

Ristorazione & Ospitalità

A. M. I. R. A.

Organo ufficiale dell' AMIRA
Associazione Maîtres Italianni Ristoranti e Alberghi

Anno 46 - Numero 11
Novembre 2022



**Nicole Orlando, madrina del concorso
“Le diverse abilità nel mondo
della ristorazione”**

AL SERVIZIO DELLA RISTORAZIONE

PREGIS®

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

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



Vi Raggiungiamo in tutta ITALIA



Sede Legale



Filiali



Uffici



Transit Point

Le Nostre Filiali



Qualità
certificata



Servizio sicuro
e puntuale



Distribuzione
organizzata HO.RE.CA.



Consegna
in 24 ore



Rete vendita
ramificata



Ampio
assortimento

MILANO (MI)

Sede Legale - Tel. 02 50043634

RIVA DEL GARDA (TN)

Filiale Tel. 0464 551487

GALLIATE (NO)

Filiale Tel. 0321 806776

CESENA (FC)

Filiale Tel. 0547 301750

CHIESINA UZZANESE (PT)

Filiale Tel. 0572 411538

SAN BONIFACIO (VR)

Filiale Tel. 045 7665555

SAN VITO AL TORRE (UD)

Filiale Tel. 0432 836343

SANT'OMERO (TE)

Filiale Tel. 0861 1828129

CAPRIATE (BG)

Filiale Tel. 02 89363201

ACQUI TERME (AL)

Uffici Tel. 0144 324496

AL SERVIZIO DELLA RISTORAZIONE

PREGIS[®]



Scopri con noi
la magia dell'**Autunno!**

Ristorazione & Ospitalità



Anno 46 n° 11
Novembre 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,
Stefania Calanni, Marco Contursi,
Simone De Feo, Claudia De Mori,
Giovanni Favuzzi, Enrik Gjoka,
Adriano Guerri, Valentina Iatesta,
Rodolfo Introzzi, Francesco Mazzei,
Fabio Pinto, Claudio Recchia,
Antonio Rotondaro,
Franco Savasta, Luca Stroppa.

IN COPERTINA
Nicole Orlando e Valerio Beltrami
(foto Stefano Sola)

SITO UFFICIALE
www.amira.it

FILO DIRETTO CON AMIRA
Tel. 02 41405461
dalle 9 alle 12
dal lunedì al venerdì
sedelegale@amira.it

REGISTRAZIONE TRIBUNALE
n. 16754 del 26 marzo 1977

Sommario



6



14



7



16

L'EDITORIALE

6 Orgoglio e gioia assistere al concorso
"Le Diverse Abilità nel Mondo della
Ristorazione" - Antonio Rotondaro

**SPECIALE "LE DIVERSE ABILITÀ
NEL MONDO DELLA RISTORAZIONE"**

7 Ancora un successo il concorso
"Le diverse abilità nel mondo della
ristorazione" - Diodato Buonora

**SPECIALE "LE DIVERSE ABILITÀ
NEL MONDO DELLA RISTORAZIONE"**

11 Conclusa la 3^a edizione del Concorso
Nazionale A.M.I.R.A. Professionalità,
tecnica e creatività - Stefania Calanni

**SPECIALE "LE DIVERSE ABILITÀ
NEL MONDO DELLA RISTORAZIONE"**

14 Disabilità, ristorazione e le eccellenze
in campo agroalimentari

ATTUALITÀ

15 Il Presidente Beltrami all'alberghiero
Panzini di Senigallia per l'"Annual
Conference Aeht" - Diodato Buonora

ATTUALITÀ

16 La tecnica del suggestive selling nella
ristorazione - Enrik Gjoka

ATTUALITÀ

20 La tecnica di vendita contraddistingue la
professionalità in sala - Valerio Beltrami

Sommario



ATTUALITÀ

21 Solo con l'aiuto dell'Europa l'accoglienza si salverà - Valerio Beltrami

MARKETING SOLUTIONS

22 I cambiamenti sono per chi è pronto a riceverli, non con gli occhi ma con la mente
Claudia De Mori

I GRANDI ALBERGHI DEL MONDO

25 L'Hotel Danieli di Venezia
Simone De Feo

CULTURA DEL SOMMELIER

26 Vini aromatici vs Vini aromatizzati: significato e differenze - Luca Stroppa

VITIGNI E VINI D'ITALIA

29 Il Lazio
Franco Savasta

LE NOSTRE DOCG

35 Il Gattinara, un vino dotato di una grande capacità d'invecchiamento - Adriano Guerri

VINI DAL MONDO

36 I paesi asiatici con piccole realtà vitivinicole
Rodolfo Introzzi

IL MAESTRO

40 Il Gran Maestro Domenico Pignatelli si racconta... - Claudio Recchia

PER SAPERNE DI PIÙ

42 Hemingway e il Valpolicella: un grande uomo, un grande vino - Valentina Iatesta

L'ANGOLO BAR

44 Il "Bee's Knees" ... dai Bar per sole donne ai giorni nostri! - Fabio Pinto



DISTINTI SALUMI

45 Il Violino di Capra della Valchiavenna
Marco Contursi

ALIMENTAZIONE E NUTRIZIONE

47 La mela cotogna: uno dei frutti autunnali
Giovanni Favuzzi

R. & O. 30 ANNI FA

48 Ristorazione & Ospitalità di novembre 1992 - Diodato Buonora

SEZIONE COSENZA-SILA

50 Convegno sulla valorizzazione e riqualificazione del lavoro di sala
Francesco Mazzei

Orgoglio e gioia assistere al concorso “Le Diverse Abilità nel Mondo della Ristorazione”



Essere presente alla 3^a edizione del concorso nazionale dell’A.M.I.R.A. “Le Diverse Abilità nel Mondo della ristorazione”, tenutosi all’Aretusa Palace Hotel di Siracusa, è stato per me un motivo di orgoglio e di gioia. Questi ragazzi “Speciali” rappresentano una risorsa importante per la comunità ristorativa. Non a caso tra gli obiettivi che ci poniamo come associazione AMIRA c’è anche quello di promuovere questi ragazzi per permettere loro di rappresentarsi al meglio e in maniera sempre più autonoma nel mondo del lavoro. Il concorso vuole sensibilizzare non solo le istituzioni, ma bensì gli albergatori, ristoratori e imprenditori del settore con lo scopo di dare spazio anche a chi ha delle difficoltà. È per questo che i nostri colleghi Luciano Graziano (Gran Maestro della Ristorazione) e Giuseppe Pinzino (Fiduciario Amira

Sicilia Centrale), organizzando questa manifestazione, si sono impegnati ed adoperati per questi ragazzi. Al concorso hanno partecipato squadre di vari Istituti Alberghieri della Sicilia (Siracusa, Catania, Caltanissetta, Randazzo, Enna, Palermo, Ragusa), del nord e centro Italia. Il concorso consisteva nel preparare un piatto alla lampada con crêpes abbinato a prodotti enogastronomici tipici della regione Sicilia. La giuria, che ha giudicato i piatti, era composta da esperti del settore enogastronomico e tra questi il Cancelliere dei Maestri della Ristorazione, Claudio Recchia, e la sommelier professionista Vilma Broggi. Madrina dell’evento, fortemente voluta dal nostro Presidente Valerio Beltrami, è stata Nicole Orlando, campionessa paraolimpica mondiale. Con la sua forza ed il suo sorriso, è riuscita a trasmettere ai partecipanti una carica

e una voglia a non mollare mai, lanciando il suo motto che è “vietato dire non c’è la faccio”. Alla presenza di una sala gremita da imprenditori, ristoratori, albergatori e consorzi, questi ragazzi hanno mostrato forza e tecnica professionale, nascondendo in quel momento il loro essere e impartendo così una grande lezione di vita. L’unica disabilità sta nella mente e nella cultura di chi ancora oggi non riesce a capire che questi ragazzi rappresentano una grande ricchezza. Abbiamo assistito con quanto amore, pazienza e dedizione questi ragazzi sono stati aiutati e accompagnati dai loro insegnanti, mostrandosi anch’essi molto emozionati. È stata un’edizione da ricordare per la grande partecipazione e per il successo di pubblico. Un grazie va a tutti i ragazzi e alle loro famiglie.

Antonio Rotondaro
Vice presidente nazionale
A.M.I.R.A.

Speciale “Le diverse abilità nel mondo della ristorazione”

Ancora un successo il concorso “Le diverse abilità nel mondo della ristorazione”

di Diodato Buonora

Tutte le foto dello Speciale “Le diverse abilità nel mondo della ristorazione” sono di Stefano Sola

Si è svolto all’Aretusa Palace di Siracusa, dal 19 al 21 ottobre, il 3° concorso “Le diverse abilità nel mondo della ristorazione”. Come per le edizioni precedenti, è stato un successo di partecipazione e di pubblico. I due obiettivi principali dell’iniziativa sono stati: sensibilizzare le istituzioni e gli imprenditori, affinché possano dare spazio anche a chi è diversamente abile e creare una rete tra le associazioni siciliane per realizzare una banca dati che consenta alle famiglie di trovare un appoggio lungo il percorso di inclusione.

Ad organizzare la manifestazione è stata l’A.M.I.R.A. sezione Sicilia Centrale e a volere fortemente l’evento sono stati il Gran Maestro Luciano Graziano ed il Fiduciario di sezione Giuseppe Pinzino.

L’evento è stato organizzato con il Patrocinio e il contributo dell’Assessorato Regionale dell’Agricoltura, dello Sviluppo Rurale e della Pesca Marittima, al fine di promuovere i prodotti tipici e le eccellenze della Regione Sicilia. 12 sono le squadre, giunte anche dal Trentino e dall’Abruzzo, che hanno aderito all’evento.

Per quanto riguarda la giuria, come Presidente c’è stato Claudio Recchia (Cancelliere dell’Ordine dei Maestri della Ristorazione), Carmela Accardo (Dirigente Scolastica dell’Istituto Alberghiero “Federico II di Svevia” di Siracusa), Maurizio Urso (Vicepresidente di Euro-Toques Italia e Presidente dell’Accademia Nazionale Italcuochi), Stefania Calanni (giornalista di enogastronomia) e Vilma Broggi (Sommière professionista).



Il Presidente Beltrami presenta Nicole Orlando, madrina della manifestazione



Speciale “Le diverse abilità nel mondo della ristorazione”



Il sindaco di Siracusa, Francesco Italia

Ogni squadra doveva preparare un dessert flambé che aveva come base le “crêpes” e i prodotti siciliani.

Madrina della manifestazione è stata Nicole Orlando, una leggenda dello sport mondiale che nel 2015 vinse 5 medaglie alle Olimpiadi dedicate agli atleti affetti da sindrome di Down.

Alla fine, per la gioia dei partecipanti e del pubblico, la giuria ad ogni squadra ha dato un premio.

Eccoli in dettaglio:

Premio miglior “flambé” per la squadra del Trentino

(Scuola alberghiera ENAIP Trentino / CFP Tione di Trento in collaborazione con la sezione AMIRA Trentino Alto Adige).

Concorrenti: Cristian Beltramoli e Roberto Alicanti.

Piatto: Fagottini di crêpes con crema al pistacchio in salsa di agrumi.

Premio miglior “gusto” per la squadra di Taormina

(Istituto di Istruzione Secondaria Superiore “Salvatore Pugliatti”, Taormina ME).

Concorrenti: Maria Pia Marino e Cristian Lorenzo Giannetto.

Piatto: Crêpes ai frutti di bosco e gelato alla vaniglia.

Premio miglior “preparazione” per la squadra di Pachino

(Istituto di Istruzione Secondaria Superiore “Paolo Calleri”, Pachino - Rosolini SR).

Concorrenti: Marco Di Stefano e Noemi Calleri.

Piatto: Crêpes “Sapurusa”.

Premio miglior “tecnica” per la squadra di Catania

(Istituto Professionale Alberghiero “Karol Wojtyla”, Catania).

Concorrenti: Federico Votadoro e Giovanni Luca Garozzo.

Piatto: Crêpes con crema al



La squadra del Trentino che ha avuto il premio miglior flambé



pistacchio dell’Etna.

Premio miglior “presentazione e servizio del vino” per la squadra di Randazzo

(I.I.S.S. Istituto Istruzione Secondaria Superiore, Randazzo CT).

Concorrenti: Robert Valentin Dobre, Samuele Saccullo e Virginia Rizzo.

Piatto: Crêpes alle mele.

Premio migliore “mise en place” per la squadra di Palermo

(IPSSEOA “Pietro Piazza”, Palermo)

Concorrenti: Davide Morgante e Chiara Bonventre.

Piatto: Rotolino di crêpes al pistacchio di Bronte con crema al cioccolato di Modica.

Premio migliore “servizio” per la squadra dell’AMIRA sezione Sicilia Centrale

Concorrenti: Daniele Bruccheri, Giuseppe Mazzola e Fe-

Speciale “Le diverse abilità nel mondo della ristorazione”



Un momento della premiazione

derica Nalbone.

Piatto: Medaglioni con vellutata al limone aromatizzata al basilico.

Premio migliore “decorazione” per la squadra dell’Abruzzo

(Istituto di Istruzione Superiore “Di Poppa - Rozzi”, Polo Alberghiero, Teramo)

Concorrenti: Niccolò Di Giacopo e Federico Toccaceli.

Piatto: Crêpes “Tinacria”.

Premio migliore “eleganza” per la squadra di Vittoria, in collaborazione con la sezione Amira Ragusa Barocco

(Istituto di Istruzione Superiore “Guglielmo Marconi”, Vittoria RG)

Concorrenti: Kevin Mugnas e Emanuele Cannizzo.

Piatto: Rotolini di crêpes ai sapori iblei.

Premio migliore “simpatia” per la squadra di Siracusa

(Istituto Federico II° di Svevia Siracusa / l’AIPD - As-

sociazione Italiana Persone down di Siracusa / Associazione “**Sicilia Turismo per tutti**” e l’Associazione “**Mangiare bene e non solo**”)

Concorrenti: Nicoletta Sastri, Raffaele Caiazzo, Manuela Mattone, Lorenzo Genovese, Giulia Gibilisco e Francesco Lentini.

Piatto: Crêpes ai profumi di Sicilia.

Premio migliore “emozione” per la squadra di Caltanissetta

(CIRPE - Centro Iniziative Ricerche Programmazione



La giuria



Alla fine, premi per tutti

Speciale “Le diverse abilità nel mondo della ristorazione”



I ragazzi di Modica, premio sorriso



La torta

Economica, Caltanissetta)

Concorrenti: Michele Carò e Giacomo Mocerlin.

Piatto: Crêpes agli agrumi di Sicilia.

Premio migliore “sorriso” per la squadra di Modica

(Istituto Professionale di Stato “Principi Grimaldi”, Modica sede Chiaramonte Gulfi RG)

Concorrenti: Jessica Pocina e Alessandro Peluso.

Piatto: La Sicilia in una crêpe.

Vinebrio

La tua enoteca online.

Lo shop dove trovi i prezzi migliori, offerte e promo su vini, champagne, rum e distillati.

Trova la tua offerta!

visita il nostro sito

www.vinebrio.com





Conclusa la 3^a edizione del Concorso Nazionale A.M.I.R.A. Professionalità, tecnica e creatività: ecco cosa hanno dimostrato questi ragazzi Speciali

di Stefania Calanni

“**V**ietato dire non ce la faccio!” È questo lo slogan che la madrina della manifestazione, la campionessa biellese paralimpica Nicole Orlando, ha voluto lanciare ai partecipanti del Terzo Concorso Nazionale indetto dall’A.M.I.R.A., Associazione Maîtres Italiani Ristoranti e Alberghi, sotto la spinta del Gran Maestro Graziano Luciano e del fiduciario Giuseppe Pinzino. Questa edizione è stata dedicata alle diverse abilità nel mondo della ristorazione, puntando così i riflettori sui ragazzi Speciali. L’evento, che si è svolto a Siracusa dal 19 al 21 ottobre, presso un noto albergo cittadino, è stato organizzato con il Patrocinio e il contributo dell’Assessorato regionale dell’Agricoltura, dello Sviluppo Rurale



Conferenza stampa con il sindaco di Siracusa

e della Pesca Marittima, al fine di promuovere i prodotti tipici e le eccellenze della Regione Sicilia. Presenti al tavolo di discussione: Graziano Luciano, il Fiduciario Giuseppe Pinzino, il Sindaco di Siracusa Francesco Italia, la dirigente scolastica dell’Istituto “Federico II di Svevia” di Siracusa

la Dott.ssa Carmela Accardo, Bernadette Lo Bianco presidente di “Sicilia turismo per tutti”, Gaetano Bongiovanni presidente dell’associazione “Mangiare bene e non solo”, Giuseppe Rosano presidente degli albergatori di Siracusa, Salvatore Madonia direttore dell’Asl di Siracusa, gli psico-

Speciale “Le diverse abilità nel mondo della ristorazione”

logi Luciano Tuccitto e Alfonso Nicita e naturalmente il presidente A.M.I.R.A Valerio Beltrami.

Tra gli obiettivi della manifestazione primeggia quello di sensibilizzare non solo le istituzioni ma bensì gli imprenditori, affinché possano dare spazio anche a chi ha qualche difficoltà e creare una rete tra le associazioni siciliane per realizzare una banca dati che consenta alle famiglie di trovare un appoggio lungo il percorso di inclusione. Il Presidente Beltrami ha voluto fortemente sottolineare l'importanza di una collaborazione, oltre che con i Comuni di appartenenza, con la Regione Sicilia, al fine di perseguire tale obiettivo.

Un grande e unico spettacolo, dove a dirla tutta è prevalsa tanta professionalità, tecnica e creatività. Dodici le squadre a sfidarsi alla lampada per la realizzazione di crêpes dolci. Presenti tra queste anche la squadra del Trentino e dell'Abruzzo. È superfluo dire che ogni squadra ha portato un titolo a casa, così ha deciso la Giuria, guidata dal suo presidente,

il Gran Cancelliere Claudio Recchia, e composta dallo chef stellato Maurizio Urso, dalla sommelière Vilma Broggi, dalla giornalista Stefania Calanni e dalla dirigente dell'istituto alberghiero “Federico II di Svevia” di Siracusa Carmela Accardo.



Luciano Graziano, il sindaco di Siracusa Francesco Italia, Valerio Beltrami e Claudio Recchia



Giuseppe Pinzino, Luciano Graziano, Valerio Beltrami e Nicole Orlando che riceve un omaggio

Alla presenza di una sala gremita dagli alunni dell'Istituto alberghiero di Siracusa, da diversi imprenditori siciliani, ristoratori, albergatori e consorzi, questi ragazzi hanno mostrato una forza e una tecnica paragonabile solo ai grandi professionisti, impartendo così una grande lezione di vita: l'unica disabilità sta nella mente e nella cultura di chi ancora oggi non riesce a capire che questi ragazzi rappresentano una grande ricchezza. Altresì di grande effetto vedere con quanto amore, pazienza

e dedizione questi ragazzi sono stati aiutati e accompagnati dagli insegnanti, mostrandosi ancor più emozionanti dei loro ragazzi. È stata davvero un'edizione da ricordare, per la grande partecipazione e per il merito successo di pubblico.



Montalbera #lesaltazioneDelFrutto

#ilCarattereDelTerroir



"Il sogno di tutte le generazioni di uomini applicati al vino che ci hanno preceduto è ottenere dalla coltivazione il miglior frutto-uva possibile, trasformarlo in vino senza sciupare o alterare il patrimonio di gusto e di aroma sintetizzato dalla natura nel frutto, vinificare senza perdere un'oncia del valore nativo".

Franco Morando
Owner - Wine Producer



Castagnole Monferrato - 115 ettari

Castiglione Tinella - 10 ettari

#visita_le_nostre_cantine#visit_our_cellars

Cantina Montalbera

Tour&Tasting · Wine Shop · Wine Suites

Via Montalbera, 1 · Castagnole Monferrato (AT)

Info +39 0141 292125 · +39 366 6043649

www.montalbera.it · visite@montalbera.it

Lunedì - Sabato ore 10.00 - 18.00

Festivi su prenotazione



100% AUTOCTONO

#DrinkResponsibly



Disabilità, ristorazione e le eccellenze iblee agroalimentari

Il Consorzio di tutela del Ragusano dop ha partecipato attivamente all’iniziativa promossa a Siracusa dall’Associazione AMIRA con la terza edizione del concorso nazionale “Le diverse abilità nel mondo della ristorazione” riservato a giovani con disabilità e con particolari attitudini nel mondo della ristorazione, iscritti presso gli Istituti Alberghieri o altra associazione che rivolge la sua attività nei confronti di ragazzi speciali. Ciascun concorrente è stato accompagnato da un insegnante e da un tutor. I vari piatti sono stati preparati con l’utilizzo e la valorizzazione delle eccellenze agroalimentari locali e siciliane.

Particolarmente apprezzati i prodotti fatti pervenire per la preparazione dei piatti e per le programmate degustazioni dai Consorzi di Tutela del territorio ibleo: oltre a quello del Ragusano Dop hanno aderito i Consorzi dell’olio Monti Iblei Dop, del vino Cerasuolo di Vittoria Docg e del Pomodoro di Pachino Igp.

Nella parte riservata agli interventi delle rappresentanze istituzionali e prima della premiazione, ai rappresentanti dei Consorzi è stata data la possibilità di presentare i rispettivi prodotti tutelati con l’illustrazione delle specifiche peculiarità, delle modalità che ne caratterizzano la produzione, del

legame al territorio di produzione, delle caratteristiche organolettiche e del loro apporto per la sempre maggiore affermazione dell’eno-gastronomia iblea, da tutti ed ovunque apprezzata e riconosciuta di spiccata qualità. Oltre a Vito Guzzardi dell’Amira, per l’area iblea sono intervenuti Achille Alessi, presidente del Consorzio del Cerasuolo di Vittoria Docg ed Enzo Cavallo direttore del Consorzio del Ragusano Dop.

“Non potevamo non rispondere all’invito che ci è stato rivolto dall’Amira - ha sottolineato Enzo Cavallo. Abbiamo partecipato in maniera convinta ed abbiamo vissuto momenti emozionanti nell’ambito di un’esperienza veramente significativa che, grazie anche al sostegno dell’Assessorato Regionale dell’Agricoltura, ha permesso, oltre all’evidenziazione della competenza e della bravura dei giovani partecipanti e del valore della particolare dedizione dei loro insegnanti, la promozione e la valorizzazione delle eccellenze siciliane ed iblee in particolare, in un contesto di non sottovalutabile importanza”.



Il Presidente Beltrami all'alberghiero Panzini di Senigallia per l'“Annual Conference Aeht”

di Diodato Buonora

Dal 17 al 22 ottobre si è tenuta a Senigallia, presso l'istituto alberghiero Panzini, la **“35^a Aeht annual conference”**, le Olimpiadi dei servizi turistici enogastronomici (“Aeht” sta per Association européenne des écoles d'hôtellerie et de tourisme). In questo evento, c'è stata una tavola rotonda moderata da **Alberto Lupini**, direttore di Italia a Tavola, che ha avuto come tema “Il futuro della ristorazione e dell'accoglienza”, alla quale hanno preso parte associazioni di categoria e addetti ai lavori. Tra i partecipanti, **Roberto Calugi** (direttore di Fipe Confcommercio), **Alessandro Impoco** (dirigente scolastico dell'istituto Panzini), **Marta Cotarella** (accademia di alta formazione “Intrecci”), **Roc-**

co Pozzullo (Presidente Fic), **Alessandro Bonventi** (consigliere di Abi Professional), **Alessandra Baruzzi** (coordinatrice nazionale di Lady Chef) e il nostro presidente **Valerio Beltrami**. Durante il dibattito è stato affrontato anche il tema delle due figure indispensabili per il mondo della ristorazione: cuoco e maître. Rocco Pozzullo, presidente della Fic, ha sottolineato che «il lavoro in cucina non è solo quello che si vede in tv. Per esercitare questa professione servirebbe una sorta di patente rilasciata solo dopo un percorso di formazione che attesti le competenze e un'attenzione agli aspetti salustistici. Durante la pandemia tanti cuochi hanno riscoperto la bellezza di trascorrere le feste a casa: ora chiediamo l'abbassamento del costo del lavoro in modo da trovare

personale.»

Mentre Valerio Beltrami ha precisato che «l'amore per la professione rappresenta una carta vincente per un successo professionale.» Ma cosa possiamo fare per dare più motivazioni ai giovani? «I nostri ragazzi sono il futuro dell'Italia, dove le aziende e i piccoli negozi stanno chiudendo, mentre il turismo è la vera carta vincente. È sbagliato affermare che i giovani non hanno voglia di lavorare, perché in realtà manca la persona che faccia innamorare loro della professione. Porto il mio esempio: sono uscito dalla scuola alberghiera di Stresa nel 1968 e ancora oggi amo tantissimo il mio lavoro. Tengo inoltre a sottolineare - ha concluso Beltrami - che lavorare in sala non vuol dire solo portare piatti, perché quando si entra al ristorante la prima figura che si incontra è quella del cameriere, che lavora su un doppio binario con il personale di cucina, in modo da servire al meglio l'ospite. Al nuovo governo chiediamo una defiscalizzazione sul lavoro, in modo da non dover pagare 4 mila euro per uno stipendio netto di 1.500. Insieme ai sindacati dobbiamo infine studiare contratti che prevedano turnover in modo da permettere ai lavoratori di stare a casa con la famiglia e vedere i figli che crescono.»

Fonte da Italia a Tavola



Alberto Lupini, Alessandro Bonventi, Marta Cotarella, Alessandro Impoco, Rocco Pozzullo, Roberto Calugi, Valerio Beltrami e Alessandra Baruzzi

La tecnica del suggestive selling nella ristorazione



di Enrik Gjoka

Si effettua tramite la descrizione in modo invitante e attraente della referenza. Può quindi migliorare l'esperienza vissuta dal cliente al ristorante grazie ai giusti consigli del personale di sala su cosa ordinare

Secundo le statistiche, il 70% degli ospiti non sa cosa ordinare al ristorante. Quando un cliente non ha familiarità con il ristorante, è titubante sulla scelta del cibo o è confuso su dove trovare determinate referenze nel menù, il personale di sala ha una reale opportunità di essere utile offrendo i suggerimenti adeguati, consigliando cibi e bevande in base alle esi-

genze, migliorando in tal modo l'esperienza vissuta al ristorante. La tecnica del suggestive selling si effettua tramite la descrizione in modo invitante e attraente della referenza che è obiettivo di vendita. La tecnica del suggestive selling può integrare trasversalmente tutte le tecniche base di vendita, soprattutto le tecniche di up selling, cross selling e la tecnica della dominan-

za asimmetrica.

Suggestive selling nella ristorazione, alcuni esempi

Esempi generalizzanti dell'applicazione di questa tecnica sono i seguenti:

- raccontare al cliente la qualità delle materie prime, la loro specifica provenienza o i metodi particolari di preparazione usati, il tempo e l'impegno impiegati per la produzione della referenza che si desidera vendere;

- evidenziare la rarità dell'uvaggio o il metodo specifico di vinificazione del vino obiettivo di vendita.

L'importanza delle emozioni

Ciò che differenzia la tecnica del suggestive selling da una descrizione accurata della referenza è la componente emozionale, fondamentale per l'efficacia della sua applicazione. Come recita una frase



di Zig Ziglar nel suo "Secrets of closing the sale" (1982): «La logica fa pensare, le emozioni fanno agire». In questo il suggestive selling ha parecchi punti in comune con la tecnica dello story telling, quest'ultima molto usata nel marketing a livello indotto. Elevando la componente emozionale aumentano anche le probabilità di riuscire nella vendita tramite la tecnica del suggestive selling. Il concetto viene spiegato in maniera chiara da Joe Vitale (1998), uno dei massimi esperti sull'argomento, il quale afferma: «Il modo in cui spiegate o inserite in un contesto il vostro prodotto o servizio determinerà il modo in cui le persone lo percepiranno. Il modo in cui esse lo percepiranno determinerà ciò che faranno».

Una narrazione "appetitosa"

Quando spiega i piatti ai clienti, l'operatore di sala dovrebbe usare un linguaggio descrittivo e appassionato. Utilizzando gli aggettivi giusti la descrizione si trasforma in un potente strumento di vendita. Una narrazione "appetitosa" consiste nel descrivere il cibo come saporito, succulento, ghiotto e delizioso, in modo di far venire l'acquolina in bocca all'ospite. Per esempio:

- "Abbiamo un eccellente vino bianco secco che ha vinto diversi premi

recentemente e completa bene questo piatto a base di pesce. Potrebbe interessarle? Vorrebbe assaggiarlo?"

- "Vorrebbe iniziare con una deliziosa bruschetta di pane pugliese tostato, condita con pomodoro di Pacchino, basilico e olio extravergine di oliva toscano?"

- "Potrei suggerirle una fetta della nostra torta al cioccolato? Viene



fatta in casa, ricoperta da una ricca ganache al cioccolato fondente e ripiena di fragole?"

Tale tipo di descrizione delle referenze farà percepire l'applicazione della tecnica come un servizio al cliente di alta qualità e non come una presentazione di vendita. Questo tipo di percezione aumenta notevolmente la fedeltà della clientela.

Come si deve comportare l'assistente di sala

Per vendere efficacemente attraverso la tecnica del suggestive selling l'assistente di sala dovrà:

1. osservare il cliente e decidere le referenze da proporre;
2. amplificare la conoscenza del cliente e mostrare grande disponibilità;
3. illustrare e descrivere la referenza con entusiasmo e passione;
4. elencare i vantaggi

che il cliente può ottenere dalla referenza che sta suggerendo;

5. complimentarsi e assicurare il cliente per l'ottima scelta;
6. controllare che tutto sia andato bene alla fine del pasto e chiedere un riscontro al cliente.

Serve conoscere il menu in maniera dettagliata

Affinché la vendita sia "suggestiva", il personale di sala dovrà essere formato in modo adeguato e

Attualità

dovrà saper offrire opzioni di vendita personalizzate, focalizzate sul cliente.

L'ampia conoscenza del menu da parte del personale di sala è una condizione imprescindibile per l'applicazione della tecnica del suggestive selling. La conoscenza strutturata del menu si basa sulle quattro "P" della conoscenza del prodotto: porzione, preparazione, presentazione e prezzo.

Nello specifico:

- Porzione - quanti grammi pesa la bistecca? Quanto è grande l'insalata? Di quanti strati è composta la torta al cioccolato? Sembra scontato ma il personale di sala spesso non riesce a dare una risposta a queste domande e non conosce questi dettagli. Eppure, sono informazioni quanto semplici tanto importanti per gli ospiti.
- Preparazione - è grigliato o cotto al forno? La

spremuta è di limone o di lime? Saltato in padella o fritto nella friggitrice? Spesso sono i piccoli dettagli a determinare la vendita ... e a guadagnare la fiducia dei clienti. Quando il personale di sala conosce la preparazione completa di ogni voce di menu, i clienti sono più disposti ad accettare i loro suggerimenti.

- Presentazione - il piatto viene servito con una guarnizione? Il tagliere di salumi viene servito con un cestino di pane e focaccia? Quando il personale di sala descrive accuratamente questi dettagli, aumenta l'interesse del cliente e il desiderio di ordinare il piatto.

- Prezzo - il personale di sala conosce bene i prezzi del menù? Gli operatori di sala sono a conoscenza del margine di profitto di ogni referenza, o almeno di quelle principali? La condivisione di queste informazioni è fon-

damentale per identificare le referenze sulle quali concentrare gli sforzi, generando in tal modo ricavi focalizzandosi sui profitti.

La padronanza delle quattro "P" concentra l'attenzione della brigata di sala sull'aumento delle vendite attraverso l'eccellente conoscenza del prodotto. Il personale di sala dovrà rendersi consapevole dell'importanza di conoscere minuziosamente i dettagli di ogni elemento del menu. Man mano che la conoscenza del prodotto degli operatori di sala migliora aumenta anche la loro fiducia nel dare suggerimenti, migliorando in tal modo l'esperienza degli ospiti, elevando il livello delle vendite e aumentando i profitti per l'azienda di ristorazione.

Da Italia a Tavola

Italia a Tavola
NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE



Rinnova la tua pubblicità su
"Ristorazione & Ospitalità".

Una pubblicità che rende!



Vuoi collaborare con
"Ristorazione & Ospitalità"
la rivista digitale dell'AMIRA?

Scrivi a: dbuonora@libero.it
Cell: 3297242207



Scopri l'offerta su www.easycassa.it

➤ EasyCassa semplifica anche i lavori più complicati.



EasyCassa è il sistema di cassa telematico comodo, semplice e aggiornato che ti permette di gestire facilmente anche le comande più complicate. L'offerta "all in one" include in un comodo abbonamento tutto ciò di cui hai bisogno per la tua attività: terminale e accessori, software intuitivo, fatturazione elettronica illimitata, assistenza tecnica domenica e festivi compresi. Inoltre, grazie al Cloud puoi controllare le performance dei tuoi punti vendita contemporaneamente e in tempo reale.

La tecnica di vendita contraddistingue la professionalità in sala



di Valerio Beltrami

Quando si serve l'ospite a tavola si può scegliere di essere passivi e lasciare che scelga da solo, oppure essere attivi e proporre i piatti del giorno consigliando e suggerendo

Tecnica di vendita non significa trovare il sistema di indurre l'ospite (cliente, io lo chiamo così) che vi chiede un'insalata ad ordinare un piatto di salmone affumicato. Non consiste quindi nel forzare la vendita di un prodotto con maggior margine di guadagno. Questo strumento promozionale dovrà essere usato con molta cautela, altrimenti si rischierà di perdere l'ospite per eccesso di zelo. Se, al contrario, agirete con intuito e sensibilità, seguirà i vostri consigli interpretandoli a suo vantaggio.

Strategie con il cliente

La vendita di prodotti che avviene al ristorante sarà svantaggiata rispetto ad altre, poiché l'ospite non potrà vedere o assaggiare i cibi prima di ordinare. Non potrà far altro che fidarsi, saranno il vostro comportamento, i vostri consigli, le vostre raccomandazioni che lo guideranno nella scelta, a patto che prima sia convinto della vostra competenza. Dovrete quindi allenarvi nell'applicare un'adeguata tecnica di vendita. Il comportamento di colui che prende le ordinazioni lo suddivido in passivo e attivo.

Passivo: verranno distribuite le carte vivande e vini senza consigliare né raccomandare, sarà quindi l'ospite ad assumere l'iniziativa scegliendo da solo. Attivo: l'incaricato prima della distribuzione delle carte suggerirà all'o-

spite le specialità del giorno, dovrà conoscere la composizione e i modi di preparazione dei vari piatti, sfrutterà il fatto che l'ospite dovrà fidarsi delle vostre descrizioni (come detto in precedenza non può vedere il cibo prima di ordinarlo). Tanto più le vostre descrizioni saranno allettanti, tanto più sarà il desiderio dell'ospite di gustare quanto proposto. Si può dire far venire l'acquolina in bocca...

Esempio:



- abbiamo un filetto di manzo alla Rossini con patate
- abbiamo un tenerissimo filetto di manzo saltato in padella, guarnito con del paté, una lamella di tartufo nero e una salsa al madera, contornato da croccanti patatine.

Tenere sempre un piano B

Certamente con la seconda descrizione riusciremo meglio a rafforzare

positivamente l'immagine di un buon piatto, oltre a dare l'idea della sua preparazione.

Inoltre ricordatevi di avere sempre alternative alle vostre proposte, questo perché la risposta dell'ospite sarà sempre un sì o un no, mentre con alternative avrete più possibilità di vendita. Non si finirà mai di imparare per quanto riguarda la tecnica di vendita, ma questi pochi consigli vi aiuteranno a diventare dei professionisti e non dei semplici portatori di piatti.

Da Italia a Tavola

Solo con l'aiuto dell'Europa l'accoglienza si salverà



di Valerio Beltrami

La vita costa troppo e i locali devono far fronte a bollette che sono esplose. Strategie specifiche non ce ne sono, serve un gioco di squadra globale, altrimenti ci saranno chiusure a raffica.

Pandemie, guerre, tensioni e rincari sono arrivati come un terremoto in tanti settori tra cui la ristorazione. La corsa all'aumento dei costi energetici sta mettendo in grave difficoltà il settore dei servizi. Il valore delle bollette è decuplicato e tutto ciò rappresenta un grave danno soprattutto per la ristorazione, basti pensare all'ampio uso dei forni e dei frigoriferi sempre accesi in ambiti quali bar, sale e ristoranti.

Le impennate dei prezzi mettono a rischio la prosecuzione delle attività, considerato che il prezzo del gas ha raggiunto i 500 euro per Mwh, mentre un anno fa era pari a 111 euro per Mwh. E cosa dire delle materie prime? Continuano a salire i prezzi di carne, farine, di frutta e verdura.

Le soluzioni per contrastare il problema

Per fronteggiare questo trend negativo bisognerebbe ritoccare i listini, scelta difficile da fare in quanto porterebbe alla perdita della clientela, già provata dai rincari della vita quotidiana.

La prospettiva economica italiana Istat per il biennio 2022/2023 prevede un aumento del Pil a +2,8% per il 2022 e a più 1,9% per il 2023; un dato roseo per il futuro ma che cozza terribilmente con l'odierna realtà. La liberalizzazione europea del gas è la conseguenza di un'iniziativa avviata per la prima volta nel 1996 e rafforzata nel 2003 e nel 2009, concepita per

garantire la sicurezza degli approvvigionamenti, dell'efficienza del servizio e dei prezzi più bassi.

Confrontando la situazione con gli anni Novanta, quando ogni Paese aveva il proprio mercato, il proprio monopolio e la propria politica energetica, l'iniziativa è stata sicuramente un successo. Oggi paghiamo i problemi di due anni di pandemia e indubbiamente della guerra in Ucraina.

Serve l'aiuto dell'Europa

Come affrontare il domani prossimo? Nessuno ha una risposta, perché con questi chiari di luna non esistono soluzioni di logica. Si potrebbero studiare, con tecnici del settore, soluzioni per abbassare i consumi di elettricità e gas, costruire un turn-over per i dipendenti, ma questi non sono altro che semplici palliativi.

Credo che senza un forte aiuto statale e soprattutto dall'Unione Europea consistente in sgravi fiscali ed economici

tout-court, avremo una miriade di chiusure di saracinesche. Come dice Bernard Baruch: «Non vi è niente di incurabile, ci sono solo mali per i quali l'uomo non ha ancora trovato una cura». Ora è necessaria una mobilitazione globale per una cura duratura e settoriale, se vogliamo salvare un settore e il fondamentale indotto che ne deriva.

Da Italia a Tavola



I cambiamenti sono per chi è pronto a riceverli, non con gli occhi ma con la mente



di *Claudia De Mori*

Caro Imprenditore o Ristoratore, bentornato in questa rubrica.

Se hai letto l'articolo del mese scorso, parlavamo di avere un piano B per affrontare quello che succede ora sul mercato. In questo articolo vorrei spiegarti perché è così importante averlo e come poter fare.

So che dire una frase di questo tipo in questo periodo con tutto quello che sta succedendo, suona un po' retorico e potresti giustamente dirmi: "tutto bello, ma tu sei qui al posto mio?" Sì, io ci sono, e sono a contatto ogni settimana con imprenditori che hanno problemi che dobbiamo affrontare affinché loro ottengano incassi per restare aperti...

Se hai un'attività devi guardare tutto quello che succede sul mercato è agire di conseguenza. Insomma essere pronto ai cambiamenti. In ogni momento ci sarà la necessità di rimettere a fuoco la tua attività.

Come puoi fare questo? Ci sono state diverse decisioni politiche/aziendali per affrontare il periodo attuale e su questo io credo che non c'è nulla da di-



scutere oppure da farne una colpa... perché ogni azienda fa a sé e ha un "DNA" a sé. Ragion per cui ogni imprenditore è stato messo davanti a prendere velocemente una decisione, che sia giusta o meno, pena la chiusura.

Tantissimi imprenditori hanno pensato di tagliare le spese, ma la spesa che non puoi tagliare moltissime volte è il personale, perché rischi di restare poi da solo in una struttura grande e non riesci a far fronte al lavoro che prenderai (quindi meno lavoro, meno incassi = non paghi gli impegni correnti e straordinari).

Tanti hanno pensato di chiudere nei giorni più morti per pagare meno energia elettrica, insomma... tanti rimedi che forse sì, forse no, avranno un impatto sugli incassi mica da ridere.

Una delle soluzioni che io cito sempre agli imprenditori che assisto è che non devi chiudere o tagliare personale, ma cercare accordi migliori con altri fornitori di energia elettrica (che ci sono, devi solo guardare meglio, cercare e trovare dei piani a prezzi bloccati, non ascoltare quello che dicono ma cercare compagnie che lo fanno), esaminare col tuo commercialista quello che il governo ha messo

a disposizione come detrazioni per aiutare gli imprenditori e aumentare il tuo pacchetto clienti concentrandoti di più sull'aver un lavoro costante settimanalmente, sia che tu abbia un Ristorante oppure un Hotel, non affidandoti solo alle società di Coupon ma creando tu una piattaforma e un sistema di acquisizione clienti forte e governabile.

Questo ti permetterà di affrontare anche i periodi più difficili e più morti dell'anno.

**Questo, ora lo sto facendo con diverse aziende e sta funzionando.

Cambiare significa rinnovarsi, per risolvere i problemi, affrontando il periodo, cercando di analizzare quali possono essere le soluzioni possibili senza nulla scartare: sostituire quello che non conta più con quello che c'è ora.

Un imprenditore sopravvive se è disposto a cambiare e a modellare se stesso, altrimenti, cade in sofferenza.

Un imprenditore è forte perché accetta che nella sua azienda ci



siano periodi belli e anche molto brutti.

Purtroppo molti (con ragione degli eventi) si sono lasciati prendere dalle scadenze e non hanno reagito. Ma se tu tieni alla tua azienda e la vuoi aperta, devi sederti un attimo e pensare ad una soluzione per non perderla. Sono sicura che la troverai.

Darwin disse che non è l'uomo forte che sopravvive ma quello che recepisce il cambiamento e che sa cambiare a seconda dei

mutamenti che avvengono.

Tu lo sarai? Non devi cambiare vita, ma modificare la tua mentalità pensando che a tutto c'è una soluzione.

Se vuoi sapere qualcosa in più di me, puoi scaricare qualche report che trovi sul mio sito dalla sezione risorse Gratuite o a Pagamento, a questo link: <https://www.claudia-demo-ri-marketing-solutions.com/risorse-gratuite-e-a-pagamento/>

Ti auguro un buon lavoro di cuore per la tua azienda.

Trattoria & Pizzeria dal 1990

"La Terrazza"

di Michele Verdastro socio A.M.I.R.A.



POLLO SCUCCHIATO®
Il Primo, l' Unico, l' Originale!

UNICA SEDE
CURTERI di Mercato San Severino (SA)
Tel. 089 825352



UN MARE DI BENESSERE

Approdo Resort Thalasso Spa: il centro benessere con acqua di mare nel cuore del Parco Nazionale del Cilento, Patrimonio Mondiale dell'Umanità

Dolci colline ricoperte da ulivi secolari che si specchiano nel blu del Mar Tirreno, attraversato da vivaci torrenti e pini secolari che si spingono verso il mare. In questa magnifica cornice sorge l'Approdo Resort Thalasso SPA, hotel Eco-Friendly, in perfetta armonia con il mare e le bellezze naturalistiche che lo circondano. Siamo sul porto di San Marco di Castellabate, sulla costa del Cilento, terra di miti e leggende e punto d'approdo di antiche civiltà greco-romane. Qui nel 1952 la famiglia Rizzo, tre generazioni dedicate all'ospitalità, gettarono le basi per la realizzazione di ciò che divenne uno dei centri benessere più innovativi del Sud Italia, un centro di oltre 2500mq vocati al benessere, in cui acqua di mare, alghe, sale, fango ed il microclima della riserva di Punta Licosa fanno da protagonisti.

Il percorso di benessere Approdo Thalasso SPA dona agli ospiti un'esperienza unica di relax e fusione con il mare e le sue ricchezze, basandosi sul principio della Thalassoterapia ed è distribuita su tre aree: Vapori & Tepori, Piscina e area Relax.

Il percorso, grazie all'azione degli oli-

goelementi presenti nel sale marino e nelle alghe, depura la pelle dalle impurità. La spiaggia salina, una distesa di sale caldo a 40° e 60°, dona sollievo alle fastidiose contratture muscolari. Un suggestivo itinerario che si completa con l'incantevole spiaggia riservata, incastonata in una caratteristica caletta, e la grotta del fango con argilla naturale. Il Resort offre agli ospiti un'esperienza incentrata sul benessere marino, con suite e camere, tutte vista mare che poggiano lo sguardo sulla stupenda baia di Castellabate da cui è possibile ammirare un fantastico panorama e dei tramonti indimenticabili. Inoltre, il desiderio di un soggiorno in totale privacy è esaudito dalla Private SPA, un concept ineguagliabile di accoglienza e relax.

Un'esperienza di wellness esclusiva, completata anche dalla proposta culinaria del Donna Elvira Ristorante, che propone piatti della tradizione cilentana, rigorosamente con ingredienti a km 0 e che provengono da coltivazioni e allevamenti autoctoni, principalmente dal Parco Nazionale del Cilento. Anche nella scelta dei prodotti ittici viene privilegiato il pescato locale, per portare dal mare alla tavola i sapori del territorio, sapientemente rielaborati dalle mani

dello Chef Gerardo Manisera. L'ospite sarà condotto in un viaggio multisensoriale, mediante il menù degustazione Essenza, dove tecniche di cottura innovativa sorprenderanno gli appassionati dell'alta cucina. A rendere il tutto più suggestivo, sarà il Donna Elvira by the Sea, novità del Resort, con i suoi gazebo in riva al mare per una cenetta romantica tête-à-tête.

Una wellness experience per ritrovare se stessi e vivere esperienze uniche nel Cilento, terra di miti e culla della Magna Grecia. L'area marina protetta di Punta Licosa, in prossimità dell'Approdo, con le sue acque cristalline echeggia nel canto della Sirena Leucosia. Si ammirano i resti di un approdo greco-romano, che affiora dalle acque di San Marco, e sul promontorio erge maestoso il borgo di Castellabate, patrimonio Unesco per la sua bellezza e la sua unicità, nonché inserito nel circuito dei Borghi più belli d'Italia. *(Elisabetta Di Gennaro)*

INFO:

Approdo Resort Thalasso Spa
Via Porto, San Marco di Castellabate (SA)
Tel. 0974 966001
approdothalassospa.com

L'Hotel Danieli di Venezia



A cura di *Simone De Feo*

Continua il nostro viaggio nel mondo dell'hotellerie. Questo mese facciamo tappa in Italia ed esattamente a Venezia. L'Hotel Danieli è un'icona di stile, di lusso ed è una vera e propria attrazione. Il palazzo fu edificato per la famiglia Dandolo nel XIV secolo. Nel 1822 Giuseppe Dal Niel, soprannominato Danieli, già proprietario a Venezia del Leone Bianco, acquistò Palazzo Dandolo e lo trasformò in albergo ribattezzandolo con il suo soprannome. L'hotel diventò subito amatissimo da personaggi illustri, ospitando, tra gli altri, Re Guglielmo di Prussia, Charles Dickens, Richard Wagner, Honoré de Balzac, Marcel Proust, Greta Garbo e Charlie Chaplin. Nel 1906 venne comprato dalla CIGA - Compagnia Italiana Grandi Alberghi e da allora passò nelle mani di altri proprietari, fino a quando nel 2005

viene comprato dal Gruppo Statuto, dal 2016 gestito da Marriott International, con il marchio The Luxury Collection. Il Danieli ha 204 camere e suite, tutte arredate in stile veneziano e realizzate utilizzando materiali locali per valorizzare l'artigianato veneziano. Nel 2008 sono terminati mesi di restauro che hanno coinvolto esclusivamente le camere e le suite del Palazzo Danieli Excelsior e il Ristorante Terrazza Danieli. Quattro sono le suite di Palazzo Dandolo:

una dedicata a Enrico Dandolo e altre tre dedicate a personaggi donne, importanti per l'hotel: la "Diva", ispirata a Greta Garbo, la "Soprano" a Maria Callas e la "Princess" dedicata a Grace Kelly. Nel cinema, tra le più note pellicole ci sono "The Tourist" con Angelina Jolie e Johnny Depp. Intramontabile la scena di Sean Connery nei panni di James Bond in "Dalla Russia con Amore" che uccide nelle stanze del Danieli. E come dimenticare un altro mitico 007 Roger Moore in "Moonraker" che fugge con una gondola a motore per i canali di Venezia e seduce al Danieli la bond girl. Ancora amore, ma questa volta tragicomico, in "Viaggi di nozze" di Carlo Verdone dove Veronica Pivetti, esasperata da Verdone nei panni di un medico, si butta dalla finestra del Danieli. Per i 200 anni del Danieli è stato creato un menù che ripercorre i gusti di

due secoli con sette portate, da assaporare sulla terrazza che dà sulla laguna, sorseggiando il cocktail dell'anniversario Rosso Danieli, a base di gin e vermouth. Il menù realizzato dall'executive Chef Alberto Fol spazia dal "Risotto alla Dandolo" alle "Ostriche in salsa veneziana", fino al "Rocchio di murena alla Bucintoro". È un vero e proprio viaggio di sapori che attraversa 200 anni di storia, nel segno della tradizione veneziana. Stay tuned...



La terrazza dell'Hotel Danieli (foto da Marriott.it)

Vini aromatici vs Vini aromatizzati: significato e differenze



di Luca Stroppa

Le categorie dei vini aromatici e dei vini aromatizzati vengono spesso confuse, addirittura sovrapposte ed utilizzate come sinonimi. Si tratta di un errore da matita blu perché con questi due termini si indicano tipologie di vini con caratteristiche differenti tra loro. Nel nostro articolo, faremo chiarezza sulla questione: scopriremo il significato di “vino aromatico” e di “vino aromatizzato” e metteremo in evidenza le loro principali differenze.

Che cos'è un vino aromatico?

Si definiscono vini aromatici quei vini che si ricavano da uve di vitigni aromatici. Per comprendere le caratteristiche e gli aspetti distintivi di tali vini dobbiamo capire che cosa significa “vitigni aromatici”.

I vitigni aromatici sono quelli che contengono, nella parte esterna dell'acino delle loro uve, una notevole quantità di terpeni, biomolecole che conferiscono all'uva aromi caratteristici e molto intensi, in grado di passare, inalterati, dal mosto al vino.

Tali aromi sono chiamati aromi primari proprio perché



sono percepibili sia nell'uva che nel vino. Molto semplicemente: se mangi un acino d'uva di un vitigno aromatico e poi bevi un vino ricavato dallo stesso vitigno puoi riconoscere gli stessi profumi.

Si tratta di un fatto solo apparentemente banale o scontato. Devi sapere, infatti, che buona parte dei vini acquisisce aromi nel corso della fermentazione e nelle varie fasi della vinificazione, tanto che se assaggi l'uva e poi degusti il nettare sarà difficile trovare una netta corrispondenza tra i loro profumi. Una corrispondenza che è invece marcata ed evidente nei vini aromatici.

Alcuni dei vini aromatici più diffusi in Italia sono quelli ricavati da uve dei vitigni Gewürztraminer, con il tipico aroma di frutta esotica; Malvasia, con profumi frut-

tati, in particolare agrumati; Brachetto, che si distingue per i suoi profumi di frutti rossi e Moscato, caratterizzato da un netto aroma di muschio.

Che cos'è un vino aromatizzato?

Si definiscono vini aromatizzati quei vini speciali ricavati da un vino base a cui sono aggiunti alcol, zucchero e sostanze aromatiche capaci di donare al nettare nuovi profumi.

In altre parole, nei vini aromatizzati non si parla di terpeni o di aromi primari ma di aromi aggiunti, estranei al vitigno e al vino base.

I più noti vini aromatizzati italiani sono il Vermouth e il Barolo Chinato. Il primo è prodotto con vino bianco a cui è stato aggiunto Assenzio maggiore e altre erbe aroma-

tiche; il secondo è ricavato dal vino Barolo con corteccia di China calisaia e altre piante officinali dagli aromi intensi.

Vini aromatici vs vini aromatizzati: quali sono le differenze?

Dopo aver definito e chiarito le caratteristiche dei vini aromatici e dei vini aromatizzati le loro differenze sono piuttosto chiare. La chiave è l'origine degli aromi che caratterizzano le due tipologie di vini.

Nei vini aromatici il focus è sul vitigno aromatico di origine e sui suoi aromi primari. I profumi del vitigno si ritrovano inalterati nel prodotto finale e definiscono, in maniera indelebile, il suo profilo aromatico.

Nei vini aromatizzati il focus si sposta dal vitigno d'origine alle sostanze aromatiche aggiunte nel processo di vinificazione che modificano notevolmente le proprietà organolettiche del vino base, compreso il suo bouquet di profumi.

Se sei arrivato a questo punto della lettura,



siamo sicuri che non ci saranno problemi: "vini aromatici" e "vini aromatizzati" non verranno più confusi.

Da Wineshop.it



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





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

Il Lazio



di *Franco Savasta*

Una “passeggiata” tra le vigne del Lazio, zona ricca di storia, stimola a dire qualcosa di possibilmente certo sull’origine e l’evoluzione pratica viticola. L’origine della viticoltura avviene certamente altrove, ma è nel bacino del Mediterraneo che la vite ha trovato il suo habitat ideale. I Minoici, i Fenici, i Micenei, i Greci, gli Etruschi ed i Romani hanno avuto grandissima importanza nella coltivazione e nella diffusione di questo grande patrimonio agricolo nell’intera area me-

diterranea. Chi ritiene che tutto abbia inizio nell’antica Grecia, commette un grossolano errore. L’inizio, invece, potrebbe essere avvenuto nella zona caucasica o in un qualsiasi altro posto della “Mezzaluna Fertile”; oppure in più posti contemporaneamente, o quasi, e indipendenti gli uni dagli altri. In queste zone la coltivazione della vite è praticata da 6/7000 anni fa circa; lo attestano scoperte archeologiche. Ne scrivo ampiamente nell’introduzione. Ho detto sopra che commette un errore chi

ritiene che tutto abbia avuto inizio nell’antica Grecia. A voler essere “generosi”, possiamo datare la presenza della vite al massimo alle soglie del III millennio a.C. Le prime notizie sulla sua coltivazione si hanno a Creta (civiltà minoica, dal 2700 al 1400 a.C.); Fenici e Micenei la coltivavano. Anche l’Egitto ha una pratica vitivinicola antichissima: nel corredo funebre di Tutankamon, XIV secolo a.C., erano incluse anfore di vino. Gli Achei ebbero il loro massimo splendore tra il 1500 e il 1200 a.C. e, come narrano i poemi omerici, si scontrarono con Troia. Il contenzioso era il controllo dello stretto dei Dardanelli fondamentale per lo sviluppo dei commerci greci verso il mar Nero e l’Asia. Questa guerra si combatté tra il XIII e il XII secolo a.C. e l’Odissea ci racconta di vino. Pertanto, la pratica vinicola faceva parte del corredo culturale greco. Tutto ciò detto, parliamo quindi di pratica vitivinicola nell’antica Grecia, ma sapendo, come ho detto sopra, che altrove essa esisteva già da qualche migliaio di anni. Successivamente, l’aumento demografico, lo sviluppo dei commerci e la nascita della



Tipico vigneto a Frascati (foto db)

Vitigni e Vini d'Italia

“pòlis” (città Stato) sono fattori che spingeranno i Greci verso nuove terre da coltivare. In Italia arrivarono prima in Sicilia e poi sulle coste tirreniche dell'Italia meridionale. Ad Ischia, infatti c'è stata la scoperta della “Coppa di Nestore”, datata 725 a.C. e proveniente da Rodi. Arrivando nell'Italia meridionale i Greci la ribattezzarono “Magna Grecia” (Grande Grecia), così come i coloni della Sicilia erano definiti “Sicelioti” mentre gli altri erano chiamati “Italioti” e saranno poi i Romani a chiamare Greci gli Ellenici. Concludendo: non si può ritenere che la domesticazione della vite, e la vinificazione del suo frutto, abbia avuto inizio con i Greci. Certamente essi diedero un enorme impulso allo sviluppo della viticoltura, ma non solo a questa. Crearono molte città: Messina, Reggio, Siracusa, Catania, Agrigento, Selinunte, Gela, Cuma (in Campania), Taranto (l'unica fondata da Sparta), Sibari, Metaponto, Crotona, dove Pitagora di Samo fondò la sua scuola, mentre Parmenide fu il più illustre esponente della scuola di Elea (ribattezzata Velia dai Romani) che si trova in provincia di Salerno nell'attuale Parco Nazionale del Cilento. La colonizzazione greca non durò a lungo, tra l'VIII e il VI secolo a.C., ma abbastanza per apportare un grande rinnovamento.

Ritornando alla vite, ricordo che è pianta antichissima, preesistente all'uomo. È presente in tutte le zone del pianeta, ma vive e fruttifica solo dove esistono le quattro stagioni. La vite è un vegetale rampicante parente della liana, appartenente alla medesima famiglia. Forse sono state le frequenti glaciazioni a ridurre la sua diffusione alle sole zone temperate. La parte che interessa alla nostra narrazione sono due sottospecie di questa famiglia: la “Vitis Vinifera Sativa” e la “Vitis Vinifera Sylvestris”. Alla prima appartengono le varietà coltivate mentre la seconda è selvatica, quindi, spontanea. Anche attualmente cresce in molti posti. Meno male che ci sono molte specie, perché se non ci fosse stata la vite americana, saremmo senza vino da oltre 100 anni o, al massimo, avremmo solo il vino



Grappolo di Bellone, uva autoctona laziale

prodotto dai pochi vitigni a “piede franco”, non attaccati e non attaccabili dalla fillossera. La sottospecie europea della nostra vite è la “Vitis Vinifera”, così definita dai botanici, in quanto “Vitis” atta a produrre vino. Quando i coloni Greci arrivarono in Italia portarono sicuramente altre varietà, ma molti sostengono che al loro arrivo gli Etruschi coltivassero già la vite, partendo dalle varietà selvatiche presenti nel loro ambiente, fin dal XII secolo a.C. circa. Infatti, si parla di coltivazione a “Vite Maritata” come tipica degli Etruschi. Altri contestano questa versione affermando che la viticoltura iniziò con i coloni Greci a partire dalla Sicilia per diffondersi tra i Sabini e poi gli Etruschi che, a loro volta, la portarono fino al Nord dell'Italia. Si ritorna sempre ai tanti punti dubbi parlando di questa materia. La cosa certa è la testimonianza lasciata dagli Etruschi, nelle necropoli, del loro apprezzamento per il vino. Comunque siano andate le cose, i coloni greci apportarono tecniche più avanzate di coltivazione, nuovi attrezzi e nuove varietà da coltivare. Il loro arrivo, quindi, fu importante e innovativo. Saranno poi i Romani a sviluppare ulteriormente l'attività vitivinicola. Essi “importeranno” anche un dio dei coloni, Dioniso,

ribattezzandolo Bacco, nome che rimanda al termine greco che indica il clamore. Dopo la caduta dell'Impero Romano la vite resistette soltanto all'interno dei monasteri e poco più.

Adesso passiamo ad elencare i vitigni coltivati nel Lazio, iniziando da quelli a **bacca bianca**: Bellone, Bombino bianco o Bonvino, Bianco diritto, Cannaiolo bianco, Capolongo, Chardonnay, Grechetto, Greco, Greco bianco, Lecinaro, Moscato bianco, Montonico bianco, Friulano, Mostosa, Falanghina, Malvasia bianca lunga, Maturano, Malvasia bianca di Candia, Malvasia del Lazio, detta Puntinata, Moscato di Terracina, Ottonese, Passerina, Pampanaro, Pinot bianco,

Pinot grigio, Pecorino, Trebbiano giallo (localmente detto Rossetto o Rossola), Trebbiano romagnolo, Trebbiano toscano (localmente detto Procanico), Manzoni bianco, Semillon, Riesling, Riesling italico, Verdicchio bianco o Trebbiano di Soave, Petit Manseng, Vissanello, Sauvignon, Verdello, Viognier, Vernaccia di San Gimignano, Vermentino e Ottonese (coltivato, quasi esclusivamente, in alcune zone del Frusinate). La coltivazione limitata al solo arcipelago ponziano (Ponza - Ventotene - Palmarola - Zannone - Gavi e Santo Stefano) riguarda i seguenti vitigni: Biancolella, Forastera, Guarnaccia e Piediroso (Per' e Palummo). I primi tre a bacca bianca, a bacca rossa l'ultimo.

Vitigni a **bacca rossa**: Anzellotta, Aglianico, Aleatico, Abbuoto, Bombino nero, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Alicante, Barbera, Cesanese comune, Cesanese d'Affile, Ciliegiolo, Canaiolo, Greco nero, Grechetto rosso, Nero buono di Cori, Montepulciano (coltivato nel Viterbese e localmente detto Violone), Nero d'Avola, Olivella nera, Pinot nero, Primitivo, Sangiovese, Sciascinoso, Merlot e Syrah. I vitigni coltivati sono a bacca bianca per il 76% e per il 24% a bacca rossa. Quelli che coprono il maggior numero di ettari vitati sono: Malvasia bianca di Candia (15%), Trebbiano giallo (13%), Trebbiano toscano (12%), Merlot (7%). Come si vede anche dagli ettari vitati i vitigni a bacca bianca sono predominanti. Ciò nonostante, questa regione per moltissimo tempo è stata identificata col solo vino Frascati. Solo alcuni, che se la davano da intenditori, citavano anche l'Est! Est!! Est!!! di Montefiascone.

Passando ad elencare le **DOCG** e le **DOC** della regione ricordo che le prime sono tre mentre le seconde sono ventisette. Elencandole ritengo utile citare i vini più rappresentativi e la rispettiva base ampelografica. Le **DOCG** sono: "Cannellino di Frascati", "Frascati Superiore" e "Cesanese del Piglio" o "Piglio". Le prime due sono un uvaaggio di malvasie coltivate nel Lazio (70% mini-



La vendemmia del Cesanese a Piglio (FR)

Vitigni e Vini d'Italia

mo), più altre uve di Bellone, Bombino bianco, Greco bianco e trebbiani, da soli o congiuntamente fino ad un 30% massimo; si possono utilizzare, nell'ambito del 30%, altri vitigni a bacca bianca per il 15% massimo. La prima DOCG è un vino dolce mentre la seconda è un vino secco. Oltre ad avere la medesima ampelografia, hanno la stessa zona di produzione che comprende i seguenti comuni: Frascati, Grottaferrata, Monte Porzio Catone e parte dei comuni di Roma e Montecompatri. La terza DOCG è un rosso prodotto da uve dei vitigni Cesanese comune e/o d'Affile per il 90% minimo, e la zona di produzione è la sola provincia di Frosinone. C'è anche la DOC "Cesane di Affile" e la differenza con la DOCG consiste nella diversa zona di produzione, che è la provincia di Roma, mentre l'uva, al 90% minimo, deve essere del vitigno Cesane di Affile, altre uve 10% massimo. Vediamo le altre denominazioni:

"Aprilia": blend di uve malvasia, trebbiani e 20% massimo di Bellone e Bombino bianco.

"Castelli romani": uvaggio di malvasie, trebbiani ed altre uve eventuali 30% massimo per il bianco, mentre per il rosso i vitigni sono Sangiovese, Cesane di Affile, Merlot, Montepulciano, Nero buono ed altre eventuali 15% massimo.

"Cerveteri": bianco, blend con uve Trebbiano e Malvasia di Candia; rosso con uve di Sangiovese, Montepulciano,



La vigna dell'azienda Ômina Romana a Velletri (RM)

no, Merlot più altri fino al 15% massimo.

"Cesane di Olevano Romano": Cesane di Affile e/o Comune 85% minimo.

"Circeo": Bianco, Trebbiano, Chardonnay e Malvasia; Rosso, Merlot, Cabernet, Sauvignon e Sangiovese.

"Colli Albani": vitigni trebbiani più Malvasia del Lazio.

"Colli della Sabina": Bianco, Trebbiano e Malvasia; Rosso, Sangiovese e Montepulciano.

"Colli etruschi Viterbesi" o "Tuscia": Bianco, Trebbiano toscano (localmente detto Procanico), Malvasia toscana o del Lazio più altri fino ad un massimo del 30%; Rosso, Montepulciano e Sangiovese, altri fino al 30% massimo.

"Colli Lanovini": Bianco, Malvasia bianca di Candia e Puntinata, trebbiani e altri, 15% massimo; Rosso, Merlot Montepulciano e Sangiovese.

"Cori": Bianco, Bellone, Malvasia del Lazio e Greco, altri 15% massimo; Rosso, Nero buono, Montepulciano, Cesane di Affile e/o comune,

altri, 15%.

"Est! Est!! Est!!! di Montefiascone": vitigni di trebbiani e malvasie, altri, 15%.

"Frascati": base ampelografica, malvasie 70% minimo, Bellone, Bombino bianco, Greco e trebbiani da soli o congiuntamente massimo 30%.

"Genazzano": Bianco, Malvasia di Candia minimo 85%, altri vitigni 15% massimo; Rosso, Cilieggiolo, altri vitigni 15% massimo.

"Marino": Malvasia bianca di Candia 50% minimo più altri vitigni autorizzati per la Regione Lazio. Questa DOC prevede altre tipologie quali: Vendemmia Tardiva, Passito ecc. ... oltre a Monovitigni come: Greco, Bellone ecc. ...

"Montecompatri Colonna": malvasie 70% massimo, trebbiani minimo 30%, altri vitigni possono concorrere per un 10% massimo.

"Nettuno": Rosso, Merlot e Sangiovese; Bianco; Bellone (localmente noto come Caccione) e Trebbiano toscano,

altri vitigni possono concorrere fino ad un massimo del 20%.

“Orvieto”: il disciplinare è identico sia per l’Umbria che per il Lazio e prevede i vitigni Trebbiano toscano e Grechetto 60% minimo, altri vitigni 40% massimo.

“Roma”: base ampelografica Bianco, Malvasia del Lazio 50% minimo, Bellone, Bombino bianco, Greco bianco, Trebbiano giallo e verde 35% minimo, altri vitigni 15% massimo; Rosso, Montepulciano 50% minimo, Cesanese d’Affile e comune, Sangiovese, Cabernet Sauvignon e Franc, Syrah, da soli o congiuntamente 35% almeno, ed altri eventuali vitigni 15% massimo.

“Tarquinia”: trebbiani e malvasie, altri vitigni 30% massimo; Rosso, Sangiovese e Montepulciano 60% minimo, Cesanese comune 25% mas-

simo, altri vitigni 30% massimo.

“Terracina” o “Moscato di Terracina”: nelle tipologie Secco, Amabile, Passito e Spumante, 85% minimo Moscato di Terracina, eventuali altri vitigni 15% massimo.

“Velletri”: Bianco, Malvasia Bianca di Candia e Puntinata da soli o congiuntamente 70% massimo, trebbiani 30% minimo, mentre altri vitigni a Bacca bianca possono concorrere nella misura massima del 20%; Rosso, Sangiovese e Montepulciano più un 10% minimo di Cesanese comune e/o d’Affile, altri 30% massimo.

“Vignanello”: Bianco, trebbiani 70% minimo, malvasie 30% massimo, possono concorrere per un massimo del 15% altri vitigni a Bacca bianca idonei e iscritti nel Registro Nazionale delle Uve da vino; Rosso, Ciliegiolo e

Sangiovese più altri vitigni a Bacca rossa per un 20% massimo.

“Zagarolo”: vino Bianco con malvasie 70% massimo, trebbiani 30% minimo, Bellone e Bonvino 10% massimo.

Citando le basi ampelografiche delle DOC non ho menzionato le varie tipologie del tipo: Passito, Novello, Riserva, Spumante ecc. ... e neppure che talune producono vini Monovarietali il cui vitigno viene peraltro riportato in etichetta. Preciso, comunque, che non sono moltissime le DOC e le DOCG che utilizzano 100% di uve di un determinato vitigno. Per la grandissima parte si utilizza l’85% minimo. Il discorso è diverso quando si parla di un vino con indicata la denominazione e non la varietà delle uve utilizzate per produrlo, anche perché non sarebbe possibile indicare tutta l’ampelografia in etichetta. Per esempio: quanti sanno quali varietà di uve, e in che percentuale esse vengano utilizzate per il Frascati? Oppure per il Castelli Romani, il Marino, o per i Colli Albani? In tutti questi casi mi è sembrato, quindi, utile elencare le uve dei vitigni che si possono utilizzare, secondo le norme che i produttori si sono dati con appositi disciplinari, per produrre un determinato vino a denominazione.

*Tratto dal libro
di Franco Savasta
“Vitigni e Vini d’Italia”
Edizioni R.E.T.I.*



*Particolare della bottaia della cantina Fontana Candida
a Monte Porzio Catone - RM (foto db)*

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

Il Gattinara, un vino dotato di una grande capacità d'invecchiamento



a cura di *Adriano Guerri*

Gattinara è un piccolo e grazioso Comune in provincia di Vercelli. Per gli amanti del nettare di Bacco è un vino rosso proveniente dall'Alto Piemonte, di origine controllata e garantita ottenuto con uve di Nebbiolo, in loco chiamato Spanna. Tuttavia sono ammesse anche uve di Vespolina per un massimo del 4% e/o Uva Rara, complessivamente non oltre il 10%. Nel 1967 ha ottenuto il riconoscimento come Doc e nel 1990 ha conquistato la Docg (in Piemonte lo erano già solo Barolo e Barbaresco). Il disciplinare prevede per il Gattinara 24 mesi di invecchiamento in botti di rovere di Slavonia e per la tipologia Riserva almeno 35 mesi di invecchiamento in legno. Un vino dotato di una grande capacità d'invecchiamento e di una longevità pari ad altri grandi vini rossi italiani. Gattinara è situata ai piedi del Monte Rosa, nell'estremo nord-est della Re-



Vecchie bottiglie di Gattinara (foto TripAdvisor)

gione. I suoi vigneti, poco più di 100 ettari in tutto, sono posti sulla sponda destra del fiume Sesia. Il Nebbiolo ha trovato qui un habitat ideale per dare origine a vini di elevata qualità. Il sottosuolo è ricco di minerali quali porfido e granito, ma anche potassio, magnesio e ferro. Il sistema di allevamento della vite è prevalentemente il Guyot e le rese per ettaro sono molto basse. I vigneti

di giacitura collinare si attestano su un'altimetria compresa tra 250 e 550 metri s.l.m.. La coltivazione della vite affonda le sue radici nel lontano passato e si trovano testimonianze che attestano che già all'epoca di Carlo Magno prosperavano su queste colline. A livello sensoriale ed in funzione della tipologia e dell'annata: alla vista è di un bellissimo colore rosso granato accompagnato da una buona trasparenza e consistenza, al naso libera eleganti sentori di ciliegia, frutti di bosco, violaciocca, prugna, inchiostro, grafite e liquirizia, al palato è piacevolmente

avvolgente e ti colpisce per la sua copiosa ma setosa trama tannica, un vino molto elegante e decisamente persistente.

L'abbinamento ideale è con primi piatti saporiti, a base di ragù di carne ma anche formaggi stagionati e selvaggina, un ottimo vino "da meditazione". Nel 1992 ho conosciuto e lavorato assieme

ad un esperto chef di cucina di Gattinara, il quale mi ha fatto appassionare ed avvicinare a questo singolare vino. Ogni volta che ho la possibilità di degustare un Gattinara lo faccio con enorme piacere. Tra i produttori più noti ci sono Travaglini (il vino noto anche per la particolare forma della bottiglia), Nervi, Antoniolo, Bianchi, Anzivino e Il Chiosso.

I paesi asiatici con piccole realtà vitivinicole



di Rodolfo Introzzi

Si chiamano “New Latitude Wines” i vini prodotti da vigne comprese tra il quattordicesimo e il diciottesimo parallelo, viti impiantate per soddisfare le nuove esigenze dell’Asia che, col suo PIL galoppante, sta accrescendo anche la domanda di vino.

Che la vite si adatti a qualsiasi tipo di clima è un dato di fatto. Tanto che anche la **Birmania**, un Paese per decenni sotto un regime militare che ne ha limitato ogni forma di libertà, produce il proprio vino. Una produzione ancora sperimentale, ma che si avvale delle migliori tecnologie e dei migliori macchinari. Tocca le 120.000 bottiglie l’anno, diventate rapidamente un must per i turisti.



La vendemmia in Birmania (foto TripAdvisor.com)

Ma dietro a questa storia di successo c’è un’idea pionieristica che risale al 1998, quando il tedesco Bert Morsbach piantò le prime 4.000 piante di vite: è lui il “padre” del vino locale. L’attività non progredì per via dei contrasti tra governo centrale e gli

è fertile, il clima è accettabile, un mix tra il mite e il continentale; c’è anche una discreta escursione termica che consente ai bianchi di far sbocciare il corredo aromatico; è qui dove una decina di anni fa venne creato il Domaine de Red Mountain.

Tra i vitigni scelti, Syrah e Cabernet Sauvignon, poi si sono aggiunte Tempranillo e Dornfelder. C’è anche il Moscato, però rosso, da cui si ottiene un vino rosato. Le uve a bacca bianca sono Sauvignon

oppositori regionali, che sfociò nell’ennesimo conflitto armato. Tutto si trasferì quindi, nello stato di Shan, sulle rive del lago Inle, ad un’altitudine di 1.000-1.100 metri, la terra

blanc, Chenin blanc, Chardonnay e Moscato, usato per fare vini passiti.

Il vino non è esattamente la bevanda che molti viaggiatori associano anche

alla **Thailandia**, che coltiva uva e produce vini da oltre tre decenni. Sorprendentemente, il più grande ostacolo nella produzione di vino non è né tempo né suolo, ma un'imposta estremamente elevata. La storia della viticoltura thailandese ha radici nobili e antiche. Si narra che furono gli ambasciatori del re Sole, Luigi XIV, nel 1600 a donare al re Naraj delle barbatelle e cinque bottiglie di Clairret, divenuta subito la bevanda prediletta della nobiltà del regno asiatico.

Le barbatelle, che si pensa fossero della varietà panse de Provence, sono gli antenati dell'uva ora dominante in Thailandia: la Malaga blanc, usata principalmente come uva da tavola. Oltre alle più tradizionali Cardinal, Moscato nero e Pokdum, un incrocio tra Golden Queen e Moscato, vengono utilizzati vitigni anche internazionali come Shiraz, Chenin blanc, Sauvignon blanc, Viognier, Colombard, Verdelho, Sangiovese e Tempranillo. C'è stato un intero progetto reale guidato dal re Bhumibol Adulyadej dietro la viticoltura nazionale. Nel corso del quale è stato scoperto che alcune regioni del paese hanno climi più mediterranei che tropicali, quindi favorevoli alla coltivazione. Il Dr. Caijud Karnasuta, un albergatore e magnate dell'edilizia, è considerato il "padre"

dell'industria vinicola moderna thailandese per il suo straordinario contributo e successo in questo settore. Dalla visione alla realtà, nel 1991, ha piantato le sue prime viti e creato Chateau de Lay. Questo è stato il primo vino della Thailandia esportato in Europa e in Giappone. A seguito di questo successo, i vigneti della PB Valley furono piantati nel 1992, lo Chateau des Brumes nel 1997 e nel 1999 Granmonte. La principale regione di produzione vinicola della Thailandia si trova intorno a Pak Chong e al parco nazionale di Khao Yai Nakhon Ratchasima.

Anche il **Vietnam** ha una sua produzione di vino, se così si può definire il **Ruou Ran**, il famoso vino di riso al serpente.... Farlo sembrerebbe molto semplice: prendi un serpente vivo e velenoso, mettilo in bottiglia e ricopri tutto con vino di riso. Il veleno del serpente, dicono, non sarà un problema perché le proteine di cui è composto saranno dissolte dall'etanolo. Il particolare colore del vino è dato dal sangue e dal veleno dell'animale che si scioglie col passare del tempo. A questa tradizionale bevanda esistono due alternative: la prima consiste nell'inserire nella bottiglia anche un simpatico scorpione, mentre la seconda prevede l'aggiunta nel vino di sangue di ser-

penite; o il **Vino in Lattina**, speciale per il modo in cui viene preparato e servito. In primo luogo, i semplici materiali locali disponibili come manioca, tapioca e patata dolce vengono fatti fermentare per giorni con erbe selvatiche in un barattolo di ceramica. Naturalmente, il suo gusto è totalmente diverso dall'alcol di riso o da qualsiasi tipo di vino: il vino in lattina è così amaro o forte che può farti venire le vertigini. La vera viticoltura è frutto però della regione del Dalat, con il suo clima fresco dell'altopiano centrale e la forte eredità francese, dove si producono anche carciofi, asparagi e fragole. Oggi la produzione nazionale conta 1,5 milioni di



*Il famoso vino di riso al serpente
(foto pixabay)*

Vini dal mondo

litri di vino all'anno, tra cui Superior Red (fatto di sola uva, 11% alcol), Strong Red (miscela uva/gelso, 16% alcol) e persino un bianco frizzante...

L'Indonesia è un paese del sud-est asiatico composto da 33 pro-

vince sparse su più di 13.000 singole isole. L'arcipelago si trova a cavallo dell'equatore, coprendo latitudini comprese tra undici gradi sud e sei gradi nord. Per quanto possa sembrare improbabile, anche qui si produce vino, non da mosto o succo importati, ma da uve coltivate nei pochi vigneti dell'isola. L'azienda vinicola più significativa in Indonesia è Hatten Wines, situata a Sanur Beach. L'azienda è di proprietà e gestita interamente dalla famiglia locale Budarsa, che ha iniziato a produrre il brem (un vino di riso simile all'arack per il quale è nota l'Indonesia) dagli anni '60.

Pochi vitigni prospererebbero nelle condizioni calde che rendono **Bali** una destinazione turistica così popolare, l'elevata umidità qui porta a marciume e malattie fungine, si utilizzano quindi uve a bacca grossa con bucce spesse.

La produzione vinicola proviene dalla regione di Singaraja, all'estremo confine settentrionale di Bali. L'arack è la bevanda alcolica più famosa dell'Indonesia e non deve essere confusa con l'arak, il distillato aromatizzato all'anice prodotto nel Mediterraneo orientale, nel Medio



Vigneti Thailandesi (foto TripAdvisor.com)

Oriente e nel Nord Africa. L'arack è composto da fiori fermentati, grano o frutta, a seconda della sua provenienza.

Dal 2002 il governo di **Taiwan** ha annullato il monopolio sugli alcolici ed è sorta quin-

di un'industria vinicola locale. Le uve utilizzate sono l'ibrido giapponese Black Queen e il Golden Muscat impiantati nella parte occidentale del paese.

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

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 CAFFÈ



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

Il Gran Maestro Domenico Pignatelli 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 Domenico Pignatelli della sezione Puglia - Bari.

1 - Ci puoi raccontare in breve la tua carriera?

Sono nato a Molfetta nel 1953. Affascinato dalla vita dei marittimi, in particolare di mio zio che da anni svolgeva il lavoro di cameriere su navi passeggeri, nel 1967 frequentai il 1° corso alberghiero ENALC a S. Gregorio Matese (CE). Nel 1968, a 15 anni, salii sulla prima nave come commis. Terminato il viaggio di emigranti dall'Italia dove toccammo Spagna, Portogallo, Brasile e Argentina, ero pronto per il 2° corso alberghiero che si tenne al Gran Hotel Bristol a Rapallo della famiglia Costa. Poi, tornai a bordo (ormai le navi facevano più crociere che viaggi di emigranti) con le mansioni di cameriere, con una clientela di sva-



Il Gran Maestro Domenico Pignatelli

riate nazionalità. Questo accese in me la voglia di capire ciò che veniva detto intorno a me. Così, nel 1973, ero a Roma per svolgere il servizio militare iniziai a frequentare un liceo linguistico e conseguii il diploma che attestava le mie conoscenze in inglese, francese, tedesco, spagnolo e portoghese. Nel 1975 tornai sulle navi. Nel 1985 fui promosso ass. maître con le navi della Costa Crociere. Nel 1993, la stessa compagnia per formarci al meglio, assieme ad altri capi servi-

zio, ci ha mandati prima in Svizzera al "Centre International de Glion" e poi all'Hotel Cala di Volpe in Costa Smeralda. In seguito, nel 1994, sono partito per il sud America in qualità di 1° maître ed il tutto è continuato fino al mio ultimo sbarco nel 2009, 41 anni con la stessa azienda. Nel 2008 mi è stata conferita la Medaglia d'Oro per la lunga navigazione e successivamente, nel 2013, ho ricevuto la stella al merito del lavoro ed il titolo di Maestro del lavoro.

2 - Da quanti anni fai parte di questa grande famiglia chiamata AMIRA?

Sono iscritto all'Amira, in qualità di socio effettivo, dal 2000, con il fiduciario Giuseppe d'Elia.

3 - Che cosa significa per te appartenere all'Amira?

Appartenere all'Amira, per me, significa molto. Interfacciarsi con professionisti che possono essere considerati en-

ciclopedie viventi del mondo enogastronomico e, nonostante ciò, ho notato un senso di umiltà, mi ha insegnato molto.

4 - Che cosa distingue un Maître professionista?

Un Maître professionista non si altera quasi mai, è di una cortesia unica, risolve ogni problema e si interfaccia con i suoi collaboratori e superiori ascoltando e suggerendo senza imposizioni. Delega senza timore, insegna e cerca di trasferire le sue conoscenze ai suoi collaboratori.

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

In uno dei miei 5 giri del mondo con le navi, mi è rimasto impresso un certo Mr. Wolf. Un giorno mi chiese di scendere alle Isole Vergini per acquistargli una bottiglia di liquore non presente a bordo. Al ritorno, mi ringraziò e mi disse che si trovava così bene sulla nave e voleva sapere a chi rivolgersi per acquistarla! Pensai che scherzasse e gli dissi: "il Comandante". La sera stessa, mi chiama il comandante e mi disse che

Mr. Wolf aveva chiesto di comprare la nave e che lui gli aveva risposto che per il momento non era in vendita. Mr. Wolf era un ricchissimo petroliere e me lo dimostrò ringraziandomi lautamente.

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

Ama questo lavoro perché nessun altro ti forma nella persona, nell'educazione, nella cultura e nella conoscenza dei popoli, dei loro usi e costumi.



DIVISE DA LAVORO PERSONALIZZATE E PROGETTATE
SU MISURA **PER TE!**

CONTATTACI PER UNA **CONSULENZA GRATUITA!**

by **CIURO**
DRESS YOUR STYLE

Via Onorato 15/17 • 90139 Palermo • info@byciuro.it

www.byciuro.it



Per saperne di più

Hemingway e il Valpolicella: un grande uomo, un grande vino



di *Valentina Iatesta*

Sincero: lo si dice di un vino o di un uomo, intendendo più o meno la stessa cosa.

Ernest Hemingway è stato definito un uomo sincero, dal carattere deciso al punto da risultare perfino scostante, un uomo autentico.

Il sodalizio fra Hemingway e il Valpolicella è stato un magico incontro. Si può presumere che la scintilla sia scoccata all'epoca del primo conflitto mondiale, quando Hemingway giunse in Italia da volontario. Un'esperienza amara e gioiosa, trasposta nel romanzo capolavoro "Addio alle armi". In esso il protagonista, l'americano Frederic Henry, ferito al fronte, trascorre una lunga convalescenza a Milano, dove vive un'intensa storia d'amore che lo condurrà alla diserzione. La storia ricalca quasi fedelmente la vicenda bellica di Hemingway, che proprio a Milano può aver degustato il suo primo bicchiere di Valpolicella. Non si esclude però che possa aver assaggiato per la prima volta questo vino nelle retrovie del fronte veneto, ancora più vicino ai vigneti d'origine. Comunque sia andata, resta certo che l'incontro era destinato a trasformarsi in un vero matrimonio. La scrittrice Fernanda Pivano, che è stata accanto ad Hemingway per un certo periodo di tempo, ha raccontato che, si trovasse a Cuba o a Cortina, Ernest "si alzava alle cinque o sei del mattino, con l'aiuto di un fiasco di Valpolicella sempre a portata di mano sul comodino, e rileggeva i fogli che aveva scritto il giorno prima, quasi sempre buttandoli nel cestino". Anche nel periodo spagnolo, quando seguiva le truppe di toreri per la Spagna, Hemingway pretendeva



di aver sempre a portata di bocca del gin durante il giorno e due bottiglie di Valpolicella per le sue notti agitate. Ma che pensava Ernest di questo vino? Basta una frase per rivelarcelo: "il Valpolicella è cordiale come la casa di un fratello con cui si va d'accordo" afferma nel romanzo del 1950 "Dilà dal fiume e tra gli alberi". Hemingway fa dire al protagonista del suo romanzo, il colonnello Richard Cantwell: "secondo me il Valpolicella è più buono quando è giovane. Non è un grand vin e imbottigliarlo e attaccarci sopra gli anni significa fargli accumulare più fondo". Secondo il giornalista e scrittore americano infatti, il Valpolicella non è adatto ad essere imbottigliato. Ma cos'aveva mai il Valpolicella per venire così tanto e così a lungo onorato? Semplice. Era un tipo sincero, tale e quale a Ernest. Un vino eterno, grandioso, che riunisce le qualità più nobili e schiette. Mai artificioso o affettato, mai rozzo o dozzinale, come Hemingway.

Cantina e Frantoio di Riva: l'Alto Garda nella tua sala.

Concordiamo: **disponibilità, gentilezza, cortesia e intelligenza** sono i quattro pilastri alla base di ogni sala che aspiri a definirsi tale. Ma il successo di un servizio passa anche per un'offerta che sappia unire alla qualità continua un'inconfondibile impronta territoriale e la capacità di sorprendere il cliente con sfumature sempre nuove. **Agraria Riva del Garda**, da un secolo **cantina e frantoio**, viene in tuo aiuto con prodotti che sprigioneranno sui tuoi tavoli tutti i

profumi e i sapori dell'**Alto Garda Trentino**: oli DOP di qualità riconosciuta come **Uliva**, da anni sugli scudi dei maggiori concorsi olivari nazionali e internazionali; i vini della linea **Le Selezioni**, interpreti innovativi ma rispettosi della tradizione; quelli della linea **Vista Lago**, brillanti portavoce del nostro territorio; e infine **Brezza Riva**, Trentodoc ispirati ai preziosi venti che soffiano sulle soleggiate pendici dell'Alto Garda.

Per scoprire i sapori dell'Alto Garda Trentino,
scrivi a communication@agririva.it.



Agraria Riva del Garda s.c.a.
Località San Nazzaro, 4
38066 Riva del Garda (TN)
Tel. +39 0464 55 21 33
www.agririva.it · info@agririva.it

 **CANTINA
FRANTOIO**
DAL 1926
AGRARIA RIVA DEL GARDA

Il "Bee's Knees" ... dai Bar per sole donne ai giorni nostri!



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

Come per tanti altri drinks anche per il cocktail Bee's Knees la storia è incerta, pertanto le leggende che girano intorno a questi drinks sono sempre svariate. Sovente si sente parlare o si legge di questi drinks dall'incerta origine che siano nati nel periodo del Proibizionismo, probabilmente perché miele e limone riescono a camuffare bene i difetti di un gin clandestino dalle dubbie qualità e dall'incerto sapore.

Se è vero che solo fonti certe come articoli di giornali, ricettari storici e testimonianze scritte generiche possono essere attendibili nella ricerca della storia dei drinks miscelati, per mettere ordine nella storia del Bee's Knees bisogna fare obbligatoriamente riferimento a Jared Brown, storico della miscelazione. Non molti anni fa riuscì a trovare un articolo del giornale "Standard Union di Brooklyn" datato 22 aprile 1929. L'attenzione ricadeva sulla vita notturna parigina dove la nuova moda pare sia stata quella dei Bar per sole donne, dove agli uomini non era concesso entrare.

Precisamente l'articolo in questione continua testualmente: "The Bee's Knees is an invention of Mrs Brown of Denver

and Paris, widow of the famous miner, and is a rather sweet combination including honey and lemon". L'invenzione quindi si fa risalire alla ricca americana Mrs Margaret Brown che amava girare il mondo e trascorrere le sue giornate assaporando cocktail

nei locali parigini dove, come detto precedentemente, l'ingresso era concesso alle sole donne. La curiosità è che la signora Margaret Brown pare sia una superstite del naufragio del Titanic, più conosciuta come "The unsinkable Molly Brown".

"The Bee's Knees", espressione tipica degli anni 20, letteralmente "le ginocchia dell'ape":

52,5 ml Gin

2 teaspoons Honey Syrup (miele + acqua naturale)

22,5 ml succo di limone fresco

22,5 ml succo di arancia fresco

Raffreddare bene una coppetta da cocktail riponendola in congelatore o riempiendola di ghiaccio a cubi e una piccola parte di acqua.

Raffreddare bene uno Shaker con del ghiaccio a cubetti facendolo girare vigorosamente con Bar Spoon ed eliminare l'acqua formata, filtrando con Strainer.

Versare tutti gli ingredienti nello Shaker ormai ben freddo e shake-rare fino a diluizione desiderata. Liberare la coppetta dal ghiaccio di raffreddamento eliminando accuratamente tutte le eventuali rimanenze di acqua.

Versare il drink appena shakerato filtrando con Strainer.

Guarnire con zest di limone o arancia.



Il Violino di Capra della Valchiavenna



a cura di *Marco Contursi*

Quando parliamo di salumi, pensiamo sempre a prodotti trasformati partendo dalla carne suina o al massimo vaccina (bresaola). Ma in Valchiavenna, nelle incontaminate vallate alpine, si produce un particolarissimo salume, salando e stagionando le cosce anteriori e posteriori della capra, il famoso Violino di Capra che è a tutti gli effetti un prosciutto. Viene realizzato a partire dalle capre che pascolano libere sulle montagne, nutrendosi di erbe spontanee e piante selvatiche, a cui gli allevatori aggiungono solo farina gialla e crusca. L'alimentazione naturale è fondamentale per la buona riuscita del prodotto finale. Ormai sono in pochi a farlo, in provincia di Sondrio, e quindi sono pochi i pezzi disponibili sul mercato, anche tenendo conto del fatto che da una capra se ne ricavano quattro, due dalle cosce anteriori che daranno un prodotto finito di circa 2,5 kg e due dalle posteriori, che avranno un peso finale di circa 3,5 kg. La salagione e l'affumicatura durano in media una settimana, mentre la stagionatura si protrae per alcuni mesi e avviene nei crotti, delle cavità naturali, tipiche delle zone montuose alpine, che hanno il microclima ideale per affinare salumi e formaggi. I crotti, oltre a essere utilizzati come luoghi di stagionatura, vengono utilizzati anche come cantine in cui incontrare gli amici e mangiare insieme. Caratteristica è la tecnica di taglio di questo salume, che ricorda un maestro di musica quando suona il violino. Infatti,



Foto da braciamiancora.it

si appoggia questo prosciutto sulla spalla e si muove il coltello come se fosse un archetto, pronto a intonare le più dolci melodie. La tradizione vuole che violino di capra e coltello si passino di mano in mano e ognuno affetta la propria porzione. Un rito antico che rischiava di scomparire, ma grazie all'istituzione del Presidio Slow Food, oggi ci sono tre produttori iscritti, oltre ad alcuni che lo fanno privatamente nelle masserie per il proprio consumo. Un prodotto dal gusto deciso e complesso che ha fatto letteralmente impazzire Mr. Qu, uno degli uomini più ricchi della Cina che, dopo averlo provato, voleva comprarne subito 50 pezzi, ricevendo un cortese ma fermo diniego dal produttore che non aveva disponibile una tale quantità. Scontato l'abbinamento coi rossi locali a base di nebbiolo e con le castagne, la cui morbidezza mitiga il sapore deciso del salume.



**CHEF
CRISTIAN
TORSIELLO.**

PAESTUM, CILENTO, SUD-ITALY.



WWW.OSTERIAARBUSTICO.IT

La mela cotogna: uno dei frutti autunnali



Rubrica a cura del *dott. Giovanni Favuzzi*

La mela cotogna è un frutto dalle mille proprietà che si raccoglie in autunno. Utilizzata principalmente cotta, è un frutto indicato alla preparazione di confetture.

La mela cotogna, un frutto spesso dimenticato dell'autunno, appartiene al gruppo delle pomacee, lo stesso di mela e pera. L'albero del cotogno è originario dell'Asia, ma era conosciuto in Italia già al tempo dei Romani. Si coltiva un po' in tutte le nostre regioni, ma è poco diffuso; la maggiore presenza si registra in Puglia, Sicilia e Campania. Cruda non è particolarmente appetibile, proprio per l'elevata presenza di fibra alimentare che la rende molto dura e difficile da mordere. Si utilizza, infatti, più che altro cotta.

Quali sono le qualità della mela cotogna?

La principale qualità della mela cotogna è la ricchezza di pectina, una fibra alimentare solubile, con proprietà addensanti, stabilizzanti e gelatinizzanti. La pectina, grazie alle sue caratteristiche, aiuta a tenere sotto controllo i livelli di colesterolo e glicemia nel sangue ed è dunque un valido aiuto nella prevenzione delle patologie cardiovascolari.

La mela cotogna è una grande alleata anche dell'apparato digerente; la ricchezza di pectina, infatti, aiuta la motilità intestinale. Questi frutti, inoltre, contengono acido malico, che favorisce la digestione, e vantano proprietà antinfiammatorie a carico di stomaco e intestino. La mela cotogna, quindi, è un rimedio naturale contro la stitichezza e può aiutare in caso di infezioni ga-

strointestinali.
Qual è la particolarità della mela cotogna?

Il sapore acidulo e poco dolce della mela cotogna non dipende dall'assenza di zuccheri, quanto piuttosto dalla presenza degli stessi sotto forma di lunghe catene.

Con il trattamento termico - dunque attraverso la cottura delle mele cotogne - le lunghe catene glucidiche si frammentano, perciò la massa assume un sapore più dolce ed intenso, liberando un odore gradevole, molto simile al miele.

Quali sono le caratteristiche nutrizionali?

Una mela cotogna dal peso di 100 grammi è costituita da circa 84,3 grammi di acqua, 6,3 di zuccheri e 6 di fibre; i restanti 3,4 grammi sono ripartiti tra grassi e proteine. Una parentesi va dedicata alla componente zuccherina delle mele cotogne: lo zucchero predominante è il fruttosio, utile per mantenere costante la glicemia, trattandosi di un monosaccaride a basso indice glicemico.

Le mele cotogne sono fonte di vitamine (soprattutto A, C, B1 e B2) e di sali minerali, tra cui potassio, fosforo, zolfo, calcio e magnesio.



R. & O. 30 anni fa

Ristorazione & Ospitalità di novembre 1992



a cura di *Diodato Buonora*

Anonima la copertina di questo numero: c'è una foto di Taormina con lo sfondo dell'Etna innevato e in un riquadro c'è una piccola foto con il Ramada Hotel di Giardini Naxos, sede del Congresso Amira appena svolto del 1992. Anonimo perché non c'è scritto da nessuna parte. Personalmente, essendo stato a quel congresso, riconosco l'immagine!

Su questo numero, oltre agli articoli più interessanti che cito più avanti, in una pagina intera viene annunciato: "Sinigaglia riconfermato alla Presidenza per la quinta volta / Agrò, Pucci e Guidi alla Vice Presidenza - Così le elezioni 1992, votanti 942. Sinigaglia Giuseppe 883, Messa Giovanni 29, Campagnola Ezio 6, Bianche 12, Nulle 12". Poi ci sono tutti gli altri risultati.

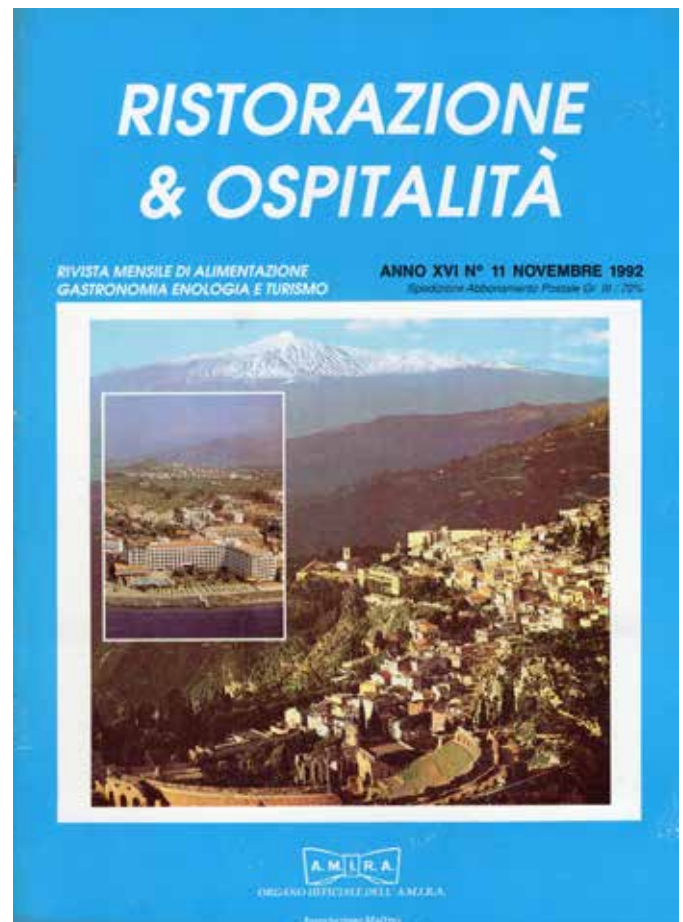
Per il resto, sul numero "Anno XVI - N° 11 - novembre 1992", le pagine da 56 sono passate a 48 di cui 20 di pubblicità. Le stesse del numero precedente meno quella della sezione di Viterbo, che da anni non esiste più.

Tra gli altri articoli più interessanti cito:

- **L'ACI e la carta sull'etica del Turismo e dell'ambiente** di *Ermanno Valori*

- **Chi sono i Maestri della Ristorazione** - *Umberto Di Cicco*

- **"Pensieri di fine estate"** di *Mario Celotti*



- **La vera storia, o quasi, del vino** di *Antonio Maresca*

- **Vino e turismo** di *Dino Ramacci*

- **Toto Servizio del Maître - Concorso N° 8** di *Diodato Buonora*

Per ricevere il pdf di
Ristorazione & Ospitalità di novembre 1992 (e di quelli dal dicembre 1990 all'ottobre 1992), inviare una mail a dbuonora@libero.it
oppure un whatsapp al 329 724 22 07.



L'AUTIN
Libro di tradizione
 SOCIETÀ AGRICOLA VITIVINICOLA S.S.

VIGONE
 VIA CACHERANO, 29
 10060 CAMPIGLIONE E.LE (TO)

CANTINA:
 VIA SANT'AGOSTINO, 40
 12032 BARGE (CN)
 TEL. 0175.346271
 FAX. 0175.343696

MAURO CAMUSSO
 335.205440
 INFO@LAUTIN.IT

Cod.Fisc. e P.Iva: 10448430016 www.lautin.it - info@lautin.it



TENUTA CANTA

contatti: tel.011 9906982 info@tenutacanta.it

A BREVE A TORINO!!!!!!



A. M. I. R. A.

Associazione Maitre Italiani Ristoranti Alberghi




**Dove e quando??
 A Torino da
 Novembre 2022**

**Corso di Avvicinamento al
 MAITRE di sala**
 (Corso riservato solo ai soci AMIRA)

CORSO IN PRESENZA
 presso struttura convenzionata

**Corso
 Pomeridiano**

9 LEZIONI DA 2 ORE 30 MINUTI

**Costo: 360,00 euro (Iva Compresa); Compreso
 Tesseramento AMIRA e Attestato di frequenza**

CONTATTI E INFORMAZIONE
 mail: amiratorino2020@gmail.com
 cell. 3209713130

Berta

Distillerie Berta SRL
 Fozz. Casalotto - Via Guasti 34/36 - 14046 Mosbaruzzo (AT) Italia
 P.IVA 01283390050

Tel. +39 0141.739528 r.a. Fax +39 0141.739531

info@distillerieberta.it - www.distillerieberta.it
 info@relaisvilaprato.it - www.relaisvilaprato.it

...elixir dal 1902!

Bernard

Pomaretto (TO) • www.barathier.it

PESCAJA



cuore anim



Convegno sulla valorizzazione e riqualificazione del lavoro di sala

Si è svolto, presso il BV President Hotel di Rende (CS), un incontro tra i Maîtres professionisti associati all'AMIRA Sezione Cosenza Sila con i docenti e gli studenti del 5° anno delle scuole alberghiere di Cosenza, Trebisacce e Diamante per discutere sulla valorizzazione e riqualificazione del lavoro in sala e le figure ad esse annesse nel settore della ristorazione. Un momento di confronto per ribadire a gran voce l'importanza strategica del personale di sala e del maître nell'attuale scenario, contraddistinto dalle difficoltà legate soprattutto all'emergenza sanitaria e all'economia. Significativo a tal proposito l'intervento del Coach e Trainer della ristorazione Daniele Tuccelli: "La sala può dare lustro al rilancio del mondo enogastronomico. La ristorazione in questo momento deve valorizzare il servizio di sala perché il peso specifico dell'accoglienza è sempre maggiore. I clienti stanno tornando nei ristoranti soprattutto perché legati a determinati luoghi e ad

un determinato tipo di accoglienza". Un dibattito ricco di spunti di interesse che ha messo in luce l'importanza dell'ospitalità, sottolineata praticamente in ogni intervento, da quello del fiduciario della sezione Cosenza - Sila Biagio Talarico: "ho sempre ritenuto la sala fondamentale: quando ho iniziato, tutti volevano stare in cucina, ma ho sempre capito che la sala si equivaleva con la cucina. Crescendo ho riscontrato l'importanza della sala, perché un servizio fatto nel modo giusto può valorizzare la cucina. All'inizio del mio percorso lavorativo facevo gli extra in sala per capire i meccanismi che permettono al gruppo di camerieri di costruire il rapporto con i clienti", alle parole degli altri maîtres Michele Giorno, Giovanni Stefano, Franco Naccarato, Giuseppe Biafora e dei docenti delle scuole alberghiere partecipanti "la gente va al ristorante per star bene, che è molto diverso dal mangiare bene, che interessa probabilmente solo 15-20% della clientela. È importante

fare meeting e incontrarsi, ma bisogna ragionare e superare le divisioni tra sala e cucina e altri ambiti di un ristorante, perché tutti lavorano nella stessa direzione per ottenere lo stesso risultato. Il business creato negli ultimi 50-60 anni è determinato da chi gestisce la sala, gli alberghi, i cocktail bar, chi fa star bene la gente. Il futuro è di chi conosce i prodotti, di qualunque tipo, e crea esperienze per le persone che vogliono consumare". Insomma, un incontro professionale che nasce con lo scopo di rivalutare la professione del cameriere e del maître nella ristorazione odierna. L'obiettivo è quello di formare un profilo professionale flessibile, in grado di svolgere con competenza ed efficienza tutte le attività legate al servizio di sala. Dalla Calabria, dunque, parte questa iniziativa che può essere ritenuta un inizio per valorizzare le professioni del personale di sala in alberghi e ristoranti, ultimamente messe un po' in ombra.

Francesco Mazzei



I locali del Cravattino d'Oro

ABRUZZO

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

BASILICATA

Hotel VILLA CIRIGLIANO
Località Panevino
75028 **Tursi (MT)**
Tel. 0835 810218
www.hotelvillacirigliano.it

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 **Cesenateo (FC)**
0547 87506
www.hotelvistamarecesenateo.it

Ristorante Pizzeria GIORGIO

Viale L.B. Alberti, 30
47042 **Valverde di Cesenateo (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

Hotel LA RISERVA DI CASTEL D'APPIO

Località Peidaigo, 71
18039 **Ventimiglia (IM)**
0814 229533
www.lariserva.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.flamberestaurant.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

MOMENTUM Wellbess Bio-Resort

Strada Statale, 115
53034 **Castelvetro (TP)**
0924 941046
www.momentumresort.com

Osteria IL MORO

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



I locali del Cravattino d'Oro

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 **Spoleto (PG)**
0743 47752
www.ristorantedellasignora.it

VALLE D'AOSTA

GRAND HOTEL ROYAL E GOLF

Via Roma, 87
11013 **Courmayeur (AO)**
0165 831611
www.hotelroyalegolf.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 **Dossone (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 **Sandrigio (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

THE MOORINGS Hotel & Restaurant

Gorey Pier, St Martin,
Jersey, JE3 6EW
www.themooringshotel.com
+44 1534 853633

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

SVIZZERA

Restaurant CASY

Rue Louis Antille, 11
3963 **CRANS MONTANA (VS)**
+41 27 5654310
www.casy-montana.ch

Restaurant LA DÉSALPE

Rue du Pas-de-l'Ours, 6
3963 **CRANS MONTANA (VS)**
+41 27 4804461
www.ladesalpe.ch

Restaurant LA FARINET

Rue Louis Antille, 7
3963 **CRANS MONTANA (VS)**
+41 27 4854070
www.le-farinet.ch

Restaurant PLAZA

Rue Centrale, 42
3963 **CRANS MONTANA (VS)**
+41 27 5654310
www.facebook.com/Plazacrans/

Restaurant LE MONUMENT

Place du Village, 3
1978 **LENS (VS)**
+41 27 4831982
www.lemonument.ch

Restaurant GUSTO PLAISIRS ITALIENS

La Place, 4
1958 **SAINT LÉONARD (VS)**
+41 27 3226622
www.gustorestaurant.ch

iacasadelladivisa

DAL 1961

WWW.CASADELLADIVISA.IT

DIVISE AZIENDALI



BANDE MUSICALI



GADGET AZIENDALI



IMPRESE DI PULIZIE



DIVISE PER HOTEL



ABBIGLIAMENTO SPORTIVO



DIVISE PER EQUIPAGGI



ANTI-INFORTUNISTICA




DIVISE SCOLASTICHE



STAMPE E RICAMI

NEGOZIO di 300 mq in Via Corvi 19, Senigallia (AN)
tel. 0717930853 - cell. 3358431927 - info@casadelladivisa.it

 Casa della Divisa

 @casadelladivisa