

Ristorazione & Ospitalità

A. M. I. R. A.

Organo ufficiale dell'AMIRA
Associazione Maîtres Italiani Ristoranti e Alberghi

Anno 49 - Numero 6
Giugno 2025

**Inchiesta AMIRA: I consigli degli "Amirini"
a chi vuole aprire un ristorante**



www.pregis.it



AL SERVIZIO DELLA RISTORAZIONE

PREGIS[®]



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

Ristorazione & Ospitalità



Anno 49 n° 6
Giugno 2025

Rivista di alimentazione,
gastronomia, enologia e turismo

EDITORE AMIRA
Associazione Maitres Italiani
Ristoranti e Alberghi

DIRETTORE RESPONSABILE
Diodato Buonora
dbuonora@libero.it

DIRETTORE EDITORIALE
Valerio Beltrami

GRAFICA E IMPAGINAZIONE
Veronica Gatta

CONTRIBUTI EDITORIALI
Carlo Bonito, Diodato Buonora,
Francesco Cerea, Massimiliano Chessari,
Marco Contursi, Enzo D'Adamo,
Carmen D'Ambrosio, Simone De Feo,
Giovanni Favuzzi, Luigi Franchi,
Adriano Guerri, Francesco Guidugli,
Francesco Mazzei, Alessandro Peleggi,
Fabio Pinto, Antonio Rotondaro,
Luca Stroppa, Endris Tosi.

NELLA FOTO DI COPERTINA
La sala del Ristorante L'Uorto
di Policastro Bussentino (SA)

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



ATTUALITÀ

7 Ad Alba il corso IFTS "Wine Hospitality Manager"
Alta Formazione gratuita dedicata al
mondo del vino

INCHIESTA AMIRA - COSA CONSIGLIATE A CHI VUOL APRIRE UN RISTORANTE?

8 Cosa consigliano gli "Amirini" a chi vuole
aprire un ristorante? Vediamo...
Diodato Buonora

LA LETTERA APERTA

16 Basta una settimana per imparare una mise en
place - Luigi Franchi

ATTUALITÀ

17 - Beltrami e Recchia ospiti a "Story-Time" di
Radio Canale Italia

20 - Com'è cambiata la ristorazione...
Antonio Rotondaro

21 - Turismo a Venezia: lo sfogo di un "amirino"
Endris Tosi

FORMAZIONE

22 Il lusso di un servizio che resta nel cuore
Massimiliano Chessari

SOLIDUS TURISMO - I PROFESSIONISTI DELL'OSPITALITÀ

25 Costruttiva videoconferenza del neo Consiglio
Direttivo - Francesco Guidugli

VINO E ATTUALITÀ

27 Il cambiamento climatico nel calice, come il vino
sta cambiando con il clima - Alessandro Peleggi

CULTURA E SOCIETÀ

28 Vino, diplomazia elvetica e alleanze
Francesco Cerea

EVENTI DI ... VINO

32 - Orcia Wine Festival 2025, ovvero "Orcia, il
vino più bello del mondo" - Adriano Guerri

Sommario



21



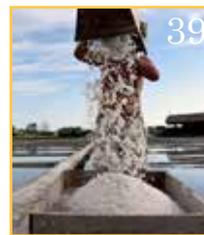
22



49



41



39



25

32 - "Only Wine 2025" con l'obiettivo di avvicinare i giovani al nettare di Bacco - Adriano Guerri

LE NOSTRE DOCG

33 Offida Docg, grandi vini bianchi e rossi delle Marche - Adriano Guerri

TECNICAMENTE... VINO

34 La "Malvidina" nel vino: ruolo, stabilità e prospettive alla luce dei cambiamenti climatici
Alessandro Peleggi

WEDDING E BANQUETING

37 Il tavolo "confettata" di una volta vs. lo "sweets table" di oggi: tradizione e tendenza a confronto - Carlo Bonito

I GRANDI ALBERGHI DEL MONDO

38 L' Hotel Regina Palace di Stresa, un secolo di fascino e ospitalità - Simone De Feo

LE COSE BUONE DELLA NOSTRA ITALIA

39 Il sale dolce di Cervia, un prezioso conservante che viene dall'antichità - Carmen D'Ambrosio

CULTURA DEL SOMMELIER

41 Perché brindare con l'acqua, porta sfortuna?
Luca Stroppa

ALIMENTAZIONE E NUTRIZIONE

43 Il basilico, simbolo della cucina italiana
Giovanni Favuzzi

DISTINTI SALUMI

44 Che bontà i salumi di suini neri razza sarda!
Marco Contursi

L'ANGOLO BAR

46 Espresso Martini...un nuovo Martini
Cocktail? NO, solo perché servito in classica coppetta Martini!! - Fabio Pinto



BREVISSIME - LEGGENDO QUA E LÀ...

47 A cura di Diodato Buonora

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

49 Ristorazione & Ospitalità di Giugno 1996
ROMA - Congresso Mondiale dei Maîtres
24-29 novembre 1995 - Diodato Buonora

I MAÎTRES ACCHIAPPA VIP

51

DALLE SEZIONI

52-53 Cosenza Sila
Formia

I MIGLIORI VINI D'ITALIA -

DA UN TESTO DEL 1908

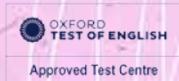
55 IL "VERMOUTH DI TORINO"
Arnaldo Strucchi



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

Ad Alba il corso IFTS “Wine Hospitality Manager” Alta Formazione gratuita dedicata al mondo del vino

Sono già aperte le candidature per il nuovo corso IFTS Wine Hospitality Manager, un percorso di Alta Formazione gratuita, grazie al finanziamento della Regione Piemonte, promosso da Apro Formazione in collaborazione con l'Università del Piemonte Orientale, l'Istituto Enologico Umberto I di Alba, Langhe Experience, Réva Resort, cantine e produttori vitivinicoli del territorio.

Wine Hospitality Manager è dedicato a chi desidera acquisire competenze avanzate per operare nel settore dell'enoturismo, con una specializzazione nell'accoglienza in cantina, nella promozione delle eccellenze vitivinicole e nell'organizzazione di esperienze legate al vino.

Il corso è a numero chiuso e si rivolge a giovani e adulti in cerca di occupazione, in possesso di diploma o laurea, e ha l'obiettivo di formare professionisti in grado di coniugare conoscenze tecniche, marketing, capacità relazionali e sensibilità turistica. Un profilo, quello del Wine Hospitality Manager, oggi sempre più richiesto da aziende vitivinicole, enti e strutture ricettive che vogliono potenziare l'attrattività del territorio.

A luglio è previsto un incontro di presentazione e selezione del corso che avrà un piano di studi articolato in 400 ore di formazione e 400 ore di training durante lo stage formativo nelle aziende del settore.

Durante il corso verranno affrontati temi strategici per il comparto enoturistico, fra i quali tecniche di vendita e marketing del vino, accoglienza e gestione dei visitatori in cantina, organizzazione di degustazioni professionali, analisi sensoriale e strumenti digitali per la promozione turistica per citarne alcuni. Grazie alla collaborazione con realtà d'eccellenza del territorio, l'esperienza dello stage sarà l'opportunità per sperimentare in prima persona il mondo dell'enoturismo dalla pro-



duzione fino alla promozione e alla vendita, sviluppando competenze da subito spendibili nel mondo del lavoro.

Il programma del corso include anche la formazione in lingua inglese del WSET Level 1 sui vini internazionali e la formazione Oxford Test of English per la lingua inglese, mentre per gli studenti fuori sede ci sarà la possibilità di accedere alle agevolazioni o alle borse di studio messe a disposizione dalla Fondazione Don Gianolio ETS.

Apro Formazione e Alba Accademia Alberghiera, da anni investono nell'Alta Formazione per preparare le figure professionali richieste dalle sfide del mercato, dando valore alle competenze e contribuendo allo sviluppo economico e turistico di Langhe, Roero e Monferrato.

Le candidature sono già aperte: è possibile prenotarsi all'incontro e alla selezione di luglio al link <https://bit.ly/WineHospitalityManagerAlba>

Per maggiori informazioni è possibile: chiamare il 0173.284922; contattare il numero whatsapp 329.4398227; inviare un'e-mail a informa@apro-formazione.it



Cosa consigliano gli “Amirini” a chi vuole aprire un ristorante? Vediamo...

di Diodato Buonora

Il sogno di tante persone che lavorano nella ristorazione (e non) è quello di aprire un ristorante. Si può essere un grande maître o un grande chef, fare il ristoratore è un altro mestiere. Infatti, spesso vediamo professionisti della ristorazione aprire ristoranti e fallire in breve tempo. Oppure, persone benestanti con la passione della cucina convinte che aprire un locale sia una cosa da niente e poi, in realtà, si scontrano con un “mare” di problemi.

È vero, aprire un ristorante può essere un’avventura emozionante, ma richiede anche una pianificazione accurata e una gestione efficace.

Ecco cosa bisogna sapere e valutare:

- Si deve definire il concetto e determinare il tipo di ristorante che si vuole aprire (italiano, sushi, vegetariano, ecc.) e il pubblico target.

- Bisogna fare ricerche di mercato: studiare la concorrenza, i gusti dei clienti e le tendenze del mercato.

- Creare un piano aziendale: de-

finire gli obiettivi, il budget, la struttura organizzativa e il piano di marketing.

- Scegliere la location, trovare un luogo strategico, accessibile e che si adatti al vostro concetto.

- Assumere personale qualificato. Trovare chef, camerieri e personale di servizio con esperienza e passione per il cibo.



Inchiesta AMIRA – Cosa consigliate a chi vuol aprire un ristorante?

- Creare un menu che sia coerente con il vostro concetto e che offra opzioni per diverse esigenze alimentari.
- Gestire le finanze, controllare i costi, coordinare le scorte e ottimizzare le risorse.
- Creare un piano di marketing efficace per attirare clienti e costruire una reputazione.
- Per monitorare e migliorare, bisogna controllare le recensioni, ascoltare i clienti e apportare miglioramenti continui.

Oltre ai punti sopraelencati ci sono alcune considerazioni:

- Assicurarsi di avere tutte le licenze e le autorizzazioni necessarie per aprire e gestire un ristorante.
- Implementare procedure di sicurezza alimentare per garantire la qualità e la sicurezza del cibo.
- Utilizzare tecnologie come i sistemi di gestione dei ristoranti e le piattaforme di prenotazione online per migliorare l'efficienza e la gestione.

Ora vediamo i consigli dei soci AMIRA:

Nino Calabria, Fiduciario sezione AMIRA Nebrodi

Eolie - L'attività di ristorazione, per chi come me l'ha fatta per una vita, è una cosa meravigliosa, anche se non facile, perché, oltre ad avere contatti con tanta gente, hai soddisfazioni sia lavorative sia economiche. Purtroppo oggi, più di ieri, la burocrazia, e tutte le spese, ti danno poca possibilità di gestire. Tra quello da valutare, c'è: la scelta della location, la caratteristica di clientela a cui ci si vuole rivolgere, il menu che rispetti la zona di appartenenza, i costi dell'offerta, la stagionalità e chilometro zero dei prodotti, la professionalità del personale, l'accoglienza, non servilismo ma cultura e rispetto, gli arredi, non fastosi ma funzionali, l'igiene, l'organizzazione e soprattutto fidelizzare la clientela. Il cliente vuole sentirsi "importante". Selezionare il personale, che abbia la capacità di collaborare con gli altri reparti, non rivalità



ma spirito costruttivo... La mia opinione personale: non eccesso di personale, prediligere le competenze.

Valentino Farina, sezione AMIRA Paestum

- Oggi, aprire un ristorante, è diventato molto difficile. Tra le cose più importanti consiglio di utilizzare prodotti di qualità, avere il giusto rapporto qualità-prezzo, scegliere personale qualificato, avere una mirata carta dei vini e utilizzare i social per promuovere l'attività.

Domenico Molinara, sezione AMIRA Paestum

- Un consiglio che mi sento di dare è di avere una buona base economica, questo in modo da poter affrontare un possibile inizio d'attività economicamente passivo.

Mirco Ricatti, sezione AMIRA Udine

- Aprire un ristorante nel 2025 può essere una splendida opportunità, ma anche una sfida complessa. Chi desidera intraprendere questo percorso dovrebbe partire da una riflessione profonda su alcuni aspetti fondamentali. Prima di tutto, è essenziale avere un'idea chiara e originale. Il mercato della ristorazione è molto competitivo, perciò è importante distinguersi: può essere un menu innovativo, un concept particolare (ad esempio sostenibilità, cucina locale rivisitata, esperienza immersiva), o anche solo un'atmosfera unica. L'identità del ristorante deve essere coerente e riconoscibile. In secondo luogo, è fondamentale studiare bene il target e la posizione. Capire a chi ci si rivolge e scegliere un luogo adatto è cruciale per il successo. Inoltre, è importante curare la gestione economica. Serve un business plan solido, una buona capacità di tenere sotto controllo i costi (soprattutto quelli legati a materie prime e personale) e una visione realistica dei ricavi



Inchiesta AMIRA – Cosa consigliate a chi vuol aprire un ristorante?

nei primi mesi, che spesso partono in salita. Infine, il consiglio forse più importante: circondarsi di persone competenti. Un bravo chef non basta, serve anche personale motivato, una squadra affiatata e consulenti affidabili per la parte amministrativa, fiscale e legale. In conclusione, aprire un ristorante nel 2025 significa unire passione e creatività a strategia e competenze imprenditoriali. Non è un'avventura da affrontare alla leggera, ma con le idee giuste, l'impegno e la capacità di adattarsi ai cambiamenti, può diventare un grande successo.

- Giovanni Bazzoffia, Titolare e Restaurant Manager Giotto Hotel & Spa di Assisi, dove Mirco Ricatti della sezione Udine lavora con l'incarico di Junior Restaurant Manager, ha voluto esprimere il suo pensiero sul tema dell'inchiesta che con piacere pubblichiamo:

- Dall'idea al piatto: aprire un ristorante con identità -

Aprire un ristorante non è un salto nel buio, ma un percorso che richiede preparazione, consapevolezza e passione. Dopo anni alla guida del Giotto Hotel & Spa e l'apertura di Keramos - Osteria Contemporanea nel 2024, posso dire che l'ingrediente principale è avere un'idea forte e precisa: cosa voglio proporre e a chi mi rivolgo? Da qui nasce tutto il resto. Un ristorante è prima di tutto un'impresa, e come tale va pensata. Serve un business plan solido, costruito su dati reali e obiettivi raggiungibili. È essenziale individuare il target: sapere chi vogliamo attrarre ci aiuta a scegliere stile, prezzo, comunicazione e offerta. Il contesto territoriale gioca un ruolo decisivo: il ristorante deve inserirsi nel tessuto locale e offrire qualcosa che lo distingua



dalla concorrenza. In parallelo, bisogna studiare i competitor, capirne punti di forza e debolezza, senza copiarli ma per capire dove possiamo fare meglio. Un altro pilastro è lo scheletro aziendale: una squadra motivata, competente e ben organizzata fa la differenza tra un'esperienza mediocre e una memorabile. La comunicazione, online e offline, deve essere coerente con il brand, attenta ai dettagli, continua. Infine, mai sottovalutare il cuore dell'esperienza: un menù pensato, stagionale, equilibrato e una carta dei vini costruita con cura, che racconti la filosofia del locale. Perché oggi più che mai, chi sceglie un ristorante cerca molto più di un buon piatto: cerca un motivo per tornare.

Mario Fontana, socio sostenitore sezione AMIRA Udine e titolare della Casa Editrice Marca Aperta che ha edito il libro di Giacomo Rubini -

Questa domanda me la pongo ogni volta che entro a mangiare in un ristorante, in una trattoria e addirittura in un fast food. Cioè, potrei dire anche, che cosa mi piace e che cosa non mi piace in un luogo dove dovrei passare alcuni istanti di relax oppure un'occasione di lavoro. Prima di tutto l'ordine e la pulizia, dedotta dall'intimità che si instaura con il cibo che diventa una parte di te.



Inchiesta AMIRA – Cosa consigliate a chi vuol aprire un ristorante?

Poi la location, vale a dire che tutti devono comunicare che sto entrando in un luogo dove si mangia o si degusta qualcosa di unico e speciale. Il dubbio sarebbe di aprirlo al mare, in montagna o al lago? Vorrei avere degli spazi per le cerimonie o solo la routine di ogni



giorno? Vi faccio un esempio e mi chiedo che cosa devo fare per aprire un ristorante? Pensate a un parco di divertimento, triste e con colori in bianco e nero... che delusione. Andando avanti con i pensieri, potrei dire che prima di mettermi a mangiare guardo il personale. Non se è qualificato, ma l'espressione del viso... deve essere educato, sorridente e accogliente, cioè professionale, anche se a casa ha tutti i problemi del mondo. Una volta che mi sono seduto a tavola, guardo i clienti e mi faccio un'idea di che cosa si mangia. Se volessi aprire un ristorante, la clientela è un altro biglietto da visita, e non parlo di macchine costose nel parcheggio o di ricchi orologi al polso, ma la postura, il taglio, l'espressione del viso e tanti piccoli dettagli personali che sono soggettivi. La domanda è: i clienti degustano le auto, gli orologi e i soldi? E allora mi chiedo... io che voglio aprire un ristorante, che cosa devo fare? Non fare le cose a caso, bisogna essere portati per questo lavoro, comunicare bene chi sei e che cosa proponi e, importantissimo, la fidelizzazione del cliente, anche se oggi è difficile. Io ci metterei anche lo studio, la scuola e i corsi specifici... imparare e conoscere è fondamentale per non sbagliare e offrire un qualcosa che, chi entra da voi, può imparare. E poi, ci metterei anche un po' di matematica per saper gestire e organizzare il lavoro, quando i numeri e i dati sono importan-

ti per le scelte... ma soprattutto entusiasmo e ottimismo.

Giacomo Rubini, Vice Presidente Vicario AMIRA Nazionale

Il mondo della ristorazione è affascinante e ricco di sfide. Avviare un'attività richiede dei costi elevati, basti pensare a fattori come location, dimensione e qualità dell'allestimento. Innanzitutto bisognerebbe fare un'analisi di mercato, studiando la concorrenza: chi sono i ristoranti nella tua zona? Che tipo di cucina offrono? Qual è il loro punto di forza? Focalizzarsi sul target cui rivolgersi: si vuole attirare famiglie, giovani, turisti o professionisti in pausa pranzo? L'offerta deve prevalentemente soddisfare le loro esigenze. Definire la tipologia ristorativa, studiando e azzeccando per bene il menù e l'arredo del locale. È di notevole vantaggio la scelta di ingredienti del territorio a Km 0, con piatti ben lavorati. Stabilire un budget dei costi da sostenere: affitto, arredi, licenze, personale, marketing, fornitori, stipendi, utenze. La gestione del personale è cruciale per garantire un servizio efficiente e di qualità. Implica la selezione di uno staff qualificato, la formazione continua, la programmazione dei turni di lavoro e la motivazione del team. Gestire efficiente-



Inchiesta AMIRA – Cosa consigliate a chi vuol aprire un ristorante?

mente il personale aiuta a incrementare la soddisfazione dei dipendenti. Creare un sito web semplice ma efficace (con menù, orari, contatti, prenotazioni), curando i social media.

Maurizio Dall'Osto, sezione AMIRA Udine - Il mio consiglio principale è di non farsi prendere dall'entusiasmo. Questo stato emotivo è amico ma può essere un pessimo consigliere. Innanzitutto



bisogna studiare molto bene il territorio. Se è rurale, industriale o turistico. Da lì, si capisce su che tipo di clientela e servizio si deve puntare. Tenere presente che i tempi moderni sono complessi, vedi il disastro Covid, bisogna considerare tutti questi dettagli e che è il cassetto quello che vince, sempre. Son belli i sogni, ma bisogna avere sempre i piedi per terra, ...ma un po' di follia non guasta.

Giorgio Bona, sezione AMIRA Piemonte Orientale - Parlo di quest'argomento con



cognizione di causa, avendo vissuto in prima

persona un'esperienza decennale come imprenditore nel settore della ristorazione. Oggi, invece, ricopro il ruolo di manager, ma come dipendente di una società del settore. Questo percorso mi permette di avere una visione chiara e completa sia dei vantaggi sia delle difficoltà legate all'attività imprenditoriale, sia dei lati positivi e negativi della carriera da dipendente. È proprio da questo duplice punto di vista che voglio offrire qualche consiglio utile a chi desidera aprire un ristorante. Oggi più che mai, il mondo della ristorazione è affascinante, dinamico e ricco di opportunità, ma allo stesso tempo complesso, competitivo e pieno di sfide. A chi sogna di aprire un ristorante consiglieri prima di tutto di essere consapevole del fatto che questa è una vera e propria impresa che richiede



Inchiesta AMIRA – Cosa consigliate a chi vuol aprire un ristorante?

passione, competenze, spirito di sacrificio e una solida preparazione. Il primo passo fondamentale è formarsi adeguatamente: non basta saper cucinare o servire in sala, è essenziale acquisire competenze anche nella gestione aziendale, nel marketing, nell'organizzazione del lavoro e nella normativa su igiene e sicurezza alimentare. Inoltre, la gestione delle risorse umane, in particolare la scelta dei collaboratori da assumere, è diventata un aspetto sempre più delicato e complesso, che richiede attenzione, capacità di valutazione e doti di leadership. Diventare imprenditori della ristorazione ha diversi lati positivi. Il più evidente è la libertà: si è padroni delle proprie scelte, si può decidere il tipo di cucina, lo stile del locale, la gestione del personale e le strategie da adottare. Inoltre, se l'attività funziona, si possono ottenere soddisfazioni personali ed economiche molto più alte rispetto a quelle di un lavoratore dipendente. Aprire un proprio ristorante permette anche di esprimere la propria creatività, offrendo qualcosa di unico al pubblico. Tuttavia, ci sono anche aspetti negativi da considerare: essere imprenditori comporta grandi responsabilità. Bisogna occuparsi di ogni aspetto dell'attività, spesso anche nei giorni festivi o in orari poco comodi. Le spese iniziali sono alte (affitto, ristrutturazione, attrezzature, personale, pubblicità) e i rischi economici sono reali, soprattutto in un mercato molto competitivo e in continua evoluzione. Inoltre, nelle fasi iniziali, il carico di lavoro può essere molto pesante e non sempre si riesce a trovare un equilibrio tra vita privata e professionale. In conclusione, a chi desidera aprire un ristorante direi: non smettere di sognare, ma accompagna il sogno con realismo, formazione e umiltà. Inizia magari come dipendente, impara il mestiere, studia i successi e gli errori degli altri, e solo quando ti sentirai veramente pronto, lanciati in quest'avventura con passione e determinazione. La ristorazione può regalare grandi emozioni, ma solo a chi è disposto a impegnarsi davvero.

Antonio Rotondaro, Vice Presidente AMIRA Nazionale

- Aprire un ristorante è un sogno affascinante ma impegnativo. A chi desidera intraprendere questo percorso, il primo consiglio è: prepararsi bene. Non basta avere una passione per la sala oppure per la cucina, serve una solida conoscenza del settore, dalla gestione economica all'organizzazione del personale. È fondamentale studiare il mercato, scegliere una proposta chiara e coerente (dal tipo di cucina al target degli ospiti) e puntare su qualità, accoglienza e identità. L'ospite non cerca solo un buon piatto, ma un'esperienza. Curare i dettagli, l'atmosfera e il servizio fa davvero la differenza. Infine, consiglio di non smettere mai di aggiornarsi e ascoltare, perché il mondo della ristorazione è in continua evoluzione. Passione, competenza e visione sono gli ingredienti migliori per far crescere un sogno.

- Simone Sacchetti, sezione AMIRA Veneto C.E.

- A un imprenditore che vuole aprire un'attività ristorativa consiglieri, qualora non preparato, di consultare un esperto della ristorazione, che sia un manager, un direttore, uno chef o un maître di sala, purché persona con comprovata esperienza sul campo. Troppo spesso le attività ristorative vengono portate avanti da persone che non hanno una preparazione e una visione totale dell'investimento. L'impresa ristorativa ha le sue peculiarità e complicazioni, differenti da altre tipologie di imprese. Per cui, solamente conoscendo il settore, i prodotti, le abitudini della clientela e garantendo un servizio di qualità si evita il triste ma noto fenomeno del fallimento annunciato.

Cesare Lo Verde, Tesoriere AMIRA Nazionale - Consiglio di trovare una location comoda da raggiungere. Offrire



Inchiesta AMIRA – Cosa consigliate a chi vuol aprire un ristorante?

servizi adeguati al tipo di ristorante che si vuole aprire. Offrire menu che rispecchino la tipicità delle ricette. Non abbattersi se arrivano periodi di "ferma". Accogliere sempre gli ospiti che entrano e escono con un saluto.

- **Aldo Petrasso, Fiduciario sezione AMIRA Torino** - È sempre più difficile la vita per le aziende ristorative ma, nello stesso tempo, sono sempre numerose le soddisfazioni che un titolare di un ristorante può ottenere. Per prima cosa bisogna avere bene in testa che un ristorante è un'azienda e non solo un locale commerciale dove ospitare il proprio ospite. Il consiglio più importante che posso dare a un amico ristoratore è quello di valorizzare il persona-



le (collaboratori) per avere un'adeguata "customer satisfaction". Circa 30 anni fa, quando ho iniziato a lavorare nei ristoranti, mio nonno mi diceva: se il dipendente non lavora per l'azienda, sicuramente, dopo pochi mesi, il dipendente resterà senza lavoro e nel frattempo non ha soddisfatto al meglio il cliente. Sante parole. In effetti, il ristoratore può avere il più bel ristorante del mondo, può utilizzare i migliori prodotti enogastronomici, può investire tanti soldi per una ricchissima cantina, ma se non ha dei validi collaboratori sarà obbligato a chiudere l'attività.

Molti consigli sembrano scontati, ma spesso non troviamo chi li attua. Effettivamente, molti credono che aprire un ristorante sia una cosa semplice, ma sappiamo che non è così. Sicuramente, dopo aver letto quest'articolo, si hanno le idee più chiare! Se avete qualche inchiesta da proporre, scrivetemi: dbuonora@libero.it



**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 -  



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@nidditalia.it

Sito web: www.nidditalia.it

Basta una settimana per imparare una mise en place



di Luigi Franchi
Direttore Responsabile Sala & Cucina
luigifranchi@salaecucina.it

Quest'affermazione di **Mauro Santinato**, durante il convegno di **Emergente Sala**, mi ha riportato alla memoria quando, da giovanissimo, facevo il cameriere e la signora Carolina Besenzoni mi fece rifare per tre volte, in un pomeriggio, la sala per il banchetto del giorno dopo. Ottanta coperti a ferro di cavallo che mi sembravano perfetti e non riuscivo a capire dove fosse l'errore. Alla terza volta me lo disse: c'era un piatto troppo spostato rispetto al centro. Due centimetri!!! Non l'avrebbe notato nessuno tranne lei ma imparai bene la lezione. E mi è servita per tutta la vita!



In un pomeriggio capii come si fa una mise en place sul piano tecnico e, se dovessi rifarla oggi, mi ricorderei benissimo il metodo.

Questo piccolo ricordo personale per dire come sia necessario ripensare i **modelli di insegnamento** che riguardano il servizio di sala, perché è da lì che deve cominciare il cambiamento. Infatti, se oggi in sala i più bravi sono solitamente ragazze e ragazzi che vengono da tutt'altri studi rispetto all'alberghiero, qualcosa vorrà pur dire.

Con questo, non consideriamo l'alberghiero una scuola che non serve, anzi, ma vorremmo che i piani didattici fossero aggiornati ai tempi contemporanei, vorremmo che le divise che indossano quei ragazzi fossero meno formali, più allegre, soprattutto della misura giusta (cosa non sempre vera, purtroppo).

E che il piano di studi, tolta la settimana in cui si impara la **mise en place**, descrivesse le grandi **straordinarie opportunità** che un diploma alberghiero può dare al loro futuro; raccontasse di casi di successo, dei tanti casi di successo di ragazze e ragazzi che sono usciti da quelle scuole per affrontare e vincere nel mondo del lavoro; parlasse di

cosa significa il termine territorio per l'Italia, la forte biodiversità, il paesaggio formato dall'uomo, i prodotti con la loro storia straordinaria, la sicurezza alimentare delle materie prime italiane; che tenesse in forte considerazione i temi della psicologia dell'uomo, cosa significa

acquisire empatia, gentilezza, buona educazione; che desse particolare risalto alla conoscenza delle lingue; che facesse capire l'importanza della professione di sala, un'importanza enorme anche sul piano economico per **il successo di un ristorante**.

Forse, partendo da lì, troveremmo la giusta chiave di lettura per dare valore a una professione che garantisce **il futuro della ristorazione**.

Forse, se certi professori mettessero più entusiasmo e meno colpevolizzazioni, anche i ragazzi ne trarrebbero beneficio. Lo possiamo dire a ragion veduta, visto che negli alberghieri ci siamo ogni mese e riusciamo a individuare quegli istituti dove il personale docente affronta con entusiasmo e professionalità il proprio lavoro, lì si vedono i risultati. Forse, se i genitori non facessero la parte che purtroppo fanno - quella di iscrivere i propri figli all'alberghiero perché non hanno voglia di studiare - avremmo dei ragazzi che imparano a credere un po' di più in sé stessi.

Sono molti i forse, ma se non ci proviamo, non sapremo mai da che parte arriva il malessere e non riusciremo mai a dare **la giusta dignità a questo mestiere** che è davvero tra i più belli del mondo per le opportunità di conoscenza che offre.

Da: www.salaecucina.it

sala&cucina

MAGAZINE DI ACCOGLIENZA E RISTORAZIONE

Beltrami e Recchia ospiti a “Story-Time” di Radio Canale Italia

Martedì 7 maggio, il Presidente Valerio Beltrami e il Cancelliere dell'Ordine dei Grandi Maestri della Ristorazione Claudio Recchia sono stati invitati a “Radio Canale Italia”, emittente che copre tutto il territorio nazionale. Nel loro palinsesto c'è “Story Time”, un programma che parla di storie che meritano di essere raccontate. Beltrami e Recchia hanno parlato della “nostra” AMIRA.

Ecco le domande che sono state poste:

1) Quando è nata l'AMIRA?

Risponde Beltrami: *L'AMIRA nasce nel 1955, presso il ristorante Savini di Milano, su idea del compianto Comm. Guido Ferniani, direttore del noto ristorante milanese. L'AMIRA è un'associazione che può contare su un'organizzazione di circa cinquanta sezioni tra Italia ed Estero, le quali raggruppano alcune migliaia di soci, cifra non elevatissima data la severità dei requisiti richiesti ai nuovi associati. La nostra è un sodalizio a carattere esclusivamente professionale che non ha scopo di lucro. Le finalità, tutte descritte nel nostro decalogo, sono riunire i Maîtres e incrementare le reciproche conoscenze, mantenere i rapporti con imprenditori e di-*

rigenti del settore, curare i rapporti con le consorelle, creare occasioni di confronto per le problematiche concernenti la ristorazione, promuovere manifestazioni e iniziative culturali.

2) In che modo si è evoluta la figura del Maître dagli anni 50 ad oggi?

Risponde Recchia: *La figura del Maître si è evoluta notevolmente dagli anni '50 a oggi. In passato, il Maître era principalmente il responsabile della sala con un ruolo più legato all'organizzazione e al coordinamento del servizio. Oggi, invece, il Maître ha assunto un ruolo più complesso e dinamico. Oltre all'organizzazione e al coordinamento della sala, deve essere un vero e proprio ambasciatore dell'esperienza culinaria con importanti competenze enologiche e tecnologiche. È diventato un leader anche di aspetti manageriali che si occupano di efficienza e redditività.*

3) Organizzate concorsi, convegni e momenti di formazione per i giovani?

Risponde Beltrami: *assolutamente sì. Nelle nostre sezioni ci sono momenti di formazione con visite in aziende che si occupano di agroalimentare. Abbiamo un corso enologico dedicato a chi si vuole avvicinare al*



mondo del vino.

Organizziamo concorsi nazionali come "Il Maitre dell'Anno", "Le Donne nell'Arte del Flambé" e "Le diverse abilità nel mondo della ristorazione". Infine, ogni anno organizziamo un Congresso Nazionale sempre in una località diversa.

4) Quanto è importante, oggi, trasmettere il sapere alle nuove generazioni?

Risponde Recchia: Fin dalle albe di tempi remoti, la trasmissione delle conoscenze è stata il motore che ha consentito l'evoluzione dell'umanità. Noi non siamo da meno. Anzi, il nostro è un sapere che si tramanda, da generazioni in generazioni, dal Maestro (Maître) all'allievo. È qualcosa che si propaga nel tempo, attraverso scambi, confronti che si evolvono e si trasformano in risultati incredibili. C'è da aggiungere che il sapere cresce solo se dall'altra parte c'è la volontà di crescere professionalmente con la giusta umiltà e curiosità nell'apprendimento. La società di oggi, digitale e globalizzata, possiede tutti gli strumenti che consentono di liberare e portare lontano le proprie conoscenze. Un suggerimento che mi sento di dare è di avvalersi dei nostri Grandi Maestri della Ristorazione, i quali indistintamente sono pronti a donare le loro conoscenze, unitamente alla grande passione che li ha contraddistinti nella loro carriera.

5) Claudio, Lei è Cancelliere dell'ordine dei Grandi Maestri della Ristorazione, ci spiega cosa significa questo titolo?

Risponde Recchia: i Grandi Maestri della Ristorazione sono stati istituiti nel 1957 dall'allora Presidente Nazionale AMIRA, Comm. Angelo Pozzi, insieme al fondatore dell'AMIRA, il Comm. Guido Ferniani, i quali, in seno dell'associazione, fondarono un Albo d'Oro che riunisce quei Maîtres che contribuiscono con la loro professionalità al prestigio della professione. Essi sono i testimoni e i custodi del servizio della ristorazione e dell'enogastronomia internazionale. Questo titolo è depositato presso il Ministero dell'Industria e Commercio. Ogni anno sono nominati tre Grandi Maestri, che abbiano almeno compiuto 48 anni e abbiano almeno 10 anni di attività con la qualifica di 1° Maître in alberghi o ristoranti di elevata qualità.

6) Ci sono esperienze internazionali dell'associazione che vi hanno resi particolarmente orgogliosi?

Risponde Beltrami: sì, certo. Abbiamo avuto e abbiamo Maîtres AMIRA che occupano posti di grande prestigio. Ci sono Maître che hanno servito: Papi, Re, Regine, Capi di Stato, Premi Nobel e personaggi dello spettacolo. Molti episodi sono stati raccontati nella nostra rivista e

organo ufficiale "Ristorazione & Ospitalità", proprio in uno spazio dedicato ai Grandi Maestri. Potrei citarne diversi, ma in questo momento mi salta in mente un Gran Maestro di nome Alberto Di Girolamo di Altamura (BA), al quale la Regina Elisabetta II^a strinse la mano a Buckingham Palace, davvero un evento raro e gli chiese come stava la famiglia; oppure un altro Grande Maestro di nome Renato Buglione di Bra (CN), il quale, durante una crociera che faceva tappa a New York, proprio nella baia stessa la nave ebbe una grossa falla tanto che affondò nel giro di poche ore e Renato riuscì a mettere in salvo molti passeggeri. Pochi giorni dopo lo rintracciarono a New York mentre aspettava di rientrare in Italia e fu ricevuto dal Sindaco di New York che lo premiò con la croce della città davanti a tutte le persone che aveva salvato. Vi garantisco che nel suo racconto si percepiva che per lui è stato tutto normale quello che aveva fatto. Sono soltanto due piccoli racconti ma ce ne sarebbero tanti altri.

7) In un'epoca dove la ristorazione è sempre più influenzata da mode e tendenze, qual è il ruolo dell'eleganza e del rigore nel servizio?

Risponde Recchia: In un'epoca, dove la ristorazione è influenzata da mode e tendenze, il ruolo dell'eleganza e del servizio è ancora più importante per distinguersi e offrire un'esperienza unica agli ospiti. Eleganza significa: atmosfera, personale e dettagli. Rigore nel servizio significa: esperienza per l'ospite, fedeltà, differenziazione (servizio unico). Come si bilanciano mode e tendenze: innovazione, personalizzazione, consistenza (garantire che servizio e atmosfera siano di alta qualità). Vantaggi di un servizio elegante e professionale: reputazione, clientela fedele e successo.

Tutti questi punti aiutano a tenere a bada mode e tendenze. A noi il compito di metterli in atto.





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

Com'è cambiata la ristorazione...



di Antonio Rotondaro
Vice Presidente Amira

La ristorazione è un settore in costante evoluzione. Nel corso degli anni ci sono state diverse trasformazioni rilevanti, molte delle quali sono state accelerate da recenti sviluppi sociali, tecnologici ed economici.

Ecco alcune delle principali tendenze e cambiamenti nella ristorazione:

- **Cucina etnica e internazionale** - C'è stato un aumento dell'interesse per la cucina etnica e internazionale. I ristoranti offrono una maggiore varietà di piatti provenienti da diverse culture e regioni del mondo, riflettendo una crescente diversità e curiosità culinaria.

- **Opzioni alimentari speciali** - Con la crescente consapevolezza delle esigenze dietetiche speciali, come il veganismo, il vegetarianismo, le allergie e le intolleranze alimentari, i ristoranti hanno ampliato le loro offerte per includere opzioni adatte a una varietà di preferenze alimentari.

- **Sostenibilità e prodotti locali** - Molte aziende di ristorazione si stanno impegnando a utilizzare ingredienti locali e sostenibili. Ciò riflette una crescente preoccupazione per l'ambiente e un desiderio di sostenibilità nella catena di approvvigionamento alimentare.

- **Tecnologia e servizi di consegna** - Le app di consegna di cibo e le piattaforme di prenotazione online hanno trasformato la ristorazione, consentendo agli ospiti di ordinare cibo da ristoranti e servizi di catering direttamente a casa o in ufficio. Questo ha portato a una maggiore concorrenza e alla necessità di adattarsi ai cambiamenti tecnologici.

- **Ristoranti pop-up e food truck** - I ristoranti temporanei o "pop-up" e i camion dei cibi (food truck) sono diventati sempre più popolari, offrendo un'esperienza culinaria unica in luoghi diversi e spesso a costi inferiori rispetto ai ristoranti tradizionali.

- **Esperienze culinarie** - Alcuni ristoranti hanno iniziato a concentrarsi sull'offrire esperienze culinarie uniche, come cene al buio, cene sensoriali e degustazioni personalizzate, per attirare gli ospiti in cerca di esperienze gastronomiche uniche.

- **Menu più salutari** - C'è una crescente richiesta di opzioni più salutari nei menu dei ristoranti, con una maggiore attenzione agli ingredienti freschi e alle porzioni controllate.

- **Restrizioni legislative e sanitarie** - Le restrizioni legislative e sanitarie, come quelle legate alla pandemia di COVID-19, hanno avuto un impatto rilevante sulla ristorazione, con la necessità di adottare misure di distanziamento sociale, misure igieniche e protocolli di sicurezza.

- **Innovazioni culinarie** - Molti chef e ristoranti cercano di distinguersi attraverso l'innovazione culinaria, sviluppando piatti unici e tecniche di preparazione creative per attirare gli ospiti.

- **Social media e recensioni online** - Le recensioni online e l'uso dei social media hanno un impatto significativo sulla ristorazione, poiché gli ospiti spesso decidono dove mangiare sulla base di recensioni e foto condivise online.

In sintesi, la ristorazione è un settore in costante evoluzione, guidato da una crescente diversità culinaria, dalle esigenze dietetiche degli ospiti, dalle tendenze in materia di sostenibilità e dalla tecnologia. I ristoranti devono adattarsi a questi cambiamenti per rimanere competitivi e soddisfare le esigenze degli ospiti.



Turismo a Venezia: lo sfogo di un “amirino”



di Endris Tosi
Sezione AMIRA Venezia

Mai come quest’anno stiamo assistendo a un turismo così becero, povero a livello economico e di rispetto, maleducato nei modi e completamente scollegato dalla realtà di ciò che Venezia rappresenta.

È umiliante e avvilito vedere la nostra città, Patrimonio dell’Umanità, ridotta a sfondo per selfies, picnic improvvisati sui gradini delle chiese, ponti, accesso alle case o alle attività, bottiglie lasciate ovunque, urla e urina o peggio nelle calli (“nelle calli” in questo contesto si riferisce alle “strette vie” di Venezia. Venezia è famosa per la sua rete di canali e le strette vie pedonali chiamate calli. Il termine “calli” descrive specificamente questi vicoli stretti e tortuosi.) Zero rispetto per chi qui ci vive e ci lavora ogni giorno.

Personalmente penso che siamo tutti stanchi di un certo tipo di turismo “low cost” che pretende tutto e non restituisce nulla. Gente che viaggia con voli che costano meno di un biglietto del vaporetto per “visitare il mondo”, e poi arriva senza neanche i soldi per un caffè, pensando che Venezia sia una scenografia gratuita, da sfruttare, sporcare e poi abbandonare come un Luna Park, tanto poi c’è chi pulisce.

Venezia non è una tappa da spuntare su una lista.

È un luogo fragile, unico, che chiede cura, rispetto e attenzione, Venezia è arte e cultura.

Chi non è disposto a portarle rispetto, allora non merita e non deve venire.

Ci sono mille altri posti, dove potrai urlare, sporcare e mangiare panini seduto per terra, però, non qui, non a Venezia.

Chi ama davvero Venezia, la protegge. Chi la calpesta senza rispetto, contribuisce alla sua rovina e deve essere escluso. Gli deve essere inibito l’accesso, non chiesto un contributo.



Venezia, Piazza San Marco



Venezia, Canal Grande

Il lusso di un servizio che resta nel cuore



*di Massimiliano Chessari
Sezione AMIRA Ragusa Barocca*

Nel panorama attuale degli eventi, il mondo della ristorazione ha assunto un ruolo centrale evolvendosi da semplice servizio di supporto a protagonista assoluto dell'esperienza "Wedding". Nel settore dei matrimoni il servizio di sala diventa racconto, atmosfera, emozione e condivisione, questo perché le coppie di sposi oggi cercano molto di più di un buon menù: vogliono stupire, coccolare gli ospiti e rendere il ricevimento un viaggio sensoriale che rifletta la loro personalità.



non si limita a "servire", ma osserva, anticipa e accoglie con eleganza e discrezione; il galateo, il sorriso, la tempestività e la coordinazione sono fondamentali. Nei matrimoni di oggi, dove ogni dettaglio è studiato, anche il

servizio deve parlare la stessa lingua: che sia formale e raffinato o giovane e dinamico, deve contribuire in toto a creare l'atmosfera desiderata; questo rende il servizio davvero distintivo: la capacità di essere parte dell'esperienza, senza mai essere invasiva.

Il servizio come elemento distintivo

La ristorazione contemporanea si distingue per la capacità di fondere tradizione e innovazione. Le nuove generazioni di sposi sono sempre più attente all'originalità e all'esperienza multisensoriale. Da qui nascono tendenze e stili, in cui il servizio diventa parte integrante e fondamentale dell'evento. L'obiettivo è ormai stupire e accogliere, far sentire ogni ospite coccolato e coinvolto.

In un matrimonio il cibo può essere straordinario, ma senza un servizio all'altezza l'esperienza rischia di perdere magia. Il servizio di sala è il ponte tra la cucina e gli ospiti ed è ciò che trasforma un piatto ben cucinato in un ricordo memorabile. Un "Team" di sala professionale

Il rapporto con i fornitori e le Wedding Planner

Dietro un matrimonio perfettamente orchestrato c'è sempre un ottimo lavoro di squadra silenzioso ma fondamentale. Tra tutti i fornitori coinvolti, la sinergia tra il catering e le Wedding Planner è tra le più delicate e strategiche, il servizio di sala non diventa solo esecutore ma partner creativo e organizzativo, dialoga costantemente con la planner, per rispettare tempi, spazi, flussi degli ospiti e armonia degli allestimenti. Un buon "Team" sa adattarsi ai cambiamenti dell'ultimo minuto, collabora con flower designer, light designer e DJ, contribuendo così alla coerenza dell'intero even-

Formazione

to. Questa rete di collaborazione è ciò che eleva l'evento da "Bello" a "Perfetto", e il servizio di ristorazione diventa non solo espressione di gusto, ma anche garanzia di affidabilità e armonia.

Nel giorno in cui tutto deve essere perfetto, la ristorazione e il servizio di sala in primis non sono solo un dettaglio: è emozione, accoglienza, memoria. È il profumo che rimane nell'aria, il brindisi che unisce, il sapore che racconta una storia d'amore, i gesti eleganti di un Maître, il sorriso di un cameriere. Ogni piatto servito, ogni sorriso dello staff, ogni calice versato fa parte di un racconto più grande: quello degli sposi, dei loro sogni, del loro modo di dire "Grazie" a chi è lì per



festeggiarli. Ecco perché scegliere un servizio di ristorazione eccellente, non è solo una scelta pratica, ma un atto d'amore. Per sé, per gli ospiti, per la magia di un giorno che resterà per sempre. Perché il servizio, quando è condiviso con il cuore, diventa ricordo e amore.

Ricordi belli ... sanno di buono.

Perché alla fine sono proprio i Maître, i camerieri e tutto lo staff di sala con la loro presenza silenziosa, ma attenta, a rendere possibile la magia: trasformando un sogno ben organizzato in un'emozione che resterà per sempre.

Perché ogni grande storia d'amore merita di essere servita con grazia.



www.ilpoggiovini.it



IL POGGIO
FAMIGLIA FUSCO VITICULTORI



Contatti

+39 0824 874068

+39 347 469 8830

info@ilpoggiovini.it

seguici su





albaaccademia.it/wset

WSET *QUALIFICATION*

Award in Wines - Level 1, 2 e 3

LA QUALIFICA SUL VINO IN INGLESE RICONOSCIUTA IN TUTTO IL MONDO.
PER EXPORT, CANTINE, SOMMELIER, HORECA e WINE SHOP.

Scopri
di più



Ad ALBA l'Academy per i professionisti
del settore **HORECA**



scopri di più

Costruttiva videoconferenza del neo Consiglio Direttivo



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

Martedì 6 maggio 2025, si è riunito in videoconferenza il Consiglio Direttivo di Solidus Turismo I Professionisti dell'Ospitalità.

Collegati dalle sedi operative in tutta Italia, la presenza di 18 consiglieri, rappresentanti tutte le 8 associazioni che compongono la neonata Federazione Italiana delle Associazioni dei Professionisti dell'Ospitalità e della Ristorazione (F.I.A.P.O.R.), ha dimostrato il senso di appartenenza all'Associazione di secondo livello e il desiderio di costruire un gruppo affiatato di professionisti impegnati a rendersi utili al conseguimento di obiettivi statuari a beneficio dei futuri professionisti e dei professionisti operativi sul territorio nazionale che, ricordiamolo ancora una volta, sono i protagonisti del successo del Turismo e della qualità di servizio che viene garantito a chi frequenta tutte le tipologie di strutture alberghiere e di ristorazione.

All'ordine del giorno argomenti che, intrecciandosi uno con l'altro, hanno dato vita a considerazioni, idee, iniziative e decisioni importanti che sono partite immediatamente, altre in veloce costruzione.

Il progetto più importante riguarda il grande potenziale e conseguente contributo dell'unione delle informazioni, metodi, materiali inerenti la Formazione che ogni associazione già esercita al proprio interno tra associati, ma anche e soprattutto con docenze nelle numerose scuole alberghiere e Fondazioni presenti in Italia.

Si è partiti dalla riorganizzazione del già presente gruppo di lavoro denominato "Formazione e Scuole", individuando i primi nuovi componenti: Giovanni Cassanelli dell'A.M.I.R.A., Gianmario Artosi dell'A.B.I. Professional, Bruna Elsayed dell'A.I.H., Maurizio Faroldi e Luciano Manunta per l'A.I.R.A.



*Francesco Guidugli e Valerio Beltrami,
presidente e vicepresidente di Fiapor*

Entro i prossimi due mesi, le associazioni s'impegneranno a condividere i nominativi dei propri formatori, in quali materie professionali sono "esperti", quali competenze possiedono, dove operano i loro formatori (Regione, Provincia, Città), in quali Istituti e anche Università operano, eventuali nominativi se le associazioni hanno degli associati che ricoprono al loro interno il ruolo di "Responsabili per le Scuole".

Questa raccolta dati, che sarà presentata dai consiglieri di ogni associazione al Gruppo di lavoro specifico, darà indicazioni fortissime per consentire sviluppi di progetti come l'istituzione di una "Didattica Solidus", da redigere e rendere operativa per i "Formatori e Docenti Solidus" che potranno avvalersi d'informazioni utili per presentarsi e proporsi per collaborazioni, non solo con gli Istituti, ma anche con tutti gli attori del settore che organizzano orientamento, concorsi, che hanno bisogno di professionisti nelle giurie e tutto ciò che ora e in futuro potrà portare la

Solidus Turismo – I professionisti dell'ospitalità

condivisione della nostra esperienza.

È nostra intenzione prepararci per offrirvi come buoni esperti formatori e docenti e per partecipare a progetti finanziati da fondi europei, per essere parte fondamentale nei corsi I.T.S. che sono in grande espansione e sono certamente alla nostra portata. Importante sarà avere notizie di tutti quei corsi e concorsi organizzati sul territorio nazionale, per poterne fare parte in tutte quelle forme che ci sarà consentito. Dovremo proseguire nell'opera di farci conoscere dalle istituzioni locali ed essere quindi punto di riferimento ogni qualvolta si parla di turismo, di servizio alberghiero e di ristorazione e di qualità nei servizi di nostra competenza. Queste presentazioni alle istituzioni e agli enti locali come ASCOM Confcommercio e Confesercenti hanno già un primo appuntamento, fissato per la mattina del 10 giugno a Palazzo Ferro-Fini di Venezia,



Il Consiglio Direttivo di Solidus Turismo 2025-2028

con la Regione Veneto, grazie a Lorenzo Demarco che farà da battistrada per analoghe iniziative che affideremo ai Coordinamenti Regionali e per i quali abbiamo l'argomento all'ordine del giorno del prossimo Consiglio Direttivo previsto in videoconferenza per martedì pomeriggio 10 giugno 2025.

Solidus Turismo con i suoi Professionisti dell'Ospitalità e della Ristorazione fa sul serio ed è aperta a tutti coloro che vorranno fare parte degli organismi operativi.



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

Il cambiamento climatico nel calice, come il vino sta cambiando con il clima



di Alessandro Peleggi

C'era una volta il vino del sud, caldo, alcolico e potente. Poi, quello del nord, più fresco, elegante e delicato. Oggi? Le cose non sono più così nette. Il cambiamento climatico sta riscrivendo le mappe del vino, influenzando non solo dove si coltiva



la vite, ma anche come e che sapore avranno i vini del futuro. Ma cosa sta davvero succedendo nelle vigne?

Le temperature medie più alte e stagioni sempre più imprevedibili stanno mettendo alla prova i viticoltori. Le vendemmie si anticipano di anno in anno: uve più mature prima significano più zuccheri e quindi vini più alcolici. Ma non è tutto: si rischia di perdere acidità e freschezza, elementi fondamentali per l'equilibrio e la longevità del vino.

Il cambiamento climatico sta portando alla scoperta (o riscoperta) di zone vitivinicole un tempo impensabili come l'Inghilterra, oggi patria di spumanti sorprendenti, la Svezia, il Belgio e perfino la Norvegia (dove i primi esperimenti appaiono decisamente convincenti). Inoltre sta crescendo l'interesse per i vigneti in quota (Alpi e altopiani), più freschi e resilienti.

Cosa fanno i produttori? I viticoltori sicuramente non stanno a guardare, ma sono impegnati, ormai da tempo, nella messa in atto di alcune strategie migliorative; una di queste è sicuramente lo spostamento dei vigneti in base all'altitudine e alla latitudine e la decisione di sostituire alcuni vitigni puntando su quelli più resistenti al caldo (come, ad esempio, il Nero d'Avola in zone più fresche). Ombreggiare le vigne usando coperture vegetali o cambiando sistema di allevamento

sta diventando sempre più un'esigenza imprescindibile, così come la modificazione delle tecniche di vinificazione al fine di preservare freschezza e acidità.

E noi, cosa ci troviamo nel bicchiere?

Sicuramente incontreremo facilmente vini più alcolici, ma anche

più morbidi e fruttati, meno acidi e quindi meno freschi. La vera sorpresa, in alcuni casi, sarà la scoperta di profili aromatici inusuali come, ad esempio, note di aromi tropicali anche in bianchi prodotti in zone fresche.

In conclusione, parleremo di un vino che cambia, ma che non scompare; il vino è un prodotto vivo, che racconta la terra, il clima, l'uomo. E come ogni storia che continua, deve adattarsi. Il cambiamento climatico è una sfida, certo, ma anche un'occasione per innovare, per ritrovare varietà dimenticate, per bere in modo più consapevole e, magari, per guardare al nostro bicchiere con occhi nuovi.



Vino, diplomazia elvetica e alleanze

Il ruolo dei banchetti e dei brindisi nella diplomazia elvetica cinquecentesca, momenti fruttuosi nei quali stringere alleanze e concludere patti. Grazie anche a un cancelliere di origine italiana.

di Francesco Cerea, RSI

Alla fine del Cinquecento, Lucerna era un centro politico e diplomatico di primo piano nella Svizzera cattolica. Crocevia di scambi e culture, la città celebrava le sue alleanze con fastosi banchetti, come quello del 1578 descritto dal cancelliere Renward Cysat. Occasioni nelle quali cibo e vino diventavano strumenti di rappresentanza e simboli di prestigio.

Lucerna si trovava infatti nel pieno della sua egemonia geopolitica, come antico capoluogo dei Cantoni cattolici e sede nei secoli passati dei nunzi della Santa Sede, degli ambasciatori del regno di Spagna e del ducato di Savoia. La città situata lungo l'asse viario del Gottardo, collegando l'Europa da nord a sud, fu anche un punto di incontro di differenti sensibilità enogastronomiche, come mostrato in maniera emblematica dalle tavole imbandite dal suo patriziato durante i suoi eventi cerimoniali. Ad esempio, tra le spese più ingenti registrate nei conti della città di Lucerna nell'aprile 1578, troviamo quelle per il vino rosso piemontese, che innaffiò il banchetto degli Illustrissimi e Magnifici Signori dei lodevoli Cantoni Cattolici riuniti per il solenne rinnovamento tra "le loro eccellenze" e i delegati di Hildebrand von Riedmatten, principe vescovo di Sion, sovrano nominale del Vallese.

Lo scopo del consesso fu di riaffermare il legame d'amicizia che esisteva fin dal XV secolo tra la Svizzera Centrale e le sette Decanie. Infatti, la Riforma aveva intaccato gli equilibri della Vecchia Confederazione e i fe-

steggiamenti per i rinnovamenti d'alleanza risultarono utili per cimentare gli antichi trattati fra le parti, in vista della difesa della comune fede cattolica. Il cancelliere della città sul Lago dei Quattro Cantoni, Renward Cysat, d'origine italiana, figlio di un commerciante milanese e di un'aristocratica lucernese, scrisse un resoconto dettagliato dei tre giorni di festa di cui egli fu l'anfitrione, in particolare dedicandosi al grande banchetto che si svolse l'otto aprile.

La descrizione dettagliata dell'ambiente e l'elenco dei piatti danno un'impressione di come si svolgesse a Lucerna una visita di Stato alla fine del XVI secolo. L'ordine dei posti a sedere fu probabilmente stabilito dal cancelliere Cysat, a cominciare dall'Abate di San Maurizio d'Argauno, quale ospite ecclesiastico di rango più elevato, seguito dal prevosto lucernese di San Leodegario. I primi sedici tavoli furono allestiti nella grande sala del Senato, altri quattordici nella sala di fronte, ossia quella del Piccolo Con-



Veduta di Lucerna e degli stemmi delle sue famiglie, tavola incisa da Martin Martini (1597). DR



Stemma di Hildebrand von Riedmatten, principe vescovo di Sion. DR

ognuno dei tavoli venne assegnata una diversa persona responsabile del regolare svolgimento del banchetto, del servizio e della somministrazione del cibo e del vino per gli illustri ospiti. L'argenteria della città, destinata principalmente a scopi di rappresentanza, fu esposta in bella mostra su una credenza nella grande sala del Senato. Il banchetto incominciò alle ore dieci con l'arrivo degli eminenti ospiti nel palazzo municipale di Lucerna, seguito dal «vino d'onore», ossia un brindisi da parte del Grossweibel, una sorta di ciambellano della città-stato sul lago dei Quattro Cantoni.

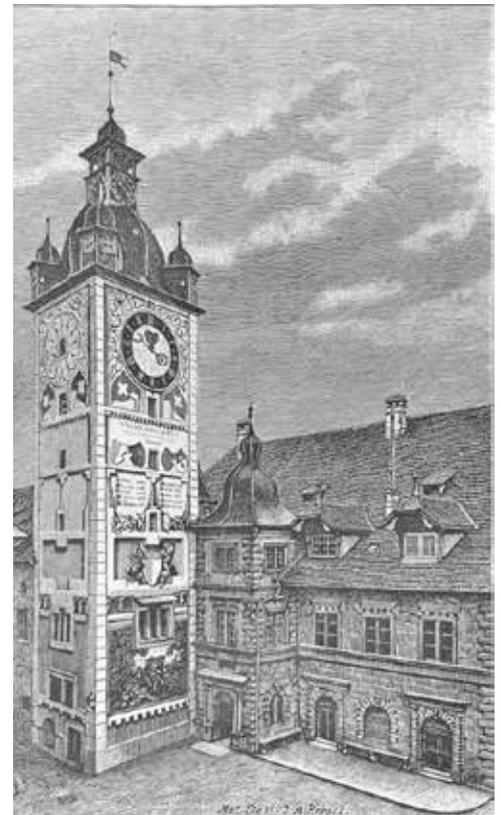
I brindisi inaugurali contraddistinsero spesso gli eventi politici più importanti dell'antica Confederazione, in particolare quando si trattava di siglare alleanze. Nella primavera del 1578, il menu a sei portate fu opulento e il cancelliere Cysat sottolineò che non venne risparmiato alcuno sforzo per reperire soltanto prodotti di altissima qualità, tendenzialmente autoctoni o dei Cantoni limitrofi, il tutto nonostante una stagione meteorologicamente sfavorevole. Questo spiega anche il motivo per cui i prodotti che vennero importati dal Mediterraneo come limoni, olive, arance e capperi, utilizzati per i contorni alle carni e ai pesci di lago, dovettero esser acquistati in buona parte sui mercati internazionali di Zurigo e Basilea. Il banchetto si concluse verso le quattro del pomeriggio,

siglio, cioè il governo del Cantone. Le tavole furono imbandite con adeguato tovagliato, i piatti in peltro e le posate d'argento, così come i bicchieri e le brocche per l'acqua, che venne cosparsa di rosmarino, chiodi di garofano e fiori. A

a quel punto i partecipanti si congedarono per una passeggiata lungo la città lacustre, una pausa prima del «desco serale», che rimase negli annali per la lussuosa decorazione araldica in marzapane con gli stemmi dei sette Cantoni Cattolici e col blasone del principe vescovo del Vallese al centro.

Essendo un organizzatore meticoloso, il cancelliere Cysat non mancò di tenere un resoconto dettagliato anche delle spese dei festeggiamenti e non sorprende che i costi per il vino siano stati tra i più esosi, in particolare il pregiato rosso che venne appositamente scelto per l'occasione e importato dal Piemonte. Nelle fonti d'archivio venne annotato come "Catinärer", intendendo l'attuale denominazione di Gattinara, la cui storia gloriosa lo vede spesso nelle tavole della diplomazia cinquecentesca europea, grazie al cardinale Mercurino Arborio, Gran Cancelliere dell'imperatore Carlo V. In effetti, quando il Merlot era ancora lontano da esser impiantato in Ticino, furono proprio i vini piemontesi, oltre a quelli francesi, ad esser frequentemente utilizzati nelle antiche cerimonie dei patrizi svizzeri, come anche quelli dell'Ossola, già attestati nel XIV secolo e trasportati lungo i valichi alpini del San Gotardo e del Gries, valle che venne conquistata a più riprese dagli Svizzeri, ma soltanto per pochi anni, tra il XV e il XVI secolo.

Riguardo gli antichi usi protocolari elvetic del vino, si potrebbe prendere d'esempio il patto di combor-



Il Rathaus di Lucerna dove si svolse il banchetto del 1578 per il rinnovamento di alleanza tra i Cantoni Cattolici e il principato vescovile del Vallese. DR



Ritratto di Renward Cysat. DR

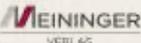
ghesia tra la castellania di Le Landeron con la Repubblica e città di Soletta. Emerge infatti dai più antichi documenti, che la bevanda alcolica giocò un importante ruolo nell'instaurare le prime relazioni tra le due città, in quanto simbolo di stima e amicizia reciproca. All'epoca donare il vino fu un'usanza molto in voga tra le autorità per accogliere gli ospiti di riguardo. Questa onorevole pratica conviviale, si delinea nel periodo della guerra sveva, per esempio fu proprio grazie al barilotto di vino locale donato al primo cittadino di Soletta, il nobile Hermann de Spiegelberg, che i borghesi di Le Landeron riuscirono ad ingraziarsi il suo aiuto. Il fenomeno di regalare vino e non limitarsi a berlo, non è soltanto elvetico, per esempio la cantina del municipio di Brema in Germania, è ancora oggi una tangibile prova dell'importanza della bevanda di Bacco nel Sacro Romano Impero, in particolare nelle libere città o "Reichsstädte" che la utilizzavano come un vero e proprio dono protocollare.

da www.tvsvizzera.it



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.





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

Orcia Wine Festival 2025, ovvero “Orcia, il vino più bello del mondo”



*I produttori presenti a
ORCIA WINE FESTIVAL*

A Palazzo Chigi-Zondadari di San Quirico d’Orcia, nei giorni compresi dal 24 al 27 aprile 2025, si è tenuta la 14esima edizione di “Orcia Wine Festival”. Evento molto partecipato, un traguardo importante per il Consorzio del Vino Orcia che ha compiuto i suoi primi 25 anni. Un programma ricco di interessanti masterclass, visite in cantina e varie iniziative per omaggiare questa importante ricorrenza. Gli espositori dietro i loro banchi d’assaggio, sotto le volte affrescate del Palazzo, erano 21, eccoli: Atrium, Bagnaia, Campotondo, Capitoni Marco, Casagori, Dirimpettaio, Donatella Cinelli Colombini, Fabbrica, La Canonica, La Nascosta, La Grancia di Spedaletto, Olivi - Le Buche, Palazzo Massaini, Podere Albiano, Roberto Mascelloni, Poggio Grande, Sampieri del Fa’, Sassodisole, Tenuta Sanoner, Val d’Orcia Terre Senesi e Vegliena. Le etichette in degustazione: Orcia Bianco, Orcia Rosato, Orcia Rosso, Orcia Rosso Riserva, Orcia Sangiovese, Orcia Sangiovese Riserva e Orcia Vin Santo. Ricordo il motto: Orcia, il vino più bello del mondo.

“Only Wine 2025” con l’obiettivo di avvicinare i giovani al nettare di Bacco

La kermesse “Only Wine”, come consuetudine, è andata in scena nei giorni compresi dal 26 al 28 aprile 2025, negli spazi esterni di Palazzo Vitelli dell’incantevole cittadina umbra “Città di Castello (Pg)”. Organizzata dall’A.I.S. Umbria con il patrocinio del Comune di Città di Castello, si rivolge a un parterre di produttori under 40 provenienti da ogni angolo del Belpaese, con alcune perle internazionali. Recentemente, si parla molto di giovani e dei loro bassi consumi di vino, a favore di altre bevande quali drink miscelati e birra. A questo evento partecipano molti giovani, pertanto contribuisce favorevolmente a farli avvicinare al nettare di Bacco. “Only Wine” è anche una Mostra Mercato, si possono degustare svariate etichette e c’è la possibilità di acquistare vini direttamente dai produttori. In programma vi erano anche alcune masterclass, tuttavia, avendo partecipato in questa giornata dedicata interamente a stampa e a operatori professionali, mi sono cimentato in degustazioni ai banchi d’assaggio, facendo piacevoli scoperte.



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

Offida Docg, grandi vini bianchi e rossi delle Marche



a cura di Adriano Guerri
Sezione AMIRA Toscana Felix

L'area di produzione della Docg Offida è incastonata tra le province di Ascoli Piceno e Fermo nella parte sud delle Marche. È divenuta Docg nel 2011, soltanto dopo 10 anni dalla costituzione della Doc. Il nome deriva dell'antica città di Offida e la produzione ricade in ben 22 comuni. Una zona piuttosto ampia, caratterizzata da un paesaggio articolato da rilievi collinari coperti da vigneti con un clima mite, condizionato dalla prossimità del mare Adriatico. Anche qui sono frequenti le escursioni termiche giornaliere. Il territorio risente del benefico influsso sia delle brezze marine sia di quelle provenienti dalle montagne. I suoli sono poveri ma ricchi di



Il padiglione delle Marche al Vinitaly

argilla e calcare, le viti affondano le radici su terreni posti ad altimetrie che variano dai 50 ai 650 metri s.l.m.. La coltivazione della vite è propizia per varietà autoctone e internazionali, tuttavia, Sangiovese, Montepulciano, Pecorino e Passerina hanno trovato habitat ideale in questo meraviglioso lembo delle Marche, capaci di dare origine a vini di elevata qualità. La denominazione contempla tre tipologie: Offida Pecorino, Offida Passerina e Offida Rosso, quest'ultimo è ottenuto prevalentemente con uve di Montepulciano, talvolta in assemblaggio con Sangiovese o altri vitigni a bacca nera autorizzati. A livello sensoriale, il vino Offida Pecorino è di un colore giallo paglierino, al naso sprigiona sentori di frutta come pesca, ananas, mela, agrumi ed

erbe aromatiche, il sorso è vibrante, saporito e persistente, consigliabile con pesce alla griglia, carni bianche e formaggi freschi. Offida Passerina è di un colore giallo paglierino, al naso rivela note di gelsomino, biancospino, pera williams e lime, al gusto è dinamico, sapido e duraturo, a tavola è ideale con antipasti e primi piatti a base di pesce e verdure grigliate. Offida Rosso

si veste di color rosso rubino, al naso sviluppa sentori di frutti rossi, liquirizia, spezie dolci e "nuances" balsamiche, al palato è pieno e appagante con tannini setosi e un finale lungo e saporito, da abbinare a primi piatti dai sapori decisi, carni sia arrosto sia alla griglia, selvaggina e formaggi stagionati. Avendo avuto la possibilità di partecipare ad alcune masterclass che hanno avuto luogo al Vinitaly e a un press tour nelle Marche, mi ritengo un grande estimatore di tutte le tipologie di questi vini. Alcuni produttori: Cantina Offida, Cù Cù, Moncaro, Simone Capecci, Velenosi, Collevite, Tenute Spinelli, Terra Fageto e De Angelis. Il Presidente del Consorzio Tutela Vini Piceni è Simone Capecci, titolare dell'omonima azienda.



La “Malvidina” nel vino: ruolo, stabilità e prospettive alla luce dei cambiamenti climatici



di Alessandro Peleggi

La “malvidina” è un antociano appartenente alla classe dei flavonoidi ed è responsabile della colorazione rosso-violacea tipica di molti vini rossi. Dal punto di vista chimico si configura come un glicoside strutturalmente caratterizzato da due gruppi metossilici, che conferiscono maggiore stabilità al colore rispetto ad altri antociani. La sua abbondanza nei mosti e nei vini rappresenta un parametro qualitativo cruciale, specie per vitigni come Malbec, Syrah, Cabernet Sauvignon, Tempranillo e Nebbiolo. La malvidina si forma nella bacca d’uva tramite la via biosintetica dei flavonoidi. Il processo è regolato da alcuni enzimi chiave e la presenza della malvidina è direttamente correlata al genotipo varietale, ovvero al cultivar, e al grado di maturazione dell’uva.

In media, la malvidina rappresenta tra il 40% e il 60% del contenuto totale di antociani nei vini rossi europei, con variazioni legate alla varietà e all’ambiente pedoclimatico. Le forme più comuni nel vino sono malvidine derivanti da reazioni con acidi o aldeidi durante la fermentazione e l’affinamento.

La malvidina presenta un colore rosso intenso a pH acido (circa 3-3.5), che vira al blu-violaceo in condizioni meno acide. Tuttavia, la molecola è soggetta a fenomeni di degradazione ossidativa specialmente in ambiente vinario.

I principali meccanismi di stabilizzazione includono la co-pigmentazione con alcuni flavonoli (quercetina, miricetina) e con gli



acidi fenolici. Anche la condensazione diretta e indiretta con i tannini porta alla formazione di pigmenti polimerici più stabili. Infine, successive reazioni con l’acetaldeide e la conseguente formazione di piro-antociani (es. piro-malvidina), producono la formazione di pigmenti più resistenti alla luce e quindi all’ossidazione.

I cambiamenti climatici – in particolare l’aumento delle temperature medie, le escursioni termiche ridotte e lo stress idrico – influenzano direttamente la biosintesi degli antociani, e quindi la concentrazione di

COBUE
THE WINE FAMILY

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

Tecnicamente... Vino

malvidina nelle uve. Studi recenti mostrano che temperature elevate (>30 °C) durante l'invasatura inibiscono l'attività enzimatica, riducendo la sintesi di malvidina a favore di antociani meno metossilati (come ad esempio la cianidina). Sempre in tema climatico, lo stress idrico, se moderato, può stimolare la sintesi antocianica (si chiama effetto "eustress"), mentre in condizioni estreme causa un vero e proprio blocco metabolico. Infine, un aumento di radiazioni UV-B (per ridotta copertura nuvolosa) promuove la produzione di flavonoidi in via adattiva incrementando anche la concentrazione relativa di malvidina.

Su questa linea occorre considerare anche l'aumento dell'alcol potenziale provocato da maturazioni più rapide e da maggiori concentrazioni zuccherine; il conseguente e inevitabile aumento del pH provoca una precaria stabilità dell'equilibrio cationico della malvidina che si traduce in un viraggio cromatico verso toni spenti e meno vivaci.

Alla luce di queste sfide, il settore enologico si sta attrezzando con pratiche mirate a preservare e valorizzare la presenza di malvidina nel vino attraverso una gestione del vigneto orientata a massimizzare l'escursione termica notturna e ridurre lo stress termico diurno (potature alte, inerbimento e pacciamatura). Anche la vendemmia anticipata, mantenendo un livello maggiore di acidità, favorisce la produzione e la stabilità degli antociani. Ovviamente, l'utilizzo di ceppi di lievito selezionati contribuisce alla formazione di pigmenti stabili (le cosiddette antocianine etilate). Sempre in ambito enologico, l'aggiunta di tannini condensati e acidi fenolici unita a una micro-ossigenazione controllata, facilitano la co-pigmentazione e la stabilizzazione dei colori nel mosto, orientando le reazioni di polimerizzazione e producendo colori complessi e più stabili. La "malvidina" rappresenta sicuramente un marcatore fondamentale della qualità cromatica del vino rosso, ma è oggi al centro di importanti dinamiche viticolo-enologiche. Soprattutto i cambiamenti climatici stanno alterando le condizioni ottimali per la sua



biosintesi e la sua conservazione nel vino, richiedendo una costante revisione delle pratiche agronomiche e cantiniere.

Il futuro del colore del vino rosso, e quindi dell'espressività visiva e organolettica di molte denominazioni, dipenderà dalla capacità di adattarsi a queste nuove condizioni climatiche, valorizzando conoscenze biochimiche e tecnologie enologiche sempre più sofisticate.

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



ARBUSTICO
OSTERIA



CHEF
CRISTIAN
TORSIELLO

PAESTUM
CILENTO
CAMPANIA
SUD ITALIA

SEE MORE ON:
OSTERIAARBUSTICO.IT

Il tavolo “confettata” di una volta vs. lo “sweets table” di oggi: tradizione e tendenza a confronto



di Carlo Bonito
sezione AMIRA Sicilia Occidentale

Un tempo, nelle cerimonie nuziali e nelle feste importanti, il tavolo della confettata rappresentava uno dei simboli più attesi e sentiti dell'evento. Non era solo un'esplosione di dolcezza, ma un vero e proprio gesto di gratitudine verso gli invitati. Oggi, quel ruolo è stato in parte ereditato dal moderno “sweets table”, un'installazione scenografica, spesso presente a fine evento. Ma cosa è cambiato, e perché?

La confettata di una volta: una tradizione di benvenuto

Fino a pochi decenni fa, la confettata era allestita già all'inizio del ricevimento, spesso in prossimità dell'ingresso della sala o della location. Questa scelta non era casuale. Il tavolo con i confetti - bianchi per le nozze, colorati per battesimi, comunioni o lauree - aveva una funzione simbolica e pratica: accogliere gli ospiti con un gesto dolce, offrendo loro un piccolo assaggio di festa e raffinatezza. La varietà dei confetti era limitata rispetto a oggi, ma l'attenzione era tutta sulla qualità e sulla simbologia: ogni colore e ogni gusto portava con sé un messaggio, legato alla purezza,

alla prosperità o alla fertilità. La confettata, quindi, non era solo un momento goloso, ma un rito quasi sacro di buon auspicio.

Lo “sweets table” di oggi: una dolce conclusione

Nel tempo, la tradizione si è trasformata. Oggi, il classico tavolo dei confetti si è evoluto nello “sweets table” o “candy bar”, un'esplosione di colori, dolciumi e scenografia curata nei mi-



nimi dettagli. Caramelle, cupcake, biscotti personalizzati, cake pops e ovviamente confetti: un assortimento variegato che rappresenta non solo il gusto degli sposi, ma anche il mood dell'evento.

Questo tavolo è solitamente allestito verso la fine della serata, spesso accanto al taglio della torta o alla zona del photobooth. Perché? Perché oggi si tende a

creare un “gran finale” emozionale, dove il dolce non è solo sapore ma anche esperienza visiva e social: gli ospiti si fermano a fotografare, a scegliere i loro dolci preferiti da portare via, a gustare qualcosa di sfizioso, mentre la musica si fa più ritmata e l'atmosfera si rilassa.

Tradizione vs. modernità: non è una sostituzione, ma un'evoluzione

Non è corretto dire che lo “sweets table” abbia sostituito la confettata, piuttosto l'ha ampliata. Se prima i confetti erano un momento ben preciso e codificato, oggi si è scelto di dilatarne il significato, renderlo più creativo e coinvolgente. Inoltre, l'organizzazione moderna di un evento prevede una regia attenta dei tempi: disporre il tavolo dol-

ciario a fine ricevimento permette di terminare in bellezza e stimolare un'ultima interazione conviviale tra gli invitati.

In definitiva, entrambi i momenti - quello della confettata di una volta e dello “sweets table” attuale - raccontano l'essenza della festa: la gioia di condividere, di coccolare gli ospiti e di rendere il giorno speciale anche attraverso i dettagli dolci.

L' Hotel Regina Palace di Stresa, un secolo di fascino e ospitalità



di Simone De Feo
Sezione AMIRA Paestum

La storia del Regina Palace Hotel è indissolubilmente legata alla storia di Stresa. In origine era Strixia, che significa "striscia di terra": un piccolissimo borgo, poche case affacciate sul Lago Maggiore, privo di collegamenti stradali. Stresa deve la sua



crescita alla costruzione della Via del Sempione da parte di Napoleone Bonaparte agli inizi dell'Ottocento. La strada costeggia il Lago Maggiore da Arona a Feriolo, per poi piegare verso la Val d'Ossola, dove si ricongiunge con la strada proveniente dalla Svizzera. È grazie a questa strada che Stresa si è trasformata da minuscolo villaggio di pescatori in una meta prediletta di facoltosi vacanzieri, che hanno costruito sontuose ville sulle rive del lago. Ma la vera svolta nella crescita della città avvenne nel 1906, con l'apertura della ferrovia Sempione, che fece di Stresa una tappa obbligata sulla tratta Londra-Parigi-Milano-Venezia e generò la domanda di strutture ricettive che rispondessero agli standard delle grandi città europee. In risposta a questa domanda, nello stesso anno fu fondata la "Società Anonima Italiana per gli Alberghi del Lago Maggiore" e il 27 giugno 1908 l'azienda aprì il Regina Palace Hotel. L'architetto Giuseppe Paganì progettò gli esterni e l'arredamento interno in puro stile liberty: arredi lussuosi, lampadari di cristallo, tessuti pregiati e affreschi resero il Regina Palace Hotel un luogo di soggiorno molto esclusivo. L'ascesa delle legendarie linee ferroviarie internazionali come l'Orient Express e il Peninsular Express hanno portato i viaggiatori più facoltosi

del mondo a Stresa e al Regina Palace Hotel. La Prima Guerra Mondiale causò una temporanea interruzione, ma dopo la guerra, gli ospiti illustri tornarono ad affollare le lussuose suite dell'hotel. Tra loro la regina Sofia di Grecia e il compositore Pietro Mascagni,

che spesso componeva musica seduto in giardino. Negli anni Trenta, il principe di Piemonte e futuro re d'Italia Umberto II soggiornò al Regina in compagnia di Maria Josè del Belgio. Teste coronate e scrittori, attori e musicisti continuarono a frequentare l'hotel negli anni a venire. Negli anni Cinquanta, Stresa divenne un punto di riferimento per l'emergente scena cinematografica italiana, e molti attori famosi soggiornarono al Regina Palace Hotel, tra cui Totò, Lucia Bosè e Gina Lollobrigida, che qui girò Miss Italia. Tra i musicisti che ogni anno la visitano per la rassegna musicale "Settimane Musicali di Stresa", ci sono grandi interpreti di musica classica provenienti da tutto il mondo come il violinista Uto Ughi e molti altri. Le 214 camere mantengono negli arredi il fascino dello stile eclettico fin de siècle. Sapiienti decoratori hanno utilizzato l'oro in foglia a ricordo di antiche tecniche di restauro, mentre i mobili sono in linea con lo stile dell'hotel, i lampadari provengono tutti da Murano. I tessuti pregiati, appositamente realizzati, sono creati dai famosi telai a mano di San Leucio. Oggi, come oltre un secolo fa, il Regina Palace Hotel continua a incarnare l'eleganza, la storia e la raffinata ospitalità che rendono unica l'esperienza di soggiornare a Stresa. Stay tuned...

Il sale dolce di Cervia, un prezioso conservante che viene dall'antichità



di Carmen D'Ambrosio
Sezione AMIRA Paestum

Il sale di Cervia è un **sale integrale**, costituito di cloruro di sodio purissimo, ottenuto da acqua di mare che non supera i 28,5 gradi Baumè (misura della densità salina dell'acqua) con una **bassissima presenza di cloruri più amari**, come il solfato di magnesio, di calcio, di potassio e il cloruro di magnesio. È invece ricco di oligoelementi **presenti nell'acqua madre**, come io-



*Cervia, il lavoro in una salina
(Foto Dany Fontana dal Comune di Cervia)*

dio, zinco, rame, magnesio, ferro, calcio, magnesio e potassio, benefici per l'organismo. Non è essiccato artificialmente, per cui mantiene intatta l'umidità naturale, né sbiancato chimicamente, per cui mantiene il colore tipico che non è bianchissimo, ma con sfumature rosa e grigie.

Viene prodotto in uno stabilimento, le "Saline di Cervia", costituito da 50 bacini circondati da un canale immissario di 14 Km che permette all'acqua di mare di entrare e uscire seguendo il ritmo delle maree. La raccolta, cosiddetta cavatura, avviene secondo il sistema tradizionale "a raccolta multipla" o "metodo cervese": parte all'inizio di agosto e prosegue per quaranta giorni, attingendo a tre vasche centrali, larghe 1 km. Il sale viene prelevato man mano che affiora, con attrezzi di legno. La raccolta giornaliera impedisce ai cloruri più amari, come i cloruri di potassio e magnesio, che richiedono più tempo per cristallizzare e concentrazioni saline più elevate, di depositarsi.

Il sale è poi lavato con acqua ad alta concentrazione salina; l'acqua viene fatta evaporare e il sale viene essiccato all'aria, in grossi cumuli. Non viene frantumato o macinato, né trattato con antiagreganti e sbiancanti.

Le origini delle saline sono antichissime. L'antico

toponimo della città, Ficole, suggerisce l'origine greca; secondo altri sarebbe etrusca, ma è certo che in epoca romana qui veniva prodotto sale. Nel Medioevo il sale di Cervia era strategico per l'economia della Romagna, della Marca Anconitana e di parte della Lombardia.

Fino al 1959 furono attive 144 saline a raccolta multipla, finché furono acquisite dai Monopoli di Stato,

che trasformò i bacini saliferi in un unico grande specchio d'acqua, effettuando la raccolta una sola volta all'anno e con mezzi meccanici, secondo il metodo "francese".

Il Comune di Cervia dette vita al Parco della Salina di Cervia, lasciando dieci vasche alla lavorazione manuale. Oggi se ne utilizza solamente una, il bacino numero 89, la salina Camillone, in cui la produzione avviene secondo le regole tradizionali. Nel 1979 fu istituita la Riserva naturale di popolamento animale. Nel 2004 è nato il Presidio Slow Food per il «Sale marino artigianale di Cervia», sostenuto dal Parco Regionale Delta del Po, dalla Regione Emilia - Romagna, dalla Società Parco della salina di Cervia.

Nel 2013 nasce l'Ecomuseo del Sale e del Mare, di cui la salina Camillone è parte integrante. Attualmente fanno parte della "Stazione Sud del Parco Regionale del Delta del Po Emilia Romagna".

Nel 2023, la salina è stata fatta allagare per salvare la città di Cervia dalla devastante alluvione del 16 e 17 maggio.

Nei pressi sorgono le Terme di Cervia, che utilizzano l'acqua salata, ricca di oligoelementi, per la cura di malattie articolari e respiratorie.

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

Perché brindare con l'acqua, porta sfortuna?



di Luca Stroppa

Questo articolo nasce da una riflessione e da una curiosità emersa durante le festività natalizie, quando i brindisi sono stati protagonisti dei nostri pasti.

Nel corso del classico cenone, uno dei nostri commensali (ahinoi!) stava per partecipare al brindisi con un bicchiere d'acqua. Subito bloccato nel suo incauto tentativo, da buoni scaramantici, lo abbiamo ammonito: **"Brindare con l'acqua porta sfortuna!"**

A quel punto, il nostro amico ha posto una semplice domanda che, in realtà, si è rivelata un vero e proprio rompicapo: **"Perché porta sfortuna?"** Silenzio totale! Nessuno è stato in grado di dare una risposta. Insomma, tutti (o quasi) erano a conoscenza del fatto che brindare con l'acqua e con altre bevande analcoliche portasse sfortuna; nessuno sapeva realmente il perché. Noi compresi, almeno fino a quando non abbiamo deciso di documentarci tra siti specializzati e manuali del galateo, anche in lingua inglese. Del resto, la nostra curiosità era incontenibile.

Dopo un po' di ricerca siamo arrivati al dunque

...

La spiegazione è così interessante che abbiamo pensato di scrivere un pezzo sul tema! In questo modo, la prossima volta che ti capita un commensale che vorrebbe brindare con l'acqua, puoi stopparlo e snocciolare la spiegazione sul perché questa pratica sarebbe da evitare e porterebbe iella!

Brindare con l'acqua: perché non si fa? Perché porta sfortuna?

Diciamo subito che non è stato facile rispondere a questa domanda perché non esistono fonti italiane in grado di dare una spiegazione esauriente. Per questo, abbiamo dovuto virare su siti specializzati in lingua inglese e, come d'incanto, abbiamo trovato importanti riferimenti. A tal proposito, il sito americano vinepair.com ha già trattato l'argomento, dedicandogli un breve e in-



teressantissimo articolo, a cui ci siamo ispirati, e suggerendo una fonte davvero attendibile, che ci ha permesso di portare alla luce una marea (è proprio il caso di dirlo!) di curiosità.

La fonte da cui attingere informazioni è un **manuale della Marina Militare Americana**, risalente al 1986. Incuriositi da questo inaspettato riferimento, abbiamo deciso di consultarlo e abbiamo scoperto qualcosa di davvero particolare e intrigante.

Il Mess Night Manual, consultabile online sul sito "Naval History and Heritage Command", è una sorta di **vademecum delle buone pratiche e delle buone maniere** che chi appartiene a questo corpo, è tenuto a seguire e rispettare in maniera rigorosa durante le cene ufficiali.

Il manuale è piuttosto articolato e dettagliato. Una delle sue sezioni, la terza, è dedicata al brindisi da effettuare nel corso di una cena. Il paragrafo è ricco di spunti molto ma molto interessanti e di norme decisamente rigide che regolano ogni aspetto di questa pratica. Promettiamo che in un articolo futuro tratteremo questi aspetti perché si possono scoprire storie e curiosità davvero uniche. Sarai felice di sapere, ad esempio, che in ogni cena di ogni giorno della settimana è previsto un brindisi. In pratica, ogni giorno si beve vino!

"It is customary for a special toast to be given for each evening of the week".



“È abitudine fare un brindisi speciale per ogni sera della settimana”.

Al momento, giusto per rimarcare quanto il brindisi sia considerato un momento serio e impor-

te e per tornare sull'argomento specifico del nostro articolo, riportiamo un altro tratto significativo del manuale:

“The proper procedure for those averse to drinking is to participate in the toasting ritual by raising the glass of port to their lips (without actually drinking it). It is considered an insult not to participate in the toast at all, and in military messes, it is highly improper to drink a toast with water. For this reason, all water glasses are removed from the table before the toasting begins”.

Che possiamo tradurre con:

“La procedura corretta per coloro che sono contrari al bere è partecipare al rituale del brindisi portando il bicchiere di Porto alle labbra (senza berlo effettivamente). È considerato un insulto non partecipare al brindisi e nelle cene militari è altamente improprio fare un brindisi con l'acqua. Per questo motivo, prima che inizi il brindisi, tutti i bicchieri d'acqua vengono rimossi dal tavolo”.*

*** [il vino Porto, insieme alla bollicine, è quello che viene suggerito per il brindisi].**

In sostanza, ciò che emerge da questo primo estratto è che non è affatto una buona pratica non partecipare al brindisi e che anche gli astemi devono parteciparvi, senza bere ma portando il bicchiere verso le labbra. Infine, si sottolinea che il brindisi non vuole l'acqua!

Perché? Ovviamente, un manuale così approfondito ci rivela anche la risposta a questa domanda. In realtà, le possibili interpretazioni, tutte puntualmente riportate da vinepair.com, sono tre.

Analizziamole una a una.

SPIEGAZIONE 1

Senza troppi giri di parole: **“Tradition is that the object of a toast with water will die by drowning”.** Ovvero: **“Secondo tradizione chi brinda con l'acqua muore per annegamento”.**

Pare che questa credenza sia in qualche modo legata ad alcuni episodi che hanno visto come protagonisti dei marinai, morti in mare per an-

gamento, e che, da quanto si racconta, poche ore prima avevano effettuato il brindisi con l'acqua!

SPIEGAZIONE 2

Stando sempre al manuale, il fatto che l'acqua non sia utilizzata nel corso dei brindisi è legata, in qualche modo, anche a un episodio della storia d'Inghilterra.

Nel XVII° secolo, Oliver Cromwell guidò le forze che sconfissero temporaneamente la monarchia inglese e giocò un ruolo decisivo nella condanna a morte del re Carlo I. Il figlio e successore, Carlo II, fu costretto a rifugiarsi nell'Europa Continentale. I **rappresentanti della marina**, molto **legati alla Corona**, decisero di interpretare i brindisi in maniera diversa dal solito, in segno di vicinanza. Nello specifico, **portavano il calice di vino oltre il bicchiere d'acqua**, simulando l'attraversamento di un metaforico mare, il “Canale della Manica”, che separa il Regno Unito dall'Europa. Quel gesto, altro non era che **un saluto al Re in esilio!** Scoperto il suo significato, **le forze governative antimonarchiche imposero ai marinai di non brindare prima che i bicchieri d'acqua venissero raccolti dagli inservienti.** Da quel momento in poi, l'acqua fu bandita dai brindisi!

Questa tradizione resiste anche ai giorni nostri e pare sia stata trasmessa, priva del suo significato originario, anche alla società civile!

SPIEGAZIONE 3

Infine, la terza possibile spiegazione del perché non si possa brindare con l'acqua e del perché porti sfortuna va rintracciata nella **mitologia greca** e nelle successive interpretazioni del ruolo del **fiume “Lete”.** Quest'ultimo è il fiume dell'oblio in cui s'immergevano le anime dei morti secondo alcuni per reincarnarsi, secondo altri, come nella versione dantesca, per purificarsi dai peccati prima di raggiungere il Paradiso.

In ogni caso, sembra che nell'antica Grecia si brindasse con l'acqua proprio per ricordare questa credenza e accompagnare le anime dei defunti. Il gesto, riportato ai giorni nostri, va dunque interpretato come **accompagnamento verso la morte!** Di certo, non un bell'augurio ...

Per questo, il brindisi non vuole l'acqua!

Insomma, d'ora in poi, quando impedirai ai tuoi commensali di brindare con l'acqua, potrai sorprenderli raccontando questi aneddoti!

Da: www.wineshop.it

Il basilico, simbolo della cucina italiana



Rubrica a cura del
dott. Giovanni Favuzzi

Con il suo profumo e l'incredibile sapore trova giusta collocazione all'interno della **cucina italiana**, tanto da diventare un simbolo in tutto il mondo.

Quali sono le caratteristiche nutrizionali del basilico?

Il basilico è **poco calorico**, ricco di sali minerali e benefico per l'organismo.

Ha numerose **proprietà terapeutiche** indispensabili per affrontare il quotidiano, ecco **le dieci più importanti**.

- **Antibatterico**: l'olio di basilico è utilizzato direttamente su tagli e ferite, dove agisce come arma di contrasto contro la proliferazione dei batteri, in particolare la *Listeria*, *Stafilococco aureo*, *Escherichia coli* e *Yersinia enterocolitica*.

- **Antinfiammatorio**: l'olio di basilico inibisce l'azione di un enzima in grado di causare infiammazione, ma anche alleviando le problematiche causate dall'artrite reumatoide. Le sue capacità antinfiammatorie supportano il benessere dell'apparato digerente e dell'intestino, leniscono i dolori alle orecchie, il mal di gola ma anche raffreddore, bronchite e asma.

- **Supporto per la digestione**: migliora le funzioni digestive, riducendo i fastidi dati dai crampi intestinali e dalla flatulenza, agendo come lenitivo sulla muco-



sa gastrica.

- **Stimola l'appetito**: il gusto intenso dona un tocco in più a cibi e pietanze, ma il basilico è amico dell'alimentazione perché stimola l'appetito. È importante spezzettare le foglie con le mani perché la lama del coltello tende a ossidare il prodotto, modificandone il gusto. Inoltre una tisana al basilico è un tonico utilissimo contro l'inappetenza, migliorando al contempo la fase digestiva.

- **Supporta il sistema immunitario**: la **piantina aromatica** è prodiga di vitamina C, perfetta contro le fasi infiammatorie in supporto del benessere del sistema immunitario. Un'assunzione regolare mette al sicuro la salute della gola e delle vie respiratorie, contro i temibili malanni di stagione.

- **Stimola il rilassamento**: una tisana al basilico garantisce effetti di contrasto contro l'ansia e gli stati d'insonnia, perché agevola il rilassamento personale. Tutto merito dell'alta concentrazione di sali minerali, in particolare del magnesio, supporto utile per i

muscoli, i vasi sanguigni e la circolazione, con diminuzione delle aritmie.

- **Salute per le ossa**: grazie alla presenza della **vitamina K** che protegge le ossa, in particolare dalle fratture, fortificandole e contrastandone l'indebolimento. Così da combattere anche la calcificazione delle arterie e supportando la normale coagulazione del sangue.

- **Proprietà antiossidanti**: la presenza di vitamina A previene l'azione ossidante messa in pratica dal colesterolo, in particolare nel sangue, così da ridurre le problematiche cardiovascolari.

- **Dona benessere alla cute**: è amico della pelle, tanto da risultare più tonica ed elastica, più fresca, rigenerata e decongestionata, per una vera azione antiage. Tutto merito dell'azione antimicrobica necessaria per combattere la formazione di acne e brufoli, oltre ad agevolare una valida microcircolazione della cute.

- **Capelli più belli e forti**: dona morbidezza al cuoio capelluto e rende la capigliatura morbida, fluida, luminosa e sana. Combatte anche la formazione della forfora e previene la problematica data dalla **caduta dei capelli** e dall'alopecia. Un impacco a base di foglie di basilico e olio di cocco può migliorare la salute della chioma stessa.

Che bontà i salumi di suini neri razza sarda!



a cura di Marco Contursi

La presenza di suini neri in Sardegna si perde nella notte dei tempi, soprattutto nella Barbagia, nell'area del Gennargentu e nel Supramonte, dove abbondavano foreste di querce, l'habitat ideale per questi suini di piccola taglia, dalle setole scure e dall'indo-



le rustica. Numerosi i reperti archeologici, ossa e manufatti con le fattezze suine, ci fanno risalire la presenza di questi maiali addirittura dal periodo nuragico (1000 a.C.). Nel corso dei secoli, l'allevamento di questi suini era una costante per le famiglie contadine, come in tutta Italia, perchè costituiva una risorsa preziosa di carne, sia fresca sia conservata. Nel Settecento, il gesuita Francesco Cetti, docente universitario, ne fa una puntuale descrizione nella sua opera "I quadrupedi di Sardegna", raccontandone le caratteristiche morfologiche e le tipologie di allevamento.

Si presenta di taglia piccola, con scheletro sodo, con cute pigmentata e un mantello che può assumere sfumature di rosso, nero, grigio, con setole folte e arricciate. Gli arti sono corti e robusti e la coda lunga con setole che formano la caratteristica "coda cavallina". L'avvento in Sardegna, sul finire degli anni 70, della peste suina e il conseguente divieto di allevare all'aperto, ha messo in serio pericolo questa razza che rischiava di scomparire, ma dal 2006 è attivo un programma di conservazione presso piccoli nuclei di allevamento in purezza che ha permesso la sua salvaguardia. Offre carni sode e saporite, che sono alla base di uno dei piatti simbolo dell'isola, il porceddu arrosto (in dialetto sardo su pruceddu arrustiu)

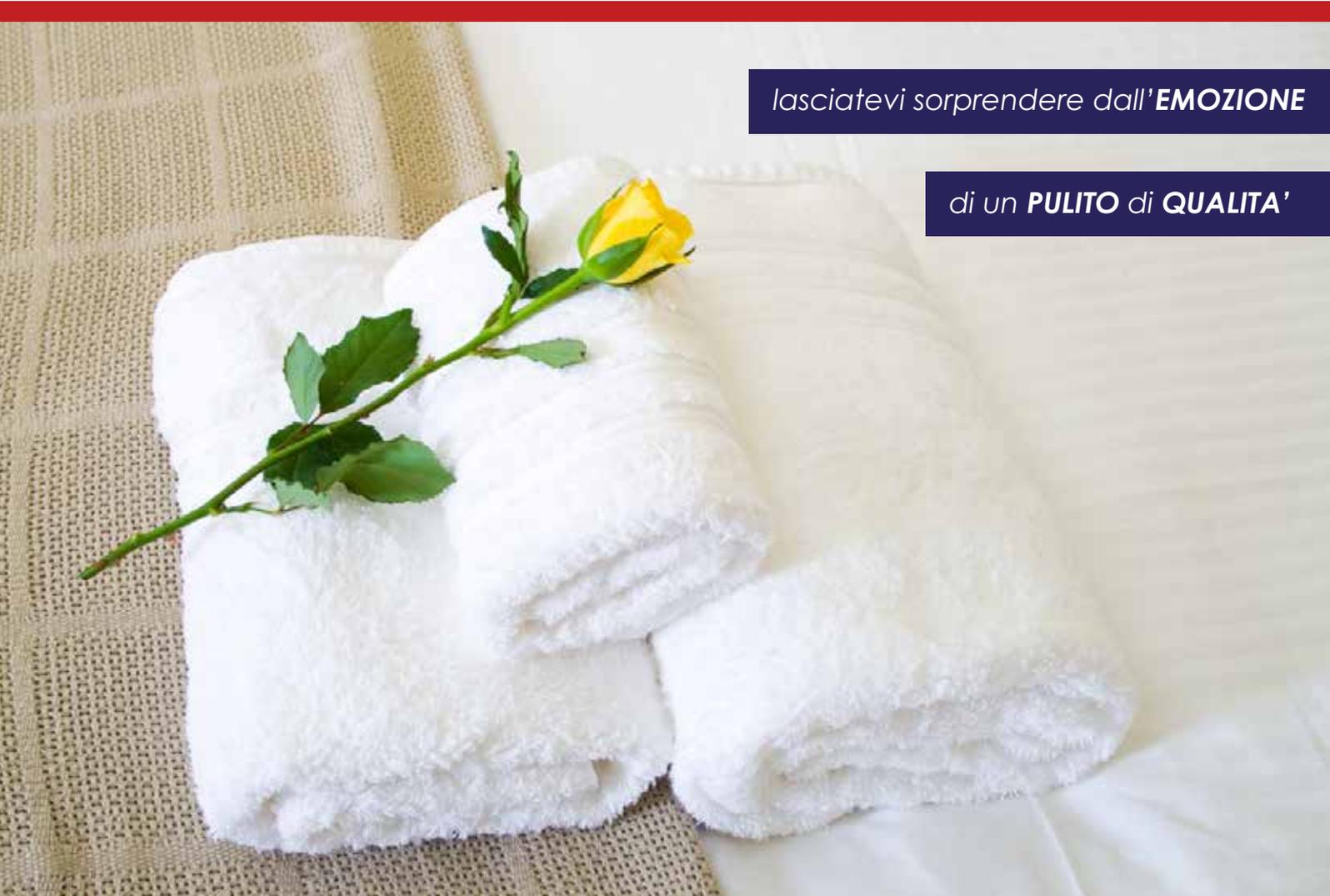
che non manca mai nelle tavole festive contadine, servito su taglieri di sughero e un letto di foglie di mirto. Ovviamente non mancano i salumi, realizzati con carni di suini di almeno due anni e oltre 100 kg di peso. Tra quelli tradizionali ricordiamo la lonza (mustela),

il lardo, il prosciutto che stagiona almeno due anni e poi la salsiccia (su sartizzu), probabilmente l'insaccato sardo più famoso, che vede la carne incontrare tanti aromi mediterranei come anice, finocchio, mirto, aglio e peperoncino, insaccata poi in budello naturale.

I grassi del suino di razza sarda sono ricchi di acidi grassi insaturi, frutto di una predisposizione genetica e dell'alimentazione ricca di ghiande, che contengono acido oleico. La fine del divieto di esportare i salumi di suini di razza sarda a causa della peste suina, ha dato nuova vita alla norcineria locale, che vede ora nuovi mercati in cui proporre i loro tradizionali salumi. Alcuni produttori, per motivi di veloce monetizzazione, hanno iniziato anche a esportare maialini macellati, da cuocere a cura del cliente, completi anche delle foglie di mirto su cui servirli. Tradizioni importanti e antiche come è antica questa razza che rischiava di scomparire ma che, grazie all'impegno degli allevatori e della regione Sardegna, è sorta a nuova vita, pronta a deliziare i palati dei buongustai di tutta Italia, con salumi dal sapore rustico e complesso, con sentori antichi che raccontano le foreste impenetrabili della Barbagia, un tempo rifugio di briganti e oggi habitat ideale per questa razza antica e pregiata.

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.



Espresso Martini...un nuovo Martini Cocktail? NO, solo perché servito in classica coppetta Martini!!



a cura di Fabio Pinto
Tesoriere Nazionale Aibes

L'Espresso Martini è probabilmente il più noto drink creato da **Dick Bradsell** negli anni 80 del vecchio secolo ed è uno dei pochi drink che non ha subito particolari evoluzioni nel corso degli anni.

1983: Soho Brasserie di Londra, nasce il cocktail Espresso Martini grazie alla particolare richiesta di una bellissima donna, probabilmente una modella, forse anche già famosa al tempo, ma di cui Bradsell non ha mai voluto rivelarne l'identità, la quale chiese qualcosa che potesse prima risvegliarla e poi rincoglionirla e precisamente fu questa la sua richiesta: "wake me up and then fuck me up".

Il distillato più in voga nel periodo era senza dubbio la Vodka, pertanto Bradsell pensò subito di utilizzarla in coppia con un buon espresso, magari zuccherato, e per esaudire a pieno il desiderio della bella donna aggiunse due liquori disponibili al caffè, quali Kahlua e Tia Maria. Nacque un drink che Bradsell chiamò **Vodka Espresso**, ma in un periodo dove tutto ciò che veniva servito in una coppa Martini diventava un Nuovo Martini, stessa sorte per il drink di Bradsell che di lì a poco fu ribattezzato **Espresso Martini**.

La ricetta del Vodka Espresso di Dick Bradsell proposta nella drink list del Fred's Club di Londra recitava appunto così:

5 cl di Vodka
1 cl di Kahlua
1 cl di Tia Maria
0,5 cl sciroppo di zucchero
1 Caffè espresso

Shakerare bene gli ingredienti e servire in coppetta martini decorando con tre chicchi di caffè in superficie a formare un petalo così come vuole la tradizione italiana nel servizio della sambuca con la "mosca" dove i tre chicchi rappresentano la salute, la ricchezza e la felicità.

Pochi anni dopo, verso la fine del

secolo novecento, precisamente nel 1998, il drink fu rinominato ancora una volta in **Pharmaceutical Stimulant**, quando Bradsell divenne Bar Manager al Pharmacy di Notting Hill a Londra e portò con sé il popolare cocktail, questa volta però servito on the rocks in tumbler basso.

L'**Espresso Martini**, per la grandissima diffusione in tutto il mondo, è stato inserito per la prima volta tra i cocktail Mondiali nel 2011, confermato poi nella codifica del 2020 e oggi lo troviamo in 101 Cocktails Iba lista ufficiale 2024 tra i New Era Drinks:

50 ml Vodka
30 ml Kahlua
10 ml Sciroppo di zucchero
1 Caffè Espresso

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.

Versare il drink appena shakerato filtrando con Strainer e servire decorando con tre chicchi di caffè in superficie a formare un petalo.



Questi i 10 paesi con il maggior consumo di vino pro-capite

Secondo l'OIV (Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino), i consumi mondiali di vino sono, come ormai si sa, in discesa. Vediamo quali sono i paesi che consumano più vino pro-capite: Portogallo (61,1 litri pro capite) - Italia (42,7 litri) - Francia (41,5 litri) - Svizzera (29,7 litri) - Austria (28,6 litri) - Australia (24,5 litri) - Germania (24,5 litri) - Ungheria (24,4 litri) - Spagna (23,8 litri) - Regno Unito (22,3 litri). Invece, questi sono i 10 paesi dove si consuma più vino. Stati Uniti: 33,3 milioni di ettolitri, in calo del 5,8% rispetto al 2023; Francia: 23 milioni di ettolitri, in calo del 3,6%; Italia: 22,3 milioni di ettolitri +0,1%; Germania: 17,8 milioni di ettolitri, in calo del 3%; Regno Unito: 12,6 milioni di ettolitri -1%; Spagna: 9,6 milioni di ettolitri, in aumento dell'1,2%; Russia: 8,1 milioni di hl +2,4%; Argentina: 7,7 milioni di hl -1,2%; Portogallo: 5,6 milioni di hl +0,5%; Cina: 5,5 mhl -19,3%. (Fonte: www.federvini.it)



A cura di Diodato Buonora

Diversi wine bar di Parigi truffavano i clienti

Chianti anziché Bardolino, Beaujolais spacciato per Côtes-du-Rhône e altro: pare che nei wine bar di Parigi le truffe siano all'ordine del giorno. Tra le pagine di "Le Parisien" risuonano le voci di sommelier, camerieri e altri addetti alla sala dei wine bar di Parigi. La loro è una confessione: proprietari e capi di vario genere avevano dato loro istruzione di sostituire i vini ordinati dai clienti con versioni più economiche così da massimizzare i guadagni. L'usanza, per così definirla, pare sia particolarmente radicata in alcune delle zone più turistiche della capitale francese: "A parte i clienti abituali", ha spiegato un cameriere al quotidiano di cui sopra, "tutti gli altri clienti venivano regolarmente truffati". I redattori di "Le Parisien" non si sono accontentati di raccogliere testimonianze e sono scesi in campo per toccare con mano. Gwilherm de Cerval, giornalista ed ex sommelier in diversi hotel di lusso, e Marina Giuberti, sommelier e commerciante di vini, si sono spacciati per turisti anglofoni e hanno imboccato la via dell'aperitivo. Il primo ha affermato di aver bevuto un calice di Chablis che assomigliava a un Sauvignon Blanc, e la seconda avrebbe ordinato un calice di Sancerre che ricordava un ben più generico Sauvignon. Quindi, se andate a Parigi, o prendete la bottiglia intera o bevete altro!!! (Fonte: www.dissapore.com)

Ristorante costretto a pagare 88mila euro di risarcimento a una coppia accusata di non aver pagato il conto

È successo in Irlanda, un ristorante ha condannato aspramente una famiglia sui social per non aver pagato il conto e adesso si ritrova a dover pagare un risarcimento di 75mila sterline (circa 87mila euro). Una vicenda che insegna una lezione importante: prima di accusare pubblicamente qualcuno di aver fatto qualcosa di sbagliato, sarebbe meglio accertarsi di avere le prove dell'accaduto. Il totale sullo scontrino del ristorante per il pasto della famiglia era di 150 sterline. I dirigenti del ristorante Horse and Jockey hanno condannato su Facebook il «comportamento scioccante» dell'uomo e della donna, accusandoli di essere andati via senza pagare il conto. In realtà, l'errore era stato di un membro dello staff, che aveva dimenticato di registrare il pagamento - avvenuto con carta - tramite scontrino in cassa. Il tutto si è scoperto dopo che le immagini erano state caricate sul web. Alla fine, il locale ha dovuto sborsare 75.000 sterline come risarcimento alla coppia e la persona responsabile dell'errore è stata licenziata. (Fonte: www.leggo.it)

Un ristorante campano a Los Angeles con 6.000 clienti in lista d'attesa

A Los Angeles, il locale più ambito non è un ristorante stellato, ma è un posto pensato per evocare una cena intima tra amici più che un'esperienza formale. Si chiama Lele Dinner Club ed è il progetto personale di Daniele Uditi, chef napoletano già noto per aver rivoluzionato il concetto di pizza con il suo marchio Pizzana. Il "Lele" ha tavoli disposti di fronte a una cucina luminosa, simile a quella di un talk show e propone la ricchezza della cucina campana. Oggi, questo locale da 250 dollari a persona, ha una lista d'attesa di oltre 6.000 nomi!!! (Fonte: <https://reportergourmet.com>)



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

Ristorazione & Ospitalità di Giugno 1996

ROMA - Congresso Mondiale dei Maîtres
24-29 novembre 1995



a cura di Diodato Buonora

In copertina una stampa a colori annuncia che dal 24 al 29 novembre 1995, si terrà a Roma il Congresso Mondiale dei Maîtres. Quelli della mia età (o quelli più grandi!) ricordano bene questo congresso. Era quello del "quarantennale" ed è stato, secondo me, il più bel congresso AMIRA di tutti i tempi. Avremo modo di scriverne ancora sui prossimi numeri.

Per il resto, sul numero "Anno XIX - N° 6 giugno 1995", le pagine erano, come al solito, 48. Le pagine di pubblicità erano 15; 4 sezioni Amira (Abruzzo, Calabria, Paestum e Puglia); 2 cantine: 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, abbiamo trovato interessante:

- Pag. 4 - L'Amira Trieste festeggia il 40° Anniversario A.M.I.R.A.

- Pag. 11 - XV^a Edizione Concorso Cocktail "S. Marta" di Angela Frattolillo

- Pag. 21 - I Romei a Cervia di Giorgio Montanari

- Pag. 27 - La Campania marinara a tavola

- Pag. 35 - Da Paestum: in occasione dell'incontro Italia Estonia grandi feste per la Nazionale di Calcio di Diodato Buonora

- Pag. 38 - La Borgogna di Antonio Maresca

- Pag. 41 - Cerca la chiave n.4 - Un gioco a cura di Diodato Buonora



Per ricevere il pdf di Ristorazione & Ospitalità di giugno 1995,

e di quelli da dicembre 1990 a maggio 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.

Trattoria & Pizzeria dal 1990

"La Terrazza"

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



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

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



dolcefreddo
MORALBERTI



www.moralberti.com/it

I Maitres 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



Giro Giuliano Fiduciario AMIRA Venezia con Fiorello e la madre



La cantante Arisa con Irimias Ioan Dorin, AMIRA Romagna



Giuseppe Sportelli, Fiduciario AMIRA Emilia con Ignazio Boschetto de IL VOLO



Il Maestro Riccardo Muti con il Cerimoniere AMIRA Giovannangelo Pappagallo



Paolo Madonia, AMIRA Sanremo con il famosissimo ballerino Roberto Bolle



Sergio Friscia (attore, showman e conduttore televisivo) con Davide Magrì, AMIRA Grande Salento



Tommaso Cerno (giornalista e politico italiano) con Francesca Simsig, AMIRA Trieste Gorizia

Approfondimento sulle birre artigianali

La sezione AMIRA Cosenza - Sila si è posta l'obiettivo di far crescere e migliorare una categoria professionale che merita stima e considerazione. Il motore propulsore di quest'associazione sono gli iscritti e il direttivo, che stanno operando in tutto il territorio silano e cosentino. Sono alla ricerca di nuovi stimoli e conoscenze attraverso la frequentazione di una serie di lezioni formative con esperti delle varie discipline. Nell'ultimo corso di aggiornamento, svoltosi presso l'Ariha Hotel di Cosenza, è stata posta l'attenzione sulle birre artigianali. A tenere la lezione è stato il mastro birraio Luca Riggieri. Numerosi i soci, guidati dal fiduciario Biagio Talarico, che hanno aderito all'iniziativa, consapevoli che la birra artigianale rappresenta un fenomeno in forte crescita ed è caratterizzato da una produzione di nicchia che si distingue dalla birra industriale per diversi aspetti, prima di tutto per la produzione limitata e indipendente. Le birre artigianali, infatti, sono prodotte da birrifici di piccole dimensioni che non superano una produzione annua di 200.000 ettolitri. Questo permette un maggiore controllo sul processo produttivo e una maggiore libertà creativa. A differenza della birra industriale, quella artigianale, solitamente, non è sottoposta a pastorizzazione né a microfiltrazione. Questo permette di conservare intatte le caratteristiche originali,

inclusi lieviti vivi e sostanze nutritive benefiche. I birrai artigianali pongono grande attenzione alla selezione delle materie prime (malto, luppolo, lievito, acqua), spesso preferendo ingredienti locali e hanno una forte propensione alla sperimentazione che porta alla creazione di birre con profili aromatici e gustativi molto vari e complessi. Il mondo delle birre artigianali, inoltre, offre una varietà di stili molto cangianti, abbracciando tecniche tradizionali e innovative. L'assenza di trattamenti invasivi e la cura nel processo produttivo conferiscono alle birre artigianali un gusto più pieno, autentico e spesso più complesso rispetto alle birre industriali. La torbidità invece è frequentemente un segno distintivo, dovuto alla presenza di lieviti e proteine. Il movimento delle birre artigianali, nella provincia cosentina, in Sila e a San Giovanni in Fiore, ha le sue radici negli anni '80 per volontà di alcuni mastri birrai che, spinti dalla passione, hanno iniziato a sperimentare con tecniche nuove e ingredienti locali e a diffondere una nuova cultura del bere birra, ma solo negli anni '90 si assiste alla nascita dei primi micro birrifici. Per questa bella giornata formativa si ringrazia particolarmente il Professor Giovanni Orlando, il socio Michele Giorno e la famiglia Igreco, titolari dell'Ariha Hotel di Cosenza.

Francesco Mazzei



Aggiornamento sull'accoglienza e la comunicazione

L'Amira sezione Formia, con il fiduciario Enzo D'Adamo, il vice fiduciario Guido Matano, il Tesoriere Antonio Camillo e il segretario Vincenzo Caruso, il 14 aprile u.s. ha promosso un incontro di formazione, rivolto ai professionisti dell'accoglienza, presso l'IPSEOA A. Celletti di Formia. L'incontro ha avuto una vasta partecipazione di soci, di simpatizzanti e di autorità del posto. Era presente anche il segretario della sezione AMIRA Napoli, Massimo Marchini. L'incontro si è collocato all'interno di un percorso di sensibilizzazione che unisce le competenze tecniche dell'accoglienza alle dinamiche psicologiche e relazionali al fine di elevare la qualità, appunto, dell'accoglienza, elementi fondamentali per chi lavora a contatto con il pubblico. La formazione è stata condotta dal dott. Giancarlo Pacitto, esperto in tecniche psicologiche, coach, mindfulness teacher e yoga della risata. Professionista appassionato di benessere, crescita personale e valorizzazione del territorio. Da anni si dedica alla formazione e allo sviluppo del potenziale umano, integrando conoscenze psicologiche con pratiche di consapevolezza, meditazione e tecniche di attivazione del sorriso applicato all'ospitalità del comparto ristorativo alberghiero. Durante la formazione, il dott. Pacitto ha illustrato strategie e tecniche per migliorare la qualità delle interazioni con gli ospiti, basandosi su principi di consapevolezza, gestione dello stress, emozioni e autenticità empatica per favorire una connessione umana profonda.

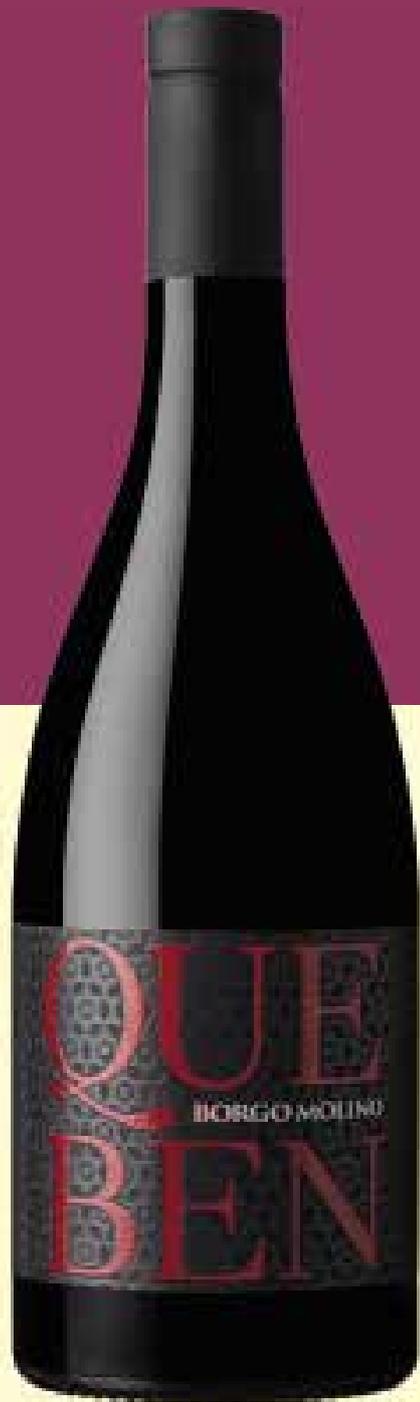
Un focus speciale è stato dedicato alla risata come strumento di benessere e relazione. I presenti hanno avuto l'opportunità di sperimentare pratiche semplici ed efficaci per portare leggerezza, energia positiva e presenza consapevole nei contesti dell'accoglienza. Nel corso dell'incontro, il dott. Pacitto ha esposto riflessioni sul crescente ruolo dell'Intelligenza Artificiale applicata nei servizi dell'ospitalità. Se da un lato la tecnologia rende più efficiente la gestione dei processi, dall'altro non può sostituire le qualità umane che rendono l'esperienza di accoglienza unica: empatia, ascolto, creatività, emozione. La formazione ha mirato a rafforzare proprio questi elementi, valorizzando la dimensione umana dell'incontro. Accogliere non è solo una questione di procedure, ma un'arte che coinvolge mente, cuore ed emozioni. Creare un ambiente positivo e consapevole genera un impatto profondo nell'esperienza con le persone con le quali ci relazioniamo. Inoltre, "chi accoglie serve ma non è un servitore", ha dichiarato Pacitto nel corso dell'incontro. Si ringrazia il dott. Pacitto per la sua disponibilità e la dirigente scolastica Monica Piantadosi per l'ospitalità. La formazione si è conclusa con un apericena e un brindisi finale offerto dal direttivo di sezione.

Enzo D'Adamo





BM
BORGO MOLINO
Vigne & Vini



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



IL "VERMOUTH DI TORINO"

Il *Vermouth*, che è il più conosciuto ed apprezzato dei vini tonici od *aperitivi*, deve esclusivamente alla industria piemontese la sua fortuna e la sua rinomanza.

È un vino aromatico, con sapore piuttosto amaro, alquanto alcoolico (15 a 17 per cento, in volume) e con una moderata ricchezza zuccherina (140 a 150 grammi per litro).

Il profumo delicato e non eccessivamente accentuato di droghe ed erbe aromatiche, colore bianco dorato non molto carico ed una limpidezza, anzi brillantezza perfetta. Consumato in dose moderata, ha sull'organismo una benefica influenza, stimolando con la sua tonicità l'appetito ed esercitando un'azione corroborante sugli stomaci deboli.

Vermouth è parola tedesca che equivale ad assenzio (*Artemisia absinthium*); ciò che farebbe supporre si preparasse anticamente in Germania una bibita a base di assenzio; dalla quale ebbe poi origine il *Vermouth di Torino*, che è un vino bianco conciato con alquanto estratto od infuso di droghe ed erbe aromatiche, nella cui composizione entra appunto anche l'assenzio.

È incontestato che il *Vermouth*, se non i natali, ebbe in Piemonte, più precisamente in Torino,

il battesimo della rinomanza. Primo a preparare e porre in commercio il *Vermouth* a Torino fu, nel 1786, Antonio Benedetto Carpano. La vendita di questo vino era in allora poca cosa e limitata alla città di Tori-

no. Fu solo attorno al 1838 che questo prodotto varcò i confini d'Italia, per opera dei Fratelli Cora, andando nelle lontane Americhe. Pochi anni appresso seguirono i Fratelli Dettoni poi, dopo qualche tempo, le ditte Fratelli Gancia & C. (1850), Giuseppe Ballor & C. (1856), Francesco Cinzano & C. (1860), Martini Sola & C. (1863), che estesero il commercio del *Vermouth* in tutte le Americhe e nei vari Stati di Europa.

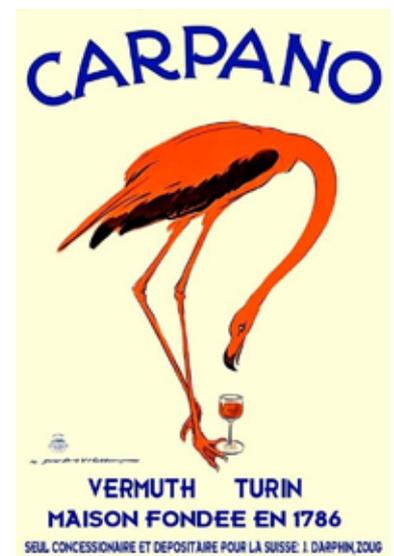
L'esportazione del *Vermouth di Torino* è salita in questi ultimi anni a circa 11 mila ettolitri in barili, in media per anno, e 380 mila casse di 12 bottiglie.

Un buon vino *Vermouth di Torino* deve avere all'incirca la seguente composizione chimica:

Alcool per cento, in volume	15,50
Estratto per mille, in peso	180,--
Ceneri » » »	2,--
Zucchero » » »	150,--
Acidità totale » »	4,50

*

Le sostanze che servono ad aromatizzare il *Vermouth* e che nelle numerose combinazioni e dosi in cui vengono impiegate, danno origine ai più disparati sapori e profumi, tutti diversamente gradevoli, provengono dal regno ve-



I Migliori Vini d'Italia – da un testo del 1908

getale. Foglie, fiori, semi, radici, bulbi, cortecce, gemme florali di vegetali diversi, vengono, in combinazioni variatissime, costituenti formole o ricette diverse, di cui ciascun fabbricante ha la propria, impiegate a preparare l'estratto, che dovrà impartire al vino *Vermouth* la speciale caratteristica di sapore e di aroma formante il tipo, che distingue le marche più rinomate.

È un errore il ritenere che più sostanze aromatiche, per numero e per quantità, si impiegano, migliore debba riuscire l'estratto. La buona riuscita di questo dipende dal sapere scegliere ed armonizzare qualità e quantità fra le diverse sostanze aromatiche, erbe e droghe, più comunemente usate; delle quali sono principali: l'*Assenzio maggiore*, l'*Assenzio gentile*, l'*Achillea*, la *Cereia*, la *Maggiorana*, il *Dittamo* e la *Salvia sclarea* fra le erbe aromatiche, e, fra le droghe: la *China calissaia*, le *Fave tonke*, le *Noci moscate*, il *Calamo aromatico*, la *Cannella*, i *Garofani*, i *Coriandoli*, le *Cortecce di aranci*.

Il vero *Vermouth di Torino*, tipico, genuino, deve essere preparato esclusivamente a base di Moscato di Canelli, il quale può entrare nella sua intera composizione per una metà od una terza o quarta parte almeno. Il rimanente deve essere costituito da ottimi vini bianchi dolci o secchi, provenienti da uve fine, ben preparati, sani, chiarificati, filtrati, e, occorrendo, convenientemente alcoolizzati.

I vini più adatti per la preparazione del *Vermouth* sono, oltre il *Moscato* di Canelli, i vini bianchi piemontesi delle colline del Tortonese, di Gavi (Novi Ligure), e di alcuni Comuni del Circondario di Alba, Cornigliano, Canale, Vezza, ecc., i vini bianchi delle Puglie, specialmente di San Severo (Foggia), di Martina Franca (Lecce), Locorotondo, Cisternino, Castellana, Conversano (Bari).

*

Il *Vermouth* deve subire, prima di essere posto



in commercio, lunghe, delicate e difficili operazioni; deve essere vecchio e presentarsi al consumatore in condizioni di completa limpidezza, buono, armonico, perfetto. È anzitutto necessario avere del buon vino vecchio, ben lavorato, ben conservato, limpido, del buon estratto od infuso alcoolico di droghe ed erbe aromatiche ben concentrato, del buon alcool rettificato a 95° o 96°, dello zucchero pure buono, bianco raffinato (pilè) o anche *cristallino*. Del vino bisogna poi fare un taglio o miscela, che si adatti bene alla preparazione del *Vermouth* e che ne conservi il tipo, prendendo, per esempio: 30 parti di vino Moscato dolce alcoolizzato vecchio di Canelli e 70 parti di vino bianco secco vecchio di San Severo alcoolizzato (a 15° o 16°). Aggiunti lo zucchero, l'alcool e l'estratto necessari per formare il *Vermouth* alle graduazioni volute e col sapore eguale a quello preparato precedentemente, si amalgama bene l'intera massa del liquido, e si sottopone indi alle operazioni del riscaldamento a 65° - 67° prima, del raffreddamento dopo a - 5-7° per sottoporlo in seguito a chiarificazioni, travasi ed infine, dopo due anni o tre di invecchiamento, alla filtrazione, prima di porlo in spedizione.

I recipienti usati per la industria del *Vermouth* sono di legno rovere e di cemento e vetro. Nei primi si eseguisce generalmente la chiarificazione, perché in essi, stante le loro dimensioni non molto grandi, l'operazione riesce meglio; nei secondi, di molto maggiori dimensioni, si fanno i tagli o miscele dei vini, la preparazione del *Vermouth*, e l'invecchiamento e deposito dei vini e dei *Vermouth*.

La spedizione del *Vermouth* si eseguisce in barili ed in casse; i barili di rovere di differenti forme e capacità, le casse (per l'esportazione) quasi esclusivamente di 12

bottiglie ciascuna. Le bottiglie della capacità di 95 a 100 centilitri, di forma piuttosto allungata (litro) e di vetro verde oliva chiaro.

Parecchie le macchine che vengono impiegate nell'allestimento delle bottiglie: riempibottiglie, turatrici, capsulatrici, macchine per ap-



I Migliori Vini d'Italia – da un testo del 1908



plicare le etichette, ecc.

*

Le città che consumano maggiori quantità di *Vermouth* in Italia sono Torino, Milano, Genova, Roma; in tutte peraltro, ed anche nelle meno importanti, il consumo di

questo vino aromatico, eccellente aperitivo, anzi il migliore, quando è genuino, è diventato assai importante, in questi ultimi anni, e può dirsi in continuo aumento.

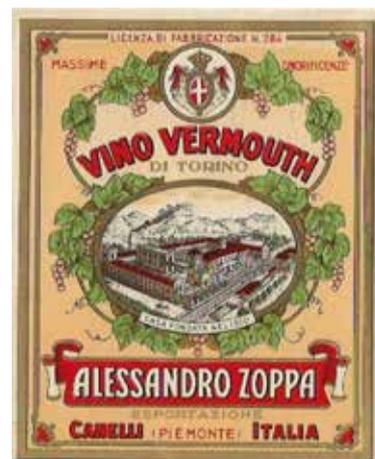
Anche nella esportazione del *Vermouth* si nota un aumento graduale e continuo, specialmente verso l'America meridionale, in casse; il cui valore rappresenta il 55,93 per cento del valore di tutta la nostra esportazione di vini in bottiglie.

I paesi verso i quali si dirige in misura maggio-

re le esportazione del *Vermouth* di Torino sono, per ordine d'importanza: l'Argentina, il Brasile, l'Uruguay, il Chili, il Perù e il Paraguay. Una certa quantità di vino *Vermouth* di Torino viene inoltre esportata con la destinazione generica di altre contrade dell'America meri-

dionale, sotto la quale resterebbero compresi il Messico, la Bolivia, la Columbia, l'Equatore, le Guayane francese, inglese e olandese ed il Venezuela. Importante è l'esportazione del *Vermouth* negli Stati Uniti.

I paesi di Europa che importano una quantità considerevole di *Vermouth* dall'Italia sono la Francia, la Germania, l'Olanda; in piccola quantità l'Austria-Ungheria, la Svizzera, la Spagna, il Belgio, l'Inghilterra.



Tel: +39 0481 966511



Fax: +39 0481 908978

info@morgante.it



www.morgante.it





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 **Dosson (TV)**
0422 382 265
www.alcentrale.it

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

Ristorante Hotel AL FIORE
Lungolago Garibaldi, 9
37019 **Peschiera del Garda (VR)**
045 7550113
www.hotelalfiore.it

Antica Trattoria DUE SPADE
Via Roma, 5
36066 **Sandrigò (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

iacasadelladivisa

dal 1961

eleganza, qualità e comfort

Forniamo le migliori divise per il tuo staff

*Management - Ricevimento - Cucina - Sala e Bar
Porter - Spa - Housekeeping - manutenzione*



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**