

FOOD&BEVERAGE HIGHLIGHT

I NUOVI TREND DELLA RISTORAZIONE

- Il cliente sceglie il locale attraverso i social e il passaparola digitale. Vince chi è instagrammabile.
- L'AI diventa un assistente strategico per gestire i flussi e ottimizzare le scorte.
- Il gelato esce dal cono per diventare ingrediente tecnico in cucina. Gusti salati, fermentati e umami entrano nei menu in abbinamento a carne, pesce e vegetali.
- Cresce la richiesta di prodotti e ingredienti dalle etichette trasparenti, di fermentati, fibre e alternative vegetali.
- Il caffè è un alleato strategico per alzare lo scontrino medio e la qualità percepita del fine pasto.
- Filieri tracciabili, lotta allo spreco e impegno sociale diventano criteri di selezione decisivi per il consumatore.
- Grazie ai dati e all'AI, l'offerta diventa su misura, anticipando i desideri del cliente e offrendo esperienze uniche e difficilmente replicabili.

Fonte: Report di TheFork, in collaborazione con NellyRodi, l'agenzia francese specializzata nelle tendenze più cool

Il delivery come asset strategico

- Il settore in Italia cresce del 4,8% annuo, confermandosi un pilastro fondamentale per incrementare il fatturato.
- La sfida è progettare ricette capaci di preservare texture e sapori durante il trasporto.
- Il confezionamento diventa uno strumento narrativo per replicare l'identità del locale fuori dalle proprie mura.
- Il delivery si trasforma in un canale di sperimentazione per nuovi format gastronomici e processi agili.

Fonte: elaborazione su dati Grand View Research, SWG e Deliverect

A pag. 8, l'articolo di Alessandra Palma sull'app italiana Kuokko, nata per coordinare delivery, prenotazioni e flussi di lavoro intelligenti fra ristoratori e clienti.

ANCHE A DOMICILIO UNA STELLA RIMANE SEMPRE UNA STELLA

Della **Pasqua** abbiamo parlato nello scorso numero, anche se gli auguri di buone feste valgono ancora, fino a **domenica 5 aprile**.

Il nostro focus del mese, sulla ristorazione, si apre con una sorta di case history legata a un territorio, improvvisamente diventato meta di pellegrinaggi eccellenti, non solo clienti ma chef, a cena da chef. Il luogo è **Busto Arsizio**, in provincia di Varese, ma molto vicino a Milano. Abbiamo chiesto a Roberta Schira, che ne aveva scritto sul *Corriere della Sera*, di raccontarci il dietro le quinte di quel successo: trovate l'articolo a **pag. 12**.

Ma, parafrasando un celebre detto, se la montagna non va allo chef, lo chef va alla montagna. È il trend che, iniziato ai tempi del covid in termini soprattutto di asporto, ordini e consegne, sta prendendo la forma di un filone di attività vero e proprio: lo chef a domicilio, ovvero professionisti ingaggiati da clienti che vogliono non soltanto godere dell'offerta gastronomica, ma hanno piacere di vedere e mostrare i cuochi all'opera direttamente nella cucina di casa. Ricette in parte eseguite sotto i loro occhi, per quanto possibile, e in parte fornite con un servizio catering raffinato. Immaginiamo il risultato se a preparare c'è uno "stellato come **Andrea Berton**: ne parla Valeria Maffei da **pag.18**. Di seguito, a **pag. 24**, Alessandro Goldoni ci racconta l'esperienza di casalinghe bolognesi con partita Iva, divenute anch'esse chef a domicilio, professioniste a tutti gli effetti, magari part time. Una piccola, ma interessante storia milanese di cui scrive a **pag. 26** Laura Barsottini ci suggerisce la domanda: **tramezzino** è già ristorazione? Perché no, se è il perno di un'attività creativa, originale e vincente. E per chiudere con il food, un servizio sulle **nuove tecnologie** che cambiano il mondo della **pizza**: Luciana Squadrilli da **pag. 28**.

Infine, non perdetevi i servizi di Matteo Cioffi e Rita Bossi sulla **mixology** (dedicati alle variazioni di due grandi classici: **Piña Colada** e **Negróni**, da **pag. 32**) e l'excursus sulla **chimica del caffè**, di Alice Matone, da **pag. 40**, autrice anche dell'ultima puntata della serie dedicata alle **spezie** (**pag. 46**).

Buona lettura

La Redazione



linea diretta

aprile 2026
n.04 del 1/4/2026
Mensile di enogastronomia,
ristorazione e turismo

Edizioni
Freemedia Società
Cooperativa
via Fabrizio De Andrè 8
20142 Milano
www.freemedia-sc.com
info@freemedia-sc.com

Direttore Responsabile
Saverio Paffumi

Coordinamento redazionale
Lorena Bassis

Senior Editor
Isa Bonacchi

Freemedia Sc

Grafica e impaginazione
OFG Srl - www.ofg.it

Stampa
ROTOLITO s.p.a.
Via Sondrio 3, 20096 Pioltello

Registrazione al Tribunale di Milano
n. 844 del 14/12/1991
Iscrizione al Roc n. 39477
del 07/06/2023

4 Lo spiega l'avvocato
**BUFFET O ABBUFFET?
TRA GALATEO E CODICE PENALE**

8 Mondo digital
**ALLA PROVA DEL KUOKKO
L'APP CHE PRENDE GLI ORDINI**

7 Appuntamenti clou
IN AGENDA

11 Libri letti per voi
**LE RECENSIONI
DI LINEA DIRETTA**



R I S T O R A Z I O N E

12 Fuoriporta
**QUEL BUONGUSTO
CHE FA RIMA CON BUSTO**

24 Food trend 2
**DIAMO A CESARE QUEL
CHE È DELLE CESARINE**

18 Food trend 1
**I CLIENTI NON ARRIVANO?
ANDATE VOI A CASA LORO**

26 Modelli vincenti
**IL FINE GIUSTIFICA
I TRAMEZZINI**

18

P I Z Z E R I E

28 All'avanguardia
**TECNOLOGICO E SOSTENIBILE
È IL FUTURO DELLA PIZZA**



B A R & D I N T O R N I

32 Revival
**TORNA LA PIÑA COLADA
ICONA DEL CARIBE**

36 Corsi e ricorsi
**DI NEGRONI CE N'È UNO
TUTTI GLI ALTRI SON
SBAGLIATI**



36

D E T T A G L I O A L I M E N T A R E

40 L'approfondimento
PIÙ LO MANDI GIÙ, PIÙ... AVEVA RAGIONE MANFREDI

46 Spezie & Erbe
**DALL'AFRICA AL SUDAMERICA
L'INTRECCIO DEGLI AROMI CALDI**

40



Foto copertina:
Annarella Giorgiani

Foto interno:
AdobeStock
Shutterstock
Freemedia

Lorenzos.it
<https://cesarine.com/it>

➤ Cerchi un indirizzo o vuoi esprimere un commento,
o una critica, su una notizia che hai letto su Linea Diretta?
Allora scrivici, indicando il titolo dell'articolo a cui ti riferisci:

lineadiretta@freemedia-sc.com
Redazione Linea Diretta
via Fabrizio De André 8 - 20142 Milano



Visita il sito di Cash and Carry
www.cc-cash.it



BUFFET O ABBUFFET? TRA GALATEO E CODICE PENALE

di Andrea Ferrario*

Lo spiega l'avvocato

- | L'abitudine che hanno alcuni clienti di portar via cibo dal buffet della
- | colazione non è solo una caduta di stile, ma una condotta che può integrare
- | gli estremi del furto o dell'appropriazione indebita. Ecco dove
- | finisce il diritto dell'ospite e dove inizia il potere di querela dell'albergatore

Alzi la mano l'albergatore che non ha mai visto clienti che, una volta rimpinzatisi di croissant, formaggi, salumi, frutta e dolci assortiti messi a disposizione dal ricco buffet della prima colazione, si siano fatti prendere dall'idea di accantonare discretamente qualche prelibatezza per uno spuntino extra, da consumare nel corso della giornata. Alcuni buffet, si sa, sono davvero tentatori e rappresentano per certi

vacanzieri una delle più apprezzate gioie del viaggio. E allora perché non prolungare il piacere con uno snack aggiuntivo da degustare nelle ore successive in giro per la città, sulla spiaggia o in gita sui monti? In fondo che male c'è? Il breakfast, più o meno full, è stato pagato, e tutta quell'abbondanza deve dunque considerarsi a totale disposizione dei clienti che possono goderne a piacimento quan-

do e dove meglio ritengono, nei locali dell'albergo e, perché no, anche fuori. Che qualcosa, tuttavia, non funzioni del tutto in questo ragionamento, sotto sotto devono essere in molti a sospettarlo. Perché in effetti queste operazioni avvengono quasi sempre mediante manovre più o meno circospette e furtive. La brioche, il panino e la banana, o magari tutti e tre insieme, svaniscono insomma nel solito

tovagliolo o nella borsa, soltanto dopo una rapida occhiata perlustratrice all'indirizzo del personale di sala. Che in realtà se ne accorge benissimo e che in genere, per cortesia e per non creare episodi imbarazzanti, lascia correre.

L'esercente ha il diritto di difendersi e reagire

Eppure il professionista deve esserne consapevole: a meno che non sia esplicitamente previsto dalla formula della struttura, asportare cibo in eccedenza per assaporarlo una volta usciti costituisce infatti una condotta astrattamente contraria, non solo al contratto concluso fra esercente e cliente, ma anche alla legge penale. Confondere il buffet dell'albergo con un supermarket e fare provvista di cibi per loro natura destinati al consumo sul posto, può - insomma - diventare un comportamento penalmente rilevante o, per dirla in altri termini, un reato fatto e finito. Una condotta rispetto alla quale il responsabile della struttura, a meno che non abbia apertamente tollerato o addirittura esplicitamente consentito questa pratica, ha sulla carta tutti i diritti di difendersi e financo di reagire sporgendo querela nei confronti del responsabile. Si discute poi tra i tecnici se questo genere di condotte integrino reato di furto (art. 624 c.p.) o di appropriazione indebita (art. 646 c.p.c.). Qualunque sia l'inquadramento più corretto, e forse è da ritenere che tale sia il primo, il prelievo non concordato o non autorizzato di alimenti dal bancone della prima colazione - lo ripetiamo - non è un'innocente prassi magari un po' goliardica, ma un comportamento potenzialmente grave che può, in presenza di alcune condizioni, esporre l'autore a severe conseguenze legali.

Dal peccato veniale al vero e proprio reato

Già, ma di che condizioni parliamo? Basta davvero un panino in più infilato nella borsa? E se poi il cliente "si serve" alla

luce del sole, senza ricorrere a sotterfugi, posso poi bloccarlo all'uscita minacciando guai seri? Nel primo caso arriva in soccorso dell'incauto ospite la disposizione dell'art. 131 bis del codice penale che esclude la punibilità della condotta in considerazione della "particolare tenuità del fatto". Per dirla in termini più concreti, mentre l'avventore che fa scivolare nello zaino un'arancia o un paio di monodosi di Nutella, non dovrebbe correre seri pericoli, potrebbe non farla altrettanto franca il cliente che occulta il necessario per mettere in tavola un pasto di fortuna. Ma qualche noia potrebbe poi averla anche l'ospite più parco che, pur limitandosi a più modesti prelievi, ripete invece abitualmente il gesto, giorno dopo giorno. Anche questo esorbita dal concetto di "particolare tenuità" ed espone il furbetto seriale a possibili ripercussioni.

La tolleranza va segnalata con appositi avvisi

Ma veniamo invece al caso del cliente che si prepara la merenda per il pomeriggio in modo visibile a tutti. In quest'ipotesi, se cioè queste manovre fossero rese perfettamente evidenti al personale dell'esercizio, si potrebbe sostenere la tesi della tolleranza. Se cioè gli addetti della struttura chiudono un occhio, potrebbe significare che, seppur non incoraggiato, il comportamento viene, entro certi limiti, ammesso. Meglio, in ogni caso, evitare zone grigie e rendere chiara agli utenti la policy adottata mediante specifiche previsioni nel regolamento della struttura ricettiva o, eventualmente, a mezzo di appositi avvisi all'interno della sala ristorante. Si badi, da ultimo, che per inchiodare il colpevole si potrà ricorrere o alle registrazioni degli eventuali sistemi di videosorveglianza o alle testimonianze degli addetti. Mai e poi mai potranno invece venire effettuate perquisizioni in danno degli ospiti che potrebbero esporre l'autore a conseguenze non meno e forse più gravi di quelle previste per l'ospite ingordo.

In sintesi

- **È legittimo che il cliente asporti cibo dal buffet della prima colazione per un consumo successivo?**
A meno che non sia esplicitamente autorizzato dalla struttura o da questa apertamente tollerato la risposta è no. A determinate condizioni può costituire reato.
- **Ma se l'ospite preleva una quantità solo minima di cibo?**
In questo caso potrebbe passarla liscia invocando la *particolare tenuità* del fatto.
- **È possibile perquisire un cliente sospettato di aver asportato illegittimamente cibo dal buffet?**
Assolutamente no. Farlo costituisce un reato.



Vanto



**Prodotti Vanto, efficaci
per la pulizia e il bucato.**

CLICK!

Sicurezza e convenienza per la tua attività.

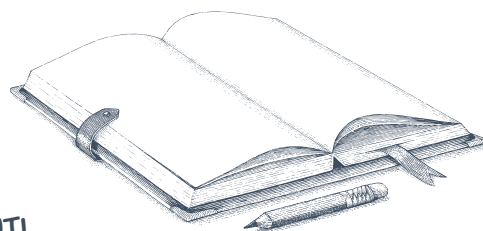
I prodotti Vanto sono un'esclusiva



IN AGENDA

Appuntamenti clou

I **Eventi e fiere selezionati a cura della redazione**



APRILE: LE GIORNATE INTERNAZIONALI INTERESSANTI PER L'HORECA

- 4 aprile – **della carota**: mettere in menu ricche insalate, torte e succhi, gustosi e vitaminici
- 5 aprile – **Pasqua**: vince la tradizione con uova e colomba protagoniste in tavola
- 23 aprile – **della birra tedesca**: nel 1516 la Baviera ne definì i tre ingredienti: orzo, luppolo e acqua. Provate i pairing suggeriti da Giuliana Valcavi, l'esperta di *Linea Diretta*, nei numeri precedenti <https://www.cc-cash.it/digital-magazine>

➤ 58° VINITALY 2026 12-15 aprile – viale del Lavoro 8, Veronafiere



La kermesse comincia il 10 aprile (fino al 12) con **Vinitaly and the City**: il fuorisalone per gli appassionati con degustazioni nel centro storico di Verona, fra piazza dei Signori e cortile del Mercato Vecchio (biglietti su Vivaticket). Dal 12 comincia la megafiera internazionale "non solo, è la piattaforma globale del vino italiano che mostra l'evoluzione del settore con migliaia di incontri b2b e buyer da 70 paesi" riassume Federico Bricolo, presidente di Veronafiere. Novità e punti di forza: **Xcellent Spirits**: 1.000 mq nell'area C dedicata a distillati e Drinks & Mix; **NoLo**, i Low & No Alcohol e la loro filiera, comprese le nuove tecnologie; **Vinitaly Tourism**: le nuove frontiere dell'entoturismo; **Vinitaly Design Award**: 30 anni del premio di packaging e design nel mondo del vino. E poi **Vinitaly Plus**: la piattaforma online che collega produttori, buyer e consumatori tutto l'anno (nel 2025, 19.000 vini di 4.000 aziende, 412.000 visualizzazioni) e molto altro. Per il pubblico debuttano le serate **Vinitaly & the Night** alle Gallerie Mercatali l'11, 12 e 14 aprile.

➤ 3° BBQ EXPO 11-14 aprile – viale delle Esposizioni 393, Fiere di Parma



Per chi vuole vivere il barbecue e la cucina outdoor a 360°, dai dispositivi alle tecniche di cottura, dal food & beverage alle esperienze live. Oltre 300 brand espongono supergriglie, accessori, combustibili, ingredienti e bevande, italiani e internazionali, con le novità più interessanti come produzione e commercio. Da non perdere gli show dei grandi pit master, i maestri dell'affumicatura, nella gara Kansas City Barbeque Society, con diverse categorie per i tagli di carne più comuni del bbq americano: pollo, costine, spalla di maiale e punta di petto di bovino, il celebre Brisket. Succulente le grigliate, dall'asado agli arrosticini. E non manca il Butcher Show della Nazionale Italiana Macellai.

➤ 64° SALONE DEL MOBILE 21-26 aprile – Metro M1, linea rossa, Fiera Milano-Rho



Bisogna avere le idee molto chiare, essere consapevoli delle proprie necessità e studiare ben bene in anticipo mappe e brand, evitando il weekend aperto al pubblico. Più di 1900 espositori, di cui 36,6% dall'estero, 227 brand tra debutti e ritorni, oltre 169.000 mq di superficie espositiva. Il focus 2026 è **Maestria artigiana + Innovazione**, con apertura al settore Contract e al design da collezione. Tornano le Biennali: **EuroCucina** con Ftk, Technology For the Kitchen, 106 brand da 17 paesi, e il **Salone internazionale del Bagno**, 163 brand da 14 paesi. E poi il **SaloneSatellite**, 700 designer under 35 e 23 scuole e Università internazionali. Non mancate il **Salone Raritas** (pad. 9-11): 25 espositori tra produzione speciale e mercato del progetto; l'exhibition design firmato da **Formafantasma** e, nel percorso **A Luxury Way** (pad. 13-15) il progetto **Aurea. An Architectural Fiction**, l'installazione immersiva ideata da Maison Numéro 20: un hotel immaginario che trasforma l'interior design in racconto e scenografia. E poi, il **Fuorisalone** diffuso capillarmente nella città.

Per organizzarsi in anticipo:

➤ TUTTOFOOD 11-14 maggio – Metro M1, linea rossa, Fiera Milano-Rho



La fiera b2b di riferimento per l'intero sistema agroalimentare. Nel format anche un innovativo concept di **Fuorisalone** con una serie di eventi b2c in centro città.



8 ALLA PROVA DEL KUOKKO L'APP CHE PRENDE GLI ORDINI

di Alessandra Palma

Mondo digital

- | È nata una piattaforma completa e personalizzabile per gestire clienti,
- | lavoro e marketing senza commissioni, riportando il controllo
- | e i margini nelle mani dei ristoratori. Il nome con le "K" suona un po'
- | come cuoco, ma non lavora in cucina: è un partner digitale
- | che accompagna il brand del locale in un mercato sempre più competitivo

Nel giro di pochi anni i sistemi di ordinazione online sono diventati un'infrastruttura strategica per il settore della ristorazione. App dedicate, menu digitali, QR code al tavolo, pagamenti integrati: per i locali, ciò significa efficienza operativa, riduzione degli errori, raccolta dati e nuove opportunità di marketing. Per i clienti, questa esperienza sempre più connessa e immediata si traduce in semplicità, rapidità e possibilità di ordinare quando

e come preferiscono, dal tavolo di un ristorante o dal divano di casa.

Un sistema di ordinazione online consente infatti di consultare il menu, personalizzare i piatti, scegliere tra asporto, consegna o consumo in loco e pagare in pochi clic. Se integrato con strumenti gestionali, aggiorna in tempo reale magazzino, disponibilità e lavoro in cucina. Inoltre, attraverso notifiche, recensioni e programmi fedeltà, diventa un canale diretto di re-

lazione tra ristoratore e cliente. In un mercato in cui il delivery è cresciuto rapidamente, ma spesso a costo di commissioni elevate e perdita di controllo sui dati, la scelta della piattaforma giusta può fare la differenza.

Ristoratore e cliente online senza intermediari

È in questo scenario che si inserisce Kuokko, piattaforma digitale interamente italiana (con incubazione

nel Polo Tecnologico di Pordenone) creata per riportare ai ristoratori autonomia e controllo. Nata dall'esperienza di un'azienda specializzata nello sviluppo software per la ristorazione, è stata pensata da Alberto Alcini, ceo e project manager, Lorena Grillo e Paolo Cistaro come alternativa ai grandi aggregatori di food delivery, poiché permette a ogni locale di avere la propria app personalizzata e il proprio sito per la gestione degli ordini online. L'idea alla base è semplice ma ambiziosa: consentire a ristoranti e operatori horeca di vendere online senza intermediari, mantenendo il rapporto diretto con i clienti e trattenendo l'intero margine sugli ordini. A differenza delle piattaforme che applicano commissioni percentuali sul fatturato, Kuokko prevede un costo di attivazione e un canone mensile, con formule flessibili e senza vincoli a lungo termine. In alcune modalità, se non si generano ordini nel mese, non vengono applicati costi aggiuntivi.

L'ordinazione diventa un gesto naturale

Il cuore del sistema è la creazione di un'app nativa iOS e Android completamente personalizzata con logo, colori e contenuti del ristorante, affiancata da una versione web per gli ordini online. Il cliente scarica l'app del proprio locale di fiducia dagli store ufficiali e, una volta entrato, trova un'interfaccia intuitiva per sfogliare il menu, scegliere giorno e orario, decidere tra take-away, delivery o consumo al tavolo e pagare con carta o altri sistemi digitali. L'esperienza è progettata

per essere fluida e immediata, così da rendere l'ordinazione un gesto naturale. Accanto alle due app per i clienti, Kuokko mette a disposizione un'app dedicata al ristoratore per ricevere e gestire gli ordini in tempo reale da tablet, oltre a un gestionale in cloud attraverso cui configurare menu, prezzi, promozioni, fasce orarie e disponibilità. Per chi effettua consegne a domicilio è prevista anche un'app specifica per i rider, che consente di organizzare le spedizioni e monitorare le consegne. In questo modo l'intero flusso – dall'ordine alla cucina fino alla consegna – è integrato in un unico sistema. Tra le funzionalità più rilevanti c'è il menu digitale consultabile tramite QR code, ideale sia per il servizio al tavolo sia per contesti come spiagge, eventi o hotel. Il cliente può ordinare e pagare direttamente dal proprio smartphone, riducendo tempi di attesa e margini di errore. Il sistema supporta inoltre la prenotazione dei tavoli, la gestione di ordini illimitati e l'integrazione con POS, stampanti di cucina e altri strumenti già in uso nel locale.



Così si aumenta la fidelizzazione

Uno degli elementi distintivi di Kuokko è l'attenzione al marketing e alla fidelizzazione. La piattaforma integra notifiche push, banner promozionali, codici sconto, sondaggi e feedback post-vendita. Centrale è la Fidelity Card, disponibile in versione classica o a raccolta punti, che consente di premiare i clienti più fedeli con sconti, prodotti omaggio o benefit come la consegna gratuita. Attraverso l'analisi dei dati di acquisto, il ristoratore può conoscere meglio le preferenze della propria clientela e costruire offerte mirate. Il sistema utilizza inoltre algoritmi di suggerimento per proporre abbinamenti e prodotti complementari mentre il cliente naviga nel menu, contribuendo ad aumentare lo scontrino medio. Se un utente seleziona un antipasto, ad esempio, può ricevere suggerimenti personalizzati su primi piatti, bevande o dessert scelti direttamente dal ristoratore. Si tratta di una forma di *marketing automation* che stimola nuove combinazioni e valorizza l'intera offerta del locale.

Un altro aspetto strategico è la proprietà dei dati. Il ristoratore mantiene l'accesso alle informazioni sui clienti e comunica direttamente con loro senza dipendere da algoritmi esterni che decidono visibilità e priorità. Questo si traduce in maggiore libertà nella definizione di prezzi, promozioni e strategie commerciali. Kuokko si presenta quindi come una soluzione completa per digitalizzare l'esperienza di vendita: ordini da asporto e delivery, ordinazioni al tavolo, prenotazioni, menu digitale, gestione rider e strumenti avanzati di fidelizzazione convivono in un unico ecosistema. E la propria app diventa un ponte diretto tra cucina e consumatore. La scommessa è chiara: trasformare la tecnologia in uno strumento di indipendenza e crescita per la ristorazione italiana.



Kuokko, l'app per gli ordini online.

CLICK!

LA CACCIATORA

COLTIVIAMO SCOPERTE

UNA STORIA CHE SI RINNOVA



Da sempre il brand La Cacciatora racconta le diversità e le varietà tipiche del vino italiano. Oggi Prosit Group lo rilancia grazie a una nuova identità stilistica, a un packaging funzionale e sostenibile e alla volontà di parlare a generazioni diverse.

A BRAND BY

PrositGroup
Auth. Wine Excellence

LIBRI DA GUSTARE

Letti per voi

| Le recensioni di Linea Diretta

LA CONDIVISIONE IN UNA PAELLA

Un appassionato omaggio al piatto simbolo della convivialità spagnola: con oltre 50 ricette Omar Allibhoy - già allievo di Ferran Adrià e Gordon Ramsay - trasforma la paella da pietanza esotica a vero e proprio rito. Il volume intreccia i ricordi d'infanzia, legati alle vacanze a Benidorm, in Costa Blanca, e alla Posada de San Miguel, a una guida tecnica impeccabile. Allibhoy demistifica il rigore eccessivo: pur incoraggiando l'uso della paella, l'utensile tradizionale, ammette che il vero segreto risiede nell'equilibrio tra riso e brodo, più che nello strumento utilizzato. Dalle versioni classiche valenciane a quelle più creative con funghi selvatici, topinambur e castagne, ogni ricetta è un invito a sperimentare. Le vivide fotografie di Facundo Bustamante trasmettono il calore del *socarrat* perfetto - la saporita crosticina sul fondo, considerata la parte più nobile del piatto - e l'anima di una terra che ha fatto della condivisione la propria bandiera culinaria. (L.B.)



Omar Allibhoy -
Illustrazioni di Melissa
Donne - Fotografie di
Facundo Bustamante
Paella
Guido Tommasi Editore
pp. 176 - 24,90 Euro



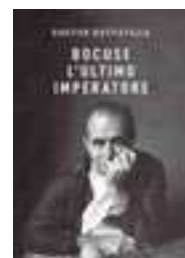
Alberto Grandi
L'invenzione del cuoco
Mondadori Editore
pp. 192 - 19 Euro

LA CUCINA ITALIANA È UN'INVENZIONE DELLA TV

Dopo aver decostruito i miti della tradizione con *Denominazione di origine inventata* (2020) e *La Cucina italiana non esiste* (2024, vedi *Linea Diretta* di luglio dello stesso anno), Alberto Grandi torna a sfidare le certezze gastronomiche nazionali. Lo storico dell'alimentazione mette a nudo la figura dello chef contemporaneo, smascherando la narrazione poetica che lo ha trasformato in una superstar televisiva. La tesi di Grandi è provocatoria quanto documentata: la cucina italiana non è un'eredità ancestrale delle mense contadine, ma un prodotto mediatico nato negli anni Sessanta. È stata la televisione - da Carosello ad Ave Ninchi, fino ai moderni cooking show - a inventare un immaginario condiviso, trasformando la scarsità e la frammentazione del passato in una leggenda di ricette regionali tramandate nei secoli. Così il cibo è stato spettacolarizzato fino a diventare il pilastro di un'identità nazionale costruita a tavolino. Con il consueto piglio critico, Grandi ci svela che siamo diventati ciò che mangiamo solo grazie alla potenza del piccolo schermo. Ma siamo liberi di non credergli. (L.B.)

BOCUSE DIETRO IL GREMBIULE

Non è solo la celebrazione di un cuoco da tre stelle Michelin per oltre 50 anni, Paul Bocuse (1926-2018), ma il ritratto di un mostro sacro complesso, fatto di luci accecanti e ombre profonde. Il libro ripercorre le tappe di un'esistenza straordinaria: dalle radici a Collonges-au-Mont-d'Or alla consacrazione come ambasciatore della cucina francese nel mondo. Battistella (Tolosa, 1976, per 15 anni giornalista gastronomico della *Guida Michelin*) non risparmia i dettagli sulla personalità debordante di Monsieur Paul: il carisma mediatico, il gusto per gli scherzi goliardici e la gestione quasi monarchica del suo impero gastronomico. Frutto di quattro anni di ricerche e oltre 60 interviste, l'opera svela anche le fragilità di un uomo che ha sacrificato molto sull'altare della propria leggenda. Un volume essenziale per comprendere come Bocuse abbia trasformato il mestiere di cuoco in una forma d'arte e di potere, restando fedele a una sola divinità: il fuoco sacro della cucina. (L.B.)



Gaetio Battistella
Bocuse. L'ultimo imperatore
SlowFood Editore
pp. 320 - 19,90 Euro



Andrea Gori
**Manuale di conversazione
sui grandi vini dolci**
Trenta Editore
pp. 192 - 15 Euro

VINI DOLCI D'ITALIA: TESORI DA VALORIZZARE

I vini dolci, parte del blasone enologico italiano, meritano un approfondimento più dettagliato. C'è, quindi, un leggero gap sul quale è necessario intervenire per dare maggiore rilievo a vini che presentano ampi margini di ulteriore crescita, soprattutto per quelli ancora meno noti al grande pubblico. È questo uno dei presupposti da cui parte Andrea Gori, da diversi anni profondo studioso del mondo vino, nonché membro della quarta generazione della famiglia di ristoratori fiorentini a capo della storica Trattoria del Burde. L'analisi contenuta in questo libro segue, lungo tutta la penisola italiana, i vigneti a vocazione dolce, analizzando le varie proposte e i rispettivi abbinamenti, come quella, per esempio, che accosta i formaggi stagionati al Vin Santo. L'autore concentra il suo lavoro sui terroir italiani, concedendosi solo alcuni sconfinamenti in altri paesi produttori di vino dolce, come la Germania e la vicina Austria, ma anche l'Ungheria. (M.C.)



Brulée di capesante, dashi freddo, gin, misticanza. Un piatto di Deg Cucina Democratica di Busto Arsizio (Varese), la nuova meta gourmet capitanata da Stefano De Gregorio

12

QUEL BUONGUSTO CHE FA RIMA CON BUSTO

*di Roberta Schira**

Fuoriporta

| Quando la provincia batte Milano. Un articolo sul *Corriere della Sera* ha fatto
 | puntare i riflettori su Busto Arsizio (Varese), cittadina a 40 km dal capoluogo
 | lombardo. Perché è diventata una meta gourmet? Una delle ragioni è da tempo
 | sotto gli occhi di tutti: i giovani imprenditori preferiscono uscire dal girone
 | degli affitti alle stelle e dalla frenesia della movida. Per lavorare e vivere meglio

Settembre 2025: sul *Corriere della Sera* esce un articolo sulla ristorazione a Busto Arsizio. Parte da una domanda semplice rivolta a uno chef stellato milanese: "Dove vai a mangiare quando il tuo ristorante è chiuso?". La risposta: "Da Chef Deg, a Busto Arsizio".

Il pezzo gira parecchio online, accende l'orgoglio locale, genera un effetto domino: nuovi progetti, aperture, investimenti. Ma soprattutto rompe quell'incantesimo di invisibilità che avvolge da sempre le periferie lombarde.

Per anni la narrazione gastronomica si è concentrata solo su Milano, come se intorno ci fosse nebbia, autostrade e nient'altro. Invece esistono vite, progetti, piatti che meritano attenzione. Spesso più autentici di quelli serviti a prezzi stellari in centro.

A volte basta poco: uno sguardo esterno, un titolo su un giornale nazionale, e si scopre quello che era già lì. Busto Arsizio diventa così il caso di studio di un fenomeno più ampio: la ristorazione di qualità si sposta fuori dai centri

urbani non per ripiego, ma per scelta consapevole.

A Milano, il problema si chiama affitto

I prezzi a Milano sono altissimi. Fare ristorazione senza spalle coperte o senza una rendita? Quasi impossibile. Gli affitti hanno raggiunto livelli che rendono insostenibile qualsiasi progetto che non preveda aperitivi da 25 euro o coperti gonfiati. Così sempre più giovani chef scelgono di investire appena fuori - mezz'ora di treno, mezz'ora di traffico - dove un locale diventa possibile. E magari anche bello.

Non è una fuga. È una scelta consapevole. **Simone Tricarico**, ad esempio, ha aperto **Thelema - Maison de Cuisine a San Vito di Gaggiano**, lungo il Naviglio Grande. A Milano il progetto non reggeva. Qui ha costruito uno spazio intimo, dove concentrare l'energia sulla cucina e non sulle bollette dei metri quadri. Non si tratta di periferie accoglienti per

concessione. Si tratta di territori che possono offrire qualità, sostenibilità imprenditoriale e una nuova idea di esperienza gastronomica.

Le città non sono più l'unico centro gravitazionale del gusto. E forse non lo sono mai state.

Deg Cucina Democratica: dove mangiano gli chef

Deg Cucina Democratica non nasce per piacere a tutti. E infatti funziona.

Stefano De Gregorio, per gli amici **chef Deg**, classe 1984, milanese di nascita e bustocco per scelta, non fa cucina inclusiva nel senso modaiolo del termine. Fa una cucina che chiede attenzione, curiosità, un minimo di alfabetizzazione gastronomica. Autodidatta, costruisce piatti come sistemi chiusi: nulla è decorativo, tutto ha una funzione. Lo spreco qui non esiste. Non c'è retorica green, c'è mestiere. Le bucce diventano sapore, i gambi struttura, il pane avanzato memoria croccante. Gli ingredienti sono spesso marginali o

sottoutilizzati, lavorati fino all'osso.

Il menu cambia spesso, segue il flusso delle intuizioni dello chef. Tra i piatti che stanno funzionando c'è l'ossobuco di tonno: al morso sembra ossobuco di vitello, stufato lentamente con pomodoro e spezie, accompagnato da crema di patate allo *yuzu kosho*, fondo bruno di tonno e cuore di tonno. L'abbinamento è con un'insalata di radicchietto, aceto di Jerez e un'emulsione fatta con il midollo del tonno, olio al pomodoro secco e bottarga frita.

Poi c'è l'**Insalata di rinforzo**, piatto tipico campano rivisitato: cavolfiore cotto in salamoia, giardiniera fermentata, olive al forno, rucola alla brace, il tutto condito con miso di pomodoro e colatura di peperone crusco. Come da tradizione, che prevede l'aggiunta di ingredienti durante le feste, qui viene rinforzata in base al periodo con vegetali lavorati o fermentati. Viene servita con un tarallo da sbriciolare, fatto con pepe, olio extravergine e mandorle. E poi c'è



Simone Tricarico e due piatti del Thelema - Maison de Cuisine a San Vito di Gaggiano: Carciofo ai carboni, zabaione al guanciaie e, a destra, Crostacei tiepidi all'acqua di pomodoro, yuzu kosho

Pasta Pane e Latte, il piatto a cui Deg è più legato, nato per un progetto Barilla Al Bronzo e pubblicato nel libro *Artisti della Pasta* fotografato da Lido Vannucchi. La linguina viene cotta in un brodo di lievito di birra spento a 80°C in forno che prende il sapore di pelle di pollo arrostita. Il piatto si chiude con aceto di pane - fermentato con ritagli di pane e *koji-garum* di latte e polvere di noccioli di oliva. Un piatto lungo al gusto, deciso, intenso, che nel menu degustazione a nove portate viene servito come ultima portata salata prima del dolce.

«L'articolo sul *Corriere della Sera*, la conferma sulla *Guida Identità Golose* e la prima forchetta sulla *Guida Gambero Rosso* hanno avuto un impatto importante, permettendo di far conoscere il locale oltre Milano: arrivano clienti da Novara, dalla Svizzera, dalle province a sud – riconosce chef Deg –. Come dico sempre, la provincia ha bisogno di una voce più forte per farsi notare rispetto a una grande città. Ma sapere che si sta costruendo qualcosa non solo per noi stessi ma per il territorio e per la città è un motivo di orgoglio che ci spinge a fare sempre meglio».

La trattoria giapponese che non è un sushi bar

Al cuore di **Kuwagata** ci sono **Jun ed Egidio Giovannini**, coppia nella vita e nel lavoro. Hanno portato a Busto qualcosa che non è il solito format da sushi. Il progetto nasce come *koryoriya*, un tipo di trattoria giapponese tradizionale dove

pochi piatti curati nei minimi dettagli raccontano una cultura e una tecnica.

La loro storia è iniziata a Tokyo. Dopo una formazione in Belle Arti, Jun si è avvicinata alla gastronomia e ha lavorato in locali come Gong, Kanpai - Japanese Hangout e Mu Fish a Nova Milanese, con ruoli di responsabilità in cucina. Egidio ha un curriculum solido in sala: è stato maître e sommelier in ristoranti milanesi come MU dimsum, dove ha diretto sala e cantina, e ha lavorato in locali come Essenza e Frangente, specializzandosi in sake e abbinamenti. Il menu di Kuwagata rispecchia questa doppia esperienza. Non è fusion casuale, sono piatti pensati che riflettono la tecnica giapponese e l'attenzione per l'ingrediente.

Tra le preparazioni: **Tonnetto affumicato** al fieno con maionese giapponese e *tosazu*, tofu dalla consistenza simile a panna cotta servito con avocado e fermentati, *chirashi Kuwagata* con riso aromatizzato, pesce del giorno, erbe, sesamo oro e *dashimaki tamago*. La scelta è controcorrente ma salva: pochi coperti, grande attenzione alla conservazione e alla qualità, rapporto diretto con la clientela. Qui non vieni servito, vieni accompagnato in un'esperienza che somiglia a una degustazione dialogata, sia nel cibo che nella carta dei sake e dei vini.

Pasticceria Chiara - Fabio Longhin e il rombo perfetto

A **Olgiate Olona**, a pochi chilometri da Busto, **Fabio Longhin**

CLICK!



Stefano De Gregorio del Deg Cucina Democratica di Busto Arsizio e due dei suoi piatti: da sinistra, l'Ossobuco di tonno e Pasta Pane e Latte

ha fatto del rombo il suo simbolo. Non un quadrato perfetto, ma una figura geometrica che secondo lui lo rappresenta meglio: «Un quadrato imperfetto». Quel rombo è diventato logo, packaging, elemento decorativo del locale. E soprattutto forma della sua tavoletta di cioccolato Valrhona Tulakalum - nove rombi tridimensionali, uno diverso dall'altro per spessore e dimensione, con inserto di frolla ottenuta dalla farina Evolutiva del campo che porta il suo nome in Sicilia e bergamotto dei distillatori 4M Spirits.

Panificio Luraschi: il pane senza storytelling

C'è poco da aggiungere sul **Panificio Luraschi** di Busto che non si possa intuire dal profumo che esce ogni mattina dal laboratorio. Dal 1955 fa il pane come si dovrebbe fare: con farina, acqua, lievito madre e mestiere. Nessuna trovata narrativa, nessuna reinvenzione. Il tempo qui è ingrediente, non limite. Oggi al banco c'è la terza generazione, che



Jun ed Egidio Giovannini, non il solito sushi. Una trattoria ispirata alla tradizione giapponese



Tonnetto affumicato al fieno con maionese giapponese e tosazu

ha rimesso in circolo anche pezzi di storia bustocca come il *figascio*, la focaccia con l'uva americana, un dolce povero e popolare tornato nei

cesti del fine settimana. Qualcuno lo prende per nostalgia, altri perché è buono. Funziona in entrambi i casi.

Cocktail senza scena, ma pieni di sostanza

Dietro al bancone di **Bar Is The Name** c'è **Ambrogio Ferraro**, classe 1994, che dopo 14 anni all'estero è tornato a Busto Arsizio per aprire un'attività basata su tre principi: ospitalità, formazione, prodotto. Non alza la voce, non agita bottiglie in aria. Serve drink precisi, costruiti per durare in bocca più che in foto.

Il locale è minuscolo, ma è diventato punto di riferimento per chi a Busto vuole bere bene. Ogni 20 marzo il bar cambia forma: uniforme, stile, menu, idea. Per il 2025 ha preso spunto dalla Belle Époque, il movimento artistico in cui la gente ha cominciato a uscire semplicemente per stare bene. Tra i cocktail più amati c'è Fumo, con un rum old fashioned con Vermouth alla castagna e affumicatura con caldarroste.



Fabio Longhin e il suo rombo di cioccolato Valrhona Tulakalum



Ferraro lavora da solo o quasi, ma ha già portato il suo nome oltre Busto: concorsi nazionali, *quest shift* a Milano, riconoscimenti dalle guide di settore. Niente effetto discoteca, niente lista da quaranta drink. Solo una logica: un'idea per ogni cocktail, e un motivo per esserci.

Cosa dice Anna Prandoni su Linkiesta Gastronomika

Anna Prandoni, bustocca convinta, è una di quelle persone che parlano di cibo senza mai farlo diventare folklore. Giornalista, autrice e direttrice editoriale, oggi è alla guida di *Linkiesta Gastronomika*, il progetto editoriale dedicato alla cucina, alle storie di ristoranti e territori e alle dinamiche dell'enogastronomia contemporanea. Con iniziative come Forketters e il Gastronomika Festival, Anna intreccia narrazione, territorio e riflessione critica sul mondo del cibo. «La provincia di Varese è sempre stata gastronomicamente depressa, e da cronista del gusto ho sempre sofferto questa cosa – spiega -. Ma negli ultimi anni Busto Arsizio ha vissuto una sorta di rinascita gastronomica, recuperando terreno e costruendo una nuova mappa del gusto: dall'*izakaya* giapponese al cocktail bar di respiro internazionale, dal fine

dining al panificio contemporaneo. Credo abbia contribuito anche un ottimo lavoro culturale, che ha reso la città un punto di riferimento per mostre, festival ed eventi, insieme alla spinta della Fipe locale, impegnata nella valorizzazione delle professioni dell'accoglienza».

Fuori dal centro, dentro al senso

Quello accaduto a Busto Arsizio non è un fenomeno locale. È una tendenza che attraversa la ristorazione italiana. I centri città sono diventati inaccessibili, le periferie offrono spazio e possibilità. Ma non è solo una questione economica. È una questione di sguardo. Per anni abbiamo raccontato le città come se fossero gli unici luoghi dove succedevano cose interessanti. Abbiamo ignorato che intorno esistevano progetti solidi, cucine pensate, professionisti che lavoravano senza bisogno di essere visti su Instagram ogni giorno. Busto non è l'eccezione. Non perché Milano sia troppo, ma perché non è tutto. Perché la buona ristorazione non ha bisogno di una location da cartolina. Ha bisogno di chi sa fare il proprio mestiere. E di chi ha voglia di andare a cercarsela.

CLICK!

16



La sala di Bar Is The Name, a Busto Arsizio e, destra, il titolare Ambrogio Ferraro: "Ospitalità, formazione e prodotto" è il suo motto

*Giornalista e scrittrice, è critica gastronomica del *Corriere della Sera*. Autrice di 18 libri, è main advisor di Italian Food Academy, dove tiene corsi e un master in critica gastronomica, formando nuovi talenti e diffondendo la cultura del gusto con rigore e passione.

CLICK!

Autentica
TRADIZIONE ITALIANA

PANITALY

A REGOLA D'ARTE

GRANSOLE CON LIEVITO MADRE 500g

Un pane che custodisce la storia di un tempo.
Un impasto semplice, frutto di una lenta lievitazione che,
a ogni morso, risveglia le emozioni e i ricordi del passato.

Grazie al nostro Gransole, l'autenticità torna protagonista
in tavola, tutti i giorni.

LIEVITO MADRE

**CROSTA
CROCCANTE**

**COLORE
INTENSO**

**BUONO ANCHE
IL GIORNO DOPO**

**PRODOTTO
IN ITALIA**

**GUSTO DECISO, CON NOTE
LIEVEMENTE ACIDULE**

Panitaly è un brand
di Délifrance.

CONTATTACI!
infoitalia@delifrance.com
www.delifrance.it

Scopri
tutta
la gamma



Anche Andrea Berton si presta come cuoco a domicilio. Ecco un tavolo preparato dal suo staff: «Proporre la propria cucina in una casa privata permette di creare un contatto più diretto con l'ospite e un'atmosfera più informale», osserva lo chef



I CLIENTI NON ARRIVANO? ANDATE VOI A CASA LORO

di Valeria Maffei

Food trend 1

È anche se ne avete a sufficienza, può essere una chance in più. Da servizio di nicchia a modello in forte crescita: il fenomeno degli chef a domicilio ridefinisce i confini della ristorazione, trasformandola in una indimenticabile esperienza su misura. Capace anche di aiutare a colmare in modo proficuo le eventuali pause forzate del proprio locale. Andrea Berton insegna

Immaginate un ristorante vero e proprio – con la sua regia, i suoi tempi e la sua liturgia – allestito però tra le mura di casa: gli artefici di questa architettura domestica si chiamano chef a domicilio e non sono dei semplici cuochi in trasferta, ma dei veri e propri professionisti. Figure altamente specializzate che progettano menu su misura, fanno la spesa, varcano le soglie delle cucine private, cucinano, impiattano, servono e – quando la serata è finita – lasciano tutto in perfetto ordine. L'obiettivo è offrire

un'esperienza che non si limiti a replicare ciò che avviene al ristorante, ma che – per grado di personalizzazione, intimità e coinvolgimento emotivo – può arrivare persino a superare il tradizionale concetto di cena fuori.

Dall'onda lunga del Covid al private dining

Il modello nasce come evoluzione naturale del catering e del private dining. All'estero – soprattutto in Francia,

Stati Uniti e Australia – la figura del private chef è da anni una presenza strutturata, radicata nelle case dell'alta borghesia e nelle seconde residenze di lusso. In Italia esisteva già, ma restava un servizio di nicchia e spesso percepito come eccezione. A cambiare la traiettoria è stata l'onda lunga del Covid: restrizioni, timore degli spazi affollati e normalizzazione del delivery hanno costretto la ristorazione a ripensarsi. Sono nate così dark kitchen, box gourmet, ristoranti riconvertiti in laboratori per l'asporto. In questo contesto, anche lo chef ha alzato il livello rispetto alla semplice consegna: non più solo il piatto che viaggia, ma il cuoco che entra in casa. Per il consumatore un duplice vantaggio. Da un lato la dimensione della sicurezza e del comfort: niente spostamenti, pieno

controllo dell'ambiente, scelta degli invitati, tempi scanditi su misura. Dall'altro, l'impatto dell'esperienza sartoriale. I menu vengono progettati in base alle preferenze individuali e si instaura un dialogo diretto con lo chef: lo si osserva al lavoro, si interagisce, si fanno domande. Una sorta di chef's table domestico in cui l'alta cucina smette di essere spettacolo pubblico e diventa relazione privata, personalizzata. Ma, come vedremo, il vantaggio c'è anche per lo chef.

Ecco i numeri di un mercato che accelera

Quello degli chef a domicilio è un mercato in piena accelerazione. A livello globale, il comparto dei personal chef service è stato stimato nel 2023 in circa 13 miliardi di dollari, con una proiezione che lo porterà

a 19,65 miliardi entro il 2033 (*dati Fact.MR*). In Europa, il giro d'affari ha raggiunto i 4,7 miliardi di dollari nel 2024, con una crescita annua prevista del 6,4% tra il 2025 e il 2030 (*Grand View Research*). Anche in Italia, pur in assenza di statistiche ufficiali sugli chef a domicilio, il segnale è netto. Secondo osservatori di settore – tra cui software house specializzate nello sviluppo di business plan dedicati e piattaforme di prenotazione – si tratta di un segmento in forte espansione. A trainarlo sono la domanda di esperienze sempre più personalizzate e la possibilità di intercettare nicchie ad alto valore aggiunto: dal veg al gluten free, dai menu salutistici alle cucine etniche, ambiti che spesso faticano a trovare spazio stabile all'interno della ristorazione tradizionale.



Lo chef Vittorio Modica dell'Agenzia Giove, fondata nel 2024



Una tavola "casalinga" imbandita pronta per l'aperitivo

Organizzazione e logistica: le chiavi per il salto di qualità

Dietro la crescita di questo mercato c'è un pubblico che cerca un'esperienza gastronomica di livello senza rinunciare alla dimensione privata: clienti abituati a spendere per la qualità, ma sempre meno disposti ad accettare format standardizzati. E lo chef a domicilio che vuole intercettare questa esigenza, e trasformare la cena in un servizio *tailor made* costruito intorno alle persone, deve diventare un micro-imprenditore in grado di progettare in toto l'esperienza: dal menu alla logistica, dalla relazione con il cliente alla narrazione. Non basta più, dunque, saper cucinare bene. Il vero salto di qualità, in questo segmento, lo compie chi riesce a portare un ristorante completo in uno spazio che non è il proprio, governando tutte le variabili e trasformando una cena in casa in un'esperienza capace di generare passaparola, recensioni e nuove richieste. È lì che lo chef a domicilio smette di essere una moda e diventa una componente strutturale della ristorazione. E a fare la differenza, in questo comparto, è soprattutto l'organizzazione. Uno chef a domicilio davvero strutturato

lavora con una logistica quasi millimetrica: sopralluogo – anche virtuale – per valutare spazi, dotazioni e layout della cucina; scelta delle materie prime attraverso canali fidati, mise en place studiata in anticipo, a cui si aggiungono un servizio curato soprattutto nella tempistica e delle impeccabili pulizie finali.

Dai freelance agli stellati: un modello trasversale

Una delle caratteristiche più evidenti del fenomeno degli chef a domicilio è la sua trasversalità. A praticarlo sono tanto i cuochi blasonati quanto i freelance, con una solida esperienza nella ristorazione tradizionale, che scelgono di costruire un'attività interamente centrata sul lavoro a domicilio. Non un impiego accessorio, dunque, ma un vero progetto imprenditoriale, fondato su business plan dedicati, strategie di pricing e percorsi formativi ad hoc. È il caso dell'**Agenzia Giove**, fondata nel 2024 da **Fabio D'Auria**, specializzata nell'organizzazione di cene a domicilio e nella fornitura di personale qualificato per ristoranti e catering. «Diamo la possibilità a chi si rivolge



Il cake design e un ricco buffet di dolci sono uno dei punti di forza del team di Lorenzo's House Bar - barman a domicilio, catering e private chef

a noi di scegliere lo chef, la cucina e anche il servizio», spiega **Alessandro Vittorio Modica**, chef specializzato in barbecue e griglia e membro della brigata di Giove, che conta oltre 100 professionisti del settore. «Il cliente decide se avere un cameriere, un sommelier, o costruire un evento più informale. In pratica realizziamo ciò che desidera, portandolo direttamente a casa sua».

Non extralusso, ma fatto su misura

In questo modello, centrale è anche il ruolo dei social: canali decisivi per entrare in contatto diretto con il pubblico, orientarsi tra le proposte e costruire, di fatto, un'esperienza su misura per quella singola serata.

Parlare di cene a domicilio significa però confrontarsi ancora con un immaginario spesso distante dalla realtà. «Vengono percepite

come un'esperienza di extralusso - osserva Modica -, ma si dimentica che tutto è pensato per un unico tavolo: menu su misura, vini scelti su richiesta, la possibilità di avere un cameriere dedicato, un sushiman che lavora davanti agli ospiti, oppure una grigliata o un barbecue quando la stagione lo consente».

Una personalizzazione spinta che, per definizione, non è replicabile al ristorante, dove il servizio deve tenere conto di molti tavoli. «Qui invece tutto è dedicato a chi organizza l'evento. Certo, tutto ciò ha un costo, ma d'altronde anche andare al ristorante è diventato oggi molto più oneroso».

Dalla cena intima al grande evento

Anche sul piano operativo, la flessibilità del sistema è estrema. «La nostra agenzia è in grado di

realizzare qualsiasi tipo di esperienza, dalla cena tematica a quella in stile stellato - prosegue chef Modica -. Se il menu è semplice viene preparato interamente a casa, con materie prime acquistate sul momento e lavorate direttamente nella cucina del cliente. Per preparazioni più complesse - ad esempio cotture lunghe o tecniche particolari - si utilizza invece un laboratorio, per poi completare e rigenerare i piatti sul posto, così da garantire il massimo della qualità. Il resto dipende dalle dimensioni dell'evento: per gruppi più numerosi può essere necessario noleggiare stoviglie, bicchieri e attrezzature, fino ad arrivare a veri e propri eventi in giardino, organizzati come un catering completo. Tavoli, sedie, tovaglie, servizio: tutto viene costruito intorno all'idea di chi ospita, perché l'esperienza funzioni fino all'ultimo dettaglio».

STELLE A DOMICILIO IL CASO ANDREA BERTON

di Valeria Maffei

- | Non sono solo i freelance o le nuove generazioni
- | di cuochi a sperimentare il modello dello chef
- | a domicilio. Anche ristoranti stellati hanno iniziato
- | a utilizzarlo come estensione naturale
- | del proprio brand o come leva di diversificazione

Portare la propria cucina nelle case dei clienti consente di monetizzare la notorietà oltre i limiti fisici della sala e, in alcuni casi, rappresenta un vero piano B nelle fasi di transizione: ristrutturazioni, cambi di gestione, momenti di pausa forzata. È quanto accaduto al ristorante

milanese di **Andrea Berton**, un locale di alta cucina riconosciuto con una stella Michelin, che propone una visione contemporanea e creativa della tradizione italiana. «A seguito di alcuni lavori di ristrutturazione del ristorante, lo scorso gennaio siamo rimasti chiusi per un



Andrea Berton

NORME E PERMESSI: PERCHÉ NON È UN HOBBY

Dal punto di vista normativo, lo chef a domicilio non è un lavoretto: quando l'attività è svolta in modo professionale, rientra – in linea generale – nel perimetro degli operatori del settore alimentare e deve rispettare gli obblighi di sicurezza alimentare previsti dalla normativa europea e nazionale. Il quadro applicativo presenta differenze operative a seconda di come è organizzato il servizio (preparazione in laboratorio, trasporto, finitura in loco), ma un principio resta fermo: anche la cucina in una casa privata non è una zona franca e chi si improvvisa rischia sanzioni e danni reputazionali. In sintesi, **vanno rispettate le regole igienico-sanitarie e le procedure basate su HACCP**, come richiesto dal Reg. (CE) 852/2004 (manuale/procedure di autocontrollo, gestione di conservazione, trasporto e rigenerazione degli alimenti, tracciabilità e prassi igieniche coerenti con l'attività svolta). **Sul piano amministrativo**, di regola è necessaria la notifica/registrazione dell'attività secondo le modalità previste localmente, spesso attraverso il SUAP, con trasmissione all'ASL competente per i profili di sicurezza alimentare. Indispensabile, infine, un **corretto inquadramento fiscale e organizzativo** (Partita IVA e attività dichiarata in modo coerente con il servizio reso). Inoltre se una parte della produzione avviene in un laboratorio/stabilimento sotto il controllo dell'operatore, quel locale deve rispettare i requisiti igienico-strutturali richiesti e seguire l'iter di registrazione previsto, come per le altre imprese alimentari. Un ristoratore ha in genere già tutti i requisiti necessari, chi parte da zero, invece, solitamente apre con partita IVA una **IAD (Impresa domestica alimentare)** che consente di cucinare nella propria abitazione, superando i controlli sull'adeguatezza igienico- ambientale della stessa, e dotandosi dei requisiti di cui sopra.



Un'altra immagine del servizio su misura proposto da Berton

mese, ma la cucina era perfettamente operativa - racconta lo chef -. È stato quindi naturale pensare di portare la nostra proposta a casa dei clienti». I piatti venivano preparati nei laboratori del ristorante e completati al momento della cena, per eventi da sei a 30 persone, a Milano e nell'immediato hinterland. «A scegliere l'esperienza sono stati soprattutto clienti già fidelizzati, conoscitori dello stile Berton. Oltre al menu, completamente personalizzabile in base alle esigenze e alla stagionalità, gli ospiti potevano decidere anche mise en place, fiori e allestimento: talvolta utilizzando quanto già presente in casa, altre volte affidandosi alle soluzioni da noi proposte». Il servizio replicava quello della sala: abbinamenti con i vini studiati ad hoc, presenza del sommelier, del direttore di sala e della brigata.

Valore aggiunto e nuove prospettive

Il costo di questo servizio su misura, inevitabilmente, è diverso rispetto a una cena al ristorante: entra infatti in gioco una complessa movimentazione di materiali, persone e attrezzature. Ma il vantaggio, per uno chef, è evidente. «Proporre la propria cucina in una casa privata permette di creare un contatto più diretto con l'ospite e un'atmosfera più

informale - spiega Berton -. D'altronde in un contesto in cui l'offerta ristorativa è amplissima, diventa fondamentale sapersi reinventare, restare aperti a nuovi modelli e leggere i cambiamenti senza pregiudizi». Ideare il servizio non è stato complicato. «Il nostro lavoro è adattarci a spazi e situazioni

diverse. La chiave è l'organizzazione: non disturbare gli ospiti, lavorare con discrezione e lasciare tutto perfettamente in ordine. È così che si crea valore aggiunto». La comunicazione è passata sia dai social sia dalla sala. Prima della chiusura, i clienti sono stati informati della possibilità

di vivere l'esperienza della cucina firmata Berton direttamente a casa: un progetto che ben racconta come il modello delle cene a domicilio sia ormai compatibile anche con l'alta ristorazione, non come alternativa al ristorante, ma come sua naturale estensione.

DALL'ARCO DEL RE ALLE FRECCHE DI CUPIDO

Titolare di un'enoteca di successo ad Arcore, poi di un Oyster Club con Cucina a Monza, si è convertita a una vita da private chef. Il locale era l'**Arco del Re** (gioco di parole incluso nel conto), lei è **Rosy Di Zeo**: «Averdo cessato le attività di ristorazione causa Covid, poi ho aperto una IAD (vedi box a pag. 22). E scoperto un mondo! Lavorare e avere esperienze a volte interessanti, a volte incredibili, in case modeste o favolose, è un tutt'uno. Posso operare in team con un bartender, a domicilio anche lui, che gestisce il blog (www.lorenzosi.it) oppure da sola: come all'ultimo San Valentino, ingaggiata da una coppia per una cena romantica. Ci si stanca (dopo sessant'anni non sei più una bimba) ma ci si diverte tanto». Sul sito si legge: «La mia filosofia è semplice: ingredienti freschi, ricette autentiche e un servizio su misura attento ai dettagli».



Rosy Di Zeo, attiva tra Milano e Brianza

IL MARKETING CHE INFONDE FIDUCIA

Nel caso dello chef a domicilio la comunicazione non serve solo a vendere un servizio, ma a conquistare fiducia. Entrare in casa significa varcare la soglia di uno spazio privato: una prossimità che impone un racconto più rassicurante rispetto a quello della ristorazione tradizionale. Alcuni elementi, in questo senso, fanno davvero la differenza. Dichiarare con chiarezza il proprio posizionamento – e il **relativo ticket medio** – è fondamentale per evitare fraintendimenti. Serve poi un sito essenziale ma aggiornato, affiancato da schede curate sulle piattaforme dedicate, con menu esempio, fotografie professionali e condizioni economiche esplicite. **I social, in particolare Instagram e TikTok, giocano un ruolo chiave**: non tanto per mostrare il piatto finito, quanto per raccontare il dietro le quinte: la mise en place in una cucina normale, l'attenzione ai dettagli, il rapporto con gli ospiti. In questo segmento, stories e reels valgono spesso più di mille brochure patinate, perché restituiscono concretezza e normalità. Infine, **le recensioni sono la vera chiave di volta**. Che arrivino dalle piattaforme di booking o dai social, vanno favorite e presidiate: inserendo un follow-up a fine esperienza, rendendo semplice per il cliente lasciare un feedback e mostrando attenzione nelle risposte. D'altronde leggerle, rispondere con misura e gestire eventuali criticità fa parte del lavoro quanto il servizio stesso.

Maria Sole Antonioni, a sinistra davanti a tutti, con pasta fresca lunga e ripiena appena preparata dal gruppo



DIAMO A CESARE QUEL CHE È DELLE CESARINE

di Alessandro Goldoni

Food trend 2

- | *L'esperienza di una giovane bolognese, appassionata di gastronomia,*
- | *che è entrata nella più antica rete di cuoche casalinghe italiane.*
- | *Aprono le porte della propria casa a viaggiatori da tutto il mondo,*
- | *ma, giurano, non fanno concorrenza ai ristoranti*

Misurata, paziente, comprensiva. L'esatto contrario dei maestri cuochi a 5 stelle, che imperversano negli studi tivù: inflessibili se non spietati davanti agli allievi impauriti.

Certo, **Maria Sole Antonioni**, 41 anni, bolognese, non è ancora una celebrità come gli istrionici sacerdoti di *MasterChef*, ma per la verità non ha bisogno di effetti speciali: i cooking class li conduce fra tranquille pareti domestiche. E con quel viso che ricorda una Madonna trecentesca non potrebbe incutere un milligrammo di timore ai suoi discepoli, provenienti soprattutto da Stati Uniti, Canada, Giappone. «Insegnare a far da mangiare – spiega – per me è come viaggiare in

compagnia dei miei ospiti». Viaggi suggestivi per turisti che non hanno mai avuto una nonna sfogliana o un passato di cucina familiare legata ai sapori della tradizione.

Da Sydney alla scuola di cucina, il passo è stato breve

Viaggiatrice, Maria Sole in realtà lo è stata non solo in senso figurato. Dopo aver conseguito il master di giornalista gastronomica al *Gambero Rosso*, volò fino in Australia, per la sua prima importante esperienza sul campo: un'osteria a Sydney dove si cucinavano piadine, tortelli, cappelletti,

CLICK!

strozzapreti e insomma il meglio della tradizione romagnola.

Rientrata in Italia, dopo un breve periodo nell'ufficio commerciale di una casa di moda, durante il lockdown si trovò a cucinare e servire pasti a casa di persone anziane sole e giovani mamme con bimbi piccoli. «Devo al Covid e a questi Sos approvvigionamento pasti, la mia scelta di mollare il lavoro da impiegata e buttarmi sulla mia passione originaria: preparare piatti deliziosi ma anche insegnare a come farli». Insegnato, cotto e mangiato. Potrebbe essere il suo motto.

La svolta avviene quando Maria Sole entra a far parte delle **Cesarine**, la più antica rete di cuoche casalinghe d'Italia, che aprono le porte della propria casa a viaggiatori da tutto il mondo, offrendo loro esperienze immersive in location suggestive, e che dal 2019 è comunità diffusa Slow Food per la salvaguardia della cucina tradizionale italiana. In pochi anni, Maria Sole ha riempito per intero l'agenda di appuntamenti.

Il clou del lavoro da maggio a settembre

Il suo lavoro si concentra prevalentemente tra maggio e settembre quan-

do maggiore è l'affluenza turistica a Bologna e in Italia. A volte gioca in trasferta e si trasferisce armi e bagagli in eleganti location, ville in Toscana per esempio, con ospiti dagli Stati Uniti, che nel pacchetto viaggio tutto compreso hanno voluto pure lo chef o gli chef, distinti per colazioni e cene. Oppure, senza allontanarsi troppo dalla sua città, e senza insegnare niente, va a preparar da mangiare a persone che non hanno alcuna voglia e tempo di mettersi ai fornelli. Un caso classico è quello dei tornei bolognesi di burraco: i padroni di casa sono troppo impegnati a battere gli invitati a carte per preoccuparsi di offrire loro qualcosa in tavola oltre al canonico piattino di arachidi e chips.

Ma il più delle volte gioca in casa, proprio la sua, nella periferia bolognese, dove lavora in coppia con la mamma Rossella, raffinatissima nella scelta di tovaglie, piatti e bicchieri con cui apparecchiare la tavola. Gli ospiti mangiano quello che hanno appreso e cucinato sotto la supervisione delle due signore: lasagne, tortelli e altre specialità bolognesi. Ma non solo. Il menu può comprendere pasti monotematici a base di funghi o di tartufi o di pesce.

Per legge, soltanto fuori dai centri storici

Diventerà questa la tendenza del futuro: la ristorazione con lezione, nelle case?

«Non credo proprio – dice Maria Sole –. La concorrenza con trattorie e ristoranti non esiste. La legge consente di svolgere quest'attività soltanto fuori dai centri storici e non dimentichiamo che il mio è un lavoro di nicchia, legato prevalentemente al turismo attivo. Si fanno corsi per imparare l'arte del mosaico? Io insegno agli stranieri l'arte della cucina nella Food valley per eccellenza». Il prossimo passo vedrà Maria Sole, vegana convinta, diventare un'influencer gastronomica per conquistare quante più persone possibile alla sua causa e alle innumerevoli varietà di gusti e sapori che può offrire la cucina senza l'uso di carne.

I primi esperimenti sono già avviati, come la classica tagliatella Bolognese proposta senza il ragù tradizionale, sostituito da quello di lenticchie. «So che tanti concittadini, sulle prime, grideranno allo scandalo ma ci metteranno pochissimo tempo a scoprire quanto buona può essere l'alternativa». E se lo dice una Cesarina Doc, come lei, non c'è da dubitarne.

CLICK!



Maria Sole Antonioni. Conduce cooking class fra le pareti domestiche



Un'immagine elaborata con sense of humor in occasione delle recenti Olimpiadi invernali Milano-Cortina. Dal sito delle Cesarine

I tramezzini a cupola, cioè alla veneta, preparati al Trame a Mi di Milano. Nella foto il Via Rossini



26

IL FINE GIUSTIFICA I TRAMEZZINI

di Laura Barsottini

Modelli vincenti

- | "Se potessi mangiare un'idea / avrei fatto la mia rivoluzione". Così cantava Giorgio Gaber. E a una mamma milanese la sua mini-rivoluzione
- | è perfettamente riuscita. Come ha fatto? Ha sfruttato un locale
- | altrettanto mini per confezionare tramezzini morbidi, gonfi e cremosi.
- | Ingredienti top, prezzi modici, ricette semplici ma con tante idee

Il segreto del successo oggi? Recuperare semplicità e purezza. Come succede per **Trame a Mi**, recentissima quanto minuscola tramezzineria da asporto nata in viale Campania 5, all'incrocio con corso XXII marzo a Milano, circa un anno fa: una sola vetrina su strada, 15 metri quadrati perfettamente attrezzati a norma per cucinare, in futuro, anche piatti da asporto. L'idea è venuta a **Chiara Zanolli**, 48 anni, ex impiegata, sostenuta in questo radicale cambio di vita non solo

dal compagno Emiliano, ma anche dai figli Isabella, 14 anni, e soprattutto dal figlio **Emanuele**, 17, liceale. Proprio con Emanuele, Chiara ha messo a punto una scelta di proposte semplici, veloci, con ingredienti di prima qualità cucinati e prodotti con la stessa cura che ci metterebbe una mamma per la sua famiglia.

«La storia di Trame a Mi è semplice - racconta Chiara - proprio come i tramezzini che proponiamo. Lavoravo con

soddisfazione in una nota azienda di cosmetica padronale. Poi alcuni passaggi di proprietà hanno messo in crisi il mio benessere professionale, così ho pensato, insieme con la mia famiglia, a qualcosa di alternativo. La scelta prioritaria è stata che doveva trattarsi di ambito food, di cibo. Perché per me è un modo di prendersi cura degli altri, soprattutto con un'offerta lontana dalle mode». Un altro simbolo di ritorno alla sostanza. Il caso ha voluto che proprio in quel periodo si liberasse il locale su strada di viale Campania, di proprietà di Chiara, fino ad allora affittato a imprese esterne. Quando si dice un segno del destino.

Nato in quel di Torino ma preparato alla veneta

Ma quando nasce il tramezzino? Ripercorriamo le origini. Il tramezzino, ovvero quel panino che utilizza il pane senza crosta, come tipo di pasto nasce nel 1926 nel celebre **Caffè Mulassano** a Torino dove una targa ne rivendica la creazione alla signora **Angela Demichelis Nebiolo**. L'invenzione del nome, invece, pare sia dovuta a **Gabriele D'Annunzio**, di passaggio al locale torinese, che scelse il termine tramezzino, da tramezzo, per indicare uno spuntino tra due pasti e sostituirlo al termine inglese sandwich. Di sicuro la prima traccia documentata si trova in un numero de **La cucina italiana** del 1936, dove compare un articolo coi consigli per farcirli a regola d'arte, con salse e pâté per ammorbidire il pane. In tutto questo, rimane la grande differenza tra i tramezzini classici e quelli alla veneta, rigonfi di ingredienti e con la tipica forma panciuta o a cupola. «I nostri sono tramezzini alla veneta – conferma Chiara –, con un bel ripieno che sazi e soddisfi il palato. Però abbiamo scelto di limitare le salse e gli intingoli troppo gourmet e ricercati: per rendere morbido il pane usiamo prevalentemente maionese e formaggio cremoso. Le farciture le abbiamo



Davanti alla tramezzineria: Chiara Zanolli con il figlio Emanuele, 17 anni, che ha dato un contributo decisivo nell'interpretare i gusti della sua generazione

messe a punto con Emanuele, che frequenta il vicino liceo. I ragazzi, ma anche gli impiegati o i nostri clienti più affezionati che cercano uno spezzafame, hanno tutto il diritto di tornare alle origini, ai prodotti semplici e di qualità che non richiedano poi ore infinite per la digestione. Prima di aprire, faccio la spesa tutti i giorni dai negozianti e fornitori che uso per la spesa di casa: nessun surgelato, nessun conservante, ottimo pane a cassetta di grano duro attentamente selezionato tra i molti in commercio».

Il rapporto qualità-prezzo alla fine vince sempre

Particolare attenzione è data al rapporto qualità-prezzo: «Per ora l'offerta è semplice, proprio per riuscire a proporre ottimi prodotti a prezzi popolari - continua Chiara -. Ma stiamo pensando anche a una futura offerta di **tramezzini gourmet** per occasioni particolari e a un servizio di consegna a domicilio».

Nel menu i tramezzini si presentano con **i nomi delle vie principali** e più conosciute della città: si va da Via

Mozart e Via Rossini, a base di prosciutto cotto con mozzarella, o con uovo sodo e insalata, a Via Monte Napoleone e l'immane Viale Campania con crudo, grana rucola o mozzarella di bufala e pomodoro; da Via Mercato e Parco Sempione a base di tacchino, formaggio cremoso e cipolla croccante, a Viale Umbria con porchetta e cipolle caramellate, Via Larga con mortadella, taralli e pomodori secchi o al più recente Via Fiamma con la 'nduja; dal Via California con salmone, fino ai Porta Venezia, Via Ortica e Via Zante a base di tonno. Immane le versioni dolci: Nutellino e Dolce amaro con amaretti e confettura di ciliegia. Attualmente eventuali ordini si possono richiedere via Whatsapp al numero 344 5165498, ma esiste anche una pagina Instagram (@tramezzinoamila) sempre aggiornata con una cartella delle offerte e l'elenco degli eventi speciali proposti: dal tramezzino con lo spritzino al minitramezzino da aperitivo su prenotazione. Attualmente Trame a Mi è aperto da lunedì a venerdì dalle 11 alle 18.30 ma sono previsti nuovi orari per la bella stagione.





TECNOLOGICO E SOSTENIBILE È IL FUTURO DELLA PIZZA

di Luciana Squadrilli

All'avanguardia

Dai forni intelligenti all'AI per la gestione del delivery, fino all'automazione di alcune fasi della lavorazione, le nuove soluzioni per la pizzeria puntano sull'hi-tech. L'obiettivo è infatti un prodotto artigianale, cioè con piccole imperfezioni, ma industrializzato a livello di efficienza energetica e qualità controllata. Con un occhio attento all'ambiente

Era il 2021 quando le immagini di un robot che, in una pizzeria di Parigi, stendeva l'impasto, lo infornava e lo condiva replicando operazioni manuali per eccellenza, fecero molto rumore (per nulla?): si trattava del lancio di Pazzi, start-up che, con la collaborazione del pizzaiolo in carne e ossa Thierry Graffagnino, proponeva una formula di franchising che puntava sulla combinazione di "un'automazione all'avanguardia ispirata alla tradizione culinaria italiana, offrendo un'esperienza di pizza rivoluzionaria veloce, efficiente, conveniente e profondamente radicata nella qualità". I pizzaioli di tutto il mondo possono dormire sogni tranquilli: il locale parigino ha chiuso i battenti già da tempo (anche se adesso Pazzi ci riprova a Madrid),

e pare poco probabile che qualcuno voglia rinunciare allo spettacolo delle palline d'impasto che – stesura a schiaffo o matterello che sia – diventano dischi sottili, si ricoprono di ingredienti colorati e vanno in forno grazie a rituali in cui le mani hanno un valore fondamentale. Nondimeno, è innegabile che la tecnologia sia ormai entrata prepotentemente nella ristorazione, e in particolare nel settore bakery e pizzeria.

Il settore bakery è sempre più innovativo

Non è un caso se proprio l'innovazione tecnologica è stata il leit-motiv – quasi sempre affiancato da quello della sostenibi-

lità – del nuovo spazio **Mipp – Milano Pane Pizza Pasta a HostMilano 2025**, la fiera mondiale dedicata al mondo della ristorazione e dell'accoglienza (prossimo appuntamento: ottobre 2027). Aziende e professionisti del settore bakery hanno mostrato come l'innovazione – nei prodotti, ma soprattutto nei processi – sia sempre più connessa alla digitalizzazione e, in alcuni casi, anche alla (parziale) automazione, ma pure come sia strettamente attenta alla sostenibilità, oltre che alle nuove esigenze dei consumatori. Questo, nel settore molitorio, vuol dire nuovi brevetti che combinano ad esempio molitura a pietra e macinazione a cilindri per valorizzare le proprietà sensoriali e nutrizionali del prodotto e assicurare qualità uniforme, mentre nell'ambito dei macchinari si punta su impianti più flessibili, minori sprechi, maggiore efficienza: è il caso di **Sottoriva**, azienda che produce forni, celle di lievitazione,

impastatrici e linee e impianti automatici per la panificazione. Per quanto riguarda la pizza, l'automazione è per molti versi più difficile: qui l'artigianalità, e dunque anche la piccola imperfezione – il disco non perfettamente tondo, alveoli irregolari, perfino una lieve bruciatura –, è indice di qualità. Ma, anche in questo caso, la tecnologia gioca un ruolo sempre maggiore, in particolare negli ambiti dell'efficienza energetica e della qualità controllata. Proprio grazie all'innovazione in tal senso, si prevede una crescita annua del 6,7% fino al 2030 per quel che riguarda il mercato globale delle attrezzature per prodotti da forno che, secondo il rapporto di Grand View Research, divulgato da Host 2025, ha già un valore di circa 14 miliardi di dollari. In particolare, è in espansione il segmento delle attrezzature per la produzione di basi per pizza (ne abbiamo parlato nel numero di *Linea Diretta* di

luglio 2025), trainato dalla crescente domanda di pizze gourmet, pure nelle versioni a base di farine biologiche o senza glutine.

I più richiesti: prodotti artigianali industrializzati

Fondamentale diventa anche la possibilità di gestire, monitorare e condividere – su Cloud – i dati: **Polin**, azienda specializzata nella produzione di forni per pizza elettrici modulari, abbattitori, impastatrici e soluzioni per la lavorazione dell'impasto, lavora sulla costante evoluzione di una piattaforma digitale avanzata che consente il monitoraggio e la gestione da remoto delle attrezzature, per una supervisione in tempo reale dei processi, la riduzione dei consumi e dei fermi macchina e la manutenzione ottimale. Obiettivo: rispondere alla crescente domanda di prodotti artigianali industrializzati, dalla lievitazione naturale alla cottura,

CLICK!



L'azienda Sottoriva offre soluzioni automatizzate per il settore Bakery; a destra, lo spazio di Polin a Host 2025. Nella pagina accanto, sullo sfondo il forno di HiSense pensato per la pizza

per garantire uniformità dei risultati ed efficienza energetica. Anche **Gi.Metal**, azienda toscana specializzata in pale per pizza e utensili per pizzeria, punta molto sulla raccolta dati e sulla loro gestione ottimale, unendo ricerca, tecnologia e formazione per trasformare il processo di ideazione, produzione, distribuzione e fine vita dei prodotti a garanzia di maggiore qualità ma anche dell'attenzione all'ambiente.

Cotture intelligenti: la pizza è alla portata di tutti

Dove la tecnologia può davvero fare la differenza in pizzeria, è nella cottura. Da molti considerata la fase più critica per la riuscita di una buona pizza, secondo la tradizione – partenopea, soprattutto – è affidata a personale specializzato, rendendo il fornaio una figura chiave dello staff. Ma non sempre questa professionalità è disponibile e, con il crescere dei numeri e della complessità di alcune proposte, poter fare affidamento su forni smart che controllano tempi e temperature è davvero una grande risorsa.

Da tempo, la cottura intelligente è al centro del lavoro di **Moretti Forni**, azienda marchigiana specializzata in forni professionali elettrici o a gas con un focus particolare sull'innovazione immediatamente fruibile e sulla sua condivisione. Dalle attività formative del Moretti LAB al progetto Cottura Futura®, basato sul confronto con i maestri di pizza e bakery, Moretti

sostiene un processo incentrato sull'ingrediente calore, per andare incontro o anticipare le esigenze dei professionisti con strumenti sempre più tecnologici, facili, versatili e sostenibili. Qualche esempio concreto? La Inclusive Technology™ che contraddistingue la serie X X50E e rende la cottura accessibile e intuitiva per tutti garantendo un risparmio energetico fino al 45%. O il brevetto Condecktion® Technology – che unisce la perfezione della cottura statica con un controllo avanzato dei flussi di calore, accelerando il processo – del forno compatto Core, ideale per il Refining®, vale a dire l'ultimo passaggio di basi e prodotti parzialmente precotti: un nuovo step nel processo di realizzazione e servizio della pizza, che aiuta a ottimizzare flussi, ridurre sprechi e garantire la qualità del prodotto in termini di freschezza e texture. La ricerca costante sull'innovazione tecnologica di Moretti si applica anche alla riduzione dell'impatto ambientale – dal contenimento dei consumi agli imballaggi riutilizzabili – e al benessere degli operatori, con soluzioni che permettono di mantenere la temperatura esterna del forno più bassa di circa 35°C, rendendo così meno ardue le condizioni di lavoro. Mentre **HiSense** – brand cinese leader nell'elettronica di consumo e negli elettrodomestici – porta la tecnologia professionale anche nelle cucine di casa (o magari negli spazi di servizio dei professionisti) scegliendo il pizzaiolo napoletano **Gino Sorbillo** come testimonial del suo rivoluzionario Forno



L'area di Moretti Forni dedicata al Refining al congresso milanese di Identità Golose

Pizza lanciato nel 2024: oltre a ben 22 programmi automatici per preparare anche dolci, arrosti e piatti elaborati, e alla tecnologia di autopulizia pirolitica, la funzione Pizza Mode Pro permette di preparare una pizza croccante e deliziosa in soli 3 minuti e 30 secondi a 350°C, garantendo – anche grazie alla speciale teglia antiaderente vetrificata e alla pala pieghevole incluse – risultati professionali anche a casa.

Soluzioni smart dal magazzino al delivery

Ma l'innovazione in pizzeria non entra solo in cucina, o al banco. Automazione, Intelligenza Artificiale, algoritmi di machine learning e interfacce digitali all'avanguardia aiutano anche nel controllo delle operazioni di sala e magazzino, nell'ideazione del menu e di nuovi topping, nella gestione di ordini e consegne in delivery. Così, ad esempio, come racconta l'esperto in Food Tech **Domenico Maria Jacobone** nel libro

Pizza (Re)Connection di Giusy Ferraina (vedi *Linea Diretta* di febbraio 2026), «l'esperienza del cliente si trasforma attraverso interfacce digitali intuitive che permettono una personalizzazione profonda del piatto. Sistemi di realtà aumentata consentono di visualizzare le creazioni prima dell'ordine, mentre algoritmi predittivi suggeriscono combinazioni basate su preferenze individuali e trend emergenti». E intanto sistemi integrati evoluti permettono di controllare e curare il flusso operativo, dalla ricezione dell'ordine alla gestione della cucina, fino al tracking delle consegne. È un approccio che, in ottica macro, riguarda da vicino grandi catene e laboratori all'avanguardia, impegnati nel gestire una grande mole di dati di clienti e fornitori e ottimizzare ogni aspetto della produzione grazie a sistemi predittivi. A essi è dedicato, ad esempio, **PizzaGan 225**, sistema di intelligenza artificiale dedicato, messo a punto dai ricercatori del prestigioso **Mit di**

Boston e basato su una rete neurale generativa avversaria (Gan, appunto) che impara a creare e valutare diverse immagini di pizze ideali, comprese la preparazione e l'aspetto finale, prima e dopo la cottura.

Soluzioni simili possono trovare spazio anche in pizzerie indipendenti, con un occhio al futuro: succede a San Paolo, in Brasile, dove la premiatissima insegna Leggera Pizza Napoletana del talentuoso **André Guidon** (certificata dalla Associazione Verace Pizza Napoletana), già dal 2023 usa l'AI per creare nuove pizze basandosi su gusti e preferenze dei clienti, raccolti in 10 anni di attività. È nata così, ad esempio, su suggerimento di ChatGPT – che ha stilato la lista dei 10 ingredienti top in base ai dati forniti –, la Signorina Jamm'IA: sugo di pomodoro, pomodoro arrostito, prosciutto crudo, rucola selvatica, ciliegine di bufala, scaglie di Grana Padano e olio extravergine d'oliva. Un successo annunciato.



Gino Sorbillo è stato scelto da HiSense come testimonial per il lancio del suo Forno Pizza. A destra, su suggerimento di ChatGPT, è nata la Signorina Jamm'IA: sugo di pomodoro, pomodoro arrostito, prosciutto crudo, rucola selvatica, ciliegine di bufala, scaglie di Grana Padano e olio evo

TORNA LA PIÑA COLADA ICONA DEL CARIBE

di Matteo Cioffi

Revival

- | Un classico degli anni Ottanta e Novanta, mai del tutto passato di moda, diventa
- | oggi di nuovo protagonista della mixology. Per i più agé può incarnare forse
- | la nostalgia del passato, ma per la Gen Z è un modo per affacciarsi su esotismi
- | d'oltremare, al ritmo delle canzoni di un'epoca ribelle e spensierata

A volte tornano, si dice. Ma forse non se ne sono mai andati. Ci sono drink che si concedono delle pause e, poi, d'improvviso rifioriscono e tornano in auge. È il caso della Piña Colada, morbido mix di rum bianco, ananas e succo di cocco. Non che fosse scomparsa dai radar della miscelazione, ma dal Duemila questo drink, che appartiene al patrimonio storico e classico della mixology, sembrava avere perso appeal, subendo il grande successo di altri drink dal gusto secco e considerati più di moda, come il formidabile e pluridecorato Gin Tonic. Eppure, da qualche mese la musica è cambiata: la Piña Colada è di nuovo richiesta al bancone, replicando i suoi bei tempi. E lo sarà ancora di più quest'anno, come assicura l'annuale Report Bacardi sulla mixology che conferma la rinascita del

drink caraibico, indicandolo come il terzo più bevuto nel 2026. Le ragioni? I sapori fruttati e dolci sono di nuovo richiesti, ma lo studio firmato dalla multinazionale aggiunge anche il desiderio di riassaporare bevande classiche della miscelazione da parte di un pubblico all'anagrafe trasversale.

Aria di viaggio esotico in pochi sorsi

Massimo D'Addezio, decano della mixology e bar manager del **Chorus Café**, cocktail bar romano, condivide questo sentiment e analizza il *come back* del drink con i seguenti termini: «Se si sta tornando a parlare di questa bevanda altamente tropicale, che per molti italiani negli anni Ottanta

e Novanta ha rappresentato l'idea di viaggio esotico, è anche grazie ai giovani che, forse scimmiettando ciò che andava di moda nel passato, vogliono gustare i sapori dei cocktail bevuti dai loro genitori. Un po' come succedeva con la mia generazione, che cercava di replicare le abitudini di consumo degli anni Sessanta. Questo fenomeno revival lo si nota oggi anche nel ritorno in molti locali del piano bar o del vestito vintage per serate a tema». Sete di passato, dunque, ma con tocco moderno per la Piña Colada che tra i bartender è giocosamente rivisitata con molteplici twist. «Rivisitare questo cocktail è senz'altro un'operazione divertente per noi che lavoriamo dietro al bancone e, al tempo stesso, stuzzicante per gli avventori che scoprono nuovi percorsi organolettici partendo da qualcosa che già conoscono», aggiunge il mixologist capitolino.

Gli ingredienti premium ne riscattano il passato

Sulla stessa lunghezza d'onda **Samantha Migani**, titolare e barlady dell'**Hawaiki**, cocktail bar a Bellaria Igea Marina (Rimini) e grande appassionata



Massimo D'Addezio, bar manager del Chorus Café, cocktail bar di Roma



Samantha Migani, dell'Hawaiki, a Bellaria Igea Marina (Rimini)

di cultura Tiki: «La Piña Colada torna oggi a dominare la scena in molti locali perché il consumatore, in momenti non troppo allegri come quelli attuali, ha bisogno di evadere e riscoprire i sapori di luoghi lontani dall'Italia. Questo drink, che richiama un viaggio nel bicchiere, quasi svanisce e poi torna in maniera ciclica. È una bevanda che attira emozioni piacevoli, trasmette relax e soprattutto si basa su una ricetta che si memorizza con facilità». Migani

introduce nella sua analisi anche un cambio di approccio al drink osservato in questi ultimi tempi: «In passato la Piña Colada non godeva sempre di buona reputazione, perché preparata con ingredienti di dubbia qualità e con uno sconsiderato utilizzo di zuccheri spesso non naturali e di succhi di frutta utilizzati senza criterio e logica di gusto – spiega la barlady -. Oggi la situazione è cambiata. I bartender sono maggiormente consapevoli nell'utiliz-

UN DRINK, QUATTRO PADRI: TRE BARTENDER E UN FILIBUSTIERE

Quando si parla di invenzione di un cocktail, spesso scatta la rifica su chi sia stato il primo artefice. Non fa eccezione la Piña Colada, la cui paternità è rivendicata da tre barman. E un pirata. Sull'origine c'è una sola certezza: la ricetta ha passaporto del Porto Rico. Il nome del drink significa ananas filtrata e dell'isola caraibica è bevanda nazionale a partire dal 1978. Le prime tracce risalgono a inizio del 1800 nelle (movimentate) acque dei Caraibi, dove un predatore dei mari, il portoricano **Stefano Cofresi**, per dare sollievo alla ciurma stremata, pare abbia unito al rum bianco del succo di ananas. Non si conoscono altri dettagli in merito, ciò che fa dubitare della veridicità della storia. In tempi più recenti, si menzionano alcuni nomi più credibili. Il primo è quello del barman **Ramón Monchito Marrero Pérez**, che avrebbe ideato la ricetta originale lavorando presso il **Beachcomber Bar del Caribe Hilton Hotel** di San Juan. Il tutto sarebbe avvenuto in data 15 agosto del 1952, o 1954 come afferma una lapide appesa nella hall dell'albergo. Ipotesi però contrastata da **Ricardo Garcia**, a sua volta bartender dello stesso hotel, che in quegli stessi giorni ha rivendicato di essere stato lui ad avere messo a punto per primo la ricetta del drink. La disputa si è fatta ancora più serrata con l'entrata in gioco del bartender portoricano **Ramón Portas Mingot** che, nel 1963, ha dichiarato di essere l'inventore della Piña Colada e di averla proposta ai clienti del suo locale, il ristorante **Barrachina** situato sempre a San Juan.

zare prodotti premium e naturali, generando una bevanda fresca e bilanciata nel gusto. Un cambiamento fortemente spronato dalla Gen Z che, rispetto alla generazione che l'ha preceduta, è senz'altro più esigente, selettiva e desiderosa di

vivere un'esperienza sensoriale completa».

La ricetta originale si rinnova con i twist

Gen Z alla quale appartiene **Alia Melis**, barlady in pianta stabile presso il bancone milanese del **Salmon Guru**, catena di cocktail bar con cucina fusion nata a Madrid. «Con Piña Colada si parla di un cocktail classico e intramontabile, tornato oggi prepotentemente in auge, anche se forse non è mai calato d'interesse – sostiene la barmaid ventiseienne –. I bartender della mia generazione ne rispettano la ricetta originale, con voglia di valorizzarla optando per ingredienti premium e usando tecniche di preparazione all'avanguardia». Il tutto senza precludere la possibilità di sperimentare nuove formule. «È molto versatile e si presta quindi molto bene ai twist (vedere il box, ndr) – assicura Melis –. Personalmente ritengo interessante giocare con la componente amara, che aiuta a dare profondità e a bilanciare la dolcezza, rendendo il drink più contemporaneo. Al tempo stesso, la Piña Colada è così solida da permettere al rum bianco di amalgamarsi in modo armonico con altri distillati, senza mai confondersi e perdere la sua identità».



Alia Melis, barlady del milanese Salmon Guru, catena nata a Madrid

E PER GIOCO C'È CHI POSTA: "ABBASSO LA PIÑA COLADA"

In barba ai trend e ai ritorni di passione, c'è chi dice no alla Piña Colada. E lo fa con una campagna social, usando un tono scanzonato e divertito. Alla regia di questo attacco online c'è il noto bartender lombardo **Diego Ferrari** che, da alcuni mesi, pubblica sul suo profilo Instagram post e reel che si prendono gioco del drink caraibico, ognuno riconoscibile dalla firma Pcs (*PiñaColada Sucks*). «So benissimo che questo cocktail non tramonta mai e sta di nuovo conoscendo un'onda di successo – ha riconosciuto Ferrari –. Ma per gioco ho deciso di prenderlo di mira. Il tutto nasce da una mia personale idiosincrasia nei confronti dell'ananas e del cocco in versione liquida. Idiosincrasia nata negli anni dell'adolescenza, quando una sera sorseggiai un drink alcolico preparato con questi due frutti che mi rimase indigesto». Anni dopo, la vendetta digitale: «Ho iniziato a scrivere messaggi e creare storie sui social contro la Piña Colada usando immagini riprodotte attraverso l'AI – ha spiegato il bartender –. L'effetto è stato immediato: gli utenti hanno subito reagito e alimentato interazioni sul mio profilo, circa 2.000 per un post. La reazione mi ha divertito e ho scelto di aggiungere allora altre foto». Per gioco quindi, ma anche per convinzione professionale. «Penso che il rum sia uno spirit talmente versatile e capace di abbinarsi delicatamente con altri ingredienti alcolici, da non necessitare per forza di essere amalgamato alla frutta. Il mio intento è anche stuzzicare i colleghi, soprattutto i più giovani, spingendoli a sperimentare nuovi mix con questo liquore e ideare dei twist della Piña Colada. È semplice e divertente: basta non usare ananas e cocco!».



Diego Ferrari, amore e odio per l'ananas

CLICK!



Paolo Baccino, bar manager del cocktail bar The Balance di Savona

C'è poi chi sottolinea come certi ritorni di fiamma scaturiscano anche dalla volontà di rifarsi a concetti più classici, soprattutto in termini di servizio e presentazione. «Oggi una buona fetta di avventori si è stufata di vedere girare al bancone drink standardizzati, che sembrano troppo simili l'uno all'altro – sostiene, infatti, **Paolo Baccino**, bar manager del cocktail bar **The Balance** di Savona –. C'è voglia di cambiare, ritrovare fantasia anche nell'estetica dei drink, privilegiando bicchieri meno

trasparenti, figli di un processo di chiarificazione reso, in certi casi, eccessivo. E poi sta riemergendo la voglia di riscoprire sensazioni organolettiche che erano un must qualche decennio fa. In quest'ottica, si riscopre la qualità dei dessert drink, di cui la Piña Colada è tra i massimi e storici esponenti. Una texture come la sua torna a essere un asset vincente, proponendosi nella versione consistente, da masticare, in maniera tale da offrire un'esperienza di consumo totale in bocca».

LE RICETTE - DOPPIO TWIST AL FEMMINILE

PATAGONIA SLAMMER

by Alia Melis

INGREDIENTI:

Fernet Branca (20 ml), Brancamenta (10 ml), Cachaça (45 ml), Cocco Cream (30 ml), Lime Juice (10 ml), Orange Juice (20 ml).

GARNISH: noce moscata on top

PREPARAZIONE: introdurre gli ingredienti in un blender, farlo ruotare per circa una ventina di secondi, versare delicatamente in un bicchiere e guarnire.



PANAIPO

by Samantha Migani

INGREDIENTI:

Rum Appleton Estate 12 y.o. (20 ml), Trois Rivières Vosp rum vieux agricole (15ml), Santa Teresa 1786 Triple Aged Coffee (15 ml), home made Hot Tiger Milk Butter di miele, cocco, burro (30 ml), Falernum, Fassionola Gold Team, spremuta arancio (20 ml), 4 dadi ananas Costa Rica, ghiaccio crashed (60 g).

GARNISH: foglie di palma e fiori edibili

PREPARAZIONE: mettere gli ingredienti in un bicchiere Collins, frullare con una paletta rasa di ghiaccio crashed per ottenere una texture cremosa e compatta.



Una versione shakerata del Negroni.
Anche il bicchiere, un calice elegante,
è diverso dal classico tumbler basso

DI NEGRONI CE N'È UNO TUTTI GLI ALTRI SON SBAGLIATI

di Rita Bossi

Corsi e ricorsi

- | Fiorentino di nascita, mondiale per crescita e apprezzamento, il cocktail
- | più richiesto a livello planetario è incorso nei decenni in un'infinità
- | di versioni, non solo il celebre "Sbagliato". Luca Manni, il bar manager
- | dello storico caffè in cui vide la luce, è oggi un autentico virtuoso
- | delle variazioni sul tema. E le racconta con passione e dovizia di dettagli

Secondo la classifica di *Drinks International*, il cocktail più ordinato nei bar del mondo è l'italianissimo Negroni. Inventato nel 1919 al Caffè Casoni (oggi Giacosa) di Firenze e da allora servito in tutti i locali, grazie alla sua semplicità e al gusto unico. A idearlo fu il conte Camillo Negroni, bevitore e viaggiatore, che un giorno chiese al suo barman di fiducia di correggere il suo solito Americano con il gin, che aveva conosciuto e apprezzato di ritorno da uno dei suoi viaggi. Così, involontariamente, diede inizio a una delle più grandi

rivoluzioni nella storia della miscelazione contemporanea. 1/3 Vermouth rosso, 1/3 di Bitter, 1/3 di gin, uno spruzzo di soda e una fettina d'arancia a guarnizione. Il tutto in un tumbler basso, il classico bicchiere da cocktail cilindrico. Oggi il **bar Giacosa** – del Gruppo Valenza – insieme al **Caffè Gilli** (1733) e al **Caffè Paszkowski** (1903), due dei più antichi bar d'Italia, mantiene intatto l'heritage di una narrazione così importante pur essendosi trasformato in un cocktail bar moderno, affollato a ogni ora del giorno. Alla supervisione del Giacosa

CLICK!

CLICK!

sta **Luca Manni**, F&B manager, che ha saputo mettere a punto un'autorevole rilettura di questo classico offrendone svariate rivisitazioni. Una serie di twist sul classico Negroni (come il Negroni shakerato o il Negroni Spritz), uno spazio in cui si mescolano tradizione e innovazione (come nel Gibson Negroni o nel Cham-on!, personale rivisitazione di un Negroni Bianco) e infine una linea di signature del locale. 42 anni, mixologist di grande esperienza, è sempre pronto a trasformare ogni drink in un sorriso e in un'esperienza di sensi. Per noi la bella opportunità di intervistarlo.

Dove sta andando la mixology italiana? E quali sono secondo lei le tendenze più forti? Come si stanno differenziando rispetto al panorama internazionale?

Dal mio punto di vista la mixology italiana è di altissimo livello e compete con quella internazionale in specializzazione e capacità tecniche, nell'ideazione creativa del drink e di tutto ciò che ruota attorno al settore. Per quanto



Il bancone del Giacosa, già Caffè Casoni, a Firenze, dove nel 1919 il celebre cocktail fu inventato per compiacere le richieste del conte Camillo Negroni, che volle correggere l'Americano con il gin

riguarda le tendenze più forti noi confermiamo tanti classici italiani. Inoltre, stiamo andando verso un'attenzione sempre maggiore sugli analcolici, o sui low alcol, più venduti e maggiormente richiesti. L'importante è presentarli oggi non come drink di seconda scelta, ma come vere creazioni, per l'ottima qualità delle materie prime e della proposta. L'Italia ha inoltre una grande storia di liquoristica che comunque ci differenzia da tutto il resto del mondo.

Cosa cercano maggiormente gli ospiti stranieri in un bar italiano? Ci sono aspettative ricorrenti o cliché che le capita spesso di dover confermare o sfatare?

In un bar italiano gli ospiti stranieri cercano prima di tutto l'accoglienza italiana in cui noi siamo maestri, quindi se nella ristorazione c'è l'oste all'italiana, nel bar c'è il bartender all'italiana che "fa" la grande ospitalità. Con una buona dose di franchezza, contatto e spontaneità. E per le semplici bevute

lo straniero ricerca sempre il made in Italy, quindi i cocktail da aperitivo classici, uno Spritz, un Americano, sua maestà il Negroni, altrimenti un amaro o un limoncello.

Come si traduce l'identità italiana in un cocktail moderno? Usa particolari ingredienti, tecniche o storytelling per valorizzare l'italianità in chiave contemporanea?

Partiamo sempre da un grande classico della tradizione italiana, e poi per valorizzarne l'identità possiamo aggiungere prodotti di casa nostra che ne esaltano la territorialità. Uniamo il tutto a tecniche moderne e quindi magari all'utilizzo di drink chiarificati, come vanno di moda ora, rimanendo sempre ancorati alla struttura del cocktail base a cui ci ispiriamo. La proposta italiana si basa su capisaldi classici ma nulla ci vieta di reinterpretarli in chiave contemporanea. Lo storytelling è fondamentale: si parte dal racconto



Luca Manni, bar manager presso il prestigioso Gruppo Valenza a Firenze

del prodotto italiano che ha ispirato quel tipo di drink. La chiave dell'aggancio serve a raccontare al meglio la magia che c'è dietro un cocktail, che cerchiamo di ricreare ogni giorno per la nostra clientela.

Com'è cambiato il ruolo del bar manager negli ultimi anni? Tra formazione, creatività, gestione del team e rapporto con i clienti, quale aspetto oggi pesa di più?

Negli ultimi anni quello del bar manager è un ruolo che si è sicuramente molto evoluto. Anni fa infatti era una figura meno centrata, meno esperta. Adesso ci vuole tanta formazione e innovazione. La voglia di rimanere al passo coi tempi e in contatto con i clienti per capire i cambiamenti, dove vanno le mode e reinventarsi continuamente. Il fondamento del nostro lavoro è porre sempre al centro le persone. La necessità di comunicare è fondamentale ma anche l'aspetto più difficile. Il bar manager deve tenere unito il team, spronare ogni elemento della squadra in maniera differente. Creare sinergia nel lavoro significa andare oltre la semplice collaborazione per dare risultati superiori attraverso una comunicazione aperta, maggior fiducia e obiettivi condivisi, valorizzando le varie competenze.

Ci sono nuovi strumenti che aiutano il barman, nuove macchine o accessori speciali...

Certo, oggi esistono nuovi strumenti rispetto a 20 anni fa,

quando ho cominciato a lavorare nel settore. Sia a livello di tecniche che di formazione, esistono strumenti che possono aiutarci. Però prima bisogna frequentare corsi professionali teorico-pratici (in caffetteria, mixology avanzata, craft, bar management) in accademie specializzate, tenuti da professionisti, utili per l'aggiornamento.

Una tecnica di mixology avanzata è la centrifugazione per chiarificare i drink: sfrutta la forza centrifuga per separare rapidamente solidi e liquidi, accelerando i processi naturali (come la sedimentazione) o forzando la separazione che altrimenti richiederebbe ore con metodi lenti come la filtrazione per gravità o la gelificazione, rendendo cocktail e succhi limpidi, setosi e cristallini in pochi minuti.

Come considerate i cocktail alla spina?

All'interno dei nostri locali non li consideriamo. È un'offerta che vedo più per un locale in stile street bar da grandi volumi, con design particolari e attenzione alla musica, come nei listening bar. Qui i cocktail alla spina sono serviti quasi istantaneamente, garantendo e mantenendo la costanza della qualità. Ben diverso è realizzare un drink in tutti i suoi passaggi davanti agli occhi del cliente. Un'arte che combina scienza e creatività, trasformando un semplice sorso in un'esperienza sensoriale.

L'AI può aiutare la fantasia suggerendo ingredienti e mix?



Da sinistra, tre audaci varianti proposte da Luca Manni: Negroni Giacosa, Cosmo Negroni e Negroni Old Fashioned



I Negroni in carta al Giacosa



experience: la degustazione Negroni, per un viaggio attraverso tre varianti del cocktail iconico, e la degustazione Giacosa, sempre per un tasting di tre signature del bar fiorentino.

Mettiamo che domani finisse il mondo. Che distillato e ricetta salverebbe per un cocktail da tramandare alle generazioni future?

Absolutamente salvo l'Old Fashioned, sia come ricetta che come concetto: mi riferisco a un approccio all'antica, fuori moda, ma di qualità, centrato sulla semplicità e sull'autenticità. Un drink che si può ricreare facilmente con qualunque base distillata partendo da un bitter, una parte zuccherata, una giusta diluizione e una scorza d'agrumi. È semplice ma magico allo stesso tempo. La vodka è il distillato che prediligo, sembra banale ma va sempre bene in ogni momento e occasione, abbinata a qualsiasi cosa al mondo.

Ogni tanto per avere qualche suggerimento sulla grafica di menu o vignette. Non la uso per farmi ispirare o suggerire drink, anche se sono convinto che sarà sempre più adottata e quindi, se utilizzata nel modo giusto, potrà essere un valido alleato per i professionisti del bere miscelato, ma mai sostituire la relazione fondamentale tra barman e cliente

iconico. Negli ultimi anni abbiamo fatto uno studio su come sia cambiato il palato della clientela, sperimentando su note bitter e amaricanti. Tra le chicche ci sono anche le speciali

Qual è il drink manifesto dei locali del gruppo Valenza, quello che meglio rappresenta la vostra filosofia o che più sorprende i vostri ospiti?

Il drink manifesto dei nostri locali è sicuramente il Negroni, il rossosangue di ogni fiorentino. Da Giacosa è un'istituzione e siamo orgogliosi di portarne avanti la tradizione. Ogni locale del gruppo rappresenta un cocktail importante grazie alle varianti che abbiamo creato: da Paszkowski la variazione al passion fruit, da Gilli, la realtà più istituzionale del Gruppo Valenza, proponiamo il Negroni del Centenario creato nel 2019 per i 100 anni del Negroni - servito insieme a una gelatina di Negroni e un goccio d'acqua -. Da Giacosa il Negroni è



Non solo Negroni, però: da sinistra, il Bellini Giacosa e il Bicicletta

Una rigogliosa piantagione di caffè organizzata su filari per facilitare la raccolta. Le principali coltivazioni si trovano nella fascia tropicale di Asia, Africa e America Latina

40

PIÙ LO MANDI GIÙ, PIÙ... AVEVA RAGIONE MANFREDI

di Alice Matone*

L'approfondimento

- | ...e più ti tira su», era la risposta del grande attore, prestato allo spot di uno dei più
- | noti marchi italiani, negli anni Settanta-Ottanta. Talvolta demonizzato
- | e ritenuto responsabile di svariati disturbi, all'esame della scienza, al contrario,
- | il caffè in molti casi è un toccasana. Ottimo antiossidante, protegge
- | dalle infiammazioni e aumenta la lucidità mentale. L'importante è non eccedere
- | nell'assunzione della caffeina e imparare a modularla. Vi diciamo come si fa

Grappoli dai frutti ovali rosso vivo, le drupe, anche dette ciliegie per la loro somiglianza con il frutto primaverile: non esattamente ciò che viene in mente pensando agli scuri e profumati chicchi di caffè pronti per essere macinati. Eppure, questo è l'aspetto delle bacche di *Coffea*, pianta della famiglia delle Rubiacee, che dà origine alla bevanda più diffusa al mondo. I chicchi di caffè sono racchiusi a coppie all'interno delle bacche, avvolti da diversi strati protettivi che contribuiscono al loro profilo aromatico. Sebbene siano

state classificate più di 100 specie di piante di caffè, solo due sono utilizzate per la produzione su larga scala: *Coffea arabica* e *Coffea canephora* (nota come Robusta). Esistono altre due specie coltivate per la produzione di caffè, la Liberica e l'Excelsa, ma costituiscono meno dell'1% della produzione mondiale, dominata per circa il 60% dall'Arabica e per il 40% dalla Robusta. La prima cresce nel Sud e Centro America, nell'Africa orientale e in Asia, ama le altitudini elevate e le temperature miti, e i chicchi hanno una forma

allungata e appiattita. L'altra nasce nell'Africa centrale e occidentale, nel Sud-Est asiatico e in Brasile, a quote inferiori e con temperature più calde, è più resistente a malattie e parassiti, e i

chicchi sono più piccoli e tondeggianti.

*Ma allora, ci chiediamo,
fa bene o male alla salute?*

Le evidenze scientifiche oggi disponi-

bili rispondono che fa bene, purché il consumo sia gestito con buon senso e attenzione alle caratteristiche individuali. Numerosi studi su larga scala condotti in tutto il mondo, infatti, hanno

COSA C'È DENTRO IL CHICCO?

La composizione chimica dei chicchi di caffè è complessa: i carboidrati costituiscono più della metà del chicco fresco, poi ci sono amido e cellulosa, proteine, lipidi, minerali e una vastissima gamma di molecole bioattive.

Le componenti aromatiche nascono durante la tostatura, quando gli elementi reagiscono chimicamente tra loro creando più di 800 composti volatili che danno vita allo speciale aroma.

Le molte proprietà benefiche della bevanda si devono invece ai fitocomposti, i cui gruppi principali sono gli alcaloidi, gli acidi fenolici, i flavonoidi e i terpeni.

L'alcaloide principale è la ben nota **caffaina**, sostanza che agisce sul sistema nervoso centrale come stimolante: a dosi moderate riduce la sonnolenza, aumenta la lucidità mentale e aiuta la concentrazione. Inoltre, ha proprietà antiossidanti e antinfiammatorie, e diversi studi suggeriscono che possa avere un effetto protettivo sul cervello. Negli anziani, per esempio, aiuta la memoria, e un consumo moderato è stato associato a un minor rischio di sviluppare alcune malattie neurodegenerative.

L'acido fenolico più presente nel caffè è l'acido clorogenico, noto per le proprietà antiossidanti e antibatteriche, per abbassare i trigliceridi e favorire il rapporto fra colesterolo "buono" e "cattivo", e per aiutare nel controllo della glicemia.



*Nino Manfredi in uno degli storici spot della Lavazza.
Una collaborazione durata dal 1977 al 1993.*



Una drupa appena raccolta e tagliata, vista in sezione

si trasforma in altri composti che sono i principali responsabili del sapore amaro e hanno un ruolo importante nella formazione del colore.

I **flavonoidi**, ampio gruppo di molecole antiossidanti e antinfiammatorie, sono abbondantemente presenti nel caffè: fra queste troviamo catechina, epicatechina, luteolina, miricetina e quercetina, tutte sostanze preziose per il nostro organismo.

Fra i terpeni, infine, i principali sono il **cafestolo** e il **kahweol**, presenti soprattutto negli oli del caffè. Studi in laboratorio hanno evidenziato che questi composti possono avere effetti interessanti sull'organismo, come attività antinfiammatoria, protezione del fegato e, in alcuni casi, un'azione contro la crescita di cellule tumorali. Alcuni terpeni partecipano inoltre alla formazione dell'aroma durante la tostatura, arricchendo il profilo sensoriale del caffè.

mostrato negli anni che bere caffè in quantità moderate è associato a una riduzione della mortalità complessiva e a un minor rischio di patologie cardiovascolari, diabete, ictus, disturbi respiratori, declino cognitivo e, potenzialmente, alcuni tipi di cancro (come al fegato e all'utero). **I meccanismi attraverso cui il caffè favorisce la salute** sono innanzitutto il forte potere antiossidante (è una delle fonti principali di antiossidanti nella dieta occidentale), gli effetti antinfiammatori (per esempio migliora la funzione polmonare), e l'azione di modulatore metabolico, ovvero migliora il controllo della glicemia e aumenta l'ossidazione dei grassi. Oltre agli effetti su mortalità e malattie croniche, il caffè influisce su molti aspetti del benessere quotidiano: favorisce l'idratazione, aumenta la lucidità mentale e migliora le performance fisiche. **E le controindicazioni?** Esistono, ma variano molto da persona a persona. L'effetto collaterale più comune del caffè, dovuto all'azione stimolante sul sistema nervoso centrale, è quello di incidere sulla quantità del sonno, soprattutto se assunto nel tardo pomeriggio o la sera. Gli effetti del caffè possono durare fino a otto-dieci ore, ma questo cambia molto a seconda dell'età, del peso corporeo e delle suscettibilità individuali: anche la genetica, infatti, ha un ruolo importante nel metabolismo del caffè. Esistono delle varianti geniche per cui alcune persone possono metabolizzare il caffè molto più velocemente rispetto ad altre, per questo ad alcuni non dà fastidio assumerlo dopo cena, mentre per altri è meglio non



Un buon caffè, un buon libro. Ci sono controindicazioni? Esistono, ma variano molto da persona a persona

andare oltre il primo pomeriggio. Inoltre, il caffè può causare ansia, palpitazioni o sensazione di agitazione, ma soprattutto in persone predisposte o se

IL DECA: LASCIA DORMIRE ED È SEMPRE PIÙ BUONO

Esistono tre principali metodi per rimuovere la caffeina, tutti applicati ai chicchi verdi prima della tostatura: **ad acqua** (come il processo Swiss Water), che utilizza acqua e filtri a carbone; **ad anidride carbonica supercritica**, in uno stato intermedio tra gas e liquido, capace di sciogliere la caffeina senza lasciare residui; **con solventi selettivi**, sostanze che si legano alla caffeina e vengono eliminate prima della tostatura. Nell'Ue il caffè può dirsi decaffeinato se la caffeina residua non supera lo 0,1% sul prodotto secco, ovvero una rimozione del 97-99%. Gli effetti su sonno, ansia e palpitazioni risultano quindi generalmente trascurabili. I composti antiossidanti restano in larga parte presenti, e le variazioni del profilo aromatico sono sempre più contenute grazie al miglioramento delle tecniche.



Un deca macchiato, con tanto di cuoricino

assunto in quantità elevate. A livello del tratto gastrointestinale, il caffè può favorire il reflusso gastrico e il bruciore di stomaco, e riduce l'assorbimento del ferro cosiddetto non-eme, ovvero quello proveniente da fonti vegetali: per ovviare basta assumerlo lontano dai pasti ricchi in questo elemento.

Il caffè è un vasocostrittore e può pertanto alleviare il mal di testa, così come può indurlo se se ne sospende bruscamente l'assunzione (la cosiddetta cefalea da astinenza). È invece da sfatare la convinzione che il caffè causi ipertensione: è vero che ha un effetto sulla pressione, ma si tratta di un aumento contenuto e temporaneo, che tende a svanire in poche ore, e si verifica soprattutto in chi non consuma caffè abitualmente; chi beve invece caffè tutti i giorni sviluppa una tolleranza e, secondo diversi studi, a lungo termine i bevitori abituali avrebbero la pressione sanguigna leggermente più bassa rispetto agli altri. Tutto questo è vero sempre a patto di non esagerare. Quali sono quindi le quantità di caffeina che si possono assumere senza preoccupazioni e, anzi, con diversi benefici per la salute?

Non superare le dosi di caffeina quotidiana

Secondo le linee guida dei principali enti internazionali, come l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) e l'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare (EFSA), è considerato sicuro un consumo giornaliero di caffeina fino a 5,7 mg per chilo di peso corporeo. Quindi, per persone che pesano tra i 50 e i 70 chili, **va bene un'assunzione tra i 300 e i 400 mg al giorno**, sempre a esclusione di particolari condizioni. In pratica, di quanto caffè parliamo? Dipende da molti fattori, come la qualità, la macinatura e il metodo di estrazione. Per avere un'idea di massima, una tazzina di espresso contiene circa 60-80 mg di caffeina, quindi un consumo fino a quattro caffè al giorno può essere considerato sicuro

per una persona sana. Non tutti in una volta però: la massima dose singola raccomandata è di circa 200 mg. Le donne in gravidanza non dovrebbero superare i 200 mg al giorno (circa 2 tazzine) ed è bene essere prudenti anche per chi soffre di disturbi del sonno, ansia o irrequietezza, reflusso gastroesofageo, aritmie o palpitazioni, pressione non ben controllata o per chi assume alcuni farmaci. Una buona alternativa per evitare la caffeina senza rinunciare al piacere del caffè è il decaffeinato (vedere il box nella pagina accanto).

Mille modi di prepararlo: dalla moka al filtro

Per quanto riguarda l'assunzione di caffeina, inoltre, possono essere utili alcune informazioni, per esempio sapere che una tazzina di caffè preparato con la **moka** contiene circa 80-100 mg di caffeina (contro i 60-80 di un espresso) e che, rispetto a un **espresso** normale, uno ristretto contiene leggermente meno caffeina e uno lungo leggermente di più. Per il caffè **americano** è un po'

più complicato: se a un espresso si aggiunge semplicemente acqua calda, la quantità di caffeina è esattamente la stessa, mentre se si usa il caffè filtrato si può arrivare a 200 mg di caffeina o anche di più, a seconda del metodo di filtraggio e della quantità di polvere utilizzata.

Poiché questi valori però sono soltanto indicativi e possono variare considerevolmente, è bene conoscere i principali parametri che agiscono sul contenuto di caffeina. Innanzitutto, il **tempo** di contatto fra acqua e caffè: più a lungo l'acqua rimane a contatto col macinato, più caffeina si estrae, per questo l'espresso ha meno caffeina del caffè della moka, che a sua volta ne ha meno rispetto a quello filtrato o per infusione. Un altro fattore decisivo è la **temperatura**: la caffeina si estrae già efficacemente intorno agli 80 °C, mentre temperature più alte (90-96 °C, come raccomandato per un espresso di qualità) velocizzano l'estrazione e permettono di estrarre più caffeina e aromi, rendendo la bevanda più intensa. Temperature troppo



Rispetto all'assunzione di caffeina, un caffè shakerato vale quanto l'espresso da cui è preparato. Può "valere" di più se il barman utilizza più di un espresso a testa per ottimizzare la dose



Chicchi di caffè tostato. La tostatura è il passaggio decisivo per determinarne il carattere, l'intensità e il bouquet aromatico

elevate o tempi eccessivi favoriscono però l'estrazione di composti amari e astringenti, che possono far risultare il caffè "bruciato". Nell'infusione a freddo (*coldbrew*), il caffè macinato resta a contatto con acqua fredda per molte ore, a temperatura ambiente o in frigorifero. Il processo è lento, anche 12-24 ore, ma il risultato è una bevanda più dolce e morbida, meno amara.

Anche la **macinatura**, infine, ha un impatto sulla quantità di caffeina: se il caffè è macinato fine, quindi se è più ampia la superficie di caffè esposta all'acqua, si verifica un'estrazione di caffeina più completa e veloce, mentre una macinatura grossa necessita di un'estrazione più lenta, implicando il rilascio di una minor quantità di caffeina nello stesso arco di tempo. L'aggiunta di zucchero o latte non influisce sulla caffeina ma può attenuare alcuni dei benefici per la salute. In particolare, zucchero e proteine del latte tendono a ridurre la capacità antiossidante del caffè, limitare l'assorbimento di polifenoli benefici e vanificare in parte la protezione metabolica e antiinfiammatoria. Per massimizzare

gli effetti positivi, è meglio consumare il caffè nella sua forma più essenziale. Anche la lavorazione del caffè non ha una grande influenza sulla quantità di caffeina: raccolta, essiccazione e tostatura non modificano in modo significativo la caffeina della polvere ottenuta, ma ne influenzano il profilo aromatico.

Dal chicco al piatto, le invenzioni degli chef

Grazie al profumo e alle proprietà aromatiche, il caffè può trovare spazio in cucina non solo nei dolci più conosciuti, come il tiramisù, ma anche in ricette salate. Un esempio è la proposta di **Paolo Barrale**, chef del ristorante Aria a Napoli, insignito di una stella Michelin, che per celebrare la giornata internazionale del caffè (il 1° ottobre), ha ideato il **Maialino con mole nero, indivia e arancia**. In questa creazione, il maialino viene cotto con grande attenzione alla texture, con la pelle croccante e la carne succosa, e reso speziato e dai sentori affumicati proprio grazie al caffè. 15 grammi di polvere di caffè sono integrati nel *mole*, una salsa complessa e profon-

da in cui le verdure bruciate alla brace si fondono con olive e capperi. Il caffè viene anche spolverato sul millefoglie di indivia, che accompagna il piatto assieme a una salsa agrumata.

Un'altra ricetta arriva dal panorama gourmet francese, la **Torta di carciofi con emulsione di caffè e maggiorana** proposta da **Cédric Burtin**, lo chef di Saint-Rémy (dipartimento di Saône e Loire), due volte stellato. Il piatto parte da una base croccante di frollini al formaggio Comté che fa da supporto ai cuori di carciofo lavorati in più consistenze. Il caffè, inglobato in una purea con i carciofi cotti con aromi e vino bianco, viene aggiunto all'ultimo nel mixaggio per preservarne al meglio l'aroma: il risultato è una crema densa e saporita in cui la nota amara e tostata dell'espresso gioca un ruolo distintivo nel bilanciare le componenti vegetali della preparazione.

Oltreoceano, lo chef statunitense pluri-premiato **Steven Satterfield**, alla guida del ristorante Miller Union ad Atlanta, propone una versione contemporanea della tradizionale **Red-eye gravy**

quail. Questo piatto è costruito attorno alla quaglia rosolata, servita su frittelle di polenta di mais e accompagnata da una salsa (*gravy*) in cui il caffè è un elemento strutturale. La *gravy* è realizzata facendo sobbollire insieme ai succhi di cottura della quaglia un doppio caffè espresso, capperi, uva moscatina, un cucchiaino di prosciutto cotto rustico tritato e un tocco di zenzero fresco: il risultato è una salsa densa e profonda, dove l'amaro deciso e corposo del caffè regge la combinazione con la sapidità del prosciutto e la dolcezza fruttata. Per chiudere in dolcezza, un'altra interpretazione del caffè viene dal mondo dei dessert, nella **Millefoglie con mousse al caffè** dello chef stellato **Gennaro Esposito** de La Torre del Saracino, a Vico Equense (Napoli). Nella ricetta, due rettangoli di pasta sfoglia racchiudono una morbida mousse preparata con caffè espresso e cioccolato fondente, il tutto accompagnato da spumoni di cremoso al caffè e gelato di datteri e malaga: un'esperienza di dolcezza raffinata, dove la componente amaro-gnola del caffè definisce il carattere del piatto. Forse, in questo caso, il caffè postprandiale è meglio sceglierlo decaffeinato.



Le drupe, dette anche ciliegie per la somiglianza con il frutto

QUANTO CAFFÈ C'È NEL CAFFÈ?

La quantità di caffeina in una tazza di caffè dipende dal metodo di preparazione, dalla dose di polvere e dalla specie botanica utilizzata: la **Robusta** contiene naturalmente circa il 50-60% di caffeina in più rispetto all'**Arabica**, e questo si riflette anche nelle bevande finali. Le bevande preparate con miscele Arabica-Robusta avranno contenuti intermedi. I valori sono indicativi e possono variare in base a temperatura dell'acqua, tempo di estrazione e finezza della polvere macinata.

| Tipo di bevanda | Polvere di caffè (g) | Metodo di estrazione | Caffeina (Arabica) | Caffeina (Robusta) |
|---------------------------|-----------------------|----------------------------------|--------------------|--------------------|
| Espresso | 7-9 g | Alta pressione, ca 25 sec. | 60-80 mg | 90-120 mg |
| Espresso ristretto | 7-9 g | Alta pressione, estrazione breve | 50-65 mg | 75-95 mg |
| Espresso lungo | 7-9 g | Alta pressione, estrazione lunga | 80-100 mg | 110-140 mg |
| Caffè moka | 10-12 g (per tazzina) | Estrazione per ebollizione | 80-100 mg | 120-160 mg |
| Caffè filtro | 12-15 g | Filtrazione lenta | 120-200 mg | 180-260 mg |
| French press | 12-15 g | Infusione | 100-150 mg | 150-220 mg |
| Coldbrew | 15-20 g | Infusione a freddo (12-24 h) | 150-200 mg | 220-300 mg |
| Decaffeinato | 7-9 g | Variabile | 2-5 mg | 2-5 mg |

*Alice Matone, con laurea magistrale in Biotecnologie genomiche e dottorato di ricerca in Medicina, è divulgatrice della scienza con master in giornalismo scientifico conseguito presso la Sapienza - Università di Roma. Collabora con varie testate ed enti di ricerca in Italia e all'estero

L'aji amarillo, uno dei peperoncini più utilizzati nella cucina peruviana. Mediamente piccante, è molto dolce e fruttato, tanto da prestarsi a una grande varietà di preparazioni



46

DALL'AFRICA AL SUDAMERICA L'INTRECCIO DEGLI AROMI CALDI

*di Alice Matone**

Spezie & Erbe

- | *Dolcezza, profondità e un'armonia complessa di profumi distinguono le spezie che*
- | *nei secoli le rotte marine hanno portato dal Continente nero all'America*
- | *Latina, e viceversa. Uno scambio felice che ha arricchito le cucine tropicali su entrambi*
- | *i lati dell'Atlantico e ha ormai conquistato anche la vecchia Europa*

Le cucine dell'Africa subsahariana e dell'America Latina condividono un patrimonio aromatico in cui **dolcezza, calore e profondità** si intrecciano con tecniche che valorizzano cotture lunghe e delicate che fondono lentamente gli aromi. Le spezie che caratterizzano queste aree hanno viaggiato per secoli fra continenti, diventando centrali anche altrove: sprigionano oli essenziali e profumi, e il loro inserimento in momenti diversi della cottura crea

un profilo aromatico stratificato, complesso e armonico. Il peperoncino è la matrice comune, elemento identitario tanto nel Messico quanto nelle regioni dell'Africa occidentale. Pimento, vaniglia e cacao provengono dal Continente americano e hanno trovato nuovi impieghi nelle cucine africane, mentre la noce moscata, originaria dell'Asia sud-orientale, è ormai parte stabile dei repertori caraibici e di molte cucine costiere africane.

**Cacao, vaniglia
e noce moscata**

Dietro la magia degli aromi si nascondono spesso **proprietà benefiche per la salute**, come nella vaniglia, che è ricca in polifenoli con azione antiossidante. Il pimento, anche detto *allspice* - una piccola bacca marrone che mescola i sapori di cannella, chiodi di garofano e noce moscata con note leggermente balsamiche e calde - è ricco di eugenolo, dalle proprietà antiossidanti e

analgesiche. Il cacao (non zuccherato!) è noto per l'azione antiossidante ed energizzante, per gli effetti positivi sul benessere cardiovascolare e sull'umore, oltre che essere ricco in minerali e vitamine. Il peperoncino, grazie alla capsaicina, può esercitare un'azione antiossidante e antinfiammatoria, con potenziali effetti sul metabolismo energetico, ma può essere irritante, quindi, in certi casi, va usato con attenzione. La noce moscata, ricca di miristicina e altri composti aromatici, è studiata per gli effetti digestivi, ma in grandi quantità è tossica, ne va fatto solo il normale uso culinario.

Aromi complessi: le tecniche per crearli

Nelle cucine dell'Africa occidentale il **peperoncino** costruisce la base aromatica di zuppe e stufati, mentre in America Latina è usato per dare freschezza o profondità a salse, condimenti e preparazioni in umido: si va dagli ají peruviani, peperoncini freschi o macinati che insaporiscono salse leggere e piatti di pesce, ai chiles messicani, varietà essiccate o affumicate che conferiscono note più intense a stufati, carni brasate e salse dense. La **noce moscata**, molto impiegata in impasti dolci e bevande speziate africane e caraibiche, trova applicazione come noto anche in ripieni salati italiani: piccole quantità a fine cottura completano besciamelle, tortelli di zucca, sformati di verdure e creme di legumi, aggiungendo calore senza coprire gli altri aromi. La **vaniglia**, nel mondo latino e in Madagascar, accompagna anche piatti salati, spesso a base di pesce e crostacei. Nella nostra cucina può arrotondare fondi leggeri di pesce, marinature agrumate o riduzioni per crudi: una bacca per litro di liquido è sufficiente per un effetto armonico e non dolciastro. Il **pimento** nei Caraibi è cardine dei *jerk*, una tecnica di marinatura lunga e cottura lenta su brace tipica della Giamaica. Da noi questa spezia può sostituire o integrare il pepe, usandolo intero nei brodi, o pestato per condire carni alla griglia, funghi e ortaggi arrostiti. Il **cacao**, tradizionalmente impiegato in forma non dolce per dare profondità alle salse e alle carni brasate, può arricchire ragù scuri, sughi di selvaggina o chili vegetariani (gli stufati speziati di origine tex-mex). Una punta di cacao puro in un sugo al pomodoro intensifica il profilo aromatico senza risultare riconoscibile come ingrediente dolce.

Usate nello stesso piatto ma aggiunte nella giusta forma e nel giusto momento, combinazioni di queste spezie creano l'effetto di stratificazione tipico di queste cucine. Per esempio, si può usare un peperoncino fresco nel soffritto di uno stufato, aggiungerne uno più affumicato a metà cottura e unire a fuoco spento il pimento tostato per mantenere le sue note più vive; oppure, nelle salse per carni e verdure si può usare una punta

di cacao amaro durante la riduzione e unire la vaniglia a fine cottura lasciando in infusione qualche minuto: sono tecniche per creare profili aromatici a più livelli.

Come si utilizzano e si conservano

Per ottenere il massimo da queste spezie è utile rispettarne tempi, forma e temperatura. Il peperoncino conserva appieno i composti attivi se una parte viene aggiunta a inizio cottura e una parte a fine preparazione; le varietà essiccate vanno protette dalla luce. La noce moscata dà il meglio se grattugiata al momento e inserita a cottura quasi ultimata. La vaniglia va conservata in contenitori ermetici leggermente umidi, e le bacche usate possono ancora aromatizzare zucchero o infusi. Il pimento, ricco di oli volatili, sprigiona la massima complessità se tostato brevemente prima di essere pestato. Il cacao in polvere va scelto senza zucchero e aggiunto a temperature moderate per preservare gli antiossidanti. **Una conservazione corretta e cotture non troppo aggressive** aiutano a mantenere sia l'aroma sia i principi attivi di queste spezie.



Bacche di vaniglia: oltre che per arricchire il sapore di molti dessert, sono ideali anche per arrotondare l'acidità di piatti salati (ad esempio a base di pesce)

*Alice Matone, con laurea magistrale in Biotecnologie genomiche e dottorato di ricerca in Medicina, è divulgatrice della scienza con master in giornalismo scientifico conseguito presso la Sapienza – Università di Roma. Collabora con varie testate ed enti di ricerca in Italia e all'estero

CLICK!



IL GUANCIALE *quello vero*



100%
CARNE ITALIANA



SENZA GLUTINE
SENZA LATTOSIO

