentre nella capitale ci sono 18 nuovi locali stellati. Lo storico Bocuse, come già annunciato, ha perso la terza stella: unico declassamento da tre a due stelle del 2020.



KEI KOBAYASHI





Caciocavallo di Grotta

Intenso piacere figlio del tempo.



Vincitore di prestigiosi premi internazionali, il Caciocavallo di Grotta Deliziosa è un'eccellenza figlia della sapiente tradizione artigianale delle Murge. Lavorato esclusivamente con latte crudo pugliese e stagionato naturalmente in grotta, questa eccellenza regala un piacere unico, delicato, intenso fin dal primo morso.



UN SAPORE CHE TI PUGLIA



DOPO 55 ANNI, LO STORICO BOCUSE PERDE UNA STELLA MICHELIN

Il ristorante di Paul Bocuse, fiore all'occhiello della gastronomia francese, ha perso la terza stella Michelin. Dopo 55 anni, la Rossa ha retrocesso l'Auberge du Pont-de-Collonges nell'edizione 2020. "La qualità del locale rimane eccellente ma non più a livello di tre stelle", questa la spiegazione fornita. A due anni dalla scomparsa del fondatore del rinomato locale, sembra che la brigata, rimasta fedele ai piatti del maestro, non sia riuscita a ammodernare la cucina del ristorante. La famiglia Bocuse e il team dell'Auberge du Pont-de-Collonges dichiarano in una nota: "Se c'è una cosa che non vorremmo mai perdere è l'anima di monsieur Paul. Per questo continueremo a tenerne in vita il genio con eccellenza e una buona dose di libertà".



RAPPORTO FIPE 2019: LA RISTORAZIONE IN ITALIA VALE 86 MILIARDI DI EURO

Cresce a 336mila il numero delle imprese della ristorazione italiana nel 2019. Cresce, dello 0,7%, anche la spesa degli italiani in questo canale, per un volume d'affari pari a 86 miliardi di euro. Una performance che posiziona la ristorazione italiana sul terzo gradino del podio europeo, dopo Gran Bretagna e Spagna. È quanto emerge dall'edizione 2019 del rapporto Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi), che evidenzia un trend positivo lungo 10 anni. In questo arco temporale, la spesa degli italiani per mangiare fuori casa è aumentata di 4,9 miliardi di euro, mentre quella per i consumi casalinghi si è ridotta di 8,6 miliardi. Bene anche sul fronte occupazionale: nella ristorazione lavorano 1,2 milioni di addetti di cui il 52% donne e in maggioranza giovani. All'interno del mondo ristorazione, sono i 148mila bar della penisola, specie nelle grandi città e al Nord, a registrare le maggiori difficoltà. A tutto vantaggio di paninoteche, kebab e "finti" take away, come li definisce il rapporto. Resiste, tuttavia, il rito della colazione al bar, scelta quotidianamente da 5 milioni di italiani (il 10,8% della popolazione). Altrettante sono le persone che ogni giorno pranzano fuori casa, mentre sono poco meno di 10 milioni (18,5%) gli italiani che cenano al ristorante almeno due volte a settimana. "I dati parlano chiaro: con 46 miliardi di euro siamo la prima componente del valore aggiunto della filiera agroalimentare, continuiamo a far crescere l'occupazione e contribuiamo alla tenuta dei consumi alimentari", commenta Lino Enrico Stoppani, presidente di Fipe. Unico 'neo' di un settore in gran forma, l'altissimo turnover imprenditoriale: "Non è un settore dove si vive di rendita", sottolinea Stoppani. "I preoccupanti tassi di mortalità delle imprese confermano che ascolto del mercato e innovazione sono processi fondamentali per il successo".

IDENTITÀ GOLOSE (MILANO, 7-9 MARZO): AL CENTRO IL SENSO DI RESPONSABILITÀ

Andrà in scena a Milano, dal 7 al 9 marzo, la 16esima edizione di identità Golose, l'evento internazionale di cucina, pasticceria e servizio di sala. Tema dell'edizione 2020 sarà 'Il senso di responsabilità'. "Tutti dobbiamo avere ben presente il valore più importante, che viene prima di qualsiasi legge, norma o regolamento: il senso di responsabilità. Tali i problemi che investono la Terra e chi l'abita, da non potersi più rinchiudere nel proprio microcosmo, un ristorante o una redazione, una cantina o una pasticceria, subendo passivamente quanto accade tutt'attorno. Abbiamo una coscienza, usiamola per fare subito ciò che possiamo e dobbiamo prima ancora che leggi o regolamenti ce ne impongano l'obbligo", spiega in una nota Paolo Marchi, creatore e curatore di Identità Golose. Alla tre giorni saranno presenti oltre 130 relatori dall'Italia e dal mondo, chef, pasticceri, pizzaioli, gelatieri e maestri di sala, con più di 100 presentazioni e show cooking.





LONGINO&CARDENAL PRESENTA I NUOVI PARTNER

Longino&Cardenal, realtà specializzata nella selezione di 'cibi rari e preziosi' – come recita il claim del gruppo – per l'Horeca di alta gamma, ha presentato il 31 gennaio i nuovi partner nel corso di una convention in scena a Busto Arsizio, presso il Campus Reti. Società che si è distinta per la proposta di prodotti di fascia alta, Longino&Cardenal vanta un portafoglio di 4.500 clienti solo in Italia e annovera circa l'80% dei ristoranti stellati. I partner spaziano dai salumi al lattiero caseario, dai tartufi alla pasta, dai prodotti ittici alle spezie, fino ai tartufi, all'ortofrutta e a tutti gli altri settori strategici per l'alta ristorazione.



IN FOTO: UN'IMMAGINE DELLA CONVENTION 2020 DI LONGINO&CARDENAL



NUOVO ASSOCIATO PER IL GRUPPO BELVITA LEADING WELLNESSHOTELS SÜDTIROL

Il gruppo altoatesino Belvita Leading Wellnesshotels Südtirol comincia il 2020 forte di una nuova acquisizione: l'hotel natura Pfösl di Nova Ponente (Bz). "Siamo davvero soddisfatti dell'anno appena trascorso e entusiasti per il 2020, che vede ampliarsi il gruppo Belvita Leading Wellnesshotels Südtirol", sottolinea Paul Zimmerhofer, dal 2007 presidente del gruppo che riunisce 29 strutture associate. "Questo conferma l'intuizione che abbiamo avuto 25 anni fa, riunendoci per collaborare alla promozione comune degli hotel top wellness dell'Alto Adige". Tutti gli hotel del gruppo sono cinque o quattro stelle S, a conduzione familiare, e devono rispettare un rigido disciplinare per mantenere elevatissimi standard di qualità, verificato periodicamente anche con mystery check. Ne è convinta anche la proprietaria del Pfösl, Brigitte Zelger: "Belvita per noi è un certificato di garanzia", spiega. "Siamo molto orgogliosi di far parte del gruppo dei migliori hotel benessere dell'Alto Adige, conferma che la nostra struttura è una delle migliori di tutto l'Alto Adige".

ROMA: APRE ALLA STAZIONE TERMINI IL BISTRÒ DI ANTONELLO COLONNA

E' stato inaugurato all'inizio di febbraio il ristorante dello chef Antonello Colonna alla stazione Termini di Roma (lato via Giolitti). Il 20 febbraio è invece prevista una giornata di presentazione ufficiale destinata agli operatori e agli addetti ai lavori. Il locale di circa 1.000 metri quadri (tra piano terra e primo piano), è stato realizzato con 'Chef Express' del Gruppo Cremonini. Prevede circa 140. Al piano terra ci sono caffetteria, bar, gelateria, pasticceria di CioccolatoItaliani e uno spazio gourmet con la salumeria umbra Renzini. Il ristorante dello chef Colonna è collocato al primo piano. Nel menù, cucina romana reinterpretata e altre specialità italiane.



ANTONELLO COLONNA



dicono di noi

Luxury Food & Beverage è una rivista nuova. Ma fa già parlare di sé. In occasione del quarto numero, abbiamo voluto ascoltare la voce di alcuni nostri lettori - in questo caso chef stellati - e raccogliarne i commenti. Per conoscere la loro opinione sul mensile e appuntarci utili suggerimenti.



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

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



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

STEFANO BAIOTTO
VILLA FELTRINELLI - MILANO (MI)



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

GIUSEPPE AVERSA
IL BUCO - SORRENTO (NA)



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

NICOLA PORTINARI
LA PECA - LONIGO (VI)



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

ROBERTO ROSSI
SILENE - LOC. PESCHINA (GR)



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

GIUSEPPE IANNOTTI
KRESIOS - TELESE (BN)



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

GENNARO ESPOSITO
TORRE DEL SARACINO - VICO EQUENSE (NA)



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

STEFANO GHETTA
L CHIMPL - VIGO DI FASSA (TN)

QUELLE MERAVIGLIOSE VENATURE BLU



Una ricetta che si basa completamente sugli equilibri.
Il formaggio 100% latte di capra viene impreziosito
dalle caratteristiche venature blu, per un risultato
dal sapore intenso e dall'aroma persistente.
Un gusto deciso, ma sempre molto armonico.



face to face

LA CUCINA GIAPPONESE CHE NON C'ERA

Wicky Priyan, il singalese che ha portato l'arte culinaria di Tokyo a Milano, si racconta. E' innamorato dell'Italia, della Sicilia. E del nostro pecorino.



Il re del sushi è un filosofo che viene dall'isola di Sri Lanka. E lavora in Italia. Qui da noi. Wicky Priyan, occhiali severi e tono di voce rassicurante, dal 2011 è ambasciatore di una cucina giapponese che in Italia ha dovuto subire svilimenti di ogni genere, trasformandosi, col tempo, da simbolo di raffinatezza a pastura per locali "tutto compreso" da pochi euro a persona, non certo all'insegna della qualità. Questo signore che arriva dall'Oceano Indiano, attraverso un percorso accademico e culturale non comune, ha provato a ridare dignità al pesce crudo (e non solo), come lo fanno nel Nord e nel Sud del Giappone. Ci è riuscito? I risultati dicono di sì: il suo Wicky's Innovative Japanese Cuisine, ristorante minimalista nel pieno centro di Milano, da qualche anno ha convinto anche i più scettici, che a pranzo come a cena trovano nelle mura di Corso Italia numero 6 un autentico santuario

del piacere. Non stupisca la scelta dell'Italia: Wicky è letteralmente innamorato del nostro Paese e dei nostri prodotti, che trovano posto nelle sue creazioni, in una vera e sublime sinergia. Wicky mostra volentieri le fotografie di chi è venuto a conoscere le sue personalissime interpretazioni culinarie. Da Wicky's sono passati ad esempio il sindaco di Milano Beppe Sala e tutti i più grandi chef stellati italiani, da Andrea Berton a Carlo Cracco, da Enrico Bartolini a Nadia Santini, nonché Sushi Kan, il più importante dei maestri di chef Priyan.

Un solo maestro?

In realtà, due. Kan è stato quello che mi ha insegnato il sushi *edomae*, cioè il sushi di Tokyo: *edomae* è il nome che si dà alla baia di Tokyo. A Kyoto il mio maestro invece è stato Kaneki, che ha anche cucinato qui con me in alcuni eventi,

cinque anni fa. Lui è stato per me il punto di riferimento sulla cucina *kaiseki*. Non è molto conosciuta in Italia, la cucina di Kyoto. I giapponesi su certe cose sono riservati, fanno fatica a condividerle con gli altri. Forse, il fatto di non essere giapponese mi ha aiutato a portarla qui.

Una specie di percorso culturale?

I miei capisaldi sono tre: buddismo, arti marziali e passione culinaria. E sono collegati. Se ci fate caso, la tecnica elementare, fondamentale della *Shojin Ryori*, l'utilizzo esclusivo delle verdure per ottenere il *miso* e certi brodi, è stata inventata da un monaco nel 1200. Con un *miso* del genere faccio marinare il mio merluzzo nero. La mia cultura è questa. Dopo che uno ha imparato questi fondamenti, non ha paura di niente e può sfidare il mondo.

Nel suo caso, l'Italia. Ma come ci è arrivato qui?

Ho girato per tutta l'Europa. In Italia avevo un cugino. Quando gli ho detto che volevo tornare a Tokyo, lui mi ha risposto: straccia il biglietto, e vai a Milano. Tutto questo accadeva circa 15 anni fa. Ho seguito il suo consiglio. Prima, però, ho girato l'Italia in lungo e in largo, per sette mesi, per familiarizzare coi prodotti locali. La cucina giapponese autentica è ardua da riprodurre fuori dal Giappone, c'è un problema di reperimento degli ingredienti. Io allora ho deciso di fare largo uso dei prodotti italiani.

Ad esempio?

Il pecorino del mio Hamachi Pecora, un carpaccio di ricciola giapponese appunto con pecorino stagionato, consommé di zenzero, polvere *shiso ume*, erba cipollina e olio extravergine. Ho viaggiato in Sardegna, ho provato tanti pecorini, e ne ho assaggiato anche uno pugliese.

E come ha concepito un piatto simile?

Bisogna avere curiosità e grande conoscenza della cucina. In tanti ormai fanno il fusion, ma la cucina creativa è altra cosa. Bisogna studiare, mettere a punto: quale zenzero adoperare? Quale scalogno? Quale pecorino? Ci vuole del tempo. Per elaborare questo piatto, mi ci sono voluti due anni di studio e di prove.

E si vede. Certi suoi piatti sembrano un giardino zen...

Proprio così. E' quello che voglio. Ci sono dentro l'arte dell'*ikebana*, quella del *bonsai*, e la pratica della meditazione. Il tutto in un pezzetto di ventresca di tonno e di *daikon*.

Il pesce poi è italiano...

Il branzino del mio Carpaccio Cinque Continenti è della laguna di Marano, in Friuli. E' un piatto che ho inventato 23 anni fa. Per la salsa che lo caratterizza, ho studiato moltissimo. E pensare che c'è anche chi lo copia: l'altro giorno su Instagram ho visto la foto di un piatto che ne riprendeva la presentazione, chissà in che modo l'avranno fatto...

Ma i milanesi, come vedono la sua cucina?

Milano, malgrado tutto, per la vera cucina giapponese è terra vergine. Ma posso dire lo stesso di tutta l'Italia. Non sempre qui è arrivato il meglio della cucina orientale. Molti sushi bar fanno sushi all'americana, o in stile nippo-brasiliano. E' anche una questione di maestri. I più bravi trascurano l'Italia, preferiscono Londra, Parigi, Singapore... Il mio lavoro è anche provare a portare, io che non sono giapponese, un po' di autenticità nipponica da queste parti.

E con un piatto come il Sushi Kan vuole omaggiare il colpo di genio del suo maestro?

Il mio Sushi Kan è un omaggio al sushi fatto alla maniera di Tokyo, proprio come quello di maestro Kan. Mi piacciono le ricerche, come dicevo. E quindi in questo sushi uno dei *nigiri* è fatto con carpaccio di manzo angus e lamelle di tartufo. Il mio maestro una volta è venuto a trovarmi, e un omaggio da parte sua è la cosa più bella che potessi desiderare.

Il suo sogno in questo Paese?

Aprire un ristorante in Sicilia. Io amo letteralmente la Sicilia. Il mio piatto Oriental Sicilia lo testimonia: il gambero di Mazara va a nozze col mio *daikon* marinato nell'aceto di riso dolce, con la tartare di tonno, il caviale di storione e la crema di *yuzu*. C'è ancora tanto da scoprire, e tanto che si può fare in cucina. Lo dico sempre: la cucina non è un segreto, ma un'esperienza.

Tommaso Farina



Il sapore della Libertà



- salami
- zampone e cotechino precotti
- preaffettati in vaschetta

dai nostri allevamenti all'aperto
.....
anche per la stagione autunno • inverno

La Linea **I Porci Comodi** include salumi realizzati come una volta, insaccati **in budello naturale, legati a mano** e prodotti **da maiali allevati esclusivamente all'aperto.**



Guarda il video e scopri come li alleviamo

Valle Varaita (Cuneo) *La salumeria tradizionale Brizio dal 1939*



à la carte / vini

AVANTI, SAVOIA

Il Piemonte, nei grandi ristoranti, è la regione di riferimento per i rossi italiani. Nelle cantine di tre celebri stellati, prevalenza di Barolo e Barbaresco. Ma chicche interessanti tra i bianchi.

Cosa sarebbe il vino italiano senza il Piemonte? Il Piemonte, assieme alla Toscana, è la culla enologica della nostra Penisola, la terra ove nascono i vini più importanti. E visto che i vini più importanti sono quasi sempre rossi, è facile tirare le conclusioni.

Un ristorante, al giorno d'oggi, non può pensare di imbastire una cantina con qualche pretesa, senza includere vini piemontesi. Perfino un locale specializzato in pesce può includere una bottiglia di Barolo o Barbaresco: ricordate Gianni Brera e la sua abitudine di abbinare quest'ultimo all'aragosta? E in ogni caso, in Piemonte si fanno pure vini bianchi e spumanti di grande pregio. Più cresce il blasone del ristorante, più la cantina tenderà a diventare importante per numeri e qualità. Nel caso dei locali al top del nostro Paese, una scelta regale di bottiglie del Piemonte è del tutto imprescindibile.

La cantina immensa di Enrico Crippa

Il santuario in tal senso, senza tema di smentita, probabilmente è il Piazza Duomo, di Alba (Cuneo). Il locale, di proprietà di storici vignaioli come la famiglia Ceretto, è tra i grandi d'Italia: la guida Michelin gli attribuisce tre stelle. In poche parole,

l'Olimpo. Merito precipuo è, senza dubbio, la cucina intelligente e orgiastica del furetto Enrico Crippa. Ma la Guida Rossa, per valutare un ristorante, tiene conto di un po' tutte le variabili. E tra esse, non può non aver giocato un ruolo fondamentale la cantina immensa, presidiata dal quasi trentacinquenne sommelier Vincenzo Donatiello, già Maitre dell'Anno 2018 secondo la Guida de L'Espresso. Ristorante in Piemonte e proprietà di un vignaiolo piemontese: penserete mica che le uve di casa saranno trascurate? Così, ecco che l'enciclopedica carta è divisa in due parti: una per il Piemonte, e una per il resto del mondo, isole comprese. Mica male, vero? Considerate che la parte piemontese, da sola, è lunga 104 pagine. In pratica, più che un'enoteca, è quasi la cineteca nazionale del vino sabauda.

Facciamo mente locale: anzitutto, Donatiello propone percorsi tematici di vino a prezzo fisso: il "Just Nebbiolo. Territorio & Emozioni", per 500 euro, dà diritto a tre calici di grandi vini (e lo sono davvero) a base di uva nebbiolo, che è pur sempre la mamma di Barolo e Barbaresco. Più abbondante, abbordabile e comprensivo è il "100% Piemonte": 100 euro, cinque calici da tutta la regione. Poi vengono le ricche (in tutti i sensi) opzioni per la bevuta al calice.

E qui Piazza Duomo consente, sborsando una cifra tutto sommato ragionevole, di gustare un solo calice di bottiglie altrimenti dall'altissimo prezzo. Così, sono a disposizione sette Barbaresco (anche Riserva) e nove Barolo (come sopra), con una forbice di prezzo che va dai 30 ai 250 euro, questi ultimi da investire per un bicchiere del mitico, solenne Monfortino 2013 di Giacomo Conterno, che preso a bottiglia costerebbe 1000 euro. La carta vera e propria delle bottiglie lascia l'imbarazzo della scelta. Si inizia con gli spumanti: 11 referenze. Poi, arrivano i bianchi: quattro pagine, suddivise per zona di provenienza: non mancano il Timorasso dei Colli Tortonesi nonché, naturalmente, il prodotto di casa, il Blangé dei Ceretto, il figliolo scapestrato dell'enologo Donato Lanati. Ma coi rossi la faccenda diventa vertiginosa: 20 pagine di Barbaresco, raggruppato a seconda dei tre comuni di produzione della Docg. Poi addirittura 33 pagine per il Barolo, che manifesta una serie di scelte addirittura viziose. In altre 10 pagine stanno i rossi del resto della regione: Barbera d'Asti, Dolcetto di Dogliani, Boca, Gattinara e vini di fantasia. Per concludere, una paginata con 11 vini da dessert e da fine pasto, Barolo Chinato compreso. Dura fare meglio di così.





Barolo e Barbaresco protagonisti da Niko Romito

E se volessimo provare in un altro tre stelle Michelin? Il Reale di Castel di Sangro (L'Aquila), sulla montagna abruzzese, è il regno dell'eccentrico Niko Romito. Il suo uomo di fiducia sui vini, dal 2004, è Gianni Sinesi. E il Piemonte c'è? Naturalmente sì, e altrettanto naturalmente non è una scelta profonda come quella del suo concorrente albese. Ci sono, per cominciare, tre spumanti. Poi, nove vini bianchi, di cui quattro diverse annate dello Chardonnay Gaia & Rey di Angelo Gaja, e due del Gavi Minaia di Nicola Bergaglio. Il grosso arriva adesso, coi rossi: si tratta di circa 143 bottiglie, ordinate non per tipologia ma per azienda produttrice. A far la parte del leone, ancora Barolo e Barbaresco: chi va in un tre stelle è più propenso a spendere sul vino. I vini rossi di altre denominazioni piemontesi sono meno numerosi, anche se non mancano. Più abbordabili i prezzi: il Barbaresco Gaja 2016 vien via per 270 euro contro i 330 di Piazza Duomo, mentre per il Cascina Francia di Giacomo Conterno 2012 ci vogliono 250 euro, quando ad Alba occorre sborsarne 320. I prezzi, al centro-sud, sono sempre più convenienti. Si chiude con quattro referenze dolci, di cui due Moscato d'Asti a tappo raso.

La gamma invidiabile di Andrea Aprea

Scendendo (per modo di dire) di livello, più che altro per numero di stelle, due contro tre, si può analizzare la carta di un ristorante su una piazza difficile come Milano: il Vun dell'Hotel Park Hyatt, chef Andrea Aprea. Qui il dominus della sala è Nicola Ultimo, che nonostante il nome è sicuramente tra i primi nel suo campo in Italia. Bene, il Piemonte com'è messo? Per cominciare, nessuno spumante. Dei bianchi, sette referenze, tra cui anche qui tre diverse annate di Gaia & Rey (il 2014 costa 510 euro contro i 170 di Niko Romito). I rossi sono circa 100, raggruppati per denominazione e vitigno. A prevalere sono i Barolo. Tra i Barbaresco, sono disponibili annate più vecchie dell'Asili di Ceretto, rispetto alle stesse del ristorante albese, più recenti. Il Sorì San Lorenzo 2013 di Gaja viene all'incanto 890 euro, al Piazza Duomo 800. Del Barbaresco di Gaja è presente un'annata, la 2014, che curiosamente è tra le non molte a non esserci ad Alba. Nessuna referenza di Dolcetto, in compenso si trovano tre Gattinara. Complessivamente, è forse la carta meno variegata delle tre, pur potendo vantare una gamma comunque invidiabile e anche annate di grande interesse.

Tommaso Farina



ENRICO CRIPPA



NIKO ROMITO



ANDREA APREA

MAESTRI AFFINATORI

Dal 1876 la Luigi Guffanti 'alleva' formaggi. La selezione della materia prima. Le cantine di stagionatura. Carlo Fiori Guffanti svela i segreti del suo mestiere.

Si definiscono 'allevatori di formaggi'. Sono la famiglia Guffanti-Fiori, dell'azienda Luigi Guffanti 1876, maestri affinatori da quasi 150 anni. Una lunga storia fatta di tradizione e artigianalità, ma anche di curiosità e tenacia. Con grande attenzione alla qualità della materia prima. Il racconto appassionato di Carlo Fiori Guffanti, vera anima dell'azienda di Arona (No).

Come nasce la Luigi Guffanti?

L'azienda è stata fondata nel 1876, dal mio bisnonno. A gestirla oggi siamo io e i miei figli Giovanni e Davide, quarta e quinta generazione. Inizialmente Luigi Guffanti produceva formaggi artigianali in Valganna, sulla riva orientale del Lago Maggiore in provincia di Varese, in ambienti ricavati da una miniera di argento ormai abbandonata. Nel secolo scorso, poi, ci siamo trasferiti ad Arona, sulla sponda occidentale del Lago Maggiore, in uno spazio dove Luigi Guffanti costruì le sue bellissime cantine e dove si iniziò a stagionare i formaggi.

Ed è stato solo l'inizio.

Negli anni '70, subentro al mio prozio, ultimo figlio vivente del fondatore, raccogliendone il testimone. Guffanti ancora oggi seleziona e raccoglie i formaggi ottenuti da casari-allevatori in tutta Italia, e se ne prende cura quotidianamente nelle proprie cantine. L'azienda si è focalizzata sulla stagionatura dei prodotti: li raccogliamo freschi nei luoghi di produzione e li stagioniamo nelle cantine, in uno spazio adeguato con temperatura e umidità costanti. La nostra materia prima è il prodotto finito per altri operatori, cioè acquistiamo un prodotto che potrebbe tecnicamente essere già immettibile sul mercato e lo portiamo a un livello di maturazione differente, più curato e ricercato. In poche parole, ci prendiamo cura dei prodotti, 'alleviamo formaggi'. A oggi trattiamo oltre 200 tipi di formaggi, italiani ed esteri, nel totale rispetto delle normative, laddove ci fossero, concentrandoci soprattutto sulle produzioni d'alpeggio a latte crudo nell'ottica della valorizzazione massima della qualità

del latte che, come è noto, deriva dall'alimentazione degli animali e sottolineando l'importanza della qualità del latte.

Migliore è la materia prima, più buono è il risultato. Corretto?

Esatto, cerchiamo di sottolineare il più possibile il fatto che migliore è il latte di partenza, tanto più buono è il formaggio. Ciò significa che se gli animali sono sani, ben allevati e ben nutriti, il latte ottenuto sarà di buona qualità e di conseguenza lo sarà il formaggio. Il resto sta a noi, alla nostra conoscenza, capacità e voglia di sperimentare.

Come selezionate i vostri fornitori?

Siamo sempre sul campo. Cerchiamo produzioni che rispettino innanzitutto il benessere animale, tenendo conto dell'alimentazione e dei naturali periodi di lattazione. Ci confrontiamo con il problema della stagionalità del latte, cerchiamo dunque di fare affidamento su due o tre diversi produttori per tipologia di formaggio, fra loro qualitativamente comparabili. Cerchiamo produttori che rispettino due criteri: il benessere dell'animale e la cura del prodotto, data anche dall'utilizzo di strumenti tradizionali in legno e rame per la cagliatura. Noi poi ci occupiamo della finitura del formaggio. Cerchiamo di dargli un valore aggiunto, quel qualcosa in più che solo una buona stagionatura può garantire.

Li 'allevate', insomma, per usare parole sue.

Proprio così. Il formaggio è un prodotto vivo, è frutto della coagulazione del latte, per cui si evolve, cresce, segue un cammino proprio. Noi siamo 'allevatori'. Ci piace l'idea di prendere per mano il formaggio e di accompagnarlo in un percorso di crescita.

Qual è il segreto della vostra affinità?

Forse suonerà banale, ma il segreto è la passione. Perché la stagionatura è un processo lungo e faticoso. Il formaggio, provenendo dagli animali, non ha sabati né domeniche, né feste: gli animali devono essere munti quotidianamente quando sono in lattazione e, nella fase



DA SINISTRA: LUISA FIORI (IV GENERAZIONE), DAVIDE FIORI (V GENERAZIONE), GIOVANNI GUFFANTI FIORI (V GENERAZIONE) E CARLO FIORI GUFFANTI (IV GENERAZIONE, E IDEATORE DELLA GUFFANTI "MODERNA" NEGLI ANNI 70).

di produzione, il formaggio deve essere prodotto tutti i giorni. Ci vuole inoltre tanta curiosità.

Per quale motivo?

Il formaggio è un elemento vivo: due forme realizzate a pochi giorni di distanza, pur provenendo dallo stesso produttore e dagli stessi animali, possono essere molto diverse fra loro per vari motivi, come le condizioni climatiche e quelle dell'animale, la mano del casaro... È inoltre una scoperta, una tradizione millenaria sempre perfezionabile, fatta di diverse storie, tipi di latte e cagli, luoghi di provenienza, modalità di trattamento. L'affinatore, dunque, deve

sempre essere pronto ad adattarsi e a gestire l'evoluzione del formaggio. Per farlo occorrono passione, pazienza e curiosità, appunto. E voglia di mettersi in gioco, giorno dopo giorno.

Ha parlato di adattarsi all'evoluzione naturale di un formaggio: c'è un prodotto di cui siete particolarmente fieri?

Come azienda, venendo dalla zona della Dop, siamo molto legati al gorgonzola Dop. Anche perché è il primo formaggio che abbiamo trattato fin dagli inizi del '900. È sempre meraviglioso osservare e 'guidare' l'evoluzione di questo strepitoso erborinato. Infatti,



oltre al latte, al caglio e al sale, il gorgonzola contiene il penicillium (muffa nobile), un ulteriore elemento vivo, che lo rendono particolarmente impegnativo. Insomma, è come un puledro di razza, che deve essere ben curato e gestito, per valorizzarne al massimo il potenziale. Nel tempo abbiamo anche studiato tante varianti degli erborinati.

Ad esempio?

Un paio di anni fa abbiamo studiato una lavorazione di un erborinato con dei grani di caffè in crosta. E' stato utilizzato il caffè, per testare un elemento naturale che potesse garantire anche una maggiore conservazione. Il risultato è stato, dopo 120 giorni di stagionatura nelle nostre cantine di Arona, un cacio che al palato esprimeva un aroma di caffè in perfetto equilibrio con il gusto tipico del formaggio vaccino erborinato. L'abbiamo voluto dedicare al santo protettore di Arona, San Carlo Borromeo: è il Sancarlone al caffè. Nel 2018, ha anche ottenuto il riconoscimento come Coup de Coeur al Salon du Fromage di Parigi.

Mi dica di più sulle vostre cantine di stagionatura.

Le nostre cantine di stagionatura si trovano ad Arona. La pavimentazione è in cotto e i muri sono in pietra a secco e mattoni. Anche le volte sono in mattoni con inserti in legno, recuperati dalle nostre vecchie cantine di stagionatura. La temperatura mediamente si aggira attorno ai 10-11 gradi centigradi, mentre d'estate si può arrivare a 12 gradi. L'umidità si sviluppa naturalmente ed è sempre compresa fra il 75% e il 90%. Temperatura e umidità, elementi fondamentali ed imprescindibili per una corretta maturazione ed evoluzione del formaggio, sono costanti perché le cantine sorgono sulla falda di un corso d'acqua (Torrente Vevera), affluente del Lago Maggiore, che scorre nel sottosuolo lungo il perimetro dello stabile. La parte iniziale della cantina è seminterrata e scende poi a circa due metri sotto il livello del terreno. Naturalmente l'ambiente è stato messo a norma nel corso del tempo, ma il cuore della cantina conserva la struttura originale.

Un luogo di cui si percepisce la storia.

Proprio così. E' il luogo perfetto dove poter osservare l'ambiente in cui i formaggi vivono ed evolvono. In una parola, dove vengono 'allevati'. È la 'nursery' dei formaggi.

Fate anche attività di divulgazione rispetto all'importanza del latte crudo e della tutela degli alpeggi, giusto?

Nella nostra struttura di Arona stiamo ingrandendo un'area appositamente dedicata alla formazione, nella quale facciamo presentazioni e degustazioni, con l'obiettivo di fare crescere la cultura del formaggio tra appassionati e professionisti. È fondamentale per noi far comprendere l'importanza della materia prima: un buon formaggio si produce con un buon latte, il buon latte si ottiene da animali sani e ben alimentati, in un ambiente salubre. L'ambiente salubre per eccellenza è il pascolo.

Un focus sull'alpeggio, dunque.

Certamente, i pascoli dell'alpeggio permettono di ottenere un latte ricchissimo di proteine, oltretutto con una modalità estensiva totalmente sostenibile per l'ambiente e per gli animali. Sottolineiamo particolarmente questo aspetto: il formaggio è un alimento assolutamente naturale, sostenibile, da filiera cortissima. Caratteristiche oggi tornate alla ribalta, ma che abbiamo nella nostra storia. Pensi che il termine casaro deriva dal latino *casearium*, da *caseus*, formaggio, che ha la stessa etimologia di Caesar, Cesare, appunto. Il casaro dunque è sempre stata una figura di riferimento nelle comunità.

E allora perché non sottolineare l'importanza di questo ruolo? Perché non spingere sulla provenienza del latte? La qualità di ciò che portiamo in tavola è importantissima.

Forse abbiamo dimenticato da dove veniamo ...

Esatto. Dobbiamo riscoprire le nostre origini, recuperare questa consapevolezza e dobbiamo trasmetterla al consumatore. Questo compito spetta a chi produce. Perché un formaggio racchiude una grandissima storia, conoscerla consente di valutarlo correttamente.

Elisa Tonussi



TESPI MEDIAGROUP
racchiude un pool di tre società editrici
specializzate nell'informazione B2B:
Frimedia, Edizioni Turbo e Sport Press.

Attraverso le varie testate
il gruppo fornisce strumenti
di comunicazione
rivolti agli operatori dei settori:
entertainment, technology, sport e food.

La readership complessiva del gruppo
supera i 400mila lettori/mese.

tespi
mediagroup

www.tespi.net



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.



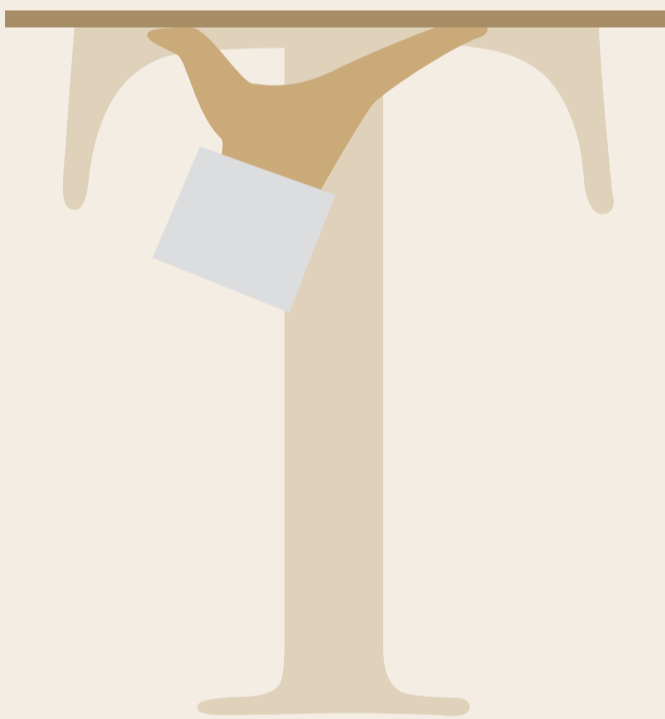
Consorzio Tutela Grana Padano



lo stupidario

TRIPADVISOR E I NUOVI MOSTRI...

Dal recensore analfabeta al presunto esperto, dalla cameriera Hulk alla Doc "Valpolicecca", 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

L'ODONTOIATRA

"LA TITOLARE, SEPPUR CORDIALE E SIMPATICA, RISULTA ESSERE SPROVVISTA DI UN DENTE NELL'ARCATA FRONTALE. POSSIBILE CHE CHI GUADAGNA CIFRE SIMILI NON POSSA RECARSI DAL DENTISTA PRIMA DI PRESENTARSI ALLA CLIENTELA?"

CON LA MINI VADO DOVE VOGLIO

"GIÀ ALL'ARRIVO IL PARCHEGGIATORE (BENCHÉ AVESSI UNA MINI COOPER SPORT) NON MI HA LASCIATO PARCHEGGIARE PERCHÉ A SUO DIRE NON C'ERA POSTO"



MANO A CONCHETTA

"IL CONTO NON SOLO NON PRESENTAVA SCONTI MA NEANCHE UN CAFFÈ O UN DIGESTIVO OFFERTO!"

QUANDO LA MOGLIE E' IN VACANZA

"MI SONO RECATO DIVERSE VOLTE NON CON LA STESSA PERSONA E MI SONO TROVATO IN UNA SITUAZIONE IMBARAZZANTE IN QUANTO IL CAMERIERE CHE MI HA SERVITO IN PRECEDENZA HA TROVATO 'GIUSTO' RICONOSCERMI E FARMI COSÌ FARE UNA PESSIMA FIGURA"

RACCOMANDATI

"IL PREZZO E' STATO DA LADROCINIO, PERCHÉ I NS SUDATI SOLDI ERANO UGUALI A QUELLI DEL VIP CHE SERVIVANO E RIVERIVANO CON MILLE MOINE"

LEI NON SA CHI SONO IO/1

"SIA IO CHE IL MIO COMPAGNO AMIAMO MOLTO LA CUCINA DI ALTO LIVELLO E SPESSO ANDIAMO IN RISTORANTI STELLATI, MA LA COSA PROBABILMENTE AL TITOLARE NON È PASSATA MINIMAMENTE PER LA TESTA"

LEI NON SA CHI SONO IO/2

"IO PROVENGO DAL SETTORE ALIMENTARE, SIA DI NICCHIA CHE INDUSTRIALE, E MOLTI RISTORANTI STELLATI IN EUROPA SONO NS CLIENTI"

LE DOC SEMPRE NUOVE

"MI TROVO A TAVOLA UNA BOTTIGLIA DI RISERVA VALPOLICECCA"

FATELI CHIUDERE/3

"SONO ANDATO INSIEME AD UN MIO AMICO PER PRENDERE DUE PIZZE DA ASPORTO IO AVEVO INTENZIONE DI PRENDERE UNA WURSTEL E PATATINE E LUI VISTO CHE È ALLERGICO AI LATTICINI UNA ROSSA CON PATATINE. LA RISPOSTA È STATA: PATATINE MAIS PANNA E WURSTEL SONO INGREDIENTI CHE NON ABBIAMO. ORA DICO COME È POSSIBILE CHE UNA PIZZERIA NON ABBAIA QUESTO TIPO DI INGREDIENTI? SONO MONTATI DI TESTA"

ARIDATECE BASTIANICH

"GRANDE DELUDENDO"

OFFESA ALLE ORECCHIE

"MUSICA VERDIANA (CHE ANSIA)"

FATELI CHIUDERE/1

"ABBIAMO CHIESTO UNA PIZZA WÜRSTEL E PATATINE PER MIO FIGLIO E CI HANNO DETTO CHE ERA UN TIPO DI PIZZA CHE NON FACEVANO"

DA FINIRE SUL LASTRICO/1

"CARISSIMO... UNA MARGHERITA 5 EURO"

FATELI CHIUDERE/2

"VOLEVO ORDINARE UNA PIZZA MIMOSA (PANNA E MAIS) ED IL CAMERIERE MI DICE CHE NON LA FANNO"

**DA FINIRE SUL LASTRICO/2**

"PREMESSO CHE APPLICANO PREZZI SPROPOSITATI (4,50 EURO UNA MARGHERITA)"

CORTINA DI FERRO

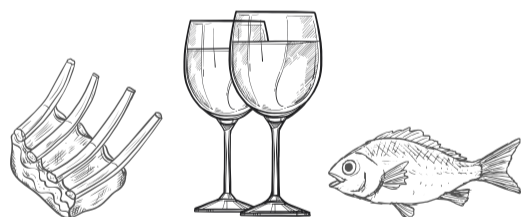
"RISTORANTE A PORTE CHIUSE A CHIAVE CON PROPRIETARI MINACCIOSI"

STAFILOCOCCI

"PORZIONI MICROBO"

LOTTA DI CLASSE

"PURTROPPO UN OPERAIO UMILE NON PUÒ PERMETTERSI DI SPENDERE 50€ AL GIORNO PER MANGIARE"

**NUOVE REGOLE**

"UN RISTORANTE AD ALTO LIVELLO DEVE CAMBIARE IL BICCHIERE, SOPRATTUTTO QUANDO SI PASSA DALLE PORTATE DI PESCE A QUELLE DI CARNE"

IL COSMOPOLITA

"L'ARREDAMENTO RIVELA SUBITO IL PROVINCIALISMO CHE PERMEA L'AMBIENTE"

FATELI CHIUDERE/4

"NON HANNO PATATINE NIENTE WÜRSTEL NIENTE MAIS NIENTE PANNA E NIENTE PORCHETTA MA PERCHÉ NN CHIUDONO?"

DISCOBOLO DI MIRONE

"OPTO PER UNA MARGHERITA, LA PIZZA PER ANTONOMASIA, E -SORPRESA!- MI TROVO DAVANTI UN DISCOBOLO DI PASTA RICOPERTO DI OLIO"

LOU FERRIGNO

"CAMERIERA GENTILE COME HULK DOPO LA TRASFORMAZIONE"

PUBBLICO MINISTERO

"ACCOGLIENZA INDAGATA"

SITUAZIONI EROTICHE

"MENTRE MANGIAVAMO VEDEVAMO ALTRA CAMERIERA IN PANTALONCINI CHE IN ATTESA DELLE PIZZE SI MASSAGGIAVA IL RETRO COSCIA"

VERGOGNA

"INUTILE SFOGGIO DI QUALITÀ"

PANE AMORE E FANTASIA

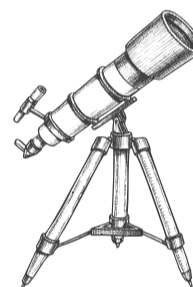
"CASSIERA ANTIPATICA E SCORTESE CHE CREDE DI ESSERE GINA LOLLOBRIGIDA"

COMUNISTI

"POSTO DA COMUNISTI CON CIBO CONFEZIONATO"

DELAZIONE

"SPERO VIVAMENTE CHE LA GUARDIA DI FINANZA CI FACCI UN SALTO"

**GASTRONOMIA O ASTRONOMIA?**

"ENTRE' DA GUARDARE COL BINOCOLO"

SPIRITOSO

"NO BOTTURA MA BRUTTURA"

ERRORI DI VALUTAZIONE

"DI CERTO NON MI ASPETTAVO UN LUOGO CALMO E APPARTATO, MA NEANCHE UN COVO DI UBRIACHI IN LIBERA USCITA"

PERIFERIE ESISTENZIALI

"PORZIONI CHE CI SI ATTENDE DA UN RISTORANTE DEL CENTRO, OSSIA UN PO' SCARSINE"

GOURMET

"NOI MANGIAMO DI TUTTO E DIGERIAMO ANCHE I SASSI, SE PULITI"

RIMANDATELI SULLE MONTAGNE

"IL PERSONALE È VERAMENTE PESSIMO, SOLITI CAFONI BERGAMASCHI"

CHIAROVEGGENZA

"NON POSSO PARLARE DELLA QUALITÀ PERCHÉ NON LE HO VOLUTE ASSAGGIARE MA L'ASPETTO SEMBRAVA QUELLO DI UN AVANZO DEL GIORNO PRIMA"

t r e n d

PRIMA PAGARE, POI MANGIARE (TUTTO IL MESE)

Nasce la flat food: in alcuni ristoranti, con un abbonamento si può tornare più volte. L'obiettivo è fidelizzare il cliente.



Dai villaggi vacanze ai ristoranti: l'all inclusive sbarca nella ristorazione. Da poco tempo, alcuni locali italiani hanno deciso di varare il menù forfettario. Avete presente com'era il mercato di internet negli ultimi anni delle linee telefoniche Isdn? All'epoca, per connettersi si pagavano scatti e tariffe telefoniche a tempo, ogni volta che ci si collegava. Le compagnie idearono gli abbonamenti flat: in poche parole, pagavi una cifra prefissata, e potevi navigare quanto volevi, nei limiti dell'abbonamento. Oggi, lo stesso concetto viene applicato in cucina: sborsi un tot, e puoi venire a pranzare più volte, secondo le regole stabilite dal proprietario. Del resto, anche nei bar, da molti anni, è spesso in voga l'abbonamento al caffè: perché non applicarlo al microcosmo più complesso del ristorante?

Ravenna capofila

Lo scorso gennaio, a Ravenna, ha aperto un posto che si chiama Gabarè, un nome che ricorda i vassoietti delle pasticcerie. Su questi vassoietti, trovano posto le 'Mnèstre', ossia i primi piatti fatti in casa, specialità del locale: cappelletti romagnoli, tortelli, strozzapreti e altro. La novità? E' possibile sganciare 140 euro per un 'Abbonamento All Inclusive'. In pratica, con quei soldi hai diritto a 20 pranzi o cene, da onorarsi entro tre mesi dalla sottoscrizione. E non importa quanti siete: se vi portate un amico, semplicemente il gestore conterà due pasti consumati, invece di uno. Carino, no?

Ma **Ciro Adamo**, il padrone, ne ha pensate anche altre. Per esempio, l'offerta dedicata ai single. Con 280 euro, tutti i cuori solitari che non hanno l'anima gemella ad aspettarli a casa con la tavola pronta possono venire per un mese a fare colazione, pranzo e cena. E chi ha famiglia? Discriminati? Niente affatto. Bastano 400 euro, e l'abbonamento sarà valido anche con un partner e con due figli fino ai 14 anni.

Weedoo a Padova

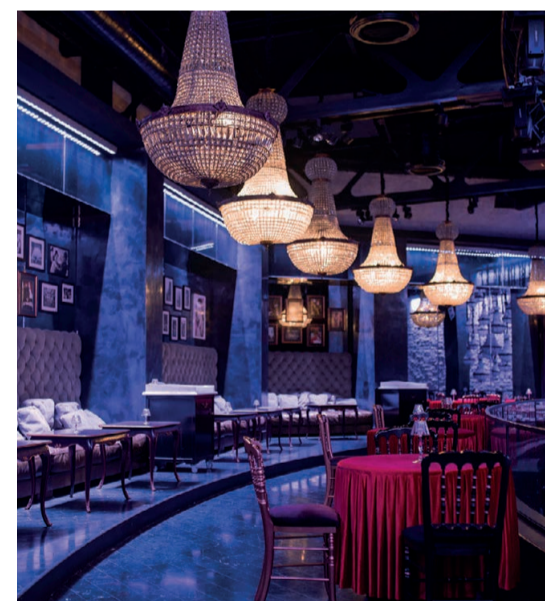
Senza essersi messi d'accordo, tre ristoratori padovani, **Luca Pellizzari**, **Alessandro Trentin** e **Girolamo Rossi**, hanno avuto la stessa idea. A Limena (Padova), il terzetto manda avanti **Weedoo**, un posto che ricorda l'atmosfera dei *diner* americani, con la loro cucina sportiva e i loro hamburger. Però, oltre all'hamburger, il piatto distintivo è costituito dal galletto alla brace e relative variazioni sul tema. E per i divoratori inconsolabili di galletto e patate, Weedoo propone un abbonamento flat food: 149 euro, e per 30 giorni se vuoi cenare sei a posto. Il tutto è espresso con un minuzioso regolamento, tanto per non lasciare nulla d'intentato. Venendo in compagnia, spiegano, "l'abbonamento può essere comunque utilizzato dal cliente, purché lo segnali prima al personale di sala, al momento dell'ordinazione, e poi alla cassa, al momento del pagamento. In tal caso, dal conto complessivo del tavolo verranno detratte le pietanze incluse, se e in quanto effettivamente ordinate, e non oltre le quantità previste nella tariffa". I tre ristoratori sono usciti allo scoperto su *Il Sole 24 Ore*, e così motivano la loro decisione: "Ci ha intrigato l'idea di testare nella ristorazione ciò che da anni sta accadendo in settori della vita quotidiana dei consumatori, come la telefonia, internet, film e serie tv. La tariffa flat food, quindi, punta tutto sulla reiterazione delle visite. Considerando che il ristorante è aperto sette giorni su sette, per 360 giorni all'anno, ci aspettiamo parecchio lavoro extra nei prossimi mesi. Uno sforzo che contiamo essere ripagato dalla partecipazione di persone che sposino il nostro spirito innovativo, tanto nell'offerta food quanto nell'esperienza ristorativa, e che desiderino partecipare con noi a quella che può diventare una piccola rivoluzione del settore".

Parola d'ordine: fidelizzare

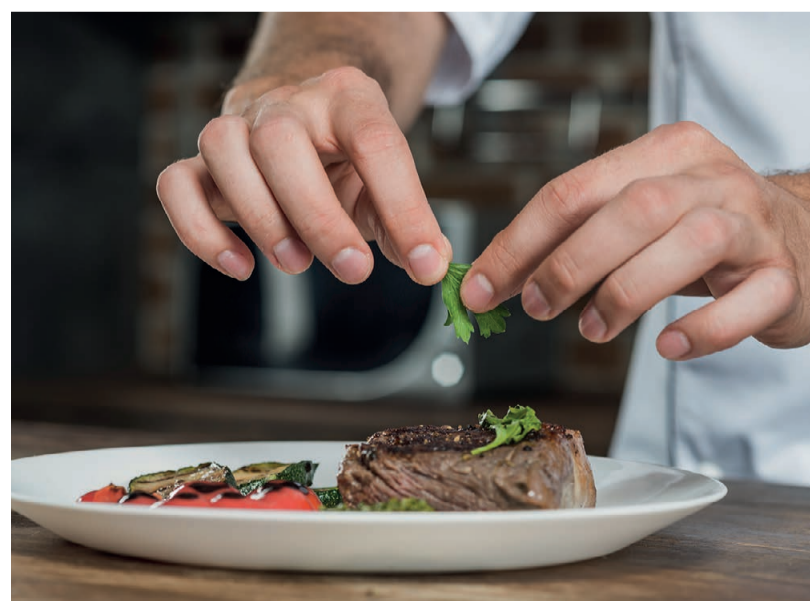
L'accostamento ad analoghe offerte del boom di internet (ma anche ai nuovi



servizi televisivi come Netflix o Amazon Prime Video), dunque, è quello a cui hanno pensato anche loro. Si tratta, è evidente, di qualcosa di diverso dall'all you can eat: non solo perché il costo può coprire più cene, ma perché in ogni singolo pasto non mangi quello che vuoi, ma un numero di piatti prefissato, anche se sempre a scelta del cliente. Lo scopo è quello di farlo tornare. La fidelizzazione nell'economia moderna è tutto. Già l'avevano capito i baristi, coi loro caffè su abbonamento. All'estero, qualcosa di simile – ma non identico – si è visto. Provate a digitare sul web <http://www.mealpal.com/>. Vi si aprirà un sito bianco, azzurro e rosso, con mappe di città americane e ristoranti che consentono di mangiare con 6 dollari a pasto. Si possono sottoscrivere abbonamenti multipli, tipo 10, 12 o 15 pranzi o cene mensili, nei ristoranti aderenti. La differenza sostanziale è che il pasto non viene consumato al ristorante: viene predisposto in contenitori per l'asporto, e si deve andare a ritirarlo personalmente. Altri servizi invece consegnano direttamente a casa un tot di ingredienti a settimana: ma in quel caso, è il cliente a dover cucinare. Sembra che una volta tanto gli italiani siano arrivati primi, ma chissà?



Tommaso Farina





speciale formaggi

LE FORME DEL GUSTO

A CURA DI ELISA TONUSSI

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

BOTALLA Sbirro



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

www.botallaformaggi.com

CASEIFICIO VAL D'AVETO San Ste'



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

www.caseificiovaldaveto.com

PALZOLA Paltufa



Paltufa è un formaggio erborinato e cremoso con l'aggiunta di tartufo nero estivo che nasce dall'esperienza casearia di Palzola, che in tanti anni di storia ha saputo coniugare la tradizione tramandata da una generazione di casari all'altra, con l'innovazione tecnologica dei suoi moderni impianti. Nasce così un prodotto dalla complessità organolettica eccezionale, dove l'inconfondibile sapore e l'aroma intenso del tartufo, che ricordano il fieno e la castagna, si sposano con la cremosità e la delicata erborinatura del formaggio. Paltufa è disponibile nei formati forma intera da 12 Kg circa, mezza forma da 6 Kg circa, quarto di forma da 3 Kg circa, ottavo di forma da 1,5 Kg circa, sedicesimo di forma da 0,8 Kg circa e porzionato in vaschetta 200 grammi.

www.palzola.it

DELIZIOSA Burrata Deliziosa



La burrata è un prodotto tipico della murgia pugliese le cui origini risalgono ai primi del 1900. Delizioso latticino fresco a pasta filata, prodotto con latte vaccino, la sua tipicità è nella lavorazione dove un sottile strato di mozzarella racchiude un morbido cuore di panna e sfilacci di mozzarella, successivamente viene chiusa a mano dai maestri casari che creano una sfera di bontà. Realizzata artigianalmente dal Caseificio Delizia Spa in Puglia, questo prodotto presenta una consistenza deliziosamente cremosa, con un delicato aroma di burro, come vuole la tradizione pugliese. Oggi la burrata Deliziosa viene considerata una vera prelibatezza sempre più richiesta ed esportata in ogni parte del mondo.

www.prodottideliziosa.it

FATTORIE FIANDINO

Erbì



Erbì è una toma semi stagionata della gamma Kinara prodotta con caglio vegetale, senza lattosio e conservanti. Si tratta di un formaggio a pasta morbida di colore paglierino, con occhiatura media e dal sapore delicato e aromatico. Infatti viene arricchito da una selezione speciale di erbe aromatiche italiane: timo, origano, lavanda, cardo e santoreggia. Una seconda cagliata nasconde agli occhi le erbe aromatiche, che si svelano intense e floreali al taglio, regalando al palato freschezza e un sapore unico.

www.fattoriefiandino.it

IGOR

Gran Riserva Leonardi al cucchiaino



Gran Riserva Leonardi al cucchiaino nasce dalla passione e dalla tenacia di tre generazioni e da una profonda conoscenza dell'antica arte casearia, che danno vita a questo gorgonzola dal sapore dolce e ricco di sfumature esclusive. Realizzato con solo latte vaccino intero, proveniente da aziende agricole ubicate nelle province del territorio del Consorzio di tutela del formaggio gorgonzola (98.26%), il Gran Riserva Leonardi è un Gorgonzola Premium, risultato di una lavorazione artigianale e di un'attentissima e raffinata selezione.

www.igorgorgonzola.com

LATTEBUSCHE

Gerla



Il Gerla è un formaggio a pasta cotta, duro e stagionato, con una lavorazione tipica della tradizione casearia bellunese. La sapiente affinatura in magazzini a temperatura controllata per almeno sei mesi conferisce al formaggio un sapore corposo e deciso, con un retrogusto lievemente piccante che ricorda i formaggi di una volta. È facilmente riconoscibile grazie all'etichetta in carta seta dove viene ritratta la tradizionale cesta di vimini, chiamata appunto 'gerla' nel vernacolo locale, usata un tempo dai malgari bellunesi per trasportare il fieno.

www.lattebusche.com

LATTERIA SOCIALE CHIURO

Valtellina casera Dop



Il Valtellina casera Dop è un formaggio che vanta una secolare tradizione casearia. Se stagionato oltre 180 giorni, si arricchisce di aromi e profumi che ricordano la frutta secca mentre la sua pasta diventa dorata, friabile e consistente. E' un prodotto che si presta a lunghe maturazioni, purché il luogo di affinamento sia adatto e lo stagionatore abile nel curare ogni giorno le forme, girandole e spostandole nella 'casera' (cantina) in base all'umidità e alla temperatura. Un tempo il Valtellina casera veniva prodotto nei mesi invernali quando le mandrie, tornate dagli alpeggi, riposavano nelle stalle. Il nome deriva da 'casera', la cantina in cui si conservano i formaggi per la stagionatura.

www.latteriachiuoro.it

ARMONIE ALIMENTARI

“63 Essenze” dei Prati Stabili



Parmigiano reggiano Dop, in forme e porzionato, di caseifici selezionati della Media Val d'Enza, ove il latte conferito viene da bovine alimentate con foraggi di prati stabili. I prati stabili, detti anche polifiti, sono prati lasciati a coltivazione spontanea. Le uniche pratiche agricole a cui sono sottoposti sono lo sfalcio, l'irrigazione e la concimazione organica con il letame. I prati stabili sono legati all'ecologia e alla storia del territorio: nella zona di Bibbiano, culla del parmigiano reggiano, esistono prati stabili che risalgono al XVIII secolo. La relazione tra alimentazione delle bovine, qualità del latte e, di conseguenza, trasformazione casearia è riconosciuta poiché i prodotti si presentano con una maggiore intensità aromatica e peculiari caratteristiche organolettiche rispetto a quelli ordinari.

www.armoniealimentari.it

ARRIGONI BATTISTA

Rossini



Il Rossini di Arrigoni Battista è un formaggio erborinato, prodotto con latte vaccino e affinato per circa due mesi in vinacce di passito di Pantelleria. La lavorazione attribuisce al Rossini un gusto leggermente piccante ma l'affinamento gli conferisce un retrogusto dolce e sentori di albicocche e mandorle, sapori e profumi tipici della Sicilia. La stagionatura è di 70 giorni; la pasta bianca o paglierina è burrosa e fondente e la crosta è leggermente umida e increspata di un tipico colore ramato. È ideale in accompagnamento con miele montano di castagno o con confetture di arance amare e fichi mediterranei. Il Rossini rientra nella linea 'Unici' di Arrigoni Battista, formaggi caratterizzati dall'assoluta unicità, perché frutto della capacità interpretativa dei casari e degli affinatori dell'azienda.

www.arrigoniformaggi.it

BEPPINO OCCELLI

Occelli con frutta e grappa di moscato

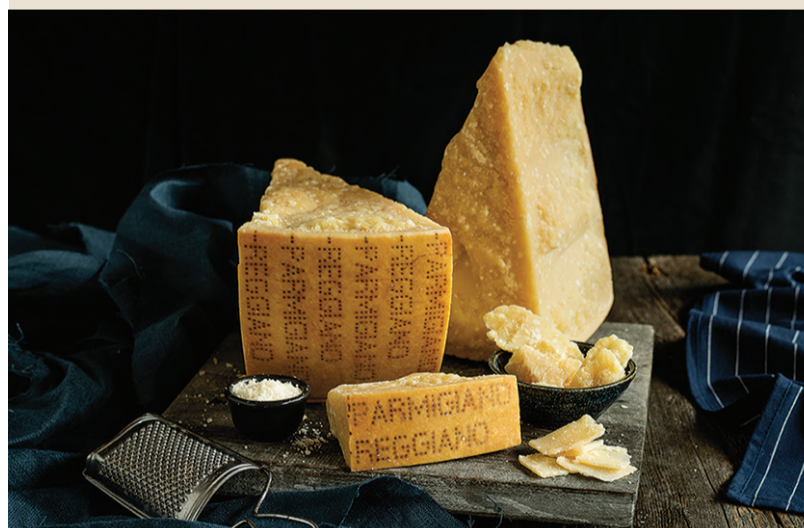


I migliori formaggi di Beppino Occeci nascono da un percorso di evoluzione del gusto e dalla ricerca continua della qualità nelle materie prime, legate profondamente al territorio. La 'via lattea' nasce infatti dalle Langhe, per inoltrarsi nel cuneese fino ai pascoli di Castelmagno e della Valgrana ed infine giungere a Valcasotto. Qui i formaggi stagionati in montagna, grazie alla cura costante dei mastri stagionatori, riposano e maturano a lungo su assi di legno che ne sviluppano il gusto e ne arricchiscono la struttura. La passione di Beppino Occeci per le tradizioni casearie locali, abbinata alla sua grande creatività ha prodotto un'ampia varietà di formaggi. Tra questi spicca l'Occeci con frutta e grappa di moscato un formaggio prodotto con latte di pecora e vacca. Stagiona per un minimo di 12 mesi e viene successivamente affinato con l'aggiunta di frutta e grappa di moscato che ne arricchiscono ulteriormente il quadro organolettico.

www.occelli.it

CONSORZIO DEL PARMIGIANO REGGIANO

Parmigiano Reggiano 40 mesi



Friabile, estremamente solubile e dalla forte personalità, il Parmigiano Reggiano 40 mesi è apprezzato e utilizzato dai cuochi di tutto il mondo come ingrediente per dare un tocco di umami ai piatti. Solo la degustazione in purezza, tuttavia, riesce a trasferire al naso e al palato tutta la complessità e le caratteristiche organolettiche di questo formaggio: dalle note speziate, in particolare noce moscata e pepe, a quelle di frutta secca, fino al brodo di carne. Tutto ciò rende il Parmigiano Reggiano 40 mesi un prodotto dalle caratteristiche inconfondibili e sempre più richiesto sulle tavole dei consumatori. Con il nuovo Progetto Premium '40 mesi', il Consorzio parmigiano reggiano intende promuovere lo sviluppo di un nuovo segmento di mercato a lunga stagionatura, introducendo una specifica selezione di qualità a garanzia del consumatore.

www.parmigiano-reggiano.it



L'AUBERGE DE L'ILL



il caso

VIETATI AI MINORI?

Molti ristoranti tentano di arginare o addirittura escludere i bambini.
Ma il vero problema è educare i genitori.

Bambini al ristorante: una questione spinosa. E moderna. Come stanno i bambini del 2020 al ristorante oggi? Nei posti migliori, sono ospitati con tutti i riguardi. In altri casi, invece, vengono visti come sorgente di fastidio e di guai. Si vanno diffondendo, pochi ma ben individuati, i ristoranti almeno in parte 'child-free', ossia più o meno interdetti ai piccoli ospiti. Anche solo vent'anni fa, una cosa del genere sarebbe stata impensabile, quantomeno in Italia. All'Auberge de l'Ill della famiglia Haeberlin, a Illhaeusern in Alsazia, nel lontano 1989 i bambini non solo erano apprezzati, ma anche coccolati e vezzeggiati, dotati di scatola di pastelli e di carta per colorare. E non si trattava di una bettola, ma di quello che, all'epoca, era considerato il miglior ristorante del mondo, tre stelle Michelin, oggi ridotte a due. In Francia su queste cose hanno da sempre una marcia in più.

Il caso Bagà

E da noi? Ha fatto notizia lo scorso gennaio un pizzaiolo di Villa di Tirano (Sondrio), che ha esposto un eloquente cartello: "I bambini lasciati incustoditi a correre in giro per il locale, che urlano e in piedi su panche e sedie disturbano gli altri clienti. Pertanto ci riserviamo il diritto di prenderli in cucina a lavare i piatti, con tanto di nastro adesivo sulla bocca. I clienti che vengono nel nostro locale hanno il piacere di passare il loro pranzo e cena in assoluta tranquillità senza sottofondi di bambini maleducati che strillano. Se tutto ciò non vi fosse possibile potete venire a Bagà senza bambini, educare i vostri figli, cambiare pizzeria, starvene a casa vostra. Se tutto ciò non dovesse riguardarvi perché bambini non ne avete o se li avete sono educati, vi auguriamo buon appetito".

Bagà, per la cronaca, è il nome della

pizzeria gestita da Gabriele Berbenni, che sul suo cartello ha impersonato il ruolo di un favolistico Uomo Nero. La cosa è rimbalzata sulla stampa, e Berbenni ha dovuto spiegare: non ce l'ha coi bambini, e non vuole cacciarli. Il bersaglio della sua reprimenda sono i genitori che non tengono la prole a freno.

Psicologia e tatto

E che sia un problema di genitori l'ha fatto capire anche Gionatan Caruso, maitre siciliano che ha dato lustro a locali come il Duomo di Ciccio Sultano a Ragusa, e ha anche diretto il servizio e i festeggiamenti del famoso matrimonio tra Fedez e Chiara Ferragni: un professionista di chiara fama. Caruso, a una masterclass sul servizio di sala svoltasi lo scorso novembre a Marsala, ai margini dell'evento WineUp Expo, l'ha rivelato chiaramente: "Le peggiori risse all'interno di un



OSTERIA FRANCESCANA

ristorante avvengono attorno ai bambini: cameriere con pirofila, bambino esuberante, implorazione del cameriere, intervento del papà iperprotettivo e la frittata è fatta. Bisogna usare un po' di psicologia e di tatto".

Altri preferiscono agire alla radice. E' abbastanza noto il caso di Nerio Beghi, patron della pizzeria Sirani di Bagnolo Mella (Brescia), un locale segnalato dal Gambero Rosso, autore di una pizza alta di tipo gourmet che ha mietuto numerosi riconoscimenti, oltre che di un comparto bar e pasticceria di tutto rispetto. Ebbene: nel 2014, venne fuori la notizia che dopo le 21 i bambini sotto i 10 anni erano invitati a lasciare il locale, o a non entrarci proprio. Una decisione ai limiti della legalità, che suscitò vasta eco sui media. Da Sirani risposero: "E' una regola che abbiamo adottato 7 anni fa e i nostri clienti sono felici così, quelli a cui non piace possono andare da qualche

altra parte". Nel 2020, sei anni dopo e dunque 14 dopo la sua introduzione, la piccola regola è ancora in vigore.

Tre stelle a misura di bambino

Per trovare un atteggiamento del tutto opposto, basta guardare nei tre stelle Michelin italiani. E in modo particolare Uliassi, di Senigallia (Ancona). Katia e Mauro Uliassi, arrivati all'olimpico della ristorazione, non hanno iniziato a fare i sussiegosi. Loro i bambini li amano. In estate, quando gli ambitissimi tavoli esterni vengono riempiti da famiglie di buongustai, i loro figli possono giocare sulla spiaggia con secchiello e paletta forniti dagli Uliassi. E qualche anno fa Carla Latini, la signora italiana della pasta che è originaria proprio di quelle parti, magnificava queste attenzioni e rimaneva colpita dai seggioloni di legno dipinti di bianco e dai cuscini blu destinati ai gourmet in erba.

Quello dei seggioloni talvolta è un problema. Alcuni grandi ristoranti ne sono sprovvisti, anche se non c'è dubbio che sappiano ovviare alla mancanza con professionalità. Enoteca Pinchiorri, a Firenze, avverte: "Accogliamo con piacere i bambini. Qualora decideste di portarli con voi, vi chiediamo di prestare la massima attenzione al rispetto degli altri ospiti. Vi informiamo che non disponiamo di seggioloni". Anche Massimo Bottura, nella sua Osteria Francescana di Modena, dice senza remore che i bambini sono graditissimi al suo locale, anche se non possiede un menù apposta: li invita a provare direttamente un piatto da grandi. In fin dei conti, non è detto che un bambino voglia sentirsi costretto a mangiare una pasta al pomodoro in uno dei migliori ristoranti del mondo.

Tommaso Farina



ULIASSI



z o o m

LA PSICOLOGIA DEL MENÙ

Con alcuni semplici accorgimenti è possibile influenzare l'ordinazione dei clienti.
A tutto vantaggio dei ristoratori.



Tra le tante libertà concesse dal libero arbitrio, c'è anche quella di entrare in un ristorante e scegliere di mangiare quello che vogliamo, a dispetto di ogni suggerimento. Ai ristoratori, tuttavia, è concesso provare a indirizzare la scelta del cliente attraverso la sapiente modulazione del menù. Impossibile? Non secondo gli esperti del 'menù engineering', la scienza che studia come massimizzare i profitti di un ristorante utilizzando come unico strumento proprio il menù.

Il 'menu engineering' non è propriamente una novità. Formulato per la prima volta negli anni '80, negli Stati Uniti, dai professori universitari Michael L. Kasavana e Donald J. Smith, si basa sull'idea che le scelte di un cliente al ristorante possano essere influenzate grazie ad alcuni semplici accorgimenti. Negli anni, l'efficacia del metodo ha spinto altri studiosi ad approfondire queste tematiche di marketing e psicologia legate alla ristorazione, che oggi stanno riscuotendo un discreto successo anche nel Bel Paese. Un recente articolo pubblicato da *Business Insider* evidenzia sette dei 'trucchetti' di menu engineering più usati dai ristoratori per influenzare le ordinazioni.

Il primo - tratto dal libro di Charles Spence: *Gastrophysics: the new science of eating* - ha a che fare con la scelta del carattere

(o font, che dir si voglia): i piatti descritti in corsivo restituiscono una percezione di qualità, quelli con un font più arrotondato vengono associati a gusti più dolci, mentre i caratteri più spigolosi suggeriscono esperienze salate o aspre. Secondo 'trucchetto' lo storytelling di un piatto: "È stato dimostrato che una buona descrizione dei piatti incrementa le vendite del 27%", sottolinea l'articolo. In breve: tagliata di Angus argentina con patate al rosmarino suonerebbe meglio di bistecca e patatine. D'altro canto, eccedere nella descrizione può essere controproducente, visto che rischia di confondere il cliente. Resta il fatto che, secondo i principi del 'menu engineering', alla descrizione più lunga corrispondono di solito le pietanze più costose. Terzo suggerimento: indicare nella descrizione la provenienza degli alimenti. Secondo gli esperti, aumenta la possibilità di scelta del piatto, che viene percepito come di qualità superiore. Spazio anche ai colori: secondo il quarto suggerimento - che arriva dal restaurant consultant Aaron Allen - il verde dà l'idea di cibo fresco, l'arancione stimola l'appetito e il rosso attira l'attenzione.

Si passa poi al complesso tema di scegliere il posizionamento dei piatti nel menù. In questo caso (consiglio numero cinque), mettere il piatto più costoso al primo posto pare che faccia sembrare gli altri più

economici. Andando più nel dettaglio su questo punto, alcuni esperti ritengono che la sapiente disposizione dei prezzi, studiata in modo da evitare che compaiano incolonnati l'uno sotto l'altro (dove il paragone sarebbe più immediato e le differenze più evidenti) sia di grande importanza. Allo stesso modo, utilizzare grassetto e corsivo aiuterebbe a creare 'punti di ancoraggio visivo' per il cliente.

Si arriva così al sesto punto della lista, denominato 'triangolo della forza'. In poche parole, nel leggere la carta lo sguardo del cliente si concentra dalla metà del menù all'angolo in alto a destra fino a quello in alto a sinistra. Non tutti i menù hanno però la stessa forma o dimensione. Ecco alcuni esempi: nel caso di un menù da una sola pagina, il punto focale si troverà esattamente al centro del foglio. Se si tratta di un menù a libro, l'attenzione del cliente si concentrerà nella parte superiore della pagina di destra. Se è a triplo foglio, invece, il punto focale sarà al centro delle tre pagine.

Settimo e ultimo consiglio, una verità che troppo spesso alcuni ristoratori dimenticano: 'less is more'. Presentare troppi piatti confonde. Secondo gli esperti, l'ideale sarebbe da 5 a 7 per categoria.

Federica Bartesaghi



ARMONIE®



UN SEGRETO
CUSTODITO IN
63 FILI
D'ERBA





**BERNARDINI GASTONE
BLACK ANGUS AFFUMICATO**

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

www.bernardinigastone.it

**GIÒ PORRO
BRESAOLA WAGYU**

Introducendo il 'Metodo zero' nella produzione di bresaole, Giò Porro crea un nuovo mercato che sarà strategico per i prossimi anni, sia in Italia sia all'estero. E' il settore delle bresaole premium di altissima qualità, solo dalle migliori carni fresche, senza conservanti, senza nitriti e nitrati, a lunga stagionatura e affinamento (da 4 a 12 mesi). Rispetto alla produzione industriale, il metodo esclusivo Giò Porro si differenzia anche per la presenza di alcune fasi in più: la salatura manuale del singolo pezzo, il riposo post salatura, il riposo post insacco, la lunga stagionatura e l'affinamento. Realizzata con sola punta d'anca di bovini di pregiata razza Wagyu, questa bresaola è lavorata esclusivamente fresca: rappresenta la massima espressione in termini di esperienza olfattiva e gustativa.

www.gioporro.com



**SALUMIFICIO VAL RENDENA
CARNE SALADA QUALITÀ TRENTO**

Piacevole novità per la preparazione di gustosi piatti di carpaccio, la Carne Salada marchio 'Qualità Trentino' del Salumificio Val Rendena è prodotta ai piedi del gruppo Adamello - Presanella e delle Dolomiti di Brenta. L'antico metodo trentino di conservare le carni di bovino nel sale durante la stagione fredda sta all'origine del nome 'carne salada'. Per il primo periodo le magrissime fese fresche di bovino italiano si salano a secco con una miscela di sale, spezie ed erbe di montagna. In seguito riposano in salamoia per altri quindici giorni. Elevata e costante qualità delle carni selezionate, massima cura nella salagione e nella lavorazione. Queste attenzioni si ritrovano nel sapore rotondo ed amabile del prodotto, nel retrogusto piacevole, nella tenerezza, nel basso tenore di sale.

www.salumificiovalrendena.it

**PROSCIUTTIFICIO PROLONGO
PROSCIUTTO SAN DANIELE DOP**

Il Prosciutto Prolongo nasce da una storia di famiglia che dura da ben tre generazioni. L'azienda, creata nel 1957 del fondatore Giovanni Prolongo, è oggi in mano ai nipoti Alessio e Arianna che, guidati dall'esperienza del papà Lucio, continuano a produrre negli storici saloni di stagionatura solo pochi prosciutti all'anno, tutti lavorati artigianalmente e invecchiati alle brezze di mare e di monte che caratterizzano il territorio. Il Prosciutto Prolongo è un prodotto con un aroma particolare ed intenso. Si presenta dolce e fragrante al primo assaggio, capace di sprigionare un sapore ricercato ed unico al mondo. E' disponibile intero con osso (kg. 11-12), intero disossato (kg. 7-8), mezzo (kg. 3-3,5), trancio (kg. 2-2,5).

www.prolongo.it



**CARNI DOCK
PROSCIUTTO CRUDO DI CUNEO DOP**

L'unica Dop della salumeria piemontese creata in modo artigianale nella filiera produttiva più corta d'Italia per un prosciutto a denominazione ed origine protetta. La totalità della lavorazione del prodotto viene fatta artigianalmente, con carne di suino e sale come unici ingredienti. Il peso medio è superiore ai 10 Kg per il crudo Cuneo Dop con osso, ed è 7,5 Kg nella versione disossata. E' un prosciutto stagionato 24 mesi circa, con una stagionatura lenta e naturale che gli permette di rimanere morbido, mantenendo fragranti i suoi profumi ed il suo sapore inconfondibile. Il confezionamento è disponibile in formato addobbo, sottovuoto, legato a mano.

www.carnidock.it

BORTOLOMIOL
IUS NATURAE VALDOBBIADENE PROSECCO
SUPERIORE DOCG

Ius naturae Valdobbiadene Prosecco superiore Docg è l'unica etichetta nella collezione Bortolomiol ad essere biologica. Le uve provengono dai vigneti di proprietà della famiglia, che ha intrapreso la strada del biologico già da diversi anni, prima che diventasse una tendenza di mercato. Nel 2008, infatti, Bortolomiol sceglie di convertire i propri vigneti alla coltivazione biologica, approccio agricolo che vuole preservare l'ambiente naturale del vigneto intraprendendo un processo produttivo teso ad ottimizzare la qualità della produzione nel rispetto dell'ambiente e della salute umana. Dal vigneto biologico sito nel cuore di Valdobbiadene – all'interno del Parco della Filandetta – nasce Ius naturae, naturale conseguenza della filosofia produttiva attenta alle pratiche di viticoltura sostenibile e rispettosa dell'ambiente.

www.bortolomiol.com



LA TORDERA
OTREVAL BRUT 'RIVE DI GUIA' PROSECCO
SUPERIORE DOCG DI VALDOBBIADENE

L'azienda vitivinicola La Tordera da più di un secolo rappresenta un simbolo di qualità. Il forte legame con le proprie tradizioni, la propria storia e il proprio territorio d'appartenenza sono da sempre per la Cantina elementi imprescindibili per la produzione di un Prosecco espressione del terroir. La ricerca di un'agricoltura sostenibile dal punto di vista ambientale, economico e sociale ha portato nel corso degli anni alla produzione di vini equilibrati che incontrano le esigenze anche del consumatore più attento. OTreval Brut 'Rive di Guia' è il primo Prosecco 'zero zuccheri' de La Tordera, prodotto solo con le migliori uve Glera e Verdiso. Il risultato è un vino che non contiene zuccheri alla fine della sua lavorazione, straordinariamente versatile ed adatto ad essere abbinato a piatti di pesce o a tutto pasto.

www.latordera.it



VILLA SANDI
VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG BRUT MILLESIMATO

Tradizione, esperienza e passione si ritrovano nelle fragranti bollicine di questo Valdobbiadene Prosecco superiore Docg brut millesimato di Villa Sandi. Dalle colline dell'area Conegliano - Valdobbiadene, dove la viticoltura è un'arte tramandata nei secoli e tutto è fatto a mano con gesti antichi e senza tempo, un'irripetibile sinergia di vite, terreno e lunga consuetudine permette la produzione di inimitabili bollicine, che conquistano per la loro fresca e delicata cremosità. La vocazione alla produzione di Prosecco, vino simbolo dell'intera area, fa sì che il territorio abbia un valore ed un'attenzione speciali. Ambiente e sostenibilità sono le sfide, ma anche le opportunità con cui oggi si misurano i produttori e che a Villa Sandi si sono tradotte nella certificazione 'Biodiversity Friend'.

www.villasandi.it



BISOL 1542
VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE
DI CARTIZZE DOCG

Bisol 1542 rappresenta una delle più pure interpretazioni del Prosecco superiore nel mondo, grazie all'intimo legame con il territorio, cioè le ripide colline di Valdobbiadene, divenute Patrimonio Unesco a luglio 2019: proprio a questo paesaggio, fin dal 1542, la cultura di Bisol 1542 è intimamente legata. Dal 2014 l'azienda fa parte del Gruppo Lunelli, realtà leader nella produzione di sparkling d'eccellenza. Dalla collina simbolo del territorio, nasce la più alta espressione di questo vino: il Cartizze, perfetto connubio tra ambiente, storia e lavoro dell'uomo. I nostri vigneti si snodano su una cresta irta, al centro di un'area equidistante tra Venezia e Cortina, dal suolo roccioso e friabile, che dona all'uva una spiccata acidità, bilanciata dagli zuccheri naturali della Glera, esaltati dalla rigorosa raccolta a mano. Giallo brillante, dal perlage vivace e sottile, il Cartizze Bisol 1542 presenta profumi eleganti di fiori di prato e pesca bianca. Al sorso è sapido, pieno, equilibrato. Perfetto con leziosi biscotti e sorrisi tra amici.

www.bisol.it



VAL D'OCA
VALDOBBIADENE
PROSECCO SUPERIORE DOCG RIVE - BRUT

Questo Prosecco superiore brut viene prodotto esclusivamente dalle uve vendemmiate a mano nei vigneti sulle ripide colline di San Pietro di Barbozza, una piccola frazione di Valdobbiadene, nel cuore della Denominazione. Il risultato è uno spumante elegante, armonioso, dal perlage finissimo. Al naso sono nette le note fruttate, che si sposano con i sentori floreali tipici del Prosecco. Il gusto è delicato, asciutto ma armonico sin dal primo assaggio, il che rende questo brut adatto alle occasioni speciali in famiglia e con gli amici. Perfetto anche da abbinare a primi piatti a base di pesce come un risotto con i gamberi, oppure con una frittata con erbe spontanee. Cantina Produttori Valdobbiadene - Val D'Oca, nata nel 1952, oggi è formata da 600 soci viticoltori e 1.000 ettari di vigne che si estendono nelle tre Denominazioni: Conegliano Valdobbiadene Docg, Asolo Prosecco Docg e Prosecco Doc.

www.valdoca.com





**DOMENIS1898
LA120, GRAPPA RISERVA**

Questa grappa, creata appositamente per i 120 anni di attività di Domenis1898, è realizzata da fresche e selezionate vinacce con metodo goccia a goccia, distillazione lenta e attenzione maniacale al recupero di tutti gli aromi della preziosa materia prima. Per esaltarne le fragranze, si procede con un invecchiamento di almeno di 18 mesi in pregiate botti di rovere antico immerse in ambiente buio, silenzioso e ovattato. Infine, il distillato è affinato 12 mesi in serbatoi in acciaio inox. Il risultato è una grappa di 41,20 gradi alcolici, che coniuga una grande intensità con un profumo elegante e un gusto morbido, armonico, fine e di notevole persistenza. Il prodotto si presenta in decanter da 70 cl con un'etichetta essenziale, che permette di esaltarne il colore ambrato. Frutto di un'attenta selezione tra le grappe gelosamente conservate nelle cantine di Domenis1898, LA120 si presenta come un prodotto di altissima qualità, come dimostrano la Gold Medal ai Women's Wine & Spiritis Awards 2019, la Gran Menzione d'Oro a Spirito di Vite 2018 e il Gold Award di The WineHunter 2018.

www.domenis1898.eu

**MAZZETTI D'ALTAVILLA
7.0 GRAPPA DI RUCHÈ 100% CRU**

La nuova linea delle "puntozero" nasce nel 2016 in occasione dei 170 anni dalla fondazione dell'attività distillatoria di Mazzetti d'Altavilla - Distillatori dal 1846. L'idea è della giovanissima settima generazione della Famiglia Mazzetti - Chiara, Silvia ed Elisa Belvedere Mazzetti - e, nello specifico, la 7.0 punta a valorizzare un vitigno autoctono del Monferrato come il Ruchè (il prodotto è infatti un 100% cru) per diffondere la cultura dell'ambiente e della tradizione vitivinicola del territorio di origine della distilleria anche rivolgendosi ai più giovani. Questa referenza si presenta ambrata, dal profumo floreale e speziato con ricche note di viola mammola e rosa ed un sapore deciso, complesso, armonico, morbido e con una grande persistenza degli aromi. La bottiglia da 70 cl ha formato inconsueto, con sviluppo in larghezza più che in altezza, etichetta in rilievo con toni neri e un arancione che salta all'occhio e una pregiata sigillatura in cera. A certificare la qualità ben nove riconoscimenti ottenuti in soli tre anni dai principali concorsi internazionali dedicati ai distillati: fra questi spicca il World Best Grappa 2018.

www.mazzetti.it



**DISTILLERIE BERTA
GRAPPA SOLOPERGIAN**

L'ultimo progetto di Distillerie Berta è la grappa SoloPerGian, nata per celebrare il ricordo di Gianfranco Berta, cotitolare con Enrico Berta delle distillerie. A lui è dedicato questo raffinatissimo prodotto, che nasce dall'assemblaggio di vinacce di Barbera, Nebbiolo e Moscato distillate con sistema discontinuo e mediante impianto con caldaia in rame a vapore. Il distillato viene invecchiato 10 anni, di cui otto anni in botti di legno da 1200 litri e altri due anni in barili da 100 litri. Un formato particolare e inusuale che concentra i profumi ed esalta gli aromi. Si presenta di colore ambrato, mentre al naso il prodotto è ampio, avvolgente e di grande personalità. Il sapore conferma le sensazioni olfattive e aggiunge note di frutti di bosco, cacao e vaniglia. La gradazione del 43% la rende di grande intensità. SoloPerGian non è solo un prodotto, ma anche una cantina ad esso dedicata ed una fondazione non profit che aiuta artigiani in difficoltà e giovani che vogliono apprendere un mestiere.

www.solopergian.it



**DISTILLERIE
BONOLLO
UMBERTO
GRAPPA OF
AMARONE
BARRIQUE**

Amabile, intensa e vellutata, la Grappa of Amarone Barrique è il risultato della conoscenza e passione che anima i maestri distillatori delle Distillerie Bonollo Umberto di Padova. Rispetto della tradizione e capacità di innovare mantenendo l'autenticità: questi sono i cardini del Sistema Unico di Produzione Bonollo e queste le carte del successo di questa centenaria distilleria, leader indiscusso della grappa d'eccellenza. Questa grappa è il frutto della sapiente distillazione negli alambicchi Bonollo delle vinacce fresche da cui si ottiene il pregiatissimo vino Amarone della Valpolicella. L'invecchiamento in piccole barriques di rovere francese le conferisce toni vanigliati particolarmente delicati e gradevoli che arricchiscono la sua intensa personalità. Il profilo organolettico è in generale eccezionalmente ricco e vivace, nonché morbido e di sorprendente equilibrio. La gradazione è del 42%. La Grappa of Amarone Barrique è l'etichetta migliore della categoria Grappa nella classifica Top 100 Spirits 2018 stilata da Wine Enthusiast. Con un punteggio di 94/100, ha dominato la categoria: per le sue inimitabili caratteristiche non ha termini di paragone ed è ritenuta dagli esperti un vero punto di riferimento qualitativo.

www.bonollo.it

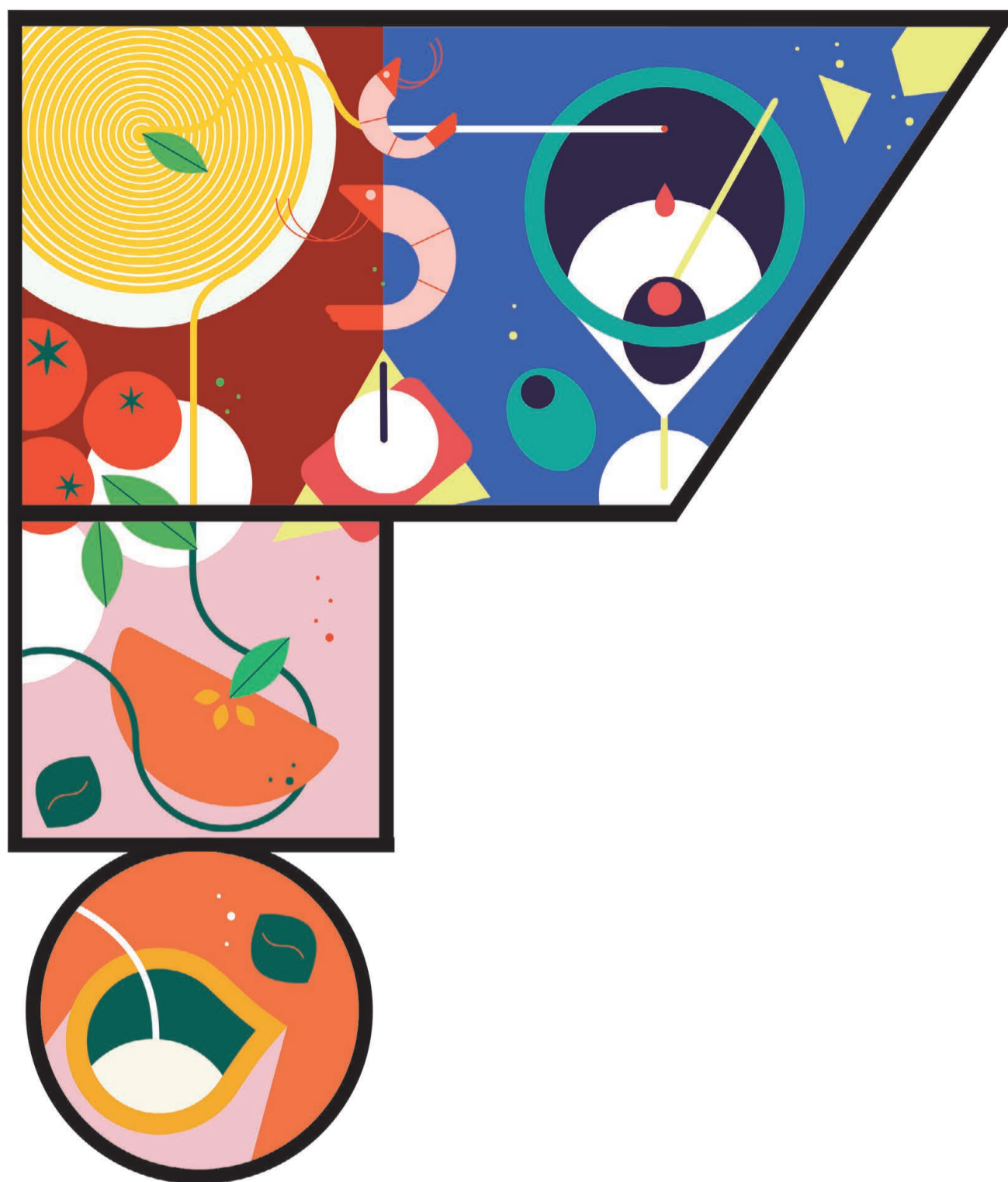
**NONINO
GRAPPA
RISERVA 8
YEARS**



La grappa riserva 8 years in barriques e piccole botti di Nonino è un meditato blend di Grappe Monovitigno Merlot, Chardonnay, Malvasia e Verduzzo distillate con metodo 100% artigianale in alambicco discontinuo a vapore in rame e invecchiate otto anni in barriques di quercia Nevers e Grésigne e in piccole botti di Rovere Nevers, Limousin, Grésigne, ex Sherry e in Acacia, Ciliegio selvatico, Frassino e Pero. All'esame visivo si presenta ambrata, sebbene priva di coloranti, mentre avvicinandola al naso si viene gradevolmente stuzzicati da aromi di albicocca, prugna, ciliegia, spezie, canditi, uva passa e cioccolato. Il sapore è elegante e vellutato, fa ritrovare gli aromi olfattivi aggiungendovi note di pasticceria e marzapane che resistono con armonia e grande persistenza. Il suo gusto e i suoi 43 gradi le permettono di essere un abbinamento perfetto a foie gras, dolci o a un fine pasto con un buon sigaro cubano. La produzione di questa grappa è limitata e ogni bottiglia, dal caratteristico vetro nero tagliato a mano "alla mola a diamante", è numerata e si presenta in un prezioso cofanetto di legno laccato nero e decorato in color oro.

www.grappanonino.it





FLAVOR

THE PREMIUM HO.RE.CA. TRADE EVENT

BREAK & BREAKFAST / LUNCH & DINNER / APPETIZER & AFTER

FIRENZE FORTEZZA DA BASSO 4-6 OCTOBER 2020

WWW.FLAVORFIRENZE.COM

A PROJECT BY



PITTI IMMAGINE





**AL WORLD CHEESE AWARDS
DUE MEDAGLIE D'ORO
AI GORGONZOLA IGOR.**
QUALITÀ E TRADIZIONE VALGONO ORO.

GORGONZOLA
Gran Riserva
LEONARDI
IGOR



QUATTROROSE

260 esperti da tutto il Mondo, dopo aver valutato 3.804 formaggi provenienti da 42 Paesi, hanno conferito la medaglia Gold al Gorgonzola dolce **GRAN RISERVA LEONARDI** al cucchiaino, con 90 giorni di stagionatura, e al Gorgonzola dolce **SANTI QUATTROROSE**, certificato benessere animale in allevamento. Un grande risultato ottenuto grazie alla lavorazione artigianale e all'attentissima e raffinata selezione delle materie prime che premia Igor e la famiglia Leonardi per la passione e dedizione che mette ogni giorno nel proprio lavoro. Da 3 generazioni.

