

# Ristorazione & Ospitalità



Organo ufficiale dell'AMIRA  
Associazione Maîtres Italiani Ristoranti e Alberghi

Anno 45 - Numero 10  
Ottobre 2021

## L'AMIRA vola alto con le Frecce Tricolori

All'interno:

- Il marchio "ONLY ITALIA" per salvare i veri prodotti di casa nostra
- Prošek e Prosecco, facciamo chiarezza
- La funzione del sommelier
- Cosa è l'ampelografia
- Alla scoperta della cucina ceca

AL SERVIZIO DELLA RISTORAZIONE

# PREGIS®

## Da Oggi VI RAGGIUNGIAMO in TUTTA ITALIA

Professionisti nel settore  
del FOOD SERVICE  
da **60** anni



[www.pregis.it](http://www.pregis.it)



FILIALI PREGIS S.P.A.



TRANSIT POINT



NUOVA FILIALE  
Sant'Omero (TE)



Riva del Garda (TN)



San Bonifacio (VR)



Galliate (NO)



Chiesina Uzzanese (PT)



Cesena (FC)



San Vito al Torre (UD)



Sant'Omero (TE)

RIVA DEL GARDA (TN)

Sede legale/Unità locale

Via S. Andrea, 61 - Loc. Fangolino  
38066 Riva del Garda (TN)

Tel. 0464 551487  
info@pregis.it

SAN BONIFACIO (VR)

Unità locale

Località Albaron  
37047 San Bonifacio (VR)

Tel. 045 7665555  
info.vr@pregis.it

GALLIATE (NO)

Unità locale

Via Giulio Natta, 6  
28066 Galliate (NO)

Tel. 0321 806776  
info.no@pregis.it

CHIESINA UZZANESE (PT)

Unità locale

Via del Lavoro, 29/41  
51013 Chiesina Uzzanese (PT)

Tel. 0572 411538  
info.pt@pregis.it

CESENA (FC)

Unità locale

Via dell'Artigianato, 345  
47521 Cesena (FC)

Tel. 0547 301750  
info.fc@pregis.it

SAN VITO AL TORRE (UD)

Unità locale

Via Remis, 33  
33050 San Vito al Torre (UD)

Tel. 0432 836343  
info.ud@pregis.it

SANT'OMERO (TE)

Unità locale

Via Guglielmo Marconi,  
64027 Sant'Omero (TE)

Tel. 0861 1828129  
info.te@pregis.it



AL SERVIZIO DELLA RISTORAZIONE

**PREGIS**<sup>®</sup>

## VISION

Guardiamo al futuro con passione e concretezza, perseguendo i valori che da sempre contraddistinguono la nostra realtà aziendale, attiva nell'offrire nuove soluzioni e nuove proposte per il settore Ho.Re.Ca. Il nostro carattere concreto e dinamico rappresenta la giusta risposta alle esigenze del mondo del Food Service.

## MISSION

Radicati saldamente nella tradizione, ci proiettiamo verso nuove sfide con il solo scopo ed obiettivo di garantire a tutta la nostra clientela un servizio sicuro, puntuale, di qualità ed una consulenza affidabile e competente.



UNA  
STAGIONE  
A PIENO  
RITMO



# Ristorazione & Ospitalità



Anno 45 n° 10  
Ottobre 2021

Rivista di alimentazione,  
gastronomia, enologia e turismo

**EDITORE AMIRA**  
Associazione Maîtres Italiati  
Ristoranti e Alberghi

**DIRETTORE RESPONSABILE**  
Diodato Buonora  
dbuonora@libero.it

**DIRETTORE EDITORIALE**  
Valerio Beltrami

**GRAFICA E IMPAGINAZIONE**  
Veronica Gatta

**CONTRIBUTI EDITORIALI**  
Valerio Beltrami, Diodato Buonora,  
Marisa Conte, Marco Contursi,  
Lorenzo Demarco, Mario Di Cristina,  
Harry Di Prisco, Giovanni Favuzzi,  
Enrik Gjoka, Adriano Guerri,  
Valentina Iatesta, Rodolfo Introzzi,  
Gabriele Massa, Fabio Pinto,  
Michele Policelli, Edoardo Raspelli,  
Claudio Recchia, Antonino Reginella,  
Antonio Rotondaro, Luca Stroppa.

**SITO UFFICIALE**  
www.amira.it

**FILO DIRETTO CON AMIRA**  
Tel. 02 49458768  
dalle 9 alle 12  
dal lunedì al venerdì  
info@amira.it  
sedelegale@amira.it

**REGISTRAZIONE TRIBUNALE**  
n. 16754 del 26 marzo 1977

## Sommario



### L'EDITORIALE

**6** L'accoglienza dell'ospite diversamente  
abile - Antonio Rotondaro

### ATTUALITÀ

**8** L'Amira "vola alto" al 60° Anniversario  
delle Frece Tricolori - Lorenzo Demarco

### ATTUALITÀ

**10** Prošek e Prosecco, facciamo chiarezza  
Diodato Buonora

### ATTUALITÀ

**11** Il marchio "Only Italia" per salvare i veri  
prodotti di casa nostra - Edoardo Raspelli

### ATTUALITÀ

**14** La funzione del Sommelier nel contesto  
economico e di gestione di una struttura ricettiva  
Gabriele Massa

### ATTUALITÀ

**17** Sito web e social media, strumenti per la  
ripartenza del locale - Valerio Beltrami

### ATTUALITÀ

**18** Come (ri)conquistare il cliente? Ecco i 4  
fattori che contano in sala - Enrik Gjoka

### CUCINA SENZA FRONTIERE

**22** Andiamo a Praga, alla scoperta della  
cucina Ceca - Harry Di Prisco

### CULTURA DEL SOMMELIER

**24** Cosa è l'ampelografia?  
Luca Stroppa



# Sommario



## LE NOSTRE DOCG

**26** Una perla enologica italiana, la Vernaccia di Serrapetrona - Adriano Guerri

## VINI DAL MONDO

**27** Vini interessanti dal Lussemburgo, Belgio e Olanda - Rodolfo Introzzi

## IL MAESTRO

**29** Il Gran Maestro Luigi Del Zotto si racconta... - Claudio Recchia

## ALLA SCOPERTA DEI NOSTRI FORMAGGI

**31** La Lombardia (2<sup>a</sup> parte) - Michele Policelli

## STORIE DI BIRRA

**34** Dal Piemonte, una scelta di birre ampia e variegata - Marisa Conte

## PER SAPERNE DI PIÙ

**36** Il vino novello, sinonimo di autunno - Valentina Iatesta

## ALIMENTAZIONE E NUTRIZIONE

**38** Molluschi e crostacei, affinità e differenze - Giovanni Favuzzi

## L'ANGOLO BAR

**40** Cuba Libre... al grido di "Por Cuba Libre"- Fabio Pinto

## DISTINTI SALUMI

**42** La soppressata, il più famoso salume del Sud - Marco Contursi

## R. & O. 30 ANNI FA

**44** Ristorazione & Ospitalità di ottobre 1991 - Diodato Buonora

## A-Z / DIZIONARIETTO PER GLI ADDETTI

## AL SERVIZIO DI SALA/BAR

**45** <sup>9</sup>/Marsala - Mise en place - Antonino Reginella e Mario Di Cristina

# L'accoglienza dell'ospite diversamente abile



**T**roppi ristoratori italiani non hanno ancora affrontato la questione degli ospiti disabili e quindi prendiamo in esame questa tipologia di clientela che rappresenta, solo in Italia, una quota di clienti potenziali estremamente interessante. Ancor prima di valutare i servizi che bisogna offrire loro, occorre comportarsi con la massima naturalezza e semplicità in modo che l'ospite si senta come a casa sua e, soprattutto, che viene riconosciuto come ospite e non come disabile. Per accogliere al meglio questi ospiti occorre avere alcune accortezze: in primo luogo, è fondamentale far sì che questi ospiti trovino un ambiente a loro familiare e con personale disponibile. Mai avere atteggiamenti curiosi o fare domande indelicate; per il servizio meglio scegliere sempre il cameriere più sensibile alla tematica, il più sorridente,

quello che non è curioso né invadente. Occorre infatti tenere sempre presente che si tratta di un cliente come tutti gli altri. Mai trattarli come persone diverse e se non possono mangiare alcune cose certamente ci avviano loro, come fanno tutti i clienti che sono allergici o semplicemente vogliono evitare alcuni ingredienti. Il dialogo, come l'atteggiamento con loro deve essere assolutamente normale. Non bisogna dimenticare che la disabilità porta questi ospiti a essere limitati in alcuni movimenti. Va sempre tenuto a mente che non sono solo gli accorgimenti "tecnici" a far sì che questo cliente speciale decida di privilegiare un ristorante a un altro. Ciò che fa la differenza è, come sempre, la capacità empatica delle risorse umane impiegate al ristorante e i servizi. Qualche attenzione in più, se si propone il servizio a buffet, sarebbe

necessario. Ad esempio, dedicare un cameriere all'ospite disabile nel caso lui stesso chieda di essere servito. Sentendosi coccolato, sarà anche stimolato a tornare e a farne segnalazione nei siti di riferimento. Quello di cui c'è più bisogno è molto buon senso e altrettanto rispetto. Anche l'A.M.I.R.A. è molto sensibile a queste persone e, infatti, in questi anni ha istituito un concorso (l'ultimo ad ottobre 2019 tenutosi a Siracusa) per giovani diversamente abili che lavorano nel mondo della ristorazione. Un'iniziativa per valorizzare nella maniera migliore il ruolo di questi ragazzi speciali che un giorno possono svolgere questo lavoro. Noi crediamo nelle grandi potenzialità di questi ragazzi che sono alla ricerca di un'opportunità per mettere a frutto le loro abilità.

*Antonio Rotondaro*  
*Vicepresidente Nazionale*  
*Amira*





**CHEF  
CRISTIAN  
TORSIELLO.**

**PAESTUM, CILENTO, SUD-ITALY.**



**[WWW.OSTERIAARBUSTICO.IT](http://WWW.OSTERIAARBUSTICO.IT)**





*I soci Amira presenti all'evento*

## L'Amira "vola alto" al 60° Anniversario delle Freccce Tricolori

**N**el suggestivo scenario della Base Militare dell'Aeronautica di Rivolto (UD), tra i profumi naturali dei boschi circostanti, non ancora contaminati dai materiali delle moderne industrie, tra il verde e l'aria salubre che infondono tranquillità, unitamente alla piacevole presenza di una fauna che rappresenta i prodotti tipici del suddetto territorio, si è tenuto, nei giorni 18 e 19 settembre, il "60° Anniversario delle Freccce Tricolori".

Le modalità di svolgimento dell'evento sono state scrupolosamente in linea con le indicazioni delle autorità governative per il contenimento della diffusione del virus. Rispetto ad eventi simili svolti in passato, in questa occasione, la partecipazione del pubblico è stata considerevolmente limitata e garantita unicamente dopo aver completato la procedura online di registrazione necessaria per il rilascio del QR code d'ingresso.

Alla kermesse ha parteci-

pato, alla direzione ed organizzazione dei servizi di sala bar, la nostra Associazione A.M.I.R.A. in collaborazione con la consorella A.B.I. Professional, entrambe facente parte di SOLIDUS, la confederazione delle associazioni di professioni dell'accoglienza alberghiera turistica e ristorazione.

Hanno presenziato all'evento, il Presidente Nazionale dell'AMIRA Valerio Beltrami; il Fiduciario della sezione AMIRA di Udine, Nunzio Buglione; il Fidu-





*I soci Amira con i piloti delle Freccie Tricolore*

ciario AMIRA della sezione Verona - Lago di Garda, Angelo Insogna; il socio effettivo Marino Falasco e infine i due organizzatori: il Capo Barman-Maître Angelo Boscolo (segretario della sezione AMIRA Veneto C.E.) insieme ad una equipe di Barman, e il Vicepresidente, nonché Fiduciario della sezione AMIRA Veneto C.E., Lorenzo Demarco.

È stata una giornata molto intensa sul lato umano e professionale, vista la presenza di ospiti d'eccezione, come il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, la Presidente del Senato Maria Elisabetta Alberti Casellati, il Ministro della Difesa Lorenzo Guerrini e il Capo di Stato Maggiore dell'Aeronautica Militare Generale Alberto Rosso.

È stato svolto un servizio molto professionale, tanto che gli ospiti hanno fatto molti elogi, notando la professionalità e la cura dei dettagli nell'elegante salone che era stato allestito in occasione dell'evento. Ancora una volta, tutti compatti, i soci Amira si sono distinti per la loro eleganza e la loro professionalità. Un ringraziamento va a tutti coloro che si sono adoperati per rendere questo evento al di sopra delle aspettative.

Questo il menu che è stato servito:

## Antipasti

- Sformatino alle erbe e formadi frant
- Speck di Sauris Selezione Speciale

*Vino abbinato: Kremaun metodo classico, Cantina Produttori di Cormons*

\*\*\*

## Primi

- Gnocchi di zucca con crema al Montasio
- Risottino con i funghi porcini

*Vino abbinato: Pinot Grigio, Az. Agr. Gelisi Antonio*

\*\*\*

## Secondo

- Scalzato di vitello con spadellata di verdure

*Vino abbinato: Rosso Mandarino, Az. Agr. Gelisi Antonio*

\*\*\*

## Dolce

- Strudel di mele
- Caffè e Strucchi



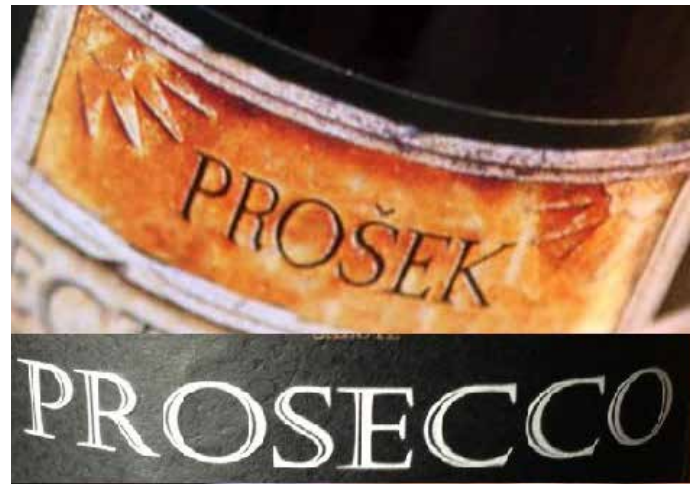
*Il Presidente Valerio Beltrami si prepara per "farci volare"*

# Prošek e Prosecco, facciamo chiarezza

di *Diodato Buonora*

**L**e riviste del settore e le tv, in questi giorni, stanno parlando del caso “Prošek (croato) e Prosecco”, molto simile a quello del Tocai friulano e del Tokaji ungherese. Ricordiamo che dal 2008, i friulani e i veneti hanno dovuto rinunciare al nome Tocai per uno dei loro vini di punta prodotto da secoli con l’omonimo vitigno. Questo perché gli ungheresi, grazie alla Corte di Giustizia Europea, hanno fatto vietare questo nome, molto simile al loro Tokaji. L’ex Tocai (friulano e veneto) è un vino bianco secco, giallo paglierino con riflessi verdolini, fruttato, fresco e sapido e come dicevamo sopra, ottenuto dall’omonimo vitigno. Il Tokaji ungherese, invece, è un vino dolce botritizzato ottenuto dai vitigni Furmint, Hârzevelu e Muscat. Quindi, la decisione della Corte di Giustizia Europea è stata, secondo me, un grande abbaglio. I due vini, anche se con il nome simile (ma non uguale) sono due prodotti completamente diversi e non c’era nessun motivo di vietarne il nome. Oggi, il Tocai italiano si chiama “Friulano” nel Friuli Venezia Giulia e “Tai” nel Veneto.

È attuale, invece, la notizia che la Croazia ha chiesto alla Commissione Europea il riconoscimento dell’indicazione geografica protetta di un vino chiamato “Prošek”. Detto così, sembra un chiaro intento di abuso per sfruttare il nome del nostro Prosecco (veneto e friulano) che riscuote grandi successi in tutto il mondo. Tutti sappiamo che il nostro prosecco, ottenuto da uve Glera, è un vino dop veneto e friulano e può essere spumante, frizzante o bianco fermo.



Facendo un’attenta ricerca, ho scoperto che il Prošek croato, prodotto fin dall’antichità, è un vino dolce che entra nella categoria dei vini da dessert. È prodotto con le uve appassite di vitigni autoctoni croati a bacca bianca come: rukatac, vugava, pošip, malvasia istriana, malvasia di Dubrovnik, lasina, babiċ, galica o plavac mali. Per la sua straordinaria dolcezza, accompagna splendidamente le specialità dolciarie e, talvolta, ne prende addirittura il posto a fine pasto. È un vino molto noto in alcune zone della Dalmazia, nella parte orientale della Croazia, la regione che si affaccia sul Mar Adriatico. Quindi, il Prosecco italiano non ha nulla da temere dall’omonimo croato che in realtà è un vino completamente diverso che ha la sua storia millenaria. Invece, gli italiani fanno bene a lamentarsi dei tanti prodotti che hanno il chiaro intento di imitare il nostro prosecco e vengono commercializzati in Europa con i nomi: Kressecco, Consecco, Crisecco, Meersecco, Semisecco o il Rich Prosecco che due anni fa era commercializzato in lattine!



*Insufficienti i simboli europei per identificare e difendere le grandi specialità del Tricolore*

## Il marchio “Only Italia” per salvare i veri prodotti di casa nostra



di Edoardo Raspelli

**Bresaola della Valtellina, Lardo di Colonnata, Speck dell’Alto Adige  
(e tanti altri) hanno disciplinari da rivedere**

**L**a pulce nell’orecchio me la mise (tanti anni fa, non so nemmeno quanti) un grande, caro amico, uno di quelli cui si deve la grandezza attuale del vino italiano nel mondo, Giorgio Grai, nome e cognome italiano ma inflessione e lavori a Bolzano, compreso un celebre bar. Con colui che sarebbe riuscito addirittura a fare un vino con il suo nome in Francia, in Alsazia (come riuscire a vendere frigoriferi agli esquimesi al Polo Nord !!!) stavo passeggiando in quel paradiso terrestre che è l’Alpe di Siusi. Estasiato gli dissi: “Oltre a queste bellezze voi avete anche tante bontà, caro Giorgio. Avete anche lo speck dell’Alto Adige!”. Giorgio Grai mi guardò e, con affettuoso compatimento mi disse: “Scusa, Edoardo, ma dove li vedi i maiali qui, da noi, in Alto Adige...a parte noi tedeschi...?!”.



*La copertina del Raspelli Magazine di settembre*

Mi aprì gli occhi su quella che era ed è la realtà. In Europa esistono le bandiere della D.O.P. (Denominazione d’Origine Protetta) e della I.G.P. (Indicazione Geografica Protetta). In Italia si sono aggiunte sigle che non sono riconosciute ma soltanto tollerate da Bruxelles: i PAT

(Prodotti Agroalimentari Tradizionali) e le De.Co. (Denominazioni Comunali). Dei PAT anni fa, assieme, tra gli altri, a Gianfranco Vissani, feci parte dei consulenti di un paio di Ministri, ma non avevamo alcuna voce in capitolo e, difatti, tra i Prodotti ci sono anche dei biscotti... Le De.Co. sono piccole realtà che valorizzano le produzioni locali, ma la mia (e la vostra) attenzione deve riguardare le prime due sigle, in particolare la I.G.P. Le D.O.P., se vogliamo, qualità a parte, esigono che ogni fase della produzione sia di casa nostra, anche se le piccole dimensioni dell’agricoltura italiana costringono a maglie larghe: il Prosciutto di Parma e di San Daniele, tanto per fare due esempi a caso, possono essere fatti con maiali nati, allevati e macellati in tutta l’Italia settentrionale (tranne la Liguria), in tutta l’Italia

## Attualità

Centrale ed in una regione meridionale, il Molise.

Ma tant'è! Leggendo i disciplinari delle I.G.P., invece, ci sono sorprese: per lo Speck dell'Alto Adige, ad esempio, si parla di cosce fresche, ma che vengano dall'Ungheria o da Bolzano, per la legge italiana è la stessa cosa...

Nel solo territorio di Colonnata, frazione alpina del comune di Carrara, si può preparare il lardo omonimo, ma trovatemelo voi un maiale, le cui carni infatti, come per gran parte degli otto prosciutti crudi italiani a D.O.P., possono venire da mezza Italia.

Ancora peggio per la bresaola della Valtellina. In effetti, alcuni anni fa la Coldiretti con Ettore Prandini lanciò il progetto di una specialità creata solo con tradizionali bovini della provincia di Sondrio e qualcosa è arrivata anche nei supermercati, ma il disciplinare ha maglie non larghe ma larghissime.

Non obbliga una data tipologia di carne (fresca, congelata o surgelata, per il disciplinare sono la stessa cosa); si parla di "bovini" in chiave generica (e sono bovini il bue, il manzo, il vitello, la vacca...ma anche il bufalo,



*Anche per la Bresaola della Valtellina è da rivedere il disciplinare*

il bisonte, il bocerco, l'anoa e lo zebù e, difatti, la Bresaola della Valtellina viene fatta nella stragrande maggioranza dei casi con carne congelata di zebù che arriva dall'Argentina o dal Brasile (e proprio aziende sudamericane hanno comperato negli anni le aziende ed i marchi di casa nostra). Per avere la targa "della Valtellina" bastano poi anche solo tre settimane di stagionatura in una

qualunque località di tutta la provincia di Sondrio. E questi sono soltanto alcuni esempi.

Ed a questo punto, che fare?! Bisogna creare un marchio in più, un altro segno distintivo che vada applicato a tutti quei prodotti (anche non targati con le bandiere dell'Europa) che vengano fatti con la grandissima o almeno la gran parte di "materiale" nato, allevato o coltivato nel nostro Paese. Un marchio che integri il Tricolore o la parola Italia e che sia comprensibile a tutti, anche a chi, come me, non conosce l'inglese. Che ne dite di: ONLY ITALIA?!

*Dal: Raspelli Magazine di settembre 2021*



**Massimo Pisciotta**  
Food and Beverage Manager

1, 8, 15 e 29 novembre 2021  
5ª Edizione del Corso in

**APPROCCIOALFBM**  
*Il controllo di gestione in chiave Pop*

4 incontri - 30 ore c. ca  
Teoria - Pratica - Esercitazioni - Sinergie - Confronti  
Docenti qualificati

Per info  
[massimopisciotta@hotmail.it](mailto:massimopisciotta@hotmail.it)  
WhatsApp 3347623834  
[facebook.com/MASSIMOPISCIOTTAFBM](https://www.facebook.com/MASSIMOPISCIOTTAFBM)



# Creartistic

PRODUZIONE PENTOLE IN RAME

*Artigiani del rame dal 1988*



**Per informazioni e ordini:**  
**Giovannangelo Pappagallo**  
**+39 335 5814 480**  
[\*\*pappaljon@libero.it\*\*](mailto:pappaljon@libero.it)

***Via Nazionale, 24***  
***38087 Sella Giudicarie***  
***(Trento)***

**Responsabile Commerciale**  
**Angelo Insogna**

# La funzione del Sommelier nel contesto economico e di gestione di una struttura ricettiva, Winebar, Ristoranti, Alberghi, Enotecche



a cura di *Gabriele Massa*  
*F&B Manager e Master*  
*Sommelier Isola di Capri*

**P**roprio ieri pensavo che, dal 2001 ad oggi, nei miei corsi di formazione di Sommelier, tra Capri (dove sono stato docente, segretario, tesoriere, consigliere e delegato) e, attualmente, Avellino e Salerno (dove sono il direttore dei corsi, relatore e docente) ho diplomato, con i 20 dell'ultimo corso, circa 171 SOMMELIER...! Ricordo con tanto piacere l'amore e la passione che ho sempre messo a disposizione dei miei alunni, affinché potessero avere il meglio, sia come docenti, che come vini e cibo da degustare, ai corsi. Mi sono sempre adoperato per ottenere l'eccellenza, sia a Capri, la mia stupenda isola, che ad Avellino e Salerno, e non per ultimo nel Cilento, stupende realtà campane.

Ho notato che, a differenza dei tempi passati, oggi i rapporti notoriamente poco collaborativi tra personale di sala e cucina si sono appia-



*Per un sommelier è importante  
la gestione della cantina*

nati (ricordo dei funesti litigi tra chefs e maître...). Sin dall'inizio della mia carriera mi sono ripromesso che, quando sarei diventato anch'io un caposervizio, mai mi sarei comportato così...! Oggi, finalmente, grazie al grado di cultura che entrambi i settori hanno raggiunto,

lasciando da una parte merito-crazie o partitismi di settore e creando un sistema di sinergie che si sono sviluppate e consolidate nel tempo, il rapporto cucina/sala dà solo valore aggiunto in termini etici ed economici, affinché in momenti così delicati, le strutture ricettive ed alberghiere possano contrastare una crisi generale tangibile e preoccupante che investe la piccola pensione, l'antica osteria, il ristorante classico o lo stellato in egual modo. Quindi, la figura del Sommelier gioca un ruolo basilare e molto importante.

In questi ultimi 40 anni la Sommellerie ha fatto passi da gigante, costretta suo malgrado ad assumere una forma poliedrica in quanto il mercato del vino è stato ed è in continuo movimento, condizionando con la forza delle vendite anche alcuni principi su cui il Sommelier basava il suo lavoro.

La valorizzazione dei vitigni



autoctoni, il loro essere vinificati in purezza o in uvaggio, lo sviluppo della tecnologia in cantina e le tendenze di mercato lo hanno fatto, appunto, diventare il centro di un sistema di difficile gestione.

Basta pensare a non più di 10 anni or sono, quando la barrique, da strumento ottimale per la valorizzazione di un vino di pregio soprattutto a livello olfattivo, è diventata strumento per proporre al mercato dei vini che definirei "Ruffiani", proprio per il loro presentarsi alla vista accattivanti e all'olfatto piacevoli, per scoprire poi che al gusto erano una vera catastrofe per mancanza di elementi portanti sotto l'aspetto strutturale proprio del vino. La globalizzazione della cucina è dovuta soprattutto ad un fattore di immigrazione. Molte etnie si sono insediate stabilmente in Italia con la propria cultura e le proprie tradizioni, compresa quella culinaria. Questo ha portato alla comparsa di figure professionali di cucina che adottano metodologie di lavorazione diversa dalla nostra e offrono gusti differenti.

Queste nuove figure entrano nel mercato del lavoro grazie anche a delle agevolazioni previste in sede di contratti nazionali di lavoro fra categorie o di categoria, o grazie a sgravi fiscali che si possono ricevere a fronte di assunzioni di questo genere. Molti di loro, infatti, propongono la cucina del loro paese in alternativa a quella locale, de-

stando curiosità nel cliente e quindi creando nuovi potenziali fruitori di detti servizi. La loro presenza porta alla conoscenza di nuovi prodotti alimentari che in un recente passato venivano ricondotti a particolarità, estrosità, talvolta esotiche e che oggi sono diventati quotidianità. Infine, anche la mancanza a livello di inquadramento sindacale della figura professionale del Sommelier nei contratti nazionali di lavoro fra categorie o di categoria, non aiuta lo sviluppo della figura professionale.



*Il sommelier è un ambasciatore del vino*

Non dobbiamo dimenticare di un altro fattore che la globalizzazione ha inserito ed è quello relativo al fatto che molte più persone per fini commerciali e turistici frequentano il nostro paese. Noi addetti alla ristorazione

lo sappiamo bene e mettiamo a disposizione dei nostri clienti piatti "dedicati" alla loro tradizione culinaria.

A Capri in special modo... ma come in tante altre località turistiche, con l'arrivo di tantissimi clienti di tutto il mondo, americani soprattutto, molti piatti della loro tradizione sono stati inseriti nei nostri Menù (Caesar Salad, Club Sandwich, Fettucine Alfredo ...ecc.).

Bastano questi pochi punti per capire quanto la figura del Sommelier professionista sia molto importante in questo momento.

Ho sempre sostenuto che alla fine di un corso di formazione per Sommelier, un partecipante abbia appreso i rudimenti del mestiere, ma non la capacità di convincere un cliente ad aprire una bottiglia di vino da abbinare ad un determinato piatto.

Quest'ultima, infatti, passa inevitabilmente attraverso la continua ricerca di nuovi prodotti e nuove emozioni degustative, tra cui lo studio, le conoscenze di metodologie di cottura, la conoscenza delle materie prime (compreso il vino). Perché solo attraverso la qualità degli ingredienti di un piatto, si può arrivare a proporre degli abbinamenti personali e professionali. La differenza la fa la "particolarità" di saper cogliere le suggestioni che il piatto evoca, da contrapporre o uniformare alle sfumature olfattive di un vino bianco, rosso o rosé, di uno spumante, di un pas-

# Attualità

sito...o un ottimo champagne...!

Penso ad un piatto con delle componenti a base di burro tostato da abbinare alla fragranza di un Franciacorta, evidenziando la nocciola e la crosta di pane o il lievito. Oppure cogliere la complessità di una riduzione in cottura per esaltare l'equilibrio gustativo di un grande rosso dove, grazie alla grande scuola enologica, l'Italia non è seconda a nessuno. Penso ai grandi brasati al Barolo o al Brunello e al nostro Taurasi che esaltano anche i territori di appartenenza.

Oggi il Sommelier deve essere capace di vendere il territorio dove opera a 360°, coinvolgendo il suo interlocutore in un viaggio alla scoperta della propria terra, dei suoi prodotti e della sua cultura e tradizione.

Esiste anche una realtà oggettiva di questa figura ed è la realtà economica a cui abbiamo accennato all'inizio e, cioè, che il Sommelier attuale deve essere, sì poliedrico, ma anche Manager.

Deve avere le capacità di gestire una cantina che può impegnare cifre importanti. Deve capire la necessità di avere nella sua carta dei vini molte etichette non blasonate perché saranno quelle che lo porteranno a raggiungere budget economici importanti per la gestione totale della struttura. Deve saper ruotare la cantina ed evitare scorte che alla lunga diventerebbero non produttive.

In conclusione, deve lavorare su vini da proporre

perché, in fondo, tutti sono capaci di vendere grandi etichette.

La capacità di un bravo Sommelier è quella di convincere il commensale che la scelta fatta insieme, sia un momento importante per



*Un vino va spiegato e abbinato con maestria*

scoprire valori e tradizioni di un territorio.

Questa figura del Sommelier è altresì importante per la comunicazione. Può avvenire sia attraverso i suoi gesti, sia attraverso il suo bagaglio professionale e la sua grande esperienza, come l'accoglienza in sala, la mise en place o la scelta di un bicchiere e la temperatura di servizio (per me molto importante!!!).

Un servizio di classe sarà in piena simbiosi con un piatto ben elaborato e ben presentato. La sua gestualità nel servizio farà di una semplice serata una serata Specia-

le. Noi SOMMELIER PROFESSIONISTI... coscienti di tutto ciò, ci adoperiamo per concretizzare il lavoro di tutti questi attori... attraverso la formazione, la specializzazione e il servizio corretto e professionale del vino.

Noi Master Sommelier non abbiamo mai tralasciato l'eleganza nel servire. Già la nostra divisa ne è l'esempio. Il nostro smoking o il nostro grembiule fungono da elemento distintivo e di classe in qualsiasi sala lo si voglia collocare, da quella del ristorante a quella del grande albergo o grande location.

La gestualità misurata, mai espansiva ed invadente verso il cliente, la discrezione nell'approcciarsi al cliente nel proporre il vino ideale al piatto scelto e, soprattutto, l'educazione ed il decoro di chi, consapevole del proprio ruolo, resta a disposizione dei collaboratori, capace di ascoltare e poi proporre qualità, innovazione o confermare abitudini e tradizioni regionali, nazionali e internazionali, sono tutte grandi qualità di un bravo ed esperto sommelier.

È questo il sommelier che vogliamo. È questa fantastica figura in sala che spinge la mia persona... alla continua ricerca di traguardi ambiziosi da raggiungere....

Sempre con umiltà, passione, amore, volontà, sacrificio ed esperienza... che ogni giorno fanno di un normale Sommelier... un SOMMELIER .... "davvero speciale".

# Sito web e social media, strumenti per la ripartenza del locale



di Valerio Beltrami

**Nella fase di ricostruzione dopo i devastanti effetti della pandemia, le attività ricettive devono curare i dettagli, a cominciare da una comunicazione efficace che passa dal mondo del web**

**B**isogna riprogrammare tutto dopo la pandemia. Servono capacità, idee innovative, coraggio, ma soprattutto tanto ottimismo. Il coronavirus ha cambiato le abitudini, le percezioni e i comportamenti di consumo delle persone. Le priorità ora sono diverse e in parte da ricostruire. È fondamentale capire e individuare i desideri attuali della clientela. A questo scopo i social media possono rivelarsi uno strumento prezioso. Cercare di fidelizzare una nuova clientela unita agli "habitué" sarebbe il massimo incremento. È emerso da una ricerca che i clienti fedeli spendono il 60% in più rispetto ai nuovi avventori. Disporre di un buon sito web, semplice da usare e soprattutto contenente tutte le notizie per i clienti, può sembrare banale ma spesso è di fondamentale importanza. Le foto e i video, l'orario di apertura, l'indirizzo, le e-mail, il numero telefonico e il menu del ristorante

completano la conoscenza esaustiva del locale. Ovviamente la casella di posta elettronica andrà monitorata giornalmente, in modo da inviare risposte rapide e tempestive. Le attività che già faticavano prima del Coronavirus hanno ora la possibilità di mettersi in discussione e pianificare il rilancio. Un consiglio molto importan-

te: evitiamo di fare paragoni con gli incassi del passato. Oggi si riparte come dopo una guerra, cioè da zero. Certo, costerà fatica e gli sforzi non saranno subito ripagati, ma come dice Robert Collier: «Il successo è la somma di piccoli sforzi ripetuti giorno dopo giorno».

*Da: Italia a Tavola*





# Come (ri)conquistare il cliente? Ecco i 4 fattori che contano in sala



di Enrik Gjoka

**Dopo la crisi causata dalla pandemia, la ristorazione ha di fronte a sé la ripresa. Ma serve convincere il cliente dal punto di vista culturale, psicologico, personale e sociale**

**N**el corso degli ultimi anni il comparto della ristorazione ha subito un processo di globalizzazione, il quale andrà ad intensificarsi nel prossimo futuro. Ciò implica un mercato altamente concorrenziale con imprese in continua competizione per la propria quota di mercato. Per aggiudicarsi queste quote, le aziende investono in ricerca al fine di individuare che cosa i clienti vogliono acquistare, quali sono gli elementi di servizio importanti per loro, come acquistano e perché. Le decisioni e le scelte d'acquisto del consumatore, secondo Philip Kotler (uno dei massimi esperti mondiali nell'ambito del management e del marketing), sono fortemente condizionate da fattori culturali, sociali, personali e psicologici (Kotler et al., 2003).

## I fattori culturali

La cultura è il fattore principale nel determinare i bisogni percepiti dal consumatore e dei comportamenti che ne conseguono. Comprende i valori fondamentali, le percezioni, i desideri e i comportamenti che una persona assimila facendo parte di una determinata società e si manifesta tramite elementi tangibili come il cibo, l'abbigliamento, l'arte, ecc.

Intendere il comportamento del consumatore da questo punto di vista è un'impresa alquanto difficile, poiché la cultura si adatta al cambiamento del contesto sociale in modo dinamico. Diventa imperativo monitorare in continuazione questi cambiamenti culturali,



*Per conquistare il cliente, serve conoscerlo*

al fine di adattare i prodotti e servizi alla domanda. Il cambiamento culturale che ha condotto a una maggiore attenzione nei confronti della salute e della forma fisica, per esempio, ha portato le aziende ristorative a modificare le proposte dei propri menu, proponendo piatti più sani e più naturali.

Ogni cultura (Kotler et al., 2003) include al suo interno delle subculture, cioè gruppi di persone che condividono sistemi di valori basati su esperienze e situazioni di vita comuni. Le subculture sono definite secondo la nazionalità, la religione, il gruppo etnico o la regione geografica di provenienza. Queste subculture costituiscono importanti segmenti di mercato, e ciò richiede prodotti e servizi ritagliati

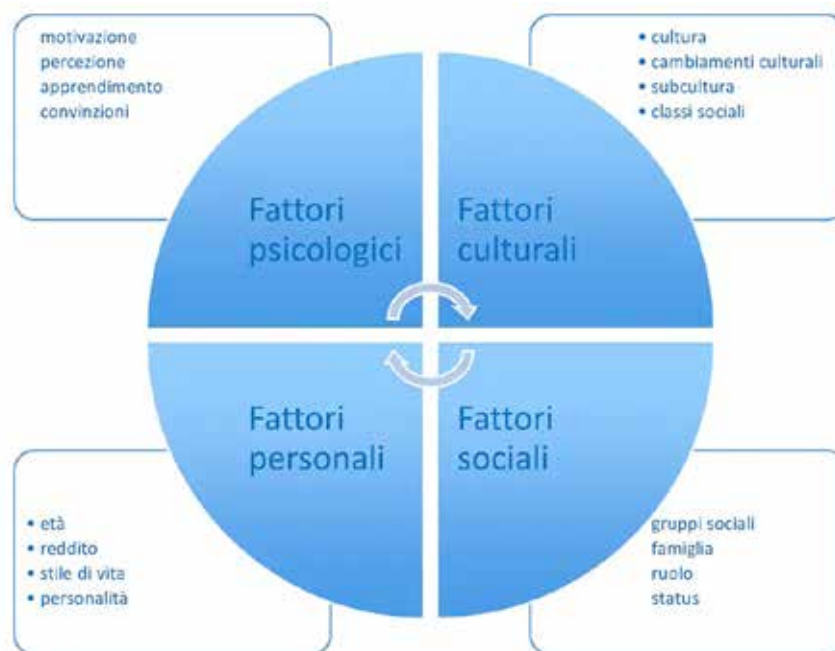
sulle necessità di questi gruppi. Lo stesso ragionamento si estende alla segmentazione per classi sociali poiché le persone appartenenti a una data classe sociale tendono ad avere costumi e atteggiamenti simili, anche nel comportamento d'acquisto.

### I fattori sociali

Fattori quali i gruppi, la famiglia, i ruoli sociali e lo status influenzano sensibilmente il comportamento dei consumatori. I gruppi sociali che meritano una particolare attenzione sono i seguenti:

- i gruppi di appartenenza (che includono la famiglia, gli amici, i vicini di casa, i colleghi di lavoro, le organizzazioni religiose, le associazioni professionali e i sindacati) hanno un'influenza diretta sui comportamenti e sugli atteggiamenti dei consumatori;
- i gruppi di riferimento, i quali fungono da punti di confronto nella formazione degli atteggiamenti del consumatore;
- i gruppi di aspirazione, ovvero quelli di riferimento a cui aspirano, dei quali non fanno parte, ma ai quali vorrebbero appartenere.

Per le aziende ristorative è essenziale riconoscere il gruppo sociale del proprio target di mercato, poiché questo condiziona la formazione degli atteggiamenti del consumatore attraverso comportamenti e stili di vita, creando pressioni alla conformità. Tali pressioni influenzano direttamente o indirettamente le scelte di prodotto, di servi-



*I fattori che spingono il cliente*

zio o di location.

Fra i fattori sociali, la famiglia appare quello più incisivo, in quanto all'interno di essa si hanno interazioni continue e di carattere informale. Tali rapporti consentono ai membri della famiglia del consumatore di esercitare una forte influenza sul comportamento d'acquisto.

Il consumatore, facendo parte di molti gruppi sociali nel corso della propria esistenza, determina la sua posizione all'interno di ciascuno di loro in termini di ruolo e status. Il ruolo, inteso come l'insieme di comportamenti attesi, degli obblighi e delle aspettative che convergono sul consumatore, influenza notevolmente il comportamento d'acquisto. Il cliente che cena con la propria famiglia, per esempio, si comporta diversamente quando cena con i colleghi di lavoro o con i compagni della

squadra di calcio.

Ciascun ruolo è connesso a uno status, il quale fa riferimento al livello e alle caratteristiche della stima attribuita a un dato ruolo nella società. Gli individui scelgono i prodotti che riflettono il loro status all'interno della società. Ciò spiega il valore sproporzionato attribuito a prodotti e servizi che vengono identificati come status symbol, in quanto ostentano l'appartenenza a un determinato status sociale.

### I fattori personali

Il comportamento d'acquisto dei consumatori viene influenzato costantemente dalle caratteristiche personali come l'età, il reddito, lo stile di vita, la personalità, ecc. I tipi di beni e servizi che i consumatori acquistano durante il corso della loro vita dipendono dall'età e dagli stadi del



*La psicologia del menu, cosa ci spinge a ordinare al ristorante*

ciclo di vita familiare. Definire i segmenti della clientela in termini di ciclo di vita aiuta a sviluppare servizi appropriati per i segmenti ambiti per la propria azienda di ristorazione. La situazione economica del consumatore influenza e vincola la scelta e la decisione di acquistare un particolare bene o servizio. Studiare l'andamento dei redditi personali e dei risparmi è fondamentale per adattare l'offerta di prodotti e servizi al cambiamento delle condizioni economiche. Lo stile di vita e la personalità, in quanto caratteristiche distintive del consumatore, sono utili nell'analisi dei comportamenti di consumo e quando emerge la necessità di ridisegnare o ridefinire il prodotto e il servizio.

## **I fattori psicologici**

I principali fattori psicologici che incidono sulle scelte del consumatore sono la motivazione, la percezione, l'apprendimento, le convinzioni e gli atteggiamenti, fattori fortemente legati tra di loro.

Negli anni sono state sviluppate diverse teorie che spiegano la motivazione umana, le più conosciute delle quali sono le teorie di Maslow e di Herzberg. Secondo queste teorie l'individuo ha diversi bisogni, i quali si trasformano in un motivo solo quando raggiungono un livello di intensità tale da indurre l'individuo ad agire. Il modo in cui tale individuo agisce viene influenzato dalla propria percezione della situazione. Nella stessa situazione, due

persone con la stessa motivazione potrebbero agire in modi differenti in base alle diverse percezioni dello stesso contesto.

Quando si agisce si genera un apprendimento, inteso come cambiamento del comportamento causato dall'esperienza. Mentre il consumatore sperimenta un servizio, apprende informazioni su di esso e, in base a quanto appreso, sviluppa convinzioni e atteggiamenti che influenzano il comportamento d'acquisto. Le convinzioni in base alle quali agiscono i consumatori influiscono sensibilmente sui ricavi delle aziende del settore ristorativo. Queste aziende sono particolarmente vincolate agli atteggiamenti dei consumatori, atteggiamenti che durano tutta la vita e che derivano dalle esperienze positive o negative vissute nell'arco della propria esistenza. Le imprese del comparto ristorativo possono trarre benefici significativi dalla compressione dei fattori psicologici che influenzano il comportamento d'acquisto dei consumatori, modificando di conseguenza il loro posizionamento nel mercato e i servizi offerti.

*Da: Italia a Tavola*

**Italia a Tavola**  
NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE





APPRODO RESORT  
THALASSO SPA

Scegli la tua esperienza di  
**BENESSERE**

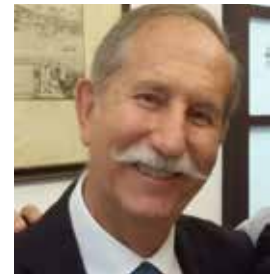
Via Porto, 84048 - Castellabate (SA)  
Tel:0974 966001 | info@lapprodo.it  
[www.approdothalassospa.com](http://www.approdothalassospa.com)

SEGUICI SU



CILENTO

# Andiamo a Praga, alla scoperta della cucina Ceca



di Harry Di Prisco

**L**a Repubblica Ceca è il paradiso dei gourmet e ovviamente la birra non è tutto. La cucina locale forse è un poco pesante, ma come resistere, tanto per la dieta c'è sempre tempo. Si inizia con la zuppa del giorno, la più famosa è quella con i canederli. Le specialità più ricercate invece sono il lombo di manzo alla panna e la carne di maiale arrosto. La cucina ceca è stata influenzata dai vari popoli con cui è venuta in contatto nel corso dei secoli. I piatti più conosciuti sono il gulasch (spezzatino, meno piccante che in Ungheria), il filetto di manzo con canederli (svíčková) o l'anatra arro-



*La cattedrale di San Vito a Praga*



*La zuppa servita nel pane*

sto con i crauti. La carne affumicata spesso è servita come antipasto. Il piatto di carne più diffuso è il maiale arrosto (vepřové), con contorni di crauti e gnocchi di pane o patate. Un piatto molto particolare è il formaggio fritto. Le porzioni nei ristoranti sono sempre abbondanti e i prezzi sono davvero molto bassi, una cena a base di carne e birra costerà alla fine quanto da noi una pizza. La cucina ceca non è molto nota, tranne ovviamente il prosciutto di Praga e la birra, quella di qualità migliore è di Pilsen. Si dice che la

birra di Pilsen sia il vero tesoro del Paese, ma in ogni regione della Boemia e della Moravia si trovano birre eccellenti e dal gusto originale.

Da chiarire inoltre che, come in Russia, non conoscono quella che noi chiamiamo "insalata russa", così i praguesi per il loro prosciutto non danno un appellativo preciso, anche se ottimo.

La cucina ceca nasconde in sé specialità come l'arrosto di maiale con canederli di diversi tipi e crauti, ma anche cialde di patate con spezie fritte nello strutto





*Lo stinco di maiale cotto sulla brace*

o canederli alla ricotta ripieni di frutta e cosparsi di burro fuso. Tra i piatti interessanti della cucina ceca ci sono anche piatti a base di verdure e legumi, carne di coniglio o selvaggina. Tra le specialità ceche figurano anche piatti senza carne, piatti dalla preparazione complessa, ma anche piatti che si possono facilmente replicare a casa per tutta la famiglia. Da non dimenticare le ottime salse e le zuppe. Si vanno diffondendo anche piatti vegetariani, vegan o per celiaci. Ottimi i piatti a base di pesce fresco d'acqua dolce.

E i dolci tradizionali? I dolci come i buchteln ripieni di powidl e le crostate, che i Cechi amano così tanto. I più diffusi sono le palačinky, che sono delle crepes ripiene di marmellata o cioccolato ricoperte di gelato e panna montata. Ol-

tre lo strudel di mele tipico del Trentino - Alto Adige e dell'Austria, anche se le sue origini sembrano risalire ai turchi - sono da assaporare le torte eccellenti, come quella al miele con noci (medovník); canederli alla frutta; i tubetti di Hořice, che sono cialde arrotolate ripiene di cre-

ma; il pan di zenzero dolce di Pardubice, la cui ricetta è addirittura secolare; le orecchie di Štramberk, dal sapore speziato. Quello che viene detto manicotto, venduto per la strada, invece non è un prodotto tipico. Da non dimenticare i liquori: l'Idromele, che si ottiene facendo fermentare il miele nell'acqua; lo Slivovitz, un'acquavite ricavata dalla fermentazione delle prugne; e il più tipico di tutti, la Becherovka, un liquore con gradazione alcolica del 38,5 %, prodotto con l'acqua termale di Karlovy Vary, risale al 1807. La ricetta originale è un segreto di famiglia. Preparata a base di erbe, è un digestivo, ma è ottimo anche per curare il mal di gola o il raffreddore. Come souvenir si possono acquistare le tradizionali cialde termali tipiche (lázeňské oplatky).



*Lo strudel di mele*



# Cosa è l'ampelografia?



di Luca Stoppa

Consultando qualsiasi disciplinare di produzione di una Denominazione italiana l'articolo numero 2 è sempre dedicato alla base ampelografica dei suoi vini. Ma cosa s'intende con questa espressione? Che cos'è l'ampelografia? Cosa studia?

## Ampelografia: Significato e Storia

Per comprendere il significato di "ampelografia" dobbiamo risalire alla sua etimologia. La nostra parola deriva dal greco "ampelos", ovvero "vite", e "grafia", che può essere tradotto con "descrizione". L'ampelografia è quella disciplina che analizza e studia, identifica e distingue, descrive e classifica le varietà di vitigni sulla base di determinati criteri. In sostanza, si occupa di mettere ordine nel ricco e variegato mondo dei vitigni.

Per rispondere alla domanda con cui abbiamo iniziato il nostro articolo, quando nel disciplinare di produzione trovi l'espressione "base ampelografica", ci si riferisce ai vitigni principali dalle cui uve si ottengono i vini che possono fregiarsi di una Denominazione.

L'ampelografia è una scienza recente. Nasce e si afferma nel corso dell'Ottocento grazie ad alcuni autorevoli studiosi, dal francese Odart, che ne è considerato il fondatore, agli italiani Giuseppe di Rovasenda, Girolamo Molon, Giorgio Galesio e Giuseppe Acerbi, animati dalla volontà di giungere a una catalogazione delle varietà delle uve da vino. Un'impresa non certo semplice data la necessità di confrontarsi con un numero notevole di esemplari, tra parentele, mutazioni genetiche e incroci più o meno spontanei. A tal proposito, già nel I° secolo a.C., Virgilio sosteneva che "le varietà della vite sono tanto numerose come i granelli di sabbia del deserto libico."

L'obiettivo degli ampelografi non era e non è solo principalmente teorico. Al contrario, l'in-



tento era ed è quello di conoscere e distinguere i vari vitigni per individuare quelli migliori per produrre vini di qualità, evitando vinificazioni a partire da uve non note o poco indicate per questo scopo.

Convinto dell'importanza di questa disciplina, già nel 1872, il Governo italiano decise di investire per arrivare a definire l'Ampelografia Generale Italiana. Un progetto che, però, fu interrotto sul finire del secolo, con l'avvento della fillossera della vite, che spinse le nostre Istituzioni a dirottare i fondi a favore di una viticoltura provata e quasi distrutta dal "nemico della vite".

Intanto, tra il 1901 e il 1910 viene pubblicato "Ampélographie - Traité général de viticulture" di Viala e Vermorel, ancora oggi considerato il testo di riferimento della disciplina.

Nel corso del Novecento, l'ampelografia ha compiuto passi importanti grazie al progresso delle tecnologie e della scienza e all'istituzione di organismi e commissioni di carattere mondiale pensate per arrivare a redigere un catalogo dei vitigni presenti nei vari Paesi, fino all'istituzione di Registri Nazionali e Regionali delle varietà delle uve da vino. Ma non è tutto rose e fiori, soprattutto ai giorni nostri, perché la mancanza di fondi e risorse impedisce la creazione di una collezione che riesca a catalogare tutte le varietà

e non consente un continuo confronto tra gli scienziati con il rischio di perdere qualche pezzo del nostro puzzle “ampelografico”.

### **Ampelografia Tradizionale e Ampelografia Molecolare**

Per giungere al riconoscimento delle diverse varietà, l'ampelografia classica o tradizionale si basava sull'analisi delle caratteristiche morfologiche della vite, in termini di dimensioni, struttura, forma, colore etc. delle varie parti che la compongono. In sostanza, il ricercatore si occupava di esaminare le varie proprietà “fisiche” della pianta, come la forma delle foglie, la forma e la consistenza delle bacche, le dimensioni del grappolo e tante altre, per poi individuare la varietà in oggetto.

Per facilitare l'identificazione e standardizzare i criteri di riconoscimento, nel corso del tempo, sono stati definiti dei descrittori ampelografici, ovvero l'insieme delle caratteristiche morfologiche da considerare al momento dell'analisi, e sono state redatte delle schede dettagliate che riportano una descrizione completa delle proprietà dei vari vitigni e delle loro parti.

Il progresso e l'evoluzione della scienza hanno portato alla nascita di un nuovo approccio, moderno e in grado di integrare o sostituire quello tradizionale. Da diversi anni a questa parte si parla, infatti, di ampelografia molecolare, basata sull'analisi del DNA. Devi sapere che, uno dei vantaggi di questa pratica sta nel fatto che il DNA è uguale in tutte le cellule delle varie parti della vite e in esso sono



racchiuse tutte le informazioni sulle caratteristiche della pianta. Questo significa che estraendo il materiale genetico da una delle parti che compone la vite (foglie, bacche, tralci ...) è possibile procedere al riconoscimento. In particolare, è l'analisi molecolare di partico-

lari marcatori, cioè determinate porzioni di DNA, a consentire l'identificazione delle varietà di vite.

*Da: Wineshop.it*



 **Alessia Pianta**

**WWW.ALESSIAPIANTA.COM**

**IL PRIMO E-COMMERS CREATO PER LA FORNITURA**

**A 360° DEL SETTORE ALBERGHIERO**



+39 3280790234 [info@alessiapianta.com](mailto:info@alessiapianta.com)



Le nostre Docg

# Una perla enologica italiana, la Vernaccia di Serrapetrona



a cura di *Adriano Guerri*

**S**errapetrona è un piccolo e grazioso borgo, posto nell'entroterra maceratese, nella splendida regione Marche, ad un'altitudine di 500 metri s.l.m. Un comune di poco più di 900 anime, immerso nel verde e circondato da vigneti e bellissimi boschi. La pace in questo splendido lembo di terra regna sovrana. A Serrapetrona viene prodotto un vino particolare, la Vernaccia di Serrapetrona che dal 2004 è stata riconosciuta con la Docg. Oltre a Serrapetrona, dal quale prende il nome, il vino può essere prodotto anche nei comuni di Belforte del Chienti e San Severino Marche. Una bollicina italiana ottenuta da un vitigno autoctono a bacca nera, quale la Vernaccia nera. La più piccola Docg italiana, che si estende su poche decine di ettari vitati.

La Vernaccia di Serrapetrona è un vino spumante rosso naturale, che si può ottenere interamente con l'omonimo vitigno, tuttavia, anche con minimo l'85% dal vitigno Vernaccia nera ed il restante 15% da Sangiovese, Montepulciano o Ciliegiole. L'uva migliore viene disposta in apposite stanze affinché appassisca, il resto viene pigiato al momento della raccolta ed inserito in fermenti d'acciaio per la prima fermentazione. Dopo circa due/tre mesi anche l'uva passita viene pigiata e lasciata fermentare (seconda fermentazione). Le due parti, parzialmente fermentate, vengono infine unite ed inserite in autoclave affinché avvenga la terza fermentazione. L'ambiente a tenuta stagna permette che durante il processo di rifermentazione e presa di spuma, non si disperdano anidride carbonica, profumi, aromi e fragranza naturali. Il risultato è un vino dalla spuma a grana fine, dal perlage sottile e persistente, dal colore rosso con riflessi che vanno dal granato al rubino. Un vino dal profumo intenso ed aromatico di frutta rossa del sottobosco, di confettura e spe-



zie. Può essere ottenuto nelle tipologie secco e dolce. La Vernaccia di Serrapetrona Docg viene immessa sul mercato un anno e mezzo dopo la vendemmia. Una perla enologica italiana che ben si accompagna con molte preparazioni culinarie del territorio, in funzione alla tipologia, nella versione dolce con dessert, crostate di frutta e piccola pasticceria secca, nella versione secca con tutti i tipi di salumi e formaggi, sia freschi che stagionati. Oltre alla pregiata bollicina, viene prodotto anche un vino rosso fermo, contraddistinto dalla menzione Doc. Alcuni dei produttori, tra i quali ho avuto la possibilità di degustare i loro vini, sono Terre di Serrapetrona, che ho visitato personalmente, Quacquareni e Colleluce.



# Vini interessanti dal Lussemburgo, Belgio e Olanda



di Rodolfo Introzzi

**N**ella parte orientale del Lussemburgo, il fiume Mosella per 42 km crea il confine naturale con la Germania, formando la cosiddetta Strada del Vino, particolarmente famosa per la produzione del Riesling. Le vigne sono poste a ridosso del fiume su pendenze mozzafiato, creando un paesaggio molto suggestivo, punteggiato da località incantevoli ed antichi castelli. Protetta dai venti e con un clima relativamente mite, è una regione dalla lunga tradizione vinicola; i Galli prima ed i Romani dopo, hanno coltivato la vite in questo territorio fatto di colline e dolci pendii. Si contano nove vitigni tipici: Elbling, Rivaner, Auxerrois, Pinot Gris, Pinot Blanc, Pinot Noir, Riesling, Chardonnay e Gewürztraminer. Consistente è anche la produzione di spumanti, fra cui i prestigiosi Crémants (gli spumanti metodo classico prodotti in Francia fuori dalla regione della Champagne in 7 regioni tra cui Alsazia, Borgogna, Lorena e anche in Lussemburgo), ottenuti dalla spumantizzazione di Pinot Blanc, Riesling, Chardonnay, Pinot Noir e Pinot Gris.

Fra i borghi vitati bisogna ricordare Schengen, in prossimità del confine con Francia e Germania. Deve la sua notorietà allo storico accordo del 1985 sul superamento delle barriere alle frontiere, in seguito integrato nel quadro istituzionale e giuridico dell'Unione europea.

In questo piccolo comune sulle rive della Mosella, ogni terza domenica di ottobre prende vita la Hunnefeier, "festa del gallo", che rivisita la tradizionale festa di fine vendemmia, in quanto qui era comune legare un gallo vivo al termine dei filari di viti, come premio per il lavoratore che per primo

terminava di raccogliere l'uva.

La produzione di vino in Lussemburgo è dominata da una serie di cooperative vinicole. Le cooperative di Greiveldange, Grevenmacher, Remerschen, Stadtbredimus e Wellenstein acquistano i loro vini da oltre 800 ettari di vigneti (quasi i due terzi della superficie vitata del Lussemburgo) e vendono i loro vini con il nome comune di "Vinsmoselle". Inoltre, gestiscono un impianto di spumantizzazione a Wormeldange.

Il Fiederwäissen è un vino fresco fatto di uve vendemmiate precocemente e fermentato solo per un paio di settimane. Il suo nome significa "piuma bianca", per via del suo aspetto lattiginoso (non è filtrato), del suo colore chiaro e del suo sapore dolce. Leggermente frizzante, ha un contenuto alcolico che oscilla fra i 9 ed i 10 gradi. Il breve periodo di fermentazione rende la bevanda molto fruttata, con una punta di acidità che contribuisce al suo effetto rinfrescante. Si conserva poco, a causa della sua fermentazione non ultimata, e può essere assaporato soltanto una volta l'anno, nel periodo della



*Un vigneto in Lussemburgo*

# Vini dal mondo

vendemmia.

Il Belgio ha una ridotta superficie viticola, poco più di 100 ettari. Amministrativamente è diviso in tre regioni, Fiandre, Vallonia e Bruxelles. Solo le prime due hanno una certa rilevanza nella produzione di uva da vino.

Il numero dei produttori vitivinicoli del Belgio supera appena le ottanta unità, di cui solo due produttori hanno un'estensione dei loro vigneti di poco superiore ai dieci ettari con un'efficiente struttura tecnologica di cantina e una rete commerciale nazionale.

La maggior parte dei vignaioli sono "hobbyisti" che coltivano qualche centinaio di mq di vigneto definiti "vigneti-giardino" (pergolati, viti a parete, qualche filare) ad uso strettamente personale o al massimo per la commercializzazione tra amici o conoscenti.

Le principali varietà di uve coltivate in Belgio sono: Chardonnay, Müller-Thurgau, Pinot gris, Auxerrois, Pinot blanc, Muscat, Riesling, Gewürztraminer, Siegerrebe e Solaris tra le bianche; Pinot noir, Régent, Dornfelder e Léon Millot tra le rosse.

La legislazione belga è in fotocopia di quella francese, prevede due livelli di denominazioni: AOC, appellation d'origine contrôlée (francese), GO gecontroleerde oorsprongsbenaming (olandese); VDP, vin de Pays (francese), Landwijn (olandese).

Troviamo quindi al momen-



*Bel vigneto in Vallonia (Belgio)*

to due AOC in Vallonia. In questa regione i vigneti, poco più di 40 ettari, sono situati lungo le sponde dei due fiumi Sambre e Meuse (sui fianchi collinari a volte anche ripidi, con esposizioni favorevoli e in posizioni con specifici microclimi) e nelle Fiandre, che è la regione più vitata, con oltre 66 ettari di vigneti distribuiti nella sua parte meridionale al confine con la Wallonie, su terreni collinari modesti situati all'estremità occidentale sul confine con la Francia (Heuvelland) o all'estremità orientale tra la Capitale e il confine con l'Olanda.

È istituita una "Commission d'Agrément" specifica, la quale è contemporaneamente ufficio di registrazione per tutti gli operatori vitivinicoli, agenzia di controllo sulla produzione vitivinicola e commissione di rilascio del riconoscimento DOP o IGP attraverso un esame di analisi chimica e da un esa-

me organolettico eseguito dalla stessa "Commission d'Agrément"; il punteggio minimo per ottenere il riconoscimento oltre al rispetto dei valori analitici richiesti è di undici ventesimi.

Anche l'Olanda ha una piccola produzione di vino, proveniente dai suoi 180 vigneti catalogati che ricoprono 160 ettari. Anche se la prima menzione di viticoltura locale risale a un documento del 968 d.C., è solo dal 1970 che qualche sparuto produttore si è lanciato a produrre vino in un paese di produttori e consumatori di birra. I distretti vitivinicoli sono Limburg e Gelderland. Produzione prevalentemente bianca con l'Auxerrois e Muller Thurgau come principali vitigni. Anche qui, si spera nei benefici del cambio climatico che potrebbe portare a cambiamenti soprattutto qualitativi della produzione locale.

# Il Gran Maestro Luigi Del Zotto si racconta...



Rubrica a cura di *Claudio Recchia,*  
*Cancelliere dell'Ordine dei*  
*Grandi Maestri della Ristorazione*

**C**ontinua la rubrica del Cancelliere Claudio Recchia con i maestri che vogliono "raccontarsi".

L'appuntamento di questo numero è con Luigi Del Zotto della sezione Verona.

## 1 - Ci puoi raccontare in breve la tua carriera?

Ho iniziato nel 1960, a 15 anni, al Hotel Bellevue di Cortina. Poi, 3 anni all'Hotel Daniele Venezia (commis de rang, commis d'etage, demi chef de rang), 3 anni in Germania (chef de rang), 6 mesi in Inghilterra (chef de rang). Nel 1969 sono stato direttore al Ristorante Garda di Verona; nel 1970, vice direttore in un hotel a Bardolino; dal 1971 al 1975 sono stato direttore all'Hotel Idania di Bardolino; dal 1975 al 1980, direttore all'Hotel Idania e al Nettuno sempre a Bardolino; dal 1980 al 2000, sono stato responsabile della società di ristorazione S.I.G.A.R.; dal 1982 al 2004 sono stato all'I.P.S.A.R. di Bardolino come insegnante tecnico pratico "sala-bar, cucina e ricevimento"; dal 2004 a tutt'oggi, sono libero professionista, consulente settore ristorazione e hotellerie, venendo coinvolto in molte iniziative di aperture e management di nuove aziende a volte



*Il Gran Maestro Luigi Del Zotto*

molto importanti.

## 2 - Da quanti anni fai parte di questa grande famiglia chiamata A.M.I.R.A.?

Sono entrato nell'A.M.I.R.A. nel 1972, come aspirante, iscritto dal G.M. Alfredo Roscini.

## 3 - Che cosa significa per te appartenere all'A.M.I.R.A.?

Mi ha reso più responsabile, consapevole dell'importanza del nostro lavoro che sa sempre ripagarti se lo svolgi con conoscenze professionali adeguate, ma sempre con umiltà, disponibilità, gentilezza e sorriso.

## 4 - Che cosa distingue un

## Maître professionista?

Sono molti gli elementi che distinguono un capo servizio da un maître professionista. In primis l'applicazione dell'etica professionale, lo stile, l'eleganza, il bon ton.

## 5 - Ci potresti raccontare un aneddoto che hai vissuto nella tua carriera?

Non ricordo aneddoti importanti. Ai giovani spiego che questa è la professione più bella al mondo. Se la svolgi rispettando le regole, le opportunità sono infinite. Personalmente mi piace mettermi in gioco. 2 anni fa a 74 anni ho ricevuto la proposta per la direzione di una grande struttura a 5 stelle.

## 6 - Che consiglio daresti ad un giovane cameriere che ha deciso di intraprendere la nostra carriera?

È necessaria una formazione di base, integrata dalla gavetta. Poi formazione continua a 360 gradi, esperienze all'estero, conoscere almeno tre lingue straniere, buona cultura generale, essere in grado di conversare con gli ospiti, avere classe, stile, tatto, cortesia, umiltà, sorriso, puntualità e precisione. Tra tutte le professioni, questa è quella più completa e interessante. Bisogna amarla.



# EasyCassa: massima tecnologia, minimo sforzo, tutto incluso!



[www.easycassa.it](http://www.easycassa.it) | [info@easycassa.it](mailto:info@easycassa.it)

## La cassa che aiuta il tuo locale

EasyCassa è l'innovativo sistema di cassa telematico con Lotteria degli Scontrini che ti dà incredibili vantaggi con un unico abbonamento mensile. Hai incluso anche un lettore ottico per i codici lotteria, la fatturazione elettronica senza limiti, il portale cloud per analisi, l'app per gestire comande su qualsiasi smartphone Android. In più hai il supporto tecnico compreso nell'abbonamento.

**EasyCassa**  
SisalPay

# La Lombardia (2<sup>a</sup> parte)



di Michele Policelli

## Gorgonzola DOP



Delegato dallo Stato italiano e sotto la sua supervisione, è stato creato nel 1970 il Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola, anche se la sua storia risale all'879 d.C. avendo come centro di riferimento l'omonima cittadina, apprezzato e assaporato soprattutto all'estero. Negli anni settanta gli oltre 100 caseifici devono necessariamente modernizzare gli impianti produttivi e diversi piccoli produttori, non riuscendo a sostenere le spese, devono lasciare. Rimangono quindi ad oggi circa una trentina di aziende ben strutturate che oltre a lavorare il latte, stagionano il Gorgonzola nei loro moderni impianti; si distinguono in grandi e medi complessi. Tra le tre maggiori provincie produttrici, Novara raccoglie oltre il 65 %, Pavia il

15 % e Milano l'8%.

Il Gorgonzola è un formaggio a pasta cruda di colore bianco paglierino, le cui screziature verdi sono dovute al processo di erborinatura, cioè alla formazione di muffe.

Si presenta quindi cremoso e morbido con sapore particolare e caratteristico, leggermente piccante il tipo dolce, sapore più deciso e forte il tipo piccante la cui pasta risulta più erborinata, consistente e friabile.

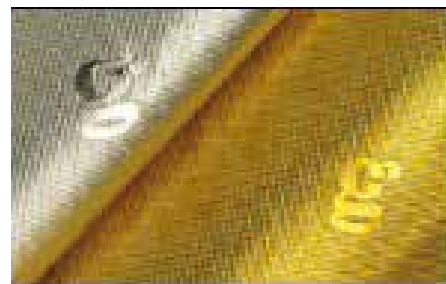
Per godere al massimo della cremosità del Gorgonzola dolce, è bene toglierlo dal frigorifero almeno mezz'ora prima di consumarlo.

Come prevede il disciplinare di produzione, la stagionatura del Gorgonzola dolce ha durata minima di 50 giorni e massima di 150 giorni; la stagionatura del Gorgonzola

piccante ha durata minima di 80 giorni e massima di 270 giorni.

### Si distingue così

All'origine le forme vengono marchiate su entrambe le facce piane della forma di Gorgonzola, ma il consumatore, all'atto dell'acquisto, potrà avere la garanzia dell'autenticità dal marchio stampato sullo sfondo della stagionola che avvolge il formaggio, concesso esclusivamente alle aziende autorizzate dal Consorzio.



## Taleggio Dop

Come altri prodotti DOP anche il Taleggio può essere prodotto e stagionato solo in zone specifiche. La sua zona di produzione sono le provincie di Bergamo, Brescia, Como, Cremona, Lecco, Lodi, Milano, Monza Brianza e Pavia. Ma troviamo indicato nel disciplinare la zona del Piemonte e la provincia di Treviso in Veneto.



# Alla scoperta dei nostri formaggi



Prodotto con latte vaccino crudo o pastorizzato, è caratterizzato dalla sua forma quadrata in stampi di circa 18-20 cm.

La stagionatura deve essere di minimo 35 giorni, oggi in celle che ricreano le condizioni ambientali tipiche della tradizione, "la maturazione in grotta", con temperature di 2-6° e umidità dell'85-90%. Formaggio a maturazione centripeta, ovvero dalla crosta verso l'interno.

## **Stracchino PAT Presidio Slow Food**

Il nome stracchino pare derivare dalla voce dialettale stracch, stanco, ed è riferito a quel cacio che si produceva un tempo nei momenti di sosta lungo i percorsi di transumanza dalla pianura agli alpeggi e viceversa, con il poco latte di animali "stracchi" per il viaggio. Doveva essere un prodotto veloce da preparare, senza dover scaldare il latte e senza tempi lunghi di coagulazione e di spurgo. Un nome, documentato sin dal 1200, di questo formaggio era stracchino quartirolo, ma questa non è che una delle numerose varianti: anche il gorgonzola nasce da quella base casearia. Uno di questi stracchini, quello prodotto in Val Taleggio, godeva di un prestigio particolare e così, a partire dai primi anni del '900, si cominciò a chiamare Taleggio tutti i formaggi di quella tipologia. Oggi anche il Taleggio

è di fatto un formaggio industriale, protetto da una Dop e per identificare una produzione artigianale, di montagna, di formaggi simili, che fortunatamente ancora esiste, si deve tornare ad utilizzare l'antico termine stracchino. Ecco allora nascere il Presidio dello stracchino all'antica delle Valli Orobiche, che si propone di valorizzare questa eccellente tipologia di formaggi grassi, gustosi, leggermente piccanti che in qualche modo rappresentano gli antenati del Taleggio. Si producono nelle Valli Brembana, Taleggio, Serina e Imagna con latte vaccino crudo intero appena munto, per questo sono detti anche "a munta calda". Il latte viene inoculato di caglio di vitello e in alcuni casi di latte innesto autoprodotta, dopo la coagulazione, che dura dai 20 ai 40 minuti, si rompe la cagliata in due fasi successive, sino ad ottenere un coagulo abbastanza soffice e grosso per mantenere tenero il formaggio. Dopo aver versato la pasta nelle fascere inizia la stufatura per un giorno e mezzo a circa 20 gradi con un 90% di umidità, sino a che le forme si ricoprono di una leggera muffa bianca. Grande cura è riservata nel non lasciarli raffreddare, evitando così il fenomeno degli stracchini che "scappano", cioè che perdono la forma quadrangolare, sformandosi. A questo punto si salano le forme e si collocano in stagionatura, dove acquistano, dopo almeno una ventina di giorni, grazie all'umidità e alla manipolazione, il tipico inconfondibile sapore: un gusto che vira dal suadente cremoso del sottocrosta al pungente del cuore, più compatto e friabile, mentre al naso freschi sentori balsamici richiamano il verde dei pascoli o le fragranze del fieno.

## **Bitto DOP**

Il Bitto è prodotto esclusivamente con il latte proveniente dagli alpeggi della provincia di Sondrio e di alcuni comuni limitrofi nell'Alta Valle Brembana e in provincia di Lecco. La tecnica di lavorazione e il nome Bitto, 'Bitu', che significa perenne, derivano dai Celti.

Questo formaggio è prodotto nel periodo in cui le mucche vengono condotte agli alpeggi estivi, dal 1° giugno al 30 settembre.

Il Bitto viene prodotto con latte vaccino intero



# Alla scoperta dei nostri formaggi

appena munto, con un'aggiunta di massimo il 10% di latte caprino. Le mucche da cui si ricava il latte si nutrono principalmente di erba negli alpeggi presenti nell'area di produzione designata. Il latte viene cagliato ad una temperatura che varia dai 48°C ai 52°C.

La maturazione deve durare almeno 70 giorni e inizia nei caseifici alpini. Il Bitto ha una forma cilindrica, regolare, con la superficie superiore e inferiore piana e un diametro di 30-50 cm. L'altezza dello scalzo è di 8-12 cm, con lati concavi e spigoli vivi. Il peso varia dagli 8 ai 25 kg circa. La pasta è compatta, di colore variabile dal bianco al giallo paglierino, con occhiatura rada ad occhio di pernice.

Il Bitto è dolce, delicatamente saporito, profuma di montagna e acquista un sapore più intenso con la maturazione. Questo formaggio può stagionare fino a 10 anni, diventando una squisitezza stimata nel mondo dei formaggi e si può perfettamente abbinare ad un bicchiere di finissimo vino rosso DOCG della Valtellina.



## TUTTI I VINI CAMPANI

(o quasi)

Vuoi inserire vini campani particolari  
sulla tua carta dei vini?

Greco, Fiano, Biancolella, Falanghina, Coda di

Volpe, Aglianico, Primitivo, Piediroso, ecc.

Consegniamo anche piccole quantità  
per ristoranti e privati.

Prezzi da grossista.

Contatta Diodato Buonora

[dbuonora@libero.it](mailto:dbuonora@libero.it)

329 724 2207



# Dal Piemonte, una scelta di birre ampia e variegata



Rubrica a cura di *Marisa Conte*

**Q**uesto mese siamo alla scoperta di una regione dalla scena brassicola estremamente ampia e variegata: il Piemonte. Scopriamo insieme alcune delle realtà più interessanti.

**BALADIN - Piozzo (CN)**



*Teo Musso della Baladin*

Iniziamo il nostro viaggio con una vera e propria icona della birra artigianale italiana.

La birreria Baladin nasce nel lontano 1986, un'epoca in cui il concetto di birra artigianale non sfiorava neppure i pensieri degli italiani. Eppure, Teo Musso decide di aprire la sua birreria che, dopo 10 anni, viene trasformata in brewpub. Nascono così le prime birre marchiate Baladin.

Il resto è storia: il birrificio continua la sua ascesa verso il successo, ingrandendosi sempre di più e aprendo locali in tutto il mondo. Ad oggi, il marchio Baladin

e Teo Musso rappresentano una colonna portante del movimento della birra artigianale italiana. Il progetto di Teo, infatti, andava ben oltre le mura del suo birrificio e puntava alla produzione di birre 100% italiane. È così che nel 2006 prende vita il progetto "Filiere Moralmente Controllate" con una sperimentazione di coltura di cereali che dopo circa un anno viene ampliata in Basilicata (Melfi). Dopo poco prendono vita anche le prime piantagioni di luppolo.

L'espansione di Baladin procede su tutti i fronti, fino alla nascita del Consorzio Birra Italiana che ha lo scopo di mettere a disposizione di tutti i birrifici artigianali italiani la materia prima nazionale. Una realtà unica che vale la pena conoscere e visitare. Niente di più facile, visto i numerosi locali sparsi in Italia e non solo. Non vi resta che trovare il più vicino!

**Dove: Località Valle, 25, 12060 Piozzo CN (e non solo!)**

**Sito Web: <https://www.baladin.it/>**

**CROCE DI MALTO - Trecate (NO)**

Intanto anche in provincia di Novara c'è fermento. Siamo nella seconda metà degli anni Ottanta quando al tavolo di uno storico pub del novarese avviene il pri-



*Alessio Selvaggio e Federico Casari del Birrificio Croce di Malto*

mo incontro tra Angelo, che insieme ai figli Stefano e Massimo dirige il locale, Federico Casari e Alessio Selvaggio. L'intesa è immediata e dopo poco il gruppo di amici organizza il primo viaggio brassicolo in Belgio. Agli inizi degli anni 2000 Alessio inizia con le produzioni casalinghe e, visti i numerosi consensi, l'idea di aprire un birrificio con l'amico Federico è sempre più ricorrente. Ed ecco che nasce nel 2008 il birrificio Croce di Malto che, in più di 10 anni di vita, è ormai una garanzia per gli appassionati.

La produzione è vasta e variegata, pur essendo chiara ed evidente una tendenza verso il mondo belga, lì dove tutto è nato. Non mancano, tuttavia, birre di ispirazione tedesca, inglese o americana.

Una birra per tutti, insomma, e che birra!

**Dove: Corso Roma, 51A, 28069 Trecate NO**

Sito Web: <https://www.crocedimalto.it/>

## BIRRIFICIO LA PIAZZA - Torino (TO)



*Riccardo Miscioscia del Birrificio La Piazza*

Ci spostiamo nel capoluogo piemontese per scoprire un'altra realtà dalla storia particolare. Il Birrificio la Piazza, o meglio brewpub, nasce nel 2007 nella Piazza dei Mestieri, un progetto nato nel 2004 con l'intento di fornire una possibilità di formazione ai ragazzi tra i 14 e i 18 anni che hanno abbandonato gli studi. Attualmente alla guida della produzione il giovane birraio Riccardo Miscioscia che si cimenta nella produzione di birre dagli stili più disparati, spaziando con maestria da alte a basse fermentazioni.

Il birrificio, oltre ad essere un punto di riferimento per gli estimatori della birra artigianale, è location di concerti, cabaret, laboratori e degustazioni, nell'ottica di contribuire a quelli che erano (e sono tuttora) i propositi di Piazza dei Mestieri.

Una tappa obbligata dove fermarsi per poter godere di un'ottima birra accompagnata da buon cibo in un ambiente dall'atmosfera unica.

*Dove: Via Jacopo Durandi, 13, 10144 Torino TO*

*Sito Web: <https://prodottidella->*

*[piazza.it/prodotti/menu-pub/](https://www.prodottidella-piazza.it/prodotti/menu-pub/)*

## ELVO - Graglia (BI)



*Josif Vezzoli del Birrificio Elvo*

Siamo alle pendici del Monbarrone in una valle dove l'acqua, tra le più leggere d'Europa, è particolarmente indicata per la produzione di birre a bassa fermentazione. Nasce qui nel 2013 il birrificio Elvo, non a caso famoso tra gli appassionati del mondo brassicolo per le sue produzioni in tradizionale stile tedesco nel pieno rispetto del Reinheitsgebot, una realtà quasi unica in Italia. Fondato dai fratelli Josif e Raoul Vezzoli, insieme a Giuliano Rama, Birra Elvo raccoglie subito numerosi consensi dagli appassionati tanto che Josif dopo soli 4 anni è eletto Birraio dell'Anno. Un successo tutto meritato per uno dei pionieri delle birre a bassa fermentazione in Italia, capace di produrre birre di grande carattere ma di facile bevuta, estremamente equilibrate e precise. Un birrificio dalla grande personalità che è indispensabile conoscere, magari visitando il suo fantastico beer garden.

*Dove: Via Casale Gatto, 12, 13895 Graglia BI*

*Sito Web: <https://www.birraelvo.it/#>*

## BALABIOTT - Domodossola (VB)



*Matteo Vinci e Michele Borsotti del Birrificio Balabiott*

Siamo nel 2014 quando Michele Borsotti e Matteo Vinci decidono di mettere su il loro primo impianto a Domodossola. Basta solo un anno ai due birrai per farsi spazio nella scena brassicola italiana, così nel 2015 il birrificio viene ampliato per far fronte alla richiesta sempre maggiore.

Ad oggi Michele e Matteo non sembrano intenzionati a fermarsi e sono sempre a caccia di nuove idee e di nuovi progetti. Proprio da questo desiderio di crescere nasce il Gastropub del birrificio dove è possibile accompagnare a del buon cibo le loro birre al massimo della freschezza. La produzione è molto ampia e abbraccia diverse ispirazioni stilistiche, reinterpretate in una chiave moderna in modo da renderle uniche e riconoscibili.

Non ci resta che partire alla scoperta di questa esplosiva realtà brassicola!

*Dove: Via Castellazzo, 43, 28845 Domodossola VB*

*Sito Web: <https://www.birrifciobalabiott.it/>*



Per saperne di più

# Il vino novello, sinonimo di autunno

*Ideato in Francia e conosciuto in tutto il mondo,  
ma cosa lo differenzia da quello italiano?*



di *Valentina Iatesta*

**I**l vino Novello com'è ben noto agli esperti del settore enologico, non è sinonimo di vino nuovo, ma viene bensì prodotto con una particolare tecnica ideata dai francesi nel 1934. Questa consiste in una macerazione carbonica, che prevede la chiusura dei grappoli all'interno di contenitori chiusi ermeticamente e saturi di anidride carbonica. Vanno così a crearsi più strati: l'uva presente sul fondo viene schiacciata dal peso di quella sovrastante, formando un mosto che grazie agli enzimi inizierà a fermentare producendo alcol e anidride carbonica. Un ambiente così ricco di anidride carbonica provoca un'autofermentazione dell'uva che si trova negli strati superiori del tino e che è ancora intatta. Tutto ciò lo rende un vino carico di sfumature violacee, fruttato e dal gusto fresco, caratteristiche che non consentono un invecchiamento in botte. Qui in Italia questo prodotto ha vissuto i suoi anni di gloria tra il 1990 e il 2000, ma attualmente, secondo la Coldiretti, le vendite sono calate drasticamente. Lo scorso anno, nonostante la situazione parti-



colare che ha vissuto il nostro Paese a causa del Covid, si è comunque tenuta la 14ª edizione del "Concorso miglior Vino Novello d'Italia" organizzato dall'Istituto Nazionale del vino e dell'olio Novello, che ha eletto come migliore quello prodotto dalla celebre cantina marchigiana Velenosi. La grande differenza tra i vini Novelli italiani e quelli francesi è che in questi ultimi il 100% delle uve deve essere sottoposto a macerazione carbonica, mentre per gli italiani solo il 40% delle uve, per il restante si può ricorrere alla classica vinificazione. I produttori italiani hanno a disposizione 60 vitigni tra

cui scegliere, a differenza dei francesi che possono impiegare solo uve Gamay. La legge regolamenta anche la data d'inizio commercializzazione che può ufficialmente partire il 30 ottobre. Uno dei più classici abbinamenti tra vino Novello e cibo, è quello con le castagne, ma questo particolare prodotto si sposa bene anche con altri alimenti autunnali come funghi e carciofi. Spesso viene accostato ai formaggi, ai salumi e alle carni bianche. Ma quali sono le cause che hanno portato ad un crollo delle vendite di questo prodotto in Italia? Nel 2015 sono state vendute appena due milioni di bottiglie contro i 18 milioni del 2005. Uno dei motivi potrebbe essere la limitata conservabilità che ne sconsiglia il consumo dopo i 6 mesi dall'imbottigliamento, altro motivo secondo la Fisar (Federazione Italiana sommelier albergatori ristoratori) è che in Italia gli stessi vitigni impiegati per la produzione del Novello, si utilizzano per la produzione di vino rosso di qualità che non ha limiti di tempo nel consumo e soprattutto ha costi di produzione molto più bassi.

# BABA' RE®

## TOPPING

Nelle macedonie per esaltare la naturale dolcezza della frutta



## GHIACCIATO

Servito freddo come simpatico dopo pasto

## TOPPING

Come topping su determinati dolci per esaltarne il gusto in un mix straordinario

## TOPPING

Servito ghiacciato come topping per arricchire l'aroma dei gelati creando un'esplosione di gusto





## NEL CAFFE



Per aggiungere una nota dolce e conferire al caffè un sapore unico e originale

IL NUOVO  
LIQUORE  
DELLA  
TRADIZIONE  
NAPOLETANA

Il babà è insieme tradizione napoletana e gusto, il concentrato perfetto di morbidezza e golosità. Soffice e con una tempera unica, **Babà Re**, liquore alla crema di rum e pezzi di babà, richiama istintivamente l'essenza di una terra forte ma dal cuore dolce. Le materie prime utilizzate di eccellente qualità, contribuiscono a rendere il nostro prodotto sinonimo di originalità e unicità.

seguici su:  Terre pompeiane / Babà Re  babare\_official / terre\_pompeiane

Prodotto e distribuito da Noenemy S.r.l. - 80045 Pompei (Na)  
tel. +39 081 862 33 54 / info@terrepompeiane.it / terrepompeiane.it

# Molluschi e crostacei, affinità e differenze



Rubrica a cura del *dott. Giovanni Favuzzi*

**I**n questo articolo verranno descritte le caratteristiche nutrizionali dei molluschi più utilizzati in cucina. In particolare, si parlerà dei molluschi bivalvi (cozze, vongole, fasolari, telline, canolicchi, capesante, tartufi di mare, datteri di mare, ostriche e pinna nobilis) e dei molluschi cefalopodi (seppia, calamaro, totano, polpo, ecc).

## **Quali sono le caratteristiche nutrizionali dei molluschi bivalvi?**

In linea di massima è possibile affermare che il contenuto calorico dei molluschi bivalvi sia particolarmente basso; mediamente, infatti, si aggira sulle 70-85 kcal per 100 g di parte edibile.

I molluschi bivalvi possiedono caratteristiche nutrizionali piuttosto simili tra loro; in termini di macronutrienti apportano circa 10-11 g di proteine, l'1-3 % di lipidi (prevalentemente polinsaturi, quindi grassi "buoni") ed a volte (per esempio nella cozza o nell'ostrica) tracce di Carboidrati complessi (glicogeno).

## **È vero che questo tipo di molluschi è ricco di colesterolo?**

I molluschi bivalvi possiedono un contenuto di colesterolo non trascurabile e variabile in base al periodo di fertilità degli organismi; essi, se in fase di riproduzione, aumentano la sintesi di colesterolo per sostenere la produzione ormonale, di conseguenza il relativo contenuto alimentare in colesterolo può subire oscillazioni anche rilevanti.

## **Quali altri nutrienti troviamo nei molluschi bivalvi?**

Dal punto di vista micronutrizionale, i molluschi bivalvi apportano una notevole quan-



*Le ostriche sono tra i pregiati molluschi bivalvi*

tità di vitamina B12 (particolarmente carente nei regimi alimentari vegani) ed in quantità variabili altre vitamine del gruppo B. Inoltre, scrutando il profilo minerale, si evidenzia un notevole apporto di ferro emico (anch'esso carente nei regimi alimentari vegetariani e vegani), iodio (la cui integrazione alimentare pare univocamente utile al raggiungimento della razione raccomandata), zinco e selenio.

## **Quali sono gli altri molluschi che vengono comunemente utilizzati in cucina?**

I molluschi cefalopodi presentano una composizione chimica e nutrizionale simile a quella dei bivalvi e dei pesci magri.

## **Quali sono le differenze con i molluschi bivalvi?**

Non si identificano tracce di glicogeno e l'apporto di colesterolo sembra moderato, circa 65-70 mg (in merito non si sono riscontrate le variazioni stagionali tipiche dei molluschi bivalvi).

Analizzando il quadro micronutrizionale



dei molluschi cefalopodi, non si evidenziano discrepanze significative rispetto ai valori citati per i molluschi bivalvi, se non per la diversità nell'apporto di sodio alimentare. Mentre i bivalvi si caratterizzano per l'elevato quantitativo di acqua marina che riversano nell'acqua di cottura durante la preparazione dei piatti, i molluschi cefalopodi non lo fanno, pertanto, il contenuto finale di sodio li rende maggiormente indicati nella dietoterapia dell'iperteso.

### **I crostacei fanno parte dei "pesci magri"?**

Contrariamente a quanto molti pensano, i crostacei sono alimenti con un basso contenuto in grassi energetici (trigliceridi); ciò che li rende poco indicati nell'alimentazione dei soggetti obesi o con complicanze metaboliche (che possiedono una maggior tendenza all'aterogenesi) è l'elevato contenuto in colesterolo.

È pur vero che contengono una buona ragione di acidi grassi polinsaturi ed un ottimo rapporto tra omega3 e omega6 (acidi grassi essenziali), ma ciò non basta a giustificarne l'abuso alimentare in condizioni patologiche come l'ipercolesterolemia, o peggio, la sindrome metabolica.

### **Quali sono le indicazioni al miglior consumo dei crostacei?**

I crostacei sono alimenti dalle discrete proprietà nutrizionali e costituiscono una valida alternativa ai soliti prodotti di origine



*Molluschi e crostacei sono molto utilizzati nella nostra cucina di mare*

animale; tuttavia, in virtù della loro tendenza a trattenere il sodio dell'acqua marina e della concentrazione spesso rilevante di colesterolo, se ne consiglia un consumo "selettivo" (delle specie più indicate) e comunque infrequente o limitato a massimo 1-2 porzioni settimanali.



*I calamari sono nella categoria dei molluschi cefalopodi*

**Pappa e Pappa**  
**HOSTARIA**

Via Indipendenza, 113 -  
Palinuro (SA)  
cell. 339 3760020

# Cuba Libre... al grido di "Por Cuba Libre"



a cura di **Fabio Pinto**  
Tesoriere Nazionale Aibes

**T**ra il 1895 e il 1898, l'isola di Cuba vive anni di grande difficoltà. Sono anni decisivi, gli indipendentisti vorrebbero mettere fine a circa quattro secoli di colonie spagnole.

Guerra d'Indipendenza cubana, una grande vittoria per gli Indipendentisti cubani, favoriti dall'intervento degli Stati Uniti:

- La leggenda racconta che i "Rough Riders", il corpo di volontari comandati dal Presidente Roosevelt, per festeggiare si unirono ai patrioti cubani in un brindisi speciale. Al grido "Por Cuba Libre" americani e cubani miscelarono i due prodotti simbolo, rispettivamente la Coca Cola e il Ron Cubano bianco.

In realtà, qualche conto non torna, perché da fonti certe pare che la Coca Cola sia sbarcata a Cuba solo nel 1900, circa due anni dopo la Guerra. Le testimonianze più fondate dicono che il primo a miscelarla fu

**Cuba Libre**

50 ml Ron Cubano Bianco  
120 ml Coca Cola  
10 ml succo di lime fresco



*Raffreddare un bicchiere Tumbler Alto con ghiaccio e Bar Spoon ed eliminare l'acqua in eccesso.*  
*Versare sul ghiaccio gli ingredienti come da ricetta con l'aiuto di un Jigger e miscelare delicatamente.*  
*Completare con fetta di lime.*

un soldato dell'esercito americano John Doe, probabilmente un nome di fantasia. Una certezza in tutta questa storia pare che ci sia. Se questo fantastico Long Drink è preparato

con rum di origine cubana, prende il nome di Cuba Libre; ma se il rum non è cubano, prende semplicemente il nome di Rum e Cola o Mentirita, la "piccola bugia".



ENOTECA REGIONALE SICILIANA SICILIA ORIENTALE

Comune di Castiglione di Sicilia  
"Uno dei Borghi più Belli d'Italia"

Uno dei Borghi più belli d'Italia





**L'AUTIN**  
Società Agricola Vitisvinoicola S.S.

MAURO CAMUSSO  
335.205440  
INFO@L'AUTIN.IT

VIGHE  
VIA CACHERANO, 29  
10060 CAMPIGLIONE E.S.E. (TO)

CANTINA  
VIA SANT'AGOSTINO, 49  
12032 BARBE (CN)  
TEL. 0175.346271  
FAX 0175.343076

Cod.Fisc. e P.Iva: 0148430016      www.lautin.it - info@lautin.it

GRAND HOTEL  
Royal e Golf  
Coursmeur Mont Blanc

www.hotelroyalegolf.com

TENUTA CANTA

contatti: tel 011 9906982 info@tenutacanta.it

**Edizione 2021**

La nostra prima serie è composta da 10 video preparazioni con una pubblicazione ogni 10 giorni

**I prodotti Piemontesi preparati alla "lampada" e al flambé**

Il primo video preparazione del piatto sarà presentato il 15/06/2021.  
Progetto riservato ai soli soci della sezione A. M. I. R. A. di Torino

Visita le nostre pagine Facebook e Instagram

<https://www.facebook.com/amira.ta.92>

<https://instagram.com/amiratorino?igshid=p7k1fad0jo4x>

*Berta*

Distillerie Berta SRL  
Fraz. Cassalotto - Via Guast 24/36 - 140416 Mosnacuzzo (AT) Italia  
P. IVA 01283390050

Tel. +39 0141.739538 e.s. Fax +39 0141.739531

info@distillerieberta.it - www.distillerieberta.it  
info@relaisvillaprimo.it - www.relaisvillaprimo.it

...elixir dal 1902!

*Bernard*

Pomaretto (TO) • www.barathier.it

PESCAJA

cuore anim



# La soppressata, il più famoso salume del Sud



a cura di *Marco Contursi*

**L**a soppressata (o soppersata, suppizzata o suppiassatu) è un salume crudo a carne trita diffuso in tutto il sud Italia. Da non confondersi con la sopressa vicentina dop fatta con un impasto di carni di maiale, spalla, lombo, pancetta e lardo, finemente tritate e mescolate con sale e spezie, prima di essere messe in un budello e lasciate stagionare almeno due mesi.

La soppressata del sud, a differenza della quasi omonima veneta, è fatta solo con tagli scelti di lombo e prosciutto. Questo, perché al sud stagionare le cosce posteriori era anticamente un problema, per motivi climatici, prima dell'avvento delle celle a temperatura controllata. La carne dei tagli nobili, mondata di nervi e cartilagini, finiva quindi in questo pregiato salume, tagliata a punta di coltello, ossia a grana grossa. Venivano poi aggiunti candidi cubetti di grasso dorsale, rifinito sempre a mano, e insaccata nel budello suino, magari dello stesso maiale che forniva la carne, dopo averlo lungamente lavato con acqua, sale e limone. Fon-



*La soppressata di Gioi*

damentale l'abilità del norcino, di non lasciare buchi all'interno e di legare bene il prodotto, per evitare sacche d'aria che nella stagionatura lo rovinerebbero irrimediabilmente. Le soppressate prima di essere appese, sostano alcuni giorni sotto un peso, che conferisce la caratteristica forma schiacciata, da cui traggono il nome. Una volta appese, molti norcini sono soliti accendere un camino nei pressi delle pertiche coi salumi appesi, sia per migliorare l'asciugatura del prodotto sia per aromatizzarle col fumo di legna naturale. L'impasto prevede dunque in tutte le soppressate del sud, carne scelta, grasso cubettato (pochi lo mettono tritato), sale e pepe. Poi, a seconda della zona di produzione troviamo in aggiunta: polvere di peperone, dolce o piccante, mirto, finocchietto, aglio, origano. La stagionatura varia dai 2 ai 5 mesi in base al budello usato. Le più pregiate sono quelle messe nel "capo cularino", ossia il budello gentile, l'ultimo tratto dell'intestino che, essendo più spesso, consente al salume di avere una stagionatura più lunga, fino a 4-5



*La soppressata di Calabria dop*



*Con il suino nero dei Nebrodi, in Sicilia si produce "u suppressatu"*

mesi, lasso temporale che conferisce profumi e sapori complessi ed eleganti. Prima dell'avvento del sottovuoto, nelle case contadine era tradizione conservare le soppressate sotto sugna o sott'olio, per evitare che si asciugassero troppo. La permanenza della carne, senza aria e immersa nel grasso, sia animale che vegetale, conferisce al prodotto finale aromi molto particolari. Il salume si conserva così in modo ottimale, anche due anni, come da degustazioni fatte. Solo dopo 16/18 mesi, si inizia ad avvertire un leggero sentore di ossidato.

Tra le soppressate più famose ricordiamo quella di Gioi (SA), che è uno dei tre salami, con un pezzo di lardo intero all'interno, del centro-sud (gli altri sono la mortadella di Campotosto e i coglioni di mulo umbri). Gioi è un piccolo paese della media collina cilentana. Qui ancora si allevano suini all'aperto, le cui cosce diventano questo prezioso salume, oggi Presidio Slow food, fatto solo con carni sceltissime e una stecca centrale di bianco lardo, che conferisce morbidezza e sapore alla fetta. Altro Presidio Slow Food campano è la soppressata del vallo di Diano, estrema propaggine della regione, che volge alla Basilicata. Qui la tradizione norcina affonda le radici nel medioevo. I regnanti di Napoli erano ghiotti di salami e soppressate di questa zona. La carne scelta, non solo di prosciutto e lombo ma anche di spalla, viene lavorata a mano e insaccata in budello naturale, dopo aver aggiunto grasso di dorso o di gola. Alcuni aggiungono polvere di peperoni

cruschi e in questo si sente l'influenza della vicina Lucania. Stagionatura di almeno 45 giorni, ma può arrivare tranquillamente a 3 mesi, per chi gradisce un salume meno morbido, ma più complesso all'analisi organolettica. Peperoncino rosso e budello anche bovino per la soppressata di Calabria (dop) che si presenta al taglio con il caratteristico colore rosso, dato dal frutto piccante. Anticamente erano prodotte solo con la carne del suino nero locale, oggi in gran parte sostituito dai suini chiari, che garantiscono maggiore redditività, ma meno sapore.

In Sicilia, nella zona dei Nebrodi troviamo "U suppressatu", salume ottenuto dalla pregiata razza del suino nero dei Nebrodi. Solo carni di primissima scelta (sopra coscia e filetto), che vengono messe in salamoia, con sale, aceto, finocchietto, pepe e peperoncino, poi asciugate e aromatizzate con origano e aglio, prima di essere insaccate in budello naturale e messe sotto pressa fra due stecche di legno. Lunga la stagionatura di 3/4 mesi.

La soppressata si accompagna egregiamente con pane cotto a legna, taralli e vini rossi giovani. Interessante il matrimonio con bollicine di pregio e birre artigianali.

Soppressate solo salate? No di certo, merita menzione la soppressata dolce cilentana, fatta coi fichi bianchi locali, pasta di mandorla, noccioline e cioccolato fondente.



*Questo non è un salume, è la soppressata di fichi, specialità del Cilento (SA)*



R. & O. 30 anni fa

# Ristorazione & Ospitalità di ottobre 1991



a cura di *Diodato Buonora*

**G**razie a questa rubrica, anch'io faccio con piacere un viaggio indietro nel tempo. Riprendo riviste di 30 anni fa e mi sembra di averle ricevute ieri! In esse troviamo la nostra storia, quella dei maîtres che ci hanno preceduto. Sicuramente, nel bene e nel male, erano altri tempi e in tutti i casi per quelli che li hanno vissuti rimangono dei ricordi indelebili. Sulla copertina della rivista, "Anno XV - N° 10 - ottobre 1991", troviamo la foto dell'Hotel Savoy di Zurigo, perché il 2 giugno 1991, a Zurigo fu fondata la terza sezione AMIRA in Svizzera, dopo Lugano e Ginevra.

Anche questo numero è composto da 56 pagine, di cui 29 di pubblicità!!! 11 sezioni collaboravano con una loro pagina che aveva come sponsor soci ristoratori o "amici" della produzione: Calabria, Bologna, Sanremo, Viterbo, Napoli, Puglia, Romagna, Piemonte, Brescia, Abruzzo e Taormina; 2 ristoranti avevano una pagina intera (Il Brigantino di Barletta e la Vecchia Bari di Bari); 3 locali avevano ½ pagina (Zeffirino a Genova, Concordia Notte e Antonio's Restaurant a Londra); 15 locali e ristoranti avevano un piccolo spazio; 8 aziende vinicole, sempre con una pagina intera: Bolla, Montresor, Bersano, Ruffino, Gancia, Tenuta di Angoris, Bertani e Libeccio; 2 cantine erano presenti con ½ pagina, Principi Pallavicini e Leone de Castris; una pagina ognuno, l'avevano Bravi e Frette, abbigliamento professionale per il maître; la lista termina con una pagina per il Consorzio Torrefattori caffè bar e una pagina per pubblicizzare le Terme di Chianciano.

Tra gli articoli interessanti cito:

- **Auguri di Benvenuto a tutti gli amirini al Congresso Internazionale di Chianciano** di Lily Zazzeri
- **Cibus '91** di Manlio Giarrizzo
- **Chi sono i MAESTRI della RISTORAZIONE,**



**Mario Villata**

- **Il formaggio di fossa, l'Ambra di Talamello** di Ennio Lazzarini

- **I vini tipici: un grave rischio per la viticoltura italiana** di Marinello Marinelli

Per ricevere il pdf di  
Ristorazione & Ospitalità di  
ottobre 1991, inviare un'email a  
[dbuonora@libero.it](mailto:dbuonora@libero.it)  
oppure un whatsapp al  
329 724 22 07





## A-Z / Dizionarietto per gli addetti al servizio di Sala/Bar (9 / Marsala – Mise en place)

a cura di *Antonino Reginella e Mario Di Cristina*

*Nota degli autori: Questo dizionarietto non vuole e non ha la pretesa di insegnare niente a nessuno, vuole soltanto essere una sorta di promemoria per gli addetti al servizio di Sala/Bar. Consigliamo di stamparlo e conservarlo in un raccoglitore.*



**Marsala:** vino doc di elevata gradazione alcolica, prodotto in provincia di Trapani e ottenuto da miscele di mosti e vini con aggiunta di alcol o di acquavite e, talvolta, di mosto cotto concentrato; i vari tipi (fine, superiore, superiore riserva, ecc.) si distinguono per il colore (oro, ambra, rubino), per il sapore (dolce, semisecco, secco) e per la durata dell'invecchiamento, che da un minimo di un anno può giungere fino a dieci.

**Martini:** nome commerciale di un vermut italiano, che a sua volta ha dato il nome a un famoso tipo di cocktail, nel quale entra in combinazione col gin.

**Mascarpone:** latticino cremoso, prodotto con panna di latte vaccino fatta coagulare a caldo con succo di limone o aceto diluito: specialità lodigiana, ma prodotta in quasi tutto il territorio nazionale; molto noto è il mascarpone di Battipaglia (Salerno) ricavato dalla panna del latte di bufala.

**Melange:** mescolanza.

**Melassa:** sottoprodotto della fabbricazione dello zucchero costituito da sciroppo impuro che, malgrado l'elevato tenore di saccarosio, non può dar luogo a cristallizzazione; trova impiego specialmente come materia prima nella produzione dell'alcol e nella fabbricazione del rum e dei mangimi per il bestiame.

**Menage:** tutto quello che serve per condire (formaggio, sale, pepe, olio, aceto etc). A tavola va messo solo il sale. Il resto va posto sulla panadora. Fanno parte del menage gli stuzzicadenti.

**Menu:** è il documento, elaborato dallo chef di cucina con

la collaborazione del maître e del direttore, redatto dal ristoratore o dall'albergatore. Già nella seconda metà del Settecento compare nelle locande una lavagnetta chiamata "escriteau" sulla quale vengono scritti i piatti del giorno. Ma è con Escoffier, nella seconda metà dell'Ottocento, che compare la parola MENU, avente due significati: cartoncino e contenuto. Proprio da questi due significati provengono i due aspetti del menu: l'aspetto oggettivo e l'aspetto soggettivo. Dal punto di vista oggettivo, il menu altro non è che un foglio, dal semplice cartoncino all'elegante carpetta in pelle, scritto a mano o stampato. Serve a comunicare al cliente quello che gli verrà servito o quello che può ordinare. Dal punto di vista soggettivo, il menu è il biglietto da visita del ristorante nel senso che, da come viene presentato, dal materiale di cui è composto, da come è scritto e dal suo contenuto si evince l'eleganza del ristorante, la professionalità dei capi servizio e di tutto il personale. Dal momento che rispecchia l'immagine e il livello del ristorante, il menu deve essere particolarmente curato nel materiale, nella forma, nel colore, nella grafica, nella stesura e nel contenuto. Per cui il menu di un ristorante che si rispetti deve sempre: a) riportare logo, marchio e nome del locale. b) essere facilmente leggibile, con interessanti contenuti senza parole incomprensibili, pulito ed integro, c) rappresentare le categorie delle portate ben distinte e in progressione: antipasti, primi, secondi di pesce, secondi di carne, contorni, formaggi e desserts, d) a norma di legge: indicare i prezzi accanto ad ogni piatto compren-







## *I locali del Cravattino d'Oro*

### **ABRUZZO**

**Ristorante Albergo LA MASSERIA**  
Via Nazionale, 68  
66040 **Piazzano di Atessa (CH)**  
0872 897659  
[www.lamasseria.eu](http://www.lamasseria.eu)

**Ristorante LA VECCHIA SILVI**  
Via Circonvallazione Boreale, 20  
64028 **Silvi (TE)**  
085 930141  
[www.ristorantevecchiasilvi.com](http://www.ristorantevecchiasilvi.com)

### **CAMPANIA**

**RELAIS MARESCA Hotel**  
Via Prov. Marina Grande, 284  
80073 **Capri (NA)**  
081 837 96 19 / 081 837 40 70  
[www.relaismaresca.com](http://www.relaismaresca.com)

**Hotel VILLA SIGNORINI**  
Via Roma, 43  
80056 **Ercolano (NA)**  
081 7776423  
[www.villasignorini.it](http://www.villasignorini.it)

**SORRISO Thermae Resort & SPA**  
Via Provinciale Panza, 311  
80075 **Forio (NA)**  
081 907227  
[www.sorrisoresort.it](http://www.sorrisoresort.it)

**Ristorante Gran Caffè GAMBRINUS**  
Via Chiaia, 1/2  
80132 **Napoli**  
081 417582  
[www.grancaffegambrinus.com](http://www.grancaffegambrinus.com)

**Luxury Country House  
IL MULINO DELLA SIGNORA**  
Contrada Filette  
83055 **Sturzo (AV)**  
0825 437207  
[www.ilmulinodellasignora.it](http://www.ilmulinodellasignora.it)

### **EMILIA ROMAGNA**

**FRANCO ROSSI Ristorante**  
Via Goito, 3  
40126 **Bologna**  
051 238818  
[www.ristorantefrancorossi.it](http://www.ristorantefrancorossi.it)

**Hotel VISTA MARE**  
Viale G. Carducci, 286  
47042 **Cesenatico (FC)**  
0547 87506  
[www.hotelvistamarecesenatico.it](http://www.hotelvistamarecesenatico.it)

**Ristorante Pizzeria GIORGIO**  
Viale L.B. Alberti, 30  
47042 **Valverde di Cesenatico (FC)**  
0547 86499  
[www.ristorantegiorgio.net](http://www.ristorantegiorgio.net)

### **FRIULI VENEZIAGIULIA**

**Grand Hotel ASTORIA**  
Largo San Grisogno, 3

34073 **Grado (GO)**  
0431 83550  
[www.hotelastoria.it](http://www.hotelastoria.it)

### **LIGURIA**

**Ristorante LA PRUA**  
Passeggiata F. Baracca, 25  
17021 **Alasio (SV)**  
0182 642557  
[www.lapruadialassio.com](http://www.lapruadialassio.com)

**Ristorante PUNTA MARE**  
Via Lungomare, 1  
18011 **Arma di Taggia (IM)**  
0184 43510  
[www.puntamare.it](http://www.puntamare.it)

**Ristorante SANT'AMPELIO**  
Via Vittorio Emanuele, 6  
18012 **Bordighera (IM)**  
0184 264009  
[www.ristorantesantampelio.it](http://www.ristorantesantampelio.it)

**Hotel Ristorante MIRA**  
Viale Rimembranza, 15  
16039 **Sestri Levante (GE)**  
0185 459404  
[www.hotelmira.com](http://www.hotelmira.com)

### **LOMBARDIA**

**Ristorante DA VITTORIO**  
Via Cantalupa, 17  
24060 **Brusaporto (BG)**  
035.681024  
[www.davittorio.com](http://www.davittorio.com)

**Ristorante BIFFI**  
Galleria Vittorio Emanuele II°  
20122 **Milano**  
02 8057961  
[www.biffigalleria.it](http://www.biffigalleria.it)

**Ristorante SAVINI**  
Via Ugo Foscolo, 5  
20121 **Milano**  
02 72003433  
[www.savinimilano.it](http://www.savinimilano.it)

### **PIEMONTE**

**Ristorante Lounge Bar ELENA**  
Via Filippo Beltrami, 13  
28845 **Domodossola (VB)**  
0324 248534  
[www.eleнарistorante.it](http://www.eleнарistorante.it)

### **SARDEGNA**

**Ristorante BELVEDERE**  
Località Farina, snc  
07021 **Arzachena (OT)**  
0789 96501  
[www.ristorantegastronomiabelvedere.com](http://www.ristorantegastronomiabelvedere.com)

### **SICILIA**

**Ristorante IL FLAMBÉ**  
Via Vincenzo Barbera, 11  
90124 **Palermo**  
091 342332





## *I locali del Cravattino d'Oro*

[www.flamberestaurant.it](http://www.flamberestaurant.it)

### **IL TIRANNO CAPORTIGIA Restaurant**

Viale Montedoro 78  
96100 **Siracusa**  
0931 581528  
[www.iltiranno.it](http://www.iltiranno.it)

### **MOMENTUM Wellbess Bio-Resort**

Strada Statale, 115  
53034 **Castelvetrano (TP)**  
0924 941046  
[www.momentumresort.com](http://www.momentumresort.com)

### **Osteria IL MORO**

Via Giuseppe Garibaldi 86  
91100 **Trapani**  
0923 23194  
[www.osteriailmoro.it](http://www.osteriailmoro.it)

### **TOSCANA**

#### **IL CONVITO DI CURINA**

Strada Provinciale 62  
53019 **Castelnuovo Berardenga (SI)**  
0577 355647  
[www.ilconvitodicurina.it](http://www.ilconvitodicurina.it)

#### **L'ANTICA TRATTORIA**

Piazza Arnolfo di Cambio, 33  
53034 **Colle Val D'Elsa (SI)**  
0577 923747  
[www.anticatrattoriaparadisi.it](http://www.anticatrattoriaparadisi.it)

#### **Ristorante DAL FALCO**

Piazza Dante Alighieri, 3  
53026 **Pienza (SI)**  
0578 748551 / 338 722 7021  
[www.ristorantedalfalco.it](http://www.ristorantedalfalco.it)

#### **Ristorante IL MESTOLO**

Via Fiorentina, 81  
53100 **Siena**  
0577 51531  
[www.ilmestolo.it](http://www.ilmestolo.it)

### **UMBRIA**

#### **Ristorante LOCANDA DELLA SIGNORIA**

Piazza della Signoria, 5  
06049 **Spoletto (PG)**  
0743 47752  
[www.ristorantedellasignora.it](http://www.ristorantedellasignora.it)

### **VALLE D'AOSTA**

#### **GRAND HOTEL ROYAL E GOLF**

Via Roma, 87  
11013 **Courmayeur (AO)**  
0165 831611  
[www.hotelroyalgolf.com](http://www.hotelroyalgolf.com)

### **VENETO**

#### **Ristorante LA VILLETTA DA ROBERTO**

Via Roveri, 30- Loc. Giarre  
35031 **Abano Terme (PD)**  
049 812473  
[www.lavillettadaroberto.it](http://www.lavillettadaroberto.it)

#### **Ristorante LA MONTANELLA**

Via dei Carraresi, 9  
35032 **Arquà Petrarca (PD)**  
0429 718200  
[www.lamontanella.it](http://www.lamontanella.it)

#### **Ristorante IL GALEONE D'ORO**

Piazza Dante Alighieri, 3  
31033 **Castelfranco Veneto (TV)**  
335 6162 700  
[www.galeonedoro.it](http://www.galeonedoro.it)

#### **Ristorante Bistrot CENTRALE**

Piazza Marconi, 7  
31030 **Dosson (TV)**  
0422 382 265  
[www.alcentrale.it](http://www.alcentrale.it)

#### **Ristorante NICOLA**

Via Sabbioni, 38  
35036 **Montegrotto Terme (PD)**  
049 7943 69  
<https://da-nicola-montegrotto-terme.hotelmix.it/>

#### **Ristorante Hotel AL FIORE**

Lungolago Garibaldi, 9  
37019 **Peschiera del Garda (VR)**  
045 7550113  
[www.hotelalfiore.it](http://www.hotelalfiore.it)

#### **Antica Trattoria DUE SPADE**

Via Roma, 5  
36066 **Sandrigio (VI)**  
0444 659948  
[www.duespade.com](http://www.duespade.com)

#### **Ristorante DA PINO**

Piazza Giorgione, 74  
31100 **Treviso**  
0422 303 346  
[www.dapino.it](http://www.dapino.it)

### **GRAN BRETAGNA**

#### **Ristorante LA CAPANNINA**

65/67 Halkett Place  
St. Helier  
JE2 4WG - **Jersey Channel Islands**  
GRAN BRETAGNA  
+44 (0)1534 734602  
[www.lacapanninajersey.com](http://www.lacapanninajersey.com)

### **INDIA**

#### **ARTUSI Ristorante e Bar**

M-24, Block M, Greater Kailash II, Greater Kailash  
Delhi  
110048 **New Delhi - INDIA**  
+91 88002 09695  
[www.artusi.in](http://www.artusi.in)

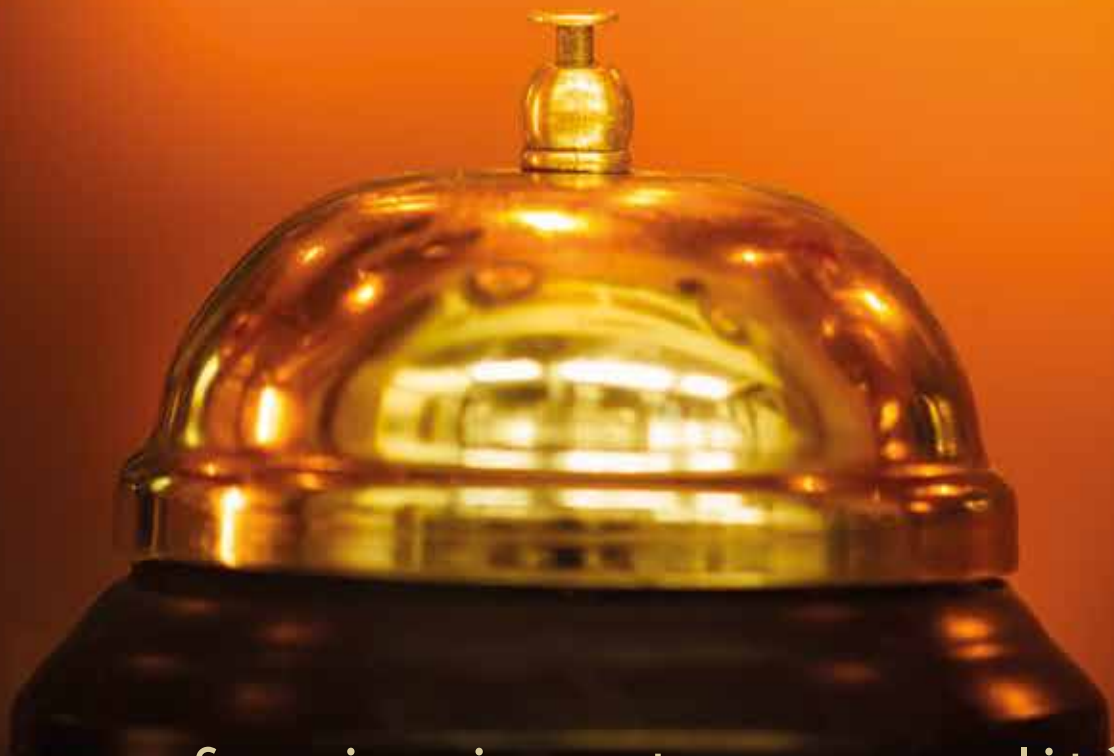
### **PRINCIPATO DI MONACO**

#### **Ristorante LA PIAZZA**

9, Rue du Portier  
98000 **Principato di Monaco**  
+0377 93504700  
[www.lapiazza-monaco.com](http://www.lapiazza-monaco.com)



M A R C O E S P O S T O  
WEARING COLLECTION



le professioni vestono qualità

NEGOZIO

Viale Bonopera, 57\_Senigallia An

SHOWROOM E MAGAZZINO

Via Corvi, 19\_Senigallia An\_Tel. / Fax 071 7930853

[marcoesposto.com](http://marcoesposto.com)