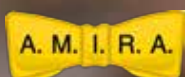


Ristorazione & Ospitalità



Organo ufficiale dell'AMIRA
Associazione Maîtres Italiani Ristoranti e Alberghi

Anno 46 - Numero 3
Marzo 2022

All'interno:

- Solidus, i Professionisti a tutela del benessere dell'Ospite
- 3 vaccini, green pass e controlli vari mi fanno venire la voglia di tornare al ristorante di Edoardo Raspelli
- Camerieri da riqualificare, oltre alle doti serve anche una giusta emotività
- Vitigni e Vini d'Italia, l'Abruzzo
- La nuova tendenza dell'abbinamento: il "food pairing"



Vi Raggiungiamo
in tutta
ITALIA

AL SERVIZIO DELLA RISTORAZIONE

PREGIS[®]

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



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[®]



La lunga rincorsa verso la stagione!

Lasciamoci alle spalle un periodo nero e **ripartiamo alla grande!**

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.



www.pregis.it



Ristorazione & Ospitalità



Anno 46 n° 3
Marzo 2022

Rivista di alimentazione,
gastronomia, enologia e turismo

EDITORE AMIRA
Associazione Maîtres Italiani
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,
Giovanni Favuzzi, Enrik Gjoka,
Adriano Guerri, Francesco Guidugli,
Valentina Iatesta, Rodolfo Introzzi,
Silvio Pannace, Fabio Pinto,
Michele Policelli, Edoardo Raspelli,
Claudio Recchia, Stefano Sandrucci,
Franco Savasta, 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 Parliamo di "Associazionismo"
Silvio Pannace

ATTUALITÀ

7 Solidus, i Professionisti a tutela del benessere
dell'Ospite - Francesco Guidugli

ATTUALITÀ

10 3 vaccini, green pass e controlli vari mi
fanno venire la voglia di tornare
al ristorante - Edoardo Raspelli

ATTUALITÀ

13 Camerieri da riqualificare, oltre alle doti
serve anche una giusta emotività - Enrik Gjoka

ATTUALITÀ

16 Amira in prima linea nella formazione delle
nuove leve - Valerio Beltrami

IL LIBRO

18 Vitigni e Vini d'Italia, una vera opera per
professionisti - Diodato Buonora

VITIGNI E VINI D'ITALIA

19 L'Abruzzo
Franco Savasta

STILE TARTUFO

22 La scoperta dei "Paesi Custodi"
Stefano Sandrucci

Sommario



CULTURA DEL SOMMELIER

24 Che cosa sono le viti a piede franco?
Luca Stroppa

LE NOSTRE DOCG

25 Il Cesanese del Piglio, meraviglioso vino
laziale - Adriano Guerri

VINI DAL MONDO

26 I vini del Maghreb: Egitto e Algeria
Rodolfo Introzzi

IL MAESTRO

28 Il Gran Maestro Fernando Curreli
si racconta... - Claudio Recchia

ALLA SCOPERTA DEI NOSTRI FORMAGGI

31 La Sardegna
Michele Policelli

STORIE DI BIRRA

34 La Toscana, oltre al vino, ci dona birre
d'eccellenza - Marisa Conte

PER SAPERNE DI PIÙ

36 La nuova tendenza dell'abbinamento:
il "food pairing" - Valentina Iatesta

ALIMENTAZIONE E NUTRIZIONE

38 La trippa, una delle frattaglie che piace
di più - Giovanni Favuzzi

L'ANGOLO BAR

39 Black Russian... ai tempi della "Guerra
Fredda"!!! - Fabio Pinto

DISTINTI SALUMI

40 Il Mallegato di San Miniato, salume "di
sangue" per eccellenza - Marco Contursi

R. & O. 30 ANNI FA

41 Ristorazione & Ospitalità di
marzo 1992 - Diodato Buonora

SEZIONE PAESTUM

43 Successo per la 1ª Cena Enogastronomica
Didattica - Diodato Buonora

I NUOVI LOCALI DEL CRAVATTINO D'ORO

44 La Trattoria Carpaccio,
cucina mediterranea e piatti tipici

Parliamo di “Associazionismo”

L'associazionismo di questi tempi può sembrare difficile da vivere e da sostenere. Dati ufficiali ci dicono che in Europa, il mondo delle associazioni è una realtà che impegna quasi 13 milioni di persone e che negli anni ha conosciuto una crescita senza precedenti. Purtroppo la pandemia, insieme a tante altre cose, ha rallentato questa realtà e la domanda che tutti oggi ci poniamo è: in quale acque navigano oggi le associazioni? Reazione e coinvolgimento. Oggi più che mai, il mondo dell'associazionismo dovrà essere reattivo se non vuole morire lentamente e per evitare che tutto ciò avvenga dobbiamo riscoprire il coinvolgimento, questo se si vuole continuare a costruire legami tra giovani, professionisti ed aziende turistiche.

Formazione e impegno sono giusti ingredienti per crescere. Corsi di formazione, serate a tema, percorsi di avvicinamento al vino, al cibo di qualità, alla formazione professionale, sono un buon viatico affinché le associazioni riprendono il cammino interrotto nell'ultimo biennio dalla pandemia. Purtroppo la bassa percentuale di partecipazione degli addetti ai

lavori alle numerose iniziative di formazione comporta ritardi nella crescita professionale degli operatori del settore del food e del beverage.

Noi, come A.M.I.R.A., siamo stati duramente colpiti in questo periodo di pandemia. Molte, tante manifestazioni, concorsi, visite ad aziende agroalimentari e vinicole, corsi di formazione, linfa vitale della nostra associazione, sono stati bloccati, rimandati o sospesi. Ma non ci siamo mai arresi. Seppur tra mille difficoltà dovute alle ristrettezze covid-19, il 2021, per l'A.M.I.R.A. è stato un anno ricco d'impegni.

Partecipando, riuscendo e, come la retorica di questo periodo suggerisce, vogliamo mettere sotto la lente d'ingrandimento gli elementi più importanti del nostro percorso e tirare le somme insieme a vecchi e nuovi soci. Detti impegni sono serviti a farci conoscere in ambienti come il Ministero della Pubblica Istruzione, Ministero del Turismo (con i quali abbiamo sottoscritto e rinnovato protocolli d'intesa). Inoltre, siamo stati ricevuti al Quirinale dal Presidente della Repubblica Mattarella, abbiamo preso “il volo” con le Freccie Tricolori



in occasione del loro 60° anniversario e tanto altro ancora. La pandemia sembra arrestarsi in maniera lenta, il settore turistico è ancora in ginocchio, lo spauracchio di un calo di turisti minaccia ancora una volta posti di lavoro ed economia. Tutto questo, però, non ferma la crescita della nostra associazione. Difatti, alle 46 sezioni A.M.I.R.A. presenti su tutto il territorio nazionale, il nuovo anno ne regala altre 2, esattamente quella di Marsala-Trapani, guidata dalla fiduciaria Chiara Gavioli e quella di Pavia condotta dal fiduciario Francesco Roccaro. La nascita di queste 2 sezioni è un chiaro segnale di come i nostri validi professionisti iniziano ad attivarsi su nuovi scenari creati dalla pandemia.

Guardiamo quindi con fiducia al futuro, augurandoci che la stagione turistica che sta per arrivare, sia migliore di quella appena vissuta.

Silvio Pannace
**Membro di Giunta
Nazionale AMIRA**

Solidus, i Professionisti a tutela del benessere dell'Ospite

di *Francesco Guidugli*,
Presidente di Solidus Turismo,
I Professionisti dell'Ospitalità

Nel precedente numero della rivista, pubblicato a febbraio, avevamo raccontato come si era giunti ad individuare il tema ed i contenuti del Convegno istituzionale di Solidus Turismo tenutosi a Napoli ed intitolato Ospite, i Professionisti a tutela del suo benessere. Le emozioni ed i ricordi non sono ancora del tutto andati via e allora riviviamoli insieme.

Per i Professionisti dell'Ospitalità è stata una presa di coscienza della consapevolezza delle proprie responsabilità, della responsabilità sociale e dovere etico nei riguardi di milioni di persone che frequentano le strutture alberghiere o le attività turistiche che siano alberghi, ristoranti, bar, privati o di grandi o piccoli gruppi alberghieri. Si sono lasciati sempre più convinti che la tutela del benessere dell'ospite deve essere sempre di più tra i punti cardine del vivere le loro professioni e di sentirsi ancora di più custodi del benessere dei loro ospiti.

Nella prima parte del convegno hanno avuto spazio i presidenti delle 4 associazioni del settore ristorazione che hanno espresso diversi concetti molto importanti.

Il Presidente di Amira (Associazione Maître Italiani Ristoranti e Alberghi), Valerio Beltrami, ha voluto sottolineare alcuni concetti fondamentali e conosciuti agli addetti ai



Francesco Guidugli, Presidente Solidus Turismo

lavori e proprio per questo è necessario che vengano conosciuti anche da chi frequenta per lavoro, per piacere, per vacanze i risto-

Attualità

ranti, i bar e gli alberghi. Il cliente per i Professionisti dell'Ospitalità è un Ospite non più un cliente. Quando un Ospite entra in un locale turistico alberghiero, oltre alla persona che lo accoglie ed ascolta i suoi desideri, c'è un imponente lavoro di squadra attento alla ricerca della sua soddisfazione e salute e quindi del suo benessere. Oltre al Direttore, al Maître, allo Chef, ai camerieri di sala, le cameriere ai piani ecc. ci sono anche persone che lavorano in reparti interni come la manutenzione, come il personale di fatica, chi lavora alla plonge, ma, comunque sempre personale ben formato ed attento a garantire che tutti i loro comportamenti contribuiscano a soddisfare il servizio all'Ospite.

Quando un Ospite entra in un locale, la sua soddisfazione e benessere passano per tanti aspetti di cui non sempre ci si rende conto. Ma chi lavora nella ristorazione, che sia d'albergo o meno, li vive come propri obiettivi primari. Pulizia sia dell'ambiente che di igiene personale, Cortesia nei modi e nell'individuare il tavolo più adatto sapendo comprendere le necessità dell'Ospite, la Solerzia nel servizio e nei tempi, l'Ospitalità sempre con il sorriso, e poi altri particolari non secondari che possono contribuire a rendere gradevole l'esperienza, ovvero le decorazioni e lo stato del locale, le illuminazioni



Franco Alzetta, Presidente Onorario di Solidus - Alessandro D'Andrea, Presidente ADA - Francesco Guidugli, Presidente Nazionale di Solidus Turismo - Antonello Maietta, Presidente Nazionale dell'Associazione Italiana Sommelier - Valerio Beltrami, Presidente AMIRA

più adatte ed adeguate allo stile, senza dimenticare gli odori ed i rumori.

Il benessere quindi passa attraverso la tavola, e questo è il sentimento riportato da Gaetano Cerciello della Federazione Italiana Cuochi. Per il benessere dell'Ospite il cuoco deve mettersi a sua disposizione con tutte le competenze di carattere nutrizionale, di conoscenza del territorio in cui opera, delle stagionalità dei prodotti, sapere cosa succede dal momento che si va a trasformare il prodotto. Per tutto questo è quindi necessario avere in cucina dei Professionisti esperti, formati ed informati per essere davvero tutori della salute e del benessere e far stare bene chi è a tavola, sia chi è entrato nel locale per un momento ludico, ricreativo o commemorativo. Lo Chef Cerciello ha concluso il suo intervento citando una frase

molto significativa detta dal celebre gastronomo francese Jean Anthelme Brillant-Savarin: "Saper ricevere è un'arte: Invitare qualcuno a pranzo vuol dire incaricarsi della felicità di questa persona durante le ore che egli passa sotto il vostro tetto". Antonello Maietta, Presidente dell'Associazione Italiana Sommelier (AIS), ha puntato i propri argomenti facendo conoscere meglio il ruolo e la figura del professionista che degusta i vini. Il Sommelier accoglie l'Ospite con un sorriso, sugli indizi che ha davanti propone sulla propria esperienza ed intuito, con garbo e con un dialogo costante cerca di renderlo più soddisfatto possibile. Il ruolo del Sommelier non è quello di vendere il vino più costoso, ma quello di consigliare, individuare il meglio per lui. Se l'Ospite vuole festeggiare deve capirlo subito altri-

menti ha sbagliato mestiere. Sempre a tutela della salute e benessere dell'Ospite, il Sommelier non incoraggia mai ad un consumo smodato ma per un bere consapevole. Consiglia anche a bere alternative come succhi o infusi adatti al piatto che è stato consigliato e servito.

“Bevi responsabilmente perché bere sia sempre e soltanto un piacere”, questo è il motto pronunciato da Bernardo Ferro, il neo Presidente di A.B.I. Professional l'Associazione dei barmen italiani. Oltre ad essere un motto, però, è una chiara ed inequivocabile indicazione di promozione della salute che caratterizza i Barmen Professionisti. Caratteristiche che si ampliano maggiormente consultando la serie di documenti che sono necessari per entrare a fare parte di questa associazione che richiede il Curriculum Vitae che determina l'esperienza lavorativa, l'istruzione e le competenze nella materia dell'alcool. Il CV è un buon indicatore di professionalità dei candidati, che devono essere a conoscenza del prodotto e dei rischi quando somministrano ai loro Ospiti distillati, liquori, cocktails, vino. Informazioni del CV che vengono verificate meticolosamente. Il certificato penale è richiesto per maggiore sicurezza nell'avere in associazione professionisti integerrimi. I Professionisti di A.B.I. Professional sono costantemente formati ed aggiornati attraverso corsi interni pianificati con i propri docenti o tramite Masterclass. Il Centro Formazione di A.B.I. Professional fornisce i propri soci di file dove, inserendo alcuni dati specifici come quantità del prodotto utilizzato, la tipologia del prodotto, le calorie, si individuano immediatamente delle informazioni sul cocktail, una specie di “Carta d'identità” che viene chiamata “Etichetta del Cocktail”. Vengono create ricette analcoliche per Virgin Cocktail o Mocktail, che eliminano completamente il problema “alcool”. Una grande attenzione, soprattutto negli ultimi anni, è rivolta verso il “WELLNESS”, che sta interessando una platea sempre più numerosa. Infatti, è già da un paio di anni che nelle liste cocktails di tanti



Le associazioni che fanno parte di Solidus Turismo

bar si trovano informazioni aggiuntive sul drink. Oltre agli ingredienti, si trovano il volume alcolico, le calorie, i grammi ed i millilitri di alcol presenti in quella determinata bevanda. Queste informazioni supplementari hanno colpito molto l'Ospite, in positivo, che spesso ha optato per alcuni drink piuttosto che altri, oppure di consumarne uno solo, per via delle calorie o del volume alcolico presenti.

Ascoltando i 4 presidenti raccontare le loro esperienze ed attività messe in campo giornalmente a salvaguardia della salute e benessere dei loro ospiti, viene spontaneo pensare e quindi lasciare a voi le proprie considerazioni, che Ospitalità, vuol dire benessere.

F. Guidone

3 vaccini, green pass e controlli vari mi fanno venire la voglia di tornare al ristorante



di Edoardo Raspelli

“Incrociamo le dita, facciamo le corna, aglio trifoglio fattura ca non quaglia, corna e bicuorna, o scapaccione a cap e pezza”: scusate, ma non posso fare a meno di cominciare così prima di applaudire non solo la cucina ed il servizio del ristorante di Emanuele Signorini (in sala) e Massimo Fezzardi (ai fornelli). Dall’alto (!) dei miei tre vaccini (ed in più anche l’antinfluenzale), dall’alto dei tre vaccini di moglie e figli (senza il più piccolo disturbo) mi si allarga il cuore quando posso entrare in un locale così: l’ultima, ennesima mia visita in questo antro di delizie è di metà ottobre e che cosa ho trovato?! Gel sanificatori da tutte le parti, misurazione della temperatura, controllo del green pass, menu “cartaceo” ma di una “carta sintetica adatta alla sanificazione” ... Non so come la pensereste voi, ma io mi sono seduto ancor più rassicurato”.

Queste così, paro paro, sono state le mie prime righe, giovedì 27 gennaio, che i lettori hanno trovato leggendo la mia consueta recensione settimanale su ilgusto.it e sui dodici quotidiani collegati, da “La Stampa”, a “Repubblica”, al “Secolo XIX” e alla “Gazzetta di Mantova” ... Scrivevo del grande ristorante Esplanade di Desenzano del Garda (in provincia di Brescia) che, a mio parere, si divide con un altro ristorante lombardo (Ma.Ri. na di Olgiate Olona, Varese) il primato tra i ristoranti di pesce della regione e, forse, dell’Italia intera, che il mitico patron, Pino Possoni, ha lasciato nelle mani



La copertina del Raspelli Magazine di febbraio 2022

www.raspellimagazine.it

di Rita, sorella e regina della cucina. Tutto questo la ristorazione spero che lo comprenda. Lo so io che è una... rottura di scatole: si perde tempo; si ferma la gente all’ingresso per testare temperatura e controllare il QRCode; si infastidi-

sce chi si alza per andare al bagno ricordandogli di indossare la mascherina... però sono convinto che è per il mio bene e per il bene di tutti. Non voglio ricordare gli amici morti negli ultimi due anni, non voglio pensare alle decine di amici parenti e conoscenti malati che se la sono cavata per il rotto della cuffia, solo con qualche linea di febbre, molta tosse e molti dolori ma, comunque, non da ospedale o da...tomba... ("Incrociamo le dita, facciamo le corna, aglio trifoglio fattura ca non quaglia, corna e bicuorna, o scapaccione a cap e pezza").

Che anni duri, non solo per chi lavorava in un bar o in un ristorante ma anche, seppur in minor misura, per chi, come me, che l'andare al ristorante era ed è un lavoro (per quanto piacevole che sia). Vi ricorderete che per mesi erano aperti solo i ristoranti degli alberghi, e solo per gli alloggiati?! Per mesi, prima per il quotidiano cartaceo, poi digitale La Stampa, infine per il portale ilgusto.it eccomi frequentare 4 Stelle, 3 Stelle ed anche meno alberghiere con ristoranti e/o trattorie annesse (ed ho fatto anche delle scoperte, come i miei lettori sanno...).

E poi la libertà, quando i ristoranti hanno potuto riaprire, almeno all'aperto, ed io mi sono goduto i piatti del primo ristorante



Oramai, dappertutto ci chiedono il Green Pass

della Resurrezione, come mi sono detto io, La Stella di Domodossola (di cui ho scritto nel numero del RASPELLIMAGAZINE online dal 15 gennaio).

Faceva freschino ma sotto i funghi a gas respiravo,

di nuovo, la felicità.

Editoriale del Raspelli Magazine di febbraio 2022 - www.raspellimagazine.it



➤ **Alessia Pianta**

WWW.ALESSIPIANTA.COM

IL PRIMO E-COMMERS CREATO PER LA FORNITURA

A 360° DEL SETTORE ALBERGHIERO



+39 3280790234 info@alessiapianta.com

C H A M P A G N E T A N C A

*Condividere una storia di famiglia è
condividere un piacere.*

Champagne ottenuto da viticoltura
sostenibile, terroir con resa limitata
per ottenere il giusto equilibrio
gustativo delle uve.

Cuvée Josephine Brut

Cuvée Pascal Extra Brut

Cuvée Pascal Blanc de Blancs

Cuvée Pascal Rosé



*Distribuito
IN ESCLUSIVA
ad un solo
ristorante per città.*

**SOLO VENDITA
DIRETTA**



T A N C A
THE BRANDS COMPANY

info@tancaluxury.com
www.tancabrands.com

Camerieri da riqualificare, oltre alle doti serve anche una giusta emotività



di Enrik Gjoka

L'accoglienza è sempre più importante ed è su questo che i ristoratori devono investire. Poi, occorrono competenze trasversali che sono sì tecniche, ma anche comportamentali ed educative

L'appiattimento della figura dell'operatore di sala nel contesto contemporaneo esige una riqualificazione della professione ed un rilancio del suo ruolo all'interno dell'impresa ristorativa. Il primo passo in questa direzione consiste in una ristrutturazione, condivisa fra gli addetti del settore, delle competenze, capacità, attitudini, abilità e comportamenti necessari per svolgere tale mansione.

Vendere responsabilmente

La ristrutturazione, oltre che guidare ad una definizione puntuale di capacità e competenze, porterà ad un diffuso innalzamento generalizzato della qualità delle prestazioni professionali effettuate dal personale di sala, dando per scontato che le competenze tecniche dovranno essere comunque al massimo livello. Quello che in futuro farà la differenza tra un "buon servizio" ed un "servizio eccellente" sarà la capacità degli operatori di sala di vendere responsabilmente e di comunicare in modo costruttivo con la clientela.



Emotivi sì, ma con misura

La professionalità del personale di contatto secondo Grönroos (1990): "È una componente della qualità del servizio, in particolare della sua componente tecnica, ma costituisce anche la necessaria premessa alla qualità relazionale". Swailes (2003), definisce il costrutto professionale come un "ombrello concept", che comprende i seguenti fattori:

- skill e competenze;

- conoscenza tecnica;
- integrità;
- abilità nel gestire e controllare le emozioni;
- attitudine al problem solving, intesa come capacità di comprendere le aspettative e abbinate la soluzione ai problemi del cliente.

Cosa serve per "ristrutturarsi"?

Riprendiamo il nostro ragionamento sulla ristrutturazione, adattando il concetto del co-

Attualità

strutto professionale alla figura dell'operatore di sala e definendo i seguenti gruppi di competenze:

1. le competenze principali - includono la vendita e la comunicazione;
2. le competenze complementari - equivalenti delle hard skills, comprendono le conoscenze tecniche, enogastronomiche, merceologiche, ecc. intese come l'insieme di competenze che si possono acquisire a scuola, nei corsi di perfezionamento o durante l'esperienza lavorativa;
3. le competenze trasversali - analoghe alle soft skills, implicano le capacità relazionali, di comunicazione, di negoziazione, di adattamento, la capacità di lavorare sotto pressione, così come la motivazione, l'empatia, la capacità di ascolto, la creatività o la proattività, ecc. intese come l'insieme di abilità e comportamenti, che sono prodotto delle attitudini, della cultura e delle esperienze vissute dal singolo soggetto.

Ogni competenza ha una sua importanza specifica

Le competenze trasversali, che comprendono l'aspetto caratteriale e sociale, sono criteri di selezione più rilevanti delle competenze tecniche, in quanto quest'ultime si possono acquisire più facilmente ed in minor tempo. Ciononostante, vorrei sottolineare che trascurare anche un solo gruppo di competenze impatta negativamente sulla performance della brigata di sala, dunque, è fondamentale svilupparle ed accrescerle armoniosamente. Le competenze possedute da una specifica brigata di sala sono tra loro conca-



Front-line, una priorità per i ristoranti

tenate in un modo che dipende dal contesto, dalla storia, dalle persone che la compongono e dalle strategie dell'impresa ristorativa all'interno della quale si sviluppano.

Il costruito professionale dell'operatore di sala determina la qualità del processo di erogazione del servizio ed incide in modo negativo o positivo sulla soddisfazione e sul valore percepito dal consumatore.

Boffanti e D'Allura (2013) hanno identificato, in base ai fattori (analoghi per natura e funzione) che incidono sulla professionalità durante l'erogazione del servizio, le tre seguenti dimensioni della professionalità del fornitore del servizio:

1. dimensione educativo-formativa;
2. dimensione etico-morale;
3. dimensione emozionale.

Al fine di evidenziarne l'incidenza sul valore percepito e sulla soddisfazione del cliente, procediamo con una breve analisi dei tratti fondamentali che

le caratterizzano.

Educativo-formativa

La dimensione educativo-formativa racchiude tutte le abilità che il fornitore del servizio dovrebbe acquisire attraverso il percorso didattico/scolastico e durante l'esperienza lavorativa, al fine di potenziare le proprie conoscenze. Tra i principali fattori di questa dimensione rientrano le capacità e le competenze tecniche, l'adeguamento alle best practice in base all'esperienza acquisita, l'applicazione degli standard aziendali, ecc.

Etico-morale

La dimensione etico-morale concerne i comportamenti, gli atteggiamenti e le attitudini del fornitore del servizio. Questi aspetti sono indipendenti dalle conoscenze e competenze che il personale ha acquisito nel corso della sua esperienza formativa e lavorativa. I fattori basilari di questa dimensione sono la cooperazione, la fiducia, la correttezza, la serietà, la gene-



Le doti tecniche contano e si possono insegnare

rosità, l'imparzialità, l'onestà, la sincerità, l'integrità, l'affidabilità, il rispetto, il senso del dovere, l'impegno e la disponibilità. La professionalità, secondo tale dimensione, si esprime tramite il comportamento etico e la condivisione di valori morali acquisiti dal fornitore di servizio tramite l'appartenenza ai vari gruppi sociali incrociati durante il suo ciclo di vita.

Emozionale

La dimensione emozionale accomuna il coinvolgimento emotivo ed il relazionarsi in modo empatico. I fattori di questa dimensione sono la cortesia, la cordialità, l'empatia, la serenità d'animo, il controllo dell'emotività e la rassicurazione. In "The managed heart" (Hochschild, 1983) viene introdotto il concetto di emotional labor per indicare il processo di gestione delle emozioni nel contesto lavorativo. Per erogare un servizio di qualità, secondo questo concetto, oltre le competenze tecniche, è necessario un

certo livello di coinvolgimento emotivo, anche se esso implica spesso stress emotivo. Come si potrebbe facilmente intuire, gli stati d'animo del personale di sala influenzano la percezione di valore del cliente, condizionando il livello di soddisfazione e plasmando il ricordo (positivo o negativo) dell'esperienza di servizio vissuta.

Le emozioni? Sì, ma con misura

Nel settore della ristorazione è emersa, in modo prorompente, la necessità di prestare una particolare attenzione alla gestione delle emozioni durante l'operatività aziendale quotidiana, utilizzandole come strumento per influenzare il cliente e aumentare il profitto dell'impresa ristorativa. In altre parole, l'adeguare le emozioni in modo appropriato durante l'interazione col cliente, aumenta la soddisfazione di quest'ultimo ed è un ottimo metodo per incrementare le vendite sia nel breve sia nel lungo periodo.

Secondo Hochschild (1983),

bisogna pensare alle emozioni come fenomeni che si possono affinare, perfezionare, dirigere e governare, aspirando a farle diventare una risorsa che si può gestire all'interno dell'azienda ristorativa. Per raggiungere tale obiettivo, le aziende dovranno promuovere nella brigata di sala la cultura delle emozioni, ovvero l'acquisizione di una serie di regole esplicite ed implicite che prescrivono le emozioni da esprimere durante l'interazione col cliente.

Front-line, una vetrina per il ristorante

Le aziende della ristorazione dovranno sviluppare ulteriormente la consapevolezza dell'importanza intrinseca del personale front-line (addetti all'accoglienza e al servizio di sala) e del peso e ruolo che hanno sull'immagine e sui risultati economici dell'azienda. Inoltre, il personale di contatto (front-line) è il migliore strumento di marketing a livello organico (inteso come marketing realizzato durante la fase di erogazione dei servizi) perché relazionandosi con gli ospiti può raccogliere delle informazioni preziose per la gestione del marketing a livello indotto (inteso come marketing strategico) e la CRM (Customer Relationship Management). L'attenzione allo sviluppo del worker sensing trasformerà gradualmente il personale di sala nel barometro e sensore dell'azienda ristorativa.

Da Italia a Tavola

Italia a Tavola
NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE

Amira in prima linea nella formazione delle nuove leve



di Valerio Beltrami

Tante le attività e i progetti che l'associazione sta portando avanti. Firmati due protocolli con i ministeri del Turismo e dell'Istruzione per migliorare l'offerta formativa e rilanciare il settore turistico-ricettivo

Negli ultimi tempi si è parlato molto della pandemia e della necessità di fare formazione al personale già dipendente ma soprattutto alle nuove leve, cioè ai giovani. Amira (Associazione maître italiani ristoranti e alberghi) non è stata ferma e abbiamo raggiunto traguardi molto importanti. Abbiamo stipulato un protocollo d'intesa con il ministero del Turismo, incentrato sull'opportunità di avviare una linea di collaborazione diretta e reciproca che punti a: studiare una banca dati che consenta elaborazioni e analisi integrate dei dati statistici e delle informazioni dinamiche del mondo del lavoro; individuare i fabbisogni formativi e i valori professionali in relazione alle tendenze del settore; rilanciare il settore turistico-ricettivo.

Con il ministero dell'Istruzione è stato firmato un protocollo per "rafforzare le competenze dei giovani per il loro orientamento e la futura occupazione": prevede un totale di 25 ore tra teoria e pratica; a conclusione del progetto formativo i maître Amira del territorio favoriranno convenzioni con strutture locali al fine di ospitare gli allievi per completare i Pcto (Percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento) in modo da acquisire le giuste conoscenze da trasformare in competenze tecniche. Le ore minime in azienda saranno di 40 ore.

Un altro momento molto importante è stata la nostra presenza al convegno organizzato dall'Accademia del tartufo ad Acqualagna: "Paesi custodi del tartufo. Il tartufo prezio-



so indicatore biologico e la valorizzazione delle biodiversità". Amira avrà il compito di rendere disponibile la professionalità della propria struttura organizzativa e favorire lo sviluppo della conoscenza del servizio. Un percorso formativo-educativo rivolto in special modo ai giovani, che ci vede i custodi del servizio di sala e i veri ambasciatori dell'ospitalità del servizio di qualità.

Ultima, ma non meno importante, la firma di un accordo quadro di collaborazione con il Museo dell'arte, del vino e della vite di Portici (Na), per la valorizzazione e lo sviluppo culturale delle eccellenze turistiche ed enogastronomiche della costa del Vesuvio, coinvolgendo istituzioni, imprese e cittadini con attività di promozione, educazione, ricerca e formazione.

Da: Italia a Tavola



**CHEF
CRISTIAN
TORSIELLO.**

PAESTUM, CILENTO, SUD-ITALY.



WWW.OSTERIAARBUSTICO.IT

Vitigni e Vini d'Italia, una vera opera per professionisti

di *Diodato Buonora*

Mi sono trovato all'Enoteca Gargiulo di Eboli e sul banco ho visto un volume che ha attirato la mia attenzione: *Vitigni e Vini d'Italia - Viaggio nelle regioni alla ricerca di quelli noti e meno noti*. Ho pensato che fosse il solito volume scritto da chi crede di essere un esperto senza esserlo! L'enotecario, conoscendomi, mi ha detto che potevo prendere il volume che, a dir il vero, ha una veste elegante con consistente copertina rigida. Mi è venuto spontaneo pensare... "a questo prezzo..." e l'ho preso. Arrivo a casa e inizio a sfogliarlo. Vedo che l'autore è Franco Savasta, nativo di Sapri (SA) ma savonese d'adozione. È stato dal 1970 al 2010 rappresentante prima e funzionario poi di diverse importanti aziende. Nel suo curriculum: ispettore generale per l'Italia per un importatore di vini e liquori; area manager per la "Barone Ricasoli"; Sales manager, prima per la "Bersano" e successivamente per la "Seagram Italia"; Direttore vendite della "Hofstätter" e consulente vendite della "Tramin"; ha concluso la sua carriera come Direttore vendite della distilleria "Sibona" di Piobesi d'Alba. Da questo, si evince che non può essere che un vero esperto, professionalmente parlando, in tutto quello che riguarda il "beverage". Poi, continuando a sfogliare il libro, vedo che la prefazione è stata scritta da Franz Haas, grandissimo produttore vinicolo dell'Alto Adige, scomparso, a soli 68 anni, lo scorso mese di febbraio. Passo alla "premessa" che inizia così: «Non è mia intenzione scrivere una storia della vite, della viticoltura e del vino: più semplicemente, vorrei portare un mio piccolo contributo ad una migliore conoscenza dei vitigni e dei vini delle regioni italiane con una sorta di chiacchierata da "salotto"...». Questo inizio mi ha semplicemente entusiasmato per la semplicità, l'umiltà e ho subito carpito la grande passione dell'autore per questo interessante mondo che è il "vino".

Chiamo Carlo Gargiulo, il mio amico enotecario, e gli chiedo se conosce Franco Savasta. «Certo, - mi risponde - siamo amici da sempre, è stato lui a regalarmi alcune copie del suo libro». Per farla breve, l'ho contattato ed ho chiesto l'autorizzazione a pubblicare le descrizioni delle regioni del suo libro. Disponibilissimo, mi ha autorizzato a condizione che ad ogni articolo citassi la fonte (mi sembra il minimo). Quindi, a partire da questo numero, Franco Savasta ci racconterà: "Vitigni e Vini d'Italia - Viaggio nelle regioni alla ricerca di quelli noti e meno noti". Inizieremo da questo numero in ordine alfabetico. Per la cronaca, il libro è stato pubblicato dalle Edizioni R.E.T.I. di Bosia (CN) e, per chi ha fretta d'imparare, lo può trovare in rete o contattando l'editore al prezzo di 20 €.



L'Abruzzo



di Franco Savasta

Parlando dei vitigni e dei vini dell'Abruzzo verrebbe da dire che, sul piano enologico, ci troviamo di fronte ad una zona con una coltura monovarietale. Cercherò di dimostrare che ciò non è vero, anche se la regione ha nel vitigno Montepulciano la sua coltura principale: 56% di tutti gli ettari coltivati a vite. Seguono, ma molto distanziati, il Trebbiano toscano 18%, il Trebbiano abruzzese 10%, Chardonnay 2% e tutti gli altri insieme per il 14%. La regione è quinta in Italia per produzione di vino nel 2019; con 2.887 milioni di ettolitri è dietro soltanto a Veneto (11.333), Puglia (9.771), Emilia-Romagna (5.651) e Sicilia (4.344). Ecco l'elenco dei vitigni coltivati nella zona, iniziando con quelli a bacca bianca: Trebbiano toscano, Trebbiano abruzzese, Biancame, Bombino bianco, Passerina, Pecorino, Cococciola, Montonico bianco, Silvaner, Riesling, Riesling italico, Traminer aromatico, Malvasia del Lazio, Pinot bianco, Pinot grigio, Moscato bian-



Grappolo di Trebbiano d'Abruzzo

co, Mostosa, Vermentino, Fiano, Greco, Grechetto, Regina, Manzoni bianco, Malvasia bianca di Candia, Falanghina, Malvasia bianca lunga, Pignoletto, Montù, Veltliner e Garganega. A bacca nera e rossa: Montepulciano d'Abruzzo, Primitivo, Sangiovese, Pinot nero, Marzemino, Gaglioppo, Nebbiolo, Ciliegiolo, Cannonaiolo, Refosco, Maiolica nera, Aglianico, Barbera, Dolcetto, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot, Syrah, Malbeck. Le denominazioni non sono poche: cerchiamo di

andare con ordine.

"Abruzzo" e "Controguerra" sono quelle con più tipologie. La prima produce: Bianco, Bianco Passito; Rosso, Rosso Passito; Cococciola, Cococciola Superiore; Pecorino, Pecorino Superiore; Malvasia, Malvasia Superiore; Passerina, Passerina Superiore; Montonico, Montonico Superiore, Spumante Charmat, Spumante Charmat Rosé, Spumante Metodo Classico e Spumante Metodo Classico Rosé. La sua zona di produzione è l'intero territorio regionale. "Controguerra" produce: Rosso, Rosso Riserva, Rosato, Novello, Rosso Passito; Ciliegiolo; Bianco, Bianco Passito; Passerina, Pecorino, Malvasia, Chardonnay, Merlot, Pinot nero, Cabernet (da Cabernet Sauvignon e/o Cabernet Franc) e Spumante Metodo Classico. La zona di produzione è situata tutta in provincia di Teramo. Ci sono altre tre denominazioni d'origine, dopo quella "Abruzzo", che sono prodotte in tutta la regione: Cerasuolo d'Abruzzo, Trebbiano d'Abruzzo e Montepulcia-

Vitigni e Vini d'Italia



*Federico Faraone,
dell'azienda Faraone,
ammira il suo vigneto a Giulianova*

no d'Abruzzo. Quest'ultima ha varie sottozone con le provincie di produzione, qui indicate tra parentesi: Alto Tirino (L'Aquila), Terre dei Peligni (L'Aquila), Casauria (Pescara), Terre dei Vestini (Pescara) e Teate (Chieti). Abbiamo poi la DOC "Villamagna" la cui zona di produzione è ristretta a soli tre comuni: Villamagna, Bucchianico e Vacci. Produce un solo vino, nelle tipologie Base e Riserva, con uva del vitigno Montepulciano (minimo 95%). Infine abbiamo la Denominazione "Ortona" con un Rosso e un Bianco; il disciplinare per il primo prevede vitigno Montepulciano, minimo 95%, mentre per il secondo le uve devono essere del vitigno Trebbiano d'Abruzzo e/o Trebbiano toscano nella misura minima del



70% e, per la parte restante, uve di vitigni a bacca bianca non aromatici.

Prima di passare alle due DOCG, voglio precisare che in tutte le denominazioni d'origine dell'Abruzzo le tipologie Rosso e Bianco hanno, come base ampelografica, il Montepulciano per il primo ed il Trebbiano toscano e/o Trebbiano d'Abruzzo per il secondo. Anche per il Cerasuolo l'uva deve essere del vitigno Montepulciano nella misura minima dell'85%. Si tratta di un vino rosato anche se fatto con uve di vitigno a bacca nera. Il motivo è che il mosto, durante la fermentazione, resta a contatto con le bucce per pochissimo tempo; quanto basta ai polifenoli di trasmettere colore al vino, ma non troppo. Tutte le altre tipologie hanno il nome del vitigno in etichetta: ciò vuol dire che l'uva di quel determinato vitigno (Pecorino, Montepulciano, Sangiovese, Cabernet, Merlot, Passerina, Chardonnay ecc.

...) è presente in misura variabile tra il 70% ed il 100%. La prima DOCG è "Montepulciano d'Abruzzo Colline Teramane", anche nella versione Riserva; il disciplinare stabilisce che l'uva del vitigno Montepulciano deve essere presente in misura non inferiore al 90% e che l'uva del vitigno Sangiovese può concorrere nella misura massima del 10%. La zona di produzione è una parte della provincia di Teramo.

Alcuni cenni storici, prima di passare alla seconda, ed ultima, DOCG della zona. Come nel resto d'Italia, anche in Abruzzo la coltivazione della vite e la vinificazione della sua uva, è pratica non secolare ma millenaria. Alcuni storici narrano che le truppe di Annibale dopo la vittoria nei pressi del lago Trasimeno contro i Romani (seconda Guerra Punica 217 a.C.), si ristorarono nel teramano anche col vino locale. Ovidio, nel suo poema "Le Metamorfosi" descrive i vigneti abruzzesi esaltandone la bellezza e parlando della "felice terra dei Peligni" (ricordo che i Peligni erano un piccolo popolo italico e che "Terre dei Peligni" è una DOC, sopra citata). Questa terra è una vallata che si estende da Sulmona a Popoli: Ovidio era nato da quelle parti, precisamente a

Sulmona nel 43 a.C. Dopo la caduta dell'Impero Romano, la regione ha conosciuto la dominazione dei Goti, dei Longobardi e degli Svevi. Lotte intestine durate secoli hanno visto fronteggiarsi Durazzeschi (della casa d'Angiò del duca di Durazzo), Angioini e Aragonesi. Infine, la zona passò sotto il Regno di Napoli nel 1738 fino alla creazione del Regno d'Italia.



Vigneti dell'Azienda Faraone a Giulianova

Adesso parliamo dell'altra DOCG, la seconda e ultima: "Terre Tollesi" o "Tullum". Nata nel 2019 - prima era una DOC che offriva una quindicina di tipologie di vini - produce: Rosso, Rosso Riserva, Pecorino, Passerina e Spumante Metodo Classico. Questo Spumante è un "Blanc des Blancs" 100% Chardonnay. Sia il Rosso che il Rosso Riserva sono prodotti con uva Montepulciano 95% minimo; possono concorrere altre uve a bacca nera, da sole o congiuntamente, per il 5% massimo. La differenza tra i due vini consiste in un maggiore invecchiamento per il secondo, una maggiore alcolicità e una diversa resa per ettaro dell'uva: 120 quintali per il vino base e 90 per il tipo Riserva. Per le tipologie "Pecorino" e "Passerina" l'uva deve essere 90% minimo dei rispettivi e omonimi vitigni; possono concorrere altre uve,

non aromatiche, nella misura massima del 10%. La zona offre vino, anche molto buono, da tempi remoti. La dimostrazione della pratica enologica come prassi antichissima della zona è data anche dal ritrovamento in provincia di Chieti di alcuni contenitori in terracotta, conservati nel museo archeologico della città, del tipo che i Latini chiamavano "Dolium". Inoltre, vicino a Tollo, in provincia di Chieti, sono state rinvenute cisterne ed un "torcolarium" (torchio, frantoio) che testimoniano l'esistenza di una vera e propria azienda agraria in epoca romana. Venendo in epoca più moderna, tra il 1400 e il 1500, documenti attestano movimenti commerciali nel porto di Ortona, da dove partivano caratelli di vino. Avvicinandoci un po' di più ai tempi nostri troviamo il frate e poeta Ber-

nardo Maria Valera, che in alcuni componimenti pubblicati nel 1835, scrive della zona di Tollo in questi termini: "piccola terra nell'Abruzzo citeriore ... celebre pel suo vino rosso rubino, volgarmente detto Lacrima". Non è fuori luogo immaginare che alla corte borbonica si bevessero vino della zona di Tollo, visto che era territorio del Regno di Napoli. E ancora, il Dizionario Geografico d'Italia, stampato tra il 1875 e il 1878, dice di questa zona: "Principali produzioni e commercio consistono nei vini, che sono squisiti". Chiudo ricordando che questa regione, come altre del Centro-Sud, produce ancora molto, troppo, vino comune, anche se quello di qualità continua a crescere in modo significativo.

Tratto dal libro di Franco Savasta "Vitigni e Vini d'Italia" Edizioni R.E.T.I.

La scoperta dei “Paesi Custodi”



a cura di *Stefano Sandrucci*
Presidente Accademia Italiana
del Tartufo nel Mondo

Chi si occupa di sociologia del turismo (pochissimi, purtroppo) ha capito che il visitatore curioso che vuole scoprire il nostro Paese non cerca qualcosa di ben definito; il turista che sceglie l'Italia come meta del suo viaggio è sempre più affascinato da un insieme di aspetti che include non solo l'arte o l'enogastronomia, ma anche l'emozionalità in cui si percepiscono questi elementi. In tutto questo ha un ruolo importantissimo il paesaggio e la morfologia territoriale.

Ci fa capire molto bene questo aspetto il concetto della “mezzadria”, una costruzione paesaggistica che ha attraversato la nostra storia e ha portato ad una bellezza territoriale senza precedenti.

La mezzadria era un contratto agricolo dove si assegnava un'area coltivata chiamato “Podere” in gestione ad un “mezzadro” o colono insieme alla sua famiglia (tra il 1700 e la fine del 1800): queste pratiche erano estremamente diffuse nell'Italia centrale. È stato un sistema di gestione delle attività agricole di grande armonia con l'ambiente naturale e di profondo impatto culturale verso le popolazioni. Oggi ci lascia un paesaggio unico ed un'eredità da conservare ed amare. Tutte le immagini della Toscana o dell'Umbria o di alcune aree marchigiane, dove il bosco è perfettamente delineato da dolci “limes” coltivati a cereali o vigneti, sono figlie di questa cultura e di questa straordinaria storia umana.

Il Progetto dei Paesi Custodi (del Tartufo) nasce e si sviluppa in questa condizione. Si basa su un programma di valorizzazione di vecchi Borghi Storici inseriti in un contesto paesaggistico suggestivo e pieno di fascino culturale, dove la raccolta dei tartufi è sempre stata pra-



ticata e valorizzata. L'Accademia Italiana del Tartufo ha pensato di proporre la creazione di Presidi turistici dove l'aspetto enogastronomico e la cultura dei tartufi è fusa tra arte e paesaggio, valore urbanistico e morfologia territoriale. In fondo, oggi è quello che dal resto del mondo si percepisce come “Paese Italia” e come stile di vita di alta qualità. Il Turista ci chiede un “pacchetto” che comprenda tutto questo: un viaggio ricco di esperienze emozionali.

Il Progetto prevede la creazione di una rete tra attività di ristorazione, produzione agricola ed ospitalità gestita e coordinata dalle stesse Amministrazioni Comunali che governano questi Borghi presenti in tutto il territorio nazionale. Un Progetto che presto avrà il Patrocinio del Ministero delle Politiche Agricole e Ministero del Turismo: L'Accademia sta lavorando affinché questa estesa pianificazione possa diventare legge dello Stato. Un'idea che porti turismo di qualità e che torni a far conoscere un mondo nascosto ma pieno di fascino: Paesi minori, a volte ignoti e nascosti, dispersi nel nostro Appennino, ma che possono rappresentare una ricchezza unica, ancora una volta per farci capire che parliamo del “mondo del tartufo” che mostra una dimensione profonda, ricca e che può essere traino di un nuovo valore per noi stessi e tutto il nostro Paese.



La combinazione che crea valore.

Dal 1852

www.urbanitartufi.it



URBANI TARTUFI srl
S.S. Valnerina Km 31+300 S. Anatolia di Narco
06040 (PG) Tel. 0743.613171

Che cosa sono le viti a piede franco?



di Luca Stroppa

Probabilmente hai già sentito questa espressione ... ma che cos'è una vite a piede franco? E che cosa significa vite a piede franco? Scopriamolo insieme.

Per comprendere il significato di "vite a piede franco" dobbiamo fare un breve flashback nella seconda metà dell'Ottocento, quando la fillossera, un insetto "nemico della vite", attaccò e distrusse buona parte (circa l'80%) delle varietà europee.

Devi sapere che la fillossera della vite attacca sia le radici che le foglie della pianta della vite. Gli studiosi notarono che le varietà americane subivano un danno alla radice molto limitato mentre le foglie erano pesantemente provate; al contrario, le varietà di viti europee subivano i maggiori danni alle radici. O meglio, le viti americane svilupparono, nel tempo, una resistenza al parassita a livello radicale, quelle europee a livello fogliare. Senza entrare in complesse spiegazioni scientifiche, possiamo dire che per combattere il nemico e dare vita a varietà resistenti si decise di innestare le viti europee sulle radici di viti americane. Nacquero dunque varietà ibride caratterizzate da radici di piante americane e apparato vegetativo di piante europee. Ma non tutte le viti presentano queste caratteristiche. Ci sono viti che non sono state innestate su radici di piante americane perché, per diverse ragioni, la fillossera non è riuscita ad attaccarle e a provocare i suoi effetti devastanti. Quando si parla di viti a piede franco ci si riferisce proprio a queste varietà.

Che cosa significa vite a piede franco?

Innanzitutto, dobbiamo dire che per "piede" ci si riferisce alle "radici" della vite, mentre con il termine "franco" s'intende "qualcosa esentato da vincoli, libero e schietto". Per "vite a piede franco" s'intende, dunque, una



vite con radici proprie, non ibrida e non innestata su radici di piante americane.

Le viti che hanno resistito alla fillossera sono viti a piede franco. Tale resistenza è riconducibile a due fattori determinanti: tipologia di terreno e altitudine.

Furono, infatti, quelle viti e quei vitigni che solitamente vengono coltivati su terreni a quote elevate, oltre i 1000 metri s.l.m., a resistere, proprio perché le basse temperature impediscono alla fillossera di sopravvivere. Inoltre, furono quelle viti coltivate su terreni sabbiosi, argillosi o vulcanici a "salvarsi" perché queste tipologie di terreno contrastano la proliferazione dell'insetto. Dobbiamo ammettere che il numero di viti e vitigni a piede franco è piuttosto limitato, sia in Italia che nel resto d'Europa. Nel nostro Paese, si possono trovare viti a piede franco nei vigneti ad alta quota della Valle d'Aosta, in Sardegna, in particolare nel Sulcis e ad Oristano, sull'Isola di Pantelleria, in Sicilia e sui terreni vulcanici dell'Etna.

Da Wineshop.it



Il Cesanese del Piglio, meraviglioso vino laziale



a cura di *Adriano Guerri*

Il Cesanese del Piglio è l'unico vino rosso Docg del Lazio. Nel 1973 gli è stata conferita la Doc e nel 2008 ha ottenuto la meritatissima Denominazione di origine controllata e garantita. La zona di produzione si estende in provincia di Frosinone, in tutto l'areale comunale di Piglio e Serrore e parte dei Comuni di Anagni, cittadina nota per aver dato i natali a quattro pontefici (Innocenzo III, Alessandro IV, Gregorio IX e Bonifacio VIII), Acuto e Paliano. Questo meraviglioso lembo di terra è posto nella parte più settentrionale della Ciociaria, la cui Strada del Cesanese attraversa le dolci e verdi colline tra monti contraddistinti da un profilo roccioso. I vigneti sono posti in altitudini molto variabili ed i più importanti sono sulle pendici dei monti Ernici e nell'alta Valle del Sacco e sono comprese tra i 200 e gli 800 metri s.l.m., su terreni in genere composti da terre rosse. Le tipologie di questo singolare vino sono tre: Cesanese del Piglio, Cesanese del Piglio Superiore e Cesanese del Piglio Riserva. Il vitigno principe è il Cesanese di Affile, un vitigno autoctono, le cui origini sono tuttora incerte. Tuttavia possono essere utilizzati altri vitigni a bacca rossa autorizzati alla coltivazione nella Regione Lazio per un massimo del 10%. I vini ivi prodotti erano già noti in epoca romana e apprezzati da Papi, nobili e signori locali. A livello sensoriale, ed in funzione sia della tipologia che dell'annata, è di un colore rosso rubino con sfumature che virano sul violaceo in gioventù e granato con l'affinamento, intenso e impenetrabile; al naso sprigiona eleganti sentori di ciliegia e cacao, il classico cioccolato "Mon Chéri", frutti di bosco, prugna, peonia, sottobosco e spezie dolci; al palato è morbido e leggiadro, persistente e contradd-



distinto da una retro-olfattiva leggermente amaricante. A tavola trova abbinamento con svariate preparazioni di primi piatti a base di carne, carni rosse in genere, selvaggina, agnello arrosto e formaggi stagionati. Alcuni produttori tra i più noti sono: Coletti Conti, Pileum, Giovanni Terenzi, Mario Terenzi, Berucci, Tiziana Vela, Ciolli e Corte dei Papi. L'attuale Presidente del Consorzio "Strade del Cesanese" è il Sig. Tonino Borgia.

In molte kermesse enoiche mi piace degustare il Cesanese. A Verona, nell'occasione di Vinitaly, all'interno del padiglione Lazio, ho partecipato ad una masterclass con degustazione finale di vari vini e di diversi produttori, arricchendo così la mia conoscenza su questo singolare vino e su tutto l'areale. Un mio collega ciociaro che ho conosciuto qualche anno fa all'hotel Savoy di Londra e che adesso lavora non troppo distante dalla mia abitazione, ogni volta che torna nel suo Paese, al ritorno mi porta sempre alcuni vini Cesanese, rigorosamente del Piglio. Un vino rosso italiano e una perla enologica che apprezzo molto, e sono in tanti sia in Italia che altrove che condividono con me la stessa opinione. Se tutte le strade portano a Roma, quella del Cesanese senza ombra di dubbio porta a Piglio!

I vini del Maghreb: Egitto e Algeria



di Rodolfo Introzzi

Egitto

La coltivazione e la produzione del vino egiziano (irep in antico egizio, traslitterato irp) vantano una lunga tradizione. Gli antichi egiziani amavano il vino e praticavano la viticoltura nella zona del Delta del Nilo dove, ancora oggi, si coltiva la vite. Le tecniche utilizzate risultano essere di diverso tipo, ma la coltivazione a pergola era sicuramente la più diffusa. Una volta raccolta l'uva, si procedeva a depositarla in grandi tini di pietra, legno o argilla. Con i piedi si eseguiva in seguito la pigiatura, tecnica efficace per non mischiare i semi e i raspi nel succo. Le anfore erano successivamente predisposte per la fermentazione, dotate di chiusura ermetica e relative informazioni sul nome del vinaio, anno di produzione e zona di provenienza. Proprio grazie a queste etichette è stato possibile studiare in modo dettagliato il vino prodotto nell'antico Egitto. Non mancavano altre bevande alcoliche, quali il

vino di datteri, il vino di melagrana e il vino di palma. Quest'ultimo utilizzato anche durante la mummificazione. Vi erano vini rossi e bianchi. Si beveva anche vino dolce, chiamato shedeh.

Particolarmente apprezzato in epoca greco-romana era il Mareotico, bianco e dolce, prodotto sulle rive del Mareotide (un lago salmastro a sud di Alessandria nella parte occidentale del Delta), molto amato da Cleopatra. Numerosi i geroglifici che decorano le tombe dei faraoni, celebre quella cosiddetta del vigneto nella Valle dei Nobili, dove il soffitto e le pareti sono coperte da

vite cariche di grappoli d'uva dipinta a colori vivaci. Questa particolare 'cantina' in origine conteneva giare piene di vino intese per l'aldilà ed era dedicata ad Osiride, il dio della resurrezione e del vino. Una vera e propria bevanda sacra, tanto da avere un esclusivo posto di diritto, in vasi appositi, nelle tombe dei defunti. Anche uno dei faraoni più noti della storia egizia, Tutankhamon, era solito consumare vino. Nel corredo funerario della sua tomba, sono state rinvenute trenta anfore. Con il tempo, però, la vitivinicoltura egiziana ha subito uno stop (circa il 90% della popolazio-



Particolare della vendemmia e della pigiatura dell'uva in un dipinto dell'antico Egitto



Vigneto in Algeria

ne è musulmana). Oggi, sembra esserci la volontà, da parte di alcuni produttori locali, di investire nella produzione e nell'esportazione di vini bianchi, rossi e rosé. Ho avuto modo di assaggiare alcuni vini moderni egiziani e devo essere sincero, non mi sono piaciuti. Troppo poca, secondo me, la coltura e la conoscenza della materia e penso comunque che sia sempre difficile produrre qualcosa di cui poi non si gode e che quindi non si può conoscere appieno.

Algeria

La vite è coltivata in Algeria da tempi non sospetti, ci sono testimonianze che ne attestano la presenza a partire già dal 1.000 a.C. con fenici e cartaginesi che commerciavano vino lungo il Mediterraneo diffondendo inoltre la coltivazione della vite. Tuttavia la religione islamica non permetteva, allora come oggi, il consumo di bevande alcoliche e perciò il vino non è mai stato materia di discussione.

Dal 1830, anno d'inizio della dominazione francese nel paese africano, vi fu un grande interesse per la coltivazione. I coloni francesi, i cosiddetti "pieds noirs", una volta stabilitisi nelle terre algerine, si diedero da fare per impiantare vigne e produrre in autonomia i propri vini. Oltre al consumo personale c'era la convinzione che il vino fosse un'ot-

tima medicina per fronteggiare malattie come il colera. I primi tentativi furono però piuttosto sconcertanti, la mancanza di tecnologie adeguate e un clima poco ospitale non furono d'aiuto. L'introduzione di sistemi di raffreddamento che permisero il controllo della temperatura in fermentazione, e la diffusione della fillossera nei vigneti francesi, che paralizzò completamente il settore vinicolo transalpino, furono le variabili che permisero all'Algeria di diventare in breve tempo una corazzata nella produzione di vino da esportazione. La produzione di vino esplose letteralmente passando da 25.000 ettolitri nel 1854 a 10 milioni nel 1915. Con l'indipendenza del 1961 il vino algerino iniziò una discesa inesorabile e nel giro di quarant'anni sparì con la stessa velocità con cui era cresciuto. L'Algeria, rispetto al Marocco e alla Tunisia, è il paese che ha avviato minori lavori di ammodernamento. Risentì meno del rapporto religione-vino, ma semplicemente le vigne divennero troppo vecchie e lo Stato non ebbe le risorse, né la capacità di cercare specialisti del settore per rinnovarle.

L'Office National de Commercialisation des Produits Viti-vinicole d'Algérie ONCV elenca sette zone di produzione di vini di qualità che possono quindi essere riportate in etichetta. Il Carignan è predominante, vi è poi Alicante-Bouschet, Aramon e Cinsaut ma ugualmente poco interessanti.



Etichette di vini algerini

Il Maestro

Il Gran Maestro Fernando Curreli si racconta...



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

Continua la rubrica del Cancelliere Claudio Recchia con i maestri che vogliono "raccontarsi". L'appuntamento di questo numero è con Fernando Curreli della sezione Sardegna.

1 - Ci puoi raccontare in breve la tua carriera?

Sono nato in Sardegna, nel 1954, in una famiglia umile e numerosa. A soli 15 anni, lontano da casa, ho iniziato i primi passi alla ricerca di un mio sogno nel cassetto e di un futuro migliore. La mia prima esperienza nel settore turistico della ristorazione e accoglienza fu presso la scuola alberghiera E.N.A.L.C. (Ente Nazionale Addestramento Lavoratori del Commercio) a S. Teresa di Gallura, a circa 45 minuti dalla splendida Costa Smeralda. Subito dopo, ho girato in lungo e in largo per l'Europa fra Germania, Inghilterra, Francia, Spagna, Portogallo e 17 anni di Svizzera, dove grazie a questo mestiere ricco di sacrifici, ma di altrettante soddisfazioni, ho avuto modo di conoscere tante realtà a 5 stelle lusso, popoli, culture e tradizioni diverse, imparare questa



Il Gran Maestro Fernando Curreli

preziosissima professione e coltivare con grande orgoglio le mie 5 lingue straniere: inglese, spagnolo, francese, tedesco e portoghese. Nel 1975, dopo il servizio militare, entrai a far parte della famiglia dei 4 gioielli di lusso della Costa Smeralda, Hotel Pitrizza, Cervo, Cala di Volpe e Romazzino. A 19 anni iniziai all'Hotel Pitrizza come commis del rang, nel 1976 come demi chef de rang e nel 1977 mi trasferirono all'Hotel Cala di Volpe in qualità di chef de rang turnante. Poi, nel 1982 passai al Cervo Hotel in veste di

maitre d'hotel e dal 1997 sono stato in uno dei più prestigiosi alberghi della Marriott-Starwood Hotels a Porto Cervo in Costa Smeralda (Hotel Cervo). La mia carriera professionale termina dopo 50 anni di sacrifici nel luglio 2019 con la merita pensione.

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

Nel 1986, 36 anni fa, grazie all'invito di Giacomo Delizzos, allora fiduciario della sezione, sono stato uno dei fondatori della sezione A.M.I.R.A Sardegna e ricopro il ruolo di addetto stampa. Poi, nel 2011 sono stato nominato Gran Maestro della Ristorazione e dal 2012 sono il Fiduciario della mia sezione.

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

Significa con immenso orgoglio far parte di una grande famiglia di professionisti. Significa avere la responsabilità e il compito di far crescere, invogliare i giovani ad entrare nella nostra famiglia A.M.I.R.A., la quale distingue il pro-

fessionista dai non, non di certo per via del cravattino d'oro, ma per le sue competenze professionali che non temono confronti.

4 - Cosa distingue un Maître professionista?

L'essere unico per le conoscenze culturali, professionalità, eleganza, carisma, sorriso, accoglienza e avere cura del nostro patrimonio aziendale che è il cliente.

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

Questo bellissimo mestiere mi ha regalato grandi momenti e tante emozioni e la possibilità di frequentare,

servire e riverire dei grandi personaggi e star mondiali come: Liza Minelli, Frank Sinatra, Donna Summer, George Harrison dei Beatles, John Travolta, Elton John, Liz Taylor, Lady Diana, Roberto Carlos, Roger Moore, Valentino e tanti altri artisti del mondo dello spettacolo e non solo, grandi brand di gioiellieri come Bulgari, Chopard, Cartier, Buccellati e tanti altri lussuosi.

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

Nonostante sia cambiato il mondo, così come il sistema, il cliente, l'accoglienza

e la ristorazione, questo mestiere, se l'amiamo con sincerità, resta sempre la migliore professione al mondo. Ai giovani offro le chiavi giuste per un buon successo: tanta voglia di lavorare e tanti sacrifici, mettere al primo posto la crescita professionale e non i soldi. Ambire a diventare un grande maestro, andare all'estero per imparare le lingue che sono fondamentali, senza dimenticare i valori e le tante regole: umiltà, onestà, serietà sul lavoro, disponibilità, puntualità, pulizia personale, eleganza e soprattutto carisma. Il sorriso non guasta mai, costa poco e rende molto!

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

329 724 2207



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

La Sardegna



di Michele Policelli

La Sardegna:

- | | |
|---|---|
| 1. Axridda | 9. Hasu muhidu,
Formaggio marcio |
| 2. Biancospino | 10. Casu in filixi |
| 3. Bonassai | 11. Casu friscu, Formaggio fresco |
| 4. Casizolu di pecora - Prittas | 12. Dolcesardo Arborea |
| 5. Casizolu, Tittighedda, Figu | 13. Formaggio di colostro ovino |
| 6. Casu axedu, Fruhe, Frughe,
Frua merca, Fiscidu, Viscidu,
Ischidu, Bischidu, Vischidàle,
Préta, Piéta, Casàdu,
Cagiadda, Casu agèru,
Casu e fitta, Latte cazàdu,
Latti callàu | 14. Formaggi di pecora nera di
Arbus |
| 7. Casu cottu (di capra) | 15. Fresa, Fresa de attunzu |
| 8. Casu frazigu, Casu becciu,
Casu fattittu, Casu marzu, | 16. Greviera di Ozieri |
| | 17. Ircano |
| | 18. Pecorino di Nule |
| | 19. Pecorino di Osilo |
| | 20. Provoletta di latte vaccino
sardo provola, Peretta |
| | 21. Semicotto di capra |
| | 22. Trizza |



98	Fiore Sardo	D.O.P.	Formaggi	Reg. CE n. 1107 del 12.06.96	GUCE L 148 del 21.06.96	Sardegna	Cagliari, Nuoro, Oristano, Sassari, Carbonia-Iglesias, Medio Campidano, Ogliastra, Olbia-Tempio
190	Pecorino Romano	D.O.P.	Formaggi	Reg. CE n. 1107 del 12.06.96 Reg. CE n. 1030 del 29.10.09	GUCE L 148 del 21.06.96 GUCE L 283 del 30.10.09	Toscana, Lazio, Sardegna	Frosinone, Grosseto, Latina, Roma, Viterbo, Cagliari, Nuoro, Sassari
191	Pecorino Sardo	D.O.P.	Formaggi	Reg. CE n. 1263 del 01.07.96 Reg. UE n. 215 del 01.03.11 Reg. UE n. 313 del 26.03.14	GUCE L 163 del 02.07.96 GUUE L 59 del 04.03.11 GUUE L 91 del 27.03.14	Sardegna	Cagliari, Nuoro, Oristano, Sassari, Carbonia-Iglesias, Medio Campidano, Ogliastra, Olbia-Tempio

Elenco delle denominazioni italiane, iscritte nel Registro delle denominazioni di origine protette, delle indicazioni geografiche protette e delle specialità tradizionali garantite (Regolamento UE n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio del 21 novembre 2012) (aggiornato al 27 luglio 2020).



Alla scoperta dei nostri formaggi

Per molti, ma soprattutto per gli stranieri, la Sardegna è conosciuta per il suo mare, fra i più belli del Mediterraneo, con chilometri di coste che le fanno da cornice, però non possiamo non decantarla per la sua storia casearia. La sua macchia mediterranea e la sua storia, fatta di pastori con tradizioni tramandate nei secoli, garantiscono un'ampia produzione di latte ovino.

Tutto questo è rappresentato da una statua di bronzo all'interno del Museo Archeologico di Cagliari che raffigura un pastore con un ariete sulle spalle, che descrive la vera anima dell'isola.

Le conoscenze e la sapienza di questi uomini pastori hanno fatto sì che anche altri territori della terra ferma, come quelli di Toscana e Lazio, abbiano beneficiato del loro sapere durante i vari periodi di migrazione che la storia ci racconta.

Pastori che hanno fatto conoscere, grazie alla sua lunga conservazione, il pane carasau, detto anche "carta da musica", perché sottilissimo e croccante e, in virtù della diffusa presenza sull'isola, il liquore di mirto nelle tipologie bianco e rosso.

Tra i formaggi da scoprire troviamo:

Fiore Sardo

Il Fiore Sardo è un formaggio pecorino con origini molto antiche, prodotto



con latte delle pecore sarde autoctone nelle province di Nuoro, Sassari e Cagliari. Ha ottenuto il riconoscimento di tipicità nel 1955, la DO (Denominazione di Origine) nel 1974 e la DOP (Denomina-



zione di Origine Protetta) nel 1996.

CARATTERISTICHE

Il Fiore Sardo ha una forma cilindrica, con il tipico scalzo bombato "a groppa di mulo" alto fino a 15 cm, il peso è variabile tra 1,5 e 4 kg.

Il colore della crosta è giallo carico e tende a diventare più scuro con la stagionatura fino ad assumere un colore marrone.

La pasta è dura, bianca o giallo chiaro e senza occhiature, il sapore è più o meno piccante a seconda del grado di maturazione.

Il Fiore Sardo può essere mangiato al naturale fino a 2-3 mesi di stagionatura,

oltre può essere impiegato in cucina oppure in abbinamento a miele, marmellate o frutta.

PRODUZIONE

Il Fiore Sardo è prodotto con metodi artigianali, spesso dagli stessi allevatori delle pecore.

Il latte di pecora intero viene fatto cagliare con caglio di capretto o di agnello. La cagliata viene rotta fino ad ottenere grani della dimensione di un chicco di riso, poi viene spurgata e subito trasferita nei tipici stampi tronco-conici.

Le forme vengono poi messe in salamoia per un paio di giorni, poi vengono salate a secco e poste ad asciugare davanti al fuoco.

La maturazione avviene in appositi locali per un tempo variabile dai 2 agli 8 mesi, durante questo periodo le forme vengono girate di frequente e strofinate con sale o grasso di pecora.



Alla scoperta dei nostri formaggi



Pecorino Sardo

La pecora Sarda è autoctona della Sardegna, dove storicamente ha sempre avuto una notevole importanza culturale ed economica ed è una delle razze ovine più antiche tra quelle allevate nei Paesi europei. Dal suo latte si produce il Pecorino Sardo.

Il Pecorino Sardo è uno dei formaggi più antichi della Sardegna e vanta una lunga storia, che affonda le sue radici ai tempi della popolazione Nuragica: popolazione dedita all'allevamento degli ovini piuttosto che all'agricoltura.

Il Pecorino Sardo Maturo, è di forma cilindrica a facce piane con scalzo diritto. La crosta è liscia, consistente, di colore bruno nelle forme più stagionate.

La pasta è bianca, tendente con il progredire della stagionatura al paglierino, compatta o con rada occhiatura, dal gusto forte e gradevolmente piccante.

Le forme, di sta-

gionatura non inferiore ai 2 mesi, pesano intorno ai 3 Kg, ma possono raggiungere anche i 4 Kg.

Il Pecorino Sardo Dolce ha forma cilindrica a facce piane con scalzo diritto o leggermente convesso; presenta una crosta liscia, sottile e di colore bianco o paglierino tenue.

La pasta è bianca, morbida, compatta o con rada occhiatura, dal sapore



dolce e aromatico.

Le forme, la cui maturazione va dai 20 ai 60 giorni, pesano intorno ai 2 Kg.

Tutte le forme di Pecorino Sardo DOP Dolce e Maturo vengono immesse al consumo con il marchio della Denominazione disposto a raggiera ed un bollino numerato che identifica univocamente ciascuna forma:

- il **BOLLINO VERDE** contraddistingue le forme di **PECORINO SARDO DOLCE**;
- il **BOLLINO BLU** le forme di **PECORINO SARDO MATURO**.



Massimo Pisciotta

Food and Beverage Manager

Esperto in analisi di fattibilità per le attività ristorative

Budget – Business plan – Staff Training

Chiamaci:

Offriamo consulenza per analizzare ed ottimizzare le performance economiche del reparto F&B

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



La Toscana, oltre al vino, ci dona birre d'ecceellenza



Rubrica a cura di *Marisa Conte*

Questo mese il nostro tour birrario ci porta in Toscana, regione famosa per i suoi vini ma che ci dona birre d'ecceellenza.

PICCOLO BIRRIFICIO CLANDESTINO - Livorno (LI)



Pierluigi Chiosi del Piccolo Birrificio Clandestino

La nostra prima fermata è al Piccolo Birrificio Clandestino dove il mastro birraio Pierluigi Chiosi da oltre un decennio instancabilmente ci delizia con le sue birre dai nomi tipicamente livornesi che si ispirano alla tradizione anglosassone ed americana, da assaggiare direttamente nella taproom del birrificio ab-

binata ad un piatto livornese.

Il birrificio vanta una vasta gamma di birre, sia ad alta che a bassa fermentazione, affiancate da produzioni one shot che nascono spesso da sperimentazioni o collaborazioni.

Tra le birre assolutamente imperdibili troviamo la Montinera, una sontuosa Russian Stout di 9 gradi alcolici dal colore nero impenetrabile con aromi torrefatti, di liquirizia, fave di cacao e caffè sapientemente bilanciati dall'aggiunta di zenzero e baccelli di vaniglia.

Uno dei birrifici iconici della scena birraria italiana, non ci resta che scoprirlo sorso dopo sorso.

Dove: Via Cimarosa 37/39, Livorno

Sito web: www.piccolobirrificioclandestino.it

BIRRIFICIO DEL FORTE - Pietrasanta (LU)

Seconda tappa al Birrificio del Forte, inaugurato nel 2011 da Francesco Mancini.

Il birrificio si distingue per le sue birre precise, eleganti, nonché per la determinazione nel valorizzare le materie prime di provenienza locale. Ne è un esempio la Fior di Noppolo (Noppolo è la pianta di luppolo in dialetto versiliese), un'American Pale Ale ambrata di 6 gradi alcolici prodotta impiegando fiori freschi di luppolo delle coltivazioni del birrificio.

In linea generale, il birrificio vanta di una gamma produttiva che abbraccia diversi filoni stilistici: dalle moderne birre luppolate in stile anglo-americano, ai classici del Belgio magistralmente reinterpretati pur rimanendo fedeli alla tradizione.

Una tappa imperdibile per il nostro viaggio in Toscana.

Dove: Via della Breccia Violetta 5/A, 55045 Pietrasanta (LU)

Sito web: www.birrificiodelforte.it

MOSTODOLCE - Vaiano (PO)

Passando per Vaiano, nei pressi di Prato, troviamo il Birrificio Mostodolce aperto nel 2003 e condotto a quattro mani dalla storica birraia France-



Francesco Mancini del Birrificio del Forte

sca Torri e dal marito Daniele Chiarini.

Il birrificio ha il proprio pub al centro di Firenze, dove è possibile gustare tutte le birre da loro prodotte accompagnate da deliziosi piatti.

Da non perdere la Martellina Belgian Ale di 7,3 gradi alcolici, fiore all'occhiello di Mostodolce, prodotta con miele di castagno proveniente dalla Valle del Bisenzio. Al primo sorso apprezziamo la dolcezza del miele e la pienezza del corpo per poi chiudere con una secchezza che rende la bevuta mai monotona.

Anche in questo caso troviamo una gamma produttiva variegata ispirata a diverse tipologie stilistiche. Ce n'è per tutti i gusti, insomma, non vi resta che andare a trovarli.

Dove: Via Val di Bisenzio 138/a, Vaiano (PO)

Sito web: www.mostodolce.it

BIRRIFICIO BRÛTON - San Cassiano di Moriano (LU)

Ultima tappa in provincia di Lucca alla scoperta del Birrificio Brùton di Iacopo Lenci.

Il birrificio nasce nel 2006 e vede il birraio Andrea Riccio alla produzione di birre che spaziano tra alte e basse fermentazioni abbracciando diverse impronte stilistiche.

La profonda passione per il mondo brassicolo è evidente dal nome stesso del birrificio: Brùton era, infatti, il nome dato ad una bevanda prodotta con cereali fermentati, che veniva offerta al Sacro Dio



Iacopo Lenci del Birrificio Brùton



Il Birrificio Mostodolce a Vaiano (PO)



In Italia, la birra artigianale è sempre più apprezzata

Toro durante i riti a lui dedicati. Su questa scia, i nomi stessi di molte delle birre sono dedicati a personaggi storici o mitologici.

Grande attenzione viene anche dedicata

al territorio, con la produzione di birre con l'utilizzo di materie prime locali come il farro IGP della Garfagnana o il mosto di uve locali per la produzione della loro Italian Grape Ale, la Limes.

Un birrificio che, con passione e dedizione, da più di 10 anni produce birre uniche e riconoscibili. Provare per credere.

Dove: Via Ludovica 5135, 55100 San Cassiano di Moriano (LU)

Sito web: www.bruton.it

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

Per saperne di più

La nuova tendenza dell'abbinamento: il "food pairing"



di *Valentina Iatesta*

Il food pairing è una tendenza nata negli ultimi anni e rappresenta l'esigenza di ricercare nuove associazioni di sapori. L'accostamento cibo-cocktail è in netta contrapposizione con il classico apericena che ha come protagonista un ricco buffet. È un rituale in cui niente è affidato al caso: il bartender, dopo aver raccolto le indicazioni del cliente, consiglia sia il drink, sia l'apposito snack di accompagnamento, magari sfruttando quelli che sono gli alimenti del territorio e prediligendo i cibi di stagione. La regola fondamentale è la stessa che si segue nell'abbinamento cibo-vino: il cocktail non deve sovrastare il piatto, al contempo deve reggere i sapori della portata. La chiave di un buon abbinamento di cocktail è completare e contrastare i sapori senza fornire una corrispondenza esatta. Come per l'abbinamento cibo-vino, anche in questo caso si seguono i due criteri di concordanza e contrapposizione. Nel primo si gioca sulla sintonia dei sapori, sulla struttura e sull'aromaticità degli elementi. Nel secondo caso si cerca di abbinare gli ingredienti che non hanno nulla in comune, giocando quindi sulla contrapposizione dei sapori. La singola pietanza dovrebbe essere accompagnata da un cocktail che si adatti naturalmente al cibo, dovrebbe estenderne i sapori principali e mantenere i sensi rinvigoriti. Il food pairing non solo ha influenzato l'aperitivo, ma ha conquistato anche il momento del dopocena. È un qualcosa di interessante proprio perché si possono utilizzare tantissimi ingredienti per creare infiniti abbinamenti. Proprio perché si ha a che fare con tanti sapori talvolta anche complessi, l'abbinamento può risultare molto complicato. Il modo più semplice per avvicinarsi a un

abbinamento è pensare a che tipo di spirito si vuole usare. Ad esempio, il profilo botanico del Gin è ottimo per un abbinamento con i frutti di mare e con il pesce. Il Whisky è ottimo per l'abbinamento sia con carni rosse sia con il maiale. Lo Sherry potrebbe accostarsi bene ad un piatto di carne più aromatico come ad esempio l'agnello oppure ad un brasato. È bene tenere a mente che i cocktail possono avere un contenuto di alcol superiore rispetto alla birra o al vino e proprio per questo motivo bisogna mantenere le porzioni più ristrette e magari anche abbinarli a più portate. Ecco due esempi di abbinamento cibo-cocktail: Il Manhattan e il Boulevardier sono due cocktail after dinner che si abbinano bene ai dolci a base di cioccolato e arancia. Allo stesso tempo il Whisky e il Vermouth richiamano salumi dai sapori forti, piatti di carne speziati o piccanti. Il Cosmopolitan si può abbinare con un risotto ai frutti rossi, alle fragole o allo zafferano. Il mirtillo, unito alla Vodka Citron e all'arancia del Cointreau, si sposa bene con i risotti ma anche con i dolci alla frutta, come una tarte tatin o una crostata al limone o alle ciliegie. L'importante in questo caso è mantenere un minimo di contrasto.



EasyCassa: massima tecnologia, minimo sforzo, tutto incluso!



www.easycassa.it

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 trippa, una delle frattaglie che piace di più



Rubrica a cura del *dott. Giovanni Favuzzi*

Le frattaglie sono gli organi interni e le parti (apparentemente) meno pregiate dell'animale macellato.

Le frattaglie fanno parte del così detto "quinto quarto", ovvero tutto ciò che non rientra nei "quattro quarti" di macellazione; i quarti di macellazione sono 5:

- 2 quarti anteriori
- 2 quarti posteriori
- 1 quinto quarto

Che cosa è la trippa?

La trippa è un alimento di origine animale; fa parte del quinto quarto della bestia macellata ed in particolare rientra nel gruppo delle frattaglie.

La trippa è costituita dallo stomaco (o da uno degli stomaci) dei bovini o dei suini, anche se la materia prima più utilizzata è il ruminante di manzo, ovvero il primo dei quattro stomaci dell'animale.

Quali sono le caratteristiche nutrizionali della trippa?

Contrariamente a quanto molti possano credere, la trippa non è un alimento grasso. Certo, non costitu-



Trippa di bovino

isce mai ricette di semplice e rapida digestione, ma ciò non deriva dalla quota lipidica complessiva, bensì dalla composizione e dalla struttura dei tessuti proteici.

In 100 grammi di trippa, infatti, troviamo:

- 5 g di grassi,
- 72 g di acqua,
- 15,8 g di proteine.

Dal punto di vista nutrizionale, la trippa offre poi un buon contenuto di ferro, sodio, potassio e fosforo, insieme a vitamine del

gruppo B.

Perché la trippa ha un aspetto che fa pensare ad un alimento grasso?

La trippa contiene una grande massa di tessuto connettivo, che non è grasso e che si trasforma in gelatina con l'ebollizione.

Il problema legato al consumo di trippa è rappresentato principalmente dai condimenti che possono essere grassi e quindi aumentare l'apporto lipidico del piatto.

Black Russian... ai tempi della "Guerra Fredda"!!!



a cura di *Fabio Pinto*
Tesoriere Nazionale Aibes

1949. Gli Stati Uniti stabilirono con alcuni Paesi, tra cui l'Italia, la Francia e l'Inghilterra, un'alleanza difensiva che prese il nome di NATO (North Atlantic Treaty Organization).

La risposta del governo sovietico, che temeva l'espansione degli Stati Uniti in Europa, fu immediata: tra il '47 e il '48 fece in modo che in tutta l'Europa Orientale si formassero governi comunisti e nel 1955 stilò il Patto di Varsavia con i Paesi che avevano adottato questo tipo di orientamento politico.

Era ufficialmente l'inizio della Guerra Fredda, data dalla presenza di due blocchi militari distinti: uno dipendente dagli USA e uno dall'URSS.

In questo clima di apparente calma (Guerra), dove andava delineandosi una mobilitazione militare, economica e psicologica "di guerra", continuavano ad essere prodotte e accumulate armi che non potevano essere usate (Fredda);

Proprio in questo periodo, negli alberghi di lusso europei, il via vai Politico era impressionante e l'Ambascia-

trice americana Pearl Mesta presso l'Hotel Metropole di Bruxelles era ormai di casa.

Fu proprio in suo onore che il noto Barman dell'Hotel Metropole di Bruxelles, certo Gustave Tops, preparò per la prima volta l'ormai famoso after dinner "Black Russian". Parte quindi dal Lussemburgo il successo di questo iconico drink del dopo pasto, che prende il nome dai suoi

ingredienti:

Black come il colore del Caffè Russian in onore della Vodka, che venne usata per creare questo drink, proprio nei primi anni della Guerra Fredda.

Non lasciamoci ingannare quindi dal nome, perché il Black Russian non è un drink russo. Si tratta solo di un omaggio alla presenza della Vodka.

Black Russian
50 ml Vodka
20 ml Liquore al Caffè

Raffreddare un bicchiere old fashioned colmandolo di ghiaccio ed eliminare l'acqua eventualmente prodotta.

Versare la Vodka e il liquore al Caffè con l'aiuto di un jigger o misurino come da ricetta, assicurarsi a questo punto che il ghiaccio non "galleggi" altrimenti aggiungerne ancora e miscelare con eleganza aiutandosi con un bar spoon.

N.B. La variante ormai famosa tanto quanto, e forse anche di più, del Black Russian è il White Russian, in cui alla Vodka e al liquore al Caffè viene aggiunta una parte di crema di latte "on top", drink gustoso e dal sapore dolce, tutto da provare magari con qualche pezzetto di cioccolato fondente.



Il Mallegato di San Miniato, salume “di sangue” per eccellenza



a cura di *Marco Contursi*

A San Miniato, cittadina toscana in provincia di Pisa, resiste la tradizione di un salume poverissimo, fatto solo di sangue e lardo: il Mallegato.

Il sangue suino, ricco di ferro e proteine, viene insaccato in budello naturale insieme a lardo suino, tagliato a tocchetti (alcuni li saltano in padella con vin santo), sale, noce moscata, pinoli, cannella e uva passa. Il tutto viene legato non stretto, da qui il nome “mallegato”, altrimenti scoppierebbe in cottura, che viene effettuata in acqua bollente, finché il salume non raggiunge i 90° al cuore. Salume povero per eccellenza, essendo costituito quasi interamente da sangue. In dialetto locale si chiama “buricco o buristo” e veniva venduto per strada in pentoloni fumanti, ad un prezzo molto basso. Salume dal gusto non facile, dalla spiccata nota ematica, si consuma,

dopo la bollitura, tagliato a fette spesse e saltate in padella o con verdure amare o infarinato nell'uovo e fritto. Si produce da ottobre a marzo, oggi mediante il prelievo di sangue suino direttamente dai vasi del collo, grazie ad un coltello aspirato. Pochissimi gli artigiani ancora a produrlo, secondo una tradizione antica, che non prevede l'uso di conservanti.



Naturalmente il prodotto ha una “shelf life” breve e va consumato entro pochi giorni dalla produzione. Interessante l'abbinamento con patate o cipolle di Certaldo cotte sotto la cenere e con pane di farina di castagne. Un rosso locale completerà un pasto antico, povero, ma non certo nel sapore.



Ristorazione & Ospitalità di marzo 1992



a cura di *Diodato Buonora*

Questo numero della nostra rivista mi è particolarmente caro. Si tratta di quello dove è stato pubblicato il mio primo articolo per l'AMIRA. Tutto iniziò al Palace di Losanna, dove in occasione del congresso annuale dell'USMH (Union Suisse des Maîtres d'Hotel), a cui facevo parte, mi presentarono l'allora Presidente AMIRA Giuseppe Sinigaglia. A quei tempi, anche se ero già rientrato in Italia, collaboravo con il settimanale dell'Union Helvetia, all'epoca organo ufficiale del sindacato per il personale alberghiero. Mensilmente mi pubblicavano il "Toto Servizio", era il tempo del Totocalcio e mi ero inventato un gioco con 13 domande professionali alle quali bisognava rispondere 1, X o 2. Fra tutti quelli che rispondevano esattamente a tutte le domande, e quindi "facevano 13", veniva estratto un solo vincitore al quale veniva dato un omaggio. A Sinigaglia piacque l'idea e anche su "Ristorazione & Ospitalità" per qualche anno abbiamo pubblicato il Toto Servizio del Maître con premi mensili.

Tornando a noi, sulla copertina della rivista "Anno XVI - N° 3 - marzo 1992", c'era una foto di Siena, dove era stata appena inaugurata una nuova sezione AMIRA. Per il resto erano sempre 56 pagine, di cui 24 di pubblicità!!! 9 sezioni collaboravano con una loro pagina che aveva come sponsor soci ristoratori o "amici" della produzione: Calabria, Bologna, Sanremo, Viterbo, Napoli, Puglia, Romagna, Brescia e Taormina; 1 ristorante aveva una pagina intera (Il Brigantino di Barletta); 9 aziende vinicole, sempre con una pagina intera: Bolla, Ruffino, Storiche Cantine, Gancia, Montresor, Tenuta di Angoris, Bersano, Bertani e Libecchio; 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 e le pagine interessanti cito:

- **36° Congresso AMIRA, io l'ho visto così** di *Jose Varriale*
- **Chi sono i Maestri della Ristorazione** - *France-*



sco Agrò

- **La sezione Roma festeggia il suo 35° compleanno** di *Gaetano Pitti*
- **Ricerche gastronomiche - La Carne nera** di *Laura Bellinazzo*
- **Soltanto quella di bufala è vera mozzarella** di *Antonio Maresca*
- **Toto Servizio del Maître** di *Diodato Buonora*

Per ricevere il pdf di
Ristorazione & Ospitalità di
marzo 1992, inviare un'email a
dbuonora@libero.it
oppure un whatsapp al
329 724 22 07



APPRODO RESORT THALASSO SPA

Scegli la tua esperienza di
BENESSERE

Via Porto, 84048 - Casteliabate (SA)
Tel:0974 966001 | info@lapprodo.it
www.approdothalassospa.com

SEGUICI SU



CILENTO

Successo per la 1^a Cena Enogastronomica Didattica

Brillante idea, del fiduciario della sezione Paestum Giovanni Calembò, quella di abbinare alla consueta assemblea una cena enogastronomica didattica. L'incontro si è tenuto presso il Ristorante La Capannina di Paestum, uno dei più antichi e storici ristoranti della più bella città della Magna Grecia. L'appuntamento è stato per le ore 18 e dopo che il vice presidente nazionale, Antonio Rotondaro, ci ha portato le news dell'Amira Nazionale, sono stati discussi e illustrati importanti eventi in programma in un prossimo futuro. Si è notato, da subito, che dopo tutte le restrizioni dovute al "nostro ormai amico" covid-19, c'è una grande voglia di ripartire senza sosta. Per questo, gli amirini di Paestum sono convinti che hanno trovato, nel fiduciario Giovanni Calembò, la persona giusta per portarli in alto con impegno e professionalità. La prova ne è questa Cena Enogastronomica Didattica organizzata alla "Capannina". Vediamo cosa è stato servito e che vini ci sono stati abbinati: Aperitivo servito al bar con vari stuzzichini e fritti caldi abbinati al Prosecco di



Gli amirini di Paestum

Valdobbadiene Docg De Faveri; a seguire un invitante "Tortino di baccalà su vellutata di ceci, funghi cardoncelli e crusco di Senise" insieme al "Guerriero 2020, Falanghina Beneventano IGP dell'azienda Il Poggio"; poi degli ottimi "Cannoncini di semola alla Mediterranea su coulis di pomodorini e chips di fiori di zucca" abbinati con il "Greco di Tufo 2020 Docg di Pasquale Di Prisco"; abbiamo continuato con un saporito e gustoso "Agnellino su zattera di coccodrilli in crosta di formaggio - Tortino di patate" accompagnato dal "Granatum 2019, Aglianico Cilento Dop dei Vini del Cavaliere"; per concludere in dolcezza ci

è arrivato il "Semifredo nocciola e caffè" con il "Nyx, spumante moscato dolce della Casa Vinicola Cuomo". Ad ogni portata, insieme al "Maestro del Vino" della sezione, Raffaele Daniele, si è discusso sulla correttezza dell'abbinamento cibo-vino. In pratica, se per ogni portata era stato servito il vino giusto. Un grazie per la serata ai fratelli De Santis, titolari del locale, per la disponibilità, allo chef Raffaele De Luca per l'impegno e la professionalità e al "Buonora Wines" per aver offerto i vini. Tutti i soci, entusiasti, aspettano la "2^a Cena Enogastronomica Didattica"!

Diodato Buonora

I nuovi locali del Cravattino d'Oro

La Trattoria Carpaccio, cucina mediterranea e piatti tipici

La trattoria è situata nel cuore di Palermo in via Libertà 6, una delle vie più prestigiose del centro, a pochi passi dal teatro Politeama. Offre una cucina mediterranea e dei piatti tipici della regione, seguendo la stagionalità degli ingredienti proponendo piatti con materie prime fresche e di qualità.

La trattoria dispone di carni fresche e frollate mantenute nel frigo maturatore, specializzan-



dosi inoltre nella proposta di pesce fresco. Il servizio flambé è curato dal maître, mentre i dolci sono sapientemente preparati dallo chef pasticciere.

La carta dei vini vanta una scelta tra vini siciliani e nazionali. Nonostante la posizione in cui è sito, il locale accoglie turisti e palermitani in un ambiente familiare lontano dal caos e dal traffico cittadino, per gustare al meglio un pranzo o una cena conviviale o d'affari.

Trattoria Carpaccio
Via Libertà 6
90 141 Palermo
091 611 5151

AMIRA Italia

Finalmente online la nuova APP dell'A.M.I.R.A.

AMIRA è una nuova applicazione per Android sviluppata ad hoc per la gestione dei servizi offerti dall'Associazione Maître Italiani Ristoranti e Alberghi.

<https://play.google.com/store/apps/details...>

#amira #amiraapp #appamira

**Finalmente
online la nuova
APP della
associazione
A.M.I.R.A.**

A. M. I. R. A.

ANDROID APP ON
Google play



I locali del Cravattino d'Oro

ABRUZZO

Ristorante LA VECCHIA SILVI
Via Circonvallazione Boreale, 20
64028 **Silvi (TE)**
085 930141
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

Hotel VILLA SIGNORINI
Via Roma, 43
80056 **Ercolano (NA)**
081 7776423
www.villasignorini.it

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

Ristorante Gran Caffè GAMBRINUS
Via Chiaia, 1/2
80132 **Napoli**
081 417582
www.grancaffegambrinus.com

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

EMILIA ROMAGNA

FRANCO ROSSI Ristorante
Via Goito, 3
40126 **Bologna**
051 238818
www.ristorantefrancorossi.it

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

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

FRIULI VENEZIAGIULIA

Grand Hotel ASTORIA
Largo San Grisogno, 3
34073 **Grado (GO)**
0431 83550
www.hotelastoria.it

LIGURIA

Ristorante LA PRUA
Passeggiata F. Baracca, 25
17021 **Alassio (SV)**
0182 642557
www.lapruadialassio.com

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

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

LOMBARDIA

Ristorante DA VITTORIO
Via Cantalupa, 17
24060 **Brusaporto (BG)**
035.681024
www.davittorio.com

Ristorante BIFFI
Galleria Vittorio Emanuele II°
20122 **Milano**
02 8057961
www.biffigalleria.it

Ristorante SAVINI
Via Ugo Foscolo, 5
20121 **Milano**
02 72003433
www.savinimilano.it

SARDEGNA

Ristorante BELVEDERE
Località Farina, snc
07021 **Arzachena (OT)**
0789 96501
www.ristorantegastronomiabelvedere.com

SICILIA

Ristorante IL FLAMBÉ
Via Vincenzo Barbera, 11
90124 **Palermo**
091 342332
www.flamberrestaurant.it

Trattoria CARPACCIO
Via Libertà 6
90141 **Palermo**
091 611 5151

IL TIRANNO CAPORTIGIA Restaurant
Viale Montedoro 78
96100 **Siracusa**
0931 581528
www.iltiranno.it



I locali del Cravattino d'Oro

MOMENTUM Wellbess Bio-Resort
Strada Statale, 115
53034 **Castelvetrano (TP)**
0924 941046
www.momentumresort.com

Osteria IL MORO
Via Giuseppe Garibaldi 86
91100 **Trapani**
0923 23194
www.osteriailmoro.it

TOSCANA
IL CONVITO DI CURINA
Strada Provinciale 62
53019 **Castelnuovo Berardenga (SI)**
0577 355647
www.ilconvitodicurina.it

L'ANTICA TRATTORIA
Piazza Arnolfo di Cambio, 33
53034 **Colle Val D'Elsa (SI)**
0577 923747
www.anticatrattoriaparadisi.it

Ristorante DAL FALCO
Piazza Dante Alighieri, 3
53026 **Pienza (SI)**
0578 748551 / 338 722 7021
www.ristorantedalfalco.it

Ristorante IL MESTOLO
Via Fiorentina, 81
53100 **Siena**
0577 51531
www.ilmestolo.it

Ristorante Il PARTICOLARE
Via Baldassarre, 26
53100 **Siena**
339 8275 430
<https://particolaredisiena.com/>

UMBRIA
Ristorante LOCANDA DELLA SIGNORIA
Piazza della Signoria, 5
06049 **Spoletto (PG)**
0743 47752
www.ristorantedellasignora.it

VALLE D'AOSTA
GRAND HOTEL ROYAL E GOLF
Via Roma, 87
11013 **Courmayeur (AO)**
0165 831611
www.hotelroyalgolf.com

VENETO
Ristorante LA MONTANELLA
Via dei Carraresi, 9
35032 **Arquà Petrarca (PD)**

0429 718200
www.lamontanella.it

Ristorante IL GALEONE D'ORO
Piazza Dante Alighieri, 3
31033 **Castelfranco Veneto (TV)**
335 6162 700
www.galeonedoro.it

Ristorante Bistrot CENTRALE
Piazza Marconi, 7
31030 **Dosson (TV)**
0422 382 265
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

Antica Trattoria DUE SPADE
Via Roma, 5
36066 **Sandrigo (VI)**
0444 659948
www.duespade.com

Ristorante DA PINO
Piazza Giorgione, 74
31100 **Treviso**
0422 303 346
www.dapino.it

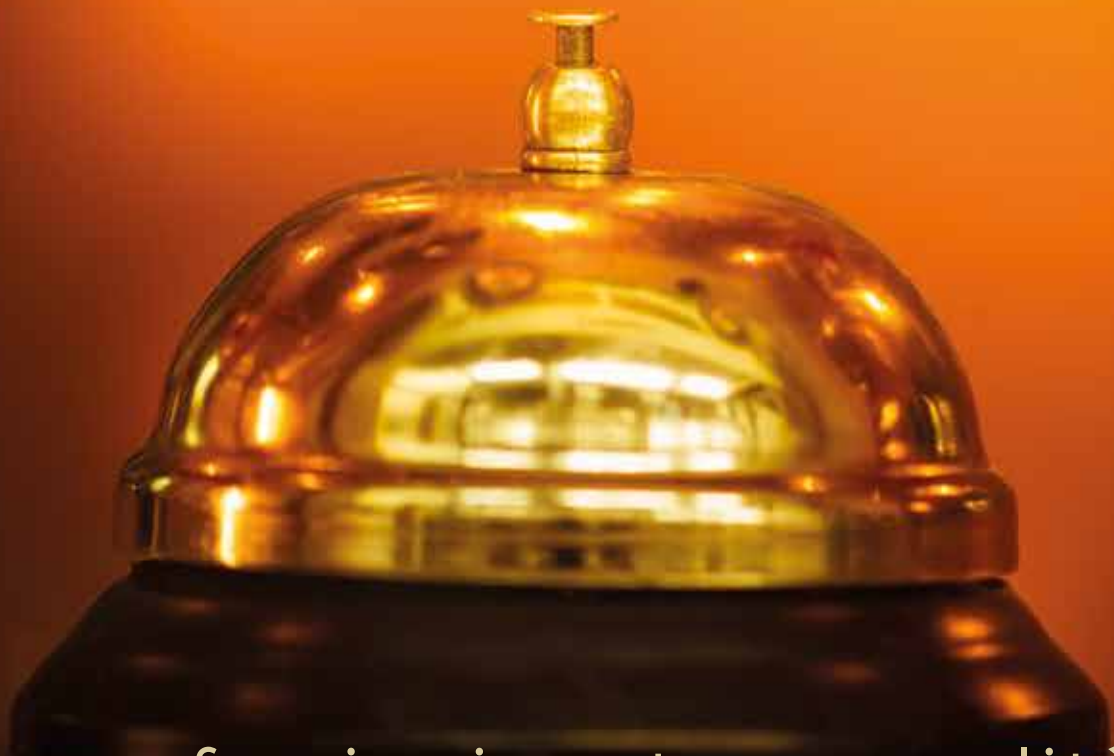
GRAN BRETAGNA
Ristorante LA CAPANNINA
65/67 Halkett Place
St. Helier
JE2 4WG - Jersey Channel Islands
GRAN BRETAGNA
+44 (0)1534 734602
www.lacapanninajersey.com

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

PRINCIPATO DI MONACO
Ristorante LA PIAZZA
9, Rue du Portier
98000 **Principato di Monaco**
+0377 93504700
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