

FOOD&BEVERAGE HIGHLIGHT

COSÌ LA PIZZA È SULLA CRESTA DELL'ONDA

- **Benessere & green.** Più opzioni inclusive (gluten-free e vegan), ingredienti a km zero, zero sprechi in cucina e locali a basso impatto energetico.
- **Bassa & vintage.** Addio ai cornicioni *monstre*. Tornano la ruota di carro napoletana (gigante e sottile) e i grandi classici del passato.
- **Trionfo del crunch.** Grandissimo successo per la tonda romana (fatta con il mattarello, sottile e scrocchiarella) e per la pizza in teglia.
- **Esperienza a tavola.** Spopolano i menu degustazione, la pizza al centro della tavola, da condividere, e gli abbinamenti ragionati con i cocktail. E con i vini.
- **Intelligenza artificiale.** L'AI ottimizza i costi, gestisce il magazzino e aggiorna i menu in tempo reale.

Fonte: Pizza (re)connection, Giusy Ferraina, Ed. Dario Flaccovio

I topping preferiti

- **Identità e territorio.** Il topping diventa un racconto locale. Spazio a piccoli produttori, ingredienti stagionali e alle neonate carte dell'olio e del pomodoro.
- **Pochi ma accurati.** Bastano 3 o 4 ingredienti, purché lavorati con tecniche da chef: via libera a fermentazioni, affumicature, pickle e confit.
- **Mare e contrasti pop.** Il pesce si fa raffinato. Viene aggiunto rigorosamente all'uscita dal forno e abbinato a note agrumate o contrasti dolce-salato.
- **Plant-based gastronomico.** La scena è tutta degli ortaggi, valorizzati da creme arrosto e fermentazioni.

Fonte: Tuttonizza, Salone internazionale della Pizza, Napoli, 25-27 maggio 2026

Mani in pasta, numeri alla mano

- **2,2 milioni** di pizze servite ogni giorno nei canali del fuori casa
- **15 miliardi di euro** di giro d'affari complessivo per il circuito delle pizzerie in Italia
- **50.000 pizzerie** attive sul territorio nazionale
- **300.000 addetti** impiegati nel settore
- **12,7%** la percentuale di occasioni in cui, frequentando un locale pubblico, si sceglie di mangiare una pizza.

Fonte: Il Sole 24 Ore su dati Circana Crest e Fipe-Confcommercio, 2026

LA PIZZA SECONDO CARLO PETRINI UN PRODOTTO UNICO AL MONDO

"Non esiste forse alcun prodotto al mondo che sia in grado di suscitare simili emozioni gastronomiche. E non è un caso che sia Napoli il luogo dove meglio si combinano i cinque elementi che rendono possibile la magia alchemica della pizza".

Carlo Petrini, che ricordiamo a **pagina 11** consigliando di leggere i suoi libri, ha dedicato alla pizza numerose riflessioni, culminate in un articolo pubblicato sull'inserto *Gusto* di *la Repubblica*, il 24 aprile 2022. Mentre scriviamo, la frase che riportiamo sopra campeggia nella pagina Facebook dell'Associazione verace pizza napoletana (Avpn), che ringrazia così il fondatore di Slow Food recentemente scomparso. Petrini aveva scelto quelle parole come incipit della prefazione al libro **Farina, Acqua, Lievito, Sale, Passione** (i cinque elementi, appunto), pubblicato dall'Associazione nel 2013.

Ma il doveroso accento su Napoli non gli impediva di cogliere con lungimiranza quel peculiare rapporto fra tradizione e innovazione che fa della pizza un unicum nel panorama gastronomico nazionale. Il disco di pane, arcaico, primitivo, si presta ai cambiamenti, alle sperimentazioni più audaci, con la stessa naturalezza che lo ha visto nascere e adattarsi a qualsiasi companatico. Per chiamarsi pizza ha bisogno di alcune regole, indubbiamente. Soprattutto però, spiega Petrini nell'articolo su *Gusto*, ha bisogno di "senso", di motivazione. Non si prova a caso, senza mestiere, senza cultura. La libertà di innovare o di attenersi alla tradizione trova nella figura dell'artigiano la sua giustificazione, la sua garanzia: "E il merito non è solo dei cornicioni alveolati o degli ingredienti sempre più ricercati, ma della grande intelligenza di quelle pizzaiole e di quei pizzaioli che sanno leggere l'esperienza della gastronomia dei giorni nostri".

Al focus sulla pizza sono dedicati gli articoli di Alessandra Palma e Luciana Squadrilli, **da pagina 8 a pagina 21**.

Buona lettura

Saverio Paffumi



linea diretta

luglio 2026
n.07 del 1/7/2026
Mensile di enogastronomia,
ristorazione e turismo

Edizioni
Freemedia Società
Cooperativa
via Fabrizio De André 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 Poglieto

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
**RISTORANTI CHIAVI IN MANO
TUTTI I PRO E I CONTRO**
- 7 Appuntamenti clou
IN AGENDA
- 8 Mondo digital
**LA PIZZA DEL FUTURO
SARÀ UNA STORIA DA SFORNARE**
- 11 Libri letti per voi. Speciale Carlo Petrini
LE RECENSIONI DI LINEA DIRETTA



P I Z Z E R I E

12

- 12 Approfondimento 1-2
**LA PIZZA È UNA SCIENZA
(QUASI) ESATTA**
- 18 Approfondimento 3
**LA GEOMETRIA DEL SUCCESSO?
CHE LA BASE SIA ALL'ALTEZZA**



Foto copertina:
AdobeStock

Foto interno:
AdobeStock
Freemedia
Courtesy AVPN
Alessandra Farinelli
Michele Amoruso
Martino Dini

➤ 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

- 22 Malti & Luppoli
**TORTA SALATA BELLA PRESENZA
CERCA BIRRA SCOPO MATRIMONIO**
- 26 Griglie & grigliate
**UNA TENDENZA CHE SCOTTA
CON TANTA CARNE AL FUOCO**
- 30 Talenti horeca
**CERCA, TROVA, RACCONTA CHI È?
... LA SOMMELIÈRE**

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

- 34 Eccellenze italiane
**L'ORO GIALLO
DI SARDEGNA
ATTENDE LA
QUOTAZIONE DOP**

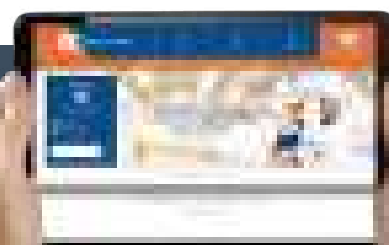
B A R & D I N T O R N I

40

- 40 Mixology
**METTETE DEI FIORI...
NEI VOSTRI COCKTAIL**

A L B E R G H I
E T U R I S M O

- 44 Dettagli di stile
**PICCOLI LUSSI
DA GRANDI HOTEL**



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

RISTORANTI CHIAVI IN MANO TUTTI I PRO E I CONTRO

di Andrea Ferrario*

Lo spiega l'avvocato

- | **Franchising: sì o no?** Se da un lato è un appetibile motore per poter
- | avviare in tempi brevi un esercizio di successo secondo una formula
- | già collaudata, dall'altro può presentare notevoli limiti a una visione
- | creativa dell'attività in nome dei necessari standard di
- | uniformità del brand. Tutto è regolato da norme legali ben precise

Di franchising nella ristorazione si sente parlare da tempo immemorabile, alcuni dicono addirittura fin dal Medioevo. Ma è solo nel secondo dopoguerra che questo modello contrattuale si diffonde a macchia d'olio, conquistando il favore di imprenditori e consumatori. L'esempio più noto è quello di McDonald's. Una storia iniziata nell'America degli anni Cinquanta del secolo scorso, poi allargatasi a tutto il globo. La formula è vincente e si è imposta, oltre che nel *fast food* altamente standardizzato, in nuovi mercati come, ad esempio, quello delle caffetterie, delle gelaterie o del cosiddetto *fast casual*, caratterizzato da un'offerta di qualità leggermente superiore, ma con un servizio altrettanto rapido e tipizzato.

Chi è il franchisor e chi il franchisee

Ma come funziona esattamente il franchising, denominato in Italia come "contratto di affiliazione commerciale", e perché gode di così grande successo? Lo schema essenziale prevede che il soggetto titolare di un marchio già affermato sul mercato e dunque con un consolidato know-how operativo e commerciale (il *franchisor*) conceda a un terzo aspirante imprenditore (il *franchisee*) il **diritto di utilizzare il proprio brand** e il proprio modulo organizzativo, dietro pagamento di un compenso fisso o a percentuale (*fee* o *royalty*) e con l'obbligo di osservare talune regole atte a replicare fedelmente

lo stesso modello di business messo a punto dall'imprenditore concedente. La formula continua a funzionare molto bene perché consente la replicazione di format già sperimentati e di sicuro successo, garantendo uniformità nell'offerta di prodotti e servizi e la riconoscibilità del marchio presso il pubblico. L'affiliazione porta in dote al franchisee formazione, assistenza, metodi di lavoro rodati, strategie di marketing e fornitori già collaudati. Non mancano **però anche i lati oscuri**. I costi di avviamento, compreso il corrispettivo per l'affiliazione, possono essere alquanto salati, soprattutto se si ha a che fare con marchi molto forti. Ne risentono poi la creatività e l'autonomia dell'affiliato che, dovendo conformarsi agli stretti standard imposti dalla casa madre, si limita di fatto alla sola gestione operativa dell'impresa.

La legge stabilisce anche obblighi precontrattuali

Il mercato sembra però apprezzare soprattutto le opportunità del meccanismo; la sua popolarità ha attirato anche l'attenzione del legislatore italiano, chiamato a fornire agli operatori un quadro giuridico certo e affidabile, prevenendo così possibili distorsioni e abusi in danno del contraente, di norma più debole, ovvero l'aspirante franchisee. Prima della **Legge 6 maggio 2004, n. 129** (recante norme per la

disciplina dell'affiliazione commerciale) che oggi regola la materia, il contratto di franchising - pur ampiamente adottato nella pratica - non aveva alcun riconoscimento formale e la tutela dei contraenti era affidata a interventi più o meno creativi dei giudici o al rispetto di codici di autodisciplina curati dalle associazioni di categoria. Attualmente la situazione è mutata e il potenziale affiliato è assistito da un efficace ombrello di garanzie.

Nell'economia del testo normativo un ruolo centrale è - intanto - attribuito agli **obblighi di informazione precontrattuale**. Per consentire all'aspirante imprenditore di fare una scelta consapevole e in trasparenza, il franchisor, almeno 30 giorni prima della firma, dovrà mettergli a disposizione un pacchetto di informazioni essenziali relative all'attività, alla struttura della rete e ai conti degli ultimi tre anni, nonché ai titoli giustificativi di marchi e licenze e agli eventuali contenziosi rilevanti.

Il contratto, da redigersi in forma scritta, dovrà poi contemplare l'ammontare degli investimenti iniziali e delle eventuali spese di ingresso, le modalità di calcolo e di pagamento delle royalty, nonché l'eventuale indicazione di un incasso minimo da realizzare. Oltre a ciò, dovranno risultare per iscritto l'ambito dell'eventuale esclusiva territoriale, la specifica illustrazione del know how trasferito, i servizi di formazione, assistenza tec-

nica e commerciale messi a disposizione, nonché le condizioni di rinnovo, risoluzione o eventuale cessione del contratto. Di quest'ultimo dovrà poi essere precisata la durata, che - ove convenuta a tempo determinato - non potrà essere inferiore a tre anni.

Un'opportunità, però con molti vincoli

Stringenti obblighi, oltre al pagamento delle royalty, incombono anche sull'affiliato. Questi, oltre a essere tenuto al rispetto degli standard operativi stabiliti dalla rete e al corretto utilizzo dei segni distintivi, è spesso soggetto a severi obblighi di riservatezza, esclusiva territoriale, vincoli di approvvigionamento e clausole di non concorrenza, ciò tuttavia nei limiti della necessità di preservare l'identità della rete e garantire l'uniformità del sistema commerciale e purché non si producano effetti sproporzionati in danno della sua libertà imprenditoriale.

Nel settore della ristorazione assumono inoltre particolare rilievo le responsabilità connesse alla sicurezza alimentare e alla tutela del consumatore. Il mancato rispetto degli **standard qualitativi** può arrecare gravi danni reputazionali alla rete, sicché i contratti prevedono spesso controlli periodici, audit interni e procedure di verifica. Tutte attenzioni finalizzate a garantire il rispetto della normativa igienico-sanitaria e degli standard aziendali.

In sintesi

➤ Il franchising è regolato dalla legge?

Sì, dalla Legge 6 maggio 2004 n. 129.

➤ Quali i principali obblighi del concedente?

Il concedente o franchisor deve mettere a disposizione dell'affiliato il proprio know how operativo e concedergli l'uso della propria immagine, nonché fornirgli assistenza - tecnica e commerciale - e formazione.

➤ Quali gli obblighi del concessionario/franchisee?

Oltre al pagamento delle royalty, egli dovrà mantenere rigorosi standard operativi e rispettare numerosi vincoli di riservatezza ed esclusiva a tutela della rete.



The logo consists of the word "IPOSEA" in a bold, white, sans-serif font, centered within a red oval. Below the oval, the text "DAL 1927" is written in a smaller, black, sans-serif font.

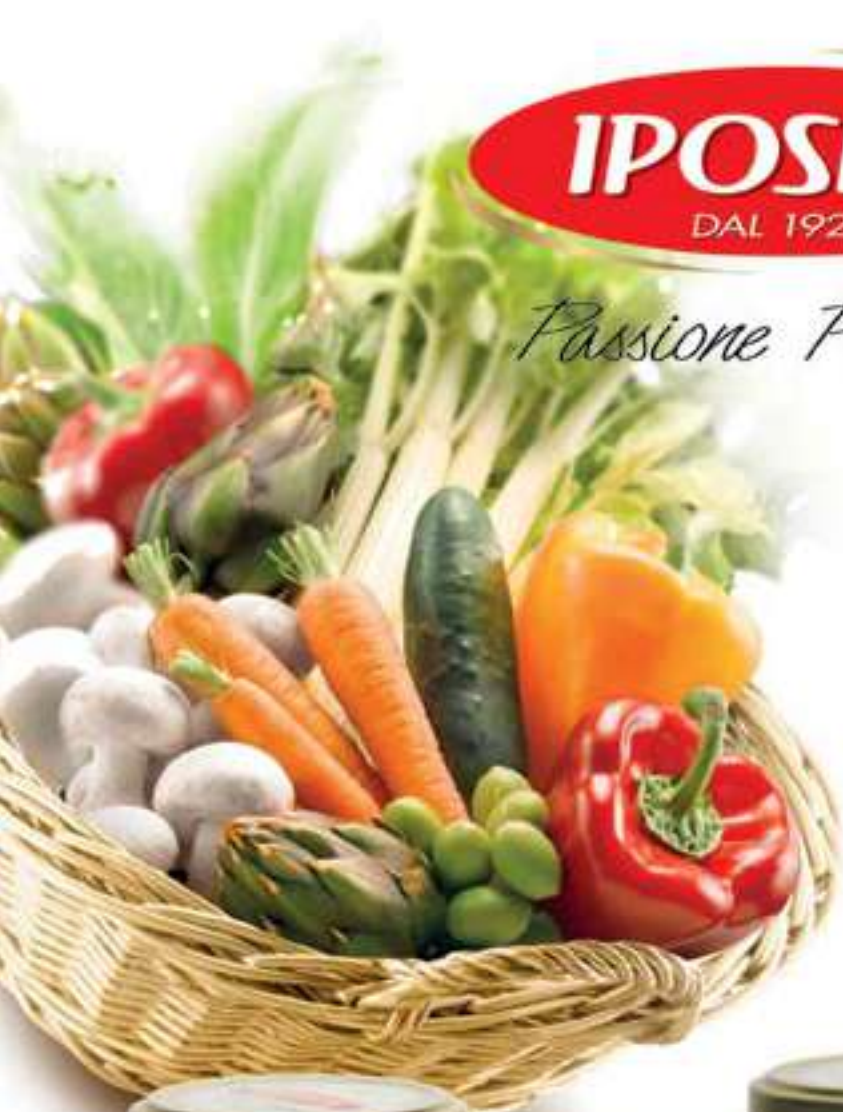
IPOSEA®

DAL 1927

Passione Pugliese

A red rectangular button with the word "CLICK!" in white, bold, sans-serif font. A white mouse cursor arrow points to the right, overlapping the end of the button.

CLICK!



"Ogni nostra ricetta è frutto di un minuzioso dosaggio di ingredienti e di un'attenta cura di ogni particolare, per esaltare il profumo e il sapore di ogni singolo ortaggio."



La nostra Passione Pugliese.



IN AGENDA

Appuntamenti clou

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



LUGLIO: LE GIORNATE INTERNAZIONALI INTERESSANTI PER L'HORECA

- 1° luglio — della frutta: con fantasia, diventa la regina del menu
- 7 luglio — del cioccolato: la sfida è inventare accostamenti insoliti non solo dolci (barbabietola, avocado, carne...)
- 21 luglio — della musica: dal Dj set al chitarrista soft, fino ai mariachi... purché musica sia
- 30 luglio — dell'amicizia: sorrisi e calore umano (senza strafare)

➤ GAMBERO ROSSO — STREET FOOD VILLAGE 2026

3-6 luglio — Parco Schuster, Roma



Debutta nella Capitale il primo festival del cibo di strada firmato Gambero Rosso per presentare la *Guida Street Food 2026*, 11esima edizione. Lo Street Food Village vedrà all'opera 20 fra i migliori chef del settore, selezionati dalla Guida, che saranno i protagonisti di showcooking, degustazioni, incontri e talk show con esperti di Gambero Rosso Academy e talent di Gambero Rosso TV. Un mondo sempre più vitale e apprezzato che contribuisce fortemente a valorizzare le innumerevoli specialità regionali. Spazio anche a proposte internazionali, dal Messico alla Grecia, dall'India alla Spagna e così via.

➤ BORGO DI VINO IN TOUR

dal 3 luglio per tutta l'estate e oltre — in diversi borghi italiani



Una presenza immancabile che coinvolge a tappe tutta l'Italia da aprile a fine novembre. È l'evento itinerante organizzato in date successive presso 25 dei Borghi più belli d'Italia, valorizzandone in modo particolare i rispettivi vini e la cucina del territorio: in luglio, si terrà dal 3 al 5 a **Cisternino** (Brindisi), dal 10 al 12 a **Vietri sul Mare** (Salerno), dal 17 al 19 a **Grottammare** (Ascoli Piceno), dal 24 al 26 a **Lovere** (Bergamo) sul lago d'Iseo. Non solo kermesse popolare: fra le cantine e le specialità gastronomiche locali, i professionisti dell'horeca possono impegnarsi in uno scouting capillare interessante e proficuo.

➤ VINOVIP CORTINA

12-13 luglio — sedi varie, Cortina d'Ampezzo (Belluno)



Considerata il summit del vino sulle Dolomiti, torna la 15esima edizione della biennale di *Civiltà del Bere*, l'autorevole rivista di vino e cultura gastronomica fondata nel 1974 da Pino Khail. La due giorni riunisce, in diverse sedi nel centro di Cortina, grandi nomi dell'enologia italiana impegnati in talk show, degustazioni eccellenti (Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg, Pinot, Amarone e altri), fino al Grand Tasting finale a Chalet Tofane. Sarà assegnato anche il Premio Pino Khail, uno dei riconoscimenti più prestigiosi conferito ogni anno a chi ha valorizzato e fatto conoscere la cultura del vino italiano nel mondo.

➤ LONDON CRAFT BEER FESTIVAL

17-18 luglio — Southwark Park, 60mm Rd, Londra SE 16 (UK)



Un'ottima occasione per testare in due giorni — se si riesce — almeno 800 tipi di birre prodotte da più di 150 artigiani birrari indipendenti, prevalentemente dal mondo anglosassone. Ed è il modo migliore per scoprire proposte inedite. Una grande festa popolare, con gustose proposte di street food, dove però si è avvertiti severamente che è vietato ubriacarsi. Quest'anno il festival presenta la sua prima gemmazione: **Wet Led**, ovvero una carrellata su tutti i drink alternativi alla birra, tipici dei *wet led*, i pub "bagnati", cioè dedicati soprattutto al bere e non alla cucina: dal sidro ai cocktail già pronti, dal mezcal al rum speziato, alla vodka.



8

LA PIZZA DEL FUTURO SARÀ UNA STORIA DA SFORNARE

di Alessandra Palma

Mondo digital

- | Uno dei simboli della cucina italiana sta vivendo una trasformazione profonda.
- | Digitalizzazione, sostenibilità e intelligenza artificiale modificano processi, modelli
- | organizzativi ed esperienza del cliente. L'obiettivo non è snaturare la tradizione
- | ma renderla più efficiente, sostenibile e capace di rispondere alle nuove esigenze

Nel mondo horeca, anche le pizzerie si trovano oggi a gestire sfide importanti: contenere i consumi energetici, limitare gli sprechi alimentari e garantire maggiore trasparenza lungo la filiera. La tecnologia rappresenta una risposta concreta a queste necessità. Software gestionali avanzati consentono di monitorare acquisti, giacenze e consumi in tempo reale, consentendo di ottimizzare gli ordini sulla base dei dati storici e dell'andamento effettivo delle vendite. Grazie a sistemi predittivi è possibile evitare sovrapproduzioni e acquisti eccessivi, riducendo così sprechi e costi. Anche i forni di ultima generazione stanno contribuendo

al cambiamento. I modelli più innovativi integrano sensori intelligenti e sistemi di gestione energetica che regolano automaticamente temperatura, tempi e consumi, limitando le dispersioni e migliorando le prestazioni. L'attenzione ambientale riguarda anche la logistica. Sempre più spesso i locali utilizzano piattaforme digitali per pianificare consegne e approvvigionamenti in maniera efficiente, riducendo tragitti inutili ed emissioni. La sostenibilità, dunque, non è più soltanto un valore comunicativo: grazie alla tecnologia diventa un elemento misurabile e integrato nei processi quotidiani.

Sostenibilità e hi-tech sono sempre più strategiche

Il cliente contemporaneo non si accontenta di una pizza buona: vuole sapere che cosa mangia, da dove arrivano gli ingredienti e come vengono prodotti. La tecnologia sta trasformando profondamente questo aspetto grazie a strumenti di tracciabilità digitale. QR code, piattaforme blockchain e sistemi integrati consentono di seguire il percorso degli ingredienti lungo tutta la filiera, dal produttore fino al tavolo del cliente.

Ridurre gli sprechi grazie ai dati predittivi

Attraverso una semplice scansione con smartphone, il cliente può scoprire l'origine della farina utilizzata, conoscere il caseificio che produce la mozzarella o verificare la provenienza dei pomodori. Aumenta così la fiducia del consumatore mentre si valorizzano le produzioni locali, i fornitori di qualità e ogni ingrediente è trasformato in elemento narrativo. La pizza non è più solo un prodotto finale: diventa una storia fatta di territori, filiere e persone.

Si sa che nell'horeca una quota significativa dei costi di un'attività deriva da materie prime inutilizzate o da

errori nelle previsioni di consumo. Oggi molti sistemi gestionali sono in grado di elaborare le informazioni provenienti dalle vendite, dalla stagionalità, dagli eventi locali e persino dalle condizioni meteorologiche per prevedere l'afflusso di clienti. Un fine settimana piovoso, un evento sportivo o una festività possono variare sensibilmente il numero di coperti e gli ordini. Utilizzando algoritmi predittivi, una pizzeria può organizzare in anticipo acquisti, preparazioni e personale. Meno eccedenze significa meno sprechi, minori costi e una gestione più sostenibile dell'intera attività. L'ingrediente più prezioso potrebbe quindi non essere soltanto la farina o il pomodoro, ma il dato.

Dalla tavola all'esperienza: la pizza diventa immersiva

Ma non soltanto i momenti di lavorazione: la tecnologia trasforma anche il vissuto del cliente verso modelli sempre più coinvolgenti e immersivi. L'obiettivo non è più solo servire una pizza, ma costruire un'esperienza attorno al prodotto. Se realtà aumentata e tecnologie immersive possono trasformare il menu in strumento interattivo, grazie a smartphone e tablet il cliente può visualizzare

modelli tridimensionali delle pizze e scoprire storie e curiosità sugli ingredienti. Alcuni format sperimentano già proiezioni interattive sui tavoli, ambientazioni multisensoriali o percorsi narrativi digitali che accompagnano durante il pasto. Il momento gastronomico si avvicina così all'intrattenimento, coinvolgendo vista, udito e interazione. Per le nuove generazioni, sempre più abituate a vivere esperienze condivisibili sui social, la componente emozionale e immersiva diventa un elemento strategico competitivo.

Tradizione e innovazione in dialogo eccellente

Infine, nelle attività quotidiane dei locali sta progressivamente entrando l'AI: dalla gestione delle prenotazioni all'analisi dei flussi di clienti, dalla gestione del magazzino fino alle strategie di marketing, in Italia circa sette pizzerie su dieci stanno già utilizzando strumenti basati sull'intelligenza artificiale per alcune funzioni operative. Tra gli impieghi più diffusi figurano chatbot per rispondere ai clienti, sistemi che suggeriscono offerte personalizzate, algoritmi per prevedere domanda e consumi, strumenti capaci di analizzare recensioni e feedback online e persino supporti per creare nuove proposte gastronomiche, individuando abbinamenti insoliti o studiando preferenze e trend emergenti. Naturalmente la componente umana resta centrale: la sensibilità del pizzaiolo, l'esperienza e la creatività non possono essere sostituite da un algoritmo. Tuttavia, l'AI può diventare un assistente strategico capace di liberare tempo e migliorare l'efficienza. Nella pizzeria del futuro, dunque, il gesto antico di stendere un impasto continuerà a essere artigianale, ma accompagnato da strumenti sempre più intelligenti. La sfida non sarà scegliere tra tecnologia e tradizione, ma trovare il modo migliore per farle dialogare.



© Freemedia

Attraverso una semplice scansione con smartphone, un cliente può scoprire l'origine della farina utilizzata, conoscere i produttori della mozzarella e di tutti gli altri ingredienti

CLICK!



Caffo da oltre un secolo produce amari, liquori e distillati nella sua antica distilleria calabrese. Dopo il successo del Vecchio Amaro del Capo, liquore d'erbe di Calabria, che negli ultimi anni da prodotto regionale è diventato l'amaro più bevuto e amato in Italia, l'azienda ha iniziato ad espandersi creando un moderno gruppo con sedi produttive in varie parti d'Italia e filiali distributive all'estero. Grazie alle acquisizioni degli ultimi anni, il **Gruppo Caffo 1915**, ora sta rilanciando marchi storici come **Borsci S. Marzano** (1840), **Amaro di S. Maria Al Monte** (1868), **Ferro China Bisleri** (1881) ed il padre di tutti gli amari **Petrus Boonekamp** (1777) l'amarissimo. Inoltre negli ultimi anni grazie all'intenso lavoro del reparto ricerca e sviluppo sono stati lanciati gli amari più innovativi e di fascia premium presenti sul mercato come la **Riserva del Centenario** di Vecchio Amaro del Capo a base di acquavite di vino invecchiata 50 anni, il Vecchio Amaro del Capo **Red Hot Edition** al peperoncino piccante di Calabria e l'ultimo nato **Elisir S. Marzano Anniversary 180th**. Caffo, lo specialista degli amari.

LIBRI DA GUSTARE



Letti per voi

I Le recensioni di Linea Diretta: speciale Carlin Petrini

a cura di Saverio Paffumi

La storia del cibo italiano non è la storia di singoli uomini e donne, ma di un popolo, come attesta anche il recente riconoscimento dell'Unesco. Ma l'uomo che forse più di ogni altro ha contribuito a rivoluzionare e internazionalizzare l'approccio culturale italiano al cibo si è spento a Bra il 21 maggio scorso: **Carlo "Carlin" Petrini**. Su Petrini è stato scritto tantissimo, in queste settimane. Più che aggiungere altro, suggeriamo di leggere o rileggere i libri più importanti del fondatore di Slow Food. Pubblichiamo una pagina speciale della rubrica riservata ai libri, suggerendo alcuni titoli fondamentali, fra i tanti suoi lavori. Altri ne troverete sul sito di Slow Food Editore.

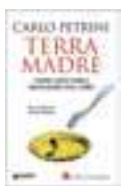


IL LIBRO-MANIFESTO. CIBO PIÙ BUONO IN UN MONDO PIÙ GIUSTO

Carlo Petrini sintetizza la filosofia di Slow Food e propone un nuovo modo di guardare al cibo e all'agricoltura. Il sistema alimentare deve produrre cibo **buono**, capace di offrire qualità, gusto e piacere; in modo **pulito**, rispettando l'ambiente, la biodiversità e le risorse naturali; in un contesto **giusto**, garantendo dignità ed equità a tutta la filiera del lavoro, con una corretta remunerazione. Trascinati dalla forza di ragionamenti tanto semplici quanto profondi, si scopre che l'applicazione autentica di questi principi di base implica una sorta di rivoluzione, un cambiamento culturale che restituisce valore al cibo come bene comune, elemento identitario e strumento di tutela della terra e di chi la lavora: «Il cibo è ben più che un semplice prodotto da consumare. È felicità, identità, cultura, convivialità, nutrimento, economia di territorio, sopravvivenza».



Carlo Petrini - **Buono, pulito e giusto**
1ª ed. Einaudi 2005, poi Giunti - Slow Food | pp. 266 - 9-16 Euro, in libreria e su varie piattaforme



Carlo Petrini - **Terra Madre**
1ª ed. Giunti 2009 | pp. 212 - 17,50 Euro, sul sito di Slow Food

UNA SANA ALLEANZA FRA PRODUTTORI E CONSUMATORI

Una riflessione sulle contraddizioni del sistema agroalimentare contemporaneo, dominato da logiche industriali che tendono a uniformare produzioni, sapori e culture locali, spesso a discapito dell'ambiente, della biodiversità e dei piccoli produttori. Petrini propone un'alleanza tra chi produce il cibo e chi lo consuma, chi se ne nutre. È l'idea di fondo su cui è nata la manifestazione Terra Madre, nel 2004. Non una fiera del cibo, ma una rassegna dedicata alle comunità del cibo di tutto il mondo.

DUE LIBRI PER UNA GRANDE STORIA DEL NOSTRO TEMPO

Chi cerca un libro che racconti tutta la storia di Slow Food ne dovrebbe acquistare due. Il primo è *Slow Food Revolution* e racconta la nascita, la crescita e l'evoluzione del movimento con la metamorfosi dalla crisalide di Arci Gola alla farfalla con le due ali di Slow Food e Terra Madre, attraverso i ricordi diretti del fondatore. Scritto nel 2005 con il giornalista e gastronomo Gigi Padovani, proponeva già nel sottotitolo "una nuova cultura del cibo e della vita". Il secondo, scritto ancora con Gigi Padovani e dato alle stampe nel 2017 per Giunti-Slow Food Editore, è *Slow Food. Storia di un'utopia possibile*. Qualcosa di più di una nuova edizione del primo: a 30 anni dal primissimo manifesto di Slow-Food (1987) i due autori aggiornano dati, analisi e traggono un bilancio di quello che nel frattempo è diventato un fenomeno planetario. Tanto che *The Guardian* nel 2008 aveva definito Petrini "uno dei 50 uomini che possono salvare il mondo" (unico italiano).



Carlo Petrini e Gigi Padovani
Slow Food Revolution | 1ª ed. Rizzoli
2005 - pp. 302 - da 2,40 a 8 Euro su Ebay

Slow Food | Giunti - Slow Food 2017
pp. 352 - 18 Euro



Carlo Petrini | **Terra Futura**
Giunti - Slow Food, 2020 | pp. 235 - 16 Euro

Petrini-Giraud-Arduini-Papa Francesco
Il gusto di cambiare
Slow F. Editore - Libreria ed. vaticana,
2023 | pp. 156 - 18 Euro

QUELLA SINTONIA "NATURALE" CON PAPA FRANCESCO

Carlo Petrini - agnostico ed ex comunista -, aveva già scritto nel 2015 una *Guida alla lettura della Laudato si'*, l'enciclica pubblicata dalle Edizioni San Paolo, quando nel 2020 esce la prima edizione di *Terra Futura*. La sintonia con Papa Francesco culmina in questo libro sorprendente ed emozionante che riporta il dialogo fra i due personaggi, in tre incontri privati successivi, sui temi che stanno a cuore a entrambi. La sintonia è forte, spontanea, pur muovendo ognuno da motivazioni e mondi così differenti. Bergoglio poi scriverà la prefazione a *Il gusto di cambiare*, il successivo volume firmato da Petrini insieme a Gaël Giraud, economista, matematico e teologo, gesuita, direttore del Programma per la giustizia ambientale della Georgetown University di Washington. Significativo il sottotitolo: *La transizione ecologica come via per la felicità*.

LA PIZZA È UNA SCIENZA (QUASI) ESATTA

di Luciana Squadrilli

Approfondimento

- | Ricercatori, studiosi e pizzaioli all'avanguardia mettono sotto il microscopio
- | gli impasti e gli ingredienti del topping, affiancando l'esperienza con
- | conoscenze sempre più approfondite. Obiettivo: dalle ricette ottenere il massimo

C'erano una volta (fra i pizzaioli) un gergo da iniziati, dosi e tempi a occhio, ricette tenute gelosamente segrete, ingredienti comandati e i tanti, troppi, "si è sempre fatto così". Nessuno rinnega la grande tradizione empirica della pizza – quella partenopea in primis – e la bravura dei maestri artigiani delle generazioni precedenti. Ma se oggi, in tutta Italia e ben oltre i confini nazionali, si mangiano dischi lievitati sempre più buoni (e pure pale, teglie e affini) è anche grazie alla scienza. Al di là di protagonismi e giuste rivendicazioni da parte di chi ha fatto da reale apripista, l'evoluzione – e il notevole miglioramento qualitativo – che il mondo della pizza ha visto negli ultimi decenni deve molto soprattutto a chi ha iniziato a chiedersi il perché si fosse sempre fatto in un certo modo e

non in un altro, anche a fronte di risultati comunque positivi. E si è messo a studiare.

Oggi i pizzaioli studiano la biochimica

Di libri sul tema non ce n'erano – e ce ne sono ancora pochi, inclusi quelli di cui parliamo nelle pagine seguenti – ma chi ha potuto ha approfondito le proprie conoscenze mettendosi a studiare chimica, fisica e tecnologie alimentari, a sperimentare e a guardare video e tutorial online, a mettere insieme gli insegnamenti e i consigli (condivisi più liberalmente di un tempo) dei maestri, per comprendere, affinare e migliorare. A un certo punto, i pizzaioli hanno cominciato a parlare come

chimici, tra **amilasi** (scissione degli amidi) e **proteolisi** (scomposizione delle proteine del glutine in amminoacidi e peptidi), **maglia glutinica** (reticolo viscoelastico proteico formato da gliadina e glutenina, che dà struttura alla pizza) e **idrolisi** (attivazione degli enzimi senza aggiunta di lievito né sale, ottenuta lasciando riposare insieme acqua e farina), e così via. Solo in un secondo momento, anche la scienza si è accorta della pizza e ha iniziato – con la preziosa collaborazione dei pizzaioli – a dare la dovuta attenzione e precise spiegazioni al ripetuto miracolo della maturazione, lievitazione e cottura alla base di innumerevoli, buonissimi bocconi. E sono nati studi e progetti di ricerca incentrati proprio sulla pizza e sulle sue espressioni. Soprattutto quella napoletana, che vanta una storia più lunga e un sistema ben organizzato, che vede due associazioni professionali, un disciplinare STG per Margherita e Marinara e il riconoscimento Unesco all'Arte del pizzaiuolo napoletano. L'obiettivo è non solo dare spiegazioni scientifiche alle evidenze empiriche, ma anche migliorare qualità e digeribilità della pizza, facilitando il lavoro

dei maestri con risultati costanti e omogenei.

A Napoli la marinara va all'università

Il polo di ricerca principale è quello che fa capo all'**Università degli Studi di Napoli Federico II** che, a partire dal progetto *The Neapolitan pizza: processing, distribution, innovation and environmental aspects*, coordinato da **Paolo Masi** – autore dei libri firmati anche da **Enzo Coccia** (vedi pagine seguenti) nell'ambito dei finanziamenti Prin 2017, i progetti di ricerca di rilevante interesse nazionale – ha coinvolto diversi altri atenei e ricercatori in Italia. Tra questi, c'è **Gianfranco Mamone**, ricercatore dell'Istituto di Scienze dell'alimentazione (Cnr-Ilsa), esperto di chimica delle proteine e in particolare del loro ruolo nei prodotti a base di cereali anche riguardo a celiachia e allergeni alimentari.

Dopo aver approfondito il tema della pasta, con i suoi colleghi ha applicato anche agli impasti le tecniche di analisi proteomica (lo studio del proteoma, ovvero l'insieme dinamico di tutte le proteine espresse da un sistema bio-

logico) con l'obiettivo di studiare e migliorare l'apporto delle proteine nella pizza napoletana.

Sotto la lente il mix di farine, acqua e sale

I risultati dello studio sono stati ripresi e presentati anche al Cnr di Roma lo scorso gennaio, in occasione della giornata dedicata a La Pizza Napoletana in Numeri, a cura dell'Associazione Verace Pizza Napoletana-AVPN in collaborazione con il Consiglio Nazionale delle Ricerche, l'Università degli Studi di Napoli Parthenope e Confcommercio Regione Campania. Tra gli elementi centrali, la scelta della farina e il ruolo delle proteine del grano.

In particolare, viene approfondita in modo scientifico la formazione della **maglia glutinica** che nasce applicando energia (ovvero, impastando e lavorando) al mix di acqua e farina: si forma così un impasto **viscoelastico**: ovvero con un comportamento sia viscoso (che si deforma lentamente nel tempo se sottoposto a uno sforzo, come un fluido denso) dovuto alle gliadine, sia elastico (che tende a recuperare la forma quando lo sforzo viene rimosso,



La tradizione della Vera Pizza Napoletana è rafforzata dagli studi scientifici che la riguardano. Un valido esempio è il lavoro del professor Paolo Masi: a destra, la copertina di uno dei libri scritti in collaborazione con il maestro pizzaiolo Enzo Coccia

come una molla) dovuto alle glutenine. È proprio alla struttura tridimensionale formata da queste proteine, che intrappolano i granuli d'amido e le bolle di anidride carbonica liberate durante la lievitazione, che si deve la "crescita" dell'impasto e la formazione degli alveoli tipici del cornicione della napoletana, esaltati dalla tradizionale tecnica di stesura.

«La qualità dell'impasto è particolarmente determinata dalla **scelta della farina** – sottolinea Mamone –. Il disciplinare della Verace Pizza Napoletana è molto preciso su questo e indica una miscela di farina 00 e 0, con un'eventuale piccola aggiunta di farina 1, e raccomanda una forza della farina tra i 250 e i 300 W, indicatore che misura la capacità del glutine di trattenere anidride carbonica e assorbire acqua». Tra gli elementi analizzati, ci sono anche l'**acqua e il sale**: «Riguardo alla prima, si deve tenere in considerazione il parametro della durezza (la concentrazione di ioni di calcio e magnesio, ndr): la presenza di ioni può influire sulla struttura dell'impasto, e dunque compromettere la qualità del prodotto finito». Per questo molti pizzaioli usano acqua in bottiglia con una durezza ben precisa, in modo da avere un risultato costante. Mentre riguardo al sale, oltre che la quantità – mai eccessiva – conta pure **il momento in cui viene inserito nell'impasto**, indicato anche dal disciplinare della Verace Pizza Napoletana: bisogna assicurarsi infatti che il contatto diretto tra sale e lievito non avvenga per un tempo superiore ai 5 minuti (altrimenti il primo danneggerebbe le cellule del secondo). Lo stesso disciplinare specifica anche come il sale possa rinforzare la maglia glutinica e contribuire a conferire al prodotto finale, e in particolare al cornicione, la caratteristica colorazione.

Il fattore tempo e il ruolo del calore

Relativamente alla maturazione e alla

lievitazione dell'impasto, Mamone spiega: «Il tempo è il fattore che gioca un ruolo chiave sulla digeribilità, più dell'utilizzo del lievito madre o di birra: il primo può dare in effetti un risultato più facilmente digeribile, ma di poco. Quello che cambia davvero sono i tempi di lievitazione: i batteri consumano gli zuccheri semplici, come il maltosio che si scinde in glucosio, e questo facilita il processo di digestione». Ma questo e altri studi sfatano anche il mito delle lunghissime maturazioni che si sono affermate negli ultimi decenni: «Con tempi eccessivi, l'impasto rischia di collassare: è vero che è viscoelastico, dunque capace di comportarsi come una molla, aumentando di volume ma mantenendo la forma grazie ai gas che si sviluppano all'interno. Ma dopo un tot di ore, una volta che i batteri hanno consumato tutto il maltosio, non si va oltre». Secondo il ricercatore, dunque, i tempi ideali – anche in base alla bravura e manualità del pizzaiolo – sono di 12-14 ore, fino a un massimo di 24. Grazie alla presenza di un forno sperimentale in facoltà, infine, lo studio

si è concentrato anche sulla cottura, altra fase cruciale della preparazione della pizza: «Per noi è stata forse la parte più interessante, permettendoci di osservare la reazione di Maillard: si tratta di un fenomeno importante dal punto di vista organolettico, con cui si liberano gli odori degli alimenti. Nel caso della pizza si sviluppa soprattutto nella parte del cornicione, che viene esposta a temperature più alte e contiene meno acqua, mentre al centro la presenza del condimento mantiene la temperatura più bassa. Dunque, anche qui sta l'abilità del pizzaiolo che deve ben distribuire il topping nella parte centrale e poi, durante la cottura, trovare il giusto equilibrio tra l'indurimento della crosta e l'evitare bruciature, brutte e sgradevoli al palato».

In Oregon studiano il "sesto gusto" della pizza

Ma l'interesse scientifico per la pizza oltrepassa i confini regionali, e anche quelli nazionali. Uno studio americano del 2016, portato avanti dall'Oregon State University e coordinato dalla



©Courtesy AVPN

Negli ultimi anni qualità e tipologia dell'impasto hanno assunto un'importanza sempre maggiore

dottorssa **Juyun Lim**, aveva già individuato e “classificato” un sesto gusto legato al grano, e dunque a farine e impasti: si tratta dell'amidaceo, che va a integrare i quattro canonici – dolce, salato, acido e amaro – e l'umami, il “quinto gusto” sempre più tenuto in considerazione del mondo gastronomico. Secondo lo studio, infatti, a livello gustativo non riconosciamo l'amido nella sua forma originaria ma tramite la sua scomposizione in zuccheri semplici e oligosaccaridi a carico dell'enzima amilasi che si attiva nell'impasto dall'incontro tra acqua e farina. È proprio questo equilibrio biochimico a determinare l'intensità e la piacevolezza del sapore di grano, vale a dire quello che è il principale elemento distintivo di una pizza ben fatta, risultato di una corretta fermentazione. Tornano al centro dell'attenzione i tempi di lievitazione, e anche in questo

caso si avvalorla la tesi che prolungarla eccessivamente sia sostanzialmente inutile se non dannoso: l'Associazione Vera-ce Pizza Napoletana ha infatti di recente applicato i risultati dello studio americano alla pizza in chiave pratica, grazie al contributo del presidente AVPN del Brasile **André Guidon**, dimostrando che una lievitazione compresa tra le 8 e le 12 ore è ideale per esaltare il gusto del grano – non intaccato da note più acide, dovute alla produzione di acido lattico e acetico –, mentre maturazioni più lunghe, che pure possono portare a una struttura alveolata e piacevole, incidono negativamente non solo sul gusto ma anche sullo sviluppo di una corretta reazione di Maillard, che come già detto assicura colore e fragranza del prodotto finale. Un'ulteriore prova scientifica di quanto i pizzaioli “di una volta” già avevano intuito.

IL PRIMATO DI NAPOLI ANCHE NELLA RICERCA NON È UN PRODIGIO DI SAN GENNARO

di Luciana Squadrilli

Approfondimento 2

| Il maestro partenopeo **Enzo Coccia** è stato tra i primi a studiare il disco di pasta
| dal punto di vista scientifico. Dalla sua ricerca, guidata da docenti universitari,
| sono nati due libri, fondamentali per chi voglia approfondire il “miracolo pizza”

«La tradizione è importante, ma bisogna saperla guardare in modo diverso e utilizzarla al meglio. Così come la tecnologia e la conoscenza scientifica sono altrettanto importanti, ma la figura umana resta centrale». Questo è il pensiero di **Enzo Coccia**, maestro pizzaiolo partenopeo patron dei due indirizzi **La Notizia**, considerato tanto un nome imprescindibile della autentica pizza partenopea quanto uno dei principali fautori della sua innovazione, facendo da pioniere in città di una pizza rispettosa della tradizione ma realizzata con ben più accortezze che in passato. Uno che, riprendendo un detto popolare variamente attribuito, sa unire mani, testa e cuore, come esempio più alto di artigianato che guarda all'arte. In questo caso, si tratta naturalmente di quell'Arte del pizzaiuolo napoletano dichiarata patrimonio



©Alessandra Farinelli



©Alessandra Farinelli

Enzo Coccia. A destra la sua pizza San Gennaro-Faccia Gialla, dedicata al patrono di Napoli

Unesco nel 2017, suggellando secoli di conoscenze e gestualità tramandate. E Coccia, soprattutto delle prime, ha fatto una delle basi fondanti del suo lavoro.

Un pioniere in cerca di soluzioni agli errori

«Per molto tempo, uomini e donne hanno tramandato usanze giuste, che

funzionavano, senza però mai saperne il perché scientifico», commenta. Lui è stato tra i primi a chiederselo, andando oltre la storia e il racconto (di cui pure è un appassionato, e che ha raccolto sul suo sito pizzanapoletana.it mettendo insieme vicende, detti popolari, canzoni e aneddoti). E non si è limitato a studiare e trovare risposte per applicarle nella sua pizzeria. Enzo Coccia era tra coloro che, nel 1997, contribuirono a standardizzare per la prima volta i requisiti del prodotto artigianale, con un documento tecnico (Norma UNI 10791) che avrebbe poi portato al **riconoscimento della Pizza Napoletana STG** arrivato ufficialmente nel 2010. Ed è stato il primo a dare alle stampe – insieme al professor **Paolo Masi**, oggi professore emerito di Ingegneria dei processi alimentari dell'Università degli Studi di Napoli Federico II, e alla dottoressa **Annalisa Romano** – un vero e proprio manuale tecnico: *La pizza napoletana... più di una notizia scientifica sul processo di lavorazione artigianale*, pubblicato nel 2015 da Doppiavoce Edizioni.

Un libro fondamentale, oggi giunto alla sesta edizione e ancora richiestissimo, in cui oltre a importanti nozioni e spiegazioni scientifiche si trova un'utile sezione di "errori e soluzioni" che aiutano a gestire qualunque imprevisto o dubbio. Un esempio per tutti, banale ma comune: se non si copre con accortezza il contenitore con le palline di impasto, a causa dell'evaporazione e della differenza di temperatura tra impasto e ambiente queste formeranno in superficie delle croste giallognole che resteranno evidenti anche con la stesura, creando un effetto spiacevole all'occhio e al palato.

CLICK!

Le risposte della scienza ai problemi di chi cucina

Nel 2024, a quasi dieci anni di distanza, è uscito un nuovo, interessante progetto editoriale e scientifico che ha visto Coccia collaborare nuovamente con Paolo Masi e con numerosi altri esperti e ricercatori (anche di altri atenei italiani, dalla Toscana al Molise): *L'arte del pizzaiuolo napoletano tra tradizione e innovazione*, sempre per Doppiavoce. Due volumi che – tenendo conto anche della notevole evoluzione del settore in questo arco di tempo, e di nuove esigenze di conoscenza – puntano a dare risposte scientifiche, aggiornate e sempre più dettagliate, ai quesiti posti tanto dai professionisti che dagli estimatori casalinghi della pizza: è meglio il lievito compresso o la madre acida? Quali sono i migliori ingredienti per condire la pizza? Il forno a legna è l'unica opzione per ottenere una pizza morbida e fragrante? Qual è l'impatto ambientale di pizze e pizzerie, e come si può tenere sotto controllo? La pizza congelata è un'eresia o una soluzione pratica? E molto altro ancora, insieme a una ricca serie di contributi sulla storia e la cultura della pizza napoletana.

«Metaforicamente, il primo libro raccontava il cuore della pizza napoletana, mentre questo è la scocca esterna per vedere dove vada, guardando al futuro», sintetizza Coccia. «Se in quel caso ci eravamo focalizzati strettamente sul processo produttivo, e su aspetti specifici come la lievitazione o la temperatura dell'acqua, ora ne abbiamo studiati altri, in una sorta di prosecuzione del lavoro, analizzando ad esempio quanti siano i tipi di impasti a lunga fermentazione e fin dove



© Alessandra Farinelli



© Alessandra Farinelli

La Lardo e Friarielli, una delle "pizze del cuore" di Enzo Coccia. A destra la sala del suo locale La Notizia 53, a Napoli, dove Coccia gestisce anche La Notizia 94, ambiente più elegante, prima pizzeria in Italia segnalata dalla Guida Michelin con una forchetta, nel 2010, anno di apertura

si possano spingere. E se prima avevamo voluto capire esattamente come avvenisse la propagazione di calore nel forno a legna napoletano, ora abbiamo studiato anche altre **tipologie di forni**, come quelli elettrici o a gas, inserendo all'interno speciali fotocamere per capire come cresca e si colori il cornicione durante la cottura. Insomma, prima abbiamo messo dei punti fermi, e adesso siamo andati avanti anche in altre direzioni: dalle farine alla cottura, fino al congelamento e alla conservazione».

Guardare oltre e alzare la qualità

Ma perché per Coccia è così importante dare spessore scientifico al disco di pasta? «Serve perché, se un pizzaiolo prende un litro d'acqua calda, fredda o tiepida, senza considerare le diverse caratteristiche di pH e durezza, farà una pizza diversa. Così come è importante sapere a che temperatura arriva il pomodoro nel forno, e come reagisce. Insomma, uno studio come quello che abbiamo realizzato serve per **alzare la qualità** e portare nel mondo la pizza

napoletana anche in modo scientifico». E visto che, come fa notare, **non esiste un programma didattico dedicato nelle scuole** – nonostante sia un settore così importante anche dal punto di vista economico, e che conta circa 300.000 addetti –, la ricerca e la divulgazione svolgono un ruolo cruciale. E non è un caso, secondo lui, che al momento i pochi testi scientifici disponibili – escludendo dunque ricettari e pur utilissimi approfondimenti su temi specifici – riguardino la specialità partenopea: «La pizza napoletana ha fatto da apripista e continua a farlo: abbiamo una tradizione che dura almeno dalla fine del Settecento, e siamo stati i primi a pensare di guardare oltre. Altre tipologie di pizza, come la romana, quella alla pala o la cosiddetta pizza gourmet, devono ancora essere studiate dal punto di vista scientifico», spiega. Così, ad esempio, nell'ultimo libro – frutto di un lavoro di sperimentazione e ricerca durato due anni – si è messo a punto il calcolo della *carbon footprint*, ovvero l'impatto ambientale dovuto alla realizzazione di una singola pizza

napoletana (Margherita e Marinara) prendendo in considerazione ogni minima componente: dalla cenere prodotta dal forno al trasporto e lo smaltimento delle confezioni degli ingredienti, fino al detersivo per lavare piatti e attrezzatura e ai tovaglioli di carta usati a tavola. Ulteriori sperimentazioni hanno analizzato **come reagiscono i diversi ingredienti alle temperature di cottura**: ad esempio la mozzarella di bufala, ottenuta da un latte con maggiore contenuto di grassi, ad alta temperatura fonde, mentre il fiordilatte vaccino fila. Sono stati studiati anche gli **sfarinati di frumento** con basso indice glicemico e che favoriscono la scissione (e digestione) degli amidi. E, grazie a studi e panel test, è stato analizzato anche il **congelamento** della pizza, mettendo a comparazione una pizza napoletana cotta nel forno a legna, a parità di impasto e condimento, mangiata dopo averla lasciata per trenta minuti a temperatura ambiente, oppure congelata e opportunamente riscaldata. Il risultato? Decisamente migliore nel secondo caso.



© Alessandra Farinelli

La pizza Jill dedicata alla ex first lady Jill Biden, con bacon arrostito, carciofi del Cilento, stracciatella di bufala e scorza di limone



© Courtesy AVPN

Occorrono formazione ed esperienza per sfruttare al meglio gli effetti fisico-chimici della cottura su impasti e ingredienti molto diversi



18

LA GEOMETRIA DEL SUCCESSO? CHE LA BASE SIA ALL'ALTEZZA

di Luciana Squadrilli

Approfondimento 3

- | Il lievittista campano Valentino Tafuri firma *Il manuale del Pizzaiolo Moderno*: un libro dedicato agli impasti, ma anche alla gestione ottimale del lavoro, spiegati in modo tecnico ed essenziale. E in un articolo in esclusiva per *Linea Diretta*, riassume con chiarezza uno dei metodi da lui brevettati per ottenere risultati eccellenti

Quali sono le basi della pizza? Gli impasti, sicuramente, che fanno da tela bianca a qualsiasi tipo di condimento o farcitura, ma non certo meno importanti del topping, che sia tradizionale o creativo. Ma, per chi vuole avvicinare o approfondire questo mondo e questo lavoro, bisogna partire ancora da prima. Vale a dire dalla conoscenza dei diversi cereali e varietà di grano, ad esempio, ma anche dei microorganismi che entrano nel processo di fermentazione, del **controllo reologico** (fondamentale per ottimizzare la consistenza, l'estensibilità e la forza della maglia glutinica), delle possibili tecniche di

lavorazione, dei dettagli delle cotture. E, non ultimo, bisogna comprendere come una gestione ottimale di tempi, lavorazioni e materie prime sia un fattore fondamentale non solo del successo economico di una pizzeria, ma anche della capacità di offrire ai clienti un prodotto costante senza dover sacrificare ogni cosa al proprio lavoro. Con questo obiettivo, e forte della consapevolezza dovuta a un percorso professionale vario e complesso, **Valentino Tafuri** ha realizzato *Il manuale del Pizzaiolo Moderno*: una "Guida completa a impasti, fermentazioni, cotture e gestione della produzione dolce e salata" – così recita

il titolo completo – pubblicata all'inizio del 2026 da Italian Gourmet.

Per fare una pizza ci vuole una logica

«Noi pizzaioli e panificatori non siamo scienziati e non siamo tenuti a diventare esperti di chimica e biologia. Ma è necessario avere una conoscenza di base che permetta in qualche modo di standardizzare il nostro lavoro e di renderlo **il più semplice e facilmente gestibile possibile**, in modo da poterlo trasmettere e delegare: conoscere cos'è la farina e come si comporta, i diversi tipi di preimpasto, i vari metodi codificati di lavorazione è molto importante e permette a ciascuno di definire il proprio percorso», spiega. Nato a Battipaglia (Salerno) nel 1989, Tafuri è partito dalla passione per la pizza, approfondendo la sua formazione tra studio, sperimentazione ed esperienze professionali. Nel 2013 ha aperto insieme alla sua famiglia il **Pizzificio 3 Voglie**, un vero laboratorio artigianale dedicato all'arte bianca a 360° dove, nel corso degli anni, ha riunito le sue passioni che ruotano intorno a impasti e lievitazioni: la pizza, con diverse forme ed espressioni, ma anche vari tipi di pane e prodotti da forno.

Dal 2019 – anno di avvio del progetto formativo – è coordinatore didattico dei corsi dedicati alla panificazione e alla pizza di **InCibum**, scuola di alta formazione gastronomica con sede a Pontecagnano Faiano, non lontano da Battipaglia. E adesso, forte di questa esperienza, ha deciso di condividere nero su bianco il suo bagaglio di conoscenza. È nato così un volume dedicato esclusivamente alle basi, intese appunto come impasti: niente ricette di topping, niente foto scenografiche ma lievitazioni, idratazioni, tecniche di stesura e cotture, con ricette dolci e salate e la prefazione di **Gabriele Bonci** (che a InCibum tiene diversi corsi ed è uno dei mentori di Tafuri, assieme a **Piergiorgio Giorilli** e altri).

In 11 capitoli, il lievittista ripercorre il suo percorso professionale – dalla pizzeria alla pasticceria, dal pane alla viennoiserie, fino alla scalata più ardua: i grandi lievitati – trasformando il libro in uno strumento di lavoro e di consapevolezza, pensato per professionisti e appassionati evoluti.

Si parte dal racconto dei cereali e delle farine, ma anche degli “eroi del grano” – dalle selezioni genetiche di **Nazarenno Strampelli** ai moderni coltivatori che hanno recuperato preziose varietà antiche – per poi analizzare i processi fermentativi, la gestione consapevole dei microrganismi, i preferenti come biga, poolish e lieviti e il loro ruolo nella costruzione del sapore e della complessità finale.

Tempi, cotture, e due brevetti innovativi

Un intero capitolo è dedicato al tempo, comprendendo puntate, appretti e maturazioni ma anche una ideale programmazione del lavoro. E uno tratta della cottura, fase importantissima che rende una pizza non solo più buona, ma anche sana e digeribile. In un altro capitolo, l'autore affronta

l'organizzazione del lavoro in pizzeria e condivide due suoi brevetti: il **Metodo Tafuri 500**, pensato per semplificare i processi produttivi attraverso un unico impasto madre che si può applicare a diversi tipi di pizza gestendo le percentuali d'acqua, e il **Metodo Tafuri-25**, che consente di lavorare impasti con grani alternativi in modo stabile e performante (vedi pagina seguente): «Per me quest'ultimo è la sfida più stimolante, mette insieme tanti aspetti tecnici e dà ottimi risultati. Amo molto soprattutto quello con il farro spelta», racconta. E se nel libro si trovano 30 ricette di pizze tonde (napoletana, contemporanea, al mattarello), in teglia, precotte, al padellino e focacce, ma anche di lievitati dolci, Valentino Tafuri indica quello che per lui è l'ingrediente fondamentale: la pazienza. «L'esperienza con la scuola mi ha dato modo di apprendere ancora di più e l'obbligo di sperimentare, mettere in pratica e spiegare il più semplicemente possibile. Come è normale, tutti guardano al risultato finale. Ma non si possono saltare gli step: non puoi pretendere di fare un panettone senza saper fare la brioche».



La copertina del libro appena uscito e un ritratto del lievittista-ricercatore tra lieviti e impasti. Nella pagina accanto, una sua pizza: dietro a un risultato perfetto c'è un lungo lavoro di ricerca tecnica

COME REPLICARE A PIACERE QUEL TOCCO STRAORDINARIO

di Valentino Tafuri

- | Il metodo Tafuri MT-25 spiegato in prima persona dal suo mentore: standardizzare le azioni per servire l'alternativa. Come trasformare un impasto da biga con grani alternativi in un processo ripetibile, stabile e redditizio: il protocollo che ferma il tempo a -25 °C e libera il servizio in pizzeria

Mettere in carta un impasto alternativo accanto al classico è uno dei desideri ricorrenti di ogni pizzaiolo, ma è anche uno degli scogli più sottovalutati. Farine integrali, farro, segale, Senatore Cappelli o mais portano carattere e identità al prodotto, ma introducono variabili che, senza un protocollo solido, finiscono per logorare la cucina: estensibilità ridotta, glutine coeso, tenuta incerta nel tempo. Il metodo MT-25 nasce esattamente qui, nel punto in cui il pizzaiolo deve scegliere tra rinunciare alla varietà o accettare il caos organizzativo.

Il principio è semplice e radicale: si impasta una volta sola alla settimana, **si ferma il tempo** a -25 °C con sonda al cuore (-18 °C), e durante la settimana si prelevano i panetti

necessari, sei, otto o dodici, in base al servizio. L'impasto prevede 50% biga e 50% rinfresco, dove quest'ultimo viene personalizzato a seconda del grano scelto (per esempio 30% integrale + 20% tenero media forza, oppure 20% segale + 30% tenero di forza). Idratazione tra 75% e 80%, temperatura finale 24-26 °C, puntata a temperatura ambiente entro il 20%.

Il cuore del metodo: appretto e decongelamento

Il cuore del metodo è la gestione dell'appretto in tre fasi — levata, stabilità, caduta — e il sogno di ogni pizzaiolo: aprire il servizio con panetti al 100% di levata e una buona finestra di stabilità. Si staglia su teglia con carta forno, si fa crescere



Valentino Tafuri. Pizzaiolo nato a Battipaglia, nel 2013 ha aperto insieme alla sua famiglia il Pizzificio 3 Voglie, un vero laboratorio artigianale dedicato all'arte bianca. A destra, il dettaglio sull'alveolatura del cornicione



del 50%, poi si abbatte. Da lì, due strade.
Il **decongelamento lento**: 24 ore a 4 °C
(+30% di levata), un'ora a temperatura

ambiente (+20%), eventuale rientro a 4
°C per stabilizzare, utilizzo a 18-20 °C.
Il **decongelamento forzato**: un'ora a 32

°C in camera (+20%), poi 4 °C coperto
per completare (+30%), gestione in
cassetti piccoli da sei panetti prelevati
progressivamente. La cottura chiude il
cerchio: forno elettrico statico 380 °C
cielo/platea per 90-120 secondi, con-
veyor 300/290 °C per 3 minuti, legna
380 °C con poco irraggiamento diretto
per 90-100 secondi.

Standardizzare: una scelta strategica

Il vero messaggio per chi lavora in
pizzeria è però strategico, non tecnico.
Standardizzare un processo signifi-
ca trasformare un'idea – **offrire un
impasto alternativo** – in un'operazione
ripetibile, prevedibile, scalabile. Signi-
fica che il cliente sceglie tra classico
e speciale con la stessa naturalezza,
mentre in cucina la complessità resta
sotto controllo. E significa, infine, poter
ricaricare sul conto il valore di un servi-
zio reale: quello di una pizzeria che ha
sistemizzato la propria offerta invece
di improvvisarla.



Qui sopra e in alto, la stesura è una fase cruciale nella realizzazione di una pizza. A destra, tanti impasti, tanti risultati diversi per pizze e focacce. «Si impasta una volta alla settimana, si ferma il tempo a -25 °C con sonda al cuore (-18 °C) e durante la settimana si prelevano i panetti necessari»



TORTA SALATA BELLA PRESENZA CERCA BIRRA SCOPO MATRIMONIO

di Giuliana Valcavi*

Malti & Luppoli

- | *Astenersi perditempo... Dalla tradizione più scontata si approda ai confini*
- | *delle degustazioni più raffinate. Il mondo della birra abbinato*
- | *a quello di pizze, focacce, quiche e torte salate ha molto di saporito e godibile*
- | *da raccontare. Sempre che l'approccio avvenga con le dovute accortezze*

Pizza e birra: uno degli abbinamenti più iconici della tavola. Una coppia apparentemente semplice, quasi scontata, che in realtà nasconde un universo di possibilità sensoriali. Se per anni la scelta si è limitata a una "chiara media", oggi la crescente diffusione della cultura birraria, soprattutto artigianale, permette di costruire abbinamenti mirati, capaci di esaltare tanto la pizza, a partire dagli ingredienti del topping, quanto la

birra nelle sue diverse declinazioni a seconda degli stili birrari. Il principio fondamentale resta quello di ogni abbinamento gastronomico: equilibrio, che si raggiunge attraverso contrasti (grassezza versus freschezza), concordanze aromatiche (tostato su tostato, speziato su speziato) e una corretta gestione dell'intensità. In questo modo, l'abbinamento tra pizza e birra diviene un terreno di sperimentazione che al professionista consente di co-

struire percorsi sensoriali su misura, trasformando un gesto quotidiano in un'esperienza gastronomica perché dietro ogni pizza c'è una struttura gustativa precisa e dietro ogni birra uno stile con aromi, profumi e gusti con caratteristiche definite.

Sorprendente il binomio con le torte salate

Se il binomio pizza-birra è a pieno titolo nella cultura gastronomica con-

temporanea, quello tra birra e torte salate rappresenta ancora un territorio poco esplorato, ma ricco di potenzialità. Dalle quiche francesi alle torte rustiche della tradizione italiana, passando per preparazioni più moderne e creative, le torte salate offrono una straordinaria varietà di ingredienti e strutture gustative, che si prestano a essere valorizzate attraverso abbinamenti birrari mirati. I criteri restano quelli fondamentali: contrasto delle componenti grasse, concordanza aromatica e rispetto dell'intensità, ricordando che anche in questo caso la base di pasta influenza a sua volta la percezione finale del gusto, rendendo le sensazioni gustative tendenzialmente più delicate e, a seconda delle cotture e degli impasti, più o meno biscottate.

Prendiamo in particolare la **Quiche Lorraine**: simbolo della tradizione francese, è caratterizzata da una base di pasta friabile e burrosa, un ripieno cremoso a base di uova e panna e la sapidità dello speck o pancetta. L'abbinamento richiede una birra capace di pulire il palato senza rinunciare a una certa struttura. Le migliori opzioni sono le Lager ambrate, come le Maerzen, oppure le Bock, che grazie al corpo maltato e alle note di crosta di pane accompagnano la componente burrosa.

Con i topping classici ecco gli stili perfetti

La **Margherita** è il grande banco di prova. Pomodoro, mozzarella e basilico costruiscono un equilibrio tra acidità, dolcezza e componente lattica. Qui la birra deve inserirsi senza sovrastare, quindi, secondo una tradizione ormai consolidata, risultano vincenti col loro gusto pulito le Helles, equilibrate, morbide e leggermente amare grazie alle note luppolate. Un



Una pizza egg and bacon, con rinforzo di salsiccia. Ipa, Kellerbier o Amber Ale (se piccante) si accompagnano benissimo



La Quiche Lorraine, un simbolo della tradizione francese, richiama una Maerzen o una Bock.

po' più secca e sempre segnata da un gusto pulito, capace a sua volta di sgrassare il palato, la Pils. Se vogliamo muoverci in accordo, le scelte più efficaci sono birre leggere e beverine con aromi fruttati e speziati, magari piacevolmente aciduli e con una buona carbonazione sgrassante, come le Weizen o le Blanche.

L'aromatica **Marinara**, priva di mozzarella ma ricca di personalità, gioca su pomodoro, aglio e origano. L'intensità aromatica è elevata, ma manca la componente grassa. Potremmo puntare su una Belgian Pale Ale in grado di aggiungere sfumature erbacee e fruttate, in sintonia con le erbe mediterranee.

Quando poi la pizza si fa ricca, come nel caso della **Quattro Formaggi**, l'abbinamento deve cambiare registro. Grassezza, sapidità e persistenza aromatica richiedono birre strutturate. Le Dubbel, specialità belghe dalle note maltate e caramellate, creano un efficace contrasto con la sapidità dei formaggi. Le Tripel, più alcoliche e complesse, ricche di aromi fruttati e speziati, caratterizzate da sapore intenso e retrogusto persistente, riescono a sostenere l'intensità del piatto. Stesso discorso quando ci troviamo di fronte a una focaccia con ripieno di formaggi (freschi, stagionati o erborinati) che aumenta la complessità del piatto, in cui grassezza, sapidità e persistenza trovano un buon matrimonio anche

con una Maerzen, equilibrata tra malto e luppolo, il primo in accordo con gli impasti e il secondo in contrasto con i formaggi, esaltato pure da una Weizen acidula e sgrassante.

Largo ai salumi e all'indiafolato peperoncino

Il **prosciutto crudo** porta in dote sapidità e una componente grassa delicata. L'abbinamento richiede finezza. Una Helles tedesca, morbida e pulita, accompagna senza invadere. Una Belgian Strong Golden Ale, con le sue note fruttate e l'alcol ben integrato, crea un interessante gioco di contrasti. Anche una Bitter, dalle note equilibrate e dai sentori fruttati e floreali, nonché dal gusto pieno, ben si abbina alla piacevolezza del prosciutto. Se l'abbinamento è con lo **speck**, possiamo propendere per una Maerzen, la birra dell'Oktobertfest, con note speziate e aromi intensi. Col **salame**, l'IPA può svolgere un ruolo fondamentale grazie alla componente amaricante e aromatica del luppolo, che pulisce il palato, mentre le Vienna Lager garantiscono equilibrio tra dolcezza maltata e freschezza.

La succulenta pizza con **salsiccia** è ricca, grassa e spesso speziata. Qui la birra deve avere carattere. Le IPA, grazie al luppolo, aiutano a pulire il palato. Le Red Ale offrono una via più morbida e maltata, mentre le Kellerbier, con la loro rusticità e bevibilità, rappresentano una scelta sorprendentemente efficace.

Nella **Diavola** la presenza del salame piccante introduce una

variabile non facile da abbinare: il **peperoncino**. L'errore più comune è scegliere birre troppo amare, che amplificano la percezione del piccante. Meglio orientarsi su birre equilibrate: una Amber Ale, con il suo profilo maltato, attenua il calore. Una Vienna Lager offre rotondità e pulizia. Le IPA possono funzionare, ma solo se privilegiano gli aromi agrumati ed esotici del luppolo rispetto all'amaro aggressivo.

Leggerezza dei vegetali e delicatezza del pesce

Le **pizze vegetariane**, spesso a base di verdure grigliate, presentano una tendenza dolce e una buona complessità aromatica. Le Pale Ale, con i loro profili agrumati ed erbacei, dialogano bene con le verdure. Così anche le Pils, grazie a un corpo snello e a note amare delicate e ad aromi freschi, floreali ed erbacei, e le Keller e Zwickl, birre equilibrate in grado di rispettare la delicatezza del piatto e in grado di regalare freschezza. Le verdure possono caratterizzare ancora più marcatamente le torte salate con diverse declinazioni a seconda degli ingredienti. **Zucchine, peperoni o spinaci** i più diffusi, ma tutti giocano su una tendenza dolce e su aromi delicati e leggermente tostati. Nel caso di una torta di **carciofi**, la tendenza amarognola e metallica trova egregio accompagnamento in una Belgian Blond di nuova generazione molto luppolata ma caratterizzata anche da note maltate o una Maerzen con aromi di caramello e spezie.

I **funghi** introducono una dimensione umami e una nota terro-



Per effetto dell'untuosità e della marcata nota leguminosa e leggermente amarognola, la farinata genovese si può abbinare bene a una birra di grano, acidula e rinfrescante, come una Blanche o una Weizen

sa che apre a birre più scure. Le Brown Ale, con sentori di nocciola e caramello, creano una piacevole concordanza. Pizze e torte salate con **salmone o tonno** richiedono un approccio delicato per non coprire la finezza del pesce. Le Blanche sono particolarmente indicate, grazie alle note agrumate e speziate che esaltano l'ingrediente

principale. Ma anche le Pils, con la loro secchezza, e le Saison più leggere possono accompagnare con eleganza.

La birra esalta anche l'umile farinata

Semplice ma non facile: per effetto dell'untuosità e della marcata nota leguminosa e leggermente amarognola,

la **farinata** si può abbinare bene a una birra di grano, acidula e rinfrescante, come una Blanche o una Weizen, in grado di pulire il palato anche per effetto dell'elevata carbonazione. Da evitare birre troppo amare che amplifichino l'amaro del cece o troppo tostate che possono coprire la delicatezza della preparazione.

GLI ABBINAMENTI GOURMET DI UN GRANDE CERVOISIER

Le pizze gourmet si prestano ad abbinamenti di grande interesse per i locali dedicati, che possono creare eventi molto seguiti, in cui l'esplorazione si fa davvero sofisticata, grazie anche a birre speciali e a personale esperto.

Il Rito, pizzeria gourmet sui primi colli della Brianza, a **Carate**, richiama, in un ambiente ricercato e suggestivo, un'appassionata clientela che beneficia anche di birre a km zero, provenienti dal birrificio dirimpetto, **Menaresta**, pluripremiato con il suo centinaio di specialità nel corso degli anni. Uno degli eventi proposti, guidato da **Fabio Conte**, cervoisier Zafferano, noto agli appassionati per la sua competenza nello spiegare e degustare le birre, ha visto abbinamenti di livello. Con la **Cotopizza** (impasto impanato e fritto) arricchita da gorgonzola, luganega ed erbe ripassate, una IPA Session, 4,5% alcol, capace di pulire e rendere più leggero il morso con la ricca luppolatura esotica. Stessa esperienza con la **Porcona** (paté di olive, finocchi e porchetta), una partenza profumatissima e in accordo con i sentori di questa farcia. Quindi, sale la gradazione (7,5%) con una Scottish Ale, maltata e carezzevole, accanto a una **Parmigiana** (pizza con prosciutto crudo e stracciatella) capace di accompagnare il saporito piatto. Infine, merita la citazione una Pastry Stout dai sentori di cacao, nocciola e caffè, abbinata a una Torta dolce paesana (cioccolata, pinoli e pane raffermo intinto nel latte) in cui l'effetto wow è assicurato.

E C'È ANCHE LA BIRRA NATA DALLA FOCACCIA

La birra di focaccia è nata da un'intuizione di **Massimiliano Prete** di **Sestogusto**, pizzeria gastronomica di **Torino**. Perché non dare valore al surplus di focaccia? Così, da un lungo studio, si è arrivati alla definizione di una ricetta, adesso realizzata da **Bbm Birra e Bevande Magiche** di **Carrù** (Cuneo), in cui le rimanenze di focaccia vengono utilizzate in aggiunta al malto d'orzo per la produzione di una bevanda insolita. La birra, chiara e ad alta fermentazione, ha un sapore fresco e beverino, con sentori di cereali e una leggera sapidità, data dalla focaccia.



Massimiliano Prete di Sestogusto (Torino)

La griglia cessa di essere una semplice tecnica di cottura e si trasforma in un linguaggio culinario trasversale, capace di adattarsi a diversi format ristorativi



26

UNA TENDENZA CHE SCOTTA CON TANTA CARNE AL FUOCO

di Massimo Renna

Griglie & grigliate

- | Con l'arrivo dell'estate, il barbecue torna al centro della ristorazione outdoor. Ma ciò che fino a pochi anni fa era percepito soprattutto
- | come un rituale domestico e conviviale, oggi si sta progressivamente
- | affermando come un segmento strategico per il comparto horeca

I dati di filiera ci aiutano a comprendere la portata del fenomeno. Contestualmente al settore della ristorazione outdoor, **Assocarni** riporta che la produzione complessiva di carne bovina ha raggiunto le 659.000 tonnellate nel 2024, con una crescita del +6,3% rispetto all'anno precedente e un valore superiore ai 13 miliardi di euro. Sono numeri che non raccontano soltanto la solidità di un comparto alimentare, ma anche l'aumento dei consumi legati inevitabilmente alla cucina all'aperto, sempre più centrali anche nei contesti professionali. Non si parla più, dunque, solo della tradizionale grigliata domenicale per famiglie. Il barbecue si sta progressivamente configurando come uno dei driver più interessanti per l'innovazione dell'offerta gastronomica, intercettando nuove esigenze di flessibilità, ma anche

della qualità stessa della cucina. In questo scenario, la griglia cessa di essere una semplice tecnica di cottura e si trasforma in un linguaggio culinario trasversale, capace di adattarsi a diversi format ristorativi.

La crescita in Fiera e l'interesse professionale

A conferma di tale traiettoria si colloca il crescente successo di eventi verticali dedicati al settore. In primo luogo la fiera **BBQ Expo Parma** che, alla sua terza edizione avvenuta lo scorso aprile (la prossima sarà dal 3 al 6 aprile 2027, ndr), si è ormai affermata come uno dei principali hub nazionali. L'edizione 2026 ha visto la partecipazione di oltre 300 brand espositori tra attrezzature, accessori, device digitali

CLICK!

CLICK!

e combustibili specifici, segnando un consolidamento importante del comparto anche a livello industriale. È importante notare come un evento così settoriale possa in realtà contare sul supporto ben più strutturato e istituzionale di Fiere di Parma. L'importante polo fieristico non ospita solamente l'evento, ma ne ha acquisito il 50% delle quote rendendola, seppur parzialmente, una fiera del proprio portfolio. È un segnale indicativo di come il mondo del grill stia crescendo nella dimensione B2B poiché, come anche ricordato dall'amministratore delegato di Fiere di Parma **Antonio Cellie** «il segmento è in forte espansione, sia in termini di consumo domestico che professionale».

Tecnologia e tradizione: ecco l'avanguardia

Se da un lato il barbecue continua a evocare convivialità, manualità e tradizione, dall'altro lato l'innovazione tecnologica sta ridefinendo profondamente il modo in cui viene utilizzato anche nella ristorazione professionale. Le attrezzature di nuova generazione permettono oggi

un controllo estremamente preciso della cottura, grazie a sistemi di regolazione avanzati, sensori termici, timer digitali e materiali ad alte prestazioni. Alcuni esempi sono i barbecue del brand statunitense **Weber**, estremamente innovativo grazie ai suoi sistemi di linee pellet e gas sempre più automatizzate, accessori professionali come piastre e utensili in nuovi materiali più performativi (e a volte più sostenibili), ma soprattutto l'integrazione di device digitali come termometri smart e app di controllo utilizzabili direttamente dallo smartphone. Se parliamo di innovazione, parliamo anche di marchi come **Napoleon**, che integra addirittura bruciatori infrarossi ad alta precisione, sistemi di cottura avanzati che distri-

buiscono il calore in maniera più uniforme (multi-zona), e un design sempre più integrato all'outdoor kitchen di qualità superiore alla semplice griglia a carbonella a cui siamo abituati nel nostro immaginario collettivo.

Nuovi modelli: spazio alla sostenibilità

Non può mancare l'attenzione a emissioni e impatto ambientale anche nel panorama del barbecue contemporaneo, attingendo alla tradizione giapponese del *kamado* a carbone. Dal semplice focolare domestico in argilla con origini nell'antica Asia orientale, il *kamado* si è evoluto nei secoli in una camera di cottura chiusa capace di trattenere molto bene il calore grazie alla ceramica spessa e alla ventila-

UN COMPARTO IN FERMENTO

- 659.000 tonnellate di carne bovina prodotte in Italia (+6,3% nel 2024)
- Oltre 13 miliardi di euro di fatturato della filiera
- 400+ brand espositori al doppio evento BBQ Expo Parma e Butcher show
- Sviluppo di community e cultura barbecue a livello europeo

CLICK!



A sinistra, sistema di cottura Tylia di Fògher e De Castelli, con la finitura DeMarea su acciaio inox ideata da Zanellato/Bortotto e sviluppata da De Castelli. A destra, insaporire i tagli pronti per la cottura diventa quasi un rito gastronomico

zione regolabile, permettendo cotture lente e uniformi con poco carbone.

A farlo è ad esempio il marchio francese **COEO Design**, che con il suo Kamado Quattro realizza la versione più contemporanea di un metodo di cottura da sempre d'avanguardia. Già occidentalizzato industrialmente nella seconda metà del Novecento, il kamado è spesso il modello principe d'ispirazione per nuovi prodotti, fra cui il celebre Big Green Egg nato nel 1974 ad Atlanta, in Georgia (Usa) che ha perfezionato ulteriormente questo forno tradizionale fino ai giorni nostri. L'originale struttura a uovo con coperchio in ceramica riduce sensibilmente il consumo di carbone rispetto ai barbecue tradizionali, grazie alla ritenzione del calore che la speciale struttura e la composizione della ceramica permettono. Parallelamente, la versatilità del sistema rappresenta uno dei punti di forza principali (e di sostenibilità, essendo sostanzialmente un attrezzo "tre in uno") di questo tipo di prodotto. Tali dispositivi permettono infatti di passare da grigliate ad alta temperatura a cotture lente, da affumicature e – persino – preparazioni da forno come pane e pizza. Per questo, i nuovi orizzonti del barbecue propongono una nuova, radicale idea della cucina all'aperto dove efficienza energetica e multiuso convergono in un unico dispositivo, per ridurre gli sprechi e ampliare le possibilità culinarie. Insomma, a livello di funzionalità, grazie al controllo preciso del flusso d'aria, la stabilizzazione della temperatura e l'uniformità della cottura per lungo tempo, alcuni nuovi barbecue funzionano come una vera e propria cucina outdoor completa.

Il barbecue sta cambiando il design delle cucine

Non ultimo, parliamo proprio dell'evoluzione nel design stesso delle attrezzature, perché il barbecue sta influenzando anche la concezione degli spazi di cottura a livello strutturale e progettuale. È la sinergia dei brand italiani **Fògher e De Castelli**, specializzati nella lavorazione dei metalli e pionieri delle nuove possibilità per la cucina outdoor: le piattaforme modulari. In particolare, il loro nuovo sistema Tylia vede la struttura in acciaio inox ondulato con finiture su rame distinguersi per l'ampia possibilità di personalizzazione grazie a blocchi componibili, configurabili utilizzando un ottimo assortimento di sistemi di cottura, strumenti e accessori. Ciò permette di integrare estetica e funzionalità in funzione del nuovo fulcro di cottura, rappresentato dalla griglia, e della sua rinnovata importanza nelle cucine dei cuochi, professionali e non. Non è un caso che un esempio di tale tendenza sia stata ufficialmente presentato a fine aprile al **Salone del Mobile 2026**, la più importante fiera internazionale del design in Italia, e non a una fiera più vicina alla ristorazione come Host e BBQ Expo Parma. Tale processo rappresenta un'evoluzione naturale, ma con una peculiarità interessante: rispetto ad altre tecniche gastronomiche più complesse (ad esempio la pasticceria o la panetteria), il barbecue parte da una base apparentemente semplice. E proprio per questo, l'innovazione tecnologica sta riducendo in modo significativo la distanza tra utilizzo amatoriale e performance professionale. Una griglia domestica, oggi, può avvicinarsi sorprendentemente a standard qualitativi medio-alti, grazie



Due barbecue Weber, brand statunitense estremamente innovativo. A sinistra, modello Summit Smart FS38X E; a destra, il Summit Smart FS38X SS

a strumenti sempre più sofisticati e accessibili anche al pubblico. In altre parole la vostra clientela potrebbe saperne più di quanto pensiate. Conviene alzare il livello degli standard qualitativi.

Nuove community per nuovi format

L'evoluzione del barbecue non riguarda soltanto la tecnologia, poiché è strettamente connessa alla trasformazione dei modelli di consumo e dei format ristorativi. Altri poli esplosivi di rilevanza internazionale come **Host Milano 2025**, biennale ospitata lo scorso ottobre nel polo fieristico di Rho Fiera (22-26 ottobre l'edizione 2027, ndr), ha evidenziato l'aumento della domanda di esperienze ibride fra indoor e outdoor negli spazi abitativi, in special modo rispetto agli ambienti di condivisione e intrattenimento, spingendo l'intero settore verso soluzioni sempre più flessibili. Per questo motivo, il barbecue si integra oggi efficacemente in nuovi contesti abitativi (con un orientamento B2C) tanto quanto in svariati contesti ope-

rativi (B2B) come la ristorazione stagionale, le terrazze urbane, ma anche il catering per eventi e lo street food. In questo nuovo scenario, la modularità delle attrezzature diventa un fattore chiave per intercettare nuove opportunità di business, consentendo agli operatori di adattare rapidamente l'offerta alle esigenze del contesto e della domanda. Il barbecue, insomma, conserva tuttora una forte valenza simbolica ed esperienziale e la preparazione alla griglia continua a rappresentare un momento di grande socialità. Non solo, ma realtà come **Eba, European Barbecue Association**, sono sempre più partecipate nella diffusione di una cultura del barbecue più strutturata, promuovendo formazione, eventi e network professionali, spesso a livello internazionale.

Lo dimostra il successo, proprio a corollario di BBQ Parma, dell'evento **Butcher show** a Fiere di Parma. Se si considera il doppio appuntamento in partnership fra Area Fiera e Fiere di Parma nella sua totalità, infatti, ha registrato la partecipazione di oltre 26.000 presenze, 400 brand e 100

macellai in fiera, in gara e in aula, provenienti da tutto il mondo.

In definitiva, il barbecue non è più soltanto una tecnica, ma un ecosistema in espansione dove tradizione, innovazione e cultura gastronomica si incontrano per ridefinire una delle tecniche di cottura più antiche in uno dei panorami più versatili e trasversali della cucina contemporanea, riscrivendo paradigmi della ristorazione tanto quanto la progettazione degli spazi abitativi, dentro e fuori le mura di casa.



Modello Weber a gas intelligente Spirit® EPX-435R Stealth® Edition

CLICK!

CLICK!



Il sistema di cottura Tylia di Fögher e De Castelli, versione con la finitura DeErosion H6 su rame. L'attenzione è rivolta all'armonia con l'ambiente

*Clizia Zuin, miglior sommelier in assoluto
per il Gambero Rosso, nell'anno 2025;
sommelière e wine buyer
presso il ristorante Atto di Vito Mollica a Firenze*

© Martino Dini

30

CERCA, TROVA, RACCONTA CHI È?... LA SOMMELIÈRE

di Rita Bossi

Talenti horeca

- | Dalla gestione di una cantina stellata al percorso master of wine. Clizia
- | Zuin - sommelière del ristorante stellato Atto di Vito Mollica (Firenze) - analizza
- | la metamorfosi di questa professione. Un ruolo strategico nel coniugare
- | analisi dei dati, ricarichi etici e scouting dei territori. E la carriera può riservare,
- | oltre al posto di lavoro, riconoscimenti e soddisfazioni. Soprattutto alle donne

Dalla gestione di una cantina stellata all'ambizioso percorso come Master of Wine student, la carriera di **Clizia Zuin** rappresenta un punto di riferimento per la sommellerie contemporanea. Miglior sommelier (o sommelière) 2025 per il Gambero Rosso, head sommelier e wine buyer presso **Atto di Vito Mollica a Firenze**, Clizia non si limita a servire vino, ma brilla nell'analizzare la propria professione come ruolo strategico, strumento di vendita e ponte culturale. In questa intervista esclusiva per *Linea Diretta*, ci offre uno sguardo lucido sulle dinamiche del mercato attuale - dai ricarichi eti-

ci alla sostenibilità reale - fino all'evoluzione del sommelier moderno, figura sempre più simile a un consulente aziendale e a un comunicatore multimediale. Un dialogo dedicato a chi vuole capire dove sta andando il mondo del vino, senza perdere di vista l'obiettivo primario: la felicità del cliente.

Per un ristoratore o un gestore, la carta dei vini non è solo un elenco, ma uno strumento di vendita fondamentale. Quali sono i criteri che oggi non possono mancare per rendere una selezione



redditizia, moderna e capace di dialogare con un pubblico internazionale?

Costruire una carta dei vini oggi richiede equilibrio tra passione e analisi dei dati. Se dovessi sintetizzare i pilastri fondamentali, direi: **aggiornamenti continui e ricerca del nuovo**. Aprendo una carta si intuisce il grado di dinamismo della struttura. Una carta statica è una carta che muore. I vini rari, le piccole denominazioni emergenti o i vitigni dimenticati aiutano a rompere il ghiaccio con il cliente e offrono alternative valide ai soliti noti. Questi ultimi devono esserci per assicurare, ma non devono monopolizzare l'attenzione. Il valore aggiunto del sommelier sta proprio nella ricerca. In secondo luogo, serve **contatto con la realtà e pluralismo stilistico**. Non amo le carte dei vini monotematiche, focalizzate solo sui naturali o solo sul territorio. La carta non deve mai disorientare il cliente, ma fornirgli riferimenti solidi. Una selezione di soli vini premiati in un borgo rurale, o una lista di soli bianchi in un ristorante di pesce, denota mancanza di creatività e scarsa considerazione per l'ospite. Noi sommelier non siamo lì per imporre i nostri gusti o per educare forzatamente il pubblico. La vera professionalità sta nel saper declinare la propria conoscenza per accontentare palati diversi, trovando quella via di mezzo capace di far sentire tutti a proprio agio. Infine, **margini corretti e ricarichi etici**. In un momento storico complesso, la politica dei prezzi è determinante. È fondamentale applicare ricarichi corretti e offrire vini con un grande rapporto qualità-prezzo. Fortunatamente, il panorama enologico italiano non è mai stato qualitativamente così alto. Contemporaneamente, ci troviamo di fronte a un mercato saturo e a una contrazione dei consumi mondiali. In questo contesto, l'imprenditore deve capire che un ricarico eccessivo allontana il cliente dal secondo calice. La

redditività si fa sulla rotazione dello stock, non solo sul margine della singola etichetta.

Nel settore F&B si lamenta la carenza di personale qualificato. Quanto incide la formazione della sala sulle vendite e come può un imprenditore motivare il personale a diventare un vero ambasciatore del prodotto?

Affermo con certezza che la formazione è l'investimento con il Roi (*Return on investment*, l'indice che misura la redditività del capitale investito, ndr) più alto in assoluto. Non si tratta solo di trasmettere nozioni tecniche, ma di fornire al personale gli strumenti per emozionare. La competenza tecnica serve a centrare il bersaglio. Quando il cliente percepisce che chi ha davanti conosce profondamente ciò che propone, si crea un legame di fiducia, base della fidelizzazione. Un imprenditore deve motivare la squadra rendendola partecipe del processo: assaggiare insieme i nuovi inserimenti, visitare le cantine, spiegare il perché

di una scelta in carta. Il personale non deve sentirsi un semplice portatore di piatti, ma il narratore di un'esperienza.

Come sta cambiando il confine tra i vini più blasonati e quelli destinati al grande pubblico?

Il confine si fa sempre più labile. È evidente che la fascia bassissima di prezzo è destinata alla crisi, poiché il consumatore è più informato. Al contrario, la fascia medio-alta guadagna terreno perché molti appassionati desiderano sperimentare anche nel consumo domestico. **Più cultura del vino c'è alla base, meglio è per l'intero comparto**. Per quanto riguarda la ristorazione e l'alta gamma, la risposta delle aziende è stata la segmentazione: linee premium o micro-produzioni dedicate esclusivamente all'horeca. Tuttavia, poiché il mercato della ristorazione è ormai saturo, la differenza la fa la solidità dei rapporti costruiti negli anni. Chi possiede una visione a 360° del settore e sa muoversi tra i diversi canali non avverte la crisi, ma vede opportunità di posizionamento.



L'elegantissima sala del ristorante Atto di Vito Mollica a Firenze

Per un professionista, come si distingue un vino realmente sostenibile da un'operazione di puro greenwashing, e quanto pesa questo valore nelle scelte d'acquisto?

La parola chiave è coerenza. La sostenibilità non può essere un bollino se tutto il resto del processo produttivo va in direzione opposta. Un esempio: un vino prodotto in regime biologico, venduto in una bottiglia di vetro pesante che supera il chilogrammo, cessa immediatamente di essere sostenibile. Il costo energetico di produzione e trasporto di quel vetro annulla ogni beneficio ambientale fatto in vigna; diventa solo marketing maldestro. Ogni anno visito decine di aziende per toccare con mano le realtà produttive. **Cerco la sostanza: risparmio energetico, gestione idrica oculata o viticoltura rigenerativa.** Le generazioni sotto i 40 anni sono estremamente sensibili a questo tema. Non cercano solo il buono, cercano il giusto. Per loro, la sostenibilità è un pre-requisito, non un optional.



Clizia Zuin e lo chef Vito Mollica. «La carta - sostiene lei - non deve mai disorientare il cliente, ma fornirgli riferimenti solidi»

Le nuove generazioni cercano meno formalismo e più esperienza. Qual è il segreto per intercettarli senza snaturare l'identità di un locale di alto livello?

Genuinità, professionalità e un tocco di sana autoironia. Il nostro chef patron, Vito Mollica, ci ha trasmesso un insegnamento fondamentale: essere sempre gentili e rispettosi, ma mai ingessati. Il lusso contemporaneo non è più sinonimo di rigidità, ma di accoglienza sartoriale. I giovani consumatori fiutano subito l'artificio. Se proponi loro un vino raccontando una storia vera, con un linguaggio accessibile ma preciso, li conquisti. Non serve abbassare l'asticella della qualità, serve abbassare il muro della presunzione che spesso ha caratterizzato il mondo della sommellerie in passato. Far star bene l'ospite è l'unica missione che conta.

In un mercato volatile, meglio puntare su poche referenze sicure o differenziarsi con piccoli produttori e vitigni autoctoni?

«Direi senza dubbio: entrambi. Una carta equilibrata deve essere costruita come un portafoglio finanziario diversificato. Se parliamo di investimento puro, i grandi nomi (i cosiddetti blue chips) sono una certezza necessaria: garantiscono un aumento del valore dello stock nel tempo e assicurano il collezionista. Tuttavia, **il carattere di un locale si vede dai piccoli produttori.** Con un buon occhio clinico professionale, è possibile individuare i talenti emergenti prima del loro exploit mediatico. Questo permette di offrire un'esclusività che i grandi marchi non possono dare, riducendo i rischi economici e aumentando l'appeal della proposta.

Qual è la strategia per proporre abbinamenti che aumentino lo scontrino medio senza risultare invadenti?

La strategia vincente è la flessibilità. Bisogna uscire dal dogma che esista un solo abbinamento perfetto. Presso Atto proponiamo tre diversi percorsi di abbinamento al calice, che differiscono per fascia di prezzo e tematica



La decantazione di un vino rosso

narrativa. Questo permette al cliente di scegliere il livello di investimento che preferisce, sentendosi partecipe della decisione e non vittima di un'imposizione. **La personalizzazione è la chiave:** se un cliente ha una particolare curiosità, posso deviare dal percorso standard per fargli assaggiare qualcosa di unico. Quando l'abbinamento è percepito come un valore aggiunto all'esperienza gastronomica e non come un semplice *upselling*, il cliente spende volentieri di più.

La sua figura professionale è in continua evoluzione: servizio, consulenza e comunicazione. È questo il percorso che vede per i sommelier del futuro?

Assolutamente sì. La figura del sommelier oggi è complessa. Non siamo solo quelli che versano il vino. Siamo consulenti che gestiscono budget importanti, cantine di valore e flussi finanziari delicati. Gestiamo rapporti commerciali complessi con i fornitori e lavoriamo con gli chef per creare sinergie di gusto. Bisogna avere spirito del funambolo e intraprendenza. Oltre alla tecnica, servono competenze gestionali e comunicative. Il sommelier del futuro sarà sempre più un comunicatore, e in alcuni casi un influencer. La sfida è mantenere l'autorevolezza tecnica pur utilizzando canali di comunicazione pop.

Si parla spesso di un palato femminile più incline alla finezza. Dote innata o pregiudizio?

Più che di una differenza di palato inteso come organo, parlerei di una maggiore attenzione al dettaglio e di una di-



Un angolo della sala principale del ristorante Atto

versa sensibilità nell'approccio. La scienza suggerisce che l'olfatto femminile possa essere più sviluppato per ragioni biologiche, ma il vino si valuta con tutto l'essere. Credo che le donne nel vino stiano portando **pragmatismo ed eleganza interpretativa** che fa bene a tutto il settore. Più che un pregiudizio, oggi la professionalità femminile nel vino è una realtà consolidata e vincente, capace di unire competenza tecnica e intelligenza emotiva.



C'è più predisposizione nel palato femminile? «Parlerei di una maggiore attenzione al dettaglio e di una diversa sensibilità nell'approccio»



L'ORO GIALLO DI SARDEGNA ATTENDE LA QUOTAZIONE DOP

di Matteo Cioffi

Eccellenze italiane

- | La bottarga di muggine ha una versatilità organolettica riconosciuta, che richiede un
- | uso rispettoso ai fornelli, all'insegna della semplicità. A differenza di quella
- | di tonno, più scura e dal sapore più deciso, è prodotta prevalentemente in territorio
- | sardo, con l'eccezione della laguna di Orbetello, in Toscana.
- | Ma è tempo di un riconoscimento ufficiale che ne certifichi l'indiscutibile bontà

Un ingrediente ittico che apre a un ampio ventaglio di diverse soluzioni culinarie. Grattugiata, a fette, ma anche tagliata a cubetti o inserita in salse e sughi: le strade del gusto non sono infinite, ma di certo numerose. E ciò non lascia indifferenti gli chef, molti dei quali ben decisi a dare lustro al *Mugil cephalus* (muggine), per arricchire di sapore le loro preparazioni ai fornelli.

Un piacere di gola che ha il suo territorio più fertile in Sardegna, ricca di zone dove questo pesce prolifera. Sardegna, dunque, capitale della bottarga, ma non ancora organizzata per promuoverla come sarebbe auspicabile.

A pensarla così sono parecchi addetti ai lavori: «La terra

sarda è magica anche dal punto di vista gastronomico. Ogni volta che ci vengo, scopro nuove ricette e ingredienti che, però, spesso finiscono per rimanere una nicchia, rimangono rintanati nei loro luoghi di origine, quasi a temere di volersi mostrare – commenta **Max Mariola**, noto chef influencer romano lanciato a suo tempo da Gambero Rosso Channel e che oggi vanta milioni di follower sui social –. La bottarga fatica a imporsi, nonostante abbia tutte le carte in regola per farlo. Io la reputo alla stessa stregua del caviale o del tartufo bianco che si aggiungono per dare quel tocco di perfezione finale al piatto. La verità, a mio parere, è che il sardo, persona per sua natura molto generosa e ospitale, non si distingue

per essere un grande comunicatore. Ecco, la questione è tutta qui: si teme ancora di perdere o farsi scippare un prodotto di casa. Bisogna superare questo ostacolo che è solo culturale, aprendosi in totale trasparenza, perché questo prodotto è fuori discussione un'assoluta eccellenza».

I maître à penser italiani la apprezzano entusiasti

Come tale, la bottarga avrebbe bisogno di maggiore tutela e promozione, seppure sia diventata da alcuni mesi presidio Slow Food. Servirebbe però un'ulteriore certificazione. Magari una denominazione geografica, come consiglia uno dei maggiori maître à penser della cucina italiana, **Davide Oldani**, da 22 anni titolare del ristorante **D'O** di Cornaredo, vicino a Milano (2 stelle Michelin): «Questo ingrediente ha un grande valore organolettico ed è **il momento di riconoscerne il marchio di qualità Dop**, per proteggerlo e cominciare a diffonderlo anche a livello internazionale come autentico prodotto italiano. Il muggine è sinonimo di



Nella foto in apertura, la delicatezza del carpaccio di polpo, impreziosita dall'oro della bottarga. L'assaggio crudo è un must, soprattutto come antipasto. Sopra la materia prima in purezza

prestigio, lo ritengo idoneo a sposare sapori dove prevale la dolcezza e, in questo caso, mi riferisco a verdure, ma anche a funghi o zucca, fino a testarlo con alcuni frutti quali pera e mela. È un

elemento che sconfina su più fronti a livello organolettico e stimola la creatività. Preserviamolo e valorizziamolo come merita». Che la bottarga sappia destreggiarsi su



Linguine, pomodorini, bottarga a fette e grattata, prezzemolo fresco. Un classico infallibile



Per Davide Oldani è giunta l'ora della Dop

più fronti del gusto lo dimostra anche **Ciccio Vitiello**, 33 anni e titolare di **Cambia-Menti**, pizzeria all'avanguardia a San Leucio, frazione di Caserta. Nominato pizzaiolo dell'anno ai recenti Ferrarelle Award 2025, ha valorizzato la **bottarga in una pizza**, accostandola a uno dei prodotti agroalimentari più simbolici della sua Campania: «Ho creato una montanara frita unendo due ingredienti preziosi: bottarga di Cabras e mozzarella di bufala, rispettivamente l'oro giallo e l'oro bianco. La ricetta di questo piatto nasce da un mio viaggio in moto da Olbia fino a Cabras per il Festival della Bottarga. Mentre macinavo chilometri in sella, ho elaborato come il muggine affumicato e marinato, con sapore lievemente salmastro, marino e sapidamente ben dosato, potesse sposarsi con quello acidulo e fresco della bufala, conferendo quel tocco di chiusura ideale alla preparazione. Era perfetto, ma c'è voluta ancora un po' di strada per chiudere il cerchio con un'aggiunta di limone che trova il favore sia del pesce che della mozzarella. Una pizza che, in questo modo, ha unito due regioni, la mia e la Sardegna».

Chi la ama in purezza o in ricette complesse

Parola poi a chi nell'isola ci è nato e ci lavora. La poco più che trentenne **Simona Balia** insieme al marito **Mattia Pusceddu** dirige da un anno e mezzo **Raices Restaurant Taps & Wine** sull'isola di Sant'Antioco. Un locale arredato in stile familiare dove ogni ricetta rivolge lo sguardo alle radici (*raices*, in catalano) gastronomiche sarde. «La bottarga per troppi anni è stata tenuta nascosta da molti ristoratori sardi – esordisce

la giovane cuoca con tono quasi sconsolato –. Una pecca enorme se si pensa al potenziale culinario del muggine. Il suo sapore, come mi piace dire, è ingannevole, perché nonostante sia prevalentemente marino e, quindi, liberi un gusto di base salmastro, riesce al tempo stesso a trovare un idillio aromatico con elementi gastronomici che sono solo a priori diversi. Giocando con i contrasti, abbiamo creato, per esempio, alcune ricette sorprendenti che trovano il favore dei nostri clienti. Tra queste una crême brûlée con bottarga, proposta non come classico dessert, bensì come prima portata del menu degustazione. Il cliente è, come spiegavo prima, inizialmente stupito, ma poi apprezza perché la sapidità del muggine si amalgama delicatamente con il sapore dolce della panna e zucchero caramellato, mantenendo un equilibrio di base che non confonde il palato, ma lo gratifica».

Interviene anche **Salvatore Ticca**, nato a Oliena, nel cuore della Barbagia, e oggi a capo del **Ristorantino Shardana** di Nuoro, che invita a mantenere un approccio cauto, mettendo al bando l'esuberanza: «La prima regola quando si usa la bottarga in cucina è rispettarla – avverte lo chef –. Con ciò intendo dire che non c'è bisogno di strafare a tutti i costi. Abbiamo tra le mani un prodotto di mare estremamente delicato e prezioso, non dimentichiamolo. Se lo si inserisce in contesti culinari con troppi ingredienti si rischia seriamente di svilirne il sapore. Molto meglio limitarsi al semplice per ottenere il massimo. Suggerisco, dunque, di grattugiarla su una fetta di buon pane fatto in casa e condito con olio extra vergine per ottenere un ideale antipasto, mentre con la stessa modalità



Veduta dello Stagno di Cabras, apprezzato anche come meta turistica



Pizza alla bottarga e bufala di Ciccio Vitiello, pizzaiolo di Caserta

risulta vincente sui uno spaghetti alle vongole o un risotto ai frutti di mare: l'elemento in più che mancava all'appello. Personalmente la prediligo a fette sui carciofi o aggiunta nella strapazzata di uova. Come vedete, è facile e si ottiene un risultato che difficilmente delude le aspettative».

Delicata, equilibrata, ottima a tutte le ore

Sempre tra i Millenials talentuosi in cucina, troviamo anche **Roberto Paddeu**, 34 anni, che insieme e fratelli Fabio e Valerio ha dato vita al progetto **Frades**. Un ristorante che ha la Sardegna nel piatto e che, dopo avere aperto in Costa Smeralda, è uscito dai confini insulari per bussare anche nel centro di Milano. Lui è delegato alle operazioni in cucina e, interpellato sulla bottarga, non nasconde di averne un debole, soprattutto per la possibilità di creare sodalizi molto apprezzati tra ingredienti della stessa Sardegna: «La mangerei in tutte le ore del giorno – assicura –. La bottarga ha un sapore talmente delicato ed equilibrato che permette di

unirsi ad altre eccellenze del territorio sardo, come la ricetta che propongo come antipasto e dove la unisco a filetti di muggine, finocchio, arancia e un tocco di Vernaccia. Sui primi piatti mi muovo con prudenza e creo piatti classici, come quello che amalgama la bottarga con lo spaghettoni, vongole e pesto leggero. Idem sui secondi, ovvero rimango cauto e semplice, per preservare il sapore. In quest'ottica, cucino un rombo con Vermentino Docg, carciofi di Valledoria, con tocco finale composto da scaglie, appunto, della mia cara bottarga».

Sul concetto di semplicità e rotondità, focalizza il suo pensiero anche **Salvatore Camedda**, chef sardo nato a Cabras. Terminata l'esperienza presso il ristorante **Somu di Baja Sardinia**, che gli è valsa una stella Michelin, da alcuni mesi dirige le operazioni di **Ulìa**, situato all'interno del Resort **Cascioni Eco Retreat** nei pressi di Arzachena. Qui ha deciso di redigere i suoi menu all'insegna dell'amata terra natia, dove la bottarga è ovviamente protagonista. «Parliamo di un ingrediente che si apre

a diverse soluzioni gastronomiche, dato che la si può essiccare più a lungo o per meno tempo, a seconda che la si voglia rendere, rispettivamente, più dura o più morbida – spiega –. Ciò è un grande vantaggio perché, in entrambi i casi, il sapore è sempre elegante e, quindi, amplia la possibilità di farsi apprezzare da un pubblico eterogeneo. Il suo equilibrio organolettico rende le cose più semplici per noi cuochi e consiglio sempre a tutti, per assaporarla nella sua essenza, di approcciarla stendendola a fettine su una fetta di pane e condita con olio extra vergine. Fino a qui tutto bello. La parte più complicata è riuscire finalmente a valorizzare questo fantastico prodotto al di fuori della nostra regione. È ora giunto il momento di farlo con convinzione, coinvolgendo tutta la filiera, ovvero le istituzioni, il Consorzio che rappresenta il muggine del Sinis, ma anche i ristoratori e chef sardi. Tutti insieme abbiamo il dovere di sponsorizzare un'eccellenza ittica che, per troppo tempo, è stata custodita gelosamente tra le mura di casa. E che ora si devono aprire. Anzi spalancare».



La lavorazione e salatura delle sacche di uova appena estratte dalle femmine di cefalo. A destra, il tocco in più per un piatto di spaghetti alle vongole

IL RITO DELLA PESCA

La laguna di Cabras è tra le zone in Italia con la maggiore produzione di muggine. In questa piccola località sulla costa occidentale della Sardegna, il rituale della pesca di questo pesce si ripete da generazioni con la medesima tecnica. E la stessa terminologia, che gli abitanti dell'area apprendono fin dalla tenera età. L'iter parte dal primo appuntamento, previsto nei primi giorni di primavera. Allo stagno si assiste allo sbarco del muggine che vi si riversa attirato dall'acqua dolce che ne facilita il processo naturale di crescita e sviluppo. Poi, con l'arrivo dei forti caldi estivi, i pesci sono richiamati dal mare salato. A questo punto cruciale, il sistema di paratie delle peschiere, calate dai pescatori, li chiude in *sos saigusu* e la pesca ha inizio. I pescatori calano su *pezzu*, una rete a semicerchio che si misura ancora in *pass*, cioè passi e spingono i cefali in spazi ristretti pescandoli con un retino, su *bigheddu*. La cattura del pesce destinato alla produzione di bottarga (per preservare le uova) avviene a mani nude ed è denominata *ammannacadura*. La laguna ha una salinità che conferisce alla bottarga un gusto peculiare, con due punte di amaro e una di dolce. La differenza rispetto a quella non italiana salta agli occhi già dal colore, quella della laguna è ambrata mentre quella di provenienza estera ha un colore più scuro.



Cabras: pesca dei cefali (*Mugil cephalus*)

VARIETÀ E GEOGRAFIA: GRAZIE AI CEFALI E AL TONNO ROSSO

Non solo dal **muggine** (cefali). La bottarga è ottenuta anche dal tonno rosso. Nel primo caso, a farla da padrone è la Sardegna che, oltre allo stagno di Cabras, vanta luoghi storici dove si pescano i cefali, da Cagliari e Tortolì, fino a Sant'Antioco, con uno sconfinamento extra insulare in Toscana, nella laguna di Orbetello (dal 2004 Presidio Slow Food della Maremma grossetana) e in alcune aree marine calabresi (costa ionica crotonese e tirrenica vibonese). E non solo. Risalendo a settentrione, infatti, la bottarga di cefalo si pesca nell'acqua salmastra del Delta del Po. Qui, di recente, il dipartimento di Scienze mediche e veterinarie dell'Alma Mater Università di Bologna ha dato via a un progetto per validare protocolli produttivi capaci di valorizzare il muggine delle valli emiliano-romagnole, allo scopo di proporre una bottarga di alta qualità, impreziosita con i Sali di Cervia e delle Valli di Comacchio.

Per quanto riguarda il **tonno rosso**, anche in questo caso il prodotto ha radici nel territorio sardo, a Sant'Antioco e a San Pietro-Carloforte in primis, ma gli esperti consigliano di recarsi anche in Sicilia per assaggiare le squisite bottarghe pescate e lavorate nelle tonnare di Trapani, Marsala e Marzamemi. Non solo. Anche a Favignana la bottarga siciliana ha uno dei suoi più storici luoghi di produzione. Qui si dice venne importata dai Fenici oltre 3.000 anni fa e diffusa poi dagli arabi. A livello organolettico, la bottarga dei due pesci ha sapore diverso. Se, infatti, quella di muggine tende in generale a sprigionare al palato sensazioni più delicate e versatili, quella di tonno rosso, oltre a risultare meno compatta e a presentarsi con un colore maggiormente ambrato e scuro, ha un gusto più intenso e salmastro.



Orbetello e la bellissima laguna che lo circonda

CLICK!



per i propri consumatori sceglie
farina 100% italiana, perchè il territorio
è importante quanto la tradizione!
Confezioni con materiali riciclabili.



La Bontà è una cosa seria ❤️



40

METTETE DEI FIORI... NEI VOSTRI COCKTAIL

di Matteo Cioffi

Ivan Geraci del cocktail bar palermitano Sartoria Miscelazione Democratica ha vinto il Garnish Game 2025, la competizione fra barman che celebra i fiori eduli come protagonisti della mixology di tendenza

Mixology

- | Dalle essenze fino alle tecniche di estrazione più delicate, l'arte della miscelazione floreale trasforma il bancone in un giardino sensoriale. Professionisti e maestri del drink raccontano come petali edibili e botaniche ricercate stiano ridisegnando il gusto e l'estetica dei grandi classici contemporanei

Ibisco, lavanda, viole, sambuco, gelsomini, nonché le immancabili rose, tanto per citare i più utilizzati dai bartender nostrani. Il mazzo da cui pescare è rigoglioso e offre botaniche che trasmettono calore e colore, bellezza e vivacità. E poi: sapore. Sciroppi, infusi, estrazioni, disidratazioni favoriscono un rapporto privilegiato con i professionisti del bancone, così succede che, nelle stagioni calde, con il grosso della fioritura, sbocciano long drink, dai grandi classici fino ai twist di questi e ai signature personali. Benvenuti dunque nella *blossom* o *flower mixology*, ovvero nel mondo dei cocktail che accoglie quello floreale. A puntare sul fascino di questi drink bouquet sono numerosi bartender. *Linea Diretta* ne ha interpellati alcuni.

Scelte creative e delicate che attraggono e stupiscono

Lo scorso anno, presentando un cocktail a base di mezcal, cordiale di tè bianca fiorito e liquore di camomilla, **Ivan Geraci** si è aggiudicato il Garnish Game, competition tra barman focalizzata, appunto, sulla flower mixology, andata in scena a Mira (Ve). «Tutto è nato dal desiderio di incuriosire e stupire i clienti proponendo loro cocktail profumati e dai sapori non comuni. Mi sono affidato ai fiori, utilizzandoli come fossero spezie o radici – spiega il bartender nato a Palermo 39 anni fa e oggi in pianta stabile nel cocktail bar palermitano **Sartoria Miscelazione Democratica** –. Chi fa il mio lavoro ha a

disposizione un'ampia scelta floreale che stimola la creatività, ma è fondamentale maneggiare con delicatezza questi ingredienti nella fase di preparazione. Consiglio dunque di affidarsi a tecniche semplici e non invasive, come il *cold brew* per esempio, e mantenere sempre un equilibrio organolettico che potrebbe essere facilmente destabilizzato dagli stessi fiori se appunto usati in modo inopportuno».

Alla stessa gara era presente anche **Amirka Rodriguez**, barman del **Luvinaria Wine Bar** di Torre Santa Susanna, nel Brindisino. Un'esperienza per lui nuova, che gli ha permesso di cogliere le potenzialità dei fiori nella mixology. «È stupefacente osservare come ogni elemento floreale abbia delle precise e uniche caratteristiche – ha esclamato –. La scelta del fiore da usare di volta in volta dipende dal tipo di sensazione che voglio trasmettere con il cocktail. Per esempio, la camomilla, che siamo abituati a consumare in bevande calde, è perfetta anche nei drink freddi, grazie al suo profilo morbido e dolce. La rosa o l'ibisco vanno dosati con estrema

cura perché possono facilmente diventare predominanti e coprire gli altri ingredienti». E non solo, l'attenzione non deve venire meno anche su altri processi di impiego: «Anche l'estrazione gioca un ruolo chiave – aggiunge Rodriguez –, soprattutto quando si lavora con acqua calda. In questo caso è importante controllare bene la temperatura che deve oscillare tra i 35 e i 40 °C, altrimenti si rischia di bruciare il fiore che sprigionerebbe così note di fieno poco piacevoli, oltre ad apparire di colore spento, per nulla invitante agli occhi del cliente».

Amati dalle signore e da chi ha il pollice verde

Alessandro Melis, navigato bar manager della catena milanese **Pandenus**, sottopone la blossom mixology anche a una questione di genere. «Indubbiamente bevande miscelate con i fiori hanno maggiore appeal agli occhi del pubblico femminile che, rispetto a quello maschile, tendenzialmente presta maggiore attenzione al lato estetico – sostiene –. Le donne hanno

la capacità di valorizzare i profumi e il gusto dei fiori, in generale, e in modo più analitico rispetto agli uomini. Inoltre, prediligono la freschezza dei drink ottenuta specialmente attraverso scorpi, soluzioni perfette per emanare sentori e toni floreali».

Altro nome altisonante quando si parla dei fiori nei cocktail è **Yuri Gelmini**. Il suo locale meneghino, il **Surfer's Garden**, è già di per sé strutturato come orto botanico e, in un contesto simile, risulta naturale e immediato usare il pollice verde per realizzare cocktail saporiti e molto attraenti anche dal punto di vista cromatico.

«Come mi ha insegnato uno dei miei mentori, il noto mixologist **Dario Comini** – racconta Yuri – i fiori hanno il dono magnifico di caratterizzare i drink perché in grado di provocare una reazione. Penso, ad esempio, al *butterfly pea* (cambio di colore) e alla *Acmella oleracea* (scossa sulla lingua). E non solo. Il fiore ingrediente nel drink diventa pretesto narrativo, enfatizza il legame con lo stile di miscelazione, aggiungendo una particolare nota olfattiva».



A sinistra, il cocktail *Ve.N.To.* di IBA (International Bartenders Association) sposa la camomilla alla vodka ghiacciata (vedi box a pag.43). A destra, anche Amirka Rodriguez del Luvinaria Wine Bar di Torre Santa Susanna, nel Brindisino, ama accostare questo fiore a spirits ben freddi

Le scelte su quale percorso floreale utilizzare quando si è muniti di shaker e misurino, sono spesso dettate dalla natura più intrinseca del cocktail, a seconda dell'anima organolettica, ma anche dell'aspetto.

Lo stesso Gelmini è categorico e fornisce esempi concreti per spiegare il suo pensiero: «Ci sono fiori che stanno bene con drink a cui serve una parte visiva molto importante, come quella fornita dai petali di rosa, i fiori di ibisco o di nasturzio, e ci sono drink a cui occorre una peculiarità olfattiva più pronunciata e, in questo caso, il bartender si orienta generalmente verso i fiori di basilico, di rosmarino o di erba cipollina. Il punto è: ti piace un Gibson? Perfetto, aggiungiamo un fiore di erba cipollina. Preferisci invece un Basil smash? Allora opterei per i fiori di basilico. Il comandamento di base da osservare nella flower mixology è che ogni tipo di abbinamento debba essere ideato seguendo un criterio sensoriale ben preciso. La regola, in altre termini, è chiara: quando si usano i fiori nella miscelazione bisogna informarsi a priori, studiarne essenza e fragranza, seguire se possibile corsi da professionisti e, come ulteriore step, comprare

queste botaniche da rivenditori che le certificano come edibili. Sconsiglio, dunque, di recarsi dai fioristi: eccellenti nel comporre bouquet ma non per fornire elementi floreali per drink».

In definitiva: ognuno faccia il suo mestiere.

Un'intera drink list di grande eleganza

Sempre a Milano spuntano fiori sui calici anche al banco di **Giardino Cordusio**, il cocktail bar del Palazzo Cordusio Gran Melià, edificio di fine Ottocento firmato da Luca Beltrami a meno di 500 metri dal Duomo. Qui, complice la rigogliosa vegetazione ambientata con eleganza, l'head bartender **Giorgio Porreca**, con la preziosa consulenza del mixologist **Dom Carella**, ha ideato **Liquid Blossoms**, drink list composta da ricette contraddistinte ognuna da un fiore per dare essenza, gusto e look a ciascuna; per esempio tagete, ibisco, rosa, crisantemo, lavanda, osmanto e gelsomino. I cocktail sono abbinati in pairing ai piatti del resident chef Andrea Nani. «La passione per la mixology e l'ospitalità in un luogo così speciale ci hanno spinto a portare nei nostri drink la bellezza della location.

Di qui è nato il desiderio di arricchire l'esperienza sensoriale dei fiori con le peculiarità di un vero giardino botanico all'italiana, composto da profumi, colori e suggestioni che provengono anche da frutti e radici».

Proprio il legame sensoriale favorisce sodalizi con il mondo della distillazione e dei suoi derivati. «Non esiste un unico spirit ideale per questo tipo di miscelazione – precisa il responsabile del bancone di Giardino Cordusio –. È piuttosto la sensibilità del bartender e la ricerca dell'equilibrio a guidare ogni scelta, aprendo continuamente a nuove possibilità espressive». Risulta però essenziale che ogni alchimista della mixology approcci il mondo floreale con estrema attenzione. «Con questo tipo di materie prime è fondamentale prestare particolare cura al processo di infusione, soprattutto se si ricorre al calore diretto. Il rischio principale è compromettere o sovrastare i delicati aromi del fiore. Bisogna privilegiare proposte floreali con cui valorizzare ed esaltare le caratteristiche organolettiche, ma mantenendo in egual misura equilibrio e la giusta finezza di base», ribadisce l'head bar tender.



A sinistra, una esibizione floreale di Yuri Gelmini del Surfer's Garden di Milano. A destra, Eden di Giorgio Porreca di Giardino Cordusio del Gran Melià. Profumato di borragine e dragoncello, ha una piccola mela verde come garnish

SPIRITS E COROLLE: AFFINITA' ELETIVE

Drink in fiore sono ben presenti nella lista Iba (International Bartenders Association). Basta sfogliare il maggiore ricettario del bere miscelato per rendersene conto. Nell'**Hugo**, innanzitutto, il mix prevede che soda/seltz e Prosecco si uniscano con sciroppo di fiori di sambuco che, a loro volta, sono la base del cordiale creato per realizzare lo **Spicy Fifty**, andando in questo caso a generare un piacevole sodalizio con vodka, lime e miele. Sempre di cordiale si parla anche in **Ve.N.To.**, drink 100% italiano, scaturito dalla camomilla che scopre la sua affinità con la grappa. La composizione cremosa derivata dal liquore di violetta è, invece, elemento aromatico e cromatico dell'**Aviation**, nel quale trova connessione con gin, succo di lime e maraschino. Gocce di fiori di arancio partecipano infine nel preparare la parte di texture avvolgente che caratterizza l'on top del **Ramos Fizz**.

LE RICETTE - COCKTAIL IN FIORE

LUBERON

by Alessandro Melis

INGREDIENTI:

gin (50 ml), sciroppo di lavanda (30 ml), succo di limone (15 ml), soda bio al limone

GARNISH: rametto di lavanda e zest di limone e accompagnare il drink con un fiore di zucca in pastella.

PREPARAZIONE: shakerare i tre ingredienti portanti, versare in un Collins, aggiungere un fill up di soda



AMINA by Amirka Rodriguez

INGREDIENTI:

grappa bianca (35 ml), cordiale mela verde e salvia (40 ml), soda mix (acqua e fiori rosa disidratati)

GARNISH: polvere di mix di fiori rosa disidratati e sale.

PREPARAZIONE: tecnica build in un tumbler alto, versando gli ingredienti e iniziando a mischiarli in maniera molto delicata

EDEN by Giorgio Porreca

INGREDIENTI:

rum (20 ml), calvados (10 ml), cordiale (50 ml), succo di lime (5 ml)

GARNISH: mela sotto spirito adagiata in superficie.

PREPARAZIONE: versare rum e calvados in un cobbler shaker, aggiungere cordiale di mela verde, fiore di borragine e dragoncello. Shakerare e filtrare in un bicchiere con un grande cubo di ghiaccio.

LE CAPUCINE

by Yuri Gelmini

INGREDIENTI:

mezcal (5 cl), succo d'ananas (5 cl), succo di lime (1,5 cl), sciroppo d'agave (1 cl), 4-5 foglie di nasturzio, mezza crusta di sale ai capperi, 1 fiore di nasturzio

GARNISH: fiore di nasturzio da mangiare durante la bevuta.

PREPARAZIONE: preparare un bicchiere dof con una mezza crusta di sale ai capperi. Introdurre nello shaker tutti gli ingredienti, shakerare con abbondante ghiaccio e filtrare con un colino per evitare i pezzettini delle foglie di nasturzio.



PICCOLI LUSSI DA GRANDI HOTEL

di Luciana Squadrilli

Dettagli di stile

- | Dai beauty set alle forniture del frigo bar, l'attenzione ai particolari aiuta a rendere il soggiorno indimenticabile al di là di stelle e categorie.
- | È importante che le cosiddette amenities rispecchino il meglio del territorio, i sapori, gli aromi, l'autentico "saper fare" del luogo.
- | Creando un valore aggiunto che per l'ospite diventa un ricordo prezioso

"Il diavolo sta nei dettagli". Così recita un diffuso detto, a significare che spesso nel mettere su progetti si tengono in considerazione soprattutto gli aspetti macro e si rischia di trascurare i particolari, che sono invece altrettanto importanti. Per fortuna, c'è un contraltare: è appunto nei dettagli che spesso risiede la bellezza, e anche un elemento di successo. Ciò è tanto più vero nel settore dell'ospitalità dove – se alcuni fattori essenziali, dalla pulizia degli

ambienti alla comodità delle stanze, sono basilari – è proprio l'attenzione agli aspetti in apparenza superflui a fare la differenza. Se la classificazione alberghiera (da una a cinque stelle) si basa su criteri oggettivi e quantificabili, come la dimensione delle camere, le ore di apertura della reception e la presenza di comfort come ascensore, televisore e cassaforte in camera, quando si entra nella dimensione del lusso **contano soprattutto i servizi sup-**

plementari: dal lavaggio e stiratura dei vestiti al servizio bar in camera 24 ore su 24, fino a tutto ciò che può favorire il sonno degli ospiti, dal silenzio alla scelta dei cuscini. E poi ci sono quelle piccole attenzioni che spesso anticipano desideri inespressi: un piatto di frutta fresca all'arrivo, un cioccolatino sul cuscino lasciato nel ripasso, spazzolino da denti e dentifricio nel beauty kit (individuata come la cosa che i clienti dimenticano più spesso).

Piccoli omaggi, eccellenze del territorio

Parlando di *hôtellerie* di lusso, sono cose date quasi per scontate. Ma anche in questo caso sono i dettagli che possono fare la differenza: una tazza pronta per la tisana rilassante o un campioncino di crema da notte per il viso – a seconda di luogo e ospite – come gesto di buonanotte; dei prodotti scelti con particolare cura, e magari con attenzione all'ambiente, per il bagno; una selezione di drink e snack locali che aggiunge un piccolo ma non trascurabile tassello al *sense of place*. Proprio ambiente e territorio sembrano essere le parole d'ordine nella scelta di amenities e forniture: gli esempi d'eccellenza non mancano e possono essere d'ispirazione anche per strutture meno blasonate ma altrettanto attente al particolare.

«La nostra filosofia di selezione si fonda su una triade essenziale: territorialità, sostenibilità e qualità. Non cerchiamo semplici forniture, ma storie autentiche da raccontare», spiega **Eugenio Serino**, multiproperty F&B director per **The St. Regis Florence** e **The Excelsior, a Luxury Collection Hotel, Florence**. Per quest'ultima struttura, in particolare, sono state scelte con cura amenities create in collaborazione con artigiani e fornitori locali di pregio: «Per le referenze del nostro frigobar, privilegiamo produttori locali per ridurre l'impronta carbonica e offrire agli ospiti un'esperienza sensoriale che sia il naturale prolungamento del territorio. Questa ricerca di eccellenza locale definisce anche il nostro beauty set: scegliamo part-

ner con cui condividiamo storia e valori. Nel caso delle *bath amenities* di The Excelsior, a Luxury Collection Hotel, Florence ci affidiamo infatti all'**Officina Profumo-Farmaceutica di Santa Maria Novella**, scegliendo l'Acqua della Regina come nostra firma olfattiva: un'armonia di agrumi italiani, petit grain, neroli e lavanda che celebra l'eleganza senza tempo di Firenze». Anche per le forniture F&B la linea guida è stata una sola: l'autenticità. «Abbiamo selezionato partner iconici capaci di rappresentare il meglio della Toscana, garantendo un'esperienza di degustazione raffinata ed esclusiva. Eccellenze come l'olio extravergine di Greve in Chianti, e la tradizione secolare dei cantucci di Prato. Non poteva mancare un simbolo della nostra ospitalità come il Vin Santo. Ogni collaborazione è stata valutata per la capacità delle aziende selezionate di dialogare con la nostra visione di lusso discreto e profondamente legato alle radici del luogo».

I prodotti preferiti: locali e artigianali

Una filosofia simile, declinata su un territorio come quello della Sardegna settentrionale, anima anche le scelte del **7Pines Resort Sardinia**, struttura parte di **Destination by Hyatt** inserita in un promontorio di 15 ettari di macchia mediterranea e affacciata sull'arcipelago della Maddalena, che ha portato il concetto di *laid-back luxury* – un lusso rilassato e informale, dove bellezza naturale e sorrisi contano più di rigide etichette



Non solo il diavolo, anche la classe si nasconde (o si mostra) nei dettagli. In apertura, biancheria firmata in un bagno del 7Pines Resort (Baia Sardinia). Sopra, a Palazzo di Varignana, sui colli bolognesi, l'acqua con il brand della casa; cena in camera al The Excelsior, a Luxury Collection Hotel, Firenze



Sextantio Albergo Diffuso, in Abruzzo: il rustico si trasforma in lusso

– a due passi dalla Costa Smeralda. Qui tutto contribuisce a ricordare che siamo su un'isola unica: dai tessuti tradizionali che decorano le camere agli snack di produttori locali.

«La scelta segue principalmente due linee guida: **territorialità e sostenibilità**. Puntiamo su prodotti che possano raccontare il territorio e allo stesso tempo avere un packaging sostenibile. Per esempio, per i beauty delle camere abbiamo optato per prodotti personalizzati, con fragranze e design specifici per il resort, in modo da creare un'esperienza unica e coerente con l'identità del luogo», spiega **Vito Spalluto**, managing director della struttura. «In generale, la selezione può andare verso grandi brand per partnership di visibilità, oppure verso prodotti locali e artigianali; la nostra filosofia è privilegiare quest'ultimo approccio, valorizzando il territorio e, quando possibile, collaborando con aziende locali che rispettino criteri di sostenibilità». Per il 7Pines Resort Sardinia, racconta, l'obiettivo è stato combinare **identità locale e personalizzazione**: «Ogni prodotto è stato selezionato per richiamare i profumi e i sapori della Sardegna, creando un'esperienza che vada oltre il semplice servizio: si tratta di scoprire il territorio. Le aziende con cui collaboriamo sono scelte in base alla qualità, all'attenzione alla sostenibilità e alla capacità di offrire prodotti unici, spesso realizzati appositamente per noi. In questo modo, ogni proposta trasmette il senso della destinazione e la filosofia del resort».

Profumi e saponi naturali, succhi di frutta del giardino

Non si tratta di una regola che debba valere per tutti, ma di una scelta che rispecchi il progetto generale. Ad esempio,

The Rome Edition – lussuoso hotel che ha portato a due passi da via Veneto l'eleganza internazionale del brand ideato dal visionario imprenditore Ian Schrager – ha scelto come beauty partner il marchio di profumi Le Labo, nato a Grasse, in Francia, e oggi di proprietà di Estée Lauder. Sono nate così toilet amenities e candele con profumazioni ideate ad hoc, che dalle camere hanno raggiunto anche il fascinioso Jade Bar: chi si ferma a sorseggiare uno o più degli ottimi cocktail riceve in omaggio dei campioncini di profumi, per portare con sé un ricordo olfattivo al termine della serata.

In Abruzzo, invece, nel borgo medievale di Santo Stefano di Sessanio, il progetto di recupero ambientale, antropologico e culturale che ha portato alla nascita di **Sextantio Albergo Diffuso** – dove camere, ambienti e perfino la proposta gastronomica rispettano le usanze popolari delle genti del luogo – punta giustamente su materiali eco, dalle candele in cera d'api ai saponi naturali. E sulle colline emiliane a poca distanza da Bologna, **Palazzo di Varignana** – lussuoso resort con spa nato dal recupero di casali rurali, in parallelo con l'azienda agricola che coltiva olivi, vigne, frutta e zafferano – sceglie non solo prodotti naturali, ma di realizzazione propria: dai succhi di frutta (dall'albicocca al kiwi) coltivata in azienda ai set da bagno a base di olio extravergine e melograno, inseriti in dispenser in plastica 100% riciclabile.

Costi e benefici: il bilancio è positivo

Ma cosa comporta, in termini di costi e impegno, scegliere prodotti sostenibili e magari locali, andando oltre le proposte standard? E come viene percepito dagli ospiti questo sforzo



Gran comfort per una suite al 7Pines Resort Sardinia. Le due linee guida sono territorialità e sostenibilità



Il bagno di una camera di Palazzo di Varignana, resort nato dal recupero di casali rurali. A destra Vito Spalluto, managing director del 7Pines Resort

in più? «Collaborare con aziende locali può comportare qualche complicazione, ad esempio in termini di prezzo e di processi di gestione, perché spesso sono realtà più piccole e meno industrializzate», ammette Vito Spalluto del 7Pines Resort Sardinia. «Tuttavia, i **vantaggi superano di gran lunga le difficoltà**: si sostiene l'economia locale, si valorizza l'identità del territorio e si garantisce maggiore qualità e personalizzazione dei prodotti. Inoltre, le aziende locali mostrano un forte orgoglio e responsabilità verso ciò che producono, il che si riflette direttamente sull'esperienza degli ospiti. Questo approccio crea anche un **rapporto etico e sostenibile** tra il resort e il territorio circostante».

Nel caso di The Excelsior Florence le cose sono state ancora più semplici: «Il segreto risiede nel selezionare realtà locali che, pur mantenendo un'anima artigianale, siano strutturate per soddisfare con costanza il nostro fabbisogno», racconta Eugenio Serino. «Il vantaggio principale è il **rapporto diretto e umano** che si viene a creare, permettendo una personalizzazione e una flessibilità rare. Gestire questi

costi non è una complicazione, ma un investimento strategico sulla qualità e sulla reputazione del brand».

Per entrambi, il riscontro è decisamente positivo: secondo il F&B director dei due hotel fiorentini del gruppo Marriott, gli ospiti «apprezzano profondamente questa meticolosa attenzione al dettaglio. Sappiamo



La linea cortesia di Palazzo di Varignana è a base dei prodotti coltivati in azienda

che il viaggiatore contemporaneo non cerca il brand internazionale standardizzato, ma desidera sentirsi parte integrante della destinazione. Sapere che il prodotto che gustano o il sapone che utilizzano proviene da una piccola realtà d'eccellenza a pochi chilometri di distanza crea un legame emotivo unico. È un valore aggiunto che trasforma il soggiorno in un ricordo prezioso, che accompagna l'ospite anche una volta concluso il viaggio». E lo stesso accade in Sardegna, come nota ancora Vito Spalluto: «I clienti che soggiornano al nostro livello conoscono già i grandi brand e li possono trovare facilmente sotto casa. Ciò che apprezzano davvero è **la novità**: scoprire prodotti locali, sapori e profumi tipici della Sardegna, esperienze che non potrebbero trovare in qualsiasi altra località. Questa scoperta è ciò che rende l'esperienza memorabile e apprezzata. Proprio a tal proposito, abbiamo introdotto lo scorso anno il **7P Concept Store** all'interno del resort, in cui gli ospiti posso acquistare anche questi prodotti. L'iniziativa ha avuto un ottimo successo».

CLICK!

MONARI

FEDERZONI

1912



GUSTO, STILE, PASSIONE.
ACETAIA E VIGNETI DI FAMIGLIA, DAL 1912

SCOPRI DI PIÙ SU MONARIFEDERZONI.IT

