

Ristorazione & Ospitalità



Organo ufficiale dell'AMIRA
Associazione Maîtres Italiani Ristoranti e Alberghi

Anno 49 - Numero 7/8
Luglio/Agosto 2025



**Dall'11 al 15 novembre 2025,
all'Hotel LA PALMA di Stresa (VB)
il 69° Congresso Nazionale
dell'AMIRA**



www.pregis.it



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

SAN BONIFACIO (VR)

Filiale Tel. 045 7665555

SAN VITO AL TORRE (UD)

Filiale Tel. 0432 836343

CESENA (FC)

Filiale Tel. 0547 301750

GALLIATE (NO)

Filiale Tel. 0321 806776

CHIESINA UZZANESE (PT)

Filiale Tel. 0572 411538

SANT'OMERO (TE)

Filiale Tel. 0861 1828129

CAPRIATE (BG)

Filiale Tel. 02 89363201

ACQUI TERME (AL)

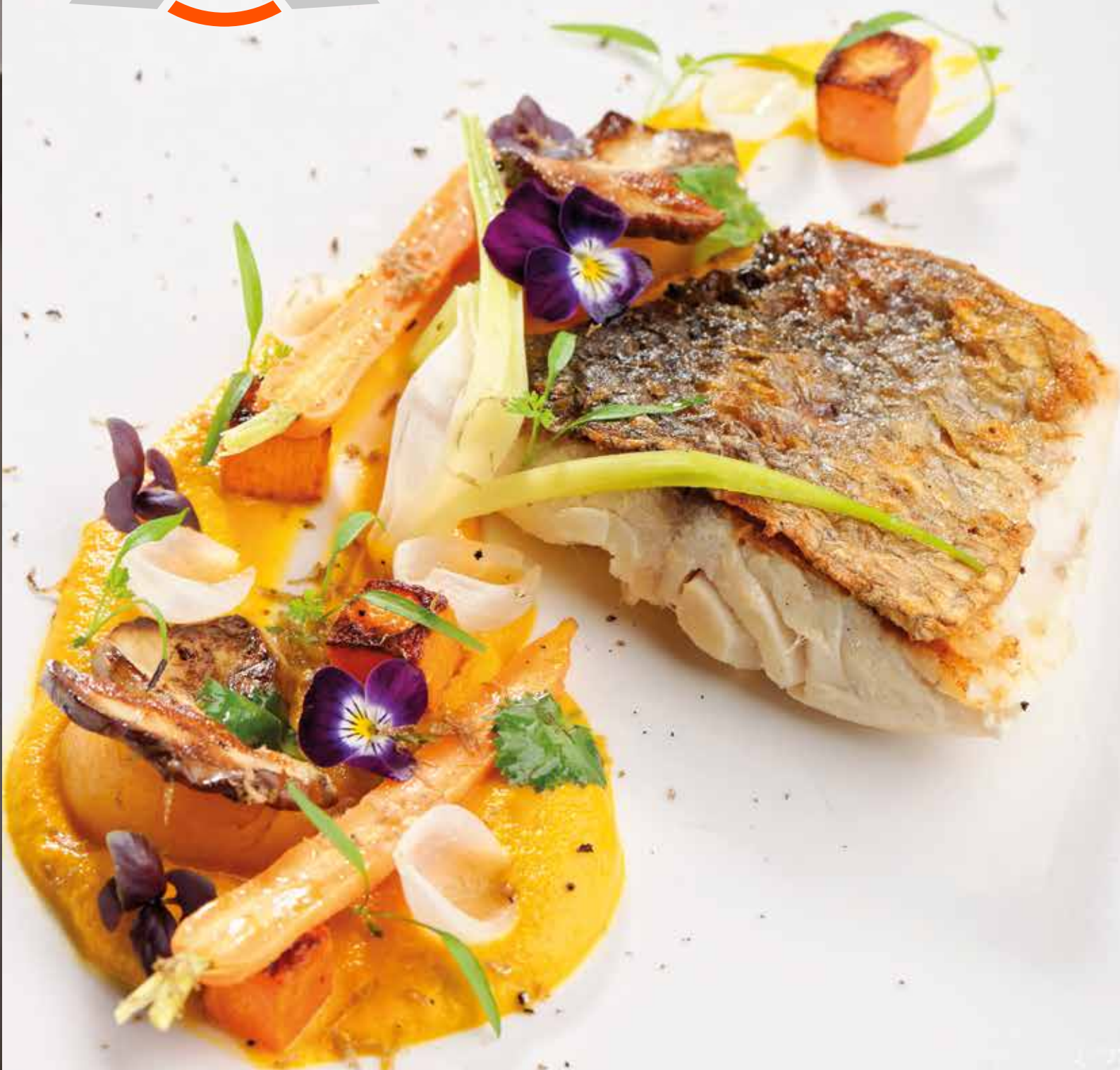
Ufficio Tel. 0144 324496

FIUMICINO (RM)

Filiale - Tel. 06 83848168

AL SERVIZIO DELLA RISTORAZIONE

PREGIS®



Sognando l'estate ...
a **Tavola!!**

Ristorazione & Ospitalità



Anno 49 n° 7/8
Luglio/Agosto 2025

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
Adriano Bernardo, Carlo Bonito,
Diodato Buonora, Paola Caretti,
Marco Contursi, Carmen D'Ambrosio,
Simone De Feo, Silvia D'Ilario,
Yonel Gómez, Adriano Guerri,
Rodolfo Introzzi, Danila Mele,
Fabio Pinto, Shamanta Rossi,
Antonio Rotondaro,
Filippo Schwachtje, Luca Stroppa.

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



VERSO IL CONGRESSO AMIRA 2025

- 7** - Tutti a Stresa, fiore all'occhiello del Lago Maggiore
Silvia D'Ilario
- 9** - L'Hotel La Palma di Stresa, sul Lago Maggiore,
ospiterà, dall'11 al 15 novembre, il Congresso Amira
2025 - Diodato Buonora

"LA STAMPA" INTERVISTA IL NOSTRO PRESIDENTE VALERIO BELTRAMI

- 13** "L'ospitalità non s'improvvisa, il sorriso è
gratis e dà molto" - Paola Caretti

STORIA

- 15** Cameriere: storia, significato e valore di un
mestiere fondamentale - Antonio Rotondaro

ECONOMIA

- "Crisi di personale nell'hôtellerie? Il problema
17 non sono le nuove generazioni ma chi continua
a considerare il personale un costo e non un
investimento" - Filippo Schwachtje

IL LIBRO

- "OSPITALITÀ E BUONE CREANZE"
di Yonel Gómez
19 Quando il Maître racconta i rituali della tavola
Adriano Bernardo

ATTUALITÀ

- L'AMIRA Veneto C.E. e Solidus Turismo sono
22 stati ricevuti alla Regione Veneto per
rilanciare il settore della ristorazione e
dell'hôtellerie in Veneto - Shamanta Rossi
- Sull'inganno commerciale tra diritto romano
23 e diritto contemporaneo dei consumatori:
riflessione a partire dal "service charge"
Yonel Gómez

SPECIALE TÈ

- 27** Il tè, una delle bevande più antiche e consumate
sulla terra - Rodolfo Introzzi

Sommario



EVENTI DI ... VINO

- Anteprima della Vernaccia di San Gimignano,

36 la "Regina bianca" toscana - Adriano Guerri

- Molto interessante l'"Appenninia Wine Festival" - Adriano Guerri

DALLE AZIENDE

37 Dal 1961 a oggi, con lo sguardo al futuro, vestiamo chi lavora tra ospitalità e ristorazione

Danila Mele

LE NOSTRE DOCG

39 Chi dice Nizza Docg, dice Barbera

Adriano Guerri

WEDDING E BANQUETING

41 Il "servizio a piatto con cloche": eleganza, efficienza e tradizione nei grandi eventi

Carlo Bonito

I GRANDI ALBERGHI DEL MONDO

43 L'Hotel Windsor di Melbourne, simbolo dell'ospitalità australiana - Simone De Feo

LE COSE BUONE DELLA NOSTRA ITALIA

45 La cipolla di Breme, una dolcissima "sigulla"

Carmen D'Ambrosio

CULTURA DEL SOMMELIER

47 5 cibi da non abbinare al vino

Luca Stroppa

DISTINTI SALUMI

50 Il salame crudo delle Valli Tortonesi, oggi, come 100 anni fa - Marco Contursi

L'ANGOLO BAR

51 Lemon Drop Martini... tra piante di felce e lampade Tiffany - Fabio Pinto

BREVISSIME - LEGGENDO QUA E LÀ...

52 A cura di Diodato Buonora

LA NOSTRA STORIA - R. & O. DI 30 ANNI FA

54 Ristorazione & Ospitalità di Luglio 1995
Diodato Buonora

I MAÎTRES ACCHIAPPA VIP

55

I MIGLIORI VINI D'ITALIA - DA UN TESTO DEL 1908

57 TOSCANA
Arnaldo Strucchi





IFTS
SPECIALIZZAZIONE
SUPERIORE
GRATUITA*



WSET
APPROVED
PROGRAMME PROVIDER



OXFORD
TEST OF ENGLISH

Approved Test Centre

PARTNER DEL PROGETTO



ad
ALBA

**Wine
hospitality
manager***

aproformazione.it



**SCOPRI IL CORSO
GRATUITO***

PER DIPLOMATI E LAUREATI
IN CERCA DI OCCUPAZIONE
CON TRAINING IN AZIENDA

Per i **corsisti fuori sede** sono possibili
borse di studio, grazie alla
Fondazione Don Gianolio E.T.S.

Alba Accademia è anche...

**Alta Formazione
DI CUCINA**

a lezione con gli
Chef Stellati del
territorio



WSET
APPROVED
PROGRAMME PROVIDER

WSET qualification
Award in Wines
Level 1,2,3

Tutti a Stresa, fiore all'occhiello del Lago Maggiore



di Silvia D'Illario
Fiduciaria AMIRA Sezione Piemonte Orientale

Situata sulle rive del Lago Maggiore, Stresa è molto più di una semplice destinazione turistica: è un luogo dell'anima, dove la bellezza naturale, la storia e l'eleganza si fondono in un equilibrio perfetto.

Era già amata dalla nobiltà europea e dai viaggiatori del Grand Tour, oggi continua ad affascinare con il suo fascino discreto, i suoi giardini curati, le ville storiche e l'atmosfera senza tempo.

Non a caso, proprio Stresa è stata scelta nel 1938 come sede della prima scuola alberghiera d'Italia, a conferma della sua vocazione profonda per l'accoglienza e la formazione di alto livello nel settore dell'ospitalità. Un primato che ancora oggi la rende simbolo di eccellenza e tradizione nel mondo dell'hôtellerie e della ristorazione.

Nel segno di questa tradizione, gli ospiti del 69° Congresso Internazionale A.M.I.R.A., saranno accolti presso il prestigioso Hotel La Palma, eleganter "quattro stelle superior" affacciato direttamente sul lungolago.

La struttura, con la sua vista panoramica sulle isole Borromee, gli ambienti raffinati, la SPA sul rooftop e un servizio d'eccellenza, rappresenta il perfetto connubio tra comfort moderno e spirito dell'ospitalità italiana.

Un luogo dove l'esperienza congressuale potrà essere vissuta in un contesto di autentico benessere e ispirazione.



Stresa e le Isole viste dall'alto (Foto Luca Gemelli)

Nel cuore del Golfo Borromeo, le tre isole principali – l'Isola Bella, l'Isola Madre e l'Isola dei Pescatori – si specchiano nelle acque tranquille del lago, regalando scorci spettacolari e un'atmosfera sospesa nel tempo.

Nel mese di novembre, Stresa si veste di toni caldi e avvolgenti: il paesaggio assume una bellezza silenziosa e poetica, che invita alla scoperta e al raccoglimento.

Durante il Congresso, gli ospiti avranno modo di visitare la suggestiva Isola dei Pescatori, dove sarà organizzato un itinerario tra cultura, tradizione e sapori.

La visita inizierà presso l'Ecomuseo della Pesca, un piccolo scrigno che racconta la vita lacustre di un tempo, con strumenti antichi, testimonianze e racconti che custodiscono la memoria di un mestiere



identitario.

Si proseguirà poi con la visita alla Chiesa di San Vittore, affacciata sul lago e immersa in un'atmosfera raccolta e autentica.

L'esperienza sull'isola culminerà con l'Aperitivo dei Pescatori, presso il rinomato Albergo Ristorante Verbano, guidato dallo chef stellato Marco Sacco.

In questo luogo unico, sospeso tra acqua e cielo, gli ospiti po-

tranno degustare piatti a base di pesce di lago reinterpretati con maestria, accompagnati da vini del territorio, in un perfetto equilibrio tra cucina di tradizione e alta gastronomia.

Tra acque silenziose, isole sospese nel tempo e luoghi intrisi di memoria, Stresa offrirà ai partecipanti del 69° Congresso Internazionale A.M.I.R.A. una cornice unica, dove la cultura dell'acco-

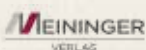
glienza dialoga con la bellezza, la tradizione e l'eccellenza.

Sarà molto più di un semplice appuntamento professionale: un'esperienza autentica e ricca di significato, che unisce formazione e ispirazione, paesaggio e cultura, gusto e consapevolezza; un'occasione per ritrovare il senso profondo dell'ospitalità italiana, in uno dei suoi scenari più affascinanti e simbolici.

AMARACMAND

Madame Titì

TRA I 100 MIGLIORI
VINI SELEZIONATI DA



**Rubicone Bianco I.G.T
Extra Brut Spumante Bio**

Colore paglierino con riflessi dorati. Profumo di fiori di ginestra, fieno e mela verde. Gusto agrumato piacevole e delicato con un finale caratterizzato da notevole freschezza.

Da uve biologiche di Bombino Bianco 85%, Trebbiano della Fiamma 7%, Albana 3% e Grechetto Gentile 5%, raccolte rigorosamente a mano e vinificate a "Km 0" senza allergeni e senza aggiunta di solfiti.



www.amaracmand.com

Strada Provinciale Sorrivoli n°30, Roncofreddo (FC) - Italia

L'Hotel La Palma di Stresa, sul Lago Maggiore, ospiterà, dall'11 al 15 novembre, il Congresso Amira 2025

di Diodato Buonora

Quest'anno l'AMIRA, per il 69° Congresso della sua storia, ha scelto Stresa, rinomatissima località esclusiva sul Lago Maggiore. Ricordiamo che, nel 2025, essendo stata fondata nel 1955, compie 70 anni, quindi, non poteva fare scelta migliore. L'Hotel che è stato scelto per i lavori assembleari e congressuali è "La Palma", sito nel Corso Umberto I. Come facciamo un po' tutti, dopo aver conosciuto la location e il nome dell'albergo, sono andato sul sito www.hlapalma.it per curiosare e, senza dubbio, posso affermare che saremo in un albergo che sicuramente ricorderemo a lungo.

Ecco qualche notizia che ho estrapolato dal sito:

- L'Hotel La Palma è un hotel a 4 stelle la cui filosofia è interamente ispirata al Lago Maggiore e al suo territorio. Forme, spazi e servizi sono stati progettati con l'obiettivo di instaurare un dialogo continuo con l'ambiente circostante. I confini dell'hotel si confondono con il panorama, e al cambiare delle stagioni, o anche delle ore del giorno, la luce e gli scenari suggeriscono stimoli sempre nuovi agli ospiti. Così anche il concetto di tempo si modifica:

quello scandito dall'orologio è sostituito da quello definito dal ritmo della natura del paesaggio che ci circonda.

- L'Hotel, situato sul lungolago di Stresa, è a pochi passi dal centro della città-





richiedere trattamenti benessere e fitness personalizzati, sia per un'unica occasione che per più giorni, così il vostro soggiorno si trasformerà in un'esperienza energizzante e di salute.

Questa è solo una sintesi di quello che potete trovare all'Hotel La Palma di Stresa.

Ricordo che al congresso di Stresa ci saranno anche le votazioni per eleggere il nuovo presidente e la nuova giunta che lo affiancherà fino al 2029, quindi per tutti noi è molto im-

portante essere presenti, ne va del futuro della nostra amata AMIRA!

dina, non è solo un luogo dove dormire, ma è un luogo dove vivere a ogni ora, anche all'aperto, esperienze che rimangano impresse nella memoria.

- Le camere sono tutte con terrazzo o balcone, arredate in stile contemporaneo e ispirate alla bellezza del Lago Maggiore. Sono state progettate per accogliere quanta più luce possibile e far sì che la bellezza del panorama sia vissuta pienamente anche quando vi trovate negli spazi interni.

- La nuova Sala Ristorante è stata completamente rinnovata in stile contemporaneo, con un twist retrò dato da arredi moderni cui si abbina un pezzo iconico del design italiano come le sedie di Carlo De Carli per Cassina, del 1959 e dalla bellezza intramontabile.

- Per la cucina, invece, sono scelti prodotti di alta qualità, segreti della tradizione piemontese e attenzione ai gusti e alle esigenze di oggi, proponendo ricette create ad hoc per i nostri ospiti dal nostro Executive Chef. Nelle sue mani, materie prime fresche e leggere si fondono egregiamente con i sapori intensi delle specialità locali e si trasformano in piatti apprezzati anche dai palati più esigenti e dai gusti internazionali.

- Spa, alla Panoramic Spa potete



La migliore arte della produzione casearia italiana

Siamo il frutto di una passione tramandata nel tempo,
un luogo dove la cultura del formaggio si trasforma
in una vera e propria esperienza.



MIRTILLINO



ROBIOLA INCAVOLATA



Eros Buratti, insieme alla moglie Cristina e al team guidato da Davide, dedicano ogni giorno impegno e ricerca per selezionare i migliori prodotti da proporvi.

Il cuore dell'attività è l'affinamento dei formaggi, un processo che richiede tempo, cura e una profonda conoscenza del prodotto, perchè ognuno di loro racconta storie di territori, tradizioni casearie e mani sapienti che lavorano con dedizione.

Collaboriamo con produttori d'eccellenza, come la Famiglia Wartmann, da cui selezioniamo con orgoglio il prezioso Holzhofer autentico simbolo di qualità e artigianalità.

Per noi, il **formaggio** non è solo un mestiere, ma **una passione da divulgare** e portare oltre i confini della nostra città.





69° Congresso Internazionale A.M.I.R.A.
70° Anniversario 1955-2025
Stresa (VB). Hotel La Palma
11 – 15 novembre 2025

PROGRAMMA

Martedì 11 novembre 2025

- Dalle ore 14,00 check-in. I soci che arrivano nella mattinata e intendono usufruire del lunch (non compreso nella quota) devono prenotare.
- Ore 17,30 - Riunione di Giunta.
- Ore 18,30 - Consiglio Nazionale.
- Ore 19,30 - Aperitivo - Dinner e a seguire Piano Bar.

Mercoledì 12 novembre 2025

- Dalle 7,30 - Breakfast.
- Ore 9,00 - Assemblea Nazionale.
- Ore 13,00 - Lunch.
- Ore 15,00 - Ripresa lavori assembleari e apertura seggi.
- Ore 19,00 - Chiusura seggi.
- Ore 19,30 - Aperitivo - Dinner e a seguire Piano Bar.

Giovedì 13 novembre 2025

- Dalle 7,30 - Breakfast.
- Ore 8,30 - Riapertura seggi.
- Ore 10,30 - Chiusura seggi e a seguire scrutinio.
- Ore 13,00 - Lunch.
- Ore 16,30 - Master "I Salumi della Val d'Ossola".
- Ore 18,00 - Riunione dei Grandi

Maestri della Ristorazione ed elezione Cancelliere dell'Ordine dei Grandi Maestri.

- Ore 19,30 - Aperitivo - Dinner e a seguire Piano Bar.

Venerdì 14 novembre 2025

- Dalle ore 7,30 - Breakfast.
- Ore 9,30 - Santa Messa presso la Parrocchia dei SS Ambrogio e Theodulo, Tour delle Isole Borromee, Ecomuseo della Pesca, Light Lunch dei Pescatori, Rientro in albergo.
- Ore 19,00 - Aperitivo - Gala Dinner con proclamazione nuova Giunta 2025-2029. Nomina dei nuovi Grandi Maestri della Ristorazione e dei Cavalieri di Santa Marta. Piano Bar.

Sabato 15 novembre 2025

Ore 7,30 Breakfast - Check-out.

Per tutte le informazioni e prenotazioni (entro il 15 agosto 2025) contattare il cerimoniere dell'Amira Nazionale, Giovannangelo Pappagallo: pappagallo@libero.it - 335 814 7480. Iban AMIRA: IT 67 U 02008 45360 000102342346

“La Stampa” intervista il nostro Presidente Valerio Beltrami

“L’ospitalità non s’improvvisa, il sorriso è gratis e dà molto”

VALERIO BELTRAMI. L’ossolano è presidente dell’Associazione nazionale maître
“Il lavoro di uno chef è vanificato se in sala manca un servizio cortese e preparato”

di Paola Caretti

Da decenni si prende cura degli ospiti. Nella sua lunga carriera il maître ossolano Valerio Beltrami, 72 anni, ha reso la sua professione un’arte, ottenendo incarichi di prestigio e riconoscimenti per le competenze. E nella recente cerimonia del 2 giugno al teatro Maggiore di Verbania è stato insignito dell’onorificenza di ufficiale della Repubblica, che si aggiunge a quella del 2011 di cavaliere al merito. Una vita trascorsa tra hotel di lusso, ristoranti di prestigio e personaggi del jet set, Beltrami da nove anni è presidente nazionale di Amira, associazione maître italiani

ristoranti e alberghi, e vicepresidente nazionale di Solidus, che raggruppa le principali associazioni del settore. Autore di due libri, parla tre lingue e ha collaborato a “Masterchef” (con Bruno Barbieri, Carlo Cracco e Joe Bastianich) e al programma tv «Antonino chef Academy», il talent condotto da Cannavacciuolo.

Come sono stati i suoi esordi?

«Mi sono diplomato all’istituto alberghiero Maggia di Stresa nel 1969, nonostante il parere contrario di mia madre. I miei nonni erano chef francesi da una parte e albergatori a Campello Monti dall’altra, quindi lei avrebbe preferito che facessi altro. Ho iniziato a Macugnaga e Cervinia, ma la vera prima esperienza lontano da casa è stata all’isola di Vulcano, in Sicilia. Avevo 17 anni, sono rimasto otto mesi e ancora oggi ho un fantastico ricordo. Poi sono entrato nel gruppo Ciga hotels e ho iniziato a girare il mondo».

L’esperienza lavorativa più importante?



«Ho lavorato sei anni a Pescasseroli, nel grand hotel del parco nazionale d’Abruzzo. È stato un periodo di crescita, con una grande brigata e una clientela di alto livello, tra cantanti, calciatori, contesse e vip. Servivamo fino a 300 coperti alla carta».

Poi ha insegnato nelle scuole alberghiere, tra cui nel Vco Maggia e Formont...

«Sì, e intanto lavoravo negli hotel».

Pensa che la formazione in Italia sia adeguata al ruolo e alla carriera?

«Assolutamente no. L’istituto alberghiero è sottovalutato, è scelto come ultima spiaggia. Questo è un mestiere fatto di cortesia, eleganza e preparazione di base.



Valerio Beltrami

“La Stampa” intervista il nostro Presidente Valerio Beltrami

Ci sono poche ore di pratica, i docenti spesso sono giovani inesperti e talvolta gli stage servono per sopperire alla mancanza di personale. Bisogna ridare dignità alla professione, anche dal punto di vista dei contratti lavorativi. Dal benessere del lavoratore deriva, infatti, il benessere dell'ospite».



Il Presidente AMIRA Beltrami con il Presidente della Repubblica Italiana, Sergio Mattarella (foto di repertorio)

Tre requisiti che deve avere una giovane leva?

«Umiltà, voglia di imparare e non pensare mai di essere arrivato. È un lavoro che bisogna amare, altrimenti non si può fare. Ai giovani dico: se siete indecisi, mollate subito. Il cliente va al ristorante per la convivialità e per trovare emozioni e deve essere soddisfatto».

I clienti sono cambiati negli anni?

«Certo, ma il servizio deve essere sempre impeccabile. Il sorriso non costa nulla, ma rende molto. E il grande Gualtiero Marchesi, come altri chef,

ha sempre sostenuto l'estrema importanza dell'accoglienza in sala dove, se non c'è un professionista, il lavoro in cucina serve a poco».

Un aneddoto curioso durante i servizi prestati?

«Sono molto orgoglioso di aver ottenuto dallo stato africano dello Zimbabwe un attestato come unico italiano al mondo a flambare carni di cocodrillo,

zebra e dromedario, durante l'Expo di Milano nel 2015. In realtà la ricetta del dromedario, unito alle spezie e flambato con un loro distillato, era davvero formidabile».

Il prossimo appuntamento nella nostra zona?

«Dall'11 al 15 novembre, all'hotel La Palma a Stresa, organizziamo il congresso internazionale dei maître, in occasione delle celebrazioni del 70° anno di Amira, che è nata nel 1955 al ristorante Savini di Milano».



**I migliori prodotti
“senza” glutine...
“con” tanto di più!**

Una gamma completa di prodotti
notificati e approvati
dal Ministero della Salute
per Hotel, B&B, Ristoranti, Bar, Pub
e Pizzerie, perfetti per offrire a ospiti
e clienti un menù ricco di alimenti senza
glutine e senza lattosio.



Via del Lavoro e degli Studi 6/N - Zona Industriale - 70015 - Noci (BA) - Tel. +39.080.4169680 - www.zeroglu.it -  

Cameriere: storia, significato e valore di un mestiere fondamentale



di Antonio Rotondaro
Vicepresidente nazionale Amira

La parola “cameriere” è, oggi, comunemente associata a una figura fondamentale nel mondo della **ristorazione** e dell’**ospitalità**. Dietro a questa parola, apparentemente semplice, si nasconde una lunga storia fatta di evoluzioni **linguistiche, culturali e sociali**.

Il termine “cameriere” deriva dal latino medievale “camerarius”, a sua volta originato dalla parola latina “camera”, che significava “stanza” o “camera”. Il **camerarius** era, in origine, il **servitore** incaricato della custodia e gestione della **camera del signore o del sovrano**. Una figura di **fiducia**, spesso addetta alla cura degli **spazi personali**, degli **abiti** e degli **oggetti di valore**. Nel corso del tempo, il termine ha mantenuto la radice legata all’ambiente **domestico o personale**, ma si è evoluto nel significato, adattandosi alle trasformazioni **sociali e culturali**.

Dall’aristocrazia alla ristorazione
Durante il Medioevo e il Rinascimento, il cameriere era una figura di **corte**, spesso legata a **nobili e casati importanti**. Con il tempo, il ruolo ha iniziato ad ampliarsi, passando dal **servizio privato** alla gestione di **ambienti pubblici**, come **locande, osterie** e, più tardi, i moderni **ristoranti**.

Nel XIX° secolo, con la nascita dell’**alta ristorazione in Francia** e la codifica del **servizio alla russa**



e alla **francese**, la figura del cameriere assume contorni più **professionali**. Si sviluppano **regole, gerarchie e codici comportamentali** precisi. Il cameriere diventa non solo chi **serve ai tavoli**, ma anche chi rappresenta l’**eleganza**, la **discrezione** e l’**arte del servizio**.

Una figura di grande professionalità

Essere **cameriere**, oggi, significa molto più che semplicemente **portare un piatto al tavolo**. Si tratta di un **professionista dell’accoglienza**, capace di coniugare **competenza tecnica, educazione, capacità comunicative e conoscenza dei prodotti**.

Un buon cameriere sa **leggere il cliente**, **anticiparne i bisogni**, **raccontare un vino o un piatto**, e rendere ogni pasto un’**esperienza**. In molte **scuole alberghiere italiane e internazionali**, la figura del cameriere viene formata con grande attenzione, proprio perché rappresenta il **volto visibile del lo-**

cale, colui che **accoglie, consiglia** e crea il primo **contatto umano** con l’ospite.

Valorizzare la parola e la professione

Spesso, nel **linguaggio comune**, la parola “cameriere” viene usata con **superficialità** o, peggio, con un’accezione **sminuente**. Eppure, la sua **storia**, il suo **ruolo** e la **professionalità** che richiede meritano **rispetto e riconoscimento**.

Dietro ogni cameriere ci sono **studio, dedizione e passione** per l’**ospitalità**. **Rivalutare** la parola “cameriere” significa anche **valorizzare una professione nobile**, che unisce passato e presente, e che è parte integrante dell’**identità culturale e gastronomica italiana**.

Cameriere: un mestiere senza tempo

Dal latino **camerarius** alle sale dei grandi **ristoranti internazionali**, il termine “cameriere” ha attraversato i **secoli**, trasformandosi ma mantenendo intatto il suo spirito di **servizio**.

Una parola che racconta una **storia** fatta di **fiducia, competenza e accoglienza**, e che oggi più che mai merita di essere **onorata e rispettata** come simbolo di un **mestiere essenziale** nella nostra **società**.

Da Italia a Tavola

Italia a Tavola
NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE



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

“Crisi di personale nell’hôtellerie? Il problema non sono le nuove generazioni ma chi continua a considerare il personale un costo e non un investimento”

di Filippo Schwachtje

VERONA. “Crisi di personale nel settore dell’hôtellerie? Nel cuore del problema strutturale si cela un errore madornale: la sottovalutazione strategica del personale qualificato”. Mentre con l’avvio della stagione turistica tornano ad emergere le ormai note problematiche legate alla carenza di addetti nel settore alberghiero e dell’ospitalità, a lanciare un appello per affrontare le cause profonde della questione è Maurizio Galli, fondatore di Formazione Alberghiera (una scuola di alta formazione legata proprio al settore turistico ricettivo nata a Verona nel 2018).

“È iniziata la stagione turistica – sono le sue parole – e, puntuale come un orologio rotto, ecco riemergere il solito grido d’allarme: ‘Non si trova personale’. Da una parte c’è chi accusa le nuove generazioni di non voler lavorare, dall’altra chi risponde con rabbia: ‘Basta sfruttamento’. Il dibattito è sterile, logoro e soprattutto fuorviante. Perché il vero punto non è se la gente voglia lavorare, ma per chi, come e a quali condizioni”.

Gli imprenditori dell’hôtellerie, continua Galli: “Non tutti, ma troppi, continuano a considerare lo staff un costo da contenere anziché una leva da valorizzare. E così ogni estate si ritrovano da capo, con una struttura ricettiva pronta all’accoglienza ma senza chi davvero sappia accogliere”. Il ragionamento, continua, deve passare da una considerazione di base: chi lavo-



ra nell’accoglienza non è un tappabuchi estivo ma un professionista che, se ben formato, incide direttamente sul revenue.

“Un addetto al front office preparato – dice – non è solo ‘un sorriso alla reception’: è colui che sa gestire il check-in in modo efficiente, proporre un upgrade, vendere un servizio extra, gestire una lamentela prima che diventi una recensione negativa. Questo si traduce in ricavi misurabili, fidelizzazione del cliente, miglior reputazione online”. Da una parte, dice Galli, si preferisce risparmiare su stipendi e formazioni salvo poi pagare il conto in bassa stagione, quando si sommano turnover, clienti insoddisfatti, bassa produttività e reputazione in caduta.

“Formare il personale richiede tempo – continuano i responsabili di Formazione Alberghiera – metodo e risorse. È vero. Ma quanto costa, ogni anno, non farlo? L’assenza di un piano di formazione strutturato genera figure impreparate, costringe alla continua ricerca di nuove



risorse e alimenta un circolo vizioso che distrugge la **continuità aziendale**. Si entra in una **spirale** dove il **know-how** si disperde e la qualità dell'**esperienza crolla**".

"Il **capitale umano** - aggiunge Galli - è il vero **vantaggio competitivo**. Le **tecnologie** possono **aiutare**, l'**automazione** può **snellire**, ma senza persone **motivate** e **competenti**, l'**ospitalità non esiste**. La differenza tra un **hotel mediocre** e uno **memorabile** la fanno le **persone**, non i **metri quadrati** o i **gadget hi-tech**. Chi continua

a **cercare scorciatoie**, chi pensa che basti una **stagione di 'tappabuchi'** a **basso costo**, è destinato a ritrovarsi sempre con lo **stesso problema**: personale **assente** o **demotivato**, **esperienza cliente mediocre**, **brand fragile**. E se smettessimo di **piangere** sulla '**gente che non vuole lavorare**' - conclude con una provocazione - e cominciassimo a chiederci **che tipo di dati di lavoro vogliamo essere?** Oggi non è più il tempo di **improvvisare**, è il tempo di **costruire**. E costruire **richiede visione, pianificazione e formazione**".

Da www.ildolomiti.it



Tel: +39 0481 966511
Fax: +39 0481 908978
info@morgante.it



www.morgante.it



Il libro

“OSPITALITÀ E BUONE CREANZE” di Yonel Gómez Quando il Maître racconta i rituali della tavola

di Adriano Bernardo
sezione AMIRA Roma

Questo libro è un'opera che esplora la parte più intima dell'atto conviviale, che ci guida in un viaggio trasversale che abbraccia la filosofia, l'antropologia e la sociologia. Un testo che scuote le coscienze e che mette a nudo l'animo umano nell'ancestrale momento del ritrovo della tavola, dove le maschere cadono o si protendono a seconda della contingenza.

Perché il convivio, inteso come atto del mangiare insieme, non è mai stato un semplice bisogno fisiologico; fin dalle prime tracce di civiltà umana ha assunto valenze simboliche, rituali e sociali che lo rendono oggetto di studio privilegiato per tutte le materie umanistiche. Probabilmente l'atto del convivio è esso stesso l'origine della civiltà in quanto spazio prescelto per la condivisione, è intriso di riti e rituali che ne regolano l'attuazione. Dalle “buone maniere” all'arte della conversazione, queste consuetudini strutturano il comportamento e garantiscono un certo ordine sociale. La mancata osservazione di alcuni di questi precetti può generare disagio o imbarazzo. Nell'intimità della tavola non si rappresenta il solo atto di dividere il cibo, ma di condividere uno spazio, un tempo e un'esperienza in un gioco fatto di cinesica, di prossemica e di gesti silenziosi che sono spesso più eloquenti delle parole. Il ritrovo conviviale è un momento di confronto con il prossimo che ci induce a riconoscere la sua presenza e a negoziare lo spazio, il tempo e l'attenzione in un rituale di empatia e comprensione reciproca.

In sintesi, il convivio è molto più di un semplice pasto. È un teatro sociale, un rito collettivo e un profondo atto filosofico che rivela la natura relazionale, simbolica ed etica dell'essere umano. Attraverso la tavola, le società si esprimono, si riproducono e si trasformano.

L'opera ha, pertanto, lo scopo di introdurci e di guidarci in un microcosmo in cui si manifestano norme



La copertina del libro

etiche e morali. La moderazione e il rispetto di alcune norme di comportamento, anche non scritte, riflettono a tavola i valori più viscerali della società. Il semplice atto di offrire cibo è un gesto di accoglienza e riconoscimento dell'altro, mentre il rifiuto può essere inteso come offesa.

Nel labirinto dell'animo umano, il nostro autore ha il merito di aprirci una finestra dalla quale osservare gli altri come se fossimo noi stessi quando siamo a



Adriano Bernardo con l'autore del libro Yonel Gómez



Gli amirini di Roma alla presentazione del libro

tavola nelle varie circostanze della vita, sia esso un pranzo in famiglia, una cena di lavoro, un ritrovo tra vecchi amici o il primo appuntamento. A ogni diversa situazione la tavola diventa testimone delle nostre interpretazioni.

Bisogna dare ampio rilievo, inoltre, al fatto che l'opera pone la figura del Maître al centro di quest'ambientazione socio-culturale come arbitro super partes, come supremo conoscitore di ogni rituale e del patrimonio intellettuale che si nasconde dietro le abitudini alimentari dei nostri ospiti e di una platea sempre più eterogenea. Il consumo di specifiche vivande, i costumi enogastronomici e le modalità di concedersi ai piaceri del simposio sono spesso marcatori identitari di un gruppo sociale che rafforzano un senso di appartenenza. Il Maître viene riproposto dalla penna dell'autore come un professionista eclettico, non solo supervisore del perfetto svolgimento del servizio di sala, ma come osservatore critico della società contemporanea dove l'apparenza assume un'importanza oltre ogni paradigma.

Ho letto questo libro conoscendo l'autore.

Yonel, giustappunto, è una persona dotata di un'immensa cultura e di una profonda dottrina che lo contraddistinguono. Raramente, durante le mie esperienze lavorative, mi è capitato di incontrare in sala ristorante una persona di questo spessore etico e intellettuale, per questo motivo mi piace definire il nostro autore "un filosofo in prestito alla ristorazione". Su queste solide basi vi confesso che le aspettative

erano piuttosto alte ... molto alte a essere sinceri. Su suggerimento dell'autore ho letto questo libro tenendo sempre presente un filo conduttore: "Non solo come si fa, ma perché si fa".

Ebbene, già dalle prime pagine ho avuto modo di percepire che le aspettative sarebbero state ampiamente superate. In queste righe ho trovato un'epitome della scienza e della coscienza umana, un sentiero che ci guida attraverso secoli di evoluzione culturale e gastronomica, che spiega piccoli attimi della nostra quotidianità attingendo alle radici epistemologiche di ogni gesto e di ogni rituale che si perpetua a tavola. È questa un'opera che arricchisce profondamente la nostra conoscenza e la nostra consapevolezza, che si colloca nelle librerie sulla stessa mensola di autori quali Giovanni Gentile, Massimo Montanari e Gabriella Turnaturi.

Nel finale, vorrei rivolgere un augurio al nostro autore facendo mie le parole di Paolo Mantegazza rivolte a Pellegrino Artusi: "Nel darci questo libro voi avete fatto un'opera buona, per questo vi auguro cento edizioni".

Il libro, al prezzo di euro 18,52, può essere acquistato su Amazon, Ibs o Libreria Universitaria.





PREMIUM BEVERAGE EXPERIENCE

Gestire un'ampia sala colazioni, specialmente nei momenti di punta, è una vera arte. Quando numerosi ospiti si affollano contemporaneamente, chiedendo bevande diverse, mantenere un servizio impeccabile e rapido diventa la chiave per un'esperienza davvero esclusiva.

Con le soluzioni firmate **NDD**, portare la qualità premium nelle vostre colazioni non è mai stato così semplice.

A partire da **Lattiz**, un sistema innovativo e rivoluzionario che consente di servire una crema di latte perfetta in pochi secondi, senza compromessi. Grazie a questa tecnologia avanzata, ogni cappuccino e latte macchiato si trasforma in una bevanda eccelsa, regalando ai vostri ospiti momenti unici. Lattiz è progettato per garantire una qualità costante, minimizzando i tempi di preparazione e riducendo considerevolmente la formazione necessaria per lo staff. È la soluzione ideale per grandi strutture e hotel di alto profilo, dove velocità ed eccellenza devono andare di pari passo, specialmente durante i momenti più affollati.

A completare l'offerta premium di NDD, il sistema **Cafitesse** permette di erogare caffè di qualità superiore con rapidità ed efficienza, mantenendo alti standard anche con volumi elevati. Il dosaggio preciso e la tecnologia avanzata **riducono gli sprechi**, ottimizzano i costi e garantiscono un controllo completo, offrendo una gestione efficace delle colazioni.

Per arricchire ulteriormente la vostra proposta, **NDD offre anche soluzioni a base di frutta** che aggiungono freschezza ed eleganza al buffet. Il tutto è accompagnato da un servizio di **assistenza tecnica efficiente** e affidabile, sempre pronto a supportarvi per garantire un'operatività continua.

Con oltre 700 hotel in tutta Italia che hanno scelto NDD, le nostre soluzioni rappresentano il punto di riferimento per chi desidera distinguersi offrendo un servizio colazioni all'altezza delle aspettative più elevate.

Contattaci per scoprire come trasformare la tua colazione in un'esperienza esclusiva e memorabile!



Beverage Premium Experience

NDD Italia S.r.l.

Via Borgogna 3 - 20122 Milano (MI)

Tel: +39 02 8051 680 - Email: info@ndditalia.it

Sito web: www.ndditalia.it

L'AMIRA Veneto C.E. e Solidus Turismo sono stati ricevuti alla Regione Veneto per rilanciare il settore della ristorazione e dell'hôtellerie in Veneto

Le associazioni A.M.I.R.A. Veneto Colli Euganei e Solidus Turismo F.I.A.P.O.R. rappresentate da Lorenzo Demarco, Fiduciario dell'A.M.I.R.A. sezione Veneto C.E., sono state ricevute a Venezia, Palazzo Ferro-Fini, sede del Consiglio Regionale della Regione Veneto, martedì 10 giugno 2025 dal Presidente della Prima Commissione permanente di Palazzo Ferro-Fini Dott. Luciano Sandonà il quale, con molta disponibilità, ha accolto le istanze di queste categorie.

Ancora una volta è emersa l'importanza di continuare a lavorare sui concetti di Ospitalità, di Accoglienza ed essere sempre più vicini alle richieste di un Turismo sempre più esigente e di qualità.

Il nostro mondo, quello della ristorazione e dell'hôtellerie, dovrà risultare decisamente più appetibile e più attraente e questo in funzione anche di tutte quelle che saranno le nuove leve, le leve di quel domani sempre più prossimo.

Di fondamentale importanza è il creare e mantenere sinergie sempre più strette con il mondo della Scuola e della Formazione.

Il mondo alberghiero e della ristorazione è certamente impegnativo ma decisamente un settore in grado di produrre grandi soddisfazioni, un settore in grado di crescere professionisti innamorati dei propri ruoli, il tutto condito, in primis, da grande passione.



Salvatore Di Costanzo, Giuliano Giro, Luciano Sandonà, Shamanta Rossi e Lorenzo Demarco

Abbiamo fatto il focus su tutte quelle che sono le varie mansioni strategiche al turismo, dai cuochi ai barman, ai maître, ai sommelier, ai direttori d'albergo, alle governanti, ai portieri e agli addetti alla reception. Si ringraziano per la presenza anche Salvatore Di Costanzo per ABI Professional e Giuliano Giro, Fiduciario A.M.I.R.A. Venezia.

È stato sicuramente un momento di confronto, di valutazioni e di voglia di rilancio di un settore che negli ultimi anni ha sofferto

molto in termini di assenza di professionalità e di competenza.

Un grazie alla Regione Veneto per la grande disponibilità dimostrata, un territorio quello Veneto che si è posizionato con la maggiore affluenza turistica a livello nazionale, con un dato relativo al 2024 che si attesta sui 73,5 milioni di presenze turistiche.

Numeri decisamente importanti che, se sommati alle presenze turistiche annue di tutte le altre Regioni Italiane, ci danno forza e alimentano determinazione e lungimiranza negli operatori del settore...

....perché il nostro è decisamente un settore magnifico che, se sommato ad un territorio altrettanto magnifico, non può essere emarginato e lasciato alla deriva!

*Shamanta Rossi
Sezione A.M.I.R.A Veneto Colli Euganei
Marketing&Communication Manager*

Sull'inganno commerciale tra diritto romano e diritto contemporaneo dei consumatori: riflessione a partire dal "service charge"



di Yonel Gómez
Sezione AMIRA Roma

Non enim omnia quae licent, honesta sunt ("Non tutto ciò che è lecito è anche onesto"). Con la celebre massima tratta dal *De Officiis*, Cicero ne riflette su alcuni esem-



pi di ciò che gli antichi romani avrebbero qualificato come inganno commerciale, tra i quali figura la vendita di un immobile con difetti costruttivi noti ma taciuti nel corso della trattativa e della stipula del contratto. L'oratore latino sottolinea come, pur non essendovi una violazione manifesta della legge, l'onestà imponga il dovere morale di non trarre vantaggio dall'ignoranza altrui. In tale riflessione s'intravede una visione proto-etica di ciò che, in età contemporanea, si configura come diritto dei consumatori.

Nel diritto privato romano, il fenomeno dell'inganno commerciale era sanzionato attraverso tre categorie fondamentali: il *dolus malus*, ovvero un comportamento fraudolento finalizzato a indurre in errore al fine di ottenere un vantaggio illecito; la *fraus*, cioè una forma di raggiro o falsificazione della verità; il *metus*, ossia l'induzione a contrarre mediante intimidazione o

minaccia.

Di particolare interesse e altamente rivelatrice della profonda attenzione etico-giuridica alla tutela del contraente debole, è la previsione secondo cui chi fosse risultato soccombente

in un giudizio fondato sull'*actio doli* poteva essere dichiarato *infamis*, venendo così escluso dalla vita pubblica e da numerose attività economico-commerciali.

Orbene, nella fattispecie, adesso facciamo un grande salto nel tempo per analizzare una delle forme d'inganno commerciale più controversa nella pubblica somministrazione di cibi e bevande. Nel panorama giuridico di altri ordinamenti, tra cui quello statunitense, l'applicazione del cosiddetto "service charge" nella ristorazione è del tutto legittima, e il relativo pagamento non è rimesso alla libera scelta del cliente, bensì rappresenta parte integrante del contratto di somministrazione. In tali contesti, il cliente sa anticipatamente che il conto conterrà una maggiorazione percentuale chiaramente dichiarata nel menù; perciò, tale pratica non è considerata ingannevole, né tantomeno scorretta.

Diversa è la prospettiva in Italia, dove un

consolidato orientamento giurisprudenziale ha stabilito che una pratica commerciale risulta ingannevole non soltanto in presenza di informazioni palesemente false, ma anche quando si trasmettono informazioni vere presentate in modo tale da indurre in errore il consumatore medio. A tale riguardo, la sentenza del Consiglio di Stato n. 3851/2021 ha confermato che una condotta può qualificarsi come ingannevole qualora, nella sua presentazione complessiva, sia idonea a fuorviare il consumatore medio rispetto a elementi essenziali del bene o servizio proposto.

Nel settore dell'ospitalità, e in particolare nella ristorazione, tale pronuncia è pienamente applicabile all'interpretazione del Codice del Consumo

(D.lgs. 206/2005), in particolare agli articoli 18-22, i quali sviluppano un dettato normativo che ha dato luogo a un ampio dibattito dottrinale e giurisprudenziale. Secondo una lettura coerente dell'articolo 18, il prezzo deve essere indicato in modo **chiaro, trasparente e comprensibile**, comprensivo di **qualsiasi onere aggiuntivo**. La

mancata indicazione preventiva del service charge, sia sul menù sia all'ingresso dell'esercizio, è considerata una **pratica commerciale scorretta**.

Tale disposizione trova altra definizione negli articoli successivi:

l'art. 20 vieta le pratiche contrarie alla diligenza professionale e che siano idonee ad alterare sensibilmente il comportamento economico del consumatore medio;

l'art. 21 definisce come ingannevole ogni pratica che contenga informazioni non rispondenti al vero o che, pur veritiere, siano

presentate in modo tale da indurre in errore, specie in relazione al prezzo, al modo in cui esso è calcolato o all'esistenza di uno specifico vantaggio economico;

l'art. 22 proibisce le omissioni ingannevoli, vale a dire la mancata comunicazione d'informazioni essenziali che il consumatore necessita per assumere una decisione consapevole. La *ratio legis* risiede nel fatto che, se tali informazioni fossero state conosciute, il consumatore avrebbe potuto ragionevolmente adottare un comportamento diverso.

È importante chiarire che la norma non vieta in sé l'applicazione del coperto o del *service charge*: ciò che risulta censurabile è la mancanza di comunicazione preventiva, chiara e inequivocabile, la quale costituisce una violazione diretta dei diritti dei consumatori, integrando un illecito sanzionato dalla normativa vigente.

È illuminante, a tal proposito, il pronunciamento del TAR Lazio (organo di giustizia amministrativa di primo grado) e del Consiglio di Stato, secondo cui:

"Il cliente ha diritto a essere pienamente informato dei costi aggiuntivi prima di effettuare l'ordine; la sola esposizione del prezzo dei piatti, senza menzione del coperto o servizio, è insufficiente."

Si ricorda, inoltre, la sentenza n. 1521/2016 del Consiglio di Stato, Sezione VI, che ha confermato una sanzione irrogata dall'AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) a un ristorante che aveva applicato una maggiorazione del 15% per il servizio non indicata nel menù, ritenendola lesiva dei diritti dei consumatori, in quanto il cliente non era stato posto nella



condizione di conoscere l'ammontare complessivo del conto prima di decidere se consumare presso quel locale, in violazione dei principi di trasparenza e correttezza precontrattuale. Vi ricordiamo che in caso di applicazione di un service charge illegittimo, l'AGCM può intervenire per vietare la pratica commerciale scorretta e applicare una sanzione amministrativa pecuniaria, che può variare da 5.000 a 10.000 euro.

In Italia, ove ancora parlare di service charge è un tabù che non valorizza la professionalità dei servizi ristorativi, talvolta si adotta "l'astuzia" di mostrare il conto al cliente dichiarando oralmente che il pago del supplemento service charge è facoltativo. Tuttavia, ed è qui dove il ghiaccio si fa sottile, una tale strategia diventa una rottura di continuità e non soddisfa pienamente l'interesse protettivo della legge, né lo spirito della normativa, poiché il cliente viene a conoscenza dell'eventuale supplemento solo dopo aver concluso la consumazione, trovandosi così nella posizione imbarazzante di dover esplicitamente chiedere la

rimozione della voce dal conto o di essere, di fatto, indotto a pagarla per evitare una figuraccia, specie in presenza di altri commensali.

Si deve pertanto riconoscere che la legge non vieta l'applicazione del supplemento, ma ne condiziona la legittimità alla comunicazione preventiva. Di conseguenza, il *service charge* può essere regolarmente applicato, tuttavia, deve essere chiaramente indicato nel menù come requisito di trasparenza contrattuale, con importo specifico o percentuale, oppure comunicato in modo inequivocabile dal personale (cameriere o maître) prima che l'ospite effettui l'ordinazione. Vorrei sottolineare che un tale approccio intimamente collegato con la sacra ospitalità ci consente: da un lato, di tutelare il diritto del consumatore a effettuare una scelta informata, libera da pressioni implicite; dall'altro, di assicurare all'esercente una politica commerciale legittima e onesta, immune da contestazioni sia da parte del pubblico, sia da parte delle autorità amministrative.



IL POGGIO
FAMIGLIA FUSCO VITICULTORI



Contatti

+39 0824 874068
+39 347 469 8830
info@ilpoggiovini.it

seguici su



Signore e signori il Maître è servito

Quando un obiettivo si traduce in un percorso di vita, le circostanze e le decisioni diventano le parti più importanti di uno stile. In questa pubblicazione si trova gran parte della storia di Giacomo Rubini, ma non tutta. Le sue parole arricchiscono il panorama professionale di chi vive ogni giorno nel settore della ristorazione e degli hotel e lascia un segno indelebile.



ESPRESSIONI DI MARCA APERTA

Acquistabile su Amazon, ibs, Unilibro e nelle migliori librerie - 27 euro

Info: infoweb@marcaaperta.it - whatsapp: 3333700876



Il tè, una delle bevande più antiche e consumate sulla terra



di Rodolfo Introzzi
Sezione AMIRA Ticino

Un po' di storia

Il tè rivendica a pieno titolo il privilegio di essere una delle bevande più antiche e consumate sulla terra, seconda solo all'acqua con cui si prepara. Vanta una storia che risale a 5.000 anni fa, anche se le sue origini sono avvolte nel mistero.

Secondo una leggenda cinese, l'imperatore Chen Nung (Shen Nung), detto il *Divino Mietitore* per l'impulso da lui dato all'agricoltura, era così fiscale per il rispetto dell'igiene che non beveva altro che acqua bollita e aveva ordinato ai propri sudditi di attenersi allo stesso precetto. Un giorno, nell'anno 2737 a.C., mentre l'imperatore era seduto a riposare all'ombra di un albero di tè selvatico, una leggera brezza fece cadere alcune foglie di tè all'interno dell'acqua messa a bollire ed essa aveva assunto un invitante color oro. La curiosità prevalse e il grande imperatore assaggiò per la prima volta la deliziosa bevanda chiamata poi tè. Dopo averla bevuta, si sentì preso da un benessere indicibile e volle conoscere meglio l'albero che aveva prodotto quella foglia meravigliosa e benefica, fa-

vorendone così l'uso e la coltivazione. Ecco nascere l'uso del Tè.

Per gli Indiani invece, a scoprire il tè fu Bodhidharma, figlio del re delle Indie Kosjuwo. Sotto il regno dell'Imperatore Xuanwudi, questo venerabile principe venne in Cina per raggiungere il regno Wei del Nord. Predicò il buddismo e raccomandò la meditazione, la cultura dello spirito e il superamento di tutte le illusioni materiali per la salute dell'anima. Bodhidharma aveva fatto voto di non dormire durante i sette anni della sua meditazione, ma dopo i primi cinque anni fu assalito dal torpore e dalla sonnolenza e quasi istintivamente raccolse delle foglie da un cespuglio vicino e, masticandole, recuperò le forze e riuscì a concentrarsi di nuovo. Ovviamente si trattava di tè. I *buddisti giapponesi* hanno apportato una variante particolare a questa leggenda. Essi raccontano che Bodhidharma, dopo tre anni di veglia ininterrotta, si lasciò prendere dal sonno sognando di alcune donne che aveva amato in gioventù. Ma al suo risveglio era furioso per la sua debolezza e per punirsi si tagliò le palpebre e le sotterrò.

Ripassando dopo qualche anno nello stesso luogo si accorse che, dove aveva seppellito le sue palpebre, era cresciuto un arbusto selvatico le cui foglie producevano una bevanda meravigliosa che donava forza e aveva la proprietà di aiutare a mantenere gli occhi aperti durante le lunghe veglie di meditazione. La raccomandò ad amici e discepoli e così nacque l'uso e la coltivazione del tè. Il viaggio del Principe Bodhidharma in Cina è registrato dalle cronache cinesi del regno Vu Yu e datato al 543 d.C.

La storia ufficiale fa risalire l'uso del tè come bevanda ai primi secoli della nostra era e ne possiamo dividere le tecniche di preparazione in tre scuole: quella del tè bollito; quella del tè sbattuto e infine quella del tè infuso. In precedenza, le foglie della pianta, chiamata Tu, erano raccolte e ridotte in poltiglia fino a formare degli impiastri da applicare sulle parti doloranti per alleviare i dolori reumatici. Queste tre scuole del tè sono indicative delle epoche in cui esse prevalsero e che cor-

rispondono alle dinastie cinesi Tang, Sung e Ming. Nel IV° secolo d.C. il tè si preparò facendo essiccare le foglie per poi pressarle fino ad ottenere dei panetti duri e facili da trasportare. Per poterlo consumare si doveva staccare la quantità necessaria da questo blocco, frantumarla nel mortaio e poi bollirla in acqua con altri ingredienti come il sale, lo zenzero, la buccia d'arancia, il latte e qualche volta addirittura le cipolle. Ancora oggi nel Tibet, in Mongolia e anche in India il tè è preparato quasi allo stesso modo. Nell'VIII° secolo gran parte degli ingredienti sono scomparsi ed è sopravvissuto solo il sale. Il tè è ormai una bevanda alla moda e molto diffusa tra i dignitari di corte. È in questo periodo che è scritta la prima opera "scientifica" sul tè: il *Canone del Tè* o Cha Ching del poeta Lu Yu (Lu Wu). Sotto la dinastia Sung il tè gioca un ruolo preponderante nella civiltà cinese. Costituisce parte del tesoro imperiale, è usato come moneta di scambio e soprattutto quale mezzo di pagamento per i cavalli acquistati presso le popolazioni mongole del nord e la Corte Imperiale vi ha posto il monopolio di Stato. In questo periodo si ha la nascita di un nuovo modo di preparare e bere il tè. Le foglie sono pestate fino a ridurle in polvere finissima; questa verrà messa in una ciotola e, con l'aggiunta di acqua calda, sbattuta con un frustino di bambù fino a farla schiumare. Il tutto accompagnato da un rituale molto preciso che oggi sopravvive solo in Giappone nella Cerimonia del tè (Cha no yu). L'invasione mongola e l'avvento della dinastia Ming, nel XIII secolo, faranno scomparire completamente anche il ricordo di questa tecnica. Le foglie, adesso, sono fatte essiccare e poi lasciate pochi minuti in infusione in acqua non bollente.

I vari termini europei tè, tea, thè, tee sembra che derivino dalla parola "tay" in uso nel dialetto della provincia cinese di Amoy. I portoghesi furono i primi ad assaggiare la bevanda, grazie ai loro velieri che li condussero in Cina via mare. Essi dipendevano però economicamente dagli Olandesi, che erano i principali distributori, nel Vecchio Continente, delle merci importate dall'Oriente. Nei primi viaggi il tè veniva caricato nelle stive delle navi olandesi come riempitivo dello spazio lasciato libero dalle altre merci; solo nel 1637 la Compagnia Olandese delle



Anziano indiano che sorseggia un tè

Indie Orientali ne intuì le possibilità di profitto. Pian piano il tè si diffuse in Germania e in Francia, dove Madame de la Sablière fu la prima ad aggiungervi del latte, usanza imitata poi dagli Inglesi. In Russia il tè era già noto nel 1567, importato dalle carovane provenienti dalla Cina, tanto che per la sua degustazione fu creata una preparazione del tutto originale con l'utilizzo del samovar. Gli Inglesi, i più noti bevitori di tè del mondo, furono tuttavia gli ultimi ad apprezzarlo. La sua introduzione sembra sia dovuta a Caterina di Braganza, consorte del re Carlo II, la quale, abituata a bere tè in Portogallo, gradiva offrirlo durante le feste di corte. La popolarità del tè crebbe a tal punto che, nella prima metà del Settecento, sorsero delle coffee-house riservate ai soli uomini, e i tea-garden, dove signore eleganti con i loro accompagnatori trascorrevano i pomeriggi primaverili sorseggiando una buona tazza di tè. In America il tè sbarcò nel 1626, quando gli Olandesi fondarono Nuova Amsterdam, l'odierna New York. Il 16 settembre 1773 si svolse il Boston Tea Party. In quell'occasione tre rappresentanti dell'aristocrazia bostoniana, travestiti da indiani, salirono a bordo di alcune navi mercantili inglesi, gettando a mare l'intero carico, costituito da 342 casse di tè. Questo è considerato come il primo atto della rivoluzione americana. L'ingresso del tè in Italia si dice che avvenne per opera dei bersaglieri reduci dalla guerra in Crimea nel 1855.

Coltivazione e lavorazione

La pianta del tè è un arbusto sempreverde della specie *Camelia Sinensis* e *Assamica*, che può raggiungere anche i 20 metri di altezza con piccoli boccioli bianchi che somigliano a roselline, originaria della Cina, del Tibet e dell'India del Nord. Nelle coltivazioni le piante sono potate in modo che si mantengano tra un metro, un metro e mezzo di altezza per facilitare la raccolta. Nel suo libro, *Il Canone del Tè*, Lu Yu parla di una pianta di tè selvatica nel Sichuan il cui tronco era così grande che le braccia di due uomini non sarebbero state in grado di cingere e sembra che nel Sichuan e nello Yunnan si trovino ancora molti di questi alberi che s'innalzano anche oltre i 12 metri. Il tè di miglior qualità è coltivato a un'altitudine compresa fra i



1200 e i 2500 metri sopra il livello del mare, in aree tropicali e subtropicali, poiché questa pianta ha bisogno di un'estate calda e umida e di un inverno freddo ma non secco. L'altezza e le nebbie montane aiutano la pianta proteggendola contro l'eccessiva esposizione al sole e creando le condizioni ideali di umidità e temperatura per favorire la crescita lenta delle foglie e dei germogli, conservandone la loro tenerezza.

Molti dei più rinomati tè cinesi provengono dalle famose montagne Wuyi nel Fujian, Lushan nello Jiangxi, Emei nello Sichuan e Huangshan nell'Anhui. Temperatura, precipitazioni, caratteristiche del terreno, altitudine, coltivazione e lavorazione sono tutti fattori che concorrono a creare numerose varietà di tè.

Il primo a descrivere la pianta del tè fu il botanico svedese Carl von Linné nel 1753 che la chiamò *Thea Sinensis*, cioè Tè Cinese, era erroneamente convinto che il tè verde e il tè nero provenissero da due piante differenti. Queste ultime sono il frutto di differenze concernenti le zone di crescita, al suolo e alle condizioni climatiche, al metodo di lavorazione e al periodo o al tipo di raccolta.

La classifica riguarda il numero di foglie raccolte insieme al germoglio, e quindi: pekoe o germoglio con una foglia, qualità eccellente; anche chiamato "imperiale"; pekoe o germoglio con due foglie, qualità ottima; è la raccolta più diffusa, ed è chiamata "fine"; pekoe o germoglio con tre foglie, qualità mediocre; pekoe con quattro foglie, qualità scadente. Per avere tè di ottima qualità si devono raccogliere solo i germogli chiamati orange e pekoe, costituiti da due foglioline aperte che racchiudono una gemma ancora chiusa chiamata tips, la terza foglia è meno pregiata ed è detta souchon. Esse sono staccate con le unghie e con un movimento verso il basso delle dita.

Dopo la raccolta, il tè è sistemato su dei ripiani per l'appassimento, fase in cui perde l'umidità e raggiunge il grado di "morbidezza" adatto per l'arrotolamento, procedimento che serve a spezzare alcune membrane interne delle cellule del tessuto vegetale e a dare il via alla successiva fase di fermentazione. È in questo momento che il tè assume il suo tipico aroma e avviene la distinzione fra nero (tè fermentato), tè verde (tè non fermentato) e tè Oolong (tè semifermentato). Il processo è interrotto con getti d'aria calda e secca che consentono l'essiccazione.

Nell'ultima fase della lavorazione, il tè è selezionato in tre gruppi principali a seconda che si presenti a foglia intera, sminuzzata



(broken) o in polvere (fanning e dust). Una lavorazione del tutto particolare è seguita per la produzione del tè bianco: le foglie sono lasciate appassire naturalmente finché perdono circa l'ottanta per cento dell'umidità, dopodiché si fanno essiccare a fuoco basso. Dalla fine del secolo scorso è stato introdotto un nuovo metodo di produzione che accelera i tempi delle varie fasi di lavorazione e che convenzionalmente è indicato con la sigla CTC (da crushing schiacciare, tearing spezzare, curling rullare).

Gli indiani e i cingalesi dividono i tè neri in due categorie principali, una riferita alle foglie intere e l'altra alle foglie sminuzzate: **Foglie intere TGFOP1 (Tip Golden Flowery Orange Pekoe 1) - TGFOP (Tip Golden Flowery Orange Pekoe) - GFOP (Golden Flowery Orange Pekoe) - FOP (Flowery Orange Pekoe).**

Foglie sminuzzate GBOP (Golden Broken Orange Pekoe) - FBOP (Flowery Broken Orange Pekoe) - BOP (Broken Orange Pekoe).

I tè cinesi non seguono la classificazione fra foglia spezzata e intera, ma si distinguono secondo la stagione di raccolta, della regione di provenienza e della tecnica di trasformazione. Infine, i tè verdi giapponesi si classificano in base al tipo di foglia e alle tecniche di lavorazione.

La maggior parte dei coltivatori utilizza solo tre tra le specie di piante che sono individuate sulla



base della loro provenienza geografica: Cinese, Assamica e Cambogiana.

Coltivazione e raccolta

Le piante di tè sono prodotte da semi della grandezza di una nocciola, raccolti in ottobre e tenuti tutto l'inverno in una mistura di sabbia e terra. In primavera sono piantati in una nursery area o direttamente nel terreno alla profondità di circa 1 metro. Dopo la prima fase di sviluppo, le piantine sono potate ogni settimana per evitare una crescita eccessiva. La raccolta inizia al terzo anno nei giardini a bassa quota e al quinto in quelli di alta quota e la vita produttiva va dai 30 ai 40 anni, ma alcune piante, generalmente selvatiche, hanno una vita produttiva superiore ai cento anni.

Le piante possono essere prodotte anche con il sistema della margotta, cioè con il trapianto di rami radicati. Fino al 1960 si procedeva per clonazione partendo dal taglio dalla foglia piuttosto che dal ramo.

La maggior parte delle piante di tè ha un periodo di rigoglio o di crescita e una fase di quiescenza. Le foglie sono raccolte quando i giovani getti o germogli stanno venendo fuori. Nei climi più caldi le piante germogliano più frequentemente nel corso dell'anno e la raccolta può avvenire tutto l'anno. Ad alta quota c'è una diversa stagione di raccolta. In molte parti della Cina, la stagione dei raccolti inizia ad aprile e si conclude a ottobre. La raccolta è stagionale anche nel Nord dell'India e in Giappone.

In India il tè è coltivato in grandi piantagioni che progressivamente si stanno meccanizzando, mentre in Cina il tè è prodotto principalmente in piccoli appezzamenti familiari situati in collina, dove la meccanizzazione è più difficoltosa. La raccolta manuale rimane una delle operazioni più importanti che non è stata ancora sostituita con successo da quella meccanica. È anche vero, che se la

raccolta è ancora manuale ed è fatta da dita espertissime, questi giardini sono altamente meccanizzati in altri campi, quali ad esempio l'irrigazione automatica.

Le diverse tipologie di tè

Tè Verde, anche detto non fermentato, le foglie non vengono sottoposte a tale procedimento e ne conservano il loro colore verde, producendo un infuso chiaro e profumato. Il metodo tradizionale di lavorazione prevede che le foglie siano disposte su dei vassoi di bambù ed esposte al sole per qualche ora. Poi è loro somministrato calore, generalmente in grossi recipienti (wok) posti sul fuoco,



Il tè verde



Il tè verde essiccato

ma anche attraverso il vapore (soprattutto in Giappone), che in pochi minuti farà evaporare la maggior parte dell'acqua contenuta nelle foglie. Le foglie riscaldate assumono una consistenza molliccia e possono essere piegate per favorire l'eliminazione dei residui d'acqua. La piegatura varia in base alle varietà: il Gunpowder è tipicamente arrotolato a formare delle palline, mentre il Lu'an Guapian o anche il Lung Ching sono piegati in lunghezza in modo, da assomigliare ai semi del melone, da cui il nome cinese; altri infine sono attorcigliati come piccoli serpentelli. Le foglie lavorate sono sottoposte di nuovo al calore e quindi di nuovo piegate e infine lasciate a seccare fino a che non raggiungono la colorazione definitiva. Il tè verde giapponese è generalmente lavorato allo stesso modo con la sola differenza dell'uso del vapore.

Il Tè Bianco, è uno dei tè cinesi più preziosi e ricercati, alcuni tipi di Yin Zhen (Aghi d'argento) sono costosissimi e sono raccolti esclusivamente in determinati giorni dell'anno. Per produrre il tè bianco si raccolgono i germogli prima che si schiudano e poi si lasciano appassire ed essiccare, senza sottoporli a calore diretto. Il risultato è costituito da foglie che assumono un caratteristico colore argenteo e danno un infuso molto chiaro e delicato. È prodotto in quantità minime e solo una parte raggiunge l'Europa. Ecco perché ha spesso prezzi proibitivi.

Oolong, subiscono un parziale processo di ossidazione e quindi hanno un colore quasi scuro (i francesi li chiamano **Bleu-verts** in virtù delle sfumature verde blu che hanno alcuni di essi) e producono infusi più corposi e dal sapore più intenso di quelli verdi. Sono prodotti principalmente nel Fujian e a

Taiwan, il nome deriva dall'inglesizzazione del termine cinese Wu Long (Drago nero). Le foglie destinate a produrre tè semifermentati non vengono raccolte troppo presto e vengono invece lavorate subito: appassite alla luce diretta del sole, sono poi messe in recipienti di bambù e agitate in modo da frantumare i bordi e questo procedimento si protrae fino a ottenere il grado di fermentazione desiderato. Il tè si presenta a foglie intere che dopo l'infusione evidenziano i caratteristici bordi arrossati prodotti dal processo ossidativo.

Il Tè Nero, è prodotto principalmente in India e nei paesi africani per accontentare il gusto occidentale che richiede tè forti e ricchi di teina, capaci di sostituire egregiamente il caffè. Ma anche la Cina produce ottimi tè neri,

speciamente nello Yunnan e nel Fujian, patria del tè affumicato. La lavorazione può essere suddivisa in quattro fasi: *appassimento, arrotolamento, fermentazione e essiccazione*. Le foglie sono messe ad



La raccolta del tè nello Sri Lanka

appassire e poi, quando sono ancora morbide, arrotolate senza spezzarle. L'arrotolamento fa fuoriuscire gli olii essenziali dalle foglie e contribuisce a fissare l'aroma e il colore finale del prodotto; ormai raramente questa operazione è manuale essendo stata sostituita da macchine. In seguito, le foglie sono srotolate in un luogo freddo e umido e lasciate a ossigenarsi per almeno 3-4 ore. Il contatto con l'ossigeno produce la fermentazione e fa colorare le foglie verdi di rosso. Infine, si procede con l'essiccazione attraverso la somministrazione di calore che scurisce ulteriormente le foglie e ne blocca il processo decompositivo.

Tè Aromatizzato. Per la realizzazione di tè aromatizzato sono indifferentemente usati

sia il tè verde, che il nero, che l'oolong. Due i procedimenti: quello tradizionale cinese che consiste nell'aggiungere alle foglie di tè petali o boccioli di fiori che alla fine saranno tolti. In Cina si chiamano *Hua Cha* (tè ai fiori) o *Hsiang Pien* (Frammenti Profumati). Tra le essenze più usate ricordiamo il gelsomino, il crisantemo dolce, il loto e i petali di rose. L'altro metodo prevede l'aggiunta alle foglie di tè di olii essenziali e in questo caso il numero degli aromi possibili è infinito. Alcune varietà pregiate di tè al loto erano preparate mettendo le foglioline nella corolla del loto prima che si chiudesse e lasciandovele per una notte, il mattino il tè al loto era pronto.

Tè Pressato. In Cina è tradizione millenaria preparare il tè in panetti pressati per conservarlo e renderlo più idoneo al trasporto. Anche oggi alcune varietà vengono pressate e commercializzate in varie forme: a nido, a mattonelle, in palline e a tazza. Il più famoso tra i tè pressati è certamente il Pu'erh cui i cinesi attribuiscono molte proprietà curative (digestione, dissenteria, colesterolo alto). È sicuramente l'unico tè che può essere conservato a lungo (grazie al processo di preparazione) e certi tipi sono addirittura lasciati affinare in cantina per anni. Alcuni collezionisti possono vantare "puerh" vecchi di oltre un secolo.

I paesi produttori

Quando alla fine del XVIII sec. si accertò che il clima dell'India era idoneo alla coltivazione del tè, nessuno immaginava che ci fosse addirittura della varietà autoctona, la *Camellia Assamica*. Invero già nel secolo precedente gli esploratori avevano segnalato la presenza di una pianta che era alternativamente utiliz-

zata alla stregua dell'insalata e in infusione. La produzione commerciale del tè si sviluppò solo verso la metà dell'Ottocento quando le prime piantagioni vennero impiantate nella zona dell'Assam. Da allora la coltivazione del tè si è estesa ad altre regioni e oggi l'India, con 13.000 giardini, è il maggior produttore di tè del mondo.

Il tè a **Ceylon** è arrivato a seguito di una grande epidemia di *Hemileia vastatrix*, un fungo che distrusse tutte le piante di caffè, la coltura predominante nell'isola. Ceylon è al terzo posto nella classifica dei maggiori produttori di tè che è coltivato nella parte meridionale dell'isola in sei regioni di produzione, ad altezze che vanno da 900 a oltre 2000 metri. I raccolti migliori si eseguono da fine giugno

a fine agosto. Come in India, anche nello **Sri Lanka** il tè è coltivato in giardini che assegnano il proprio nome ai tè che vi sono coltivati.

La Cina è la culla del tè e ancora oggi è uno dei maggiori produttori di tè al mondo. Le piantagioni si trovano principalmente nelle province del sud e nelle re-



La raccolta del tè Tung Ting in Taiwan

gioni centrali. I tè cinesi non sono proposti per giardino, ma si distinguono per varietà che rispondono a standard di qualità ben definiti, magari accompagnato da indicazioni riguardanti la zona specifica di provenienza o al periodo della raccolta. Le regioni cinesi che producono tè hanno un clima umido con piogge costanti e ben distribuite nel corso dell'anno. La raccolta migliore, sia in termini quantitativi sia qualitativi, è effettuata dalla metà di aprile alla metà di maggio.

L'Indonesia è un arcipelago dell'oceano Indiano, le sue isole principali sono Celebes, le Molucche, Giava, Sumatra, la maggior parte del Borneo e la metà della Nuova Guinea. Il

tè è stato portato dagli olandesi, agli inizi del 1700, che ne iniziarono la coltivazione utilizzando le varietà *Assamica*. Il tè è prodotto principalmente a **Giava e a Sumatra**, dove sono attive 16 fabbriche, principalmente di tè nero (CTC ovvero sminuzzato per le bustine) e di tè verde (spesso aromatizzato al gelsomino). I tè prodotti in Indonesia sono tè robusti e rotondi, che tollerano bene l'aggiunta di latte, sono soprattutto destinati alla produzione di miscele.

A **Taiwan** si producono soprattutto tè semi-fermentati (Oolong). I migliori sono il Tung Ting, l'Oriental Beauty e i tè Bao Zhong.

In **Giappone** si produce solo tè verde, che viene in gran parte

assorbito dal mercato interno. Coltivato in cespugli bassi, modellati per assomigliare a delle morbide onde che rendono i giardini assolutamente splendidi. La varietà più pregiata si chiama **Gyokuro** ed è coltivata nel dipartimento di Uji, la stessa provincia dove venne avviata la coltivazione nel XIII secolo. Prodotto con le

foglie raccolte in piantagioni selezionate e una sola volta nel corso dell'anno, la caratteristica di questo tè è dovuta alla ricchezza di clorofilla delle foglie che viene favorita dalla copertura delle piante nel periodo precedente al raccolto che filtra circa il 90% dei raggi solari. Altro tè importante è il **Matcha**, il tè in polvere che si usa nel **Cha-no-yu**, la cerimonia del tè e che è prodotto con le foglie del Gyokuro ridotte in polvere finissima con mole di pietra. È preparato battendolo in una ciotola larga e con poca acqua calda creando proprio quella "schiuma di giada" che dà il nome al tè. Il **Sencha** è uno dei tè più diffusi e consumati, alcune varietà sono molto pregiate e costose perché prodotte con le foglie migliori e più tenere delle piante, torrefatte a vapore e poi lavorate fino a somigliare a

piccoli aghi. Il **Bancha** è prodotto con le foglie più grosse e dure della pianta cui sono aggiunti spesso anche i rametti, costituisce la maggior parte della produzione giapponese ed è consumato al naturale, o tostato e venduto con il nome di **Hojicha**. In ultimo, merita una menzione il **Genmaicha**, prodotto sempre con il Bancha cui però sono aggiunti riso e grano soffiato che danno all'infuso un sapore molto caratteristico e indicato per la colazione. Da ricordare poi le splendide teiere in ghisa originarie della regione di Iwate, che i giapponesi lasciano leggermente ossidare per garantirsi un alto apporto di ferro.

L'**Africa** riveste ormai un ruolo di primo

piano nella produzione di tè, infatti, si colloca al terzo posto tra i maggiori produttori mondiali, dopo India e Cina. Il tè in Africa fu introdotto solo alla fine del XIX sec. grazie agli Inglesi che cercavano nuove fonti di approvvigionamento al sempre crescente consumo della madrepatria. Furono alcuni coloni tedeschi a coltivarlo sulle pendici



Coltivazione di tè in Indonesia

ci del Monte Camerun e in Tanzania con ottimi risultati. Molti paesi si sono convertiti alla coltivazione del tè, tra questi vanno segnalati sicuramente il Camerun e ovviamente il Kenya, in assoluto uno degli Stati con la maggiore e migliore produzione nel mondo. Il tè prodotto in Africa è principalmente nero e lavorato sia in foglia intera che spezzata. Sta riscuotendo notevole popolarità, per le sue proprietà benefiche, il **Rooibos** (Rooibosch - Rositea) o tè rosso. Originario del Sud Africa consiste nelle foglie essiccate di una pianta locale (*Aspalathus linoaris*), molto profumato e dal gusto dolce, che acquisisce il suo tipico colore rosso solo dopo la lavorazione. Parte della sua popolarità è dovuta alla completa assenza di teina e alla ricchezza di vitamina C, sali minerali e proteine.



Centrale del Latte d'Italia

EXPERT

**MI
NU
TO**

**La nuova linea
di dessert pronti
in pochi passaggi**



Centrale del Latte d'Italia S.p.A.
www.centralelatteitalia.com

Anteprima della Vernaccia di San Gimignano, la “Regina bianca” toscana



Dal 15 al 18 maggio 2025 ha avuto luogo l’Anteprima della Vernaccia di San Gimignano / Wine Fest, tenutasi all’interno dei saloni del Museo di Arte Moderna e Contemporanea De Grada dell’omonima e medievale città turrita. Già dalla passata edizione si svolge nel mese di maggio, anziché in quello di febbraio come in passato e non più assieme alle altre Antepri-me di Toscana. Quattro giorni, i primi due dedicati alla stampa, mentre il terzo e il quarto apre i battenti anche ad appassionati e operatori professionali. In degustazione c’erano le annate 2024, 2023 e Riserva 2023, oltre a qualche altra vecchia annata. La Ver-

naccia di San Gimignano affonda le sue radici nel lontano passato e vanta oltre 1000 anni di storia, è stato il primo vino in Italia a ottenere la Denominazione di Origine Controllata nel 1966, un dato davvero significativo. La regina bianca o ribelle nella terra dei rossi è decisamente cresciuta qualitativamente. Appuntamento già fissato per il prossimo anno dal 14 al 17 maggio 2026.

Molto interessante l’“Appenninia Wine Festival”

La terza edizione di Appenninia Wine Festival si è svolta, all’interno dello Spazio Brizzolari di Scarperia e San Piero (Fi), nei giorni 18 e 19 maggio 2025. Una kermesse, con vini in degustazione che sono prodotti lungo l’arco appenninico, rivolta sia agli appassionati di vino sia a operatori professionali. Erano presenti numerosi produttori toscani ed emiliano-romagnoli oltre ad alcuni provenienti da altre regioni del nostro arco montuoso. Durante l’evento c’è stata un’interessante tavola rotonda con vari argomenti trattati: dal calo dei consumi, ai cambiamenti climatici con conseguenti vantaggi in territori simili, la sostenibilità in tutte le sue accezioni, viticoltura eroica, comunicazione e mercati. I vini dell’Appenninia Wine Festival rappresentano un territorio molto ampio che presenta diverse caratteristiche legate ai differenti vitigni, alle altimetrie, ai suoli e al microclima in ben 15 regioni dell’Appennino. Tra i problemi ci sono quelli legati allo spopolamento di piccoli borghi, al dissesto idrogeologico, alla viabilità e ai servizi socio-sanitari carenti rispetto alla città. Pertanto, vanno grandi meriti ai produttori che sono rimasti a vivere in questi luoghi montani e pedemontani.



*Pagina a cura di Adriano Guerri
Sezione AMIRA Toscana Felix*

Dal 1961 a oggi, con lo sguardo al futuro, vestiamo chi lavora tra ospitalità e ristorazione



a cura di Danila Mele
Direttrice Commerciale La Casa della Divisa

Ogni mattina, entrando nella sede attuale di Casa della Divisa, ritrovo la stessa cura che guidava l'azienda già nel 1961, quando in una bottega di Senigallia i genitori di Marco Esposto cucivano le prime uniformi. Oggi lo spazio è più grande, le tecnologie sono digitali e la logistica raggiunge ogni angolo d'Italia, ma la filosofia non è cambiata: ascoltare, comprendere e trasformare le esigenze dei professionisti dell'ospitalità in capi d'abbigliamento e accessori che li aiutino a lavorare meglio e a farsi riconoscere con stile fin dal primo sguardo dai colleghi e dai clienti.

In qualità di Direttrice Commerciale dell'azienda, le mie giornate scorrono fra telefonate, incontri, videocall e campionari di tessuti e prodotti

d'eccellenza. Incontro: chef, maître, camerieri, addetti ai piani e studenti di scuole alberghiere e professionali; tutti che mi raccontano turni, temperature di cucina, palette del locale ed è proprio da lì che parte la ricerca e l'innovazione per offrire sempre il prodotto migliore.

Perché il prodotto migliore

vimento, di quel dettaglio – un'impuntura, un ricamo, un bottone – capace di firmare l'identità di una squadra e dare personalità a un locale. Il servizio sartoriale resta il nostro valore aggiunto: modella la divisa su ogni gesto e fa sentire ciascun componente parte di una storia condivisa.

Dal 2019, questa nostra visione di prodotti e servizi cammina insieme all'AMIRA e a tutti i suoi soci. Progettare la linea di rappresentanza e la collezione casual non è stato solo un esercizio di stile; ci ha permesso di creare insieme un codice visivo che rende i soci AMIRA unici e rico-



*Al centro, Danila Mele, al Congresso AMIRA di Palermo,
con alcuni soci della nostra associazione*

è quello che risponde perfettamente alle esigenze del cliente al lavoro: da qui nasce l'idea del materiale che "respira" (super traspirante), del taglio che non ostacola il mo-

noscibili in eventi, congressi e competizioni. La collezione casual, inoltre, ci ha permesso di creare una serie di prodotti pensati per garantire massime prestazioni anche al di fuori

Dalle aziende

del contesto lavorativo: un modo per migliorare la qualità di vita di ogni socio garantendogli comfort e qualità anche nel proprio tempo libero o durante le attività associative. Ovviamente, aggiorniamo il catalogo ogni anno, perché il senso di appartenenza si rinnova anche attraverso ciò che si indossa.

Innovare significa anche garantire tempi di consegna certi, dalle Alpi alle isole, e questo avviene grazie al nostro nuovo magazzino, efficiente e ricco di referenze, che ci consente di garantire ai nostri clienti tempi brevi, facilità di riordino e riassortimento. Inoltre, in questi anni abbiamo sviluppato sempre più l'e-commerce (www.casadeladivisa.it) che permette di acquistare tantissimi prodotti, aggiungere il ricamo e altre personalizzazioni (realizzate dal nostro ricamificio interno) e ricevere tutto direttamente sul luogo di lavoro: la versione digitale di un negozio professionale. Il mondo dell'ospitalità corre veloce, tra tessuti sostenibili e nuovi modi di accogliere, ma la nostra missione resta chiara: offrire uniformi che uniscano stile, funzionalità e comfort. Quando vedo un team muoversi in sala con naturalezza nelle nostre divise, so che il filo partito da Senigallia continua a cucire, con precisione e passione, la trama dell'ospitalità italiana.



Il giubbino AMIRA



La felpa AMIRA



La giacca di rappresentanza AMIRA

Chi dice Nizza Docg, dice Barbera



a cura di Adriano Guerri
Sezione AMIRA Toscana Felix

Il vino Nizza Docg è un gioiello e fiore all'occhiello dell'enologia piemontese. La denominazione Nizza Docg è nata nel 2014 e il vitigno principe che la origina è la Barbera. Prima della costituzione della suddetta Docg faceva parte della denominazione Barbera d'Asti Docg. L'areale di produzione del Nizza Docg si trova in una zona collinare, nel cuore del Monferrato in provincia di Asti e ricade in ben 18 comuni: Agliano Terme, Belveglio, Bruno, Calamandrana, Castel Boglione, Castelnuovo Belbo, Castelnuovo Calcea, Castel Rocchero, Cortiglione, Incisa Scapaccino, Moasca, Mombaruzzo, Mombercelli, Nizza Monferrato, Rocchetta Palafea, San Marzano Oliveto, Vaglio Serra e Vinchio. Siamo in uno straordinario lembo di Piemonte iscritto al World Heritage UNESCO, altamente vocato alla coltivazione della vite. Le uve di Barbera hanno trovato in queste zone condizioni propizie per dare origine a vini espressivi e di elevata qualità. La varietà, prevista per il Nizza, è esclusivamente quella della Barbera in purezza. Nel disciplinare di produzione sono previste 4 diverse tipologie: Nizza e Nizza Vigna (invecchiamento minimo 18 mesi di cui 6 mesi in legno), poi Nizza Riserva e Nizza Vigna Riserva (invecchiamento minimo 30 mesi di cui 12 mesi in legno). Il suolo è di origine marnosa, tra cui argilla, sabbia e arenaria. Il clima è prevalentemente continentale con inverni rigidi e avari di precipitazioni, primavera e autunni piuttosto piovosi ed estati calde e torride. A livello sensoriale è di un bellissimo colore rosso rubino, intenso, tendente al granato con l'in-



vecchiamento. I sentori sono di ciliegia, prugna, bacche scure, che evolvono in sentori di confettura e frutta sotto spirito, accompagnati da note balsamiche, speziate e talvolta floreali; con l'affinamento in legno emana sentori di cannella, polvere di cacao e liquirizia. Al palato è pieno, vellutato, avvolgente e persistente. Un vino molto versatile, a tavola trova abbinamento con svariate preparazioni, soprattutto con i piatti tradizionali piemontesi, con carni

rosse brasate e formaggi di varie stagionature, in funzione dell'annata. Alcuni produttori: Montalbera, Michele Chiarlo, Vietti, Prunotto, Vinchio Vaglio, Gianni Foglia, Marengo, Vinory, Mauro Sebaste, Cascina Lana e Vinicola Arno. Stefano Chiarlo dell'azienda Michele Chiarlo è il presidente dell'Associazione Produttori del Nizza. Ogni anno, nel mese di maggio, a Nizza va in scena l'evento enoico "Nizza è Barbera". In questi giorni la città del Monferrato si trasforma in una grande capitale del vino e vi è la possibilità di degustare varie tipologie di vino.


COBUE
THE WINE FAMILY





COBUE Wine Resort
Loc. Cobue sopra
25010 Pozzolengo (BS)
030 9108319
info@cobue.it www.cobue.it

lasciatevi sorprendere dall'**EMOZIONE**

di un **PULITO** di **QUALITA'**



NOLEGGIO E LAVAGGIO BIANCHERIA PIANA SPUGNE TOVAGLIATO GUANCIALI PIUMINI



Una moderna lavanderia industriale e un partner strategico per la fornitura di servizi integrati di noleggio e lavaggio della biancheria piana, delle spugne e del tovagliato.

La sicurezza igienica della biancheria è la nostra priorità, un servizio calibrato sulle caratteristiche del vostro albergo e ristorante la nostra proposta.

Sempre al vostro fianco nelle scelte di ogni giorno con l'obiettivo di garantirvi un elevato standard del servizio offerto per regalare a voi e ai vostri clienti l'emozione di un pulito di qualità.



Il “servizio a piatto con cloche”: eleganza, efficienza e tradizione nei grandi eventi



di Carlo Bonito
sezione AMIRA Sicilia Occidentale

Nel mondo della ristorazione di alto livello, il servizio a piatto con cloche rappresenta un'eccellenza. Scelto spesso per grandi eventi, cerimonie ufficiali, banchetti istituzionali e ricevimenti di gala, questo tipo di servizio unisce la precisione tecnica all'effetto scenografico, offrendo un'esperienza che valorizza al massimo il lavoro della cucina e il confort degli ospiti. Ma oltre al suo lato pratico e spettacolare, il servizio con cloche vanta anche una storia affascinante che affonda le radici nella tradizione francese.

Un po' di storia: dalle corti reali alla ristorazione moderna

Il servizio a cloche nasce alla corte francese del XVII° secolo, in un contesto dove l'etichetta e l'eleganza dettavano le re-

gole della tavola. I banchetti dei nobili e dei re (tra cui Luigi XIV, il Re Sole) erano veri e propri spettacoli, in cui ogni portata doveva sorprendere e incantare. Le cloche (dal francese “campana”) venivano utilizzate per mantenere caldo il cibo, ma anche per creare un momento di rivelazione scenografica, in cui ogni piatto si svelava come un'opera d'arte. Nel tempo, questa tecnica si è evoluta: dalla classica cloche in argento cesellato si è passati a versioni più moderne in acciaio inox, ma il concetto di servizio raffinato e spettacolare è rimasto invariato.

In cosa consiste il servizio a piatto con cloche

Il servizio prevede che:

- Ogni portata venga impiattata in cucina, curata in ogni dettaglio;



- Il piatto sia coperto con una campana, che ne conserva calore e aromi;

- Il cameriere porti il piatto in sala e, su segnale del maître, sollevi la cloche in modo sincronizzato, davanti all'ospite. Questo gesto, tanto semplice quanto coreografico, trasforma il momento del servizio in un'esperienza multisensoriale, valorizzando il piatto sia visivamente sia olfattivamente.

Perché è il servizio più consigliato per i grandi eventi?

- **Eleganza e impressione scenografica** - Durante eventi importanti, ogni dettaglio conta. L'apertura simultanea delle cloche crea un effetto “teatrale” che impressiona positiva-



mente gli ospiti, rendendo memorabile l'esperienza.

- Preservazione della qualità del piatto - La campana mantiene la temperatura ideale e protegge il cibo da contaminazioni esterne, assicurando che il piatto arrivi in tavola come previsto dallo chef.

- Ordine e uniformità nel servizio - In situazioni con decine o centinaia di coperti, il servizio con cloche consente una distribuzione ordinata, professionale e sincronizzata, migliorando la logistica di sala.

- Soddisfa standard formali e istituzionali - È spesso richiesto nei protocolli ufficiali (ambasciate, ricevimenti di Stato, cene con personalità di rilievo), perché risponde a criteri di formalità, sicurezza e precisione.

- Valorizzazione del lavoro di cucina - Il servizio con cloche



permette allo chef di controllare totalmente l'impattamento, proteggendolo fino al momento della presentazione.

Quando evitarlo?

Nonostante i suoi numerosi vantaggi, il servizio a cloche non è adatto a tutte le occasioni. In eventi informali, cene rustiche o banchetti all'aperto, potrebbe essere eccessivo o lo-

gisticamente complicato. Inoltre, va evitato per piatti freddi, fritti o con elementi croccanti, che potrebbero risentire dell'umidità all'interno della campana.

Conclusione

Il servizio a piatto con cloche è molto più di un semplice metodo di presentazione: è una vera e propria espressione di stile, attenzione e rispetto per l'ospite. La sua combinazione di estetica, funzionalità e storia lo rende il servizio ideale per i grandi eventi, dove ogni dettaglio concorre a creare un'atmosfera unica e impeccabile.

Scegliere questo tipo di servizio significa offrire un'esperienza d'eccellenza, dove cucina e sala lavorano in perfetta armonia, trasformando ogni piatto in un momento di emozione.



AZIENDA VINICOLA RIVERA S.P.A, S.P.231 Km. 60,500 - 76123 Andria (BT)
Telefono: +39 0883 56 95 10 / 56 95 01 - www.rivera.it

L'Hotel Windsor di Melbourne, simbolo dell'ospitalità australiana



di Simone De Feo
Sezione AMIRA Paestum

Nel cuore di Melbourne, affacciato su Spring Street, si erge uno degli edifici simbolo dell'ospitalità australiana: l'Hotel Windsor. Costruito nel pieno della corsa all'oro vittoriana e del primo boom rurale dell'Australia alla fine del XIX° secolo, l'hotel, inizialmente conosciuto come The Grand Hotel, aprì ufficialmente le sue porte nel dicembre del 1883. A immaginarlo fu il magnate delle spedizioni George Nipper, che ne affidò la progettazione all'illustre architetto britannico Charles Webb. Lo stile prescelto fu un revival rinascimentale, sontuoso e imponente, che conferiva alla struttura una maestosità degna delle grandi capitali europee dell'epoca. Pochi anni dopo, a causa di difficoltà finanziarie legate ad altri investimenti, Nipper fu costretto a vendere la proprietà. A rilevare il Grand Hotel fu l'onorevole James Munro che, in associazione con James Balfour, intraprese un ambizioso progetto di espansione e furono raddoppiati gli spazi. Quando riaprì nel 1888 con il nome Grand Coffee Palace, l'hotel abbracciò temporaneamente i dettami del Movimento per la Temperanza, vietando il consumo di alcolici. La parentesi, tuttavia, fu breve: Munro fu dichiarato fallito nel 1893, e quattro anni dopo l'hotel passò in mani nuove, riacquistando il nome originario e, soprattutto, la licenza per servire alcolici. Iniziava così l'epoca d'oro dell'hotel, che per buona parte del XX° secolo fu il fulcro della vita politica e culturale di Melbourne e dell'intera Australia. La sua vicinanza al Parlamento e agli uffici governativi lo rese una seconda casa per politici e funzionari. Un episodio emblematico: nel febbraio e marzo del 1898, il Comitato di redazione della Costituzione federale australiana si ritirò in una



*Il Grand Hotel Windsor
in una foto di fine 800*

suite del Grand Hotel per finalizzare i dettagli del testo costituzionale. Da allora, l'hotel ha ospitato primi ministri, attori, scrittori e celebrità internazionali. Nel 1923, in occasione della visita del Principe di Galles, l'albergo fu ribattezzato The Windsor, in onore della famiglia reale britannica. Negli anni '70, l'Hotel Windsor affrontò una delle sue sfide più grandi: la minaccia di demolizione. Fu grazie all'intervento del governo dello Stato di Victoria che si evitò la perdita di questo monumento storico. Nel 1980, il prestigioso Oberoi Group assunse la gestione della struttura, acquistandola definitivamente nel 1990. Il gruppo indiano, avvalendosi della consulenza di esperti del patrimonio storico, intraprese un'opera di restauro scrupolosa, riportando l'edificio al suo originario splendore. Nel novembre 2005, l'Hotel Windsor tornò a essere indipendente grazie all'acquisto da parte della famiglia Halim, che ne è tuttora proprietaria. Sotto la loro guida, l'impegno verso un servizio d'eccellenza è stato premiato: nel 2006 e 2007 la prestigiosa rivista Condé Nast Traveller UK ha incluso il Windsor nella lista dei 18 migliori hotel del mondo per qualità del servizio. Oggi, a distanza di oltre 140 anni dalla sua fondazione, l'Hotel Windsor è l'unico grand hotel urbano del XIX° secolo ancora operativo in Australia. Un primato importante che lo precede persino rispetto ad altri colossi internazionali dell'ospitalità come il Ritz di Parigi o il Plaza di New York. Con le sue 180 camere, di cui 20 suite, l'Hotel non è solo un albergo; è memoria vivente, è patrimonio culturale e un simbolo che continua a resistere con grazia, eleganza e una profonda consapevolezza del proprio passato. Stay tuned...



ARBUSTICO
OSTERIA



CHEF
CRISTIAN
TORSIELLO

PAESTUM
CILENTO
CAMPANIA
SUD ITALIA

SEE MORE ON:
OSTERIAARBUSTICO.IT

La cipolla di Breme, una dolcissima “sigulla”



di Carmen D'Ambrosio
Sezione AMIRA Paestum

La cipolla di Breme è una varietà di cipolla che è coltivata in Lomellina, alla confluenza dei fiumi Sesia e Po nel piccolo comune di Breme (PV), dove si trova l'abazia benedettina di San Pietro, del X sec. Qui giunsero nel 906 d.C. alcuni monaci provenienti dall'abazia di Novalesa, nel Torinese, per sfuggire alle incursioni saracene, che coltivavano nell'orto sul retro dell'abazia molti ortaggi, fra cui questa varietà di cipolla, “sigulla”, in dialetto.

È una cipolla dolcissima, molto digeribile, per cui non lascia alito sgradevole, croccante e dal colore rosso violaceo. È grande e schiacciata, il bulbo è delicato, profumato; raggiunge il peso medio di 600-800 grammi. Matura nel mese di giugno. Le sue qualità derivano dal terreno (pianeggiante, soffice, sabbioso, non argilloso), dall'origine golenale e dal microclima della zona. Ricca di vitamina C, vitamina E, ferro, selenio, iodio, zinco e magnesio, ha proprietà drenanti e fa abbassare il colesterolo.

La coltivazione è tradizionale, tramandata dai monaci della Novalesa ai Bremesi e poi passata di generazione in generazione. Si mettono a bagno i semi in sacchi di juta, con la luna calante di agosto. Una volta germinati si seminano in vivaio; a metà ottobre le piantine sono trapiantate in campo aperto. Si usano fertilizzanti naturali, di origine organica e si pratica la rotazione colturale: ogni due anni alle cipolle si alternano frumento e leguminose, in particolare i piselli. Le erbe infestanti si estirpano a mano, senza l'uso di diserbanti. Grazie alle caratteristiche morfologiche del terreno, che ha una falda alta, non è necessario irrigare neanche nei mesi estivi. La raccolta inizia a giugno e termina a fine agosto. Il segno che la cipolla ha raggiunto la piena maturazione si ha quando il gambo inizia a essiccare e si piega su se stesso. Le cipolle raccolte si lasciano qualche ora



in campo al sole, poi si spostano all'ombra, dove restano alcuni giorni per completare la maturazione e l'essiccazione.

Le cose buone della nostra Italia



La coltivazione di questo ortaggio, nel secondo dopoguerra, era quasi sparita, soppiantata da quella del riso. Nel 1982 la Polisportiva bremese, col patrocinio del Comune, organizzò la prima “sagra della cipolla”, salvandola così dall'estinzione. Nel 2006 è nata l'associazione dei produttori, sostenuta dal Comune. Nel 2008 è stata attribuita la De-Co, Denominazione Comunale di Origine; nel 2014, grazie all'Università di Pavia e alla Regione Lombardia, è stata iscritta nel registro nazionale

delle varietà orticole da conservare. Slow Food l'ha inserita nell'Arca del Gusto (un catalogo online che raccoglie i prodotti di tutto il mondo a rischio di estinzione, rappresentativi di una cultura o di un territorio) e nel 2020 ha istituito il Presidio, sostenuto dal Comune di Breme e dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

I semi sono conservati nella Banca del Gimnosperma vegetale dell'Università di Pavia, dove semi antichi di tutto il mondo sono conservati a -18°C. Dolcezza straordinaria: la Cipolla di Breme è famosa per il suo sapore dolce e delicato, al punto che può essere consumata cruda, quasi come fosse frutta.

Dimensioni notevoli: può raggiungere anche il chilo di peso, con bulbi molto carnosi e succosi.

Usi in cucina

Cruda in insalata: grazie alla sua dolcezza, è ottima affettata sottilmente con un filo d'olio e un pizzico di sale.

Caramellata o in agrodolce: perfetta per accompagnare carni o formaggi stagionati.

Zuppe e risotti: dona una base aromatica più morbida rispetto ad altre cipolle.

Marmellata di cipolle: una vera delizia per accompagnare secondi piatti o crostini.

Curiosità e tradizioni

Sagra della Cipolla di Breme: si tiene ogni anno a giugno, dove vengono proposte ricette tradizionali e rivisitazioni gourmet.

In passato, era usata anche come moneta di scambio tra i contadini, tanto era apprezzata.

Le foto sono tratte dal sito: www.cipollarossa-breme.it

Trattoria & Pizzeria dal 1990

“La Terrazza”

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

UNICA SEDE

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

POLLO SCUCCHIATO®

Il Primo, l'Unico, l'Originale!

5 cibi da non abbinare al vino



di Luca Stroppa

Diciamolo subito: il vino non è per tutti i cibi. Ci sono degli alimenti che presentano caratteristiche tali da rendere l'associazione con il nettare difficile, se non impossibile. Insomma, se lo scopo di ogni abbinamento è raggiungere una piacevole armonia sensoriale, meglio evitare qualche ingrediente scomodo.

Certo, i gusti personali non si discutono e ogni appassionato è libero di gustarsi il vino che preferisce con il piatto che preferisce. Del resto, parafrasando un famoso detto: "È buono ciò che piace".

In ogni caso, segnaliamo 5 alimenti che è meglio non abbinare al vino.

1. Finocchio



scherare i difetti e la scarsa qualità del nettare. Gli aromi del finocchio, infatti, sono in grado di sovrastare quelli del vino.

Il finocchio contiene un composto aromatico, chiamato "anetolo", che dona all'alimento il suo classico aroma e gusto di anice, dal notevole po-



È proprio il caso di dirlo: non farti infinocchiare! Un tempo, qualche oste disonesto era solito offrire ai clienti pane e finocchio per accompagnare il calice di vino che avevano ordinato.

Perché? Per ma-

tere dolcificante. Difficile per qualsiasi altro alimento e per il vino resistere alla forza coprente dell'anetolo senza che i loro profumi e sapori siano irrimediabilmente alterati.

Considerate che tra le usanze contadine di un tempo, al termine di ogni pasto, si mangiava del finocchio per rinfrescare e pulire la bocca, eliminando aromi o profumi residui. Certo, il nostro ortaggio può essere utilizzato in una miriade di ricette in cui, a volte, gioca un ruolo secondario. In questi casi, si può provare ad abbinare il nettare, ma quando è l'ali-

mento predominante meglio evitare.

2. Carciofo

Dal finocchio al carciofo. Ecco il secondo alimento che non ha un buon rapporto con la nostra bevanda preferita. Motivo? I famigerati tannini. Già, perché nei carciofi è presente la "cynarina",

un acido organico che contiene grandi quantità di tannini che, come ben sapete, sono presenti anche nel vino, soprattutto in quelli rossi. I tannini del carciofo associati a quelli del vino rosso generano una sgradevole sensazione di astringenza, ruvidità e secchezza. Anche con i vini bianchi, più o meno acidi, non va meglio: l'acidi-



tà del vino e l'astringenza dei tannini accentuano notevolmente la sensazione di "durezza". In realtà, se cotti, i carciofi perdono parte della loro tendenza e aggressività tannica, per cui un bicchiere di vino poco tannico e non troppo acido potrebbe accompagnarli. Ma in tutti gli altri casi non sa da fare! Tra le altre verdure che creano problemi con il vino non dimenticare broccoli, cavolfiori, cavoli, asparagi e spinaci.

3. Limone e aceto



Limone e aceto non chiamano vino. In cucina, solitamente, non sono utilizzati soli ma come condimento per arricchire e dare sapore a tantissimi piatti. Il punto della questione è il seguente: se

limone e aceto sono parte importante della ricetta e i loro sapori sono spiccatamente percepibili, allora niente nettare. I sapori di limone e aceto sono talmente dominanti da sovrastare quelli del vino.

Immaginate di condire la vostra insalata con una buona dose di limone o di arricchire con dell'aceto le vostre verdure grigliate o il vostro piatto di carne. L'acidità del limone e il sapore acre e pungente dell'aceto emergeranno in maniera netta e decisa. Per il vino è molto difficile, quasi impossibile, bilanciare questa sensazione. Discorso analogo per pompelmo e gli altri agrumi e anche per i sottaceti. Sembrerà strano ma, in certi casi, meglio bere acqua. Ah, dimenticavamo: a proposito di alimenti che possono sovrastare gli aromi del vino segnaliamo anche aglio e cipolla crudi ...

4. Frutta fresca (e il caso del caco)

Secondo il manuale dell'abbinamento vino e cibo, con la frutta fresca niente vino. L'elevata acidità e la scarsa struttura di buona parte di questi alimenti sconsi-



glia l'accostamento. Poco male diranno in molti. Del resto, quest'abbinamento non è troppo ricercato, soprattutto se consideri che la frutta fresca è consumata in momenti, all'interno o al di fuori del pasto, in cui (forse) si può anche rinunciare al vino.

Un discorso a parte merita il caco, soprattutto nelle sue varietà dette astringenti, particolarmente ricche di tannini. I tannini del frutto fanno a cornate con quelli del vino e la sensazione al palato non sarà affatto gradevole. Insomma: i cachi meglio mangiarli soli!

5. Gelato

L'ultimo alimento della nostra lista che non va a nozze con il vino è il gelato. Immaginate il classico cono o la coppetta con i vostri gusti preferiti o i ghiaccioli che vi rinfrescano nel corso delle giornate un po' più calde. Ecco, il vino è bandito.



Questione di temperatura: il gelato anestetizza le papille gustative. Il risultato è l'impossibilità di apprezzare gli aromi del nettare e di raggiungere l'armonia sensoriale derivante da un perfetto abbinamento. Ma non generalizziamo, non tutti i gelati sono da evitare. Con i gelati morbidi, come le creme, o con coppe arricchite con la panna montata, o ancora quando il gelato è inserito in un dolce più complesso con altri ingredienti "più caldi", è possibile abbinarci un vino da dessert.

Per concludere, dobbiamo fare una precisazione. Al giorno d'oggi sembra che ogni abbinamento sia possibile, basta fare attenzione e trovare la giusta combinazione, molto spesso derivante da preferenze personali. Ecco perché non è raro trovare consigli per abbinare vino e finocchio, vino e carciofi etc. etc. Del resto, come abbiamo scritto all'inizio del nostro articolo, "è buono ciò che piace" ... ma è innegabile che gli alimenti che vi abbiamo segnalato costringono ad affrontare problematiche che rendono l'accostamento difficile, talvolta impossibile.

Da: www.wineshop.it



**BORGOMOLINO**
Vigne & Vini



BORGOMOLINO VIA FONTANE, 3
31024 RONCADELLE DI ORMELLE (TV), ITALIA
TEL. +39 0422 851625 - FAX. +39 0422 851877
INFO@BORGOMOLINO.IT
www.borgomolino.it

Il salame crudo delle Valli Tortonesi, oggi, come 100 anni fa



a cura di Marco Contursi

In provincia di Alessandria ci sono tre Valli: Val Curone, Val Grue e Valle Ossona che sono un territorio particolarmente vocato all'arte norcina. Qui, sono prodotti, con metodi antichi, salumi di tradizione come salsicce, cacciatorini, cotechini, pancette, lardi e capocolli, che stagionano in antiche cantine in pietra viva come si faceva cento anni fa. Ma è, soprattutto uno, il salume principe di questo territorio a sud-ovest di Tortona: il salame crudo. È realizzato esclusivamente nei mesi in-



*I salumi delle Valli Tortonesi
(foto notiziepiemonte.it)*

vernali, quindi da dicembre a marzo, quando il freddo secco favorisce la lavorazione delle carni suine, con materia prima locale, maiali del peso di 180-200 kg, allevati all'aperto e nutriti con cereali e ortaggi. Si realizza un impasto, prendendo la polpa di spalla mondandola di nervi e cartilagini (ma possono essere utilizzati anche lonza, coppa, ritagli di prosciutto), la parte grassa invece è data da gola e pancetta e incide per circa il 30%. Si macina il tutto a grana sottile, aggiungendo pepe, sale e un infuso di vino e aglio. La stagionatura va dai 3 ai 18 mesi, in cantine in pietra, in cui il salame matura lentamente, grazie al microclima delle valli tortonesi e alle muffe che si sviluppano sul budello, rigorosamente naturale, contribuendo in modo importante al flavour finale del prodotto. Dopo alcuni mesi, dalle cantine è traslato in locali più alti, per permettere lo sviluppo ottimale delle muffe e favorire una ma-

turazione lenta e omogenea. Ovviamente, più è lunga la stagionatura e più avremo un prodotto complesso con profumi che ricordano la carne secca e note al palato di funghi, di nocciole, di noci e di cantina. L'abbinamento ideale è con il vino prodotto in queste valli, da vitigni quali il timorasso, il barbera, il dolcetto, lo stesso vino che ritroviamo nell'impasto tradizionale. Nel disciplinare di produzione sono banditi zuccheri, carni congelate e additivi di sintesi. Una tradizione norcina anti-

ca che oggi resta viva grazie alla creazione di un Presidio che coinvolge una cooperativa che alleva e trasforma esclusivamente la carne dei propri suini, la cui fama ha valicato queste valli. Oggi sono tanti i buongustai di tutta Italia che richiedono per le loro tavole questi prodotti dell'antica tradizione norcina delle Valli Tortonesi.



Lemon Drop Martini...

tra piante di felce e lampade Tiffany



a cura di Fabio Pinto
Tesoriere Nazionale Aibes

È un drink semplice, poco impegnativo e ben apprezzato dai palati più esperti, grazie ai quali il Lemon Drop Martini, dal 2011 a oggi, è stato sempre presente in lista IBA.

1969: Norman Jay Hobday, giovane ragazzo con tanta voglia di successo, ma con poche risorse finanziarie, decide di ristrutturare un piccolo locale a nord ovest di Broadway per ricavarne un bar dal tono allegro, dove la facevano da padrona piante di felci e qualche lampada in stile Tiffany. Il giovane Norman apre il suo Henry's Africa Bar di San Francisco, più conosciuto come "Fern Bar", dove il termine fern, in inglese, si riferisce alle evidenti piante di felce, tipica decorazione di quei ritrovi in un concept di spazio tendenzialmente frequentato da single in cerca di nuove conoscenze e nuove avventure. È in questo locale che nasce il cocktail Lemon Drop Martini, probabilmente ispirato alle caramelle inglesi al gusto di limone, le "lemon drop candy". Un drink a base di Vodka, il distillato più popolare del momento, semplice da preparare, con un equilibrio notevole tra

l'aspro e il dolce, presentato con una gustosa crosta di zucchero sul bordo di una coppetta Martini che le completa il nome.

Dagli anni '70 in poi, il drink di Norman Jay comincia a essere popolare in tutti gli Stati Uniti dove i Fern bar, e la conduttrice televisiva del momento Oprah Winfrey, sono gli elementi chiave nella

strada verso il successo del drink conclusosi con il suo inserimento nella lista IBA 2011.

2006: la famosa presentatrice del programma televisivo "The Oprah Winfrey Show" prepara in diretta un Lemon Drop Martini donando le dosi ai telespettatori che cominciano a richiederlo ai banconi dei bar statunitensi.

Lemon Drop Martini... Contemporary Classic... 101 Cocktail IBA 2024:

30 ml Vodka al Limone
20 ml Triple Sec
15 ml succo di limone 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 shakerare fino a diluizione desiderata.

Liberare la coppetta dal ghiaccio di raffreddamento eliminando accuratamente tutte le eventuali rimanenze di acqua.

Formare una crosta di zucchero sulla coppetta inumidendo il bordo con limone, adagiandolo poi in una vaschetta con zucchero semolato. Versare il drink appena shakerato filtrando con Strainer e decorare con fetta di limone.



Bologna, in 25 all'ospedale dopo una serata in discoteca. Ghiaccio contaminato?

In una discoteca di San Paolo d'Enza, nel reggiano, 25 persone si sono sentite male dopo aver partecipato a una serata organizzata dal locale. All'evento, lo scorso giugno, erano presenti circa 1.500 persone, quelle che hanno accusato malori sono state tutte soccorse per gravi problemi intestinali. Secondo quanto ricostruito, ad aver causato i malesseri sarebbe stato il ghiaccio contaminato dei drink, probabilmente a causa di un batterio. I clienti hanno accusato tutti gli stessi sintomi: nausea, dolori addominali, febbre. Il responsabile del locale, Enrico Bolondi, ha spiegato al Resto del Carlino che il ghiaccio, insieme ad altri prodotti, sono acquistati da fornitori esterni. (Fonte: www.ilmessaggero.it)



A cura di Diodato Buonora

Merano, servono "Grana" al posto del "Parmigiano": 4.000 € di multa!

Un errore che è costato caro a un ristorante di Merano (BZ) che sul menu aveva scritto genericamente "Parmigiano Reggiano", mentre, sul piatto arrivava il prodotto "Grana Padano". A vigilare e a "pizzicare" il ristorante, sono stati gli agenti del Consorzio tutela del Parmigiano Reggiano. Al ristorante 4mila euro di multa. Gli esperti sanno bene che, se il ristorante usa Grana Padano o anche Trentingrana (al posto del Parmigiano), deve dichiararlo nel menù oppure utilizzare una dicitura generica tipo «formaggio grattugiato o stagionato». Non si parla di più o meno buono, di qualità, ma di nome corretto e il Consorzio del Parmigiano Reggiano sta combattendo la battaglia per tutelare il proprio marchio di denominazione d'origine difendendolo dall'utilizzo casuale e generico che a volte fanno. (Fonte: www.gazzettadiparma.it)

Milano, un ristorante propone la "Carbonara" a 70 euro!

Il ristorante si chiama Procaccini (situato nell'omonima via a Milano, al civico 33), l'executive chef è Emin Haziri, con due stelle Michelin nel suo curriculum (ricevute quando era al timone del Bistrot Cannavacciuolo di Torino), nel suo locale il cuoco di origini kosovare ha proposto un menù rinnovato che mixa tradizione e innovazione. Il locale, oltre alle degustazioni che partono dai 110 euro e arrivano ai 165 euro, offre anche la possibilità di ordinare dei piatti alla carta. Tra questi la "Carbondoro", una rivisitazione in chiave gourmet della classica carbonara romana, proposta al prezzo di 70 euro. Il motivo di un prezzo così alto sono gli ingredienti utilizzati che sono di alta qualità: il guanciale è di maiale iberico Cinco Jotas, la pasta è del Pastificio Graziano di Avellino, mentre il pecorino è stagionato 30 mesi. Ad aggiungere un tocco innovativo sono i pistilli di zafferano e soprattutto i 10 grammi di caviale pregiato mischiati con tre foglie d'oro. (Fonte: www.fanpage.it)

A Domodossola c'è il più piccolo ristorante gourmet d'Italia

Siamo nel centro storico di Domodossola. Cristian Elena, cuiniere vulcanico e gentile, e la sorridente consorte in sala, non ricevono più di 6/9 commensali per ogni servizio nel proprio ristorante, che si chiama proprio Elena. Abbiamo letto la notizia sul sito del Gambero Rosso che lo descrive così: «Siamo in uno dei ristoranti più originali d'Italia, dove il "one man show" vale la sosta a Domodossola, magari nel corso di una gita in Svizzera passando dal Sempione, o arrivandoci in treno, sempre sulla linea ferroviaria del Sempione che porta oltre confine. La cucina dell'entusiasta Cristian Elena, assistito al meglio dalla moglie in sala, è colorata e spazzante, ed è spesso lui ad arrivare con il piatto in mano, col sorriso consapevole di portarti cose che non lasciano indifferenti. Una sciorinata di assaggi descritti sinteticamente e serviti "a pioggia": 12 amuse bouche e poi 6 o più piatti nel mezzo di un'altra serie di colpi di fulmine finali, con i "dolci o non dolci" a chiudere il cerchio. Nei due menu a 98 e 118 euro troverete solo dei colori e, come detto, descrizioni estremamente sintetiche: nero e argento, rosso e azzurro, marrone e arancione, arcobaleno... che sono poi i colori degli ingredienti impiegati con fantasia e tecnica e presentati in stoviglie assai originali. Da non dimenticare la vasta cantina e lo stimolante wine pairing.» (Fonte: www.gamberorosso.it)



dolcefreddo
MORALBERTI



www.moralberti.com/it

Ristorazione & Ospitalità di Luglio 1995

*The Island of Jersey / TUTTA... AMIRA
Appuntamento a Roma...
dal 24 al 29 novembre '95*



a cura di Diodato Buonora

In copertina c'è una foto dell'Isola di Jersey, dove c'era una sezione AMIRA, e si ricordava che il prossimo novembre, dal 24 al 29, ci sarebbe stato il Congresso AMIRA a Roma. All'interno, dopo il sommario, in una pagina ci sono le foto dei sei finalisti al concorso "Maître dell'Anno 1995" con le loro ricette. Per la cronaca, i finalisti erano: Massimo Arduini (Roma), Roberto Piatti (Milano), Antonino Lo Nigro (Palermo), Gabriele Speziale (Ticino), Antonio Squicciarini (Veneto) e Paolo Francesco Urso (Chianciano). Poi, ci sono 6 pagine, quasi tutte in inglese, di un evento che, con la presenza del Presidente Giuseppe Sinigaglia, era l'inaugurazione del "1995 Jersey Good Food Festival".

Poi, su questo numero, non mi ricordavo, c'erano ben 4 articoli del sottoscritto: Presentazione ufficiale vini Doc Castel San Lorenzo / L'Abruzzo a tavola / Alla scoperta della viticoltura francese - Vin de Table, Vin de Pays, AO-VD-QS e AOC: Qual'è

la differenza / Il gioco "Cerca la chiave". Come vedete, già 30 anni fa ero molto attivo con la "nostra" AMIRA!!!

Per il resto, sul numero "Anno XIX - N° 7 luglio 1995", le pagine erano, come al solito, 48. Le pagine di pubblicità erano 15; 4 sezioni Amira (Abruzzo, Calabria, Paestum e Puglia); 2 canti-



Rubini Giacomo

*All'interno una foto di 30 anni fa
di Giacomo Rubini,*

Vice Presidente Vicario Nazionale

ne: Libecchio e Ruffino; Frette e Bravi per abbigliamento professionale, il Consorzio Torrefattori Caffè e la Trattoria Al Buco di Palermo dell'attuale revisore nazionale Antonino Lo Nigro; poi, la pubblicità di Irinox con 1 pagina. Per

completare, c'erano 2 pagine miste e altri piccoli sponsors. Da leggere, oltre ai miei articoli, abbiamo trovato interessante:

- Pag. 10 - L'A.M.I.R.A. premia gli allievi del C.F.P.A. di Barolo di Michele Colucci
- Pag. 13 - Il vino di Capri di Antonio Maresca
- Pag. 17 - L'Associazione A.M.I.R.A. di Capitanata apre le porte alla storia dell'arte di Franco Di Maio
- Pag. 19 - Nave vichinghe, la Romagna fa centro di Giuseppe Amati
- Pag. 20 - Nel solco della tradizione, la buona cucina mantovana di Franco Dattilo



**Per ricevere il pdf di Ristorazione & Ospitalità
di luglio 1995,**

**e di quelli da dicembre 1990 a giugno 1995,
inviare una mail a dbuonora@libero.it
oppure un WhatsApp al 329 724 22 07.**

**È possibile richiedere, gratuitamente, i pdf
delle riviste digitali dal marzo 2018 a oggi.**

I Maîtres acchiappa VIP

Tra i tanti vantaggi di lavorare nella ristorazione c'è anche quello d'incontrare personaggi famosi. Se volete vedere pubblicata una vostra foto che avete fatto con un personaggio VIP, inviatela via email a dbuonora@libero.it



*Fily Gatto, sezione Amira Sicilia Occidentale
con l'attore Andy Luotto*



*Il cantautore Max Gazzè con Armando Onorato
della sezione Amira Paestum*



*Il cantante Francesco Gabbani con Giovannangelo Pappagallo,
Cerimoniere Nazionale Amira*



*La cantante Angelina Mango con Antonino Scarpinato,
fiduciario Amira Sicilia Occidentale*



*Il cantante Mahmood con Paolo Madonia,
sezione Amira Sanremo*



*Il cantante Sal Da Vinci con Dario Duro,
fiduciario Amira Napoli*



*Salvatore Gasparo, fiduciario Amira Milano,
con il calciatore Paolo Maldini*



Da oltre 40 anni Iceberg è un'Azienda leader nella distribuzione di prodotti alimentari freschi, congelati e surgelati riservati al settore Ho.re.ca. italiano.

Iceberg opera oggi in uno stabilimento certificato di 9.000 metri quadrati e dispone di 35.000 metri cubi di celle frigorifere.

La vasta gamma di prodotti ed un servizio di consegna puntuale, con la possibilità per i Clienti di effettuare acquisti di prodotti assortiti, sono i nostri punti di forza.

Migliaia di articoli, suddivisi tra prodotti ittici, vegetali, carni, preparati e semilavorati, pasta, dessert ecc. consentono ai clienti una scelta mirata alla propria linea di lavoro.



www.icebergitalia.it

Riprendiamo alcune pagine dal testo "I Migliori Vini d'Italia", un manuale Hoepli scritto da Arnaldo Strucchi (celebre enologo piemontese dei primi del '900) e pubblicato nel 1908. "Ulrico Hoepli - Editore libraio della Real Casa, Milano".



TOSCANA

La terra gentile che ha dato all'Italia il divino poeta, padre della lingua italiana, ed il grande poeta cantore della nuova Italia, agli stranieri, che ne visitano le ricchezze artistiche e la bellezza naturale, offre, insieme ai fiori onde si vestono i borghi e le città, frutti squisiti di rigogliose piante, che il divino poeta illustrò con versi immortali:

*«Vedi il calor del sol che si fa vino
Dentro l'umor che dalla vite cola».*

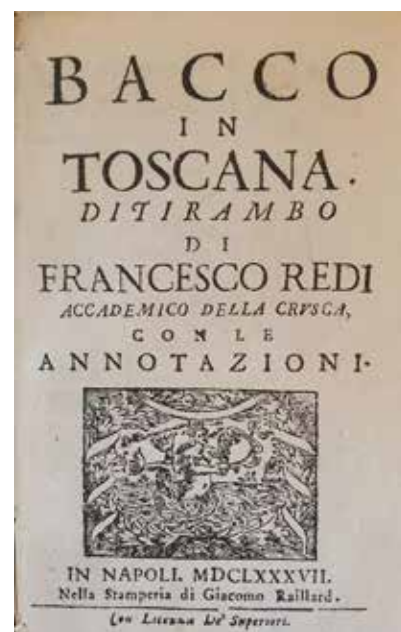
Il dolce clima toscano ha certamente una speciale azione benefica sul frutto della vite; ma una egualmente importante hanno la varietà del vitigno e la natura del terreno.

Se può dirsi che la deliziosa Toscana sia un solo e continuato vigneto ed oliveto, i migliori terreni per la produzione del vino sono quelli del periodo cretaceo, costituiti da galestri superiori, dal calcare compatto o pietra-forte. Una estesa formazione di questi terreni si allarga tra la provincia di Siena e quella di Firenze, con le graziose colline del Chianti, e prosegue, quasi circuyendo la città di Firenze, nella provincia omonima, con le colline di Carmignano, quelle di Serravalle

pistoiese, ritornando verso la valle della Sieve ed in questa inoltrandosi, per ricongiungersi, dopo Sant'Ellero, con il Chianti fiorentino. Là dove questa specie di terreno è più schietta, migliore è la qualità del vino che se ne ricava; così il Chianti che si produce da Radda a Greve, in puro cretaceo, è per finezza superiore a quello che si ottiene più verso Firenze, dove vasti residui di terreno eocenico posano ancora sul cretaceo più antico.

Anche la formazione eocenica, che, per età, viene dopo la cretacea, presenta dei terreni tutti buoni per la produzione del vino. I più fini si producono nell'arenaria, detta pietra morta, e basti per tutti citare quelli squisitissimi di Pomino.

Buoni pure sono i galestri o schisti argillosi e l'alberese. Questi terreni eocenici occupano un buon terzo della superficie della Toscana e dappertutto danno ottimi vini, non sempre paragonabili a quelli del cretaceo per finezza, ma pregevoli per gusto gradito e per giusto equilibrio dei componenti, quando il clima sia favorevole. Nel pliocene possono pure prodursi vini eccellenti, quando si abbia il tufo (sabbie gialle silico-



*Un libro del 1687
che parla di vini in Toscana*



calcaree) quasi puro, come succede nei dintorni di Montepulciano.

*

La provincia di Firenze primeggia per l'importanza della produzione.

Produce ottimi

vini rossi del Chianti, della Val di Sieve, di Pomino, di Carmignano. Si ottengono anche dei vini meno fini di questi, ma sempre molto pregevoli, nelle colline che soprastanno alle valli, e che fanno corona a Firenze, nelle quali Bacco aveva fissata la sua dimora, secondo narrava, or volgono due secoli, Francesco Redi, che fu medico valente quanto celebrato poeta bernesco, nel ditirambo «Bacco in Toscana»:

«Dell'Indico Oriente

Domator glorioso il Dio del vino

Fermato avea l'allegro suo soggiorno

Ai colli etruschi intorno;

E colà dove Imperial Palagio

L'augusta fronte inver le nubi innalza,

Su verdeggianti Prato

Con la vaga Arianna un dì sedea,

E bevendo, e cantando...».

*

Viene immediatamente dopo, per ordine d'importanza di produzione, la provincia di Siena, la quale, nei vini squisitissimi del Chianti, è forse superiore alla prima. Le colline del Montepulciano e dei dintorni di Montalcino offrono pure vini rinomati. Il Moscato di Montalcino è ricordato dal Redi nei versi:

« Del leggiadretto,

Del sì divino

Moscadelletto

Di Montalcino

Talor per scherzo

Ne chieggiò un Nappo, ...».

Peraltro la produzione del Moscato di Montalcino, come pure del Moscato di Petraja e di Castello, in Val di Pescia (Siena), che lo stesso Redi cantava:

«Ma lodato,

Celebrato,

Coronato

Sia l'Eroe, che nelle Vigne

Di Petraja, e di Castello

Piantò prima il Moscadello».

la produzione è assai scarsa, com'è anche dell'Aleatico e del Vin Santo di Siena, e limitata al consumo locale.

Il Vin Santo è preparato con il Trebbiano e con altre uve bianche fine appassite.

Il Montepulciano, è prodotto, esso pure, in piccola quantità, com'è di altri ottimi vini delle provincie di Siena e di Firenze. Il più conosciuto fuori d'Italia, il vino principe è indubbiamente il Chianti, che è il migliore vino da pasto italiano e che ha formata la fortuna della enologia toscana.

*

Nel volume «Notizie e studi intorno ai vini ed alle uve d'Italia» pubblicato dal Ministero di Agricoltura, Industria e Commercio nel 1896 è così descritta la produzione vinicola toscana:

Può dirsi che la Toscana sia stata la prima fra le regioni d'Italia a produrre il vero tipo di vino rosso da pasto, come appunto oggi lo richiedono il gusto dei consumatori e le esigenze del commercio vinario. Di tutti i vini rossi comuni da pasto italiani, quello toscano è il solo che viene consumato in notevole quantità, tanto in Italia che fuori. Ormai è sì grande la riputazione commerciale di questo vino, che il mercato interno e quello estero ne domandano assai più di quanto se ne produce; onde vedesi frequentemente spacciato per vino toscano, quello che veramente non è tale, ma che spesso molto vi assomiglia, dappoiché anche in altre regioni d'Italia si sono cominciati a produrre tipi di vino coi pregi e coi caratteri di quello toscano. Ed invero in non poche plaghe si hanno all'uopo condizioni di clima



Firenze - Borseggio del Vaso (Costumi Toscani)



e di terreno molto adatte non solo, ma si coltivano già i vitigni le cui uve sono la base dei vini della Toscana (*S. Gioveto, Trebbiano, Canaiuolo e Malvasia*), e si seguono le stesse norme di coltura e di vinificazione quivi adottate.

Il rinomato vino toscano si suole porre comunemente nei *fiaschi*, recipienti caratteristici di questa regione, che hanno incontrata molta simpatia non solo in tutte le città italiane, ma, da qualche tempo in qua, anche nelle principali metropoli d'Europa e d'America; dove siffatti recipienti, o a collo lungo o a collo corto rivestiti opportunamente di *schiancia* (erba palustre), fanno bella mostra nelle vetrine delle rinomate *fiaschetterie*, vero tipo caratteristico del negozio di vini italiani; e da noi, principalmente in Toscana, rallegrano il desco delle modeste famiglie. Di tutti i recipienti di vetro, il fiasco toscano è il più economico. Ordinariamente è della capacità di due litri e poco più; vi sono poi i fiaschetti, che contengono più d'un litro (mezzo fiasco o fiaschetto di boccale), o mezzo litro (un quarto di fiasco o mezzetta) o un quarto di litro (quartuccio); e vi hanno anche fiaschi da tre, quattro o cinque litri, detti comunemente *fiasconi*.

Le varie giaciture ed esposizioni dei terreni, le differenti condizioni di clima di questa regione, i diversi vitigni che vi si coltivano e le proporzioni varie in cui si mescolano le uve nella vinificazione, fanno sì che i vini toscani non possono essere tutti di un unico e medesimo tipo; certo la base del vino è generalmente costituita da una delle sotto varietà di *San Gioveto* e quindi riescono quasi tutti buoni e assomiglianti a quelli del Chianti, contrada della Toscana, nella provincia di Siena, maggiormente riputata per la finezza dei suoi vini.

Per dare un'idea concreta delle qualità e dei pregi dei vini che nei singoli luoghi produconsi, sogliono alcuni considerare questa regione come

divisa in due plaghe distinte, per quanto concerne il clima, cioè la plaga *continentale* e quella *marittima*. Sembra invece doversi accettare la divisione che i produttori, i commercianti e i consumatori adottano usualmente, dalla quale fanno dipendere i pregi e i valori commerciali dei vini. Essa consiste nel considerare la regione dei piani distinta da quella dei colli e delle pendici dei monti, e ciò tanto nella terra ferma che nelle isole. S'intende bene che le isole formano una parte a sé, rispetto a quella di terraferma, perché danno vini più generosi e con minore acidità libera, eccettuati però quelli ottenuti in posizioni molto elevate, o in non buone esposizioni. Venendo poi a particolareggiare distinzioni, e tenendo conto dell'esposizione delle terre e della loro maggiore o minore altitudine, conviene osservare che i vini ottenuti nella parte litoranea vanno distinti da quelli che da essa si allontanano, per maggior colore, più alcool, più tannino e acidità libera; nel loro complesso risultano al palato più ruvidi, e quindi richiedono più tempo per maturare: in sostanza hanno caratteri organolettici e composizione chimica tali, da ben prestarsi per le miscele con i vini più deboli. Conviene poi avvertire che nei terreni di pingue alluvione le viti, per il grande sviluppo che assumono, sono molto fruttuose, e porgono vini piccoli, o leggieri che dir si vogliano, ma abbastanza pregiati per pasteggiare; essi sono i primi ad entrare in beva. I migliori vini, però, si producono sulle colline ad una media altitudine: sono i veri vini da pasto comuni e fini, discretamente alcoolici, di bel colore rubino, sapidi e omogenei.

Nelle alte regioni, dove per il clima alquanto freddo le uve nostrali non arrivano a maturare bene e non permettono di ottenere vini pregiati, si sono utilmente introdotti alcuni vitigni stranieri e cioè: *il Pinot, il Gamay, il Cabernet, il Malbek, il Syrrah, il Riesling* e altri, i quali per la loro precoce maturazione hanno felicemente risolto il problema, conferendo ai vini maggiore finezza e profumo.

I migliori terreni per la produzione del vino in Toscana sono quelli calcarei argillosi, soprattutto quelli che derivano dagli *scisti galestrini* e dall'*alberese*.

I buoni vini da pasto toscani si ottengono da un giudizioso miscuglio di uve tanto rosse che bianche di alcuni degli accennati vitigni. Il miscuglio preferito dalla generalità dei viticoltori intelligenti, che producono pregiati vini rossi

da tavola, è costituito da sei o sette decimi di *San Gioveto* e da quattro a tre decimi di *Canaiuolo nero* in massima parte ed in minore proporzione di Malvagia o di Trebbiano fiorentino. La miscela delle uve bianche con il San Gioveto ha lo scopo di ingentilire il vino, rendendolo più vivace e più sciolto, e impartendogli, soprattutto con la *Malvagia*, gradevole aroma. Convieni però avvertire che, quando trattasi di produrre vini da invecchiare, si dà la preferenza alla Malvagia, giacchè i vini rossi, ottenuti con la voluta proporzione di uva *Trebbiano*, specie con quella di alcune sottovarietà a chicchi piccoli e con la buccia molto grossa, con l'andare del tempo non conservano il loro bel colore rubino e diventano ordinari e insipidi. Quando invece del Trebbiano si adopera la Malvagia, essi mantengono a lungo delicati, col colorito sempre vivo e col piacevole aroma che li distingue.

Per ottenere quella freschezza e vinosità che formano il principale pregio dei vini toscani, si usa la pratica del governo, che ormai può dirsi generalizzata in tutta la Toscana, che va già prendendo piede e si diffonde, non solo nelle regioni ad essa finitime, ma anche in quelle lontane e che probabilmente trova la sua giustificazione nella recente teoria sui fermenti. Prima di fare il governo del vino, si procede alla svinatura, togliendolo dal tino di fermentazione e ponendolo nelle botti, dove compie la fermentazione tumultuosa; e quando questa è cessata si travasa e si governa. Consiste il governo nell'aggiungere al vino, appena travasato (ordinariamente nel novembre), una certa quantità (da 3 a 10 per cento) di mosto con la vinaccia, ma senza graspi, subito dopo che è entrato in fermentazione, ottenuto da uve scelte, preferibilmente rosse, vendemmiate a parte e talvolta prima della raccolta generale, conservandole in luoghi asciutti e ventilati. I vitigni che producono le uve per il governo sono il *Colore*, il *Canaiuolo-colore*, il *San Gioveto*, il *Lacrima nera* del Valdarno e il *Mammolo dolce* del Pistoiese. Questa aggiunta ha per effetto di ridestare una nuova fermentazione alcoolica, con la quale si ottiene una maggiore vinosità e una più sollecita maturazione; il vino, oltre ad acquistare temporaneamente il frizzante, il quale deriva dalla anidride carbonica che tiene disciolta, diviene più colorito, più limpido e guadagna in finezza. Questa pratica del governo conferisce ai vini toscani delle qualità distinte e speciali, che li rendono accetti non solo ai consumatori della propria regione, ma bensì a quelli di altre parti



d'Italia. Quando il governo è fatto razionalmente non trascurando i travasi e le pratiche della sana enologia, i vini si conservano bene e lungamente, riescono più presto bevibili e acquistano limpidezza e profumo. L'anidride carbonica, di cui si arricchiscono, li rende *frizzanti*.

I vini da pasto toscani, ottenuti con metodi di vinificazione quasi identici, avendo tutti per base il *San Gioveto*, sono fra loro molto assomiglianti, e in commercio passano tutti col nome abusivo di *vini del Chianti*. La contrada del Chianti ha per centro e capoluogo Radda e si estende a nord fin presso Greve e a sud fino presso Siena. L'abuso del nome di *vino di Chianti* ha fatto nascere l'errore in molti, e specialmente all'estero, che Chianti sia il nome di un vitigno, mentre è quello di una ristretta contrada.

Predominano nella Toscana i vini rossi, ma non mancano quelli bianchi ben fatti, dal colore paglierino chiaro, con sapore fresco e profumo grato tali, da farli molto ricercare all'interno ed all'estero, specialmente nella Svizzera, in Germania e nell'Austria-Ungheria.

Questi vini, detti *vergini*, si preparano facendo fermentare il mosto separato dalle vinaccie. In pochi luoghi, come, ad esempio, l'isola dell'Elba e alcune contrade della provincia di Grosseto e di Pisa, si producono vini giallognoli, perché ottenuti facendo fermentare il mosto insieme con la vinaccia, i quali sono fortemente alcoolici e molto sapidi: essi però, specie quelli di terra ferma, servono esclusivamente pel consumo locale. Pochi sono i vini da *dessert*, e anche questi vengono quasi tutti consumati localmente, alcuni però vanno anche all'estero; meritano menzione il *Vin Santo* che preparasi col *Trebbiano* e con altre uve bianche appassite, l'*Aleatico* e il *Moscato*.



I locali del Cravattino d'Oro

ABRUZZO

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

BASILICATA

Ristorante PALAZZO GALA
Via Largo Consigliere Gala, 12
85044 **Acerenza (PZ)**
338 3343477
www.palazzogala.com

Hotel Ristorante HERMES
Strada Statale Jonica, Km 427+150
75025 **Policoro (MT)**
Tel. 0935 822011
www.ristorantehermespolicoro.it

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

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

Ristorante D'ANGELO SANTA CATERINA
Via Aniello Falcone, 203
80123 **Napoli**
+39 081 5789772
www.dangelosantacaterina.com

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

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

EMILIA ROMAGNA

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

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

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

FRIULI VENEZIAGIULIA

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

LIGURIA

Ristorante LA PRUA
Passeggiata F. Baracca, 25
17021 **Allassio (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

PIEMONTE

OPEN BALADIN
Piazza Foro Boario
12100 **Cuneo**
Tel. 0171 489199
www.baladin.com

Hotel Ristorante LA RUOTA
Strada Statale Monregalese, 5
12080 **Pianfei (CN)**
+39 0174 585701
www.hotelruota.it

Ristorante LA CORTE
Str. Cavallotta, 88
12038 **Savigliano (CN)**
+39 320 764 8435
www.mangiareallaruota.it

Bistrot LA PISTA
Via Porta Palatina, 19
10122 **Torino**
011 5223 3714
<https://ristorantelapista.com>

SARDEGNA

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

SICILIA

Ristorante ORASEA
Via del Cantone, 11
91022 **Marinella (TP)**
0924 186 6194
www.orasea.it



I locali del Cravattino d'Oro

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

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

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

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

RISTORANTE I RAGAZZI DI SIPARIO
Via dell'Ulivo, 8
50122 **Firenze**
+39 350 077 3117
info@iragazzidisipario.it

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

Ristorante GIOVIALE
Viale San Francesco d'Assisi, 6a
51016 **Montecatini Terme (PT)**
+39 0572 091059
www.ristorantegioviale.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/>

Ristorante IN CARROZZA
Vicolo delle Carrozze, 1
53100 **Siena**
338 7168 252
www.battisterosiena.com

TRENTINO ALTO ADIGE
Hotel CYPRIANERHOF
Via San Cipriano, 69
39050 **Tires (BZ)**
0471 642143
www.cyprianerhof.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 **Dossan (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

ALBANIA
THE CROWN Boutique Hotel and Spa
17, Rruga George W. Bush
1017 **Tirana**
+355 69 8030555
www.thecrowntirana.com

INDIA
ARTUSI Ristorante e Bar
M-24, Block M, Greater Kailash II, Greater Kailash Delhi
110048 **New Delhi - INDIA**
+91 88002 09695
www.artusi.in

ISOLA DI JERSEY
Hotel LA HAULE MANOR
La Neuve Route, **JERSEY JE3 8BS**
+44 1534 741426
www.lahaulemanor.com

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

Le Bistrot 14 CORS
Rte Cantonale Sierre-Montana, 39
3975 **CRANS-MONTANA (VS)**
+41 79 588 70 00
<https://14cors.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

la casa della divisa

dal 1964

Cucina - Sala e Bar- Ricevimento
Porter - Spa - Housekeeping - Manutenzione



Forniamo le migliori divise per il tuo staff



La Casa della Divisa - Senigallia - Via D. Corvi n.19
Forniamo prodotti e servizi in tutta Italia
331 7356086 Danila - www.casadelladivisa.it



Sconto del
10% per
tutti i soci