



Podere Cadassa: i salumi di Parma sono una questione di famiglia

Ciò che contraddistingue le realtà artigianali italiane è la loro storia, le radici e le tradizioni tramandate nel tempo, in un tempo che attraversa i secoli. Sono storie di famiglia, storie di madri, padri e figli che condividono un percorso di vita, di valori, di passioni e cammino. Sono racconti di generazioni che parlano il linguaggio del territorio nel quale vivono e lavorano ogni giorno, per far crescere radici profonde e radicate nella cultura locale.



Radici come quelle narrate dal **Podere Cadassa**, in Località Vedole di Colorno, che la **famiglia Bergonzi si passa di mano in mano**, forte di un'esperienza cresciuta negli anni e di un amore profondo per l'anima contadina e per i suoi prodotti. Sono le tipicità a narrare di abitudini schiette, quei gesti che ancora oggi vengono ripetuti per realizzare eccellenze dal profumo invitante e dal gusto intenso e inimitabile. Perché qui **al Podere Cadassa la cantina nasconde come uno scrigno i tesori in stagionatura**, addormentati in attesa di essere pronti da assaporare. Si parla di **Culatello di Zibello, Fiocco, Coppa, Pancetta, Spalla Cruda**, un presidio Slow Food prodotto solo da poche realtà della bassa parmense, **Salame, Strolghino e Mariola**. Ma anche di rarità come i **salumi di Maiale nero di Parma**.

Enrico Bergonzi e sua sorella Monica hanno raccolto il testimone dell'attività e da trent'anni ne mantengono inalterati i valori fondanti. Ma non sono soli in questa

impresa, con loro anche **Marco Pizzigoni**, cognato e *consigliere del Consorzio del Culatello di Zibello*, ed **Edgarda Meldi**, il naso sopraffino del gruppo.



*“Tutto ebbe inizio nel lontano 1780 – racconta **Enrico Bergonzi** – anche se in realtà una ricostruzione parziale della nostra storia mi porta ancora più indietro. All’epoca l’anziana zia Cleofe decise di trasformare il proprio rustico in uno spaccio di generi alimentari e luogo di ristoro per viandanti. Da quel momento l’evoluzione non si è mai fermata, l’attività non è mai stata chiusa e il lavoro è sempre stato identificato con il nome di chi lo svolgeva”.*

Mestieri antichi, artigianalità mai dimenticate e dal valore inestimabile che oggi si scontrano con una modernità troppo veloce, eccessivamente attenta alla quantità. Ma qui il tempo è lento, rispettoso delle stagioni, dei rituali che si ripetono con una sacralità dal fascino immutabile. È il ritmo della lavorazione, della cantina dove riposano i salumi e maturano le muffe, angolo di vita sotterranea e mondo che si anima di mese in mese, che parla, che odora di attesa, quella buona.

“Per noi la cantina è una parte della famiglia. Abbiamo riprogettato gli spazi seguendo un attento esame legato alla stagionatura– spiega Enrico, e lo fa soffermandosi sull’importanza di quell’atto – questo ci è stato utile per capire cosa era corretto fare. I mattoni sono quelli originali, riadattati su una struttura che segue i giusti criteri di conservazione. Quello su cui ci impegniamo oggi è mantenere i metodi artigianali, senza snaturarci ma adattandoci alle norme che garantiscono importanti certificazioni internazionali”.

Già perché al Podere Cadassa convive e prospera un connubio perfetto: al primo piano vi è la zona di produzione dove regna

l'innovazione, una fucina di delizie che fa capo alla tradizione perché, nonostante le norme, **nessuna ricetta è mai stata cambiata**, sono quelle storiche.



“Posso dire che riusciamo a rispettare tutti gli standard internazionali, ovvero da industria, mantenendo il lascito dei norcini di una volta. L'unico conservante che utilizziamo è il freddo, poi abbiamo creato un equilibrio ideale tra la stagionatura all'aria e i brevi momenti in cui avviene in cella frigorifero. Il resto lo fa l'esperienza e la capacità di ascoltare quello che la natura sa trasmettere, è un gioco sottile”.

E la pazienza raddoppia se si parla di Maiale nero, recupero del passato. Sono solo 4 gli esemplari che ogni mese vengono lavorati. Una nicchia che diventa libidinosa degustazione direttamente sul posto o nel ristorante di famiglia, l'ormai storico “Al Vèdel”.

A controllare che ogni operazione venga eseguita a dovere c'è lui, il norcino Luciano, 76 anni e una vita passata a insegnare un mestiere che porta avanti con quella sincerità disarmante della purezza ormai difficile da trovare.

Sono queste le persone che arricchiscono la realtà del Podere Cadassa, che ne hanno permesso la crescita negli anni, senza mai smettere di credere nella missione di produrre bontà e omaggiare il territorio.



“Dovremmo imparare a essere più consapevoli e orgogliosi di quello che abbiamo” finisce per dire Enrico con sguardo convinto e pensieroso. E quando gli si chiede cosa vede nel futuro dell'azienda lui non esita *“amplierò la cantina, voglio creare diversi ambienti con caratteristiche differenti, uno per ogni tipologia di salume”.*

Gli occhi sono quelli luminosi di chi si nutre di progetti e idee, di chi non smette di sognare, immaginare e creare. Di chi vuole lasciare il suo segno.

Chiara Marando

Podere Cadassa

Località Vedole, 68

43052 Colorno PR

Tel. 0521 816169

www.poderecadassa.it/



Felsineo e t0ur-tlen, una collaborazione di alta qualità

A **Festa a Vico**, il più famoso dei raduni degli chef, un assembramento di persone faceva la fila, un po' disordinatamente, come ogni autentica festa che si rispetti, davanti al banchetto di uno chef che distribuiva "cannoli... cannoli emiliani".

Dietro al banco, allegro come sempre, positivo come sempre, c'era **Dario Picchiotti**, chef patron dell'**Antica Trattoria di Sacerno**, in quella piana bolognese dove si può ancora trovare il clima da osteria, però con prodotti e cibi eccellenti.

"Ho preparato per Festa a Vico un cannolo, solo che non è dolce come quello siciliano, ma è un insieme di sapori della

mia terra. – mi spiega facendomi assaggiare uno degli ultimi rimasti – Ho usato la piadina al posto della pasta sfoglia, i canditi di friggione e salsa verde al posto del cedro, e la mousse di mortadella al posto del cioccolato e della ricotta. Ne ho fatti 300 e in meno di un'ora stanno finendo, ma la fila non smette. Fortuna che ho la **Mortadella t0ur-tlen**".



Dario Picchiotti, chef patron Trattoria di Sacerno

Una fetta tira l'altra

Gli avventori che non hanno potuto assaggiare il canolo emiliano, dopo aver messo in bocca il crostino di pane con la fetta di mortadella cominciano a chiedere dove si può trovare, come si fa ad averla.

E anche noi ne restiamo ammaliati: un sapore diverso, leggero, mai sentito prima e in grado di esaltarne il gusto più tipico della mortadella. E poi quel nome: **t0ur-tlen**.

✘ “Questa è una mortadella dell'azienda [Felsineo, storico produttore di mortadella a Bologna](#), che abbiamo studiato insieme, azienda e RistoAssociazione t0ur-tlen. – racconta Dario Picchiotti – Tutto nasce da un'intuizione di Max Poggi (apprezzato chef bolognese *ndr*) che condivide con i suoi colleghi il progetto. L'azienda ci ha lasciato ampia libertà nella degustazione delle sue mortadelle per individuare quale poteva essere la ricetta migliore: principalmente per la sua ricettazione in cucina”.

La collaborazione tra chef e imprese alimentari è la strada migliore quando si vuole sviluppare un prodotto dedicato alla ristorazione, a tutta la ristorazione, perché si colgono immediatamente le esigenze.

Questo ha fatto Felsineo, la cui storia inizia a Bologna nel lontano 1947, anno in cui nasce come piccolo salumificio Raimondi a conduzione familiare, per poi trasferirsi nel 1963 a Zola Predosa, in provincia di Bologna, dove nasce Felsineo: realtà italiana specializzata nella produzione di mortadella.

Era il 2015, anno di Expo, quando Felsineo decide di intraprendere la collaborazione con la [RistoAssociazione tOur-tlen](#): un percorso di ricerca all'avanguardia, unita alla sapienza della tradizione e all'esperienza di leader di settore, a cui Felsineo era già abituata, per la naturale predisposizione a non fermarsi di fronte alle opportunità di crescita e innovazione.



Prove su prove

“Sono stati mesi di incontri che hanno visto la continua collaborazione tra la ricerca e sviluppo di Felsineo e tutti i componenti dell'associazione, oggi presieduta da Carlo Alberto Borsarini, per confronti sui sapori, sulle consistenze, su quali potevano essere gli utilizzi. – ricorda Dario Picchiotti, mentre la mortadella va a ruba – Alla fine possiamo dire davvero che tutti i colleghi hanno contribuito a realizzare questo prodotto, che ora è nei nostri locali, ma anche in molti altri sparsi in Italia. Una mortadella accessibile, mi piace definirla; estremamente versatile nel suo utilizzo, ottima per essere degustata a fette e ideale per realizzare un ottimo ripieno di primi e secondi piatti, adatta a tutte le cucine italiane. Non bisogna infatti cadere nell'errore che sia esclusiva dei cuochi della nostra associazione, tutt'altro: noi abbiamo contribuito a farla e anche a farla conoscere, perché questa è davvero una mortadella che fa la differenza”.



La **Mortadella Felsineo Selezione tOur-tlen** è realizzata solo con carne di suino italiana: viene prodotta con tagli di carne selezionati e di alta qualità, di solo suino italiano. Ingredienti semplici senza aggiunta di aromi artificiali, coloranti e additivi, senza glutine e senza latte e derivati. Viene legata a mano e presenta un gusto inconfondibile grazie alla cottura in particolari e moderne stufe ad aria secca.

Una mortadella che sta riscontrando anche un diffuso interesse tra i distributori, a quanto ci risulta, perché risponde appieno alle caratteristiche di originalità e versatilità a cui guarda la ristorazione con sempre più attenzione.

Luigi Franchi

La foto di copertina è di Niko Boi



Red Krowa. Una carne polacca equilibrata e dal sapore intenso

Se vi state affacciando al mondo carni – o se ci bazzicate già da parecchio, ma non l'avete ancora provata – e volete testare un prodotto che vi cambierà i parametri di giudizio, tenete in nota questo nome: **Red Krowa**. Si tratta di una razza originaria della Polonia settentrionale da cui deriva una costata per veri intenditori. È anche conosciuta come come Scottona Pezzata del Mazury (ovvero della Regione dei Mille Laghi).

Partiamo dalla **provenienza e dall'alimentazione** del capo; due fattori che, come per tutti i prodotti di origine animale, sono determinanti per la bontà finale dell'alimento.

La Red Krowa vive in un contesto ideale per la razza bovina: pascola allo stato brado su **prati verdissimi, ricchi di minerali e cereali, e beneficia di un microclima perfetto**. Nell'ultima fase di vita, poi, si nutre di barbabietola da zucchero; una particolarità che incide di gran lunga sulle composizione della carne. Gode di un **regime alimentare sano e naturale**, per nulla influenzato dalla mano umana, e questo ne

fa un ulteriore motivo di pregio.



Cosa aspettarsi da Red Krowa?

I tratti distintivi di Red Krowa si possono cogliere alla vista, all'olfatto, al gusto e pure in termini di consistenza. È una carne **molto mazzata**, quindi incisa da piccole e fitte infiltrazioni di grasso che con il calore si sciolgono conferendo gusto e morbidezza. Ha un **colore rosso scuro** e un **sapore intenso**; tant'è che alcuni esperti sostengono possa ricordare il famoso manzo Kobe.

La cottura ideale è – neanche a dirlo – **alla piastra o sul barbecue**; quando cuoce che notiamo una reazione di Maillard sorprendente, con una caramellizzazione importante che sigilla la superficie del prodotto consentendo il mantenimento dei succhi all'interno.

All'assaggio sprigiona tutte le caratteristiche del bovino da cui deriva: **avvertirete un gusto pieno, avvolgente, e delle peculiari note dolciastre.**

Nel Nord-est la Red Krowa viene distribuita dall'azienda **Marchi spa** di Romano D'Ezzelino, socio del gruppo Cateringross, realtà molto dinamica nel comparto carni.

Marchi Spa

Via Monte Tomba, 5

36060 Romano d'Ezzelino VI

Tel: 0424 8188

Fax: 0424 518831

info@marchispa.com



La Bresaola della Valtellina IGP è Mood Food: un toccasana per l'umore

Mood Food: sembra un gioco di parole e, invece, è solo il termine inglese per designare quegli alimenti che, grazie alle loro caratteristiche nutritive, riescono a tenere alto il tono dell'umore. Ciò che ogni giorno mettiamo nel piatto, infatti, ci aiuta a prenderci cura della salute non solo del corpo ma anche della mente, e a **controllare lo stress**.

Secondo numerose ricerche scientifiche, serotonina, endorfine, dopamina, definiti non a caso gli **ormoni della felicità**, svolgono un ruolo importante sull'umore e sull'equilibrio emozionale. La serotonina, in particolare, è sintetizzata a partire da un amminoacido essenziale, il **triptofano**, dal quale dipende anche la produzione della melatonina, l'ormone che regola i ritmi sonno-veglia.

“Esiste una stretta relazione tra cibo e umore, e determinati alimenti hanno un forte potere riequilibrante – commenta **Michelangelo Giampietro**, medico specialista in Scienza dell’Alimentazione e in Medicina dello Sport e docente di Alimentazione, nutrizione e idratazione presso la Scuola dello Sport CONI Roma –. I cibi giusti sono quelli ricchi di specifici micronutrienti (cioè presenti in piccole quantità), come le **vitamine del gruppo B** (soprattutto B12, considerata la vitamina dell’energia), la **vitamina C**, gli **acidi grassi omega 3** e il triptofano (un amminoacido presente nella maggior parte delle proteine che assumiamo con gli alimenti), che migliorano umore, concentrazione e memoria. Il triptofano ha un effetto positivo sullo stress, perché, in presenza di vitamine del gruppo B, di carboidrati e di ferro, aumenta la produzione della serotonina”.

Tra gli alimenti più ricchi di triptofano, oltre che di **proteine ad alto valore biologico** (33,1% contro il 29,3% del prosciutto crudo sgrassato e disossato), di vitamine del gruppo B e di sali minerali, quali zinco, ferro e selenio, figura la [Bresaola della Valtellina IGP](#), che, a fronte di tutte queste virtù, è anche **il salume più povero di grassi**. Tutto questo ne fa il mood food ideale per i cambi di stagione, soprattutto se associato ad altri ingredienti.

“La bresaola della Valtellina IGP, rispetto a molte altre carni trasformate e lavorate, è una buona fonte di triptofano (336,2 mg/100 g di prodotto, di cui 15 mg liberi) – continua Giampietro –. Per ottenerne quantità elevate e aumentare così la produzione di serotonina, è consigliabile realizzare combinazioni gustose tra alimenti che contengono questo amminoacido essenziale, come ad esempio pane con la Bresaola della Valtellina IGP e scaglie di parmigiano, oppure riso con gamberi, pasta e ceci, yogurt/latte con cereali ecc.”.

Per dare suggerimenti concreti al consumatore ma prima di tutto ai ristoratori, è stata creata la [web app “Bresaola Inedita”](#), dove si possono trovare ricette, spunti e consigli su come utilizzarla. Un assaggio? Penne integrali, bresaola, emmentaler, pomodori secchi ed erba cipollina, oppure risotto con bresaola, mele e porri, insalata con bresaola, valeriana, fichi secchi, pomodorini secchi, mozzarella di bufala campana Dop, olio evo e aceto balsamico.

Mariangela Molinari



Affettati vegan, all'ombra delle Due Torri

Nella capitale della mortadella, dove il salume amato da Carducci e Rossini, viene chiamato addirittura come la città dove si produce, non stupisce, che un brand consolidato come **Felsineo**, lanci un catalogo di **affettati vegan**. In tempi in cui in cucina sono in atto profonde modificazioni, e tutto viene rivisitato, anche i salumi si reinterpretano alla luce di nuove esigenze alimentari, e si intraprendono nuove strade differenziando la produzione, per accontentare persone, ancorché acquisire interessanti fette di mercato.

Un vento nuovo, che questa volta coinvolge un brand storico della mortadella come Felsineo, sul mercato da oltre cinquant'anni, che inaugura a Zola Predosa (BO), un nuovo stabilimento di 250 mq, interamente dedicato agli affettati vegan. Una buona idea, e un investimento lungimirante, a leggere la recente indagine Nielsen, la quale attesta che **il segmento con la maggiore crescita, sia quello delle alternative vegetali (+30,2%)**, e il sotto-segmento degli affettati vegetali, stia registrando nell'ultimo anno una crescita esponenziale, **raddoppiando i volumi**. Nasce così una nuova compagine 100% italiana, con certificazioni bio vegan, frutto di una sinergia efficace tra **Felsineo** e **Mopur**, realtà imprenditoriale italiana di terza generazione che incarna italianità e gusto, con un brevetto unico e innovativo, che guarda a plus salutistici di altissimo profilo. I nuovissimi prodotti Mopur, nascono da derivati del grano, con un impasto, a lievitazione naturale che impiega un mix di grano e ceci, grano e lupino. La fermentazione naturale, grazie al lievito madre, rende il prodotto facilmente digeribile con un alto contenuto proteico e totalmente privo di colesterolo, la consistenza è simile alla carne, 100% vegetale, 100% vegano, 100% biologico, con 0% colesterolo, 0% coloranti, 0% conservanti, e può stagionare. Affettati dai colori naturali,

che inducono chi non è vegan ad assaggiare, per capire le differenze con i classici salumi che da secoli si producono da queste parti, e sono l'ideale per chi si professa vegan e dispone finalmente di un'ampia scelta di affettati da mettere in tavola. Leggeri, gustosi innovativi, ma anche sani, naturali, e in buona parte biologici, a leggere la composizione degli ingredienti dichiarati nelle vaschette di ultima generazione, dotate di protezione ecologica Kerlite (con scudo antibatterico), prodotti che si pongono il preciso obiettivo di innovare il mercato di riferimento. La nuovissima gamma, presentata al **Worldfood Varsavia 2017**, ha ricevuto il massimo punteggio (3 stelle) vincendo il **premio come prodotto innovativo dell'anno**.

Luca Bonacini

FMV Srl

Via C. Masetti 6 – Zola Predosa (BO)

Tel. 051 3517011

www.felsineoveg.com



Dry aged: il metodo innovativo di frollatura delle carni

Le novità sul fronte della conservazione, lavorazione e commercializzazione delle carni non volgono mai all'esaurimento. Per fortuna.

Ed ecco una delle buone nuove su cui sta spingendo fortemente [Marchi spa](#), azienda leader della distribuzione alimentare nel nord-est, e specializzata nel settore delle carni.

La **novità** in questione ha, precisamente, un nome e un cognome: metodo di frollatura per carne **dry aged**. In questo spazio vi raccontiamo in cosa consiste questa tecnica e quali sono le caratteristiche che connotano il prodotto finito, rendendolo un'eccellenza per la ristorazione, ma anche un cibo prelibato per il consumo domestico.

Partiamo, per dovere d'informazione, dal concetto di frollatura: ovvero quel **processo di stagionatura**, o meglio, di riposo, cui vengono sottoposte le carni per diventare idonee al consumo e per acquisire tenerezza e sapore. È risaputo che la carne, dopo l'abbattimento dell'animale, non è immediatamente edibile e che l'idoneità al consumo si raggiunge a seguito della **denaturazione proteica** operata degli enzimi presenti nei tessuti carnei, che viene comunemente, appunto, definita frollatura. La denaturazione non è uguale per tutte le carni. Le variabili sono tantissime, ed è il motivo per cui i tempi di riposo variano a seconda del tipo di animale e dalla tipologia di taglio. Per fare un esempio, per i tagli di vitellone da cui si ricava la "fiorentina", il periodo di frollatura varia dai 10 ai 20 giorni, ad una temperatura controllata in cella frigorifera di 0-4°C.

Ma veniamo ora al metodo dry aged. Si tratta di un **tecnica antica** tornata da qualche tempo in gran voga soprattutto negli Stati Uniti. È complessa e costosa, ma molto apprezzata dagli addetti ai lavori.

In sostanza, si tratta di un **metodo di frollatura a secco** che non prevede l'utilizzo di sacchetti sottovuoto, ma "solo" di un lungo periodo di refrigerazione ad umidità controllata. La carne frollata in dry-aging subisce un'asciugatura superficiale e, nell'arco di 5-8 settimane, cede fino al 20% di liquidi.

Al termine di questo periodo, il prodotto si presenta tenero, marmorizzato alla perfezione, e con un aroma unico, che ricorda l'arrosto. Per la sua cottura e preparazione, generalmente il consiglio degli esperti è di affidarsi alla

griglia o alla padella, con leggera salatura.

La carne, così tenera e saporita, sta avendo un **ottimo riscontro** tra i cuochi e i ristoratori, e soprattutto tra i clienti, attratti dalla bontà di queste “nuove” pietanze.

Giulia Zampieri



Mottolini, sostenibilità territoriale in Valtellina

“Siamo di origine contadina. Mio padre aveva un piccolo allevamento di mucche, alcune vigne e un frutteto: una realtà come tante nella campagna valtellinese degli anni '60 e '70. Le nostre radici affondano in profondità nel nostro territorio, tanto che mio fratello Michele, fondatore del Salumificio, dopo diverse esperienze presso alcuni produttori di bresaola della zona decise, giovanissimo, nel 1986, di intraprendere la propria avventura, aprendo un laboratorio artigianale sotto casa”. **Emilio Mottolini** comincia così a raccontare la storia di un'azienda che, crescendo nel tempo a ritmo costante (proprio come quello che ci vuole per salire in montagna), oggi come ieri continua a fare di artigianalità e legame con la terra d'origine i propri perni. Di ampliamento in ampliamento, infatti, a partire da quel piccolo laboratorio, la sede di Mottolini è sempre rimasta a Poggiridenti, in provincia di Sondrio: un paese dal nome solare e promettente, che compare pure sul marchio, come a dire che senza quel luogo, le sue caratteristiche

pedoclimatiche e le sue tradizioni, il prodotto non sarebbe lo stesso.

“Sono entrato in azienda l’anno successivo alla sua fondazione – continua Emilio Mottolini –. Dopo un anno abbiamo raggiunto il nostro primo record produttivo di 100 bresaole a settimana: un numero che oggi pare ridicolo se paragonato agli attuali 8-10mila pezzi e che allora, invece, ci riempiva di orgoglio”.



la famiglia Mottolini

Alla ricerca di prodotti di nicchia

Lo sviluppo, però, si è sempre tenuto fedele alla filosofia iniziale: il legame con il territorio e la ricerca di referenze particolari, con cui differenziarsi sul mercato. Con questo obiettivo, per esempio, è stata avviata la produzione di bresaola da carne fresca, quando ancora tutti (o quasi) utilizzavano quella congelata. “Abbiamo sposato un tipo di produzione meno standardizzabile – osserva Mottolini –, dando vita alla Bresaola Extra, realizzata dalla punta d’anca di vitelloni di 18 mesi di razza scelta, provenienti da allevamenti prevalentemente francesi e con una salagione più lunga di quella tradizionale e una più lenta stagionatura”.

Col tempo si sono poi aggiunte altre referenze, come il Fiocco della Valtellina, fino a che nel 1998 l’azienda è stata tra i fondatori del Consorzio della Bresaola Valtellina Igp, con l’intento di tutelare un percorso di lavorazione e un territorio in cui il clima particolare e il lavoro dell’uomo fanno davvero la differenza sul prodotto finale.

Più il Salumificio cresce più Mottolini pare spingere in profondità le proprie radici. Oltre una decina di anni fa, per esempio, è nata la Bresaola Fassona, un’eccellenza creata esclusivamente da vitelloni di razza piemontese da allevamenti selezionati. “È stata una sfida – afferma Emilio Mottolini –: inizialmente non sempre la materia prima era disponibile, ma ora siamo riusciti a recuperare un discreto numero di

allevatori e possiamo contare su un approvvigionamento regolare”.

Un progetto di sostenibilità (e marketing) territoriale

L'idea iniziale, in realtà, era realizzare una bresaola da carne valtellinese, ma le difficoltà di creare un'adeguata massa critica non sono state poche. Alla fine, però, anche questo obiettivo è stato raggiunto. Nel 2015, infatti, ha debuttato ufficialmente il progetto “L'Originaria”, che propone una bresaola da carne di bovine da latte, nate, allevate e macellate in provincia di Sondrio. “L'intento – spiega Mottolini – è dare un aiuto concreto agli allevatori, avendo stabilito un prezzo fisso superiore a quello di mercato: quando la mucca non produce più latte la ritiriamo noi”. Si tratta di un'iniziativa di sostenibilità territoriale che va alle origini della bresaola stessa. I migliori tagli, infatti, sono insaporiti con sale delle Alpi, vino rosso della Valtellina ed erbe biologiche coltivate in Valposchiavo, nella vicina Svizzera: proprio come deve essere avvenuto quando questo prodotto è stato inventato.



“Dal momento, però, che da un animale di 400 kg si ricavano solo 25-30 kg di bresaola – continua Mottolini –, in un'ottica di ottimizzazione della materia prima sono in fase di studio anche due diverse ricette di hamburger, che produrremo direttamente in azienda: una con piante aromatiche biologiche della Valposchiavo, e una con la *pesteda*, un tipico condimento valtellinese, realizzato con una miscela di sale, pepe, aglio ed erbe aromatiche. Abbiamo già ideato anche un panino, in cui l'hamburger sarà accompagnato da verza stufata e una fetta di Casera Dop”. L'attenzione alle tipicità della zona, dunque, non viene mai meno, perché, precisa Mottolini, “Il fine del progetto non è la bresaola ma la valorizzazione del territorio. Tanto è vero che sul sito dedicato (www.bresaolaoriginaria.it) compaiono pure l'elenco degli

allevatori dai quali ci approvvigioniamo e dei negozi e ristoranti in cui il prodotto è acquistabile o proposto in menu: sono tutti rigorosamente locali, tranne Sciatt a porter, l'angolo di Valtellina a Milano. In questo modo il ristoratore, oltre a disporre di una materia prima eccellente, si fa promotore di circuiti enogastronomici, compresa la visita di alpeggi e la degustazione di prodotti difficilmente reperibili al di fuori della Valtellina”.

Il che, a ben vedere, è uno straordinario marketing che, partendo da un salume, dà a un intero territorio la possibilità di crescere e sviluppare sinergie.

Cresce e si sviluppa, intanto, anche il Salumificio Mottolini, dove i tre fratelli Michele, Emilio e Diego sono affiancati dalla moglie di Michele Enrica e dai loro figli Elena e Lorenzo. Tagliato il traguardo dei 30 anni di attività, anche la seconda generazione ha trovato posto in azienda. E il legame con territorio e tradizione continua. Anche nella promozione all'estero, che è arrivato a coprire il 15% del fatturato aziendale ed è in continua crescita.

Mariangela Molinari



Per Natale un viaggio culinario con la linea Grand Tour dell'eccellenza

I cesti di Natale sono sempre stati un regalo gravoso: un'accozzaglia di prodotti dalla provenienza più o meno certa e dalla dubbia qualità, spesso la somma del valore dei singoli prodotti non giustificava il valore del cesto e del pensiero

per un vero Buon Natale.

Da questi spunti **Daniela Pasini**, giovanissima marketing manager della storica azienda Salumi Pasini di Trezzano sul Naviglio ha voluto dare un taglio diverso al suo Natale: ecco come nasce la linea Grand Tour dell'eccellenza, non un unico brand ma l'insieme di elementi di ottima qualità per un cesto davvero ricco, per un regalo davvero unico. "Questa linea nasce dalla nostra passione per il buono e il bello, per esaltare quel savoir-vivre all'italiana che ci contraddistingue nel mondo attraverso eccellenze italiane che possano abbinarsi perfettamente ai nostri salumi". Un vero e proprio Grand Tour come quello che, nel XVII secolo erano soliti percorrere i giovani aristocratici europei, per perfezionare la loro cultura con il sapere italiano: così dovrebbero fare gli odierni viaggiatori del gusto.

Un viaggio culinario attraverso le diverse regioni italiane, un tour dei sapori che, grazie all'approccio di esperti sommelier, sono stati studiati per esaltare il sapore dei diversi salumi scelti per essere accompagnati al meglio nei momenti di degustazione con gli amici. Scatola nera molto elegante, grafica in argento per sette studiate confezioni che vedono lo sposalizio tra i salumi e vini o birre.



Eccoli i centrati abbinamenti: lardo e Rosso di Montalcino, bresaola di suino e Ribolla Gialla con un olio pugliese, salame con Marzemino, salame e Spianata Piccante con Cirò Classico Superiore, salamini picnic con una birra artigianale golden ale e il cotechino con lenticchie dall'Umbria e spumante. Tutti prodotti artigianali e rigorosamente italiani "per questo non abbiamo preso, al momento, in considerazione champagne o vini della Borgogna, volevamo che tutto fosse all'insegna dell'italianità e dell'eccellenza" racconta Daniela Pasini che, infatti, ha scelto lo chef Oldani per creare insieme la sua linea.



La ricerca sensoriale dello chef stellato più pop di sempre ha portato all'elaborazione di prodotti come **DRISS** il salame, **GRASS** il lardo e **SCHISC** la bresaola, tutti nomi che ricordano il dialetto milanese della provincia, da dove tutto ha preso origine. Ma andiamo a scoprire tutte le confezioni della linea Grand Tour dell'Eccellenza: si parte con il **Tour d'Italia** (*Schisc – la Bresaola* linea “*Salumi Pasini* ” by Davide Oldani, Ribolla Gialla ZUC di Volpe DOC Friuli Colli Orientali 2015 – Volpe Pasini, olio Extra Vergine di Oliva Frantoio Muraglia Essenza: Fruttato Medio); il Tour Toscano (*Grass – il Lardo*, Rosso di Montalcino DOC 2014 – San Polo); il **Tour del Piemonte** (salame Campagnolo linea Salumi Pasini “*I Classici*” e Barbera d'Asti DOCG 2015 – Antica Cantina di Calosso); Veneto e **Dintorni** (*Driss – il Salame* e Belvedere IGT Marzemino Nero 2013 – Ca' Lustra); **Lombardia in Tour** (Cotechino linea Salumi Pasini “*I Classici*” e spumante Pinot Nero Brut Charmat DOC “Riserva degli Isimbardi” – Isimbarda e lenticchie – La Valletta Colfiorito); **Tour de Milan** (con salamini PicNic linea Salumi Pasini “*I Classici*” e birra artigianale bionda “La Veloce” Golden Ale – Birrificio Milano); **Viaggio nelle Tradizioni** (salame Campagnolo linea Salumi Pasini “*I Classici*”, spianatina calabrese piccante e Duca San Felice Cirò Rosso Superiore Riserva DOC 2012 – Librandi).

Camilla Rocca



La sostenibilità delle carni

in Italia

Il consumo di alimenti ricchi in proteine (carne, pesce, uova, legumi, salumi) ha un impatto ambientale simile a quello generato dal consumo di frutta e ortaggi.

Dopo le polemiche e i malintesi che hanno infiammato gli animi negli ultimi mesi sembra giunto il momento di rivalutare il settore delle carni e ristabilire il giusto equilibrio in seno alla discussione.

La prestigiosa rivista **Science of the Total Environment** ha riconosciuto la validità scientifica della **Clessidra Ambientale**, il nuovo modello introdotto da [Carni Sostenibili](#) – progetto di cui fanno parte le tre associazioni che rappresentano tutte le filiere delle carni in Italia (bovino, suino e avicolo) – che mette in relazione i consumi della Dieta Mediterranea con l'impatto ambientale dei diversi alimenti assunti.



Elaborata a partire dai consumi settimanali suggeriti dalle linee guida nutrizionali, moltiplicati per gli impatti ambientali medi delle varie categorie di alimenti, la **Clessidra Ambientale** – che rappresenta la quantità di emissioni di gas a effetto serra, stimate su base settimanale, dovuto alla produzione e al consumo di questi alimenti – ha mostrato che l'assunzione di carne nelle quantità prescritte dalle linee guida per una sana e corretta alimentazione è sostenibile per l'ambiente e non comporta un aumento significativo dell'impatto ambientale. Gli autori dell'articolo scientifico **Maria M. Ulaszewska, Gloria Luzzani, Sonia Pignatelli e Ettore Capri** hanno provato attraverso l'analisi **LCA (Life Cycle Analysis)**, metodo che valuta l'insieme delle interazioni che un prodotto ha con l'ambiente considerando il suo intero ciclo di vita, e due differenti modelli alimentari, la **Dieta Mediterranea** e la nuova **Dieta**

Nordica, la validità della **Clessidra Ambientale**, contenuta nel rapporto [La sostenibilità delle Carni in Italia](#), che mostra come le scelte alimentari interessano non solo la salute individuale, ma anche l'ambiente: quando la clessidra perde la sua forma bilanciata o quando una categoria alimentare viene a mancare all'interno di un regime nutrizionale, la dieta si allontana dalle raccomandazioni alimentari e l'impatto ambientale cambia. Offrendo una rilettura della piramide alimentare, la **Clessidra Ambientale** supera la valutazione dell'impatto ambientale in termini assoluti (emissioni di CO₂ per kg di carne rapportate a quelle prodotte da un kg di altri ingredienti) e incoraggia un nuovo approccio che pone l'attenzione sulle quantità consigliate nell'ambito di una dieta corretta ed equilibrata.

Marina Caccialanza



[**Panini gourmet e connubi col territorio per il Prosciutto di Modena Dop**](#)

Chi ancora avesse avuto qualche dubbio riguardo versatilità e duttilità del **Prosciutto di Modena Dop** ha avuto una buona occasione per fugarlo a **Cibus**, la manifestazione dedicata all'agroalimentare che sta volgendo al termine alle Fiere di Parma. Rosso vivo al taglio, dal profumo intenso ma dolce, saporito ma non salato, il salume è stato, infatti, protagonista di quattro panini gourmet ideati da **Daniele Reponi**, cuoco modenese e celebre volto della trasmissione "La prova del cuoco", nel corso di un evento organizzato dal

Consorzio del Prosciutto di Modena.

In una mescolanza di sapori e connubi che ne hanno esaltato la dolcezza e la morbidezza, il prosciutto di Modena Dop è stato affiancato a **prodotti tipici del territorio modenese**, come l'aceto balsamico tradizionale di Modena Dop, le ciliegie di Vignola Igp o il Parmigiano Reggiano Dop, oltre che a prodotti meno noti, come la confettura di Amarene Brusche di Modena Igp, la cotognata e il tosone, il formaggio fresco ottenuto dalla rifilatura delle forme di Parmigiano prima della salatura.

Con la complicità di suggerimenti gastronomici sfiziosi e l'investimento in qualità da parte del Consorzio, c'è da scommettere sul crescente apprezzamento di questo prodotto, che, dati alla mano, sul fronte della quantità ha chiuso il 2015 con **82mila prosciutti marchiati**, per un giro d'affari di **6 milioni di euro**, 800mila vaschette di preaffettato prodotte e una diffusione sempre più ampia anche all'estero, dall'Europa al Canada.

Ecco, dunque, le ricette "prêt à manger" dello chef Reponi, che non hanno trascurato l'abbinamento con vini tipici modenesi.

- **Antichi Sapori:** filoncino di Villa Sorra, Prosciutto di Modena Dop, tosone, cotognata e nocciole tritate.

Vino: Pignoletto Doc spumantizzato in purezza

- **Crescente Brusca:** crescentina con Prosciutto di Modena Dop, confettura di Amarene brusche di Modena Igp e scaglie di Parmigiano Reggiano 30 mesi Dop.

Vino: Lambrusco di Sorbara Doc Villa Badia

- **Insolita dolcezza:** panino tondo, prosciutto di Modena Dop, ricotta, amaretti di Modena sbriciolati e aceto balsamico tradizionale di Modena Dop.

Vino: Lambrusco Grasparossa Doc amabile

- **Croccante tentazione:** panino tondo con Prosciutto di Modena Dop, ciliegie di Vignola Igp e cialda croccante di Parmigiano Reggiano Dop.

Vino: Lambrusco Salamino Doc Terre dei Pio

Mariangela Molinari



iMeat, il macellaio del terzo millennio

C'era una volta...cominciano così le fiabe. Il macellaio esiste ancora, si potrebbe dire, ma non è più il personaggio dell'immaginario comune: grembiule sporco di sangue, mannaia in mano, temperamento sanguigno. **Il macellaio del terzo millennio è un professionista evoluto che alla competenza tecnica associa una cultura alimentare completa.** È un artigiano che unisce alla specializzazione la passione per la gastronomia, che sa anticipare e soddisfare le esigenze della sua clientela con la quale comunica e interagisce. È, infine, un professionista che sa coniugare l'antica arte della macelleria e della norcineria con quella del cuoco e del ristoratore.

A supportare la figura di questo moderno macellaio e favorire la sua crescita, quattro anni fa è nata **iMeat**, la prima fiera, in **Italia**, dedicata esclusivamente a questa categoria, da un'idea di **Luca Codato**, editore e profondo conoscitore del mondo delle carni per il quale la **Ecod** pubblica riviste specializzate e organizza numerosi convegni.

Anche quest'anno, **iMeat si svolgerà a Modena Fiere il 10 e 11 aprile 2016** pronta ad accogliere i titolari delle 35 mila macellerie italiane, gastronomie, bracerie, rosticcerie, i responsabili e gli addetti ai banchi della GDO, gli operatori di agriturismo e tutti coloro che al mondo delle carni si interessano e desiderano entrare in contatto con gli espositori: imprese che realizzano prodotti, tecnologie, attrezzature e ingredienti. Su un'area espositiva di 6.000mq circa, saranno un'ottantina le aziende espositrici che accoglieranno i visitatori, 5300 nel 2015.

Organizzato da **Ecod** e promosso da **Federcarni**, **iMeat** si colloca in un'ottica business to business, creando al tempo stesso un palcoscenico dal quale approfondire le tematiche legate all'attività. "Quest'anno punteremo in particolar modo sul *concept store* – spiega **Luca Codato** – e sul *format* macelleria-ristorante. I corsi formativi e di aggiornamento organizzati nei due giorni di fiera abbracceranno numerosi argomenti ma di particolare interesse saranno il corso dedicato alle tecniche di cottura, quello sulle preparazioni e il corso di *visual food* per stimolare una maggiore consapevolezza dell'essenzialità di un corretto metodo di comunicazione, anche visiva, del proprio prodotto. Non mancherà, come tutti gli anni, il seminario di marketing condotto dall'esperto **Carlo Meo** che, in questa quarta edizione, tratterà appunto il tema del *concept store* e introdurrà alle ultime novità del settore come il *format* del negozio *sushi* di carne".

Marina Caccialanza

marina.caccialanza@gmail.com



[Cotechino e Zampone con le ricette delle Scuole Alberghiere d'Italia](#)

Non è vero che zampone e cotechino si possono gustare solamente d'inverno. Il [Consorzio Zampone Modena Cotechino Modena](#) coinvolge le Scuole Alberghiere italiane e ci dimostra quanto questi piatti della cucina antica, siano attuali e da consumarsi tutto l'anno, non più confinati al solo periodo delle Feste. 80 ricette dove zampone e cotechino sposano gli

altri prodotti Modena Doc, per patiti dello street-food, appassionati della linea, e anche per i più piccoli, raccolte nel ricettario "Cotechino e Zampone Modena IGP: ad ognuno la sua ricetta".

Luca Bonacini

bonaciniluca@gmail.com



Fiorucci lancia APPY, l'APPeritivo sfizioso

Fiorucci arricchisce la sua già ampia proposta nel settore dei salumi con [la linea di salamini Appy](#), una **gustosa novità** da portare in tavola prima di cena. In tre versioni (**Classico**, **Piccante** e **Strolghino**), tutte prodotte con sole carni fresche, di origine 100% italiana e attentamente selezionate, le nuove referenze sono anche innovative: **senza glutine**, **senza lattosio**, confezionate sottovuoto e avvolte in una carta elegante e spiritosa. Con un packaging invitante e un nome che evoca i concetti di felicità e convivialità.