



Massimo Bottura e Patti Smith insieme per celebrare Gioacchino Rossini

Continuano, a **Pesaro**, le celebrazioni per i 150 anni trascorsi dalla morte di **Gioacchino Rossini**; dopo un' estate ricca di eventi, l' "anno rossiniano" della cittadina marchigiana volge al termine con uno degli appuntamenti più attesi. Nell'ambito del progetto Rossini Dialogues, infatti, promosso dal Comitato Promotore delle Celebrazioni Rossiniane, dal Comune di Pesaro, dall'AMAT e dalla Regione Marche nell'ambito del progetto "L'Europa con noi per ripartire" finanziato da "Fesr Marche", un vero e proprio firmamento di stelle risplenderà al Teatro Rossini sabato **15 dicembre** in occasione dell'atteso concerto di **Patti Smith** "Words and Music". Ospite d' eccezione sarà lo chef tre Stelle Michelin **Massimo Bottura**, ambasciatore del gusto italiano nel mondo, a cui è stata affidata l'introduzione dell'evento, a sottolineare anche l'aspetto gourmet delle celebrazioni rossiniane. Il suo intervento precederà la speciale "Playlist Rossini by Patti Smith" eseguita da un ensemble di talenti dell'Accademia Rossiniana "Alberto Zedda" del Rossini Opera Festival: Francesca Tassinari (soprano), Laura Verrecchia (mezzosoprano), Manuel Amati (tenore) e Tamuna Giguashvili (pianista). Le arie rossiniane scelte dall'artista statunitense sono Una voce poco fa da Il Barbiere di Siviglia, Ils s'éloignent enfin... Sombre forêt dal Guglielmo Tell, Un soave non so che e Nacqui all'affanno da La Cenerentola.

Informazioni: Teatro Rossini 0721 387621.

Inizio concerto ore 21.



Chi ha inventato la cucina moderna?

In quanti sanno chi ha inventato la cucina moderna e qual'è la sua incredibile storia?

È ciò che l'autore drammaturgo Andrea Malpeli e il regista Pietro Arrigoni devono essersi chiesti quando hanno deciso di puntare i riflettori sulla vita e la visione di un uomo straordinario, Auguste Escoffier: il re degli chef.

Siamo nella seconda metà del '800, durante la guerra franco prussiana, quando un cuoco giovane e promettente, che lavora in uno dei primi ristoranti di Parigi, viene chiamato al fronte come riservista. E in una rimessa alla periferia della città di Metz, dove gli manca tutto, non c'è nulla, si inventa la cucina moderna. Una cucina nuova che affascinerà principi, re, banchieri, primi ministri, le cantanti d'opera e le attrici più famose del suo tempo. E conquisterà il mondo, rivoluzionandone il rapporto con il cibo, la ristorazione e l'alimentazione.



“La rivoluzione di Escoffier – racconta il regista Pietro Arrigoni – ha ribaltato i legami secolari con il cibo. Ha svuotato il “paese della Cuccagna”, lo ha relegato a simulacro grasso e tirannico di un'alimentazione dettata dall'abbondanza, dallo sfarzo, dalla potenza scenica della regalità e del lusso che banchettavano ai danni delle masse

affamate. La cucina dell'essenziale, la cucina "della mancanza", la cucina della povertà e di ogni rivoluzione. La rivoluzione servita ai re, su un piatto da portata".

A tenere a battesimo lo spettacolo "Escoffier e il nuovo alfabeto" sarà il prestigioso Piccolo Teatro Grassi di Milano, lunedì 17 dicembre ore 19, a chiusura del Forum Oltre i gesti.



Sulla scena una brigata di cucina interpretata dai talentuosi Clara Bonomi, Davide Pellegrini, Gisella Bonomi, Ludovico Bianchi, Ruggero Bianchi.

È nel susseguirsi dei rituali gesti del tagliare, affilare, sminuzzare, pelare che prende vita un racconto corale, incalzante, coinvolgente, in cui i gesti impartiti dal millenario rituale dell'alchimia-cucina si ribaltano: non servono più a soddisfare il binomio "vista-gusto", ma quello "vista-udito".

Cosa c'è di meglio di uno spettacolo teatrale per scoprirci alla fine un po' più ricchi e inspessiti culturalmente laddove, a volte, solchiamo con troppa lievità le questioni della sacra cucina?

Simona Vitali

Musicista, Sound designer Emiliano Milanese

Progetto luci Stefano Silvestri

Fotografia Adriano Treccani

Progetto grafico Vannia Pegoiani

Divise cuochi di ALMA Scuola Internazionale di Cucina

Collaborazione costumi di scena Il Teatro della Moda – Milano



Andrea Paternoster, l'apicoltore nomade che ci fa riscoprire il miele

“La mia famiglia ha sempre avuto le api, è un po' come una malattia genetica. Negli anni '90 ho deciso di farne un lavoro: mi sono innamorato delle api, della loro complessità e della loro armonia. Le api sono allo stesso tempo individuo e comunità”.

Inizia a raccontarsi così **Andrea Paternoster**, apicoltore per lavoro ma soprattutto perché lui con le api ha instaurato un rapporto speciale, quasi un vero matrimonio d'amore, perché Andrea le api le accarezza, le rispetta e soprattutto gira l'Italia insieme a loro alla ricerca dei luoghi naturali migliori e con condizioni favorevoli affinché le api possano svolgere il proprio lavoro.



Ma il merito di Paternoster è anche quello di aver riportato il miele al centro dell'alimentazione e questo lo comprendo da subito quando, mentre sto per zuccherare il caffè che sto prendendo in sua compagnia, mi esorta a dolcificarlo con il miele: “Siamo rimasti legati all'idea che il miele vada utilizzato quando si ha la tosse; utilizziamo tantissimi dolcificanti industriali e non abbiamo compreso il grande potenziale del miele, prodotto naturale, che può essere utilizzato in tanti modi, ed è di grande aiuto in cucina”.

Andrea, partiamo dall'inizio: in cosa consiste il tuo lavoro?

“La sede della mia azienda è a Vigo di Ton, in provincia di Trento, ma io mi definisco un apicoltore nomade perché con le mie api viaggio in tutta Italia alla ricerca di luoghi floreali dove far insediare le api: mi sposto con i miei

alveari su circa 60 postazioni diverse in Italia e ci muoviamo insieme da una fioritura all' altra. E' un rapporto fatto di comunione, un reciproco dare e avere".

Quanti alveari possiedi?

"Ho circa mille alveari, che significa circa 50 mila api in estate; poi naturalmente molte muoiono e nei mesi più freddi riposano in letargo nei campi".

In termini di produzione, quanto rendono le tue api?

"Le mie api producono circa 200 chili di miele all' anno e trattandole bene ne producono quei 15-20 chili in più che sono quelli che io utilizzo per il mio lavoro: alla base di tutto c' è il rispetto per l' animale. In tutto produco 15-20 tipi di miele monofloreale originato da diverse fioriture, naturalmente 100% italiano: la produzione dipende molto dalle stagioni e purtroppo è sempre più complicato perché gli spazi naturali sono sempre meno e i cambiamenti climatici non aiutano".



Ci racconti qualcosa di più sulle api?

"Le api operaie hanno una vita breve di circa 40 giorni, mentre l' ape regina, nutrendosi di pappa reale che la fa sviluppare diversamente, arriva a vivere anche quattro anni. Le api sono pacifiche e vegetariane e non sono mai stato aggredito da loro. Ormai ho con loro un rapporto di confidenza, come fossero un animale domestico. L' ape è un animale sacro: non mette mai i piedi in terra e si nutre del nettare dei fiori".

Ci racconti il tuo rapporto con le api e perché hai deciso di dedicarti a loro?

"Io ho studiato agraria perché la mia famiglia aveva già un'

azienda agricola ma non amo la sedentarietà. Quando ho iniziato a allevare api ho capito che insieme a loro potevo viaggiare e spostarmi in giro per l' Italia cercando i luoghi migliori estesi su 1400 km di territorio nazionale in cui si trovano 8 mila specie di vegetali, una ricchezza infinita di cui non siamo del tutto consapevoli. Con questa varietà botanica e culturale un apicoltore può fare tanto: per questo motivo reputo il mio lavoro un tributo alla bellezza del nostro territorio"

Mi dicevi che abbiamo perso l' abitudine di utilizzare il miele, tu come hai trovato il tuo mercato?

"Sì, il miele è stato dimenticato a favore dei dolcificanti industriali, il miele invece è più complesso. Credo che bisognerebbe utilizzare il miele come "prodotto confidente" perché ogni tipologia di miele è adatta ad una preparazione. La mia azienda ha fondato il lavoro sull' utilizzo del miele in cucina proponendo prospettive nuove su tradizioni antiche: basti pensare alla classica colazione araba con pane, miele e olio. Io non ho inventato nulla in fondo, ma guardo al passato e alle scelte alimentari naturali e salutari e le ripropongo: racconto cose già vissute".



Per essere più specifici, come consigli l' utilizzo del miele in cucina?

"Tra i miei clienti ci sono sia cuochi che pasticciieri perché oltre che nei dolci il miele può essere utilizzato in vinagrette, marinature, laccature, condimenti, salse, il miele si declina regalando dolci note aromatiche e intensità floreali e balsamiche; è anche un rinfresco aromatico per il lievito madre, ha interessanti proprietà emulsionanti, è componente dolce non raffinata e naturale".



Oltre al miele in barattolo, in questi giorni stai presentando anche la tua ultima "creatura", l' Idromiele. Ce la racconti?

"L' idromiele è una bevanda alcolica antica, è una fermentata naturale di acqua e miele. La sua caratteristica è che è rifermentato in bottiglia come il mosto del vino detto Metodo classico; io ho iniziato la fermentazione nel 2017 e l' ho lasciato 8/9 mesi sui lieviti. Per ora si tratta di una piccola produzione di un migliaio di bottiglie ma sono molto soddisfatto"

Manuela Di Luccio

Mieli Thun

via Castel Thun, 8

Vigo di Ton (Trento)

T. +39.0461.657929

www.mielithun.it



Il valore del luogo

Ai più verrà in mente quello di Via Montecuccoli 6, a Milano. Lì, il luogo, c'è nel nome e di fatto. È [Il Luogo di Aimò e Nadia](#), lo spazio che i coniugi Moroni aprirono nel 1962, elevandolo, con ineguagliabile dedizione e con oltre quarant'anni di ricerca, a simbolo della ristorazione italiana. Un sito in cui ancora oggi convergono le più preziose biodiversità del nostro paese, custodite tra le mani attente di **Alessandro, Fabio e Stefania**.

Ma pensare al termine luogo, se parliamo di ristorazione italiana, fa scatenare un flusso inesauribile di esempi: sono tanti i nomi che potremmo tirare in ballo, i concetti, le critiche (costruttive) e le osservazioni che potremmo elargire su questo o l'altro indirizzo, su l'una o l'altra scelta. Anche nei locali di recente apertura o di fresco rifacimento. Proviamo a fornire una serie di **spunti di riflessione** prendendo alcuni degli elementi che possono, e in alcuni casi dovrebbero, identificare un luogo in cui si cucina e si serve cucina.



Il valore del luogo

La prima domanda che ci siamo posti è: qual è il primo, imprescindibile, valore che dovrebbe caratterizzare un luogo di ristorazione?

Forse perché scontato, spesso se ne trascura l'importanza. Ma è **l'accoglienza**.

Sicuramente in senso fisico e materico, ovvero il ben stare al cospetto di un tavolo, che include la comodità delle sedute, la giusta altezza dell'appoggio, il peso delle posate.

Ma prima di tutto quell'accoglienza filtrata dalla sensibilità umana: le minuscole attenzioni, il sorriso, l'empatia, la gioia nel servire. Sono quelli i motivi che ci spingono a scegliere un locale piuttosto che un altro. A macinare

chilometri pur di tornare dove siamo stati bene.

Arrigo Cipriani in oltre cinquant'anni di gestione non ha apposto modifiche strutturali all'**Harry's Bar**. Eppure quella stanza, la sua Stanza a pochi passi da Piazza San Marco, è uno degli indirizzi più conosciuti del pianeta. Uno di quei luoghi capaci di richiamare l'attenzione di migliaia di visitatori ogni anno e da cui sono nate 27 altre attività dislocate in tutto il mondo. E parte tutto da lì: da un'accoglienza che è "valorizzazione dell'uomo", citando lo stesso Cipriani. Un sistema in cui **il cliente è ospite, l'impiego è servizio, l'accoglienza è cultura e virtù**. Gli ori più nobili con cui si possa adornare un'insegna.



Il medesimo approccio si trova, con sfumature diverse e calate a seconda del territorio, in tante altre attività di ristorazione sparse nel nostro Paese. Pensiamo alla [famiglia Santini](#) a Runate di Canneto sull'Oglio, simbolo d'intima accoglienza fuori da qualsiasi (comoda) rotta. Non ce ne vogliano i residenti, ma in quanti riuscirebbero a indicare questa località – Runate – sulla cartina se non vi fosse Dal Pescatore?

Pochi, probabilmente, e per giunta aiutati dal tratto segnato del fiume.

Tanti sono quelli che spinti dalla curiosità imboccano la strada per raggiungerli, e sono altrettanti quelli che si mettono in marcia per ritornare.

Ecco un altro valore che dovrebbe appartenere ad un luogo di ristorazione: **l'affidabilità**. Trovare **quello che ci si aspetta, nella misura che ci si aspetta**, dove si è stati bene. Chi torna dai Santini non è di passaggio. Ha avvertito il bisogno di riprovare una sensazione, di rivivere un ricordo, di ritrovare conforto lì dove lo aveva trovato. Nel servizio, nella cucina, nel tortello di zucca confezionato in quel modo, nel vino ben servito. Nelle luci tiepide che si fanno largo tra le vetrate in sala.



Ritrovare, rievocare

Due termini che vanno a braccetto, e in cui il primo funziona solo se vi è il secondo. Con questa premessa ci spostiamo al [San Domenico](#) di Imola, altro tempio della cucina italiana. Qui **si conserva con la giusta mano** ciò che non si può per alcuna ragione smarrire. I divanetti in pelle, i soffitti decorati, le sedie in legno lavorato, il tovagliato lungo, la mise en place pulita e organizzata al millimetro, le candele e candelabri. I fiori, tanti fiori. Passeggiare tra i tavoli del San Domenico equivale a fare un balzo indietro, fino a quel 1970 in cui Gianluigi Morini aprì le porte la prima volta. Ma al di là dell'arredo, degli oggetti, dell'atmosfera, sono i movimenti precisi e spontanei di Natale, la cucina di terra e di mare, ma in primis di casa, di **Valentino Marcatilli** e del nipote **Massimiliano Mascia**, il vero passe-partout nella macchina del tempo. Tutto questo rievoca, come nessun altro luogo potrebbe, ciò che era. E, ci auguriamo, possa essere a lungo.



L'Imàgo

Abbandonando il capitolo dei luoghi di culto storici e dei valori, umani, slittiamo ai luoghi di ristorazione più recenti che hanno subito ragionati ammodernamenti e alle osservazioni di natura più strutturale. E vengono a galla altri elementi di riflessione.

Vi siete mai chiesti quanto possa essere rischiosa una posizione privilegiata per un locale che fa ristorazione? E quanto possa essere difficile integrare una sala, uno stile di cucina, a una vista che, già di per sé, vale l'ingresso al ristorante?

L'immagine parla. In foto c'è uno scorcio dell'[Imàgo](#),

all'Hotel Hassler, a Roma, uno dei ristoranti panoramici più noti della ristorazione capitolina. Qui si perde il confine con la realtà: il panorama, mozzafiato, sulla città, invade lo spazio personale. Ma non del tutto: la percezione che la sala sia in perfetta sintonia con la scena è tangibile.

Merito delle **scelte mirate degli arredi**, di valore ma non ingombranti all'occhio. Delle luci che, di sera, non infrangono le luminarie della città ma le valorizzano. Quelle stesse **luci** poi concentrano l'attenzione sulla cucina fusion, campano-orientale, dello chef **Francesco Aprea**, posandosi dirette sui piatti e non sforando il perimetro del tavolo.

Nulla, capirete, è lasciato al caso. Perché in questi anni il lavoro della proprietà è stato improntato proprio alla valorizzazione della scena: dal rifacimento della **pavimentazione** (con la posa di moquette, per una miglior insonorizzazione dell'ambiente, per consentire agli ospiti di concentrarsi sull'esperienza) **all'installazione di specchi** che riflettono e ampliano il panorama, alla piccola finestrella che si affaccia sull'angolo pasticceria per mostrare la linearità della cucina fino all'esterno, a cadere sul verde di Villa Borghese. Il tutto è andato di pari passo all'instillarsi di una cucina elegante, pulita, all'altezza del luogo, come quella di Francesco Aprea.



La contemporaneità dell'osteria

Ci sono poi ristoranti sorti da progetti di moderna concezione, dove buona parte degli elementi è stata scelta, e poco ereditate, e dove non vi sono benefici in termini panoramici.

Alcuni luoghi risultano ben riusciti, altri meno. La differenza la fa la capacità di tenere saldi gli obiettivi. Qual è la trama che vuole comunicare il ristorante? A che pubblico si rivolge? Qual è la miglior posizione per questo progetto?

Ne abbiamo individuato uno, a Venezia, aperto circa un anno e mezzo fa, dopo mesi di progettazione e studio architettonico e gastronomico.

Nato dalle ceneri della storica Trattoria dalla Zanze, **Zanze XVI** è un ristorante che si propone come un'osteria contemporanea. Le linee guida, dall'acquisto dell'immobile ai lavori di ristrutturazione (o meglio, rifacimento), sono andate verso questa direzione: portare **una versione contemporanea dell'osteria veneziana** senza snaturarne l'immagine tradizionale. Non poco rischioso, considerato che Trattoria dalla Zanze era un punto di riferimento cittadino in cui, già dalla fine del Sedicesimo secolo – da qui il nome – si ristoravano commensali del luogo e la gente di passaggio. Il tono dell'osteria da Zanze XVI oggi c'è, e si percepisce ancora, ma con un **timbro più raffinato**: piccoli tavoli quadrati, realizzati in ferro e legno, ricavati dalle 'briccole' (i pali lagunari che indicano la navigazione); posate dai profili grezzi che si posano su eleganti ciottoli in vetro (di Murano, naturalmente); bicchieri per l'acqua che ricordano i famosi goti veneziani. E ancora luci calde, come quelle che ci si aspetta di trovare in un'osteria, e spazi stretti, come ci si aspetta di trovare in un locale veneziano, ma resi più vivibili da una logica di sottrazione nell'ingombro degli arredi. Le pareti originarie, minimamente restaurate, e il marmorino utilizzato per la rifinitura rendono poi il giusto onore a ciò che era Dalla Zanze. In sostanza **il luogo c'è nel concetto, ma anche nei materiali di realizzazione.**



Il progetto ha tenuto conto anche della posizione: pur essendo a Venezia, è situato fuori dai sentieri percorsi dai turisti più accaniti, ma raggiungibile in pochi minuti dalla stazione ferroviaria. Quasi una sorta di sistema per selezionare il flusso: se ti rechi lì è perché vuoi veramente provare quell'esperienza. Poi a sorpresa scopri che c'è **corrispondenza**

tra ambiente e tavola: servizio accorto, da ristorante, ma informale come in un'osteria; cucina incentrata sulle materie prime fresche e locali, ma che segue logiche di lavorazione e presentazione contemporanea.

Dopotutto, cos'è un luogo?

Tra le tante definizioni fornite da vocabolari ed enciclopedie abbiamo tenuto questa: è una parte di spazio delimitata, considerata in funzione di ciò che in essa si colloca. La cucina, il cliente, il cibo, chi ci lavora. **Tutto, in un luogo di ristorazione, deve avere un senso.** E nel nostro Paese, probabilmente, vale più che in qualunque altro. Dovremmo solo averne più consapevolezza.

Giulia Zampieri



il numero di dicembre di sala&cucina è online

Con l'intervista ad Antonio Guida, la conversazione con Catia Uliassi; il valore del luogo, l'Istituto Alberghiero Maffioli di Castelfranco Veneto e tanti altri articoli che parlano di ristorazione... puoi scaricarla da qui <https://www.salaecucina.it/scarica-la-rivista-in-pdf/>



Paolo De Simone: quando la pizza diventa ambasciatrice di un territorio

La mozzarella di bufala campana e la sua versione nella mortella, ovvero avvolta nelle foglie di Mirto, la soppressata di Gioi Cilento, il Carciofo bianco di Pertosa, il Tonno di Palinuro e le Alici di menaica: sono solo alcuni alimenti tipici di un territorio, quello del **Parco Nazionale del Cilento**, terra di miti e tradizioni, che oggi vivono una nuova vita perché sono diventati i protagonisti di una pizza speciale, quella della pizzeria **“Da Zero- Pizza e Territorio”** di **Paolo De Simone, Giuseppe Boccia e Carmine Mainenti**. Tre amici, Simone, Giuseppe e Carmine, che sono diventati involontari ambasciatori di un territorio e che oggi, con ancora più consapevolezza, sono determinati nel far conoscere le eccellenze cilentane in altri territori, come testimonia l’apertura di due nuove pizzerie nel 2018 ed un progetto nuovo che vedrà la luce agli albori del 2019. A raccontarci la storia di questa nuova imprenditorialità del Sud è proprio Paolo De Simone, il braccio operativo del progetto, perché lui fra i lievitati ci è cresciuto: è passato un po’ di tempo da quando, da bambino, osservava i gesti della nonna Maria che faceva il pane, ma quelle scene domestiche sono rimaste così impresse nella memoria di Paolo che da grande ha deciso di replicarli fino a farne un lavoro. Lo incontriamo a Vallo della Lucania, importante centro della provincia di Salerno e cuore del Parco Nazionale del Cilento, nel grande panificio di sua proprietà e gli chiediamo di raccontarci questa bella storia che narra una nuova imprenditorialità made in Sud, giovane ma determinata e sempre più consapevole.



Paolo oggi fai parte della nuova generazione di piazzaioli che

ha cambiato il volto della pizza, ma rispetto ad altri tu hai il merito di aver portato sulle tue pizze esclusivamente gli alimenti di un territorio specifico, quello del Cilento: come e quando è iniziato il tuo percorso?

“Ho studiato all’ alberghiero e successivamente ho fatto vari corsi di perfezionamento sulle lievitazioni, come quello alla scuola Cast alimenti; la prima esperienza lavorativa importante è stata nel 2006 quando ho aperto un panificio in un supermercato con l’ intento di portare la qualità artigianale nella grande distribuzione, molto diversamente da quello che accade oggi”.

Quando hai deciso di metterti in proprio?

“Da sempre mi ispiro a mia nonna Maria e al lavoro antico: mia nonna faceva il pane in casa con la tecnica della lievitazione naturale e io ho riprodotto quel metodo nel mio lavoro. Ho avuto anche la fortuna di nascere in un posto, l’ entroterra del Cilento, dove abbiamo mangiato sempre e solo prodotti genuini e tradizionali, così ho aperto il mio primo panificio nella mia città, Vallo della Lucania, e nel contempo vendevamo anche prodotti alimentari di qualità delle aziende locali”.

Quando è nata l’ idea di aprire una pizzeria?

“Nel 2014 con due miei amici, che poi sono diventati i compagni di avventura, Giuseppe Boccia e Carmine Mainenti, abbiamo compreso il momento di evoluzione della pizza ed abbiamo avuto l’ idea di realizzare una pizza buona che potesse anche raccontare la nostra terra, che genera alimenti unici. Abbiamo aperto due sedi in Cilento: la prima a **Vallo della Lucania** e la seconda ad **Agropoli** che da subito hanno avuto un ottimo riscontro”.



Poi è arrivata la scommessa di Milano: perché spostarsi?

“L’ opportunità è arrivata durante Ex.po a Milano: durante la manifestazione ci hanno raggiunto tanti cilentani e campani che risiedono a Milano e hanno iniziato a chiederci di aprire una sede in città per sentirsi più vicini a casa e così ci siamo convinti che poteva essere un’ opportunità: infatti si è registrata un’ ottima risposta e anche tanti milanesi hanno iniziato a conoscerci”.

Poi è arrivata, lo scorso luglio, l’ apertura a Matera, una piazza insolita per gli investimenti della ristorazione: perchè avete fatto questa scelta?

“Abbiamo voluto approcciarci ad un territorio turistico/culturale: Matera, infatti vive di turismo grazie ai famosi “Sassi” e nel 2019 sarà Capitale della cultura. La risposta è stata da subito positiva perché siamo stati i primi in zona, a fare pizza di qualità e poi la location, nel sito archeologico, è davvero bella. In questa pizzeria utilizziamo il grano tenero sposato con i prodotti lucani, oltre alle nostre pizze che si trovano in tutti i punti vendita”.



E noi possiamo confermarlo perché la pizzeria di Matera l’ abbiamo visitata e l’ impatto è stato entusiasmante: due grandi sale ricavate nel sito archeologico che creano un’ atmosfera inedita per una pizzeria. Il luogo è stato trattato con il massimo rispetto, con un impatto delicato e lavori realizzati per esaltarne l’ ambiente: un gioco di sospensioni esalta i chiaroscuri dell’ interno dei sassi, tipicamente cavernoso, e poco è stato aggiunto per non snaturare l’ autenticità del luogo. La pizza, inoltre, è stata accolta con piacere, considerato che Matera, con la vicina Puglia, è produttrice di grani e la focaccia è da sempre un alimento della tradizione. Ma il trio cilentano viaggia velocemente, è il caso di dirlo, e solo lo scorso 22 novembre è stato

inaugurato il secondo punto vendita all' ombra della Madonnina.

Paolo un' altra pizzeria a Milano, perchè?

“Milano ci ha accolto benissimo e con la seconda pizzeria abbiamo voluto dare qualcosa in più. Siamo in zona Brera, vicino al Teatro alla Scala. In questa nuova pizzeria abbiamo scelto uno stile più elegante e ricercato, utilizzando il legno e le maioliche nostrane, perché far conoscere il bello e buono del Cilento resta sempre la nostra missione. La novità è l' introduzione, nel menù, di un piatto tradizionale, ovvero i cavatelli con il **ragù cilentano**, fatto con vari pezzi di carne di maiale, le cotiche e le polpette; i cavatelli li facciamo noi ogni giorno. Poi c'è il piatto “Viaggio nel Cilento”, una degustazione fatta di otto mini-porzioni di piatti tradizionali: melanzane imbottite, “foglie e patate”, torta rustica di scarola, mozzarella nella mortella, soppressata di Gioi, pizza fritta e verdure sott' olio. Anche l' assortimento dei vini è cresciuto e da tre aziende ora siamo passati a sette”.



Parliamo proprio delle vostre pizze e dell' impasto: quali sono le caratteristiche?

“Da sempre lo scopo è stato quello di produrre un impasto digeribile. Utilizziamo un mix di farine che misceliamo noi: non sono tutte macinate, come nel caso della farina di Tipo1 che è semi-integrale. La lievitazione va dalle 30 alle 48 ore. Non badiamo alle tendenze e non rincorriamo la moda del cornicione a canotto: vogliamo fare una pizza buona da mangiare, facile da digerire e che rimanga impressa per i topping esclusivi del territorio cilentano. Questa scelta si è rivelata vincente non solo perché ha dato origine ad una pizza unica, ma anche perché si è innescato un meccanismo di crescita di tutte le aziende da cui ci forniamo, lo sviluppo

di una micro-economia cilentana. Da quando abbiamo iniziato siamo sempre rimasti fedeli all' idea che ci ha ispirato e non abbiamo mai cambiato fornitori, anzi abbiamo collaborato insieme per migliorarci: con l' azienda Madia di Capaccio-Paestum abbiamo fatto un lungo lavoro sulla selezione dei pomodori, allo scopo di raggiungere l' eccellenza, altre aziende hanno raddoppiato la produzione grazie alla nostra collaborazione. Questo progetto è un sogno realizzato: sono cose belle”.



E adesso, ci sono nuovi progetti in cantiere?

“Sì, posso anticiparti, in esclusiva, che a gennaio “Da Zero” vedrà la luce a Torino. Per mantenere una qualità alta non si potranno aprire tantissime sedi perché c'è anche molta stanchezza: io per esempio, lavoro ormai sette giorni su sette ma c'è molta soddisfazione e anche con i colleghi pizzaioli di tutta Italia si è creato un grandissimo scambio costruttivo di cui sono molto contento”.

Aspettando l' apertura a Torino, è il caso di dire che “Da Zero- Pizza e Territorio” lieviterà ancora.

Manuela Di Luccio

Pizzeria DaZero

via Bernardino Luini, n 9 – Milano Tel. 0283529189

via dell'Orso, 4 – Milano Tel: 02 83419934

via Angelo Rubino, n1 – Vallo della Lucania (SA) Tel.
0974717387

via Madonna della Pace, n 58 – Agropoli (SA) Tel 09741848007

Via Madonna delle Virtù n, 12 – Matera Tel: 0835 1652369

www.cominciadazero.com



I ristoranti in una Milano che innova e stupisce

Sapessi com'è strano, mangiare al ristorante a Milano. Ricorda una canzone, invece è la realtà di oggi. **Milano**, eclettica, sempre più internazionale, dinamica e turistica sta vivendo una nuova era della ristorazione dove al locale classico, alla cucina tradizionale o d'alto bordo, si è sostituito un nuovo modo di fare ristorazione che prende spunto da New York, quintessenza dell'avanguardia, o da Parigi, Berlino, Tokio.

Milano, insomma, è una città che vuole uscire dai propri confini e dai propri schemi, vuole proporre, introdurre, stupire e divertire.

Forse, giro di boa sarà stato Expo 2015 con la rinascita del turismo, fatto sta che oggi a Milano, come nelle principali capitali mondiali, si mangia ai tavoli del ristorante a tutte le ore, si fa la fila per entrare nella famosa caffetteria americana da poco sbarcata in centro, e quando non si ordina la cena attraverso un'app, si sceglie il locale dove trascorrere la serata non per il cibo, o almeno non solo per quello, ma per l'atmosfera, per l'originalità, quel qualcosa

che fa sentire veramente “alla moda”, cittadini del mondo.

Negli ultimi mesi, dopo la battuta d'arresto delle pizzerie ormai incontenibili, non si contano le aperture. Il fermento nel settore è tangibile ed è interessante notare come il genere dei locali sia dei più disparati, veramente per tutti i gusti, per tutti i portafogli, per ogni età.

Come il nuovo ritrovo per gli amanti del sushi e per coloro che amano uno stile fusion senza troppe complicazioni, ossia cercano la novità ma preferiscono capire cosa stanno mangiando. In via Marghera, strada modaiola fin dai tempi dei paninari, c'è **Berimbau**. È il regno del cup sushi. Dite la verità che non sapete cos'è. Il cup sushi è una food experience istantanea: il sushi servito in piccole tazzine di porcellana chiamate gui-nomi, da mangiare con le posate, in mille varianti gustose, nella quantità ideale per un sol boccone o quasi. Perfetto equilibrio tra sapore, colore e consistenza; ricciola, tonno, salmone, gamberi, scampi e anguilla incontrano la freschezza del riso e dei frutti esotici e il risultato è una presentazione variopinta ed esuberante che sorprende la vista e il gusto. Nessuna bizzarria, Berimbau è un locale ben studiato, frutto dell'unione di due culture, quella giapponese e quella brasiliana, nato dalla mente di un cinese, **Mario Chen**, imprenditore di lunga esperienza e uno dei principali importatori di pesce in Italia. Più fusion di così. Un menu con 30 ricette che invita a comporre il proprio piatto come meglio si crede, materie prime di ottima scelta, equilibrio di sapori e quel tocco sfizioso che piace. L'ambiente è gradevole, il conto non sorprende e, insomma, l'atmosfera tra il raffinato nipponico e il colorato brasiliano denota una ricercatezza studiata nei minimi particolari.



Ma, Milano non dimentica di essere anche arte, classe e storia della ristorazione. **Fabio Pisani** e **Alessandro Negrini**, eredi

dello stile unico di **Aimo e Nadia**, portano insieme a **Stefania Moroni**, la loro visione della cucina italiana in **Voce**, il nuovo locale inaugurato in Piazza della Scala all'interno del Museo delle Gallerie d'Italia. Voce è una proposta ambiziosa, guarda all'internazionalità e lo fa attraverso una visione della convivialità che nasce dal patrimonio della ricca storia gastronomica nazionale. Spazio versatile e polifunzionale, Voce è caffetteria, ristorante e libreria. L'offerta gastronomica un dialogo tra cucina e arte, tra gli chef e il Museo, un progetto unico in cui si intrecciano cibo, cultura e arte in tre diversi ambienti. Il ricco menu alla Carta, il Menu ispirato di volta in volta al Museo – che inizia con Il Romanticismo, dedicato alla mostra sul Romanticismo alle Gallerie d'Italia – e i tre menu creati appositamente, per onorare Aimo e Nadia, per gestire i bambini e quello riservato ai Pranzi di Lavoro formano un'offerta di grande spessore e di indubbia classe. Non potevamo aspettarci di meno da questo nuovo punto di riferimento per la città di Milano.



Foto Paolo Terzi

Ci spostiamo in via Cesare Correnti; tra il centro e Porta Genova, una zona frequentatissima, densa di negozi, locali di ogni tipo, c'è anche un teatro, lo storico Arsenale. Qui, ha aperto **Pausa**, il primo "taste of Italy", che vuole racchiudere tutto lo stile della cucina italiana in un format internazionalizzato, una sorta di fast food nostrano dove i prodotti eccellenti del made in Italy – pizza, pasta, gelato, caffè – vengono proposti in stile informale ma dalla selezione di piccoli produttori artigianali. Insomma, ristorazione veloce ma di qualità. Pausa nasce come temporary shop a Hong Kong, grazie all'inventiva dell'imprenditore **Marco Cattaneo** che ha creato il casual restaurant, luogo ideale per una pausa dallo shopping, per uno spuntino gustoso e sano. L'ispirazione viene dalla dieta mediterranea che Cattaneo ha voluto proporre

inizialmente in Asia e che ora conta di riprodurre a Milano nel suo stile particolare. Il primo Pausa è infatti solo la tappa iniziale del format che il suo ideatore progetta di replicare presto in città e in tutta Europa. Un pezzo di mediterraneità in chiave internazionale per un cliente smart, ma buongustaio. Pasta fresca in box, pizza lunga al trancio e romana con 48 ore di lievitazione, caffè a km zero e gelato espresso e il metodo del servizio fai da te che velocizza, diverte e accoglie con semplicità.



La Milano città di pianura, però, sogna il mare. Forse perché qui convergono da sempre i commerci ittici più importanti. Il mare è ispirazione e desiderio e **Fashion** lo interpreta con dinamicità, parola chiave per descrivere, a Porta Volta, nuovo distretto modaiolo della città, il ristorante che lo chef **Alfonso Montefusco** ha creato: un vero e proprio fish bar. La sua proposta è un discorso culinario attorno alla materia prima che arriva direttamente da una delle pescherie più antiche di Milano: la Pescheria Pedol. Il pesce come non ve lo aspettate, sulla piastra di Sale Rosa dell'Himalaya che, riscaldata appositamente, permette di cuocerlo a proprio piacere. Tonno rosso siciliano, salmone, gamberi di Mazara del Vallo, ricciola e branzino sono solo alcune delle materie prime che compongono gli Essenziali: da gustare in purezza o con i condimenti suggeriti e studiati dallo chef, crudi o cucinati sulla piastra. Un tripudio di mare arricchito da quella che appare come la vera novità, la pasticceria di mare. Vere e proprie creazioni di pasticceria realizzate con i prodotti del mare. La materia prima è protagonista, la creatività domina, Fashion sorprende. Tra marmi, metalli e corde, il locale affascina; il menu si distingue per l'innovazione e la freschezza; il concept conquista. Per clientela moderna, che non ha paura di osare e cerca nuove interpretazioni.



Ci spostiamo nuovamente, nei pressi della Darsena e del Naviglio Grande, dove la movida è all'ordine del giorno, ma loro hanno scelto una via defilata per aprire il primo ristorante nordico di Milano. **Valhalla** si chiama, come il mitico paradiso vichingo, e loro sono due giovanissimi e intraprendenti neo-ristoratori che per realizzare il loro progetto hanno scelto la saga nordica. In effetti, l'idea è originale: un ristorante vichingo, con un menu frutto di approfondita ricerca sull'alimentazione delle antiche popolazioni nordiche.

Igor Iavicoli e **Milena Vio** ci trasportano in un mondo sconosciuto ai più, dove i piatti si chiamano Ullr, la tartare di cervo, Gulltopp gli sfilacci di cavallo marinati, Himinhrjodhr il midollo di manzo gratinato, Tanngnjostr la tagliata di capriolo, Hildsvin il cinghiale alla birra, Vedhrofolnir la quaglia al ginepro. Per stomaci forti e appetiti robusti si potrebbe pensare. In realtà, lo chef **Mauro Molon** ha saputo realizzarli con rara delicatezza, innegabile maestria e apprezzabile fantasia. La materia prima è eccellente, si sente subito, ed è lavorata sapientemente. Il Valhalla, piccolo e appartato, è rude solo in apparenza e raffinato nella sostanza, convince; una proposta concreta che si affaccia timidamente nell'eterogeneo panorama della bizzarra nuova ristorazione milanese e presto sarà una meta di punta.



È lo specchio di una città che si trasforma ogni giorno, che forse cerca una nuova identità o forse non la cerca proprio, semplicemente vive senza tregua. Si rivela dalle mille risorse, dall'inventiva ribollente e piena d'iniziativa. Vivace e innovativa. Una nuova era per la ristorazione? Vedremo i prossimi passi ma le premesse ci sono tutte.



Cos'è la determinazione

Per capire quanto valgano certi risultati sarebbe sempre buona prassi raccogliere informazioni sul percorso compiuto per arrivarci. La comprensione non passa che attraverso la conoscenza. Non hanno ancora inventato scorciatoie. E' ciò che mi sono detta nell'ascoltare una storia, perpetrata per ben nove anni, di assoluta determinazione nel voler far accedere il cioccolato di Modica – di inarrivabile sapore per dirla con Leonardo Sciascia – sotto l'ala protettiva della certificazione IGP. Operazione mai avvenuta per nessun altro cioccolato, semplicemente perché questo non risultava fra i prodotti ammessi a questo tipo di certificazione.



Era il 15 ottobre quando ho incontrato Antonino Scivoletto, direttore del Consorzio di tutela del cioccolato di Modica, fase in cui l'iter, nonostante il brillante superamento di tutti gli step, non si poteva dire concluso.

Si era in attesa del passaggio finale: la pubblicazione sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione Europea, che sancisse l'effettiva registrazione fra i prodotti IGP.

“Quando, nel marzo del 2010, ho assunto la direzione del Consorzio -racconta Scivoletto – è emerso che la Commissione Europea aveva già bruciato la richiesta IGP nel 2009 perché mancava il presupposto storico, la certezza del legame del territorio con il prodotto e, in più, il regolamento comunitario non prevedeva il cioccolato fra i prodotti ammessi. Quindi, sotto la guida della professoressa Grazia Dormiente, antropologa, abbiamo iniziato una ricerca

archivistica, perché era necessario che si riuscisse a dimostrare un legame tra il territorio e il prodotto sulla base di una documentazione certa.



Prendendo a parametro le famiglie aristocratiche del '700, ci siamo concentrati sui registri di casa. La cosa sorprendente è stato lo scoprire, nelle carte d'archivio del ramo genovese del nobile casato Grimaldi – insediatosi a Modica nel XVI secolo – che qui già nel 1746 figurava la presenza dei 'cicolateri', maestri cioccolatieri che manipolavano aromatiche cotte di cacao. Da questa ricerca è nato il nostro piccolo museo, che racconta la storia di questo cioccolato, l'uso e il consumo che ne facevano prima le famiglie aristocratiche poi le borghesi, fino ad essere alla portata di tutti.



L'altro nostro impegno è stato di fare un'operazione di lobbying straordinaria a Bruxelles, dove ci siamo recati più volte, per riuscire a fare modificare il documento sulla qualità. Allora aveva la denominazione 510 del '96 poi assunse la nuova denominazione 1152 del 2012 con l'inserimento del termine. E' stata una grande emozione quando a Strasburgo, nella Plenaria, il presidente ha dato lettura della modifica e ha salutato la nostra delegazione presente".

"Una vera rivoluzione!" esclamo, cogliendo il valore di una simile conquista. "Proprio così, questo passaggio in effetti è di notevole portata: apre la strada per l'IGP al cioccolato". Da quel momento, era il 2012, abbiamo dovuto aspettare che il nostro ministero italiano recepisce la norma finché nel 2014, per poter attivare la procedura per l'iscrizione al registro IGP, abbiamo presentato un corposissimo dossier di 570 pagine. La sua composizione era data da: una relazione storica, una relazione tecnica, una relazione socio economica e poi un corredo bibliografico ed emeroterico che documentassero la notorietà del prodotto.



Nello specifico, dovendo dimostrare che questo cioccolato si chiamasse da almeno trent'anni cioccolato di Modica, siamo riusciti a portare una documentazione archivistica di altissimo profilo, fra cui un trattato su un particolare dolce di derivazione spagnola: la mpanatigghia, dolce tipico di Modica, unico nel suo genere, fatto con carne di vitello e cioccolato di Modica. In questa pubblicazione del 1953 la professoressa Carmelina Naselli (docente presso l'Università di Catania), parlando di mpanatigghia citava l'ingrediente "cioccolato di Modica".



Il Maestro Cioccolatiere Carmelo Di Lorenzo della pasticceria Di Lorenzo

Questo ha aperto una speranza mia e dei produttori di poter ottenere il riconoscimento. Un altro contributo tenuto in conto dalla Commissione è stata una memorabile descrizione del cioccolato a opera di un importante scrittore tedesco, Hanns-Josef Ortheil, che nel 2013 si è preso un anno sabbatico, ha girato l'intera Sicilia e ha realizzato un libro, in cui descrive l'emozionante sensazione che regala il degustare questo prodotto. Abbiamo indicato questo passaggio come una delle citazioni più significative, la commissione l'ha accolta e oggi è nel documento storico del cioccolato di Modica.



È arrivato poi il momento delle interlocuzioni con le autorità preposte a livello regionale, poi ministeriale e infine alla Commissione Europea: mi preme sottolineare che in tutti i passaggi è stato possibile avanzare legittimamente opposizioni, dal momento che ci sono sempre state aziende che non hanno condiviso il percorso di tutela attraverso il sistema IGP.

Ci tengo a precisare che quando mi sono insediato, nel 2010,

le aziende che producevano il cioccolato a Modica erano 16, oggi sono 47. Allora le barrette prodotte erano nell'ordine di 300/400.000 all'anno, oggi siamo nell'ordine di 12.000.000 di barrette all'anno, per un volume di affari che si aggira intorno ai 20 milioni di euro. E ancora c'è chi tenta di delegittimare questo consorzio.



In ogni modo in occasione della riunione di pubblico accertamento per approvare il disciplinare di produzione, in presenza del direttore del Ministero, sono stati convocati tutti i produttori, del Consorzio e non. Sono anche emerse delle osservazioni che non hanno costituito motivo di ostacolo.

Il dirigente del ministero ha chiuso l'assemblea con l'abituale frase "c'è qualcuno che ha da fare altre osservazioni? Altrimenti il disciplinare si intende approvato". E così è stato, nessuno ha fatto opposizione.

Dopo questa fase il disciplinare è stato pubblicato dalla Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana e sono stati assegnati 30 giorni di tempo per eventuali osservazioni. Nessuna osservazione allo scadere del tempo. A questo punto il disciplinare è passato alla Commissione Europea, la quale lo ha pubblicato il 7 maggio u.s. Questa volta devono trascorrere 90 giorni, perché le osservazioni a questo punto riguardano non più il sistema Italia ma l'Europa e possono essere sollevate tanto dal sistema Paese quanto dal singolo imprenditore. Arriva il 7 agosto senza complicazioni: da quel momento nei successivi 90/120 giorni si va in pubblicazione".

Passaggi emozionanti anche solo a sentirli raccontare, una scalata complessa, certamente animata da una forte determinazione e non meno fiducia.



" Siamo al 15 ottobre – osserva Scivoletto – abbiamo chiuso un percorso esaltante, quello che sta arrivando è patrimonio collettivo, a beneficio di tutti. Qui non parliamo di nulla di

privato ma di un'indicazione geografica che sta per Cioccolato di Modica. Ora ci tengo a precisare che questa operazione l'ho potuta condurre perché sono stato assolutamente discreto. Ho costruito rapporti istituzionali importanti e ora che inizieranno a venire a farci visita il Presidente del Parlamento europeo Antonio Tajani, il delegato del Commissario Europeo Phil Hogan, il primo Vice-presidente della Commissione Agricoltura del Parlamento Europeo Paolo De Castro, Il parlamentare commissario all'agricoltura La Via, il direttore generale di Qualivita, il direttore generale di CSQA, si penserà che vengano in conseguenza dell'ottenuto IGP. No!

Queste sono le persone che, in modo veramente egregio, ci hanno accompagnato in questo difficile percorso. La politica invece è stata lasciata volutamente in disparte.

E mentre abbiamo fatto tutto questo ci siamo preoccupati anche di presentare questo prodotto nel mondo.

Abbiamo pensato, come già ho anticipato poc'anzi, che dopo la ricerca archivistica la città di Modica dovesse avere un museo.



Inoltre abbiamo preso a realizzare incarti speciali per le barrette di cioccolato, per cui per tutto quello che è avvenuto di importante e che ha interessato il nostro territorio, in ogni parte del mondo, in ogni campo del sociale e della cultura c'è un incarto dedicato.

Il 20 settembre, per esempio, l'Ambasciata del Belize ha organizzato una cena a Roma per 200 disagioati e a servire la cena ha chiamato gli ambasciatori. A tutti quanti, ambasciatori e ospiti, è stato fatto dono della barretta dedicata. Sono 393 gli incarti realizzati fino ad ora e 50.000 le barrette che sono andate agli addetti ai lavori".

A questo punto squilla il cellulare di Scivoletto "Signor direttore – esclama radioso – oh ti ringrazio Iddio!"

Depone il telefono, visibilmente commosso, e si rivolge a me. " Era il dirigente del Ministero, l'amico Luigi Polizzi". Mi ha comunicato che il cioccolato di Modica è finalmente IGP! È

stata fatta proprio ora la pubblicazione sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea. Lei è l'unica testimone di questo momento importantissimo!".



“Direttore – mi sento in dovere di dirgli – abbiamo parlato a lungo, ora le lascio godere questa notizia, come è giusto che sia”. “Io ho già digerito l'emozione – precisa il direttore – ora devo essere operativo. Voglio informare mia moglie e la professoressa Grazia Dormiente, le due donne che mi hanno sostenuto, e poi il presidente del Consorzio Salvo Peluso, il sindaco di Modica Ignazio Abbate, tutti i produttori e ringraziare il presidente del Parlamento Europeo, per il sistema Europa che ha funzionato perfettamente. L'aspetto a Chocomodica a dicembre, si ricordi che lei è l'unica testimone di questo momento. Per questo non può mancare”. E sono qui!

Simona Vitali



L' Unione Ristoranti del Buon Ricordo cresce e si rinnova

L' **Unione Ristoranti del Buon Ricordo**, associazione nata nel 1964, promuove la buona cucina regionale italiana e con gli anni ha tessuto una fitta rete di ristoranti associati, ognuno

del quale ha pensato ad un piatto del buon ricordo, cioè una portata esemplare del territorio in cui opera, da proporre agli ospiti. Dopo 54 anni di attività, il nuovo Consiglio direttivo presieduto da **Cesare Carbone** del Ristorante La Manuelina di Recco e coordinato dal Segretario generale operativo **Luciano Spigaroli** del Ristorante Al Cavallino Bianco di Polesine Zibello, annuncia novità e progetti. Sono state presentate le new entry di alcuni ristoranti, ovvero piatti del Buon Ricordo che vengono sostituiti. Sono state cinque le nuove proposte: le Girelle di persico al burro e timo del Gardesana a Torri del Benaco (VR), l'Insalata di coniglio, verdure dell'orto, maionese e uovo di quaglia dell'Osteria La Fefa a Finale Emilia (MO), il Reale di manzo "cvt" laccato con spuma di patate al Montebore de La Fornace a San Vittore Olona (MI), La crapiata de La Luna nel Bosco a Pignola (PZ), la Lombata di coniglio in porchetta del Prêt à Porter a Bagno di Romagna (FC). In primis, l'associazione vede l'ingresso di nove nuovi ristoranti, con cui salgono quasi a cento le attività coinvolte – di cui nove all'estero-. Ecco l'elenco dei ristoranti, che da oggi saranno un riferimento per gli appassionati di tradizioni gastronomiche: a Parma La Forchetta con il Risotto al radicchio rosso, salsa di Parmigiano, gel di ribes e prosciutto di Parma, a Montù Beccaria (PV) La Locanda dei Beccaria con Le stagioni del risotto, a Morano Calabro (CS) L'Antico Borgo con lo Sformato di baccalà con crema di ceci e peperoni cruschi, a Avigliano (PZ) l'Osteria Al Borgo con il Baccalaj cu gli peprinij rosica rosica, a Marina di Carrara (MS) Ciccio Marina con la Zuppetta di mare del Buon Ricordo, a Menaggio (CO) il Ristorante del Porto Menaggio con i Tagliolini semi-integrali fatti a mano con Bitto e Pesteda di Grosio, a Castrocaro (FC) la Trattoria Bolognesi "Da Melania" con il Curzùl con zucchine, guanciaie e pecorino di fossa, a Parigi A Tavola con la Tagliata di tonno in agrodolce e Le Cherche Midi con i Ravioli del Cherche Midi. La seconda novità riguarda l'introduzione del "Menù del Buon Ricordo", che prenderà il posto del "Piatto del Buon Ricordo" e il tradizionale piatto di ceramica, realizzato dalle Ceramiche

Solimene di Vietri sul Mare, sarà omaggiato agli ospiti che decideranno compiere un' esperienza gastronomica completa e di gustare l' intero menù dedicato alla tradizione.

Manuela Di Luccio

www.buonricordo.com



A Bologna la “Rivoluzione del pane” la fa il Forno Brisa

Hanno preso un antico mestiere, quello del fornaio, figura solida nelle memoria popolare, e lo hanno plasmato, lo hanno riportato in voga, facendolo diventare un mestiere moderno: questa è stata la vera “Rivoluzione del pane” attuata dal **Forno Brisa a Bologna**. Sono passati solo tre anni, ma che sembrano molti di più se pensiamo al fatto che oggi l' attività oltre a festeggiare il 3° compleanno, inaugura anche il punto vendita n° tre e nel frattempo ha anche rilevato la pizzeria Teglia: la formula vincente di questo format, infatti, è il desiderio di creare una grande famiglia lavorativa che sia anche una “locomotiva di filiere” – come ci hanno spiegato. Oggi il progetto Brisa è più completo e da forno-pizzeria, seppur di ottima qualità, oggi si è evoluto in uno spazio con più offerta: pane e pizza da asporto o da consumare in loco, servizio bar caffetteria e adesso anche

mescita di vino e lavagna dei cocktail –leggi aperitivo-.



Noi abbiamo incontrato **Pasquale Polito**, uno dei fondatori iniziali del brand, e gli abbiamo chiesto di raccontarci questo format che ha coinvolto un' interessante partecipazione di produttori fra aziende agricole biologiche, apicoltori, produttori di conserve e confetture, pastifici e birrifici.

Pasquale, quando hai iniziato a mettere le mani in pasta?

“Io sono abruzzese e mi trovavo a Bologna per studi: mi ero laureato in Geografia del territorio e stavo per intraprendere un Dottorato di Ricerca. Negli anni dell' Università, però, mi ero appassionato al mondo dei lievitati e avevo iniziato a mettere le mani in pasta e sfornare prodotti vari, dal pane al panettone, che poi regalavo agli amici: il passaparola, però, si era così diffuso anche nel mio quartiere che ero arrivato al punto di ricevere veri e propri ordini”.



Come è avvenuto il passaggio da hobby casalingo a lavoro imprenditoriale?

“Nel 2013 ho partecipato ad un raduno della rete semi-rurale a Peccioli, in provincia di Pisa, e lì sono entrato in contatto con circa 300 panificatori e agronomi e soprattutto ho conosciuto **Davide Longoni**, panificatore e studioso dei cereali, che mi ha segnalato la scuola di **Slow Food** a Pollenzo, dove mi sono iscritto al corso in panificazione e dove ho conosciuto i miei futuri soci”.



Quando è nato il progetto del Forno Brisa?

“Durante il corso ho conosciuto **Gregorio Di Agostini** che oggi è il responsabile della produzione, e **Davide Sarti** che oltre

al corso di Slow Food ha lavorato da Bonci; insieme ad altri due soci, che avevano studiato per diventare Mastro birraio, abbiamo creato una società. Con il tempo ci sono stati dei cambiamenti e, visto che il nostro obiettivo condiviso è sempre stato la felicità, i due soci birrai sono usciti dal progetto, mentre noi rimasti ci siamo concentrati sul format del panificio. A far parte della squadra si è aggiunto **Enrico Cirilli**, formatosi nella gastronomia, che ha sviluppato il reparto del caffè. Nel secondo locale, infatti, all'attività di vendita di pane abbiamo affiancato quella di bar-caffetteria con una scelta di caffè selezionati. Oggi siamo in totale 27 persone e, anche se io e Davide Sarti rimaniamo i titolari, ci sentiamo una grande famiglia in cui ognuno dà il proprio apporto con competenze, osservazioni e punti vista, perché ognuno può migliorare il progetto. Il nostro logo è una casetta, come elemento di familiarità, e nel punto vendita che abbiamo appena inaugurato abbiamo dedicato un'intera parete ad un murales su cui sono riprodotti i volti di tutti noi e anche delle persone che ci hanno dato fiducia nel realizzare questo progetto".



Seppur in società, l'investimento iniziale è stato comunque importante. Cosa puoi raccontarci in merito?

"All'inizio abbiamo investito circa 300 mila euro ma sono stati notevoli anche gli ostacoli da superare, in primis quello di trovare un locale con la canna fumaria. Poi c'è stato un successivo investimento sul laboratorio per ottimizzare la produzione e che ha consentito l'apertura degli altri due punti vendita. Senza il supporto, anche economico, di alcune realtà legate al mondo della panificazione, non sarebbe stato possibile passare ai fatti perché all'inizio le banche ci chiudevano le porte in faccia. Posso dire che una start-up non è facile da gestire".



Come è fatto il vostro pane?

“Ne abbiamo di vari tipi. Utilizziamo i grani antichi di diverse tipologie e farine biologiche. Dal 2016 abbiamo aperto la nostra azienda agricola in Abruzzo e stiamo coltivando esclusivamente il nostro grano su un terreno di 10 ettari di seminativo. Insieme al prof. **Ceccarelli** abbiamo realizzato un **miscuglio evolutivo**, ovvero un mix di grani antichi che si adattano a tutti i tipi di terreno, in modo da avere una buona resa di grano ogni anno. Da questo grano otteniamo il nostro pane “Nocciano”. Sforbiamo pagnotte da 2 chili perché quel formato rende meglio e anche il rapporto crosta/mollica è adeguato. Poi ci siamo specializzati nella Bakery, ovvero i tutti i prodotti da forno dolci: crostate, muffin, torte da forno. E poi ci sono le pizze, su cui cerchiamo di esaltare gli alimenti delle tante aziende di eccellenza, tutte biologiche, con cui collaboriamo”.



Cos' ha di particolare e quali sono le new entry del terzo punto vendita?

“Qui vogliamo realizziamo l'idea di negozio di quartiere moderno, un luogo pensato per una sosta medio-breve: oltre agli altri servizi, facciamo anche mescita di vino e cocktail bar: per il vino abbiamo scelto aziende che lavorano con agricoltura bio-dinamica e avremo quattro vini al mese a rotazione, invece per i cocktail abbiamo scelto prodotti di eccellenza come la linea di liquori Di Baldo. La novità è l'introduzione del Menù-Mag: il classico menù diventa un magazine in cui trova spazio il racconto dei prodotti e cambierà ad ogni cambio menù. Infine, vogliamo fare formazione nel nostro laboratorio, con tre tipologie di corsi che vanno dal classico work-shop a corsi più strutturati per fare pane, pizze e caffè-filtro e poi uno “Advanced” per imparare a fare

il nostro pane, i grandi lievitati e approfondire il mondo del caffè”.



Secondo te, qual' è l' elemento che ha decretato questo successo?

“Innanzitutto le relazioni sincere, che sono alla base del progetto, e poi la competenza, il coraggio, la determinazione e la varietà dei prodotti. Noi non abbiamo distributori ma abbiamo scelto accuratamente i fornitori cercando piccole realtà d' eccellenza: questo aumenta il lavoro del magazzino ma ci rende soddisfatti. Anche la nostra comunicazione è rimasta informale e cerchiamo di ascoltare il cliente ed offrire qualcosa di buono, come faresti a casa quando viene a trovarti un amico”.

Quali sono i progetti per il futuro?

“Facciamo già tante cose, tra cui il servizio catering e la formazione. Abbiamo raggiunto traguardi importanti, come quando siamo andati a formare il personale dello chef stellato Mauro Colagreco, ma vorremmo crescere ancora. Il futuro potrebbe vedere realizzarsi il sogno di un vero e proprio Mulino Brisa con uno spazio –caffè più grande e la realizzazione di una nostra Academy: tutto ciò potrebbe avverarsi nel 2020”.

Manuela Di Luccio

Forno Brisa – Bologna

Via Galliera 34/D

Via Castiglione 43



Protocollo d'intesa FIPE – Ministero della Salute: La salute vien mangiando fuoricasa

Una collaborazione che porterà a diverse iniziative sul territorio italiano per promuovere la cultura di una sana e corretta alimentazione; questo è il senso del protocollo d'intesa firmato a Roma in un incontro riservato alla presenza del Ministro della salute, **On. Giulia Grillo**, e del Presidente di Fipe, **Lino Enrico Stoppani**.

*“Le persone mangiano sempre più spesso fuori casa, per lavoro e per svago, ed è essenziale promuovere attivamente l'educazione alimentare e i corretti stili di vita in tutte le età – ha dichiarato il ministro della Salute **Giulia Grillo** durante la cerimonia di firma -. Per questo motivo ho firmato un protocollo con la Fipe, la Federazione Italiana Pubblici Esercizi, la maggiore associazione di categoria nel campo della ristorazione. Tutti i dati ci confermano che mangiare correttamente è la base per migliorare il livello generale della salute della popolazione e come ministro della Salute intendo avvalermi del supporto di ogni soggetto che può portare il proprio contributo per un'alimentazione più sana. Ringrazio quindi la Fipe e Confcommercio per l'impegno e la sensibilità sul tema”.*

“Un'importante collaborazione istituzionale, che tiene conto

*dell'importanza strategica delle imprese di ristorazione sul tema dell'alimentazione – commenta il Presidente di Fipe **Lino Stoppani** -. È infatti proprio nei pubblici esercizi che spesso si definiscono molte delle abitudini e dei comportamenti alimentari dei cittadini, tenendo conto del fatto che milioni di persone nel nostro Paese consumano almeno un pasto della loro giornata al di fuori delle mura domestiche. L'intesa con il Ministero della Salute sarà importante per mettere a punto strumenti specifici per promuovere e salvaguardare ulteriormente valori quali la sicurezza alimentare all'interno delle nostre imprese, contribuendo nello stesso tempo ad accrescere le competenze in materia degli operatori del settore coinvolti”.*

Con la firma del Protocollo di intesa Fipe e il Ministero della Salute si impegnano a promuovere iniziative congiunte per diffondere una nuova cultura in fatto di alimentazione, potenziando in particolare la comunicazione nei confronti dei cittadini che mangiano abitualmente fuori casa a favore di consumi alimentari attenti ai nuovi stili di vita e all'equilibrio nutrizionale. Un programma di iniziative che saranno dirette anche agli operatori, migliorando le loro competenze in fatto di alimenti e loro peculiarità e dei processi di preparazione più attenti a salvaguardare le loro caratteristiche nutrizionali con programmi di formazione teorica e pratica con un occhio anche alla sicurezza alimentare ed alla lotta agli sprechi.



Pasta italiana: ogni anno

investiti mezzo miliardo di euro per l'innovazione

La pasta rimane al centro dei consumi degli italiani ma, seppur apparentemente statico, il settore negli ultimi anni ha vissuto una profonda evoluzione, in cui l'innovazione gioca un ruolo fondamentale. **AIDEPI**, l'Associazione delle Industrie del Dolce e della Pasta Italiane, le cui aziende iscritte coprono complessivamente circa l'80% del mercato, rappresenta un gruppo di produttori che difendono la tradizione italiana della Pasta; proprio AIDEPI ha effettuato un lungo studio per osservare i cambiamenti che hanno riguardato il settore negli ultimi anni. Secondo i dati, infatti, la pasta viene consumata almeno cinque volte a settimana ma la scelta sul tipo di pasta è dettata da vari fattori, che vanno dalle scelte personali alle necessità dettate da intolleranze o allergie alimentari. Secondo un'indagine IRI, 1 italiano su 2 (48%) si dice interessato a nuovi ingredienti, nuovi prodotti e nuovi tipi di pasta. Per queste ragioni, le aziende negli anni hanno scelto di affidarsi all'innovazione per ampliare l'offerta dei prodotti e gli scaffali dei supermercati si sono riempiti di nuovi prodotti: pasta biologica, pasta senza glutine, pasta realizzata con farine speciali come il Farro, il Kamut e anche la Canapa. Secondo una stima di AIDEPI, i pastai italiani investono in innovazione, ricerca e sviluppo circa 500 milioni di euro l'anno, il 10% del fatturato del settore, per migliorare la qualità, guardando alla pasta del futuro. L'innovazione tocca in primis gli impianti stessi dei pastifici, che sono stati ampliati e sono stati realizzati impianti sempre più moderni e sofisticati, che possono impastare e trafilare fino a 7mila kg/ora di pasta, e processi di essiccazione sempre più sofisticati e personalizzati per ogni formato. Anche la competenza e la formazione del professionale hanno subito profondi mutamenti perché l'apporto umano resta

imprescindibile e controlla un sistema di produzione sempre più complesso. Rispetto a 30 o 50 anni fa, la pasta è di qualità superiore e tiene meglio la cottura; ciò deriva non solo dalle nuove tecniche di lavorazione, ma anche perché sono stati cercati i grani migliori anche in giro per il mondo. L'innovazione nell'offerta di nuovi prodotti per i consumatori, si concretizza anche nella progettazione di nuovi formati. Corta o lunga, liscia o rigata, fine, piena o bucata: secondo AIDEPI oggi sono circa 300 i formati prodotti e consumati in Italia. La campagna **We Love Pasta** nasce per promuovere la cultura della Pasta, simbolo del Made in Italy sulle tavole di tutto il mondo, e della dieta mediterranea, considerata patrimonio immateriale dell'Umanità.

Manuela Di Luccio

Aidepi We Love Pasta

Viale del Poggio Fiorito, 61

00144, Roma



[Granoro: un sito per far conoscere il racconto della filiera 100% pugliese](#)

Un sito nuovo, più tecnico e approfondito, in cui trova espressione il racconto dell'intera filiera della linea

“Dedicato”: è questo l’ innovativo progetto di **Granoro**, pastificio pugliese votato alla qualità su grande produzione.

Il pastificio ha una storia lunghissima che si intreccia con quella della famiglia Mastromauro, pastai fin dal 1930; ma è nel 1967 che Granoro vede la luce grazie ad **Attilio Mastromauro** che inaugura la sua azienda, con il nuovo nome, a Corato (Bari). Le scelte della famiglia Mastromauro si sono rivelate da subito lungimiranti e vincenti, seppur in apparente controtendenza, come la scelta di avere uno stabilimento unico. Oggi l’ azienda fa un ulteriore passo avanti e, seguendo l’ evoluzione della comunicazione digitale, ha deciso di aprire virtualmente le porte del proprio stabilimento e coinvolgere il consumatore in una storia che narra tutti i passaggi produttivi, dalla coltivazione al packaging, della linea “Dedicato” ovvero una pasta ottenuta con una filiera esclusiva, fatta al 100% con grani pugliesi. Il progetto “Dedicato”, infatti, parte innanzitutto dalla coltivazione e selezione dei migliori grani di Puglia decorticati a pietra e macinati lentamente, da cui deriva solo semola a grana grossa, con ottima qualità e quantità di glutine, e poi impastata con acqua pura che arriva dalle sorgenti di Caposele e di Cassano Irpino; la pasta viene poi trafilata al bronzo dolce , che dona ad ogni chicco di pasta la giusta rugosità, ed infine essiccata lentamente, a basse temperature, che ne preservano il colore giallo dorato e il profumo del grano maturo. Il risultato è una pasta con un’ ottima tenuta di cottura, dall’ ottima consistenza e dal sapore genuino di grano. “La nostra tradizione è strettamente legata al territorio” – spiega l’Ad del Pastificio Granoro **Marina Mastromauro** – “Con il progetto Dedicato vogliamo contribuire a rafforzare un legame diretto tra agricoltori e consumatori, basato sulla condivisione di valori come il rispetto dell’ambiente, il recupero della tradizione, la genuinità dei prodotti pugliesi”.

Manuela Di Luccio

www.granorodedicato.it