



• **LUXURY** •
FOOD & BEVERAGE
Magazine



Raspini: salumieri per vocazione

L'azienda piemontese, fondata nel 1946, racconta la gestione dell'emergenza e i tanti progetti in corso. Tra prodotti gourmet e collaborazioni con chef di prestigio.

GUIDA CHEF
SPECIALE
BURRO

STELLATI A CONFRONTO
VOGLIA
DI NORMALITÀ

HÔTELLERIE
LA RINASCITA
DEL LARIO

Edizione: Edizioni Turbosi srl - Palazzo di Vetro - Corso della Resistenza, 23 - 20121 Meda (MB) - Tel. +39 0362 600463/4/5 - Fax +39 0362 600463/4/5 - Pagine: 48 - Registrazione al Tribunale di Milano n° 203 del 11 settembre 2019 - Periodico mensile - Poste Italiane S.p.A. - Spedizionate Abbonamento Postale D.L. 353/2003 Conv. in L. 46/2004 Art. 1 - Comma 1 - L. 01/MI - Stampa: Altiprint - Busto Arsizio (VA) - Una copia 1,00 euro - In caso di mancato recapito avvertire al C.A.P. di Milano Borsari per la sostituzione dell'indirizzo postale. www.luxuryfoodandbeverage.com



e d i t o r i a l e

MAI RITIRARSI. MAI ARRENDERSI

Il giugno appena trascorso, per la ristorazione, ha rappresentato il mese zero. Il mese della ripartenza, della rinascita, della convalescenza da una chiusura coatta che avrebbe fiaccato la resistenza psicologica di chiunque. La gente ha paura? Diserta i ristoranti?

Ci fa capire molte cose una piccola storia. All'Antico Vinaio: dice niente questo nome? A Firenze, è una piccola istituzione. E' il posticino in cui Tommaso Mazzanti, tutti i giorni, a fiorentini e turisti propone l'iconica schiacciata alla fiorentina: una focaccia più croccante, farcita come un sandwich, e in maniera non proprio quaresimale. Da tempo Mazzanti aveva progettato di sbarcare a Milano, forte di un successo ormai mondiale, conseguito in una trentina d'anni d'attività. Bene: l'Antico Vinaio versione milanese, in via Lupetta, ha aperto proprio il 15 giugno, subito dopo la catastrofe-virus. E la gente ha avuto paura? Tutt'altro: fin dalle 11 del mattino, orario dell'apertura, si è formata una lunga coda, ma proprio lunga, di persone che volevano agguantare la Favolosa (ripiena di finocchiona, carciofi, melanzane e crema di pecorino), la Boss (crudo, pecorino e tartufo) e tutte le altre schiacciate fiorentine di un repertorio ormai consolidato. E che necessitava di approdare nella città milanese, quella dove ogni tendenza trova la sua consacrazione. Un dato quantomai significativo, crediamo.

Noi qui su Luxury l'avevamo detto fin dall'inizio: guai a farsi prendere dallo sconforto, dall'inazione, dalla depressione. Certe brutte crisi non possono durare per sempre. Quando si è fermi, si deve fare solo una cosa: darsi il tempo di riflettere per ricostruire. Come dopo il terremoto del Friuli del 1976, quando molte aziende riuscirono a tornare in produzione, a volte con macchinari presi in prestito.

La tavola rotonda organizzata da Luxury lo scorso 16 giugno, era intitolata "Pronti, partenza, via!". I ristoratori intervenuti fanno parte del gotha dei nomi più belli d'Italia, e tutti erano d'accordo: si doveva ripartire, se no tanto valeva chiudere per sempre. Ai corvacci di sventura, quelli che dicevano che nessuno sarebbe mai più uscito a cena, hanno risposto con l'ottimismo. E hanno avuto ragione: tanti e tanti clienti, al sedersi di nuovo ai loro tavoli, hanno espresso in modo palpabile la felicità e addirittura l'entusiasmo di concedersi un pranzo d'eccezione, con grandi professionisti a prendersi cura di loro. Dopo mesi di vero e proprio confino casalingo, avremo imparato pure a fare il pane, ma non nascondiamoci: tutti avevamo voglia di tornare a mangiare fuori. E con noi, molta altra gente. Quindi, è il caso di dare a tutte queste persone, rimaste senza ristoranti per troppo tempo, quello che vogliono. Ci sono ristoratori che rispettano i protocolli al millimetro, prendendo la temperatura dei commensali e segnando il loro nome e il loro numero. Alcuni hanno anche dovuto diminuire i coperti di tavoli quasi accatastati uno sull'altro. Molti altri, quelli del cosiddetto fine dining, questo problema non ce l'hanno avuto, avendo tavole ben distanziate l'una dall'altra anche prima della tragedia. Certo: quasi tutti lavorano meno. Ma insomma lavorano. Mai ritirarsi, mai arrendersi.

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.6/7 2020 Periodico mensile - Registrazione al Trib. di Milano n° 203 dell'11 settembre 2019
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158 del 21 aprile 2005

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

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

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

Pubblicazioni Edizioni Turbo

Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, DS DolciSalati & Consumi, Vini & Consumi, Bio & Consumi, Bio & Consumi Green Lifestyle, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage, b2B beautyToBusiness, MC Media Contents, Odeon Magazine, Gamestore Magazine, HiTech Magazine, TGTuttogiocattoli, www.alimentando.info, www.hitechweb.info, www.technospia.it.

Chiuso in redazione il 23 giugno 2020

ALIMENTANDO
IL QUOTIDIANO DEL SETTORE ALIMENTARE
www.alimentando.info

TESPI
mediagroup
www.tespi.net

IL VALORE DEL TEMPO #1

Con il prolungarsi della stagionatura Lunatico cambia, proprio come la luna durante le sue fasi.

Delicatamente profumato a pochi giorni dalla produzione, dopo un lungo riposo su assi di abete, il formaggio si presenta più gessoso verso il centro della forma e più morbido vicino alla crosta, arricchendosi di sapori via via più intensi e persistenti.

**I formaggi Botalla sono così,
il giusto tempo per produrli,
il giusto tempo per gustarli.**



m e n u

COVER

RASPINI: SALUMIERI
PER VOCAZIONE



DA SINISTRA: RAFFAELLA RASPINI,
MADDALENA RASPINI, UMBERTO RASPINI,
ALBERTO VIOTTI, TIZIANA RASPINI

10-11

TREND

LA BRESAOLA
TRICOLORE DI CASA
MOTTOLINI



12

IL CASO

TASSA
CHE TI PASSA

14

GUIDA CHEF

SPECIALE
BURRO



16-17

STELLATI A CONFRONTO

VOGLIA
DI NORMALITÀ



DA IN ALTO, A SINISTRA: ANDREA BERTON,
ENRICO CERA, GIANCARLO MORELLI,
ANTONIO SANTINI, CICCIO SULTANO

18-22

ZOOM

FENOMENOLOGIA DEL
RECENSORE
A TEMPO PERSO

24

LO STUPIDARIO

TRIPADVISOR
E I NUOVI MOSTRI...

26-27

HÔTELLERIE

LA RINASCITA
DEL LARIO

28-29

SOCIAL

FOLLOWER, LA CARICA
DEI DUE MILIONI

30-31

FACE TO FACE

CARUSO: UN MAÎTRE
TRA LE STELLE

32

GUIDA CHEF

SPECIALE
SUINO BRADO
E SEMI-BRADO



33-37



IN BUONE MANI.



Da oggi disponibile anche al pistacchio.
www.mortadellafavola.it

L'ORIGINALE
Favola[®]
Gran Riserva



IYO AALTO RIPARTE CON TAKESHI IWAI. E UN NUOVO BRAND



TAKESHI IWAI

Iyo Aalto, l'ultima insegna nata a novembre 2019 in casa Iyo, riapre con la cucina di Takeshi Iwai. E con un nuovo brand: non più Iyo Aalto, bensì Aalto part of Iyo "per evitare fraintendimenti con Iyo, dal momento che Aalto è dotato di una propria personalità, ben precisa", spiega l'imprenditore Claudio Liu, titolare del ristorante, al Gambero Rosso. Aalto ha riaperto giovedì 18 giugno con l'arrivo di Takeshi Iwai, prima a capo della cucina del farm restaurant gourmet Ada e Augusto, presso la Cascina Guzzafame, alle porte di Milano. Inizialmente pensato per attirare la clientela internazionale, con la riapertura, Aalto deve già reinventarsi e ora punta ad abbattere i confini geografici: con materie prime di qualità Iwai proporrà accostamenti inediti, che vedranno fondersi cucina italiana e giapponese, con incursioni in Nord Europa. Sono disponibili due menu degustazione da 8 e 5 portate e un menu alla carta con quattro proposte per tipologia, che variano in base alla disponibilità e alla stagionalità dei prodotti. Rimane, invece, il banco omakase affidato al master Masako Suzuki.

WINEMONITOR: CORONAVIRUS E BREXIT INFLUENZANO IL CONSUMO DI VINO ITALIANO NEL REGNO UNITO



Nei mesi del lockdown, 3 consumatori inglesi su 10 dichiarano di aver consumato meno vino italiano rispetto al periodo pre-quarantena, contro un 53% che non ha modificato le proprie preferenze di acquisto. È quanto emerge da un'indagine condotta da Wine Monitor, l'Osservatorio di Nomisma dedicato al mercato vinicolo, su 1.000 consumatori di vino in Gran Bretagna. Tra le principali ragioni della riduzione nei consumi c'è, secondo la ricerca, la chiusura di ristoranti e pub/wine bar. Il fuori casa incide infatti per il 45% del valore totale dei consumi alimentari in Gran Bretagna (in Italia è il 35%). Le altre motivazioni sono l'incremento dei consumi quotidiani e non più occasionali; la riduzione della frequenza di acquisto nei negozi e in Gdo; e i vincoli di bilancio familiare sempre più stringenti. Non troppo incoraggianti anche le prospettive per il post-lockdown, con il 17% dei consumatori che pensa di spendere meno per il vino una volta che riapriranno pub e ristoranti e il 28% che pensa di consumare meno vino perché uscirà di casa con meno frequenza rispetto a quanto faceva prima dell'epidemia. A incidere sulle prospettive per il nostro export vinicolo anche lo spettro del 'no deal'. Dal 1° febbraio scorso in Paese è infatti uno 'Stato terzo' rispetto all'Ue, con la previsione di un regime transitorio fino al 31 dicembre 2020.

DAL 16 GIUGNO, RIAPRE IL RISTORANTE CASTELLO DI FIGHINE (SIENA)



Dopo aver predisposto le adeguate misure anti-Covid, ha riaperto, a partire dal 16 giugno, il Ristorante Castello di Fighine arroccato nell'omonima località in collina nel senese. Nel cuore della campagna toscana, la proposta gastronomica del ristorante vanta una stella Michelin ed è curata da Heinz Beck. In occasione della riapertura, Beck, insieme al resident chef Antonio Romano, ha presentato il menu estivo, che include tanto proposte di terra che di mare con piatti, come si legge in una nota riportata da Ansa, "che rendono omaggio all'estate anche in chiave vegetariana: dall'interpretazione del classico pinzimonio, fino all'entrecote di chianina frollata, passando dalle capesante con carciofi e tartufo nero estivo e da un risotto alle rose con coniglio e caffè".



flash

WORLD'S 50 BEST RESTAURANTS: TOUR GASTRONOMICI ALL'ASTA PER AIUTARE I LOCALI COLPITI DALLA CRISI

Oltre cento esperienze gastronomiche sono state messe all'asta per sostenere i ristoranti di tutto il mondo colpiti dalla crisi: è quanto proposto, dal 3 al 12 luglio, dalla World's 50 Best Restaurants, classifica annuale dei cinquanta migliori locali al mondo, basata su un sondaggio della rivista The Restaurant, che coinvolge chef, ristoratori e critici internazionali. L'asta online prevede tour di degustazione in compagnia dei migliori chef al mondo. La selezione dei lotti sarà disponibile per la visualizzazione sul sito web 50BestForRecovery.com da lunedì 29 giugno. L'iniziativa, realizzata con S. Pellegrino e Acqua Panna, rientra nel progetto '50 Best for Recovery' con la finalità di "creare e aggregare risorse utili per le aziende della ristorazione che riemergono dalla pandemia e sono alla ricerca di soluzioni percorribili".



IL GUSTO PIÙ ALTO SUL LIVELLO DEL MARE

Le specialità di Gastone



BERNARDINI GASTONE
CENAIA CRESPINA (PISA)
TEL. 050 644100
WWW.BERNARDINIGASTONE.IT

LA GUIDA MICHELIN PRESENTA IL BAROMETRO DELLE RIAPERTURE PER GLI STELLATI

Un barometro per tracciare la riapertura degli stellati Michelin nel mondo. È questo lo strumento messo a punto dalla prestigiosa guida gastronomica per fornire, in tempo reale, una panoramica globale delle riaperture dei ristoranti stellati nei 35 Paesi in cui è presente. "Creando questo barometro, vogliamo prendere il polso della gastronomia globale al fine di informare e sensibilizzare il nostro ecosistema", commenta Gwen-dal Poullennec, direttore internazionale delle guide Michelin. "Speriamo che queste informazioni possano portare alla luce un settore che si irradia economicamente ben oltre le porte dei ristoranti". Al 25 maggio, il 27% dei 3mila ristoranti stellati nel mondo era tornato operativo.





**HOTEL HERMITAGE
(ISOLA D'ELBA):
NECESSARI TAGLI
AL PERSONALE MA
RIPARTENZA ENTRO
FINE GIUGNO**



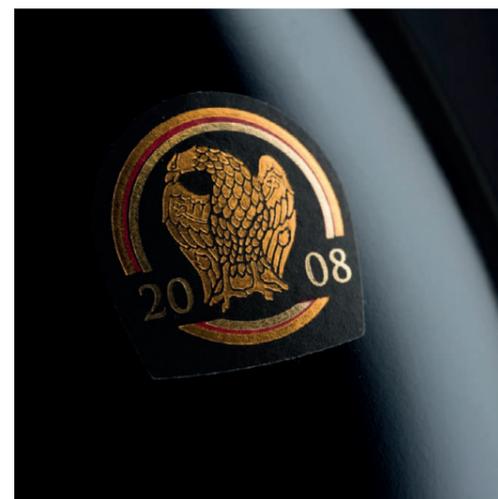
L'emergenza sanitaria da Covid-19 ha messo in ginocchio anche l'albergatore elbano Massimo De Ferrari. Proprietario di tre strutture – Hotel Hermitage, Hotel Biodola e Hotel del Golfo, rispettivamente cinque e quattro stelle –, si è visto costretto a rivedere le proprie spese applicando drastici tagli al personale. “Avevamo le lacrime agli occhi quando il 22 marzo abbiamo dovuto chiudere, licenziando i 150 dipendenti che avevamo già assunto, in vista dell'apertura di Pasqua”, spiega l'albergatore in un'intervista a Italia Oggi. De Ferrari riaprirà i suoi hotel entro la fine di giugno, ma sarà una scommessa: “Speriamo di lavorare fino a ottobre, anche solo con il 30% della clientela”.

**AIMO E NADIA: DI
NUOVO APERTI I TRE
RISTORANTI GOURMET**



Aimo e Nadia, realtà di riferimento della cultura gastronomica italiana, ha riaperto le porte dei propri ristoranti agli amanti dell'alta cucina. Alessandro Negrini e Fabio Pisani, chef e imprenditori del Gruppo assieme a Stefania Moroni, accolgono nuovamente all'interno de Il Luogo di Aimo e Nadia, di Voce Aimo e Nadia e di Aimo e Nadia Bistro, i propri ospiti. A partire da mercoledì 3 giugno, ha riaperto Voce Aimo e Nadia, con un nuovo menu ispirato al '900, per portare in tavola i sapori ispirati alla collezione permanente del Museo delle Gallerie d'Italia. Inoltre, grazie alla partnership siglata con Gusto17, da Voce è possibile gustare un gelato artigianale. Da giovedì 4 giugno, invece, si può tornare a cenare da Aimo e Nadia Bistro. Ad accogliere i clienti, anche il nuovo chef Lorenzo Pesci. La giovane promessa under 30 dell'alta gastronomia italiana, cresciuto nella brigata di Carlo Cracco, ha ripensato e impreziosito il menù con alcune novità. Lo stellato Il Luogo di Aimo e Nadia, invece, ha aperto i battenti giovedì 9 giugno. Tre le differenti esperienze di cui si può godere: la sala centrale, la saletta privata davanti alla cucina o il Theatrum dei Sapori di fronte agli chef al lavoro.

**GIULIO FERRARI
RISERVA DEL
FONDATORE: DEBUTTA
L'ANNATA 2008**



E' stato scelto il 2 giugno per presentare l'annata 2008 del Giulio Ferrari riserva del fondatore. “Vogliamo sottolineare così l'amore per il nostro Paese”, fa sapere l'azienda, “l'orgoglio per le eccellenze che sa esprimere e lo spirito di coesione e rinascita che ci anima”. Il Giulio Ferrari riserva del fondatore è la bollicina italiana più premiata di sempre, un Trentodoc che affina oltre dieci anni sui lieviti acquisendo grande complessità, mantenendo nel contempo equilibrio e freschezza. L'annata 2008 presenta un incredibile caleidoscopio di profumi, in cui è particolarmente suadente la nota fruttata. L'ingresso in bocca stupisce per la ricchezza degli aromi e la delicatezza della bollicina, che avvolge il palato grazie a una freschezza perfettamente integrata.



flash

FEDERALIMENTARE: “TREND NEGATIVO, IL GOVERNO SOSTENGA L’HORECA”

La produzione dell'industria alimentare ha segnato un -8,1% nel mese di aprile rispetto a un anno fa. Un risultato che porta l'andamento tendenziale del primo quadrimestre in negativo (-1,5%) e invertendo così il segno del primo trimestre, rimasto ancora in positivo del +0,8%. “Numeri pesanti e al tempo stesso inevitabili”, commenta Ivano Vacondio, presidente di Federalimentare, “dovuti alla chiusura del canale Horeca che, lo ricordiamo, vale un terzo dei nostri consumi interni e lavora con i prodotti alimentari che hanno maggior valore aggiunto. Mi rendo conto che nel confronto con le perdite di aprile del settore tessile (-80,5%) e dei mezzi di trasporto (-74%), il settore alimentare ha avuto una perdita più contenuta ma non per questo da sottovalutare. Il nostro settore, infatti, fino a qualche mese fa, era tra quelli trainanti del paese, con doti anticicliche rispetto a tutto il panorama industriale”. Prosegue Vacondio: “Un posto che possiamo riconquistare nel 2021, ma per farlo è necessario che l'Horeca torni ai livelli pre Covid. Per questo, c'è bisogno dell'aiuto del governo che deve impegnarsi a tenere in piedi chi non riesce a farlo da solo oltre naturalmente ad attuare politiche adeguate per il settore industriale”.



• MEDAGLIA D'ORO AL WORLD CHEESE AWARDS

• NATURALMENTE PRIVO DI LATTOSIO

• CERTIFICATO BENESSERE ANIMALE IN ALLEVAMENTO



www.igorgorgonzola.com



PERBELLINI SBARCA IN SICILIA

Il 20 giugno, ha inaugurato a Bovo Marina, in provincia di Agrigento, Locanda Perbellini al Mare, pensata sulla falsa riga del bistrot della locanda milanese dello stellato Giancarlo Perbellini. La proposta dello chef veneto per il nuovo locale si ispira alla cucina e alle materie prime locali: dalla nizzarda siciliana alle sarde gratinate, fino al crudo del mediterraneo, passando per il cous cous alla trapanese e la norma. Tra i dolci non manca, naturalmente, la cassata in chiave moderna. La prima settimana di apertura, Perbellini sarà presente sul posto, per poi cedere il comando della cucina a Nicolò Agostini. Mentre direttore di sala sarà Stefano Sganzerla, direttamente da quell'osteria Mondodoro, che è entrata nel circuito del gruppo.



GIANCARLO PERBELLINI



cover story

RASPINI: SALUMIERI PER VOCAZIONE

L'azienda piemontese, fondata nel 1946, racconta la gestione dell'emergenza e i tanti progetti in corso. Tra prodotti gourmet e collaborazioni con chef di prestigio.

Da piccolo laboratorio artigianale locale a conduzione familiare a grande azienda moderna e all'avanguardia, ha conquistato oltre alla fiducia dei consumatori e ad importanti quote di mercato tra i produttori italiani di salumi, anche la fidelizzazione dei tradizionali e moderni canali distributivi.

È questa la storia di Raspini, fondata nel 1946 da Elsa e Ilario Raspini, genitori di Maddalena, presidente onorario, e dell'attuale presidente Umberto, padre della vice presidente Tiziana, in grado di far coesistere tradizione e innovazione, legame con il territorio, sviluppo dei mercati esteri, alta qualità dei propri prodotti e rispetto dell'ambiente, della sostenibilità e delle esigenze nutrizionali dei consumatori.

Raspini è stata inoltre tra le prime aziende ad aver aderito e sottoscritto il Manifesto Ivsi (Istituto valorizzazione salumi italiani) che significa credere fortemente nei sette valori - storia e tradizione, informazione e cultura, qualità e sostenibilità, legame con il territorio, stile di vita italiano, gioco di squadra e orientamento al futuro - al fine di creare una relazione di fiducia tra aziende e consumatori.

Due i siti produttivi in provincia di Torino: Scalenghe, una superficie di 61mila mq di area industriale di cui 33mila mq coperti, e Prosciuttificio Rosa, l'unità produttiva di Isolabella che copre una superficie di 15mila mq. Un terzo stabilimento a Sala Baganza in provincia di Parma fa parte del Gruppo dal 2018: il Prosciuttificio San Giacomo. Il successo di Raspini è dovuto anche a una capillare distribuzione multicanale, che si suddivide tra canale moderno, dettaglio tradizionale e Horca. Le esportazioni, invece, interessano in particolare Svezia, Francia, Germania, Giappone e Usa.

Un ricco catalogo

Tra i prodotti di punta dell'azienda troviamo il Salame Piemonte, che ha ottenuto

la certificazione Igp: carni suine italiane, da allevamenti piemontesi qualificati, e l'impiego nell'impasto di vino rosso Barolo Docg.

Arricchisce il catalogo Raspini la gamma di prodotti Rosa: un'ampia offerta di prosciutti molto conosciuti e apprezzati dalla rete distributiva di fascia alta grazie anche a un'accurata selezione delle migliori cosce suine della filiera nazionale e piemontese. Nel 2018 l'International Taste&Quality Institute, attraverso i giudizi di una giuria di chef stellati di 17 Paesi, ha conferito tre stelle su tre al Rosa Alba, il fiore all'occhiello della marca. La sapienza di Rosa si esprime anche nelle specialità gastronomiche come il roast beef, lo stinco di prosciutto arrosto, prodotti senza conservanti, e i prodotti tipici della tradizione piemontese come la lingua, il girello bollito, il salame cotto, e ancora l'esclusivo Filetto Rosa, carne di suino nazionale aromatizzato con erbe e spezie, premiato dall'Accademia Italiana di Cucina.

Completano l'offerta Raspini i prodotti di alta gamma del Prosciuttificio San Giacomo, specializzato nella produzione di Prosciutti di Parma Dop, stagionati per oltre 18 mesi, dedicati alle migliori salumerie, gastronomie e ristoranti.

Partendo da una materia prima selezionata con stringenti parametri valutativi, il prodotto è valorizzato da un packaging molto distintivo rispetto agli standard del comparto ma che mantiene un legame con la tradizione del territorio.

Qualità certificata

La qualità dei prodotti Raspini è diventata una vera e propria bandiera identificativa del marchio, riconosciuta principalmente dai consumatori e dalle società di auditing che, negli anni, hanno assegnato ai sistemi di gestione dell'azienda piemontese numerose certificazioni.

Il sistema qualità volontario Raspini assicura la tracciabilità totale delle materie

prime, degli ingredienti e degli imballaggi primari in tutte le fasi di trasformazione e confezionamento dei singoli prodotti fino al punto vendita.

Raspini è stata tra le prime aziende a presentare, negli anni '90, i prodotti in atmosfera protettiva, grazie anche ad un nuovo reparto che dal 2008 ospita le linee di affettatura per prodotti in vaschetta all'interno di 'camere bianche'. In questi ambienti, mediante il continuo addestramento degli addetti, l'igiene e la sanificazione sono mantenute a un livello tale da assicurare i massimi standard di salubrità e conservare inalterate nel tempo le caratteristiche organolettiche e sensoriali dei prodotti.

Sul fronte export, nel 2018 l'azienda è stata la prima in Piemonte ad ottenere l'autorizzazione all'esportazione negli Stati Uniti, con il sito di Isolabella. La cer-



LA QUARTA GENERAZIONE RASPINI: CHIARA, ANDREA, LUCA, LEO, ENRICO CON IL PRESIDENTE UMBERTO RASPINI



LA SIG.RA RASPINI (A SINISTRA) IN UN'IMMAGINE STORICA A MARSIGLIA

I NUMERI DI RASPINI

74

anni di attività

Il fatturato 2019 è pari a

106

milioni di euro

Le quantità vendute annualmente ammontano a

14.400

tonnellate

6%

la quota di fatturato ottenuto dalle esportazioni, specialmente in Svezia, Francia, Germania e Giappone

61mila

mq di area industriale presso lo stabilimento di Scalenghe cui si aggiungono i 15mila mq dei Prosciutti Rosa a Isolabella

5mila

mq le dimensioni del nuovo modernissimo reparto affettato creato all'interno dello stabilimento di Scalenghe

900

mq la superficie dell'impianto fotovoltaico presso lo stabilimento di Scalenghe che produce 54mila kwh/anno

900mila

i prosciutti cotti prodotti in un anno

50 milioni

le vaschette confezionate in un anno, presso lo stabilimento di Scalenghe

11

le linee produttive attive all'interno del nuovo reparto affettati nello stabilimento di Scalenghe

300

i dipendenti del Gruppo nelle unità produttive di Scalenghe, Isolabella e Sala Baganza



DA SINISTRA: RAFFAELLA RASPINI, MADDALENA RASPINI, UMBERTO RASPINI, ALBERTO VIOTTI, TIZIANA RASPINI

tificazione è stata poi ottenuta anche dal Prosciuttificio S. Giacomo. Non solo: 20 anni fa Raspini ha anche ottenuto la storica autorizzazione all'export in Giappone.

L'operatività durante la pandemia

Durante la pandemia, la produzione di Raspini non si è mai fermata, grazie ai protocolli di sicurezza delle aziende del comparto agroalimentare italiano, a cui si sono aggiunti già a febbraio l'uso delle mascherine per ogni operatore, il rilevamento delle temperature corporee all'ingresso, la totale sanificazione, comprensiva dell'impianto di condizionamento.

Nei mesi del lockdown la produzione in Raspini non si è mai arrestata, si è gestito il cambiamento delle richieste del mercato, senza stravolgere le produzioni dei rispettivi reparti, ma nessun dipendente è stato messo in cassa integrazione.

L'azienda ha inoltre contribuito con cospicue donazioni al Banco Alimentare per la successiva distribuzione secondo richiesta dei sindaci del territorio. I risultati di vendita sono stati ampiamente soddisfacenti e durante la prima settimana di maggio c'è stato il record aziendale di vendite del prodotto preaffettato.

Crescere nel canale Horeca

Uno degli obiettivi di Raspini nel 2020 era la crescita dell'area Horeca, e ad oggi, con le difficoltà dovute alla pandemia, le motivazioni rimangono forti su questo punto, riconoscendo la grande volontà di ripresa, che avrà bisogno di coraggio negli investimenti e di creatività nel rispondere al cambio di paradigma.

Ed è in questo scenario che l'azienda sta investendo sullo sviluppo di prodotti caratterizzati da un'eccellenza gastronomica distintiva, per rispondere alle nuove esigenze del comparto.

Tra i frutti di questo lavoro c'è anche la collaborazione, dall'autunno 2019, con lo Chef Marcello Trentini diventato Brand Ambassador di Raspini. Con lui è nato il progetto 'Merenda all'italiana' che ha visto nascere già tre ricette creative, e altre seguiranno nei prossimi mesi ma, al centro della collaborazione con lo chef stellato, c'è la realizzazione di un prodotto dall'elevato contenuto innovativo dedicato totalmente al Toast e ai Club Sandwich, ricette tanto amate in Italia e nel mondo, con l'obiettivo di rendere gourmet questi snack.

L'ultima grande notizia nella famiglia Raspini è l'arrivo di un nuovo direttore generale: Edoardo Verneti Prot che, insieme a tutto il management e alla proprietà, crede in una rinnovata comunicazione dei brand Raspini che verrà sviluppata con un forte investimento sul digitale per raccontare il 'Mondo Raspini'.

Federico Robbe



LA BRESAOLA TRICOLORE DI CASA MOTTOLINI



Le referenze made in Italy sono tra i punti di forza dell'azienda valtellinese. In catalogo La Fassona, l'Originaria e Punta d'anca 4IT.

Ormai da quindici anni la famiglia Mottolini ha fatto della selezione della materia prima il suo punto di forza, andando a creare delle piccole nicchie di mercato per specialisti della bresaola. Referenze innovative come La Fassona, l'Originaria e Punta d'anca 4IT, infatti, sono molto più richieste nel canale Horeca, che riparte dopo l'emergenza Coronavirus.

La Fassona

Regina indiscussa di questo progetto di ricerca è sicuramente Bresaola La Fassona, prodotta con carne nazionale di razza Piemontese. La tenerezza, il gusto e il colore sono le caratteristiche della materia prima che si riscoprono nel prodotto finito anche grazie alla lavorazione dei tagli di carne eseguita con la massima cura. Si rispettano le tecniche tradizionali, massaggiando delicatamente il prodotto e utilizzando una delicata ricetta di aromi naturali, creando così un flavour inconfondibile nel prodotto finito. Predominante è il gusto caratteristico della carne, particolarmente povera di grasso. La stagionatura, che si protrae per alcune settimane, garantisce al palato una fetta sempre tenera e delicata. La materia prima utilizzata è ottenuta esclusivamente da capi nazionali di razza Piemontese iscritti nel libro genealogi-



co dedicato Anaborapi. La bresaola, oltre ad essere apprezzata al naturale, può diventare un ingrediente per piatti più sofisticati, lasciando libero sfogo alla creatività culinaria.

100% made in Sondrio

Altra chicca di casa Mottolini è Bresaola l'Originaria. L'idea ha preso vita dal profondo attaccamento familiare al territorio della Valtellina e dalla presa di coscienza di come l'antica tradizione agricola e contadina, tramandata da generazioni, fosse una ricchezza imprescindibile da interpretare in chiave moderna e 'coraggiosa'. Bresaola l'Originaria è prodotta secondo tradizione, solo con carni selezionate di bovini nati, allevati e macellati in provincia di Sondrio. I migliori tagli di carne sono insaporiti con sale delle Alpi, vino rosso di Valtellina ed erbe aromatiche. Bresaola l'Originaria è un prodotto diverso in cui tradizione, territorio e valorizzazione sono i veri ingredienti. La particolare marezzatura dona a questo salume dolcezza all'assaggio, ammorbidendo il gusto peculiare e caratterizzato delle erbe.

L'Originaria è ideale per un ricco tagliere da degustare come antipasto e perfetta per essere apprezzata durante un aperitivo, accompagnata dai vini valtellini.

Punta d'anca 4IT

Ultima con origine Italia è Bresaola Punta d'Anca 4IT realizzata nel rispetto della norma ISO 22005 e sostenuta da FAI Firmato dagli Agricoltori Italiani. Bresaola 4IT è realizzata utilizzando esclusivamente carne 100% italiana con origine certificata e garantita. La lavorazione, eseguita nel rispetto della tradizione, garantisce la realizzazione di un prodotto del territorio, con un'etichetta trasparente che rassicura il consumatore. Sigillano il pack sia il logo FAI che quello di CSQA garanti della dichiarazione d'origine. In questo prodotto si raccolgono le storie delle diverse aziende zootecniche italiane, differenti razze per attitudini altrettanto differenti. Un racconto di un mondo agricolo capace di leggersi in ogni singola fetta di prodotto, narrato da bresaole con colorazioni leggermente differenti, marezzatura più o meno accentuata, pezzature variabili ma un unico comun denominatore: la passione per il nostro paese e per l'arte dalla salumeria italiana.

Federico Robbe



L'eccellenza della Qualità

www.palzola.it



il caso

TASSA CHE TI PASSA

Gli annunci del governo e le fatiche dei ristoratori sul territorio. Con i titolari che, nonostante la chiusura forzata, rischiano di dover pagare imposte salate.

A metà maggio il premier Giuseppe Conte annuncia lo stop alla Tosap (tassa occupazione spazi e aree pubbliche) per bar e ristoranti e alla “prima rata Imu per gli alberghi e gli stabilimenti balneari”.

E però un conto è l’annuncio, altra faccenda è il varo definitivo del decreto rilancio, con tutti i suoi passaggi in parlamento. E con il rischio di vedere diversi passaggi, se non stravolti, sensibilmente cambiati. Il pagamento della Tosap (e di altre tasse a carico dei ristoratori) è appunto uno di questi.

L’articolo 181 del decreto in versione finale prevede infatti l’esonero per gli esercenti solo dal 1° maggio. Una beffa per ristoranti e bar, i cui titolari sono costretti a pagare per i tavolini all’aperto durante i mesi di lockdown: un periodo in cui i locali sono rimasti chiusi a causa dell’emergenza sanitaria, come ormai sanno anche i sassi. Per fortuna alcuni comuni, grandi e piccoli, ci hanno messo una pezza.

La situazione a Milano

Il consiglio comunale di Milano ha deciso lo stop alla Cosap (variante locale della Tosap) dal 1° marzo al prossimo 31 ottobre, andando così oltre quanto previsto dal decreto rilancio. Con un emendamento approvato il 14 maggio, è stato deciso l’azzeramento della tassa di occupazione di suolo pubblico per bar e ristoranti anche per i mesi di lockdown. Una mossa che vale circa 7,5 milioni

di euro, soldi che l’amministrazione comunale recupererà quando gli sarà versata la quota-parte, ancora non calcolata con esattezza, del fondo da 127 milioni di euro stanziato dal Governo per venire incontro agli enti locali che intendono sospendere la tassa per le attività commerciali almeno fino a ottobre.

“Siamo in una situazione in cui bisogna tenere conto delle esigenze dei ristoratori da un lato, e di quelle del Comune di Milano dall’altro”, spiega l’avvocato Giorgio Incantalupo, che sta seguendo la vicenda fin dall’inizio. “Nel primo trimestre, infatti, il Comune ha avuto minori entrate per circa 700 milioni di euro: un dato che mi è stato comunicato da Roberto Tasca, assessore al Bilancio. Comunque mi pare che sulla Tosap le istituzioni abbiano lavorato bene, mettendo a disposizione ampie aree di suolo pubblico a titolo gratuito per i prossimi mesi. Più complicato lo scenario sulla quota variabile della Tari e sull’Imu, dove si attendono delibere specifiche sulle agevolazioni per i titolari di pubblici esercizi”, prosegue l’avvocato. “Più in generale, credo sia necessario lavorare su soluzioni territoriali, in sinergia con il Comune di Milano – sicuramente tra le città più colpite da questo punto di vista – e con Regione Lombardia”.

Se per i cittadini è stato deciso il rinvio dell’Imu a settembre, per i ristoratori milanesi ancora nulla si sa. Un tema

che riguarda tutti i comuni italiani, ma che per ovvie ragioni in Lombardia è particolarmente sentito.

Non va meglio per gli albergatori, esentati dalla “prima rata” 2020. Ma la prima rata, a norma di legge, è pari al 50% di quanto versato nel 2019. Dunque, chi ha aperto l’albergo quest’anno non avrebbe diritto a sconti, nonostante la situazione disastrosa. E a dicembre sarebbe costretto a pagare l’Imu di tutto l’anno. Peggio di così, non si può...

Il modello tedesco

Seppur meno provata dal virus, la Germania ha dovuto chiudere tutto a metà marzo e riaprire in sicurezza a inizio maggio, con tempi diversi da regione a regione. “A livello economico”, racconta a Radio Cusano Campus Maria Pia Gentile, titolare del ristorante ‘Il Pescatore’ di Stoccarda, “abbiamo avuto un finanziamento di 9mila euro a fondo perduto e le tasse sono state posticipate, l’Iva è al 7%. Adesso sono previsti ulteriori 3mila euro a fondo perduto per il settore gastronomico”.

Naturalmente in Germania ci sono precise regole da rispettare: i clienti devono igienizzarsi le mani, i tavoli devono essere distanziati di almeno 1,5 metri e ogni tavolo può essere al massimo da quattro persone, se appartengono allo stesso nucleo familiare. Regole che, con differenze da paese a paese, accompagneranno il settore ancora a lungo.

Federico Robbe

TI ACCONTENTI O MAESTOSA?



Selezione
Privilege

Per te che riconosci la passione, la stessa che metti nel tuo lavoro. Tu, che pretendi la massima qualità, perché è ciò che offri ai tuoi clienti. Per te, abbiamo realizzato Maestosa, mettendoci tutta la cura di cui siamo capaci, senza compromessi. Per superare i limiti del piacere regalando un'esperienza di gusto unica.

Maestosa, il privilegio che ti meriti.

Scopri su www.paganoni.com



Paganoni[®]
Bresaola, naturalmente.

SPECIALE BURRO



È ottimo in preparazioni sia dolci sia salate. Ottenuto dalla parte grassa del latte, vanta tradizioni antichissime. Che, ancora oggi, vengono tramandate di generazione in generazione dalle famiglie di casari. Alcune proposte delle aziende italiane.

BOTALLA

B

www.botallaformaggi.com

I prodotti Botalla nascono da una storia di famiglia: i Bonino, che tramandano la qualità, i sapori e i valori che contano. Con questa passione per la tradizione, dal 1947 la famiglia Bonino porta nel mondo il gusto autentico del Piemonte. Sandro Bonino, infatti, ha rilevato l'azienda nel 1978 e ha continuato a custodire la sapienza dell'antica tradizione casearia piemontese, introducendo però gradualmente la giusta innovazione. Il Burro Botalla, proprio come una volta, è realizzato solo con panne di qualità, ottenute attraverso un processo di scrematura del latte durante la produzione dei formaggi Botalla. Dalla zangola alla panettatrice, ogni panetto di burro viene maneggiato con cura e controllato dai tecnici dell'azienda, che ne assicurano la massima qualità. Viene poi confezionato a mano con la passione e la cura che si riserva alle creazioni più delicate.

IL BURRO BOTALLA

Prodotto ogni giorno con panna fresca di alta qualità, è lavorato e confezionato a mano, in maniera artigianale. Molto versatile, ben si presta ai molteplici usi in cucina. Materia grassa minima: 82%.



BEPPINO OCCELLI

B

www.occelli.it

“Il nostro burro è realizzato con panna dolce di centrifuga scremata da latte rigorosamente italiano e rappresenta il vero punto di partenza di una affascinante vicenda completamente dedicata al buon gusto e al conseguimento della qualità assoluta”, spiega Giuseppe Occelli, titolare dell'azienda piemontese. “La lavorazione in superficie, che rappresenta i simboli della montagna, inoltre, è eseguita a mano, caratteristica che secondo l'opinione dei nostri clienti rende il nostro burro ‘più buono dentro e più bello fuori’. Anche l'incarto è realizzato manualmente”.

BURRO BEPPINO OCCELLI 'CON IL CALCO DELLA MUCCA'

Il Burro Beppino Occelli è fatto con le migliori panne dolci di centrifuga scremate da latte rigorosamente italiano e poi maturate. Il suo sapore delicato di panna, frutto di 50 anni di esperienza, stupisce anche i palati più esigenti in tutto il mondo. Il calco su ogni panetto non è fatto a macchina, ma eseguito a mano con la passione di sempre. Oltre al Burro Beppino Occelli 'con il calco della mucca', il prodotto più venduto, la gamma include anche il Burro Beppino Occelli 'con il calco delle stelle alpine', il blocco Burro Beppino Occelli 3 kg da pasticceria e il Burro Beppino Occelli in mini vaschetta 10 grammi.



FATTORIE FIANDINO IN PIEMONTE

F

www.fattoriefiandino.it

“Il Burro 1889 delle Fattorie Fiandino viene prodotto con panne ottenute per centrifuga da latte 100% piemontese e lasciate riposare 72 ore prima di essere lavorate. E' disponibile in tre versioni: classico, salato e al cucchiaio. Ed è utilizzabile per preparazioni sia dolci sia salate. In ambito professionale viene utilizzato nella versione classica e salata da grandi maestri pasticceri per le loro preparazioni. Per il Burro salato 1889 viene utilizzato sale integrale marino di Trapani delle saline Culcasi”, spiega Egidio Fiandino, titolare. “Il nostro prodotto è distribuito anche nei ristoranti e nelle pasticcerie professionali. Le sue caratteristiche salienti sono l'eccezionale qualità della materia prima e l'assenza di qualsiasi tipo di conservante. Il prodotto più diffuso e apprezzato è il Burro 1889 nella versione classica che ha come target di riferimento la ristorazione, la cucina e l'alta pasticceria”.



BURRO 1889 CLASSICO E SALATO

Burro prodotto con panne ottenute per centrifuga da latte 100% piemontese e lasciate riposare 72 ore prima di trasformarsi in un soffice e avvolgente abbraccio di latte. Materia grassa minima: 82%.

LUIGI GUFFANTI FORMAGGI 1876

L

www.guffantiformaggi.com

“Il nostro è un prodotto di nicchia, che viene distribuito principalmente nei ristoranti e nei negozi specializzati: si tratta di un prodotto di altissima qualità dalla resa molto elevata, è ottimo crudo, ma anche se utilizzato per cucinare”, spiega Giovanni Guffanti Fiori, amministratore. La famiglia Guffanti, dal 1876, seleziona e affina i migliori formaggi della tradizione casearia italiana ed europea. La massima attenzione nella ricerca e nella selezione del prodotto caseario di qualità artigianale e la passione per un accurato affinamento, sono le regole fondamentali che la famiglia Guffanti Fiori tramanda da cinque generazioni.

BURRO LG 100% PANNA DA CENTRIFUGA ALLE ERBE

Dal cuore del Piemonte e dalla centrifuga di latte proveniente esclusivamente dalla regione, un burro delicato e dall'aromatizzazione alle erbe, ottimo per uno spuntino o per essere impiegato in cucina. Realizzato con: crema di latte vaccino, sale marino integrale, dolce di Cervia 1,4% media, erbe in miscuglio (timo, origano, carvi, maggiorana, rosmarino, peperoncino ed erba cipollina) 0,9% media.



BRAZZALE

B

www.brazzale.com

“Per la Brazzale, Mastri Burrai dal 1784 e in attività ininterrotta da almeno otto generazioni, quello del burro è uno dei business principali fin dalle origini. Abbiamo scelto di adottare un modo completamente diverso di pensare alla filiera nel suo complesso, cominciando il percorso dalla selezione e dalla raccolta del latte, e non dalle panne come accade di solito, passando per la costruzione di impianti e linee ad hoc, e arrivando all'estrema cura delle operazioni di centrifugazione ed affioramento, per ottenere le migliori panne da burrificare”, afferma Rita Marchesini, responsabile marketing. “L'obiettivo è stato riportare il burro al centro della

filiera produttiva, curando ogni anello del processo produttivo, e ciò per entrambe le tipologie di burro che realizziamo nella 'Filiera Panna Ecosostenibile', un sistema organizzato che conta su 160 aziende agricole in Moravia (Repubblica Ceca), che comprendono sia fattorie di pianura sia di strutture di montagna: il Burro Superiore Fratelli Brazzale e il Burro delle Alpi Premium. Il burro migliore si può realizzare solo con una propria filiera panna, ideata, garantita e seguita passo dopo passo, ogni giorno, per ottenere il burro migliore. Comprando semplicemente le panne sul mercato non è possibile garantire un prodotto premium”.

BURRO SUPERIORE FRATELLI BRAZZALE ROLL - SALATO

Burro Superiore Fratelli Brazzale dal sapore delicato, fresco e leggermente salato. Ottenuto direttamente da freschissime panne di centrifuga, zangolate entro 24 ore dalla mungitura del latte. Realizzato con materia grassa all'84%, si caratterizza per la struttura omogenea e per essere eccezionalmente cremoso e spalmabile, di colore paglierino chiaro. Si distingue per l'aroma delicato, fresco e leggermente salato. Fa parte della gamma aromatizzati della linea Burro Superiore Fratelli Brazzale, disponibile in panetti da 125 grammi o rollini da 40 grammi, che comprende: Burro classico, Burro salato, Burro affumicato, Burro con erba cipollina o con finocchietto selvatico. Il Burro Superiore Fratelli Brazzale classico è disponibile anche nel panetto da 250 grammi o in formato hotel.



ch e f s t e l l a t i

VOGLIA DI NORMALITÀ

Dalla tavola rotonda organizzata da Luxury con alcuni grandi della ristorazione, emerge un dato: ci spezziamo ma non ci pieghiamo. La gente vuole uscire a cena, non aspettava altro. E loro sono lì ad attenderci.

I Pronti, partenza, via! Dai grandi ristoratori d'Italia, reduci dall'emergenza Covid-19, emerge un messaggio di ottimismo, di voglia di ritornare alla vita. Dei ristoratori e dei clienti. Come alle batterie di un gran premio di Formula Uno, tra gli ultimi giorni di maggio e i primi di giugno la ristorazione italiana si è ritrovata a partire. Anzi, a ripartire. Ricordate? E' ben difficile dimenticarlo: era arrivato il Coronavirus, e giocoforza, per tutelare la salute pubblica, un po' tutta l'Italia si era ritrovata costretta a chiudere e a chiudersi. Erano drammatici, da bollettino di guerra, i primi racconti di chi aveva un ristorante: perdite di fatturato del 70%, casse integrazioni che non arrivavano, dipendenti avven-

tizi da lasciare a casa per non finire a gambe per aria, investimento di risparmi personali per non morire. E poi, i palliativi, i tentativi di avere un minimo di respiro: il delivery, la consegna a casa, che certo poteva coprire solo una minima parte di certi investimenti, ma era meglio di niente.

Ora si è riaperto, si riparte. E Luxury Food&Beverage, lo scorso 16 giugno, ha voluto proprio discutere delle strategie, dei piani e, perché no, anche delle impressioni, delle aspirazioni e dei sentimenti di alcuni grandi e grandissimi della ristorazione italiana. Così, la platea è stata tutta per Andrea Berton, dell'omonimo ristorante milanese; per Enrico 'Chicco' Cerea, che con la sua famiglia manda avanti la corazzata Da Vit-

torio, a Brusaporto (Bergamo); per Giancarlo Morelli, ideatore, maestro di cucina e volto sempre simpatico del Pomiroeu di Seregno (Monza e Brianza), del Bulk e del Morelli a Milano e del Phi Beach in Sardegna; per un nome come quello di Antonio Santini, che è a capo di uno dei sacrari della gastronomia italiana come Dal Pescatore (ma tutti dicono semplicemente 'Il Pescatore' e si capisce lo stesso) di Canneto sull'Oglio (Mantova); per Ciccio Sultano, direttamente dal suo avamposto siciliano del Duomo di Ragusa. Un sesto ospite, il totalizzante Romano Tamani dell'Ambasciata di Quistello, anche lui come Berton già protagonista delle pagine di Luxury alcuni numeri orsono, ha dovuto abbandonare il

meeting per cause di forza maggiore, ma è comunque riuscito a deliziare l'uditorio con le sue battute proverbiali e disincantate sul mondo della ristorazione. Un parterre d'eccezione: una decina di stelle Michelin in sei persone, due delle quali (Cerea e Santini) ne detengono tre in proprio. Parliamo dunque di ristoranti posizionati molto in alto, con una clientela particolare, spesso straniera: in Italia ma anche fuori, la Rossa è ancora una specie di Bibbia, malgrado il farsi avanti dello spontaneismo dei vari Tripadvisor e portali più o meno affidabili. La domanda era anzitutto questa: come hanno gestito i grandi ristoranti d'Italia questa chiusura e la successiva ripartenza?

Tommaso Farina

BERTON: "HO VISTO UN GRANDE ENTUSIASMO"

Andrea Berton, dalla piazza milanese, si è trovato a mettere in pratica alcune idee quasi inedite per far fronte alle difficoltà: "Milano, come ben sapete, è stata una delle città più colpite dal Covid. Eravamo sotto osservazione da parte di tutti, dovevamo stare molto attenti, e anche oggi dobbiamo esserlo. Durante la chiusura, mi sono messo a ragionare coi miei collaboratori per tirare avanti. Così, ho propo-

sto i miei Restaurant Bond". Di che si tratta? "Voucher per un pranzo futuro. Li usano negli Stati Uniti, ho deciso di proporli anch'io, ma con una formula mia: oggi compri per uno, domani mangi in due, e si possono utilizzare fino alla fine dell'anno. Ho pensato fosse una soluzione valida: nessuno, nei primi giorni d'emergenza, sapeva quando avremmo riaperto. I clienti hanno risposto molto bene, dandomi un

segnale di grande fiducia. Delivery? Non è nelle mie corde. Tuttavia, prima di aprire il ristorante ho proposto quattro Box Lunch & Dinner, così li ho chiamati, con quattro delle mie pietanze pronte". Berton poi si è piacevolmente sorpreso dall'atteggiamento dell'altro lato della barricata, i clienti: "Appena abbiamo riaperto il 27 maggio, abbiamo subito riscontrato la voglia di tornare a mangiare fuori,



CEREA: 'EMOZIONE NEL RIVEDERE I CLIENTI'

Molto interessante ascoltare la viva voce di Chicco Cerea, il ristoratore che si è trovato a vivere forse la situazione più drammatica. Essere un tre stelle Michelin nel cuore della Bergamasca, la terra che ha pagato il prezzo più alto in termini umani ed economici a causa del Coronavirus, è una di quelle prove a cui sopravvivere solo se sai fare il tuo mestiere con un'abilità e una pianificazione a prova di bomba. I primi tempi occorreva davvero rimboccarsi le maniche e studiare un piano di salvataggio, come ha spiegato Cerea: "Abbiamo anticipato la chiusura a due giorni prima di quanto imposto dal Governo. Abbiamo iniziato subito col delivery, ma del resto noi, con la nostra



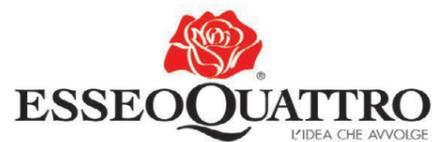
attività di catering ben avviata, il delivery già ce l'avevamo nel dna, Non ha risolto moltissimo, ma a una cosa è valso: a far vedere che eravamo ancora vivi, operativi e al servizio del cliente. Oggi che abbiamo riaperto, molti clienti che avevamo servito con le consegne ci hanno caldamente ringraziato per aver loro garantito una serata speciale anche a casa". Il rapporto coi clienti dunque viene prima di tutto nel lavoro di un ristoratore, e quando uno chef o un patron li vede soddisfatti finisce anche per restare colpito: "Non

nego che il 18 maggio, vedendo l'atmosfera, la gente ai tavoli, la gioia nei loro occhi, mi sono emozionato. Mi mancava, come mancava a tutti noi il nostro lavoro". Da Vittorio, il ristorante dei Cerea, ha la fortuna di avere una terrazza esterna molto grande, che ha consentito di operare alle distanze giuste senza troppi sacrifici dei commensali, anche se Enrico lamenta un calo di pranzi di rappresentanza a mezzogiorno, nonché della clientela straniera 'altospendente'. Ciononostante, da Brusaporto arriva l'invito a tener duro, "anche se questa basterà ce la porteremo dietro per un bel po', specialmente nel settore del banqueting. Ho fatto un piccolo bilancio dei primi tre mesi, me la sono cavata grazie ai primi due, ma ho qualche paura nel guardare i bilanci del secondo trimestre...".



di uscire. Ho visto un grande entusiasmo e una gran voglia di ritornare al ristorante. Chiaramente il lavoro è più ridotto, non siamo ancora alla situazione precedente, ho già messo in preventivo l'impossibilità di fare gli stessi numeri. Oggi lavoriamo al 40%. Dal 25 giugno si aprirà anche il nuovo ristorante sul lago di Como, e senza il turismo straniero vedremo come cavarcela".

SEGUE

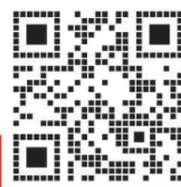
**ESSEOQUATTRO**
L'IDEA CHE AVVOLGE

Lo stile giusto per il tuo
Food Delivery



Scopri i packaging della linea
Food Delivery Esseoquattro:

Eleganti - Pratici - Multifunzionali
Salvafreschezza - Ecofriendly



Inquadra il QR code e scopri di più



design by OCALAB

www.esseoquattro.it

VOGLIA DI NORMALITÀ

MORELLI: "VEDO PIÙ SERENITÀ NEI PICCOLI CENTRI"

Interessante anche il punto di osservazione di Giancarlo Morelli, che opera nella ricca Brianza col suo Pomiroeu. Lui ha vissuto il lockdown con i postumi ospedalieri di una brutta caduta sulle piste da sci, da cui si è per fortuna completamente riabilitato: "Nella mia situazione, nei miei quattro mesi d'ospedale, la situazione del Coronavirus non mi sembrava così grave. Mi sono reso conto davvero di come stessero le cose quando il 14 maggio mi dimisero, andai a camminare per la città e le persone sui marciapiedi cercavano di evitarsi. Quando ho capito che bisognava rinascere, ricostruire tutto daccapo, ho deciso di riaprire il 5 giugno a Seregno, reinvestendo su particolari come la mise-en-place: come dire, ria-

priamo in un modo nuovo, con un entusiasmo diverso. Una mossa forse azzardata, ma un segnale per tutti". Per dire cosa? "Per far vedere che noi ristoratori fino all'ultimo, nonostante un Governo che non ci ha sostenuto e che non ci



sta vicino, investiamo sempre del nostro. Noi la facciamo e la mettiamo, davanti al cliente e anche davanti allo Stato. In Sardegna invece di 135 dipendenti ne avremo 50-55: non possiamo rischiare sui costi fissi. Noi oggi stiamo vivendo tutti un po' seguendo il vento, facendo il meglio che possiamo". Morelli ha una nota anche sulla sua terra: "Da dove siamo noi, a 24 chilometri da Milano, noto una cosa: la Brianza sembra più ottimista, più propositiva. E non solo la Brianza: mi sembra che ci sia più voglia di uscire e più serenità nei piccoli centri, nella campagna".

SANTINI: "IL COVID CI HA COSTRETTO A MEDITARE"

In tema di piccoli centri e campagna, Antonio Santini è imbattibile. E' riuscito ad avere le tre stelle Michelin a Runate, minuscola frazione di 36 abitanti di un paese, Canneto sull'Oglio, tra Mantova e Cremona. Un paese che è famoso soprattutto grazie al Pescatore. Anche loro, come i Cerea, hanno deciso di chiudere qualche giorno prima: "Già nei primi giorni di marzo si avvertiva paura e preoccupazione, abbiamo preferito chiudere". Niente delivery per il Pescatore: la situazione di una cittadina come Runate, non lontana dai focolai e molto piccola, lo sconsigliava. Santini ha utilizzato i mesi della chiusura per riflettere e mettere a punto strategie per il futuro: "Il momento che abbiamo vissuto,

e che speriamo di non vivere più, è stato unico nella nostra storia. Ci ha costretto a pensare, a meditare. A sperare che ci porterà magari qualcosa di buono. Ci metteremo tempo a recuperare, ma se saremo bravi ci ricostruiremo al meglio. Siamo imprenditori. Noi e i nostri colleghi siamo abituati a reagire con dinamismo, ad andare oltre le nostre possibilità per entusiasmo, per capacità, per voglia di perseguire i nostri sogni. Abbiamo riaperto il 12 giugno, togliendo solo un paio di tavoli: in campagna sembra essere più facile, le persone arrivano dalla città per avere con noi un momento di evasione". Non ci sono stati par-



ticolarmente problemi di inizio servizio, secondo Santini. Unica cosa: abituarsi all'uso delle mascherine, a cui comunque tutto lo staff si è adeguato immediatamente.



Carne Salada: “figlia” del Trentino.

In Trentino, terra che custodisce accuratamente le proprie tradizioni nasce un prodotto ricco di profumi e dal sapore morbido e delicato, la Carne Salada.

Un'eccellenza gastronomica marchiata Qualità Trentino che abbiamo scelto di produrre utilizzando unicamente fese fresche di bovino adulto italiano, sale puro di Sicilia, erbe aromatiche e spezie naturali. La Carne Salada può essere consumata in vari modi: a carpaccio o scottata alla piastra, abbinata a frutta, verdura e formaggi. Lasciatevi ispirare dalle ricette che trovate sul nostro nuovo sito web!

Località Malga Movlina
Parco Naturale Adamello-Brenta
Trentino, Italia



ELEMENTI DESIGN



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



Scopri la nostra
Carne Salada
nel servizio TV
di Melaverde
su Canale 5

VOGLIA DI NORMALITÀ

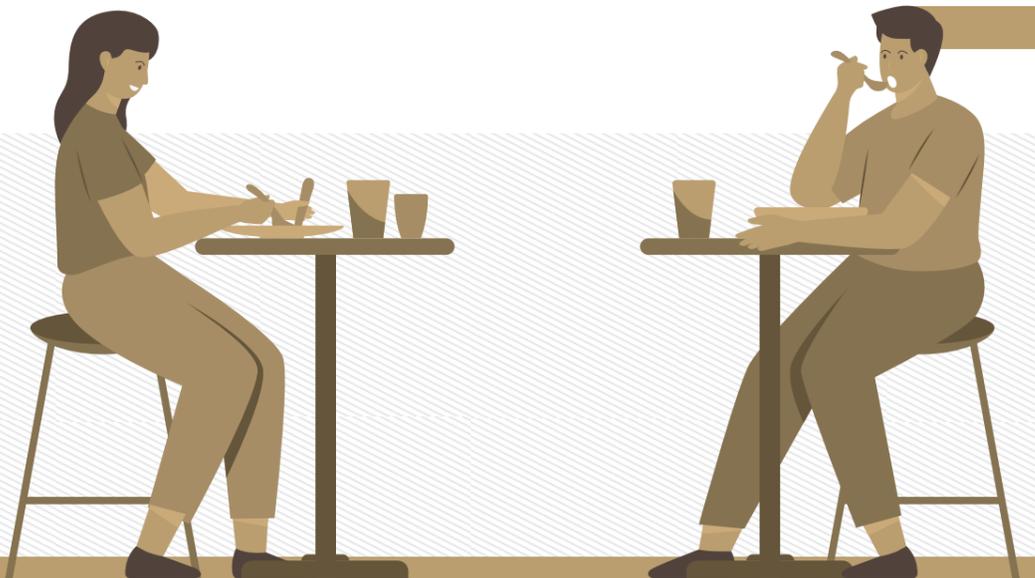
**SULTANO:
"SIAMO PRONTI A RIAPRIRE"**

Un altro contesto interessante è quello siciliano, ove opera Ciccio Sultano. Il Duomo di Ragusa, il suo ristorante, non sta in una regione come la Lombardia, martoriata dal virus. Però le misure precauzionali di salvaguar-



dia della salute pubblica hanno interessato tutti i ristoranti del Paese. Sultano ha deciso di riaprire il Duomo in luglio: l'ha fatto con una semplice analisi delle prenotazioni e anche del traffico aereo verso la sua Sicilia. Del resto, la clientela turistica nel suo ristorante gioca un ruolo fondamentale: "L'80% dei nostri ospiti sono stranieri. In aprile, maggio e giugno facciamo una media di 800-1.200 coperti al mese. Con performance del genere, a novembre potevamo permetterci di fare delle promozioni dedicate ai pranzi di coppia. Capite bene che perdere una così grossa fetta di clientela è stato duro". L'altro locale di Sultano, I Banchi (pani-

ficio con cucina), sempre a Ragusa, ha riaperto invece il 15 giugno. Sul delivery, Ciccio Sultano ha un parere simile a quello degli altri: "Può servire per coccolare, accarezzare i clienti. Ma in un locale come il nostro, non poteva essere la salvezza". Del resto, secondo Sultano i primi effetti economici della catastrofe del virus si vedranno nei prossimi mesi: "Non ci nascondiamo dietro un dito: sarà come aver acceso un mutuo, da onorare nei prossimi cinque anni, in piccole rate. Speriamo che lo Stato non ci danneggi più ancora del Covid". Per la riapertura, Sultano ha studiato dei menù nuovi: "Il primo si chiamerà Futuro, e sarà un low cost a 80 euro, e 28 euro per un menù di quattro vini. Poi, il menù Silenzio, da 90 euro, dedicato un po' a tutto quello che è accaduto e alla riflessione che dobbiamo fare un po' tutti".

**Problemi, idee, soluzioni**

Quella delle variazioni sul tema nel menù è un capitolo interessante. A differenza di altri ristoratori, Andrea Berton ha deciso di proporre integralmente la sua carta, senza togliere alcun piatto: "I clienti si aspettano questo. Abbiamo purtroppo ridotto parte dello staff, con contratti scaduti e non più rinnovati". Anche Enrico Cerea ha dovuto lasciare a casa stagisti e contratti a tempo determinato, col problema di come utilizzare tutto il gruppo dedito al comparto banchettistico: allo scopo, accanto alla piscina del suo complesso ha ideato una formula Pizza & Barbecue, che sembra funzionare bene.

In conclusione, questo momento della ristorazione è ben sintetizzato da una frase di Chicco Cerea: "Abbiamo voglia di rivalsa, di riacchiappare la normalità, senza fermarci mai". Che poi, era quello che su Luxury, con molta modestia, nei mesi scorsi continuavamo a caldeggiare.

Scoprite un gusto regale



Contiene il 25% di sale in meno rispetto a un prosciutto cotto di alta qualità*



Un gusto unico che esalta il sapore delle nostre carni piemontesi, conferito da ingredienti esclusivi e di qualità: sale rosa dell'Himalaya, miele di fiori, erbe aromatiche, spezie e piante, come il coriandolo, l'alloro, il macis e la cannella e pregiati vini per arricchire la ricetta.

Rosa

IL PROFUMO DEL PROSCIUTTO



Z O O M

FENOMENOLOGIA DEL RECENSORE A TEMPO PERSO

Come Umberto Eco fece con Mike Bongiorno, oggi proviamo ad analizzare i contributi di Tripadvisor. In mezzo a poche perle, tanto pressapochismo e molta comica presunzione.

Un nuovo spettro, da qualche anno, si aggira negli ambienti della ristorazione: il recensore di Tripadvisor. Svelto, subitaneo come il morso di un cobra, il cliente insospettabile dei vostri ristoranti da tempo ha un'arma in più: la democrazia della rete. La democrazia, sicuramente positiva per la libertà di esprimerci, ha però anche dei costi. E in questo caso, i costi della democrazia sono piuttosto evidenti nello Stupidario che pubblichiamo ogni mese. Sulla radio americana, negli anni Trenta e Quaranta, furoreggiava un programma condotto da Edward Bowes: "Amateur Hour", si chiamava. In italiano, l'ora del dilettante: una sorta di talent show variopinto, con gente comune che si metteva a cantare. Ecco, Tripadvisor per forza di cose è una macchina del genere, e non lo diciamo per snobismo: è fattuale, è così. Nessun recensore di Tripadvisor è professionista della critica o della ristorazione. Anche se alcuni, peraltro rigorosamente anonimi, giurano e spergiurano di esserlo, o quasi. Ma qui, entriamo nel campo di una vera e propria fenomenologia. Come quella che Umberto Eco dedicò all'immarcescibile Mike Bongiorno, seppure in tono minore.

I laconici

Vediamo chi sono, i recensori. Ci sono i laconici, quelli che non dicono nulla, ma nulla di nulla che sia utile a chi legge. Recensioni che sembrano telegrammi: "Bel posto, cibo buono, si spende il giusto". Stop. Ok: ma cosa si mangia? Com'è la cucina? Magari è buona per te, ma per

me? E questo finché si tratta di critiche positive va bene (si fa per dire), visto che non fanno danni. Ma se butti lì un: "Non ci torno più, abbiamo mangiato da schifo" (è tutto vero, non è un'esagerazione) senza uno straccio di motivazione, capirete come un'attività economica come quella di un ristorante subisca un affronto non da poco, visto che un cattivo voto fa perdere punti nella classifica Tripadvisor della propria città.

I presunti esperti

Ma ecco all'orizzonte un'altra categoria: i presunti esperti, quelli che vorrebbero vendersi come affidabili. I "lei non sa chi sono io". Quelli che cominciano dicendo: "Frequento abitualmente ristoranti stellati", quasi a mettere le mani avanti, di solito prima di una critica feroce e malamente argomentata. E ci sono quelli che si atteggiavano, salgono in cattedra, fanno accademia ma danno valutazioni completamente sbagliate dal punto di vista tecnico-culinario: tipo chi si lamenta per una 'njera (pane eritreo) servita fredda. Peccato che 'njera normalmente sia davvero fredda, o quantomeno non calda. O chi si lagna per l'aglio nei pizzoccheri alla valtellinese, piatto che appunto in burro e aglio ha le sue leve d'archimede.

Gli amarcord

Non parliamo poi dei recensori amarcord: eccoli lì, a rivangare con lirismo il ricordo di una cena di cinque anni prima, mentre magari la gestione è cambiata. Talvolta sono tanto onesti dall'ammetterlo

con candore: "Non ricordo cosa abbiamo mangiato, ma ci eravamo trovati bene". Niente di male se ci si limita a questo, anche se un commento del genere, anch'esso inutilissimo per il lettore, finisce per "dopare" la valutazione complessiva del locale. Ma anche qui, c'è il rovescio della medaglia. Come definire uno che racconta oggi un pasto del 2013, dicendo che non si ricorda nessun piatto, ma soltanto che tutto era mediocre e che sconsiglia il posto?

I vendicatori

E i vendicatori? Ci sono quelli che danno il voto minimo senza neanche mangiare al ristorante, perché lo trovano chiuso per ferie e dunque ci rimangono male, sfogando la loro rabbia esercitando una rivalsa con la tastiera e il web. Roba da non credere. La variante è quella del ricatto. Dopo una cena a proprio giudizio andata male, ecco la minaccia: ti staghiamo su Tripadvisor, così impari. E la cosa grave è che alla mercé di queste sparate ci sono persone che nelle loro attività hanno investito migliaia di euro e danno da mangiare a svariate persone. C'è da augurarsi che l'uso del cervello non vada archiviato del tutto. E infatti qualche recensione bella, descrittiva, realmente utile, analitica, argomentata e addirittura ben scritta non è difficile da trovare. Probabilmente gli inventori di Tripadvisor, creando il loro sito, avevano pensato che contributi di questo tipo sarebbero stati la maggioranza. Purtroppo non è stato così.

Tommaso Farina

Quando ti vedi col solito
gruppo di sognatori, c'è.



Perchè fa parte di te.

Dolce, naturale, leggero ma gustoso: è facile capire perché in ogni momento della tua vita non manchi mai Prosciutto di Parma. Un'eccellenza DOP garantita dal Consorzio.

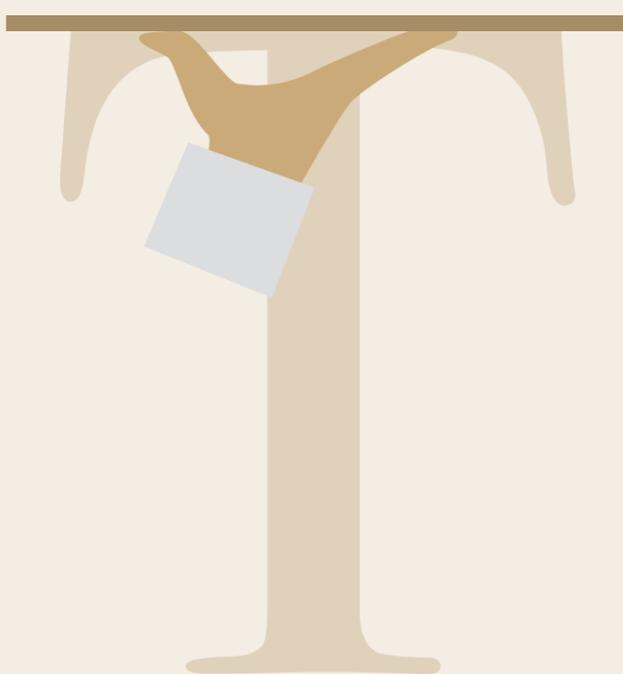
PROSCIUTTO DI PARMA. NON È CRUDO, È DI PARMA.



lo stupidario

TRIPADVISOR E I NUOVI MOSTRI...

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



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

Tommaso Farina

SE LO DICE DA SOLO

"LA MIA RECENSIONE È PESSIMA"

REVERSE SEARING

"PER ME LA CARNE ALLA BRACE DEVE ESSERE RICCA DI GUSTO DEVE CONTENERE I SUOI SUCCHI E NON ESSERE CUCINATA PRIMA IN FORNO E POI SULLA BRACE"

RIDOLINI / 1

"5 MIN DOPO MI CHIAMA UNA RAGAZZA SGHIGNAZZANTE DICENDOMI CHE GLI ERO SIMPATICO E CHE MI AVEVANO TROVATO UN TAVOLO"

LE CONTRADDIZIONI

"TAVOLO PREPARATO IN MODO CONTRADDITTORIO"

RIDOLINI / 2

"ALL'ARRIVO DELLE PORTATE STAVAMO PER RIDERE IN FACCIA AL CAMERIERE"

MANGIAKARTOFFELN

"VANNO BENE PER CLIENTI RIDICOLI, TIPO TEDESCHI CHE NON SANNO MANGIARE"

RIMANDATELI IN AFRICA

"D'ALTRONDE COSA ASPETTI DA DUE CUOCHI DI COLORE ?!"

LEI NON SA CHI SONO IO / 1

"NOTARE DALLE MIE RECENSIONI CHE FREQUENTO SPESSO HOTEL FIND LUXURY 5 STELLE"

LEI NON SA CHI SONO IO / 2

"IL TARGET DEI NOSTRI OSPITI ERA RAPPRESENTATO DA TOP MANAGER DELLE PIÙ IMPORTANTI REALTÀ DEL TERRITORIO"

LEI NON SA CHI SONO IO / 3

"ESSENDO ANCH'IO TITOLARE DI UN'AZIENDA (TRA L'ALTRO CHE PRODUCE CRISTALLO, PORCELLANA E POSATERIA DI LUSO DA 50 ANNI!)"

PESCA O ALBICOCCA?

"ERA SOLO UN RIGATONE AL SUCCO"

ACCIDENTACCIO

"E SE PAGO 15 EURO UNA AMATRICIANA MI ASPETTO CHE IL GUANCIALE NEL PIATTO NON SIA UN ACCIDENTE"

SEX WORKER

"CHIEDETE IL WHISKY DELLA PU**ANA E SEDETEVI, SENTIRETE UNA LIBERTÀ ORMAI INTROVABILE ALTROVE!"

IL LUPO PERDE IL PELO

"PELI NEI PIATTI"

PUBBLICO MINISTERO

"MI HA IMPUTATO DUE VOLTE L'IMPORTO DELLA CENA SULLA MIA CARTA DI CREDITO"



IN UN TRE STELLE MICHELIN

"CUCINA SQUALLIDA, PORZIONI RIDICOLE, MI NONNA CUCINA MEJO, PESCE ERA SCADUTO, LA PASTA SCOTTA, CONTORNI TROPPO OLIOSI INSIPIDI"

PROGRESSISTI

"UN MELONE DECISAMENTE TROPPO AVANTI"

CASANOVA

"PESSIMO LO ZIO CHE SI TROVA IN SALA CHE A 50 ANNI CI PROVA CON TUTTE LE RAGAZZE AI TAVOLI"

I NUOVI MOSTRI

"CONOSCO QUESTO LOCALE DA PRIMA CHE LO RENDESSERO IL MOSTRO CHE È OGGI"

TROPPO BUONO, VERGOGNA

"IL RAPPORTO QUALITÀ PREZZO È TROPPO ALTO"

CHE FORTUNA

"DETESTO SCRIVERE BRUTTE RECENSIONI MA QUESTA VOLTA FARÒ UN'ECCEZIONE"

LA BILANCIA UMANA

"FILETTO DI SCOTTONA CHE AVREBBE DOVUTO ESSERE DA 180GR E NON ARRIVAVA A 150GR"

INTELLIGENTI PAUCA

"UN RUTTO VALE PIÙ DI MILLE PAROLE"

NUOVE CLASSIFICAZIONI

"PREZZI DA RISTORANTE 6 STELLE"

A ROMA CHE MODO DI FARE CI VORREBBE?

"IL LORO MODO DI FARE MOLTO ALLA ROMANA CI HA MOLTO INFASTIDITO"

BON TON

"PER EDUCAZIONE NON CI SIAMO ALTERATI PIÙ DI TANTO"

COME OSANO?

"PASSANDO ALL'ORTOLANA ORDINATA DALLA MIA AMICA SONO STATE MESSE VERDURE MAI VISTE (LE SCAROLA)"

MOTIVAZIONI FORTI

"SONO STATI I NIPOTINI A VOLER MANGIARE QUI PERCHÉ SI ORDINA COL TABLET"

DA FARLI CHIUDERE

"LA COSA PIÙ AGGHIACCIANTE È IL FATTO CHE LE CAMERIERE SERVONO AI TAVOLI CON I CAPELLI SCIOLTI"

COMMEDIA ALL'ITALIANA

"LA GESTIONE 'FAMILIARE', SE COSÌ SI PUÒ CHIAMARE, DI QUESTO RISTORANTE, È DA 'PARENTI SERPENTI' ALLA MONICELLI"

BALOCCHI E PROFUMI

"TUTTE LE CAMERIERE CHE SERVONO AI TAVOLI HANNO UN PROFUMO FORTISSIMO DOLCIASTRO, INVADENTE E MOLTO FASTIDIOSO"

BUONSENNO E MATEMATICA

"PROBABILMENTE È STATA UNA MIA COLPA PENSARE, A BUON SENSO, CHE UNA PORZIONE DOPPIA DI INSALATA NON POTEVA COSTARE IL DOPPIO"

BENVENUTI AL SUD

"AGGIUNGI UNA LOCATION DATATA CHE TENTANO DI SPACCIARE COME LOCALE TIPICO MILANESE, SALVO POI ACCOGLIERTI CON TIPICO ACCENTO MERIDIONALE"

RACCOMANDATI DEL CALCIO

"UN'ORA E UN QUARTO DI ATTESA PER RICEVERE I PRIMI PIATTI. CAPIAMO POI CHE LA RAGIONE È CHE STAVA CENANDO ANCHE SPALLETTI NEL RISTORANTE"

RENATO POZZETTO

"APPENA ACCOMODATI AL TAVOLO (ERAVAMO I PRIMI), È ENTRATO UN CAMERIERE IN SALA CHE, AD ALTA VOCE, HA ESORDITO CON UN 'EH LA MADONNA' "

IL COMANDANTE LAUREATO

"LA CAUSA DI TUTTO QUESTO È DI UN SINGOLO INDIVIDUO (LAUREATO ?!?!) CHE OLTRE A A TENTARE DI FARE IL COMANDANTE È DIVENTATO ANCHE PRESUNTUOSO E ANTIPATICO"

IL COMPETENTE

"I PIZZOCCHERI AVEVANO UNA DOSE TROPPO FORTE DI AGLIO, VERAMENTE UN GUSTO CHE NON C'ENTRAVA NIENTE CON LA RICETTA TRADIZIONALE"

CUCINA EDILIZIA

"CIBO SCADENTE E PESSIMO, DÀ L'IMPRESSIONE DI PREFABBRICATO"

PROFUMO DI VALTELLINA

"QUESTO IN PARTICOLARE È IL REGNO DEGLI CHATT (PIATTO VALTELLINESE TIPICO MOLTO OSTICO DA CUCINARE BENE)"

BURIONI DOVE SEI?

"IO SONO STATO DUE GIORNI CON FEBBRE A 39 E PENSO CHE SIA COLPA PROPRIO DELLA COTOLETTA"

LUKACS DE NOANTRI

"LA CLIENTELA VE LA RISPARMIO PERCHÉ ANALIZZEREI LA TRISTEZZA DEL CITTADINO MILANESE CHE DEVE AVERE QUALCOSA DI DIVERSO DA RACCONTARE IL GIORNO DOPO IN UFFICIO"

PIZZERIA ANIMALIER

"CORNICIONE LEOPARDATO CON TRUCCO"

PECCATO CHE SIA MORTO NEL '73

"AMBIENTAZIONE DA FILM DI BRUCE LEE ANNI '80"

hôtellerie

LA RINASCITA DEL LARIO

Tra i grand hotel del Lago di Como, c'è chi ha scelto di aprire a luglio. Chi riprenderà ad accogliere i propri ospiti nel 2021. E chi apre solo il ristorante. Una cosa è certa: si vivrà l'estate in un'atmosfera inusuale. Le testimonianze del Grand Hotel Tremezzo e del Villa d'Este.

L'estate sul Lago di Como, quest'anno, non avrà lo stesso sapore. Si percepisce l'agrodolce di una stagione senza precedenti. Anche qua, tra la tranquillità e il fascino del paesaggio lariano, la pandemia fa avvertire le sue conseguenze.

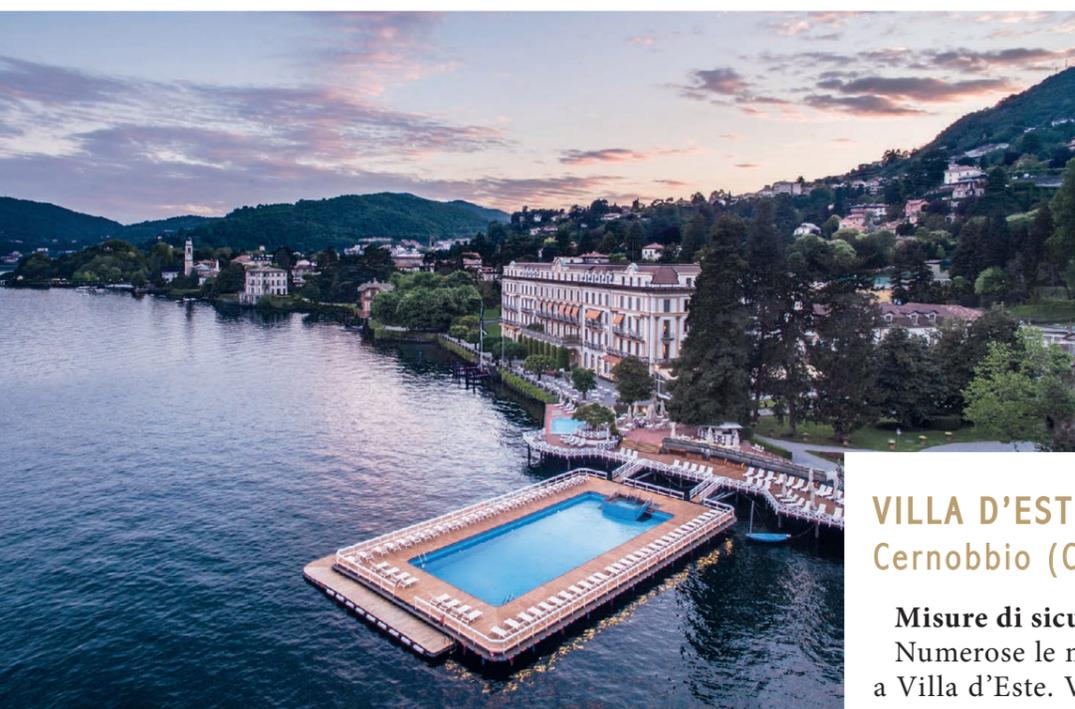
Meta ambita da turisti europei e americani per la splendida cornice naturale in cui è immersa, e per l'ospitalità di altissimo livello, il lago di Como, per l'estate 2020, accoglierà invece turisti italiani, e brianzoli e milanesi, alla ricerca di un luogo incantevole in cui eva-

dere. Non tutte le strutture, però, hanno scelto di riaprire. Fra queste spicca il Grand Hotel Victoria di Menaggio, che informa che riaprirà al pubblico nel 2021 e che sono aperte solo le cucine di Erre Restaurant del Golf Club di Menaggio e Cadenabbia.

Altri invece hanno optato per una ripartenza graduale, riprendendo ad accogliere i propri ospiti solo fra fine giugno e inizio luglio - o addirittura da metà luglio o inizio agosto, come nel caso del Grand Hotel Menaggio e dell'Hotel Britannia Excelsior - per poter applicare tut-

te le misure di sicurezza necessarie, garantendo al tempo stesso un servizio d'eccellenza. È il caso del Mandarin Oriental, che, in un messaggio sul proprio sito, informa i propri ospiti che noteranno alcuni cambiamenti, necessari a garantire loro sicurezza e comfort. Anche il Grand Hotel Villa Serbelloni di Bellagio riaprirà per una stagione 'breve' a partire dal 4 luglio. Così come il Grand Hotel Tremezzo e il Villa d'Este, che ci hanno rivelato qualche anticipazione sulla stagione che, finalmente, ha preso il via.

Elisa Tonussi



VILLA D'ESTE

Cernobbio (Co) – Ha riaperto il 18 giugno 2020

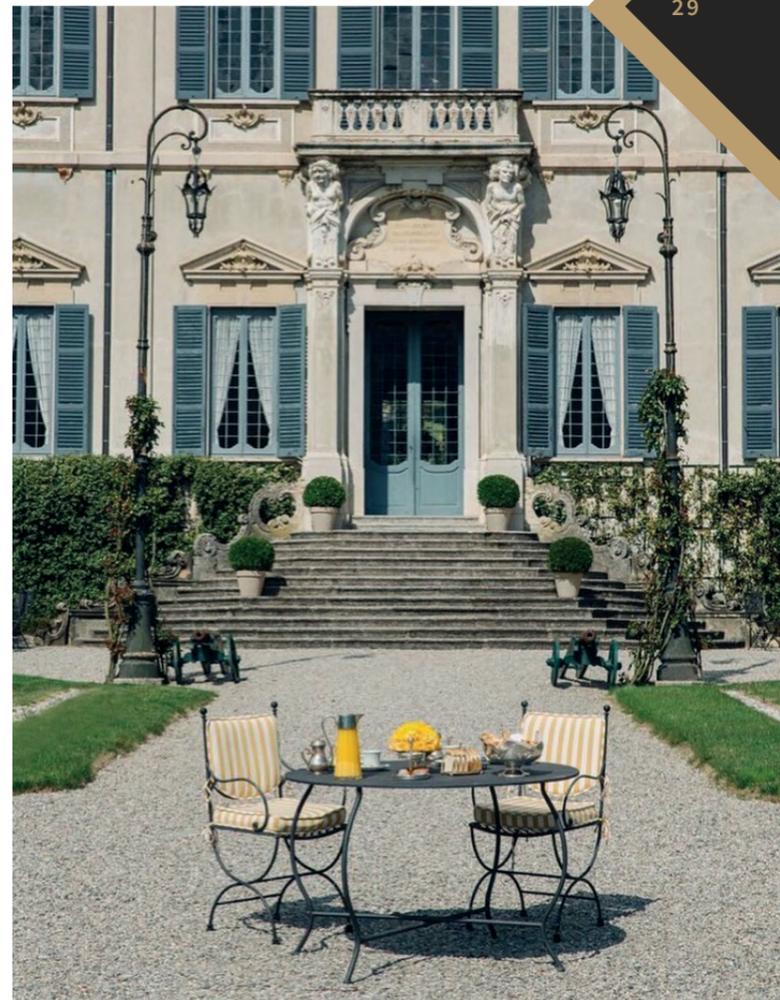
Misure di sicurezza

Numerose le misure di sicurezza adottate a Villa d'Este. Viene garantito il distanziamento ai tavoli del ristorante e del bar, dove il cartaceo è stato sostituito da materiale digitalizzato al quale è possibile accedere tramite QR code o dalle TV delle camere hotel, così come sono distanziati i lettini della piscina e gli attrezzi in palestra. Personale e ospiti hanno a disposizione mascherine e gel disinfettante. Viene misurata la temperatura agli ospiti all'ingresso dell'hotel. Le camere e le aree comuni vengono sanificate durante il giorno in base alle direttive Oms, così come le auto e il bagaglio che viene la-

sciato in custodia al concierge o governanti, previa autorizzazione dell'ospite. Sanificate anche le chiavi delle camere e gli attrezzi per gli sport acquatici. Si garantisce un periodo di tempo di 24 ore nell'assegnazione della camera tra un check-in e un altro.

Le prenotazioni per la stagione 2020

La struttura ha cercato di gestire al meglio le prenotazioni, andando incontro alle esigenze dei clienti e rassicurandoli, suggerendo loro di spostare piuttosto che cancellare il soggiorno. Si registra un discreto numero di prenotazioni (al momento circa il 30% di occupazione, -70% rispetto al 2019), lontano comunque da quanto preventivato



GRAND HOTEL TREMEZZO

Tremezzo (Co) – Ha riaperto il 26 giugno 2020

Misure di sicurezza

Il Grand Hotel ha messo a disposizione dei propri clienti un documento in cui si anticipano tutte le condizioni per la riapertura. Saranno disponibili solo 30 delle 90 camere della struttura, per garantire il distanziamento fra gli ospiti e un intervallo di almeno 48 fra due utilizzi della stessa camera, ma tutti i bar e ristoranti, la spa e le piscine saranno aperti. Ogni aspetto di sicurezza è stato considerato: controlli quotidiani della temperatura, percorsi predefiniti all'interno della struttura e disinfezione obbligatoria. Lo staff indosserà una nuova uniforme con mascherina certificata, realizzata artigianalmente da un'azienda tessile locale. Mascherina che riceverà anche ciascun ospite al proprio arrivo. Quanto ai pasti, al di là del servizio in camera, sempre disponibile, per colazione gli ospiti troveranno al proprio tavolo un buffet personale; mentre bar e

ristoranti sono aperti pur garantendo il distanziamento fra i tavoli.

Le prenotazioni per la stagione 2020

Alcune delle prenotazioni confermate prima dell'emergenza sanitaria sono state cancellate. A chi avesse già avuto un deposito sulla prenotazione, però, il Grand Hotel ha dato agli ospiti la possibilità di scegliere fra due opzioni: utilizzarlo come credito per un soggiorno in futuro oppure ricevere un rimborso.

“Abbiamo sicuramente puntato sul distanziamento e l'uso di mascherine, oltre che sulla personalizzazione dell'esperienza del cliente, che, prima dell'arrivo, viene chiamato per verificare il livello di interazione che preferisce in modo da adeguarci alle richieste e necessità, fatte salve naturalmente le prescrizioni normative. La priorità del nostro hotel è la felicità dei nostri clienti, che, in questo periodo senza precedenti, è legata innanzitutto alla sicurezza e alla salute”.

Cristina Guerrotto, responsabile prenotazioni



prima dell'emergenza. Sono aumentate le prenotazioni di italiani (soprattutto milanesi e comaschi) e svizzeri ai ristorante e bar: “dopo tanti mesi di lockdown, le persone hanno voglia di ‘evadere’ e trovarsi in un contesto sicuro, unico e vicino a casa come è Villa d'Este”, spiegano dal Grand Hotel. Fanno inoltre sapere che quest'anno hanno prenotato molti più europei rispetto agli anni passati, notoriamente infatti sono numerosi gli ospiti americani. Prenotazioni anche di qualche italiano che preferisce non abbandonare il Bel Paese e ricerca un luogo esclusivo immerso nel verde, con ampi spazi.

“Pensiamo che gli ospiti apprezzeranno questo 'mondo a sé' che offre moltissime attività all'aria aperta e dove le magnificenze architettoniche, come Villa d'Este, sono in perfetta armonia con la natura circostante. Ricercheranno un servizio non intrusivo e su misura che, di fatto, è quello che ha sempre offerto il nostro hotel, unitamente alla grande empatia dello staff. Vivere il Lago di Como questa estate vorrà dire avere finalmente il tempo di comprendere il perché tante generazioni di ospiti stranieri tornano ogni anno ammaliati da questa bellezza senza tempo”.

Isabella Brusco, marketing manager & PR office

FOLLOWER, LA CARICA DEI DUE MILIONI

“Nativo digitale più social che sociale!": perfino il Gabibbo si è sentito in dovere di declamarlo in una delle sigle dell'arcinoto Striscia la Notizia. Come abbiamo già visto mesi fa analizzando il fenomeno degli influencer culinari, i social network ormai hanno assunto un ruolo preponderante nelle vite di tutti noi, finendo per esporre tutto il nostro vissuto in vetrine più o meno consapevoli. E ciò vale in modo particolare per un mondo come quello della cucina.

La chiave, più ancora di Twitter e Facebook, è Instagram. Se Twitter va bene per pensieri sparsi e Facebook per dare utili comunicazioni ai clienti (ma magari lo facessero tutti i ristoratori: invece, quante pagine Facebook sono gusci vuoti senza la minima usabilità?), Instagram si presta egregiamente a recitare la parte del social network principe nella branca gastronomica. Fateci caso: la gastronomia e la cucina sono arti basate nella loro totalità sul fascino e lo sfruttamento dei nostri cinque sensi. Un piatto è fatto di consistenze, odori, sapori. E suggestione visiva. Ecco, Instagram ancora non può veicolare profumi o tantomeno gusti: un marchingegno del genere, posto che sia possibile realizzarlo, coi suoi complessissimi algoritmi si trasformerebbe all'istante in una delle invenzioni umane del millennio. Instagram si basa completamente sulla vista, e sull'audio dei video: la vista di un piatto, sull'animo umano, può fare lo stesso effetto di una elaborata descrizione a parole. Anzi, è ancora più efficace: è più immediata, più veloce. Poi magari con la descrizione capisci meglio il piatto, e ti ritrovi a volerlo mangiare anche se allo sguardo non ti invoglia. Ma l'imprinting di una fotografia fatta con tutti i crismi, a livello di comunicazione, è difficilissimo da battere.

Cannavacciuolo leader

Non stupisce, dunque, che i grandi chef siano su Instagram, e abbiano spesso un vasto seguito, come e più dei cantanti pop. Certo, ci sono le eccezioni. Enrico Cerea, ristorante Da Vittorio a Brusaporto (Bergamo), trisrellato Michelin, fresco partecipante alla tavola rotonda "Pronti, partenza, via!" organizzata da Luxury, c'è ma non si vede: il suo account Instagram non contiene alcun post. Tutt'altro discorso per Antonino Cannavacciuolo. Lo chef campano, due stelle Michelin sul lago d'Orta al Villa Crespi, è diventato una vera icona a seguito dello sbarco televisivo, prima su Cucine da Incubo e poi all'arcinoto Masterchef Italia e alla Cannavacciuolo Academy. La sua barba da Bud Spencer, l'imponenza fisica surreale, la parlata popolare e spiccia, l'implacabile simpatia, i tormentoni micidiali come l'ormai celebre 'Addios!' fanno parte dell'immaginario comune italiano, e non più solo delle cronache gastrofichette. Lo sapete da quante persone è followed

Cannavacciuolo? 2,7 milioni. Oltre dieci volte il seguito che ha un Matteo Renzi. "Mi considero una persona diretta e schietta. Ho valori saldi e vorrei condividerli con voi, regole di vita che mi hanno indicato la giusta strada": così dichiara lui stesso nell'intervista. E che foto si trovano lì dentro? Qualche spezzone di Masterchef, qualche bel piatto del Villa Crespi (ad esempio, triglia, melanzana e provola affumicata), fotografie del suo vissuto familiare. I post non sono frequentissimi, ma fanno la loro figura, totalizzando anche un migliaio di commenti.

LA CLASSIFICA

antoninochef

Segui



607 post 2,7mil follower 118 profili seguiti

Antonino Cannavacciuolo

Mi considero una persona diretta e schietta. Ho valori saldi e vorrei condividerli con voi, regole di vita che mi hanno indicato la giusta strada.

www.antoninocannavacciuolo.it

borgheseale

Segui



2.336 post 1,8mil follower 156 profili seguiti

Alessandro Borghese Official

Chef @ab_illusodellasemplicita

www.alessandroborghese.com

massimobottura

Segui



744 post 1,4mil follower 280 profili seguiti

Massimo Bottura

Chef patron of Osteria Francescana + Founder of @foodforsoul_it @casamaria luigia @villamanodori @franceschetta58 @tornosubitodubai @guccioosteria Fi/LA

massimobottura.it

jbastianich

Segui



4.609 post 1,2mil follower 802 profili seguiti

Joe Bastianich

Restaurant Man 🍴

Music addicted 🎵

Skater wannabe 🛹

Ironman 🏃

Wine lover 🍷

Everything bagel inventor

linktr.ee/jbastianich



Antonino Cannavacciuolo guida la classifica degli chef più seguiti su Instagram. Ma va alla grande anche Max Bottura. Tanti clic per Borghese e Bastianich. Con un nota bene: tra i commenti, anche le critiche.

Borghese re dei selfie

L'altro grande volto televisivo, Alessandro Borghese, non resta indietro. Il suo account parla chiaro: 1,8 milioni di follower. Ed è giusto, considerando quanto impazza questo verace intrattenitore col pallino della cucina. Oggi Borghese ha anche un suo ristorante, che si chiama AB – Il lusso della semplicità, a Milano. E difatti, parecchi post sul suo Instagram sono dedicati a scatti di portate da lui concepite per quel suo piccolo rifugio. Ma qui, a differenza che Cannavacciuolo, è Borghese stesso a dominare: selfie, selfie e ancora selfie, seri e ridanciani, caricaturali e artistici. Si vede, eccome, che Borghese è più personaggio che chef.

Bottura punta sui video

Torniamo tra gli chef che stanno più in cucina che in video con Massimo Bottura, attualmente forse il cuoco italiano più celebre al mondo, forte di 1,4 milioni di seguaci. A far la parte del leone, qui ci sono i video: Bottura usò spesso comunicare i suoi pensieri e le sue impressioni con questo mezzo durante la quarantena del Coronavirus, animando dialoghi con decine di migliaia di persone. Molto apprezzate le performance ai fornelli, naturalmente, in cui lo stesso Bottura si destreggia da par suo, e se non è lui è qualcuno della brigata della sua Osteria Francescana o degli altri locali di sua proprietà.

Bastianich chef-artista

Assai gettonato un altro volto di prestigio: Joe Bastianich. Anche lui non è chef, ma imprenditore della ristorazione, di gran successo in America, in Italia anche lui noto per la tv. All'incanto, fanno 1,2 milioni di follower. Del resto, ormai Bastianich svara anche su esibizioni musicali, spesso ritratte sul suo Instagram in foto che tendono all'artistico, sparse in mezzo a materiale quanto mai vario: selfie, scatti politicamente corretti con messaggi di tipo politico-sociale, qualche piatto dei suoi ristoranti. Sotto la foto del menù della sua osteria Lupa Romana di New York appaiono commenti poco concilianti, come quello di un signore che rimprovera (non del tutto a torto, ma chissà quanto paga d'affitto nella Grande Mela): "Se quelli accanto sono i prezzi, è incredibile, assurdo, vergognoso, prezzi al di fuori di ogni ragione".

Un'arma a doppio taglio

Instagram dunque può essere arma a doppio taglio: ti espone all'istante, ma non sempre arrivano solo fan adoranti. C'è anche la critica, e quella può picchiare duro. Del resto: abbiamo voluto la bicicletta social? Toccherà pedalare. Possibilmente non saltando in sella come Fantozzi.

Tommaso Farina



Una storia lunga nove secoli.

L'azienda agricola Principato di Lucedio è una delle più antiche d'Italia. I Monaci Cistercensi fondarono l'abbazia nel 1123 e fin dall'inizio coltivarono i terreni circostanti, introducendo in Italia la coltivazione del riso nel XV secolo.



Scopri i prodotti, le ricette e gli eventi del Principato su
www.principatodilucedio.it



face to face

UN MAÎTRE TRA LE STELLE

Dal matrimonio dei Ferragnez al Dalai Lama: per Gionatan Caruso, il servizio di sala è un'arte. Con la sua cooperativa Ristorando, ha allietato decine di clienti di prestigio. Garantisce Ciccio Sultano.

Il mondo della ristorazione non è solo cucina. Spesso ce lo dimentichiamo, quasi si trattasse di un accessorio, ma c'è anche la sala. La sala, anzi, è il biglietto da visita di un ristorante, quello che il cliente incontra prima che dinanzi a lui arrivi il piatto dello chef. Prima di mangiare, il commensale dev'essere accolto, accompagnato, fatto sedere, servito di menù, acqua e vino. Dev'essere fatto sentire a casa, anzi meglio che a casa: a casa di un re. E il re deve essere lui.

I grandi personaggi della sala, in questo mondo, conseguono meno celebrità rispetto a quelli della cucina. Eppure, meritano anch'essi considerazione. Tra essi, c'è da segnalare l'ascesa di alcuni nuovi maestri, che si sono fatti luce con la professionalità e la gentilezza. Gionatan Caruso (si scrive così) è uno di questi. E' stato il maître dell'esclusivissimo matrimonio tra Chiara Ferragni e Federico Lucia, in arte Fedez, in quel di Noto e Palazzolo Acreide. Classe 1976, nativo di Vittoria (Ragusa), patria del Cerasuolo, Gionatan è un siculo col certificato, e in 25 anni ha collaborato coi più grandi cuochi siciliani. Lui e Valentina Lombardo sono gli artefici di Ristorando, una cooperativa di camerieri, sommelier e maître che con gli anni si è attirata la simpatia e il gradimento dei più grandi cuochieri e organizzatori d'eventi dell'isola.

E sì che all'inizio voleva fare tutt'altro...

Studiavo al conservatorio. Pianoforte, per l'esattezza. Per arrotondare, facevo il cameriere il sabato sera, come molti altri. Non immaginavo che si trattasse di una vera e propria gavetta per quello che sarebbe diventato un mestiere. Ho dunque seguito corsi, fatto formazione costante. E ho trovato persone che hanno creduto in me, come Paolo Santificato e il compianto Turi Giarratana.

Poi è venuta l'idea di una cooperativa di camerieri?

Otto anni fa c'era un'esigenza. Il cameriere extra al 90% lavorava in nero: gli si davano 100mila lire, e via andare. A me e Valentina Lombardo venne l'idea di cre-

are una cooperativa di camerieri: quella che divenne Ristorando, a Comiso. La Ristorando ha come scopo quello di fare corsi di formazione per il personale: in Sicilia trovarne di validi era piuttosto arduo. Poi, dopo aver formato un congruo numero di professionisti, ci siamo proposti coi nostri servizi a ristoranti, sale matrimoni, organizzatori di eventi, catering. Accanto a me, è fondamentale l'apporto di Valentina. Lei cura la parte burocratica, le scartoffie. Diciamo che Ristorando è un insieme di persone che si sono trovate nel momento giusto al posto giusto. E si sono tolte grandi soddisfazioni.

Ad esempio, lo spopolamento dei Ferragnez...

Quello fu curato da Michelangelo Geraci e dalla sua Graziano Catering. Due giorni di festeggiamenti tra Noto e Palazzolo Acreide. Dovevamo gestire tre squadre di camerieri che non si incontravano mai: l'area aperitivo era curata da un gruppo, l'area cena da un altro. Al servizio di 120 invitati, nemmeno moltissimi.

E non sono solo loro, le persone importanti che hai servito?

Il mio ricordo più bello fu quando mi occupai del pranzo per il Dalai Lama al Teatro Massimo di Palermo nel 2017. A cucinare era Tony Lo Coco, chef stellato del ristorante I Pupi di Bagheria. Ma poi, noi ci siamo sempre occupati di un evento come il Google Camp. E lì, abbiamo regalato negli anni belle serate a Leonardo Di Caprio, Orlando Bloom, George Lucas. Anni fa, mi colpì la signorilità di Elton John.

Tutto sotto l'egida di grandi chef?

Io e Valentina dobbiamo moltissimo a Ciccio Sultano, del Duomo di Ragusa. Se deve fare un evento esterno gli curiamo la logistica: facciamo l'elenco di quello che serve per sistemare decentemente due-



DA SINISTRA: VALENTINA LOMBARDO, IL MIXOLOGIST MATTIA CILIA E GIONATAN CARUSO

cento persone in una villa, e poi, semplicemente, lo facciamo. E' stato lui che ci ha fatti conoscere a grandi chef siciliani di fama: Tony Lo Coco, Claudio Ruta, Pino Cuttaia, Vincenzo Candiano.

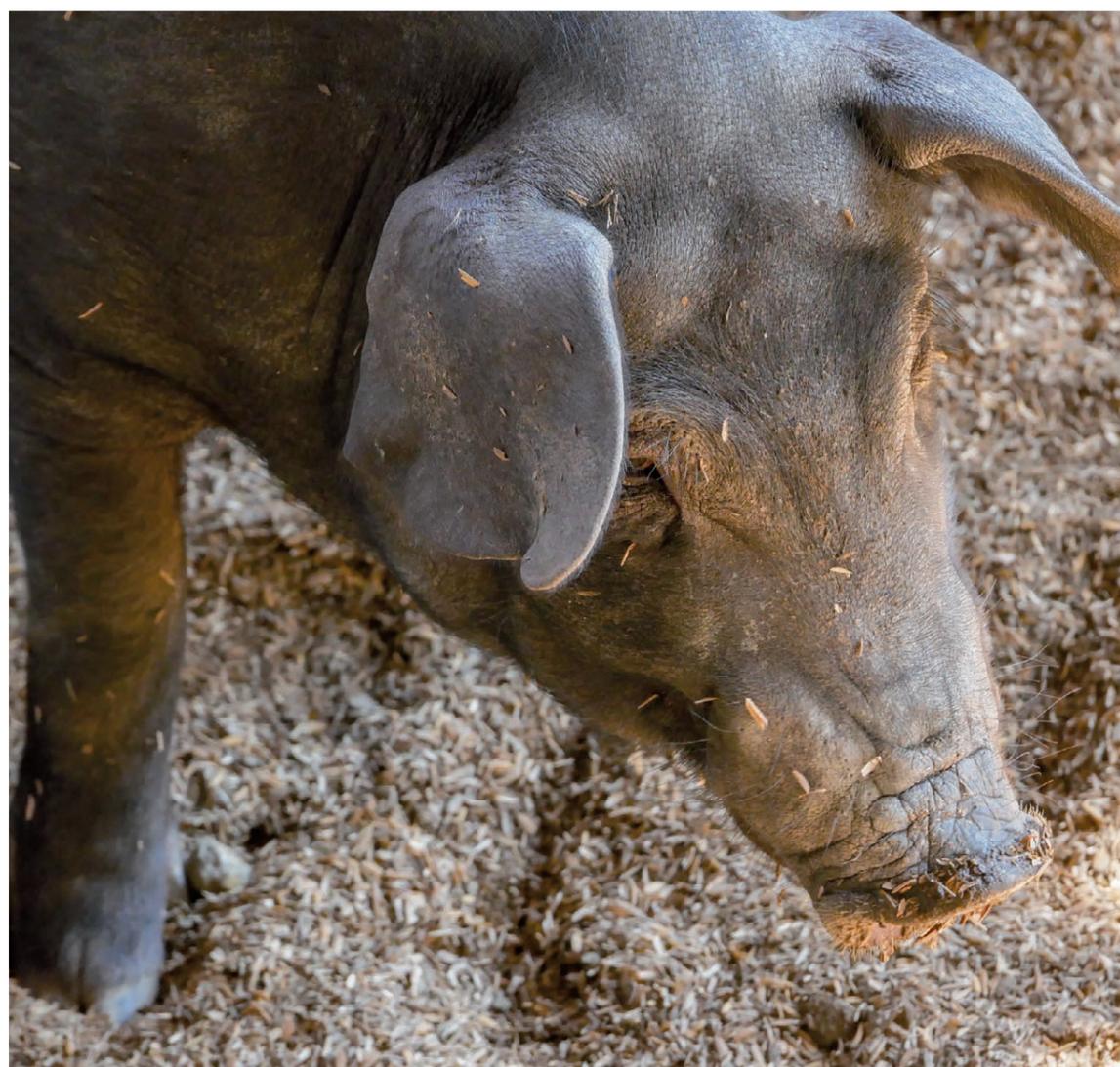
E col Coronavirus, come cambia il vostro mestiere?

Bisogna imparare a sorridere con gli occhi. Per me è fondamentale. Noi comunichiamo all'80% col corpo e col viso. Io ho sempre usato la mia espressione facciale per esprimere cordialità. Avere la mascherina in faccia è come essere un calciatore zoppo. Garrincha ci riuscì comunque, dobbiamo fare lo stesso. E' brutto non mostrare al cliente che ti fa piacere vederlo. Noi siciliani poi abbiamo un'espansività tutta nostra. Se il Coronavirus avesse avuto il primo focolaio in Sicilia, col modo di fare che abbiamo ci saremmo rovinati: se incontro un amico dopo due giorni ci bacciamo, vogliamo il contatto anche fisico.

Dopo le riaperture, che fanno i clienti?

Quelli che vanno al ristorante non sembrano avere psicosi da Covid. Sembrano rilassati, contenti. E non fanno nemmeno gli avvoltoi che spiano i tavoli altrui per guardare se c'è chi non porta la mascherina. Provano a godersela.

Tommaso Farina



SPECIALE SUINO BRADO E SEMI-BRADO

Allevamento all'aperto, benessere animale, alimentazione naturale ed equilibrata. Per ottenere salumi 'etici' e allo stesso tempo gustosi e prelibati.

Quante volte il mondo dell'allevamento dei suini è stato descritto come un sistema di sfruttamento e in condizioni igieniche precarie? Quante volte, nell'immaginario collettivo, l'allevamento è sinonimo di allevamento intensivo, con tutte le nefaste conseguenze del caso, le foto choc, le incursioni notturne, i racconti delle peggiori malefatte?

Realtà che certamente esistono, nessuno lo mette in dubbio. E però non rappresentano la totalità degli allevamenti. Mai come in questo caso, quindi, sarebbe sbagliato fare di tutta l'erba un fascio. Come dimostrano le storie e i prodotti che presentiamo in questo speciale, dedicato all'allevamento brado e semi-brado. Un allevamento all'aperto che garantisce il massimo in termini di benessere animale: i suini possono grufolare liberamente, cibarsi di prodotti naturali del sottobosco, e muoversi tranquillamente all'aria aperta. Una rivoluzione inimmaginabile solo fino a pochi

anni fa, spinta da un settore che vuole restare al passo coi tempi e intercettare le nuove esigenze del mercato. Una rivoluzione – fatto decisivo – con significative ricadute sulla qualità del prodotto finito: salumi prelibati, gustosi ed 'etici'. Che, non a caso, sono sempre più richiesti da buyer e consumatori.

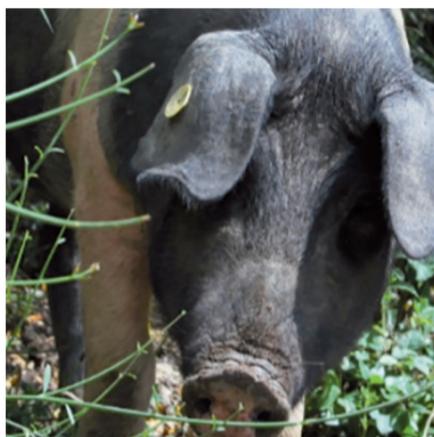
Referenze ancora di nicchia, per ora. Ci sta. Così come ci sta l'apprezzamento da parte del mercato italiano e, soprattutto, di quello estero. Proprio oltre i nostri confini, e penso in particolare al Nord Europa, la sensibilità per l'argomento è particolarmente spiccata e radicata. E dove, di conseguenza, c'è anche una maggiore propensione dei consumatori ad acquistare questa tipologia di salumi, che spaziano dai prosciutti ai salami, passando per coppe, pancette e altri prodotti. Tutti in formati diversi e adatti a ogni esigenza.

Federico Robbe

SALUMERIA
DI MONTE
SAN SAVINO

S

www.salumeriadimontesansavino.it



Si tratta di salumi provenienti da carne di Cinta Senese Dop, un'antica razza di suini autoctona della Toscana allevata allo stato semi-brado. Tra i nostri prodotti, troviamo il prosciutto crudo, il salame, la Finocchiona Igp, il lardo, il guanciale. Tutti questi salumi vengono prodotti con carne di Cinta Senese certificata Dop e confezionati inte-

ri, sottovuoto o in piccoli tranci.

La categoria incide ancora in modo marginale, la disponibilità di suini per anno è molto bassa, ma sta crescendo in modo interessante.

La referenza di punta è il prosciutto crudo da Cinta Senese Dop, ma una citazione speciale meritano anche la Finocchiona Igp e il guanciale.

PROSCIUTTO STAGIONATO DA CINTA SENESE DOP

Prosciutto crudo ottenuto da carne di Cinta Senese Dop. I suini vengono allevati allo stato semi-brado all'aperto per almeno 12 mesi con una alimentazione naturale nelle colline toscane. Allevato a bassa densità nel rispetto dell'ambiente e delle migliori condizioni di crescita e sviluppo.

Ingredienti

Coscia di suino Cinta Senese Dop, sale, aglio, pepe.

Peso medio/pezzature

Da circa 9/10 kg per il prodotto intero con osso a pesi inferiori per il disossato ed il metà sottovuoto.

Caratteristiche

La coscia viene salata a secco senza conservanti e stagionata lentamente. La carne di Cinta Senese ed il tipo di allevamento contribuiscono a rendere il prodotto molto aromatico con sentori di bosco, il grasso, di colore bianco, si

scioglie in bocca esaltando il gusto e l'aroma.

Confezionamento

Intero con osso, intero sottovuoto oppure metà sottovuoto.

Tempi di scadenza

Circa 12 mesi per il prodotto intero con osso e circa quattro mesi per le altre tipologie di confezionamento.

SALUMIFICIO
DEL VECCHIO

S

www.delvecchio.it

Le proposte dell'azienda si dividono in due segmenti: i salumi di Mora Romagnola (semi-brado) e quelli del Grigione di San Leo (brado). Per quanto riguarda i primi, fanno parte del Consorzio appoggiato dal Presidio Slow Food. Per quanto riguarda i secondi, in fase di test, si tratta di un maiale che è già certificato per il biologico.

I prodotti di punta sono il salame di Mora Romagnola e il prosciutto di Mora Romagnola, la cui carne mazzata permette di arrivare fino a quattro

anni di stagionatura, senza perdere in tenerezza.

Oltre all'indicazione di materia prima suino nero allevato allo stato brado e presidio Slow Food, ogni prodotto è dotato di un sigillo che ripropone il numero auricolare del suino e dal quale si risale a data di nascita e macellazione, nome dell'allevatore e alimentazione. I sigilli vengono gestiti dall'Anas (Associazione nazionale allevatori suini), che li concedono in numero limitato per ogni maiale effettivamente macellato.

SALAME DI MORA ROMAGNOLA

È un tipico salame romagnolo, il cui impasto è costituito da tutti i tagli del maiale opportunamente sgrassati. L'unico grasso è dato dal lardello cubettato, che quindi si presenta anche alla vista nettamente distinto dalla parte magra. La colorazione è rosso scuro, e anche quando supera i tre mesi di stagionatura, la carne si presenta morbida e fragrante.

Ingredienti

Carne suina, sale, pepe e nitrato.

Peso medio/pezzature

Circa 800 g.

Caratteristiche

È prodotto dai suini con età superiore ai 15 mesi e senza alimentazione Ogm. Nel processo di produzione sono vietati starter, microbici e anti-ossidanti.

Insaccato in budello naturale (gentile).

Confezionamento

Intero o tagliato a metà (in sottovuoto)

Tempi di scadenza

180 gg a temperatura ambiente (sottovuoto)



CENTRO CARNE

C

www.centrocarne.com

I salumi di Suino Nero d'Abruzzo sono il frutto di un progetto partito nel 2020. Riguarda l'inserimento all'interno degli allevamenti di Centro Carne, situati sull'Appennino abruzzese, della razza autoctona del suino nero, così da valorizzare il nostro territorio d'origine e far risaltare razze pregiate come questa.

Si tratta di prodotti di nicchia, che risultano dall'allevamento allo stato semi-brado di maiali di medie dimensioni, che si nutrono di ciò che la natura ha da offrirgli, soprattutto bacche, frutti di bosco e nocciole. Tutto ciò contribuisce alla formazione di una carne tenera, sapida e gustosa, con un particolare quantitativo di grasso che si scioglie in bocca.

L'offerta dei salumi è caratterizzata da nove prodotti: il Borbone, ossia un lonzino con lardo con e senza

cotenna; il guanciale; la lonza di capocollo legata a mano; il lardo; il salame tipo nostrano; la pancetta tesa; la ventricina (disponibile in vescica naturale, in budello e in barattolo da 300 grammi); la salsiccia sott'olio in barattolo. Tutti i prodotti sono frutto di una lavorazione artigianale, attenta e meticolosa, allineata con l'elevato pregio della materia prima utilizzata.

Nel portafoglio prodotti, quello di punta è rappresentato dal lonzardo, un lonzino con lardo con o senza cotenna, il cui nome 'Il Borbone' riassume tutta la sua maestosità, correlata però all'aspetto selvaggio delle modalità di allevamento, percepibili anche al gusto e all'olfatto. Un vero prodotto degno di un 'ricco banchetto' borbonico.

IL BORBONE CON COTENNA

Prodotto salato e stagionato a temperatura e umidità controllata ottenuto dalla lavorazione delle porzioni anatomiche muscolari di carne di suino nero d'Abruzzo comprese tra la sesta e la settima costola del carré, il lombo e la coda. Tale regione muscolare previo disosso viene rifilata per ottenere un prodotto che si presenta importante, con cotenna e caratteristico strato di grasso.

Ingredienti

Carne di suino Nero d'Abruzzo 95%, sale, aromi, spezie, destrosio, conservanti: E250, E252, Antiossidanti: E301.

Peso medio/pezzature

Intero stagionato 3,5 - 4 kg
Trancio sv 0,8 - 0,9 kg

Caratteristiche

Un lonzino con lardo e cotenna il cui nome racchiude tutta la sua maestosità. Si caratterizza per una grande quantità

di grasso dal sapore intenso, indistinguibile che si scioglie completamente in bocca. E' ideale poter gustare questo prodotto con una buona fetta di pane casereccio, il tutto accompagnato da un ottimo vino rosso, che corona questo perfetto banchetto stile borbonico.

Confezionamento

Confezionamento singolo a tranci sottovuoto di 0,8 kg circa e intero stagionato da 3,5 kg circa.



BRIZIO

B

www.briziosalumi.com

Vivono all'aperto, respirano aria pura. Pascolano tra macchie di vegetazione e sottobosco. Sono 'I Porci Comodi', la linea premium del salumificio Brizio proveniente da allevamenti all'aperto e tra i marchi più noti dell'azienda della bassa Valle Varaita (Cn), nata nel 1939.

'I Porci Comodi' sono realizzati utilizzando unicamente le carni dei suini che vengono allevati all'aperto nei boschi Valle Varaita. E' composta da tre pezzature di salame (300, 450, 800 grammi), quattro referenze di affettato in vaschetta (prosciutto cotto alta qualità, salame, pancetta e lonza stagionata), oltre a due precotti (Zampone e Cotechino) di altissima gamma e packaging dedicato.



SALAME FILZETTA 'I PORCI COMODI'

Salame insaccato in budello naturale tipo 'gentile', legato a mano e stagionato lentamente nelle nostre cantine. La materia prima è costituita dai nostri suini allevati all'aperto.

Ingredienti

Carne di suino, sale, destrosio, vino, spezie, antiossidante E301, conser-

vanti: E252-E250.

Peso medio/pezzature

300 g circa.

Caratteristiche

La caratteristica del prodotto è la tipologia di allevamento del suino utilizzato. Gli animali infatti sono liberi di scorrazzare fra macchie di vegetazione, prati assolati e boschi

ombreggiati. Donano carni sode e mature.

Confezionamento

Il salame viene fascettato con etichetta dedicata e, legato all'asola, un libricino di sei pagine con immagini e descrizione degli allevamenti.

Tempi di scadenza

180 gg dalla data di produzione.



SAN VINCENZO

S

www.sanvincenzosalumi.it

I prodotti di suino nero firmati San Vincenzo sono diversi: salsiccia, soppressata, 'nduja, guanciale, pancetta tesa, prosciutto crudo. Le referenze di punta sono la salsiccia e la soppressata.

SALSICCIA DI SUINO NERO PICCANTE

Il prodotto si ottiene dalle carni di suini neri (spalla, sotto-costola e lardo). Il tutto viene tritato a macinatura media e miscelati con altri ingredienti. L'impasto viene insaccato in budella naturali a catenella o dalla tipica forma ad 'U', successivamente forate. La stagionatura della salsiccia fatta in apposite celle ha la durata minima di 30 gg. Al taglio risulta a grana con il grasso ben distribuito di colore rosso e con intenso profumo.

Ingredienti

Carne di suino, peperoncino dolce calabrese (3%), sale, destrosio, saccarosio, antiossidante: E300; Conservanti: E252, E250. Senza Ogm.

Peso medio/pezzature

300 g.

Confezionamento

Sottovuoto

Tempi di scadenza

150 gg dalla data di confezionamento.

Conservare da +2° a +8°C.

Pre-affettato 60 gg



FILIERA MADEO

F

www.madeofood.com

La Filiera Madeo, nata dall'intuizione del giovane imprenditore Ernesto Madeo, nel corso degli anni '90 ha avviato un lungo percorso di recupero e selezione della genetica del Suino Nero di Calabria, che appartiene al gruppo delle razze suine autoctone italiane. Caratteristica distintiva dei prodotti di Suino Nero sono le materie prime di filiera. Il legame con il territorio di riferimento è fondamentale, un insieme di elementi concatenati traccia l'identità della Filiera attraverso una rete fatta di persone, territorio, sapori e tradizioni.

L'offerta dell'azienda nel segmento del 'free range' è ricca e articolata: troviamo carni fresche che si contraddistinguono per l'originale pigmento nero del suino (lavorazione brevettata

dalla Filiera Madeo), in vaschette skin mono- porzione o tagli anatomici in sottovuoto; preparati freschi, come: hamburger, polpette, salsiccia e precotti pronti al consumo. Nel comparto salumi, l'offerta comprende Prosciutto Crudo e NeroCotto, Capocollo, Fior di lardo, Salsiccia, Soppressata, Guanciale e Mortadella, disponibili nei formati da banco assistito, scatoline da libero servizio e affettati in vaschette.

La referenza di punta è certamente il Prosciutto crudo di Suino Nero, che insieme al NeroCotto, viene distribuito nel formato tradizionale per il taglio a coltello o in vaschetta preaffettata a temperatura positiva, con disposizione manuale.

NEROCOTTO PROSCIUTTO COTTO ALTA QUALITÀ DI SUINO NERO ITALIANO

Coscia lavorata in maniera artigianale, da Suino Nero Italiano allevato all'aperto in regime di benessere animale.

Ingredienti

Carne di Suino Nero di Calabria, sale rosa, miele, preparazioni naturali di erbe, spezie, piante aromatiche, vini marsala ambra se-

miseco Dop e Roero Aneis Docg, antiossidante: ascorbato di sodio, conservante: nitrito di sodio.

Peso medio/pezzature

Intero da banco gastronomia 6,5/7 kg, affettato in vaschetta da 85 g.

Caratteristiche

Ricco di Omega 3, 6 e 9; senza

glutine; senza derivati del latte; senza polifosfati aggiunti.

Confezionamento

Sottovuoto singolo, vaschetta pre-affettato.

Tempi di scadenza

Sottovuoto intero: tre mesi

Vaschetta pre-affettato: 30 giorni.



SALUMIFICIO PEVERI CARLO

S

www.salumificiopevericarlo.com



L'offerta di prodotti del Salumificio Peveri Carlo in questo segmento comprende: 'Grass pist' – paté di nero; salame di nero; coppa di nero; pancetta di nero; culatello di nero; goletta di nero; prosciutto di nero.

I prodotti di punta sono pancetta, salame e il paté Grass pist ('di pari passo').

PEVERI BLACK SALUMI DI SUINO NERO

Salumi ottenuti con carni di suino razza Nera Parmigiana che ha origini alla fine del 1400 e fa parte delle cosiddette razze iberiche. Allevato in ampie aree recintate, dove i boschi si alternano a qualche radura. L'allevamento al pascolo, con la particolare alimentazione che ne deriva, a base soprattutto di ghiande dolci delle querce, di tubero, radici e materiale organico del tappeto erboso, conferisce alle carni sapore e caratteristiche uniche. Le carni hanno qualità dietetiche superiori per l'alta

concentrazione di acidi grassi insaturi e il grasso meno consistente e più fluido risulta molto gradevole al palato. La migliore fluidità permette una più rapida diffusione delle spezie, assicurando al salume ottime caratteristiche aromatiche.

Caratteristiche carni

- 100% di suino nero di Parma, da allevamento brado in azienda agricola certificata biologica
- trasformazione artigianale
- pelli e budelli naturali e legati a mano

- stagionatura e invecchiamento in cantina interrata naturale senza forzature meccaniche

Confezionamento

Sottovuoto in trancio
Pre-affettato in vaschetta affettato e disposto a mano
Interi sottovuoto pronti per banco e ristorazione

Tempi di scadenza:

Sottovuoto 90 gg
Pre-affettato 60 gg

SALUMIFICIO I MALAFRONTI

S

www.imalafronte.it

I prodotti Malafronte nascono da una materia prima "nobile": suini allevati allo stato brado e senza l'uso di antibiotici. Si tratta di un incrocio tra cinta senese e suino normale. Vengono realizzati principalmente salame, e in quantità inferiori coppa, guancia, pancetta e salsiccia passita.

SALAME 'IL BRADO'

È prodotto da suini allevati allo stato brado, in regime di benessere animale e senza l'uso di antibiotici. Nel processo di lavorazione non vengono usati additivi chimici.

La stagionatura è di 50 gg.

Ingredienti

Carne suina, sale di Cervia, destrosio, aromi naturali.

Peso medio/pezzature

800 g per il banco, a metà confezionato in sottovuoto per il libero servizio.

Confezionamento

Intero con osso, intero sottovuoto oppure metà sottovuoto.

Tempi di scadenza

90 gg (sottovuoto).





**CASTELLO DELLA SALA
UMBRIA IGT CERVARO DELLA SALA 2018**

Il bianco più ricercato del mondo: così Wine-searcher.com definì il Cervaro della Sala, prodotto di punta della tenuta umbra di Marchesi Antinori. Lo Chardonnay concepito dall'enologo Riccardo Cotarella nel 2018 ha potuto beneficiare di un'annata tendenzialmente fresca com'è stata la 2018. Il risultato è un vino bianco di classe, imperioso e ricco, ma mai a spese dell'eleganza necessaria a una beva gradevole. Al naso esprime note leggermente tostate, accompagnate da aromi di agrumi e di frutti esotici e leggerissime sensazioni burrose. Al palato esprime un'ottima sapidità e freschezza, con sentori di camomilla, frutta bianca e pietra focaia, corroborati da una piacevole persistenza e profondità gustativa. Come sempre nel caso del Cervaro, si tratta di una bottiglia molto vocata all'invecchiamento.

www.antinori.it

**CÀ DEI FRATI
BROLETTINO LUGANA DOC**

Il Brolettino di Cà dei Frati, a ben ragione, può facilmente definirsi come una delle bottiglie iconiche della denominazione Lugana, il cui successo degli ultimi anni è assai aumentato. Il trebbiano di Lugana, detto localmente turbiana, è la sola e unica uva alla base di questo bianco grintoso e solenne insieme, adattissimo al pesce di lago anche in carpione, e a molti piatti di pesce. Nell'annata 2018, l'ormai tipica bottiglia pesante contiene un nettare color giallo oro intenso, nel cui profumo a prevalere sono fragranze di frutta gialla e polposa, come la pesca, l'albicocca e l'ananas. In bocca, malgrado il corpo e la morbidezza, c'è un tocco vivo di acidità che movimentata il sorso. Un esempio di affinamento in barrique molto ben riuscito, a cui seguono tre mesi di affinamento in bottiglia prima della vendita.

www.cadeifrati.it



**MARISA CUOMO
COSTA D'AMALFI FURORE BIANCO DOC FIORDUVA 2018**

Nasce tutto da uve autoctone uno dei bianchi fermi più particolari e intriganti d'Italia. Stiamo parlando del Fiorduva che Marisa Cuomo e Andrea Ferraioli producono a Furore (Salerno), a partire dai vigneti strapiombanti e spettacolari della Costiera Amalfitana. Fenile, ginestra e ripoli: questi i nomi dei vitigni che entrano nel Fiorduva, combinati con la consueta sapienza da Luigi Moio, un nome di prestigio dell'enologia campana. Questo bianco da sempre si contraddistingue per il suo carattere mediterraneo, floreale nei suoi richiami di ginestra (il fiore stavolta) che ben si sposano al fruttato classico nei vini bianchi di un certo peso. Al gusto è morbido, denso e caratterizzato da una importante persistenza aromatica di albicocca secca, uva passa e canditi. Un vino bianco che pensa all'antica ma è pienamente moderno.

www.marisacuomo.com



**NINO NEGRI
ALPI RETICHE IGT
CA' BRIONE 2018**

Dalla Valtellina, terra di vini rossi a base nebbiolo, arriva un bianco d'eccezione. La prima annata di Ca' Brione è datata 1986. Da allora, questo blend di chardonnay, sauvignon e chiavennasca (nome locale dell'amato nebbiolo, che dunque entra anche in questo vino) ha consolidato il suo indice di gradimento un po' dappertutto. Le uve vengono dal cru aziendale di Fracia, situato tra Chiuro e Teglio (Sondrio). Chi conosce l'evoluzione di questo vino negli anni apprezzerà un 2018 di particolare nitidezza, evidente nel colore paglierino intenso, nei profumi di sambuco e frutta esotica, e in un gusto persistente e caldo, capace di fargli sostenere anche piatti a base di carne bianca, o pesci salsati come il baccalà alla vicentina. Un bianco lombardo sicuramente da conoscere anche fuori dalla zona di produzione.

www.gruppoitalianovini.it



**FALKENSTEIN
ALTO ADIGE VALLE VENOSTA
RIESLING DOC ALTE REBE 2016**

Alte Rebe, ossia Vecchia Vigna. E Falkenstein, che in italiano significa rocca del falco. Proprio un falco compare sulle etichette dei vini che da 400 anni vengono prodotti in valle Venosta dalla famiglia Pratzner, di cui Franz è l'attuale erede. La valle Venosta, nel comprensorio altoatesino, è forse la zona più vocata al vitigno riesling, di cui è degna rappresentante questa selezione, affinata in botti d'acacia, come talvolta si usa da queste parti. La caratteristica del Riesling venostano, e specialmente di questa selezione Alte Rebe di Franz Pratzner, è il profumo di sedano, fresco e croccante. Un vino diritto, non troppo espansivo ma di una finezza senza pari, espressione di una cultura vinicola plurisecolare e capace di sfidare il nuovo millennio con la forza di una tradizione sempre valida. Bottiglia con tappo a vite.

www.falkenstein.bz



**DONNAFUGATA
ETNA ROSATO DOC SUL
VULCANO 2019**

Sul Vulcano: così si chiama la nuova linea che Donnafugata, storica azienda di Marsala (Trapani), ha deciso di dedicare alla sua collezione di vini dell'Etna, zona da qualche anno sulla bocca di tutti e di grandissimo successo commerciale. La prima annata della versione Etna rosato è stata la 2018. Ora siamo in commercio con un 2019 che si presenta con un colore rosa confetto piuttosto chiaro e trasparente. Dal bicchiere arrivano delicati sentori floreali (glicine) accompagnati da piacevoli note fruttate di susina e pompelmo rosa. All'assaggio, spicca per freschezza e raffinata mineralità, evidenziando con sicurezza il carattere territoriale. La vinificazione utilizza uve nerello mascalese in purezza, come vogliono il disciplinare e la tradizione. I vigneti sono ubicati sul versante nord del vulcano etneo.

www.donnafugata.it



**DI MAJO NORANTE
TERRE DEGLI OSCII IGT ROSATO
MOLI 2018**

Alessio Di Majo Norante, patriarca dell'enologia molisana, è il continuatore di una dinastia la cui vocazione alla vite e al vino è testimoniata fin dal 1800, come dimostrano le cantine sotto la piazza e nel vecchio palazzo di famiglia a Campomarino (Campobasso). Quest'azienda, che ha fatto molto per salvaguardare il patrimonio vinicolo tradizionale del Molise, dice la sua anche nel campo dei vini in rosa con il Moli Rosato, a base di montepulciano (in prevalenza) e aglianico. Il colore tradisce subito la provenienza mediterranea, essendo di un rosa carico corallino e invitante. Il profumo ai cordiali toni fruttati vede unirsi qualche guizzo speziato, mentre il sapore ha l'apertura e la robusta freschezza dei grandi vini rosati. Gli abbinamenti ideali sono con carni bianche e primi salsati al pomodoro.

www.dimajonorante.com



**MICHELE CALÒ
SALENTO ROSATO IGP CERASA 2018**

Si richiama anche nel nome alle ciliegie questo magnifico rosato pugliese, nato dalla caparbietà della famiglia Calò a Tuglie (Lecce), nel cuore di una delle terre più vocate per il vino in rosa. Prodotto in circa 10mila bottiglie, viene da un 100% di uve negroamaro, il vitigno principe del Salento, stavolta senza il saldo, usuale nella zona, della malvasia nera. Il colore è un corallo carico brillante, preludio a un naso fragrante di piccoli frutti rossi e caramella inglese. In bocca scorre fresco, corroborante ma largo di spalla, tanto che può costituire un abbinamento eccellente a piatti di pesce di un certo impegno, come il sempre problematico brodetto alla vastese. Un'altra scommessa vinta per un'azienda che nel panorama vitivinicolo regionale dice la sua con grinta fin dal 1954.

www.michelecalo.it



**CASTELNOVO GIANCARLO
FRANCIACORTA ROSÉ DOCG**

La passione di Giancarlo Castelnovo per il vino della sua terra si è concretizzata con la fondazione della sua azienda a Rodengo Saiano (Brescia) nel 2000. In vent'anni, i vini di Castelnovo si sono attirati una nicchia di accaniti consumatori, che ne apprezzano la pulizia e la sottile personalità. Ciò vale anche per il Franciacorta Docg Rosé, molto tipico, realizzato con un 90% di pinot nero e un 10% di chardonnay, come quasi sempre in questi casi. I caratteri olfattivi, oltre a tocchi di lievito, propongono profumi di ribes e lampone. In bocca, il fine perlage predispone a una beva travolgente, idonea tanto a un brindisi quanto a un aperitivo, ma versatile al punto da consentire un abbinamento a tutto pasto. Una scelta diversa e poco conosciuta in un comprensorio che riserva sempre più sorprese interessanti.

www.castelnovogiancarlo.com

**COSTARIPA
VALTENESI DOC ROSAMARA 2018**

La Doc Valtenesi, istituita nel 2011, riunisce i vini prodotti nell'omonimo comprensorio prospiciente la sponda bresciana del lago di Garda. Valtenesi è soprattutto sinonimo di un vino rosato, il Chiaretto, nato oltre un secolo fa dall'intuizione del senatore Pompeo Molmenti. Mattia Vezzola, alla testa della sua azienda Costaripa, di questa tipologia è uno dei più convinti assertori, e lo dimostra con un Rosamara 2018 che è un inno alla tipicità. Le uve sono le classiche del Chiaretto: groppello gentile, marzemino, sangiovese e barbera da vigne di 25 anni vendemmiate a mano. Il risultato è un vino color rosa pallido e profumo corrispondente, di fiori bianchi con cenni agrumati. In bocca procede di pari passo, con una chiusa ammandorlata e austera. Un rosato da non perdere.

www.costaripa.it





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 Montevecchio

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