

FOOD&BEVERAGE HIGHLIGHT

LA PIZZA VALE ORO

Non solo caffè: ecco come evolvono i consumi al bar per le diverse generazioni. E i baristi? È bene che si attrezzino.

- **Valore economico:** più di 728 milioni di euro, dato che posiziona il comparto come pilastro ad altissimo tasso di occupazione nel food retail.
- **TAM** (*Total addressable market*, mercato totale disponibile): oltre 15 miliardi di euro all'anno per quanto riguarda i consumi complessivi sul territorio nazionale.
- **Volume di produzione:** una media di oltre 8 milioni di pizze, sfornate al giorno tra locali tradizionali o gourmet, al taglio e laboratori da asporto.

Fonte: Bsness.com - Analisi di mercato per il settore Pizzeria

La regola dell'equilibrio

- **Addio agli eccessi:** superati i cornicioni esasperati e le idratazioni estreme a favore di maggiore stabilità e cottura uniforme.
- **Livelli di idratazione:** gli standard ideali si attestano su livelli medio-alti (tra il 65% e il 75%) per garantire perfetta digeribilità e massima fragranza al tavolo.
- **Selezione delle farine:** focus su farine di tipo 1, grani antichi biologici e blend personalizzati per esaltare profumo e consistenza.
- **Resa della stesa:** attenzione alla texture sia per la tonda napoletana sia per la pizza croccante alla pala o in teglia.

Fonte: Pizza.it - La nuova era della pizza nel 2026: trend impasti e news

Le pizze più amate

- **La Margherita** si conferma regina delle preferenze, scelta da quasi metà degli italiani (43%), spinta anche dal prezzo accessibile e dal posizionamento nei menu.
- Sul filo di lana: **Bufalina** (18%), **Quattro formaggi** (17%), il blocco composto da Capricciosa, **Vegetariana** e **Quattro stagioni** (16%), e infine la **Napoli** insieme alla **Prosciutto cotto e funghi** (14%).
- La **pizza personalizzata** è scelta dal 10% dei consumatori e registra un picco di curiosità tra i giovani nella fascia 18-34 anni.

Base rossa vs. bianca

La pizza con pomodoro domina nettamente con il **65%** delle preferenze contro il **18%** della versione bianca.

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

LA FAVOLA DELLA PIZZA NON FINISCE DI STUPIRE

C'era una volta una pizza. Da quella pizza, anno dopo anno, secolo dopo secolo, prima lentamente, poi sempre più velocemente, ne sono nate infinite altre. Cento e più anni separano la settecentesca Marinara dall'ottocentesca Margherita, piatto umile ma al contempo regale. Già negli anni Novanta del Novecento i cosiddetti *topping* (anglicismo, anzi americanismo nato dal fiorire delle pizzerie negli Usa, e che da noi non esisteva, si parlava di condimenti e basta) erano tanti. Anche troppi.

"Meglio pochi e curati!", ammonivano le guide gastronomiche più importanti. Ma sono questi che stiamo vivendo, i primi due-tre decenni del Terzo millennio, gli anni in cui la pizza ha raggiunto l'apice della sua fama (riconosciuta dall'Unesco) e dell'infinità delle sue forme: diversità di topping, farine, lieviti, impasti, cornicione sì cornicione no, varie pezzature, in forno, fritte, al taglio, surgelate ma gourmet ...

In questo numero, che concentra il suo focus proprio su questa geniale preparazione, **da pagina 14** l'esperta **Luciana Squadrilli** - napoletana verace ma con occhio internazionale, da oltre 10 anni tra i primi giornalisti italiani a occuparsi in modo approfondito dell'argomento a cui ha dedicato diversi libri - ci racconta il successo della pizza in teglia e, **da pagina 20**, spiega perché Margherite, Marinare & C diventino anche le regine del catering, richiestissime anche per eventi esclusivi. Tra i tanti altri servizi ci fa piacere segnalare la novità di un sistema che consente di servire un numero impressionante di vini al calice con grande soddisfazione del cliente e senza rimetterci, anzi... Ne scrive **Matteo Cioffi da pagina 40**.

Buona lettura

Saverio Paffumi



linea diretta

ottobre 2026
n.10 del 1/10/2026
Mensile di enogastronomia,
ristorazione e turismo

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

Direttore Responsabile
Saverio Paffumi

Coordinamento redazionale
Lorena Bassis

Senior Editor
Isa Bonacchi

Freemedia Sc

Grafica e impaginazione
OFG Srl - www.ofg.it

Stampa
ROTOLITO s.p.a.
Via Sondrio 3, 20096 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
E SE IL CUOCO PROVETTO PUNTASSE AL BREVETTO?

7 Appuntamenti clou
IN AGENDA

8 Mondo digital
**FRA SALA E CUCINA
LA COMANDA È DIGITALE**

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

12 Mindset & management
**PIATTO MIO
QUANTO MI COSTI**

P I Z Z E R I E

14 Riscoperte
**I NUOVI MAGHI DELLA TEGLIA
UN SUCCESSO TARGATO ROMA**

20 Modelli vincenti
**CATERING E PIZZA
OGGI SPOSI**



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

24 Oltre la tavola
**L'APPETITO
VIEN LEGGENDO**

30 Prospettive nuove
**NOI CUOCHI SAPPIAMO DAVVERO
COSA BOLLE IN PENTOLA?**

34 Birra e chef
DALLA GROTTA AL PIATTO C'È DI MEZZO LA BIRRA

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

37 Buon'Italia
IL CACCIATORE CHE NON SPARA E METTE D'ACCORDO TUTTI



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

40 Nuovi tipi di wine bar
**VERSO O REVERSO?
L'ALTRA DEGUSTAZIONE**

44 Tendenze
**A CACCIA DI CLIENTI
CON LO SPORT AL BAR**

Foto copertina:
Envato
Foto interno:
AdobeStock
Freemedia
Andrea Di Lorenzo
Alberto Blasetti

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

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



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



E SE IL CUOCO PROVETTO PUNTASSE AL BREVETTO?

di Andrea Ferrario*

Lo spiega l'avvocato

- | Tra ricerca gustativa ed estetica, molte ricette figurano come vere creazioni
- | innovative. Distintive di uno chef e suscettibili di essere copiate. Fra
- | i molti buchi normativi, ecco quali strumenti offre oggi la legge per tutelare
- | dalle imitazioni impiattamenti e invenzioni culinarie di notevole rilievo

Si allarga a macchia d'olio, anno dopo anno, l'inarrestabile entusiasmo per la cucina d'autore e la buona tavola. I grandi chef sono ormai diventati superstar, i *food influencer* dilagano su ogni piattaforma, il business dei tavoli stellati muove montagne di denaro. Insomma, niente sembrerebbe più in grado di arginare la travolgente popolarità della cosiddetta arte culinaria. Tutto vero. Ma, fermandoci un attimo a riflettere, è poi di vera e propria arte che stiamo parlando? Difficile dirlo in realtà. E se ne potrebbe filosofeggiare a lungo, senza forse arrivare a una risposta davvero univoca e appagante. Quello che si può sostenere è che, oggi più che mai, la buona cucina si impone come una delle più significative

espressioni della creatività, della ricerca e dell'identità di singoli artefici, come pure di intere collettività.

Il vuoto normativo e i limiti del gusto

Ma se questo è vero, e se dunque tutto ciò ha un valore crescente nella percezione comune, oltre che incalcolabili ricadute economiche, che mezzi ci sono per difenderlo? In altre parole, se una delle cifre fondamentali della gastronomia odierna è quella dell'originalità, della novità ed esclusività della creazione culinaria, cosa fa la legge per mettere al riparo queste caratteristiche identitarie dalle mire di imi-

tatori, contraffattori ed emulatori più o meno in buona fede? Ancora oggi il nostro sistema giuridico non prevede in effetti strumenti specifici di tutela dedicati alle creazioni gastronomiche e alle loro parti componenti. Una nota decisione della Corte di Giustizia ha stabilito, per esempio, che il sapore di un alimento (nella specie si trattava di un certo formaggio), non può essere tutelato in quanto tale. Niente paura però. Esistono infatti nel nostro ordinamento, già oggi, strumenti che si possono comunque prestare a questo stesso scopo agendo con un diverso grado di efficacia, in funzione delle caratteristiche dell'opera, del suo tasso di creatività e anche del valore economico che essa esprime.

Come tutelare la ricetta: fra diritto d'autore e brevetti

Ma cosa, in particolare, della creazione culinaria può essere oggetto specifico di tutela? La ricetta nel suo insieme? Un particolare tipo di impiattamento? Nel primo caso, parliamo della ricetta, bisogna intendersi. In relazione alla sua struttura essenziale, intesa come elenco di ingredienti e relativo procedimento operativo, non esiste a rigore una forma

specifico di tutela autoriale. Se però la stessa ricetta viene ad esempio presentata, raccontata, nel contesto di un originale contenuto editoriale o narrativo (libro, pubblicazione, manifestazione pubblica etc.), il **diritto d'autore** può invece intrufolarsi a tutela di quella specifica presentazione estetica o narrazione, inibendo a tutti gli altri di riprodurla senza specifica autorizzazione.

Un'altra strada praticabile e decisamente a più ampio raggio è quella del **brevetto** (art. 45, Codice Proprietà Industriale). Questo tipo di copertura legale prevede però che la nostra ricetta sia caratterizzata da un contenuto ad altissimo grado di innovazione e inventiva (ad esempio, una particolare tecnica di cottura o assemblaggio), con soluzioni tecniche del tutto inedite e inaspettate, atte ad avere un'applicazione industriale su larga scala. Un'ulteriore ipotesi offerta dallo strumentario del diritto della proprietà intellettuale è quella dell'imposizione del **segreto industriale** (art. 98 CPI). In questo caso la ricetta e il connesso know how devono avere un consistente valore economico (si pensi alla ricetta e alla lavorazione della Coca Cola), essere inaccessibili agli altri

operatori ed essere custoditi con adeguate misure preventive.

L'impiattamento è un'opera d'arte?

Ricette a parte, negli ultimi anni anche il tema della tutela degli stessi impiattamenti ha assunto crescente rilevanza come componente essenziale dell'esperienza gastronomica. Nella cucina moderna d'alta gamma, colori, geometrie, consistenze e disposizione degli alimenti diventano parte integrante dell'identità del piatto ed espressione esclusiva della sensibilità estetica del suo creatore. E qui, ancora e forse più efficacemente, può venire in soccorso il diritto d'autore. I nuovi orientamenti delle Corti europee vanno infatti verso un progressivo allargamento delle tradizionali categorie artistiche, quali pittura, letteratura, musica, premiando soprattutto l'originalità delle nuove creazioni, in qualunque campo e mediante qualsivoglia veicolo essa venga espressa. Naturalmente la valutazione andrà condotta caso per caso, ma anche un impiattamento particolarmente originale, creativo, innovativo, potrà in astratto essere promosso a opera dell'ingegno e come tale tutelato.

In sintesi

- **Una ricetta culinaria può essere tutelata dal diritto d'autore?**
La ricetta intesa come semplice insieme di ingredienti o metodologia di preparazione, di per sé no. Quello che si può tutelare della ricetta è la sua eventuale presentazione grafica, narrativa, iconografica.
- **Quali altri strumenti giuridici si hanno per tutelare la paternità delle ricette?**
È possibile brevettare una ricetta o sottoporla al regime del segreto industriale. In entrambi i casi i presupposti di questo tipo di protezione sono molto stringenti e connessi a un contesto di tipo industriale.
- **È un certo tipo di impiattamento è tutelabile dagli imitatori?**
Se l'impiattamento ha caratteristiche di forte originalità e novità sì, può essere tutelato come opera dell'ingegno originale.



CALABRO

Il nuovo modo di bere lo spritz!

SERVIRE
GHIACIATO A
-20°



Spritz Calabro

6 cl Amaro del Capo Red Hot Edition
1 cl succo di lime
5 cl Acqua tonica al bergamotto "Bisleri"
5 cl Prosecco DOC brut "Mangilli"
Ghiaccio, una scorza di limone,
un peperoncino.



Bevi responsabilmente. CaffoStudio

CLICK!

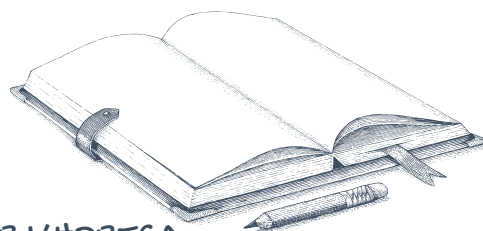


amarodelcapo.com

IN AGENDA

Appuntamenti clou

I Eventi e fiere selezionati a cura della redazione



OTTOBRE: LE GIORNATE MONDIALI INTERESSANTI PER L'HORECA

- 16 ottobre – Food Day: crea ed evidenzia sulla carta e online un menu con ingredienti sostenibili a filiera corta, un piatto antispreco (ma squisito) con scarti nobili; devolvi parte del ricavato del giorno a un ente umanitario. E comunica tutto con passione sui social.
- 25 ottobre: World Pasta Day: segnalalo sui social, annuncia una ricetta-novità, racconta gli ingredienti. Oppure inventa una degustazione di paste diverse e sfiziose.

CLICK!

CHAMPAGNE EXPERIENCE 2026

2-5 ottobre – Padiglione 18, BolognaFiere

Organizzato da Sidi, Società italiana importatori e distributori, arriva la nona edizione del salone delle bollicine francesi. Per i professionisti dell'horeca è la possibilità di assaggiare i vini delle 125 Maison presenti, suddivisi in base alle diverse zone di produzione della Champagne – Montagne de Reims, Vallée de la Marne, Côte des Blancs, Côte des Bar – oltre a quelle classiche, riunite in una specifica area. Non mancherà l'associazione Champagne de Vignerons, creata nel 2001 con l'obiettivo di diffondere il lavoro svolto dai produttori di nicchia.



CLICK!

➤ IMEAT® 11-13 ottobre – BolognaFiere, ingresso Nord, via Ondina Valla, Bologna

Nel mondo della carne, il confine tra bottega e cucina è sparito. Preparazioni e materia richiedono padronanza del taglio, arte della cottura e visione imprenditoriale che intercetti il gusto del pubblico. In uno scenario in rapida evoluzione, questo hub internazionale, alla sua decima edizione, è strategico per cogliere in anticipo le tendenze nella trasformazione e lavorazione delle carni. In più, quest'anno debutta iFish, la fiera dedicata al mercato ittico.

IMEAT

CLICK!

CLICK!

TTG TRAVEL EXPERIENCE | InOut

The Hospitality Community

14 - 16 ottobre – Quartiere fieristico, via Emilia 155, Rimini

Quest'anno il celebre salone internazionale dedicato agli operatori del turismo mondiale si ispira al tema Exist: sei sicuro di esistere davvero? L'intento è suggerire come diventare per i clienti un riferimento stabile per esperienze vere di tempo libero e relax. In contemporanea, il salone b2b dell'ospitalità, InOut, dedicato a progettare, arredare e innovare il settore: un solo marketplace per tre manifestazioni contract e wellness: **SIA Hospitality Design** (tutto per l'hôtellerie), **SUN Beach&Outdoor Style** (tutto per il turismo balneare e outdoor) e **Greenscape** (tutto per integrare verde e natura nell'ospitalità). E a Firenze, dal 27 al 29 ottobre, in Fortezza da Basso debutta Aura, il meeting b2b per l'alta hôtellerie, costola di TTG.

inout
THE HOSPITALITY
COMMUNITY

CLICK!

➤ SIAL PARIS 17 - 21 ottobre – Centro espositivo Paris Nord Villepinte, Parigi (Francia)

Torna la biennale internazionale top per l'industria alimentare: più di 8000 espositori, è rivolta a ristoratori, distributori, acquirenti della Gdo e decision maker in cerca di prodotti novità e di tendenze globali del consumo, sempre in evoluzione. Al centro del salone, innovazione alimentare, transizione ecologica e strategie di filiera per la distribuzione moderna. Da esaminare con attenzione il settore dedicato alle start-up, già proiettate verso spazi nuovi.

SIAL
INSPIRE FOOD BUSINESS

CLICK!

CIBUS TEC

27 - 30 ottobre – Fiere di Parma, ingressi Ovest, Sud, Est, viale delle Esposizioni 393/A, Parma

Da oltre 80 anni, è la fiera di riferimento sempre più internazionale per le tecnologie alimentari, proposte innovative per il food processing, il confezionamento e il controllo qualità. L'industria del food&drink promuove qui le soluzioni all'avanguardia e sostenibili, con elevati standard di sicurezza e qualità. Un'ottima occasione per studiare con gli esperti come ottimizzare ad hoc progetti personalizzati nel settore dell'horeca avvalendosi dell'hi-tech più avanzato.

CIBUSTEC
27/30 OCT. 2026 | PARMA | ITALY



FRA SALA E CUCINA LA COMANDA È DIGITALE

di Alessandra Palma

Mondo digital

- | Un nuovo sistema rivoluziona e migliora di molto i rapporti fra chi interloquisce
- | con il cliente e chi sta ai fornelli, e viceversa. Un insieme hi-tech che integra
- | tutti i dati in tempo reale, con meno errori, più velocità e maggiore controllo
- | dei processi. Per un iter dai tegami alla tavola più facile e redditizio

Nella ristorazione ogni secondo conta. Un ordine trascritto male, una comanda persa o un piatto preparato fuori sequenza possono tradursi in tempi di attesa più lunghi, sprechi e clienti insoddisfatti. È proprio per rispondere a queste esigenze che sempre più ristoranti, pizzerie e cucine professionali stanno adottando il **Kitchen Display System (KDS)**, un sistema che sostituisce le tradizionali comande cartacee con monitor digitali collegati al gestionale di cassa, fondamentale perché migliora la comunicazione tra sala e cucina, ottimizza i flussi di lavoro e offre dati preziosi per monitorare le prestazioni del locale. È

un insieme di monitor *touchscreen* installati nelle diverse postazioni della cucina che ricevono automaticamente gli ordini provenienti dal punto cassa, dai palmari dei camerieri, dai chioschi self-service o dalle piattaforme di ordinazione online. Ogni comanda viene visualizzata in tempo reale con tutte le informazioni necessarie: piatti ordinati, modifiche richieste dal cliente, allergeni, priorità, tavolo di riferimento o canale di vendita (consumo sul posto, asporto o delivery).

Quando la preparazione è terminata, il personale aggiorna lo stato dell'ordine direttamente dal display, consen-

tendo a sala e cassa di conoscere in ogni momento l'avanzamento del servizio.

L'integrazione con il gestionale facilita lavoro e servizi

Uno dei punti di forza dei moderni KDS è la capacità di integrarsi con gli altri strumenti digitali già presenti nel locale. Il sistema può dialogare con il software gestionale, il registratore telematico, i palmari dei camerieri, i sistemi di prenotazione, le piattaforme di delivery e perfino con gli ordini ricevuti tramite QR code. In questo modo tutte le informazioni confluiscono in un unico flusso digitale, evitando duplicazioni e riducendo gli interventi manuali.

L'integrazione permette inoltre di gestire con facilità i picchi di lavoro, sempre più frequenti soprattutto nei locali che combinano servizio al tavolo, asporto e consegne a domicilio.

Oltre a migliorare il lavoro quotidiano, il KDS raccoglie una grande quantità di informazioni operative che, se lette e utilizzate con consapevolezza, divengono un efficace strumento di gestione. Tra i dati più interessanti troviamo i tempi medi di preparazione, i tempi di permanenza delle comande in cucina, le fasce orarie più critiche, i colli di bottiglia e le prestazioni dei

diversi reparti. Queste informazioni consentono al gestore di intervenire sull'organizzazione del lavoro, migliorare i turni del personale e l'efficienza del servizio.

Se preferiamo affidarci all'AI, è bene sapere che un numero sempre maggiore di piattaforme utilizzano anche algoritmi di intelligenza artificiale per analizzare i dati, suggerire modifiche organizzative, prevedere i picchi di affluenza o individuare anomalie nei tempi di preparazione.

Un investimento sempre più accessibile

Se fino a pochi anni fa il Kitchen Display System era una soluzione riservata alle grandi catene della ristorazione o ai ristoranti pluristellati, oggi è disponibile anche per ristoranti indipendenti, pizzerie, pub e locali di dimensioni medio-piccole. La diffusione di software cloud e dispositivi touchscreen dal costo contenuto ha reso questa tecnologia economicamente sostenibile anche per attività con volumi di lavoro non elevati.

Naturalmente il ritorno dell'investimento dipende dal numero di coperti, dalla complessità del servizio e dal livello di integrazione con gli altri strumenti digitali del locale, ma nella mag-

gior parte dei casi i benefici in termini di efficienza, riduzione degli errori e migliore organizzazione compensano rapidamente il costo iniziale.

La cucina del futuro è già realtà

Il Kitchen Display System non rappresenta semplicemente la sostituzione della comanda cartacea con uno schermo digitale. È un nuovo modo di organizzare il lavoro, nel quale informazioni, persone e tecnologia collaborano in tempo reale. In un mercato caratterizzato da margini sempre più ridotti, difficoltà nel reperire personale qualificato e aspettative elevate da parte dei clienti, strumenti come il KDS permettono di aumentare produttività, precisione e qualità del servizio. Per molte imprese della ristorazione, la digitalizzazione della cucina non è più una prospettiva futura, ma una scelta concreta per restare competitive.

Ma come scegliere un Kitchen Display System? Lo racconteremo nel prossimo numero di *Linea Diretta*, insieme a indicazioni più tecniche sulle funzionalità indispensabili che deve avere un KDS e sui requisiti hardware, non trascurando una panoramica dei principali produttori presenti sul mercato e dei costi indicativi.



TUTTI I VANTAGGI DEL SISTEMA AVANZATO

Riduzione degli errori di comunicazione: no fogli smarriti, annotazioni illeggibili e ritardi nella trasmissione degli ordini;

priorità organizzate in automatico: in evidenza gli ordini urgenti e quelli in ritardo;

il lavoro è più ordinato: più coordinamento della brigata, meno errori, tempi morti e sprechi;

per il cliente: maggiore qualità del servizio percepita; tempi di attesa più prevedibili, precisione nelle personalizzazioni, sincronizzazione delle portate;

per il ristorante: incrementare la produttività senza aumentare il personale.

CLICK!

Se il
SORRISO
arriva al primo
assaggio
non è una coincidenza.



**Gustoso, cremoso e con riso 100% italiano
è un risotto fresco**

Dimmidisi

LIBRI DA GUSTARE

Letti per voi

I Le recensioni di Linea Diretta

L'ORTO AL CENTRO DEL PIATTO

Restituire al regno vegetale il ruolo di protagonista assoluto della tavola, affrancandolo dalla marginalità del semplice contorno. È la sfida vinta da **Adrien Zedda**, il giovane chef di **Culina Hortus**, il ristorante lionese premiato tra i migliori vegetariani al mondo, che in questo ricettario raccoglie circa cento proposte di piatti stagionali totalmente *plant-based*. La cifra stilistica è l'essenzialità: un massimo di tre ingredienti per ricetta, esaltati da cotture e texture differenti, dove la tecnica è al servizio della materia prima. Tra abbinamenti raffinati come asparagi e spugnole o zucca e nasturzio, il libro offre approfondimenti su conserve, affumicature e botaniche insolite come lo *yacón*. Una guida preziosa che unisce etica ed estetica, dimostrando come la cucina green sappia essere autenticamente gourmet. (L.B.)



Adrien Zedda - Fotografie di Marie-Pierre Morel
Culina Hortus
Guido Tommase Editore
pp.272 - 39,90 Euro



Antonio Attorre - Antonio Puzzi - Angelo Surrusca -
Fotografie di Davide Gallizio
Pesce
Slow Food Editore
pp.256 - 14 Euro

STORIE DI PESCI E PESCATORI

Un appassionante viaggio lungo le coste e i bacini italiani per riscoprire il valore umano, culturale ed ecologico della pesca artigianale. Curata da **Antonio Attorre**, **Antonio Puzzi**, **Angelo Surrusca** e arricchita dagli scatti fotografici di **Davide Gallizio**, il libro supera la pura dimensione didattica o ricettaria per rimettere al centro le storie e i volti dei pescatori. In 15 tappe - dal Lario a Lampedusa, da Camogli a Comacchio - scorrono tradizioni secolari e Presidi Slow Food (dalle alici di Menaica ai missoltini), affrontando al contempo sfide contemporanee come la sostenibilità, i cambiamenti climatici e la tutela della biodiversità marina. Un'ampia sezione è dedicata a stagionalità, tracciabilità del pescato e ricette tradizionali che valorizzano specie meno note. (L.B.)

L'ART DE LA TABLE ILLUSTRATA A COLORI

L'analisi rigorosa e avvincente della storia, le tecniche e la struttura che mantengono la cucina d'Oltralpe al centro del panorama internazionale. Si ripercorre l'evoluzione della grande tradizione transalpina attraverso i suoi pilastri codificati, la lezione dei maestri e le dinamiche che regolano il dialogo tra sala e cucina, offrendo una panoramica autorevole di questa complessa architettura culinaria. Il plus è la veste grafica allegra e distintiva, con un repertorio di illustrazioni che trasformano le schede tecniche in un codice visivo di immediata consultazione. Ne nasce un lavoro di sintesi estremamente fluido, capace di offrire anche al professionista uno sguardo fresco sui grandi classici, nuovi stimoli estetici per la composizione del piatto e un prezioso strumento di ricerca da integrare nel proprio *savoir faire*. (L.B.)



Philippe Toinard - Clémence Aimé
Cucina francese illustrata.
Slow Food Editore
pp.128 - 14,90 Euro



Domenico Catapano
Buono non è sufficiente
Bibliotheca Culinaria
pp.224 - 23 Euro

"BUONO", AL RISTORANTE, NON È PER NIENTE SUFFICIENTE

Perché si decide di aprire un ristorante? Che tipo di locale e di proposta si vuole offrire? Chi sono i clienti che lo frequenteranno (e chi invece no)? In che fase dell'attività, o della sua progettazione, deve entrare il marketing? Come comunicare al meglio la propria identità? Sono alcune delle domande fondamentali da porsi quando si decide di aprire, o gestire, un'attività di ristorazione. A queste e ad altre dà risposta **Domenico Catapano**, colmando la mancanza di visione strategica e di competenze di marketing nel settore della ristorazione. Uno strumento concreto e utile per supportare ristoratori e imprenditori nel trovare un equilibrio tra qualità del prodotto - elemento necessario ma non sufficiente a garantire il successo -, valori etici e mercato, evitando gli errori più comuni a cominciare dall'idealizzazione della passione. Completa il testo una raccolta di storie reali che illustrano (nel bene e nel male) quanto spiegato. (L.S.)



12

PIATTO MIO QUANTO MI COSTI

di Giuliana Valcavi

Mindset & management

- | Quali piatti proporre e a quale prezzo? Non è sufficiente formulare proposte valide per gusto e qualità. È necessario monitorare con attenzione il food cost. Anche su questo numero, *Linea Diretta* ha raccolto i consigli di Alessandro Quartieri, professionista dell'horeca ed esperto di marketing e comunicazione del settore

«Il food cost è una delle voci principali nella gestione di un ristorante: è il rapporto tra le spese sostenute per acquistare i prodotti e gli ingredienti necessari alla preparazione dei piatti, e il ricavato generato dalla vendita di questi», spiega Alessandro Quartieri, co-fondatore di Damage Inc. Comunicazione ed esperto di marketing dell'horeca. Continua così, dopo la prima puntata su *Linea Diretta* di settembre, la breve serie di interviste con cui Quartieri spiega più in dettaglio i capisaldi di una materia talvolta ostica da affrontare. «In altre parole, rappresenta quanto spendiamo per ogni

porzione di cibo che serviamo ai nostri clienti – aggiunge -. L'analisi di questo dato è molto importante per decidere quali piatti proporre e a quale prezzo, monitorando i margini di guadagno». Elemento cruciale per la gestione efficiente di un'attività di ristorazione e il suo impatto diretto sulla redditività.

Puoi indicare quali sono i vantaggi di prestare attenzione al food cost?

Un calcolo accurato del food cost permette non solo di

monitorare i costi di produzione dei piatti, ma anche di ottimizzare l'utilizzo delle risorse, mantenere i margini di guadagno e garantire una gestione finanziaria solida. Questo calcolo permette di stabilire prezzi di vendita competitivi ma redditizi, bilanciando al meglio qualità e costi, condizione fondamentale per attirare e fidelizzare i clienti oltre a garantire la sostenibilità dell'attività. Inoltre, si ridurranno sprechi ottimizzando gli acquisti, migliorando la pianificazione delle scorte e riducendo le perdite legate a una cattiva gestione delle materie prime. In un periodo di instabilità come quello attuale, è necessario adattarsi rapidamente alle variazioni dei prezzi delle materie prime. Monitorare costantemente il food cost permette di reagire in modo tempestivo ai cambiamenti garantendo il mantenimen-

to della qualità senza compromettere i margini di guadagno.

Come si calcola il food cost?

Si possono prendere in considerazione due diverse modalità di calcolo: il food cost attivo (o preventivo) e il food cost passivo (o consuntivo). Attraverso il food cost attivo si ricava il costo da sostenere per la preparazione di un piatto. Il food cost passivo consente di ottenere un costo generale rispetto ai consumi registrati in un determinato periodo di tempo, solitamente un mese. Per calcolare il food cost dobbiamo dividere il costo totale degli ingredienti utilizzati per un piatto dal prezzo della pietanza finita, utilizzando una semplice formula: $FC = \text{Costo delle materie prime del piatto} / \text{Prezzo Vendita} \times 100$. Ad esempio, se un piatto ha un prezzo di vendita di 10€ e la materia prima è costata 3€, il food cost sarà del 30%. Un food cost che si aggira intorno al 33-35% è accettabile per una buona gestione della marginalità di un'attività di ristorazione.

Molti ristoratori vivono il food cost come un limite alla creatività. Come rispondi a questa obiezione?

Nel lontano 1995 mi iscrissi alla scuola di fumetto: iniziai a lavorare nei locali proprio per potermi mantenere agli studi. Il primo giorno in classe il professore ci disse che noi alunni eravamo artisti e dovevamo applicare la nostra creatività a ciò che ci piaceva e sentivamo nostro. Lui ci avrebbe insegnato a essere artigiani, cioè a utilizzare il nostro talento in modo che "con esso potessimo mangiare". Una indicazione importante: come artigiani avremmo dovuto piegare la nostra ricchezza creativa alle necessità quotidiane. Nel settore ristorazione, la creatività ha sempre avuto grande importanza, certo, ma deve essere imbrigliata nel

contesto concreto in cui viene applicata perché, in fondo, è quella creatività a mantenere le nostre famiglie.

Qual è l'errore più frequente nella costruzione di un menu?

Il menu è uno degli elementi di distinzione di un'attività di ristorazione, sia per la propostasia per la presentazione e consultazione. Deve essere originale, caratteristico, chiaro e comprensibile. Gli errori più frequenti riguardano sempre gli stessi noiosi argomenti aziendali. Se i piatti sono prezzati con parametri sbagliati - ad esempio tenendo i prezzi troppo bassi convinti di attirare il favore dei clienti - si rischia di non rientrare dalle spese e letteralmente di offrire la cena ai clienti. A titolo di esempio voglio citare un locale che, tra i due lockdown da Covid, aveva improvvisato un servizio delivery dei suoi prelibati hamburger a un prezzo bassissimo senza avere effettivamente calcolato il food cost. Durante il secondo lockdown, il locale, mantenendo i prezzi di origine, aveva lavorato tanto da evadere a fatica le ordinazioni. Esperienza entusiasmante finché non sono arrivate le fatture da pagare: non era stato fatto un corretto calcolo del food cost, tanto da mandare l'attività in negativo.

Oltre il food cost, quali sono le caratteristiche di un menu efficiente?

Innanzitutto, ridurre le proposte: un menu troppo ricco e articolato crea difficoltà nello stock di magazzino, nell'addestramento del personale e nella gestione del servizio. Meglio se è caratteristico, ma breve, studiato per un target preciso. Poi scegliere piatti a base di pochi ingredienti. Uno stock di magazzino snello e con una scorta ridotta è uno dei segreti per un'azienda produttiva: pochi sprechi, poche giacenze, pochi capitali immobilizzati.



Alessandro Quartieri

Il variegato banco di Pizza Chef, di Mario Panatta e Sara Longo, la coppia che dal 2017 gestisce questo locale nella zona est della Capitale

©Andrea Di Lorenzo

I NUOVI MAGHI DELLA TEGLIA UN SUCCESSO TARGATO ROMA

di Luciana Squadrilli

Riscoperte

- | Il classico street food della Capitale è sempre più popolare e richiesto. Sulla scia
- | di Gabriele Bonci o in autonomia, i pizzaioli ne danno interpretazioni personali che
- | portano sull'impasto vere preparazioni gastronomiche. Va da sé che, con il peso e
- | l'alta qualità, lievita anche il prezzo: ma se la pizza è buona, il cliente è fedele e felice

Da quando, agli albori degli anni Duemila, Gabriele Bonci ha rivoluzionato il mondo della pizza in teglia con impasti accurati e leggerissimi, condimenti gastronomici e una selezione maniacale degli ingredienti - dalle farine di grani autoctoni a ortaggi, carni e altri prodotti da agricoltura biologica e allevamenti etici -, la croccante e gustosa specialità romana è passata dall'ambito del "cibo veloce da strada" a vera e propria proposta culinaria. In tantissimi, a cominciare dai suoi giovani allievi che si sono avvicinati tra forno, banco e laboratorio (e anche nell'orto) del mitico **Pizzarium** in via Cipro, e poi pure del forno in via Trionfale, hanno infatti seguito le orme di colui

che ancora oggi si porta dietro l'azzeccato soprannome di Michelangelo della pizza.

Gabriele Bonci,
Michelangelo della pizza

Certo, non possiamo dimenticare **Angelo Iezzi**, decano della teglia romana moderna con il suo negozio dedicato **Angelo e Simonetta** e artefice della **Scuola Nazionale di Pizza** che ha formato generazioni di professionisti. Ma Bonci ha fatto scuola da più punti di vista: se, in generale, è stato tra i primi a dare valore a questo prodotto, a lungo relegato appunto a

CLICK!



Gabriele Bonci. Per molti estimatori è lui il Michelangelo della pizza

merenda veloce o alternativa economica e superficiale al pasto, a lui si devono anche numerose innovazioni tecniche relative a impasti e maturazioni (dall'alta idratazione alla gestione delle temperature). E pure le prime sperimentazioni: che hanno portato vere e proprie preparazioni di cucina, ingredienti di pregio e abbinamenti

azzardati, a ricoprire la base, ben più ariosa rispetto alle versioni tradizionali, dall'interno soffice e profumato e l'esterno deliziosamente croccante. Nato professionalmente come cuoco, e poi folgorato da lieviti e farine, **Gabriele Bonci** è di certo il principale protagonista di quello che viene dunque definito il **Rinascimento della teglia romana**: a lui, e anche alla sua notorietà mediatica, si deve in gran parte se il trancio ha conosciuto una tale crescita di attenzione e di livello qualitativo nell'offerta, rappresentando tra l'altro un'opportunità imprenditoriale più accessibile di una pizzeria vera e propria, con tavoli e servizio: nella Capitale viene venduto notoriamente a peso, e dunque tra impasti e condimenti ha visto spesso lievitare anche il prezzo finale (seppure a ragion veduta).

Nonostante le vicissitudini personali e l'indole inquieta – come viene raccontato, con pochi giri di parole, anche nell'episodio della celebre serie *Netflix Chef's Table: Pizza* a lui dedicato – oggi Gabriele Bonci ha ancora molto da dire, come dimostrano anche le recenti aperture a Milano, nella Stazione Ter-

mini di Roma e perfino a Dubai, con il Bonci Restaurant all'interno del City Center Mirdif Mall. A distanza di circa vent'anni dal suo primo exploit, si assiste a un nuovo, interessante fermento attorno a questo prodotto intrinsecamente legato alle tradizioni e alle abitudini romane, ma oggi sempre più diffuso anche oltre i confini della città.

Francesco Arnesano, condimenti non banali

Tra gli allievi più talentuosi di Bonci – anche se si è formato in realtà da autodidatta, studiando tra libri e tutorial, e solo dopo ha stretto un forte legame con il suo mentore – c'è senza dubbio **Francesco Arnesano**: romano, classe 1995, nel 2016 ha aperto nel quartiere EUR il primo indirizzo di **Lievito**, affiancato dalla famiglia, in primis il padre **Danilo**, che aveva già esperienze nel settore della distribuzione gastronomica e della ristorazione, e una grande passione per la pizza, che gli ha trasmesso. Quello che in origine era un piccolo negozio di pizza al taglio e fritti da mangiare al volo o quasi, si è poi evoluto in un progetto a tutto tondo



La rivoluzione della pizza in teglia, con impasti accuratissimi e condimenti gastronomici al top, è iniziata qui, al Pizzarium Bonci di via Cipro a Roma

dedicato a lievitazioni e forno, anche con l'apertura del secondo indirizzo in zona Serafico, non troppo lontano dal primo, dove la presenza di alcuni tavoli e un banco decisamente più ampio e vario invita alla sosta dalla prima colazione fino a cena, oltre che per fare scorta di pane, biscotti, lievitati dolci e altro ancora.

Alla base, la stessa filosofia, in parte mutuata da Bonci assieme allo stile di impasto arioso a base di lievito madre e farine macinate a pietra e alla propensione per condimenti non banali, che spaziano dal vegetale al pesce e uniscono un pizzico di sperimentazione, improvvisazione – lasciandosi ispirare dai prodotti di giornata – e una vera mania per la qualità e lo spessore etico dei prodotti e dei fornitori: quella per una pizza consapevole, che non vuole essere gourmet ma sicuramente di alta gamma, in tutti i sensi. E, a riprova dell'inesauribile passione e voglia di crescere del giovane pizzaiolo, dopo l'apertura di un corner nell'aeroporto di Fiumicino, Francesco Arnesano ha da poco lanciato l'ultima novità: gelati e sorbetti artigianali, in coppetta, barattolo o vaschetta a seconda dei gusti, che interpretano sempre i prodotti di fornitori di fiducia.

Alessandro Ruver conquista con pizza e ragù

Ha iniziato invece a muovere i suoi primi passi proprio al Pizzarium di Gabriele Bonci **Alessandro Ruver**. Classe 1994, era addetto al banco del locale, ma presto è passato in laboratorio a mettere le mani in pasta. Eppure quando, un paio di anni fa, ha deciso di mettersi in proprio aprendo il suo **Ruver - Teglia Frazionata** all'Aventino, a due passi dal Circo

Massimo, ha scelto di non riproporre pedissequamente la stessa formula del maestro, ma una personale. Ovvero un impasto più sottile, che cerca un morso croccante e facile attualizzando – e rendendo buonissima – la pizza in teglia della tradizione romana. Nel piccolo locale in cui c'è spazio giusto per il banco (non troppo ampio ma fornito a rotazione) e una vetrina frigo, viene venduta al trancio, dunque già frazionata (e con un prezzo noto in anticipo) contrariamente al solito. Di Bonci, però, Ruver ha fatto proprie diverse lezioni: dalla filosofia inappellabile sulla qualità degli ingredienti, provenienti da una rete collaudata di fornitori per lo più laziali che lavorano con etica e cura, e spesso realizzano prodotti appositamente per lui, fino alla centralità del forno e della cottura: «Un pizzaiolo deve saper cuocere», afferma Alessandro ripetendo ciò che gli ha trasmesso il maestro. «La pizza in teglia, a differenza della tonda che sta in forno 120 secondi o poco più, va cucinata». E infatti, sulle sue pizze finiscono spesso vere e proprie ricette gastronomiche, cotte direttamente sull'impasto o in precedenza sempre nel forno, unico strumento presente nel laboratorio: dalla guancia di manzo al pollo, fatto marinare a lungo, e allo strepitoso ragù di Chianina, rustico e gustoso come quello fatto in casa, che condisce la sua ormai celebre pizza Raguver.

Pizza Chef esalta la cucina romanesca

Il passaggio dai fornelli al banco è invece un elemento fondamentale per **Pizza Chef**, l'insegna nel quadrante est della Capitale, in zona Furio Camillo: dal 2017 è guidata dalla coppia for-



Francesco Arnesano: romano, classe 1995, nel 2016 ha aperto nel quartiere EUR il primo indirizzo di Lievito, dedicato a pane e pizze



Alessandro Ruver, giovane allievo di Gabriele Bonci, e la sua squisita Palermitana



quello di **Stefano Callegari** – poliedrico oste-pizzaiolo e inventore del **Trapizzino**, la geniale tasca di impasto che accoglie sughi e condimenti – il loro percorso evolve in maniera personale, unendo un approccio contemporaneo alle lievitazioni e la cura degna di una cucina per le ricette e gli ingredienti. Oggi, infatti, la proposta di Pizza Chef supera il concetto tradizionale di pizza al taglio e guarda appunto al know-how culinario e spesso al repertorio romanesco attualizzato, per i topping a base di preparazioni dedicate e ingredienti di stagione (e lo stesso vale per i fritti, altrettanto curati e goduriosi). E se naturalmente sul banco non mancano mai i grandi classici come Margherita e Marinara, tra i signature figurano proposte come la pizza con polpette al sugo e pecorino, quella con patate, baccalà mantecato e tartufo nero o quella con trippa alla romana e menta. E c'è anche la rivisitazione del Tuna Melt, il classico sandwich americano che qui diventa una pizza "baciata": doppio strato che nel mezzo racchiude gli ingredienti della specialità di New York, tonno, maionese fatta in casa, sedano,

mata da **Mario Panatta e Sara Longo**, e nel 2024 ha visto un bel restyling che ne sottolinea il carattere moderno e l'attenzione ai dettagli, anche in una formula pensata soprattutto per l'asporto di teglia e tonda. Tutto nasce, in effetti, dalla precedente esperienza di Sara come cuoca in alcuni ristoranti

romani, con una passione per la panificazione. Quando si presenta l'occasione di avviare un progetto tutto loro, decidono di puntare soprattutto sulla formula easy della pizza in teglia, ma curandola come se fosse un ristorante. E se per mettere a punto gli impasti, in questo caso, il supporto iniziale è stato

DALLE ORIGINI A TERNI FINO ALLA PAT DI ASSOPANIFICATORI

La teglia – cioè la pizza stesa direttamente in grandi teglie di alluminio o ferro e informata, cosparsa solo di abbondante olio per avere una base focaccia, o con il condimento – è la più nota tra le pizze da strada della tradizione romana, ma ha la sua versione progenitrice nella pizza alla pala. Tutto nasce infatti nei forni di Roma: quei negozi di quartiere dove si andava (e si va tuttora) a comprare pagnotte, rosette, ciriole e anche una striscia o due di pizza, che in origine era solo bianca (magari con il rosmarino) o rossa, o al massimo Margherita o con le patate tagliate sottili a sfoglia. E, soprattutto, era cotta alla pala – vale a dire, stesa su lunghe pale di legno con cui veniva informata e lasciata a cuocere direttamente sulla base del forno, sfruttandone il calore dopo la cottura del pane. Tant'è che la **pizza bianca romana alla pala del fornaio** è riconosciuta come Prodotto agroalimentare tradizionale (Pat) e protetta da un comitato di tutela istituito da **Assopanificatori Confesercenti**. Risale invece agli anni Cinquanta l'introduzione delle teglie, probabilmente a opera di un pizzaiolo ternano trasferitosi a Roma; motivo per cui in passato era comune che nelle insegne delle pizzerie specializzate nella teglia ricorressero i riferimenti a Terni.

CLICK!

cipollotto e formaggio Cheddar pronto a sciogliersi e filare.

Da Frumentario arrivano salse e pesti

È invece uno chef – **Oliver Glowig**, tedesco ormai italiano di adozione, attualmente alla guida del ristorante **I Tre Olivi** di Paestum – il riferimento principale del giovane **Alessandro Santilli**. Anche lui classe 1995, dopo essersi diplomato come ragioniere programmatore ha deciso di dedicarsi alla carriera

culinaria seguendo, nel 2017, un corso professionale di cucina a Roma. Da lì, inizia il suo percorso accanto agli chef, a cominciare appunto da Glowig che ha affiancato in diverse tappe tra cui quella umbra a Borgo Petroro. Nel mentre, però, dà spazio anche alla sua passione per l'arte bianca, affinata grazie a un corso con il lievitaista **Carlo Di Cristo**, e diventa così il responsabile della panificazione del ristorante. Anche lui, quando è il momento di cimentarsi in una sua avventura personale, decide di puntare sulla teglia aprendo, nel 2023,



© Andrea Di Lorenzo



© Andrea Di Lorenzo



© Andrea Di Lorenzo

Mario Panatta e Sara Longo, che insieme gestiscono *Pizza Chef*, indirizzo romano di successo, dedicato alla pizza in teglia venduta a peso

UN CONCORSO A FIOR...DI TEGLIA

Dal 2022, la pizza in teglia ha anche un concorso dedicato: **Fior...di Teglia**, contest promosso da 50 Top Pizza con Latteria Sorrentina, che invita giovani professionisti under 30 (non solo titolari di pizzerie, ma anche parte di brigate e team) a cimentarsi, con creatività e rispetto di materie prime e stagionalità, nel realizzare una pizza in teglia che valorizzi il mondo vegetale e che abbia come ingrediente il fiordilatte o un derivato. Nel 2024 ha vinto Alessandro Santilli di Frumentario con *La mia visione di Margherita*, dalla complessa stratificazione di salse da diverse varietà di pomodoro, salsa di basilico, crema di mozzarella e stracciatella e polvere di pomodoro piccadilly, e nel 2025 il primo posto se lo è aggiudicato **Pino Russo**, alla guida di due indirizzi belgi (**Russopizza** a La Louvière e **La Paix** ad Anderlecht), con la proposta *Formaggi & Mandarino*.



La mia Visione di Margherita, firmata da Alessandro Santilli

FUORI DAL BANCO MA DENTRO AL MENU, NON SOLO A ROMA

Oggi la pizza in teglia entra anche tra le proposte dei menu di acclamati pizzaioli romani: da **Jacopo Mercurio di 180 Grammi**, a **Luca Pezzetta**, che in tempi non sospetti era stato il primo a servire la teglia al piatto nel ristorante di famiglia ai Castelli Romani, prima di intraprendere il suo percorso da lievitaista e imprenditore. Ma interessanti versioni in teglia o alla pala si trovano anche ben fuori dal Raccordo Anulare, sul banco o al tavolo: ad esempio a Caggiano, nel Cilento interno, dopo essersi spostato negli ampi spazi de **Le Grotticelle**, **Angelo Rumolo** ha dedicato il locale di famiglia, in un'ala del castello – **Grotto Pizzeria Castello** – proprio alla teglia, ispirata a quella di Gabriele Bonci. Mentre i **fratelli De Maria**, allievi diretti di Bonci, nei loro due indirizzi **I Vesuviani** nell'hinterland napoletano omaggiano il maestro con una sezione dedicata del menu. E ancora, dalla teglia con ingredienti toscani del fiorentino **Graziano Monogrammi** con la sua **Divina Pizza**, alle ottime teglie di **Davide Fiorentini** da **'O Fiore Mio** a Faenza, fino alle proposte del panificatore **Davide Longoni** tra le diverse sedi milanesi e il Mercato Centrale di Bolzano.



Nel menu de I Vesuviani

Frumentario in zona San Giovanni. Da subito, però, porta dentro anche la cucina, e i suoi strumenti: dalle padelle al Green Egg – incrocio tra un barbecue e un kamado giapponese, per cotture e finiture dai sentori affumicati – fino ai flaconi con le salse, dall'aioli alla demi-glace. La particolarità di Fru-

mentario, infatti, è completare gran parte delle proposte esposte al banco al momento del servizio, aggiungendo salse, pesti e dressing ma anche preparazioni di cucina vere e proprie, a cominciare dalle carni in arrivo da una macelleria di fiducia ai Castelli Romani. E se le preparazioni o, quanto meno,

le finiture espresse riguardano anche i fritti, Santilli ha deciso di valorizzare la proposta lasciando da parte i classici, dalla Margherita alla pizza con le patate. Una scelta innovativa che gli ha dato ragione, portandolo a vincere il titolo di **Migliore Pizza in Viaggio in Italia** per 50 Top Pizza 2025.



Alessandro Santilli, artefice di Frumentario, in zona San Giovanni a Roma, e una sua pizza di cucina. Interessanti le cotture affumicate nel Green Egg



CATERING E PIZZA OGGI SPOSI

di Luciana Squadrilli

Modelli vincenti

- La fornitura di prodotti e servizi per eventi grandi e piccoli diventa sempre di più una fruttuosa attività collaterale. Tra food truck, organizzazione rigorosa e soluzioni pratiche, il business esce dalla pizzeria e trova nuovi sbocchi molto apprezzati dalla clientela. Ci vuole fantasia e intraprendenza ma il successo è on the road

Grazie a food truck iper-attrezzati, forni di nuova generazione, soluzioni tecnologiche e – soprattutto – alle capacità organizzative e imprenditoriali dei pizzaioli, la pizza esce dalle mura dei locali e diventa protagonista di eventi grandi e piccoli, occasioni pubbliche e festeggiamenti privati. Sempre più scelto soprattutto dagli stranieri, il catering con la pizza – e con altri prodotti affini – diventa così una soluzione per incrementare il giro d'affari senza dover necessariamente investire su un nuovo locale. Cosa serve? Un po' di inventiva,

spirito imprenditoriale, alta capacità organizzativa e la voglia di mettersi in gioco.

La più chic arriva sull'Ape vintage

Sorridente e pieno di energia ma lontano dai protagonismi, con il suo *low profile* il 36enne **Marco Manzi** potrebbe sembrare un personaggio secondario del mondo pizza. Ma, dal punto di vista imprenditoriale, non lo è affatto. Ischitano, comincia

a lavorare nella pasticceria da ristorazione, per poi dedicarsi alla pizza. Prima sulla sua isola, poi a Firenze dove, nel 2016, assieme alla compagna apre il primo indirizzo firmato **Giotto**: inizialmente, una pizzeria-bistrot con cucina in zona Novoli. La crescita è rapida: nel 2022 arriva la seconda sede a due passi da Santa Maria Novella, e più di recente la terza in via Orsini, in una zona residenziale. E mentre è in arrivo un nuovo locale – questa volta una cornetteria dal format innovativo, che potrebbe portare all'apertura mattutina degli altri indirizzi con l'offerta di colazione –, per l'estate 2026 ha gestito anche un pop-up balneare a Forte dei Marmi, nell'elegante cornice di Villa Grey. Qui le sue pizze erano sfornate direttamente da un Ape Piaggio vintage di **BrindApino**, il format toscano che trasforma i mezzi d'epoca in raffinati *corner food & beverage*. La collaborazione tra Giotto – con il comparto **Giotto Events** – e l'ingegnoso brand di Montelupo Fiorentino dura ormai già da 7 anni, ma è ben da prima che il pizzaiolo porta la sua attività on the road: «Lavoro con un Ape Car con forno

da almeno 9 anni, ma già quando ero a Ischia avevo un carretto da strada: mi mancava», racconta lui. Oggi gestisce otto Ape e ha una squadra dedicata di almeno 15 persone: dai 10-20 eventi degli esordi, nel 2026 è arrivato a farne 372, nei 5 mesi di bella stagione. I numeri non sono un problema: se in media, per le occasioni private, si tratta di meno di un centinaio di persone, per i grandi eventi le cose cambiano e Giotto potrebbe gestirne anche mille, mentre capita di avere fino a sei eventi nella stessa giornata.

Quota d'affari e marginalità si confermano più alte

La pizza è la grande protagonista: viene stesa, cotta e sfornata davanti agli ospiti, nel forno a legna con piano refrattario e cupola in acciaio che garantisce una cottura veloce e impeccabile, come in pizzeria. «Di solito proponiamo un menu di cinque pizze, che tagliamo a spicchi e distribuiamo in una sorta di buffet servito: così si assaggiano più gusti ed è più divertente», racconta Manzi. Ma c'è anche molto altro, sempre servito da Ape Car o altri veicoli

d'epoca: fritti, primi piatti, hamburger, open bar e naturalmente i dolci.

Per l'85% circa, la clientela è straniera: la più disponibile a pagare un prezzo che è naturalmente molto più alto di quello di una pizza da Giotto, ma comprende la logistica e un servizio accurato, mentre gli italiani sono ancora restii. Di contro, può capitare che i clienti esteri facciano richieste un po' strambe: «La Margherita è sempre presente, ma gli stranieri amano tantissimo la pizza con finocchiona e tartufo. A volte però chiedono delle ricette veramente improbabili: io, che in pizzeria non accetto richieste di modifica, inorridisco e cerco di indirizzarli su qualcosa di più semplice. Sui dolci, invece, sono molto classici: vogliono quasi tutti il millefoglie con frutti di bosco, mentre gli italiani apprezzano anche la delizia al limone».

Oggi, Giotto Events rappresenta una quota di affari pari all'incirca a quella di una delle pizzerie periferiche, ma raggiunta in soli cinque mesi: «In quanto a utili reali, il catering batte le altre aziende: chiudiamo i contratti un anno prima, abbiamo una previsione



Nella pagina accanto, scene da un matrimonio: la pizza di Marco Manzi a cura di Giotto Events e BrindApino, in posa davanti al caratteristico Ape vintage. Sopra, Marco Manzi all'opera con il suo forno professionale mobile e con parte della squadra di Giotto Events

certa di numeri e personale, ci sono prezzi prestabiliti e una marginalità più alta, mentre i costi – a parte l'investimento iniziale e il laboratorio di preparazione accanto alla pizzeria di Novoli – sono ridotti e si ammortizzano in breve tempo», spiega Manzi. Il segreto è nella gestione del personale: chi lavora negli eventi, solitamente serali, spesso lo fa per arrotondare e la considera un'attività faticosa ma divertente. Se c'è necessità si coinvolgono anche i dipendenti fissi, felici di guadagnare un extra nella loro giornata libera, mentre spesso gli stagionali vengono poi coinvolti nelle nuove aperture o confermati per facilitare le ferie del personale: nella stagione degli eventi si arriva a circa 70 collaboratori. «Negli ultimi anni, ho investito molto sulla mia formazione manageriale: abbiamo creato degli standard, con manuali, regole e procedure. Io mi interfaccio solo con i responsabili dei locali e ho delegato molto, anche se sono spesso presente e sempre reperibile al telefono».

È VanVitiello porta on the road pizze e fritti

A settembre 2025, sulle strade di Caserta – e di tutta Italia, da Asti alla Puglia, e oltre – è arrivato **VanVitiello**: un food truck (una sorta di roulotte dalle forme stondate) perfettamente attrezzato e dotato di friggitrice e forno elettrico a nastro, con cui il talentuoso pizzaiolo **Ciccio Vitiello**, alla guida di **Cambia-Menti** nel borgo casertano di **San Leucio**, e la sua compagna **Laura Margiore** hanno deciso di portare in viaggio «un'idea di pizza libera, capace di esprimersi in forme, consistenze e identità diverse». E se il nome, oltre a giocare con la parola *van* – furgoncino – e il cognome di Ciccio, è anche un omaggio al geniale architetto della Reggia di Caserta, lo spiri-

to artistico ma scanzonato si esprime pure nella carrozzeria verde con la scritta VanVitiello dipinta a mano dall'artista pugliese Loris Lillo, accompagnata dallo slogan esplicativo *Stamm fore* (che indica l'attività all'aperto, ma anche l'essere un po' fuori di testa). In meno di un anno il progetto è già raddoppiato con un secondo truck e un banco personalizzato, che portano in giro impasti e fritti di Vitiello tra grandi occasioni pubbliche – anche a Parigi, per la Pizza Week – e piccoli eventi privati. La proposta è incentrata sui tanti tipi di impasto presenti anche nel menu della pizzeria, rigenerati in modo semplice e veloce nel forno a nastro, farciti e serviti: la pizza in pala, croccante e condita con ingredienti di stagione, il pane in cassetta PanVitiello – classico o al cacao – farcito con topping dolci e salati a mo' di sandwich o sotto forma di crostini, la montanara frita e al forno e il padellino dolce, con topping di pasticceria. Ci sono anche le frittatine di pasta classiche o in varianti gourmet come la Nerano con zucchine e tartare di gamberi, mentre non si fa la pizza tonda classica stesa al momento, che richiederebbe un forno diverso e personale specializzato. Invece, con il sistema messo a punto e un manuale di istruzioni semplice e preciso per quel che riguarda rigenerazione e farciture, bastano due o tre persone – a seconda della portata dell'evento – anche non professioniste per gestire il tutto. Unico requisito: una fornitura di energia da 11 kW per garantire il funzionamento del forno. «Avremmo potuto prenderne uno meno performante ma Ciccio ha insistito: se lo dovevamo fare, doveva essere così. E i risultati sono sorprendenti, soprattutto per la frita e al forno, croccante fuori e morbida dentro: le persone fanno fatica a credere che si tratti di prodotti rigenerati, e sono felicissime di poter mangiare una



Ciccio Vitiello e Laura Margiore (a sinistra) hanno portato su strada il progetto VanVitiello, protagonista di eventi pubblici e privati



Una pizza napoletana di Giotto, il brand fiorentino di Marco Manzi

pizza come quella di Cambia-Menti a casa loro. Tanto che molti hanno già richiesto Vanvitiello due o tre volte», racconta Laura Margiore, professionista della comunicazione che si occupa di strategia e collaborazioni. «Faccio sempre preventivi personalizzati e sartoriali, non abbiamo un pacchetto fisso ma la nostra offerta dipende da cosa vuole il cliente, in base al numero di portate e topping. C'è chi ci chiede solo un corner con la pizza e chi vuole un menu completo, dall'antipasto al dolce. E il bilancio di questo primo anno di attività è super positivo».

Anche la Masardona esce di casa e diventa Mammèla

A Napoli, la famiglia **Piccirillo** – oggi alla quarta generazione con **Salvatore e Cristiano** che affiancano il padre **Enzo** – è diventata famosa per le squisite pizze fritte ripiene de **La Masardona**, non lontano dalla Stazione Centrale. Che sono arrivate anche nel centro più chic della città, a Roma e perfino a Ibiza e oltre, tra pop-up, collaborazioni e un catering dedicato per gli eventi, con postazioni brandizzate per stendere, riempire, chiudere e friggere dovunque

sia richiesto.

E pensare che tutto era nato per necessità, nel 1945, con la nonna di Enzo, **Anna Manfredi**, detta appunto la Masardona, che friggeva fuori dalla porta di casa. È invece dedicata a **Carmela Pintauro**, la mamma di Enzo, l'attività di catering lanciata nel marzo 2026: **Mammèla** era il suo nome affettuoso in famiglia, lei era molto amata anche per la superba cucina, tra ragù, pasta al forno e dolci senza ricette scritte. Così, porta giustamente il suo nome il nuovo progetto di catering sartoriale per matrimoni, eventi aziendali e ospitalità d'eccellenza, che in questo caso tralascia la pizza frita e si concentra sui sapori della tradizione.

Con una brigata dedicata e ricette che poggiano sul repertorio napoletano e campano, dai primi piatti più iconici ai dolci della memoria, adattandosi a richieste ed esigenze – dal servizio formale ai buffet assistiti, fino agli angoli tematici dedicati ai must partenopei –, la cucina popolare esce così dalla dimensione domestica per proporsi a un pubblico internazionale che cerca autenticità e identità, in un processo di evoluzione che non tradisce le radici ma è capace di inserire



Salvatore Piccirillo, nuova generazione della famiglia de La Masardona

il cibo pop (tra pizza e cucina) nel luccicante mondo del *fashion & luxury*. «Volevamo portare agli eventi aziendali o di gala il patrimonio immateriale di gesti e sapori della cucina di casa nostra, in una forma capace di dialogare con il mondo dei party esclusivi e dell'hospitality contemporanea», racconta Salvatore Piccirillo. E i fatti gli hanno dato ragione.



Un buffet realizzato da Mammèla, nuovo brand dedicato al catering della famiglia Piccirillo

La famosa quaglia del Pranzo di Babette, dal racconto di Karen Blixen, che va citata e ricordata correttamente, alla francese, Caille en sarcophage. La celebrità di Babette è in gran parte dovuta al film di Gabriel Axel con Stéphane Audran nel ruolo della chef protagonista. Attraverso l'eccellenza del cibo, una triste comunità di penitenti trova la grazia e scopre il gusto della vita

© Freemedia

L'APPETITO VIEN LEGGENDO

di Roberta Schira*

Oltre la tavola

Cibo e letteratura, che spesso diventa cibo e cinema, cibo e televisione. Da Omero a Collodi, da Gadda a Karen Blixen: perché, in un romanzo, il modo in cui un personaggio mangia non racconta quasi mai soltanto la sua voglia di cibo. Così, in armonia con scrittori e registi, il luogo del "cucinare per gli altri" diventa un osservatorio privilegiato sull'umanità. Una fonte inesauribile di spunti per serate a tema, o semplicemente per raccontare meglio un piatto al cliente

C'è chi, dalla letteratura, cava ricette. Lo ha fatto Gianni Giagoni con *Il Ricettario letterario di Foglieviaggi* (Foglieviaggi, 2026): 22 piatti pescati dai capolavori, la madeleine accanto alla burrobirra di un certo maghetto inglese, come se da ogni romanzo si potesse ricavare la lista della spesa. Operazione deliziosa, e innocente: si trascrive il piatto, lo si porta in cucina,

e per un pomeriggio si ha l'illusione di pranzare dentro un libro. Noi però apparteniamo all'altra squadra. Quella che nei romanzi non cerca la ricetta, ma ciò che cuoce sotto. È la distanza che corre tra bere un vino e degustarlo: c'è chi manda giù la storia e c'è chi la tiene in bocca, la fa girare, ne sente il fondo. E il fondo, sotto piatti diversissimi, è quasi sempre lo stesso: una

fame che non è mai soltanto di cibo, ma di casa, di potere, di amore, di vita.

Cibo e desiderio, appetiti incontenibili

Dimmi come mangi e ti dirò chi sei: il modo in cui qualcuno sta al proprio piatto è un referto più sincero di qualunque confessione, e costa molto meno di un analista. Lo sa chi siede ai

tavoli per mestiere, abituato a leggere una persona dall'ordine che fa, dalla fretta o dalla cura con cui pulisce un osso. E lo sa, soprattutto, ogni buon romanziere. Perché cibo e desiderio sono le due fami su cui la coscienza non riesce a mentire: si può fingere su tutto, non su ciò che ci fa venire l'acquolina. A tavola vengono a galla l'avidità e la generosità, la paura e l'abbandono, la solitudine e il bisogno degli altri.

E il desiderio, quando affiora, non è soltanto quello dei corpi: è fame di casa, di potere, di conforto, di vita. Uno scrittore, poi, scegliendo cosa mettere nel piatto dei suoi personaggi, si denuncia due volte: una per loro, una per sé. Decidere che una donna mangi in piedi davanti al frigorifero, che un uomo ordini sempre lo stesso piatto, che una famiglia litighi a tavola o vi taccia, significa aver già deciso chi sono. Il menu di un romanzo non è mai un menu. È una visione del mondo travestita da pranzo. Basta saperla leggere, e noi, da qui in avanti, faremo esattamente questo: non leggeremo il pranzo, ma la visione.

Spesso l'avidità sconfina nel grottesco

Il primo a saperlo fu **Omero**, che non ha certo bisogno di presentazioni: l'*Odissea* è tornata a interessare dopo l'uscita sugli schermi nel kolossal di Christopher Nolan, e quasi tremila anni di anzianità non le hanno tolto il primato in classifica. Perché l'*Odissea*, prima ancora che il poema di un viaggio, è il poema di una tavola: la legge sacra dell'ospitalità, il patto con Zeus per cui lo straniero che bussa va sfamato prima ancora di essere interrogato. Prima si mangia, poi si chiede il nome. Tutto il poema è l'inventario di quel patto, rispettato o tradito. Polifemo lo rovescia nel modo più



D.H. Lawrence dedicò un'intera poesia allusiva al fico. Il galateo prescrive di consumarlo un po' per volta, il desiderio "volgare" invece, impone di morderlo intero con passione



RICETTE LETTERARIE • RICETTE IMMORTALI • LETTERATURA FRANCESE

La home page del ricettario che il sito Foglieviaggi ha dedicato al rapporto fra cibo e letteratura

mostruoso: invece di nutrire gli ospiti se li mangia, due alla volta, e l'orrore non sta nella fame, sta nell'ospite diventato portata. Eppure, prima di essere un mostro, il Ciclope è un casaro: nella sua grotta i canestri di giunco con le forme di pecorino a scolare, i secchi pieni di siero, le greggi munte una a una. Odisseo lo vince con un'altra materia prima, il vino rosso di Marone, così denso da reggere venti parti d'acqua: il primo caso letterario di ospite che porta la bottiglia. I Proci, più educati e non meno voraci, divorano la casa di Odisseo lontano, greggi e cantine: mangiare, qui, è usurpare con il tovagliolo al collo. E chi assaggia il loto dimentica la strada di casa, perché certi cibi non saziano, addormentano. Il cibo, in Omero, è la misura dell'umano: chi lo divide secondo la legge resta uomo, chi se ne abbuffa scivola verso la bestia. Non a caso Circe, per trasformare in porci i compagni di Odisseo, non usa la bacchetta: apparecchia, e serve una coppa di formaggio grattugiato, farina d'orzo, miele e vino di Pramno. Una specie di cioccolata calda ante litteram, con dentro il tranello.

Di quella soglia tra l'uomo e la bestia, la letteratura latina ci ha lasciato il rovescio comico. Nel *Satyricon* di **Petronio**, Trimalcione dà una cena che non si limita a esagerare: tracima, deborda, allaga la pagina. Il liberto arricchito ostenta le portate come ostenta il denaro contante e la voce troppo alta, e ogni piatto è una messinscena, un travestimento, una piccola frode servita al tavolo: i ghiri conditi al miele e ai semi di papavero fatti girare come stuzzichino, il maiale intero che, inciso davanti agli ospiti, rovescia dal ventre salsicce e sanguinacci. Non c'è vera fame in quel banchetto: c'è



La copertina della prima edizione del romanzo di Carlo Emilio Gadda e il risotto alla milanese, ricetta che lo ha ispirato

il bisogno di mostrarsi, di riempire con le portate un vuoto che nessuna portata colma. È il primo nuovo ricco della letteratura, colui che confonde, e fa benissimo a confondere, l'avere fame con l'avere tutto. Duemila anni dopo lo riconosciamo ancora al primo sguardo: ordina il vino più caro senza leggerne il nome.

Un salto di secoli, e c'è **Carlo Emilio Gadda**. In *Quer pasticciaccio brutto de via Merulana* il titolo è già una portata: pasticcio, il nodo, il groviglio di moventi dentro un delitto che si rifiuta di sciogliersi. Ma è il suo modo di scrivere la cucina a tradirlo del tutto. Quel risotto alla milanese pensato come un'ingegneria di precisione, lo zafferano dosato, il burro, il brodo aggiunto un mestolo alla volta, i chicchi che devono restare distinti, separati, mai sfatti, mantecati eppure interi ciascuno per conto proprio, è la fotografia di un uomo che tiene a bada se stesso a fatica. La prosa si gonfia, accumula subordinate, trattiene; poi cede di colpo, sbotta, si vergogna. La grana del riso e la grana della nevrosi sono la stessa cosa: si cuoce per non lasciarsi andare, si scrive per non dire. In Gadda, niente esplode mai. Sobbolle, e brucia il fondo della pentola.

Fra romanticismo, eros e tabù

Poi c'è il capitolo che nessuno può saltare, quello in cui la tavola parla la lingua dell'amore. I grandi lo affrontano ciascuno a modo suo: chi per allusione, chi per confessione. **Giovanni Boccaccio** sceglie l'allusione, l'arma più elegante, specie quando la fame è la fame di Eros e Cupido. Nel *Decameron* la giovane Caterina ottiene di dormire sul verone «per sentire cantare l'usignolo», e la mattina la trovano che quell'usignolo lo tiene ancora in mano: tutti capiscono, nessuno si scandalizza, e la lingua «fa con un sorriso il lavoro

che la morale vieta». Ma, tornando al cibo cucinato, la stessa raccolta custodisce il gesto opposto e più tenero: **Federigo degli Alberighi**, rovinato per amore, serve alla donna amata l'unica cosa preziosa che gli resta, il suo falcone, e le porta in tavola, senza saperlo, l'oggetto stesso del desiderio di lei (solo dopo scoprirà che la donna era venuta proprio per chiedergli quel falcone, perché il figlio malato lo desiderava, ndr). Mangiare ciò che si ama, alla lettera, e perderlo nel gesto di offrirlo. Fra i due estremi, l'ammiccamento e il sacrificio, sta tutto ciò che il cibo sa dire dell'amore, che è molto più di quanto ne dicano certi menu degustazione.

Philip Roth sceglie invece la confessione. Il *Lamento di Portnoy* è, dalla prima riga all'ultima, un monologo sdraiato sul lettino dell'analista, che per trecento pagine incassa e tace: il collega più pagato e più silenzioso della storia della psicanalisi. Alexander Portnoy non riesce a tenere separati i suoi due tabù: il divieto alimentare, il kasher imparato in famiglia, e ogni altra trasgressione nascono dalla stessa radice e producono la stessa, identica colpa. Ciò che non si deve mangiare e ciò che non si deve desiderare sono, nella sua testa tormentata, il medesimo peccato con due nomi. La sua non è tanto una storia di corpo quanto di appartenenza: mangiare fuori dalle regole è tradire la tribù, e nessun piacere gli riesce senza il rimorso di chi lo guarda da casa.

E il cibo diventa verità, sentimento o sesso puro

C'è poi chi di quella colpa fa a meno, per puro disincanto. Pepe Carvalho, il detective gastronomo di **Manuel Vázquez Montalbán**, brucia i libri nel camino per accendere il fuoco e cucinarci sopra la cena: la letteratura che finisce, senza rimpianti, a nutrire il corpo, il che resta la più onesta recen-

sione mai scritta. Non a caso Montalbán firmò anche un libro di cucina vera e propria, *Le ricette immorali*: e la più immorale di tutte, naturalmente, è la più semplice: pane strofinato col pomodoro maturo, un filo d'olio, il sale. Tre ingredienti e nessuna bugia. Per Carvalho la buona tavola è l'ultima cosa sincera rimasta in un mondo che ha smesso di mantenere le promesse. Mangia con la lucidità di chi ha visto cadere le ideologie e ne ha concluso che, dopo il gran falò, resta in piedi solo ciò che si può toccare, masticare, condividere. È la versione adulta, e un po' amara, della stessa verità.

All'opposto, c'è chi fa del cibo il corpo stesso del sentimento. In *Dolce come il cioccolato* di **Laura Esquivel** la giovane Tita, cui è proibito amare l'uomo che ama, versa tutto quel desiderio dentro un piatto di quaglie in petali di rosa, e chi siede a quella tavola lo riceve come una febbre che si trasmette. La ricetta diventa la voce di chi non ha il permesso di parlare: cucinare è il suo unico modo di dire ciò che sente. Non a caso il romanzo è costruito come un ricettario, un capitolo per piatto, la stessa forma che il Salone (del Libro di Torino 2026, ndr) ha preso a prestito per il suo gioco: lì



Manuel Vázquez Montalbán e il suo libro di ricette immorali. Foto: Generalitat de Catalunya – Arxiu Aisa / Wikimedia Commons

un vezzo grazioso, qui la grammatica segreta di un amore proibito.

Al fondo di questa breve tesi, come sua cifra estrema, sta un frutto. **David Herbert Lawrence** gli dedicò un'intera poesia allusiva, un galateo rovesciato: il modo corretto di mangiarlo, in società, è aprirlo in quattro come un fiore; il modo volgare, un morso solo all'intera polpa. E lui, naturalmente,



stava con i volgari. Da allora il più mite dei frutti – il fico – non è più riuscito a farsi consumare con indifferenza.

Tra fame vera e fame dello spirito

Chiuso il capitolo dell'amore, restano le fami più antiche di tutte, quelle senza sottintesi. Le racconta, meglio di molti romanzi per adulti, **Carlo Collo-**



Ancora quaglie, ma questa volta con petali di rose nel romanzo di Laura Esquivel *Dolce come il cioccolato* e nel film che ne è stato tratto con il titolo *Come l'acqua per il cioccolato*



Laura Esquivel. Foto: Abril Cabrera / Secretaría de Cultura CDMX (CC BY-SA 2.0)

di ne *Le avventure di Pinocchio*. C'è la fame vera, quella dei poveri: Geppetto porge tre pere, e Pinocchio prima rifiuta la buccia, poi la mangia; rifiuta il torsolo, poi divora anche quello, perché l'appetito non conosce né bucce né torsoli, e nemmeno le buone maniere. C'è la gola come inganno, e Collodi, da cronista gastronomico mai abbastanza celebrato, ci lascia perfino il menù: all'Osteria del Gambero Rosso il Gatto, povero di stomaco, si accontenta di trentacinque triglie al pomodoro e quattro porzioni di trippa alla parmigiana, mentre la Volpe, delicata di salute, pilucca una lepre in dolceforte con un leggerissimo contorno di pollastre ingrassate e galletti di primo canto. Poi spariscono, e il conto, come da tradizione, lo paga l'ingenuo che non ha toccato cibo. E c'è la tentazione che disumanizza: nel Paese dei Balocchi, dove si fa solo festa e mai fatica, i bambini che si abbandonano al piacere senza misura si svegliano un mattino con le orecchie lunghe, trasformati in ciuchini. È di nuovo Circe, la stessa identica soglia, l'appetito senza freno che fa scivolare dall'uomo alla bestia. Solo che qui non serve nemmeno una maga: basta un asino paziente, che aspettava dentro il bambino.



Antonio Tempesta (Firenze 1555 - Roma 1630), Polifemo divora i compagni di Ulisse, ca. 1606. Metropolitan Museum of Art, New York. Immagine di pubblico dominio.

Si finisce sempre a Babette, lo sappiamo bene, ed è esattamente sapendolo che possiamo ancora permettercelo. Ne *Il pranzo di Babette* Karen Blixen racconta di una cuoca esule che vince una piccola fortuna e la spende tutta, fino all'ultimo franco, in una sola cena

per una comunità di puritani che del piacere diffidano per principio e per fede. In tavola arrivano il brodo di tartaruga, i blinis Demidoff con caviale e panna acida, le *cailles en sarcophage*, le quaglie nel loro sarcofago di pasta, e uno Champagne Veuve Clicquot 1860 che i commensali bevono, placidamente convinti sia limonata. Nessuno di loro sa cosa sta mangiando, mancano loro perfino le parole per nominare quei sapori, e forse è proprio per questo che li accolgono come una grazia e non come una tentazione: la migliore cena della letteratura è servita a gente che non può recensirla. Intorno a quel tavolo, dopo tante tavole di potere e d'inganno, di desiderio e di fame, tutte le nostre fami si placano insieme, e l'arte si fa nutrimento, e il nutrimento si fa Grazia. Forse è solo questo, in fondo, mangiare davvero bene: il raro momento in cui la fame smette di chiedere e impara, almeno per una sera, a ringraziare.



David Herbert Lawrence



La locandina de *Il pranzo di Babette*

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

RAFFINATO. BOTANICO. GIN DAY



MONKEY 47
SCHWARZWALD DRY GIN



BEVI RESPONSABILMENTE





NOI CUOCHI SAPPIAMO DAVVERO COSA BOLLE IN PENTOLA?

di Valeria Maffei

Prospettive nuove

- | Il biologo nutrizionista Domenicantonio Galatà rilegge la cucina come spazio
- | scientifico per una rivoluzione culturale. Nella sapienza dello chef non ci sono più
- | soltanto la sicurezza alimentare e la bontà delle ricette. È cruciale
- | e strategica anche la capacità di esaltare le proprietà nutritive del cibo con
- | preparazioni e cotture adeguate. Un concetto salutista nuovo,
- | che diventa determinante nella definizione di qualità delle pietanze

Nel senso comune la cucina continua a essere percepita come uno spazio prevalentemente pratico e artigianale, dominato da consuetudini, abilità manuali e gesti tramandati. Una lettura più attenta impone, invece, di riconoscerle una natura molto più complessa: quella di un ambiente tecnico professionale in cui si realizzano trasformazioni fisiche, chimiche e biolo-

giche della materia, capaci di incidere direttamente sul valore nutrizionale e sulla salute delle persone. In cucina non basta più, dunque, prevenire il rischio microbiologico. È la stessa clientela che rivendica la tutela delle qualità intrinseche degli alimenti, intesa come patrimonio nutrizionale, funzionale e metabolico. È proprio su questo cambio di paradigma che

insiste *La partita si vince in cucina*, il volume del biologo nutrizionista **Domenicantonio Galatà**, fondatore e presidente onorario dell'Ainc, Associazione italiana nutrizionisti in cucina.

La prevenzione comincia ai fornelli

La tesi di Galatà è netta: la qualità di ciò che prepariamo non si espri-

me soltanto nel piatto che proponiamo al commensale, ma molto prima. Tutta la sequenza di scelte che incidono, come sappiamo bene, sul food cost e sull'oculatezza della gestione, e infine sulle fasi di lavorazione, concorrono al risultato. Spesa, conservazione, cottura, abbinamento degli ingredienti, organizzazione dei pasti: ogni passaggio modifica, conserva o disperde il valore degli alimenti, incidendo in modo diretto sull'effetto sia in termini di soddisfazione, sia di benessere del cliente. La corretta alimentazione è uno strumento di prevenzione di molte patologie e i consumatori ne sono sempre più consapevoli. In questo quadro assume ad esempio un peso crescente il concetto di **microsostenibilità**: ovvero non solo ridurre gli sprechi visibili, quelli che finiscono nel cestino, ma evitare anche la perdita silenziosa dei nutrienti, cioè di quel **patrimonio invisibile** che determina la qualità reale di un alimento. La cucina diventa così un presidio concreto, decisivo per la ristorazione. Perché cucinare, scegliere una tecnica, gestire una temperatura o conservare correttamente un ingrediente significa contribuire, ogni giorno, alla qualità della vita. E se non si può pretendere che l'approccio casalingo sia perfettamente allineato alle conoscenze scientifiche, la formazione degli chef del presente e del futuro, da esse non può prescindere.

Non solo Haccp: ora la sfida è nutrizionale

«La cucina è il più grande laboratorio di chimica, fisica e biologia che abbiamo a disposizione ogni giorno. Non è un'im-

agine evocativa: è un dato di fatto», spiega Galatà. «Tanto è vero che, per muoverci in sicurezza, utilizziamo **l'Haccp**, un sistema che, a ben vedere, è un vero manuale di scienza applicata. Oggi a questo si affianca un approccio ancora più evoluto, il **Naccp** (Nutrient and hazard Analysis of Critical Control Point, ndr), che introduce un tema altrettanto centrale: la tutela del valore *nutrizionale* degli alimenti». Il primo acronimo non ha bisogno di spiegazioni, il secondo rappresenterebbe un'evoluzione: il punto è decisivo, soprattutto per chi lavora nella ristorazione. Se la sicurezza igienico-sanitaria resta il presidio imprescindibile, non è l'unico a incidere sulla qualità. Un alimento sicuro può essere, al tempo stesso, impoverito da una gestione non corretta delle temperature, una cottura eccessiva, una conservazione inadeguata o da tecniche che favoriscono la perdita di nutrienti. «In cucina i rischi principali sono due - prosegue Galatà -. Il primo è quello microbiologico. Il secondo è molto più subdolo: la **dispersione dei nutrienti**. Ed è proprio su questo secondo fronte che siamo ancora indietro: il tema della qualità nutrizionale è ancora poco governato».

Al di là della conservazione e dello spreco alimentare, gli errori più frequenti riguardano proprio gli **aspetti nutrizionali**: «Non è solo una questione di calorie, grassi o zuccheri. I nutrienti interagiscono tra loro, e queste interazioni sono influenzate dalla presenza di vitamine, antiossidanti e polifenoli - osserva Galatà -. Le reazioni che avvengono in cucina sono guidate dai micronutrienti, sostanze bioattive che, in un certo senso, accendono o spengono i "fornelli" meta-



Nel concetto di spreco entra anche quella parte di nutrienti perduti in preparazioni inadeguate



Il nutrizionista Domenicantonio Galatà

bolici». È qui che la cucina smette di essere soltanto tecnica esecutiva e diventa **conoscenza applicata**. Processi come la gelatinizzazione dell'amido, l'ossidazione dei grassi, la degradazione delle vitamine o la variazione della disponibilità dei carboidrati non sono fenomeni astratti, ma eventi concreti, quotidiani, che avvengono dentro una pentola, su una piastra, in un forno, durante una conservazione o in una fase di raffreddamento. E che determinano, in ultima istanza, la qualità finale del piatto.

Il pH: acido o basico? Il parametro dimenticato

Per fare un esempio pratico, un parametro spesso trascurato è il pH, cioè

il grado di acidità o basicità. Un dato apparentemente tecnico, ma in realtà decisivo per la resa sensoriale, la stabilità degli alimenti e il controllo di molte reazioni chimiche che avvengono durante la cottura. «A parte alcuni professionisti dell'arte bianca, pochi ne tengono davvero conto, eppure ha un impatto enorme. Il **pH della passata di pomodoro**, ad esempio, può influenzare la percezione di dolcezza del sugo, anche attraverso l'attivazione di enzimi che trasformano il saccarosio nei suoi monosaccaridi. Ancora più rilevante è il ruolo del pH nei processi ossidativi: quando le temperature aumentano e le reazioni accelerano, abbassare il pH – ad esempio **sfumando con aceto** – può rallentare



Domenicantonio Galatà: tutta la sequenza delle scelte che si fanno, a partire dalla spesa, concorre al risultato finale

DUE ERRORI QUOTIDIANI CHE IMPOVERISCONO IL PIATTO

Molti gesti ritenuti innocui, o addirittura salutari, possono produrre l'effetto contrario rispetto a quello desiderato. Ecco due semplici esempi:

Aggiungere acqua al soffritto: non lo rende più leggero, ma riduce la qualità dell'olio. Il calore, in presenza di acqua, favorisce l'idrolisi dei trigliceridi, con liberazione di acidi grassi liberi e aumento dell'acidità, compromettendo una delle caratteristiche fondamentali dell'olio d'oliva extravergine.

Bollitura delle verdure: favorisce la dispersione delle vitamine idrosolubili nell'acqua di cottura; può modificare la disponibilità di alcuni carboidrati fermentabili, con possibili effetti anche a livello intestinale. Si può ridurre la perdita dei micronutrienti riutilizzando la stessa acqua per altre preparazioni.



Aggiungere acqua al soffritto non lo rende più leggero



Bollire le verdure favorisce la dispersione delle vitamine

queste dinamiche, agendo come una sorta di “estintore” chimico». Una pratica tradizionale, dunque, può avere una spiegazione scientifica precisa. Ed è proprio questa la chiave del ragionamento: non sostituire il saper fare con la teoria, ma **dargli una base più consapevole e utile** anche sul piano professionale.

Mangiamo troppo, ma con pochi nutrienti

Oggi si è portati a pensare che in Occidente il problema principale sia mangiare troppi carboidrati, troppi grassi, troppe calorie. In realtà, spesso si assumono sempre meno



Alla cura - a volte maniacale - per la perfezione estetica del piatto dovrebbe accompagnarsi quella per il rispetto dei singoli ingredienti

micronutrienti: il piatto è pieno, ma non sempre è nutrizionalmente denso. «La cucina non dev'essere più complicata, ma più consapevole», afferma Galatà. La prevenzione non nasce a tavola quando il piatto è ormai pronto, ma nelle fasi precedenti: scelta delle materie prime, pianificazione dei pasti, conservazione, abbinamento degli ingredienti, tecnica di cottura e gestione dei tempi. «Già nel mio primo libro, *A tavola è già tardi*, il messaggio era chiaro: bisogna pensarci prima».

A concretizzare le migliori attenzioni contribuisce il concetto di *mealprep*: «È l'organizzazione anticipata dei pasti: li pianificarli e prepararli in anticipo, anche per tutta la settimana», spiega Galatà. «In ambito professionale, assume un valore particolarmente rilevante diventando uno strumento strategico di efficienza, sicurezza e qualità nutrizionale.

La rilettura della pratica culinaria alla luce delle conoscenze scientifiche più attuali mostra come ogni scelta - dalla gestione delle temperature al controllo del pH, dalla tecnica di cottura alla conservazione - produca effetti misurabili e spesso sottovalutati. La cucina non è solo un luogo di espressione creativa ma anche di responsabilità tecnica e culturale, e occorre costruirla formando e coinvolgendo nuove professionalità: «La cucina contemporanea deve aprirsi a competenze nuove, tra cui quelle dei biologi e dei nutrizionisti, già formati sui processi che regolano la trasformazione degli alimenti e la loro ricaduta sull'organismo», conclude Galatà. Perché se è vero che anche nella cucina del domani il gusto resta centrale, esso non può più essere separato da salute, sostenibilità e conoscenza. È qui che si misura la vera sfida della ristorazione professionale: non limitarsi a servire piatti corretti, ma costruire, attraverso ogni scelta tecnica, una nuova cultura della qualità alimentare.

CAMPIONI DEL MONDO! **La dieta non è un menu**

Il libro di Domenicantonio Galatà, *La partita si vince in cucina* (Trenta Editore) dialoga con la tradizione culinaria italiana e si arricchisce di un ricettario dedicato ai piatti iconici degli 11 Campioni del mondo 2006, anche grazie al contributo dell'ex calciatore **Gianluca Zambrotta**. Il risultato è un saggio divulgativo ben calibrato, che sposta il focus dalla teoria alla pratica quotidiana ai fornelli. «Lavorando con **calciatori di Serie A** - racconta Galatà - ho sviluppato un metodo che integra pianificazione, bilanciamento nutrizionale e tecniche di cottura orientate alla **preservazione dei micronutrienti**. Uno sportivo con un elevato fabbisogno energetico ha infatti anche un elevato fabbisogno di vitamine, antiossidanti e composti antinfiammatori, fondamentali per il recupero e la performance. Per questo la gestione degli alimenti non è un dettaglio, ma parte integrante del metodo». La cucina è dunque uno degli strumenti più potenti di prevenzione e diventa così il luogo in cui si gioca davvero la partita.



*Galatà
nell'immagine
di copertina del
suo libro, con
Gianluca Zambrotta
(ex calciatore,
campione del
mondo nel 2006)*

Tra gli elementi caratterizzanti del ristorante **ConTatto**, un'esperienza gastronomica nella grotta naturale



34

DALLA GROTTA AL PIATTO C'È DI MEZZO LA BIRRA

di Giuliana Valcavi*

Birra e chef

- | Dopo esperienze internazionali di eccezione e la collaborazione con l'osteria di
- | un importante birrifico, Luca Ludovici è tornato nel suo Lazio, a Frascati, con
- | tanta voglia di sperimentare, mettendo a frutto la creatività culinaria arricchita
- | dalla profonda competenza brassicola. E i risultati sono davvero sorprendenti

«La birra, quando è frutto di una ricerca artigianale, cessa di essere una semplice bevanda per diventare un prodotto dotato di un'identità profonda e di una storia millenaria». Lo sostiene **Luca Ludovici**, chef alla guida del ristorante **ConTatto** a Frascati, che fa della ricerca e della sperimentazione un suo standard. Dopo una carriera ricca di esperienze internazionali di eccezione e la cultura birraria maturata ad alto livello, Ludovici ha spiegato a *Linea Diretta* la sua visione e la personale applicazione di quanto appreso negli anni.

Come ingrediente, cosa pensa della birra?

In cucina la considero un ingrediente estremamente tecnico

e versatile. Attualmente, al ristorante ConTatto, la stiamo sperimentando in modi non convenzionali: ad esempio, lavoriamo sulla maturazione delle uova nella birra, affinché ne assorbano le note aromatiche e i sentori fermentativi. La birra è un elemento capace di sostituire i grassi o i liquidi strutturali: può prendere il posto dell'acqua in un impasto per donare fragranza e complessità o sostituire la panna in una crema dolce per alleggerirne il profilo calorico, aggiungendo una nota di carattere.

Ci sono precauzioni o controindicazioni?

L'unico accorgimento fondamentale è la gestione della base

alcolica, che va modulata a seconda dell'obiettivo gustativo che vogliamo raggiungere.

Quali sono le prerogative che più apprezza?

La birra è un ingrediente vivo. La sua bellezza risiede nelle infinite sfaccettature che cambiano radicalmente a seconda dello stile: dalle acidità delle Gose alle tostature delle Stout. La mia visione della birra è stata molto influenzata dal periodo trascorso a collaborare con lo storico birrifico artigianale Birra del Borgo (che ha cessato l'attività nel giugno 2026, ndr), un'esperienza che mi ha permesso di capire quanto la componente fermentativa possa elevare un piatto. Quello che apprezzo di più è la sua capacità di creare contrasti: può apportare amarezza, dolcezza o una spinta sapida, agendo quasi come un catalizzatore di sapori.

Che spazio ha nel suo ristorante la birra a tavola? Vengono suggeriti abbinamenti e, se sì, con quali criteri?

Al momento ci troviamo in una fase di evoluzione e studio. Non abbiamo ancora inserito una carta delle birre strutturata per il pairing, ma è un



Un angolo della sala del ristorante di Frascati, che fa leva su ricerca e sperimentazione

progetto che guardiamo con grande interesse per il prossimo futuro. La nostra filosofia si basa sulla cura del dettaglio. Per questo motivo stiamo iniziando a muovere i primi passi verso la produzione di una birra fatta in casa, che sia espressione diretta della nostra cucina e dei nostri ingredienti, per poter

offrire un abbinamento che sia davvero un dialogo perfetto tra calice e piatto.

Infine, c'è uno stile birrario che ama più degli altri e perché?

Senza esitazione, la Stout. È uno stile che parla direttamente alla mia sensibilità di chef. Amo il cioccolato e la



Lo chef Luca Ludovici

L'ESPERIENZA NASCE IN GROTTA

ConTatto ha aperto 4 anni fa, a Frascati, con una carta audace e personale, costruita su gusti decisi, ingredienti ricercati e dialoghi inediti tra mare, terra e memoria gastronomica. La scelta sembrava quasi una sfida: portare un progetto gastronomico contemporaneo in un territorio fortemente legato alla tradizione locale, affidandolo a uno chef, Luca Ludovici, con esperienze importanti nell'alta cucina. La cucina di ConTatto è ancorata al territorio, ma sceglie di attraversarlo con uno sguardo libero, lavorando su gusti intensi, ingredienti non scontati e abbinamenti capaci di mettere in dialogo mondi diversi. Tra gli elementi caratterizzanti di ConTatto, un'esperienza gastronomica nella grotta naturale dove, oltre a lavorare le materie prime, si accolgono i clienti per l'amuse-bouche, anticamera del percorso in sala.

Stout ne è la trasposizione liquida: mi affascinano le sue note profonde di caffè, di vaniglia e quella parte affumicata e tostata che trovo incredibilmente elegante. È una birra che

ha una densità e un calore unici, capace di evocare ricordi d'infanzia legati ai dolci, ma con la maturità di un profilo aromatico complesso, quasi masticabile.

UNO CHEF IN BIRRIFICIO

Luca Ludovici è nato ad Alatri, in provincia di Frosinone, nel 1986. Forte di una tradizione gastronomica di famiglia, a 14 anni si iscrive alla Scuola Alberghiera di Fiuggi, a cui segue una serie di esperienze internazionali, tra cui uno dei templi della cucina francese a Londra, il mitico **Le Gavroche**, 2 Stelle Michelin, guidato dallo chef Michel Roux. Arriva quindi il momento di tornare in Italia e lo fa in grande stile: prima a **Le Calandre**, Sarmede di Rubano (Pd), 3 Stelle Michelin, con Massimiliano Alajmo, poi è lo chef di cucina a **L'Osteria di Birra del Borgo**, dove sono protagoniste materie prime eccezionali, con un grande collega, **Gabriele Bonci** (vedi anche servizio sulla pizza in teglia, da pagina 14), al tempo responsabile della pizzeria.

L'arrivo del Covid-19 lo porta a ripensare completamente la sua vita e ad aprire ConTatto insieme alla compagna **Lorena Cavana**. La scommessa premia la coppia e il ristorante entra in *Guida Michelin* ad agosto 2023.

*Giuliana Valcavi è direttrice editoriale de *Il Mondo della Birra*, insegnante nei corsi Biersommelier Doemens e co-fondatrice dell'Associazione Le Donne della Birra.

LA RICETTA

PLIN DI CINGHIALE, CALDARROSTE E ZABAIONE ALLA BIRRA

INGREDIENTI PER 4 PERSONE

Per lo zabaione alla birra

4 uova, birra Stout q. b.

Mettere in un contenitore ermetico le uova ben lavate e la birra. Lasciare in immersione per circa 7 giorni. Sgusciare le uova marinate con la birra e aggiungere un pizzico di sale. Stemperarle a bagnomaria con l'aiuto di una frusta, fino a ottenere uno zabaione.

Per il ripieno del plin

500 g polpa di cinghiale, olio evo, sale, pepe, ginepro, salvia, aglio, rosmarino, acqua, q. b.

In una casseruola, far arrostitire la polpa di cinghiale salata e pepata. Aggiungere gli aromi. Deglassare con acqua e far cuocere per 3 ore. Separare la polpa dal liquido, che verrà poi filtrato dagli aromi e ridotto a consistenza di una salsa liscia. Tritare la carne e metterla

in una sac à poche.

Per l'impasto dei plin

5 uova, 500 g farina 00

Impastare la farina con le uova, fino a formare un impasto liscio e omogeneo. Lasciar riposare per circa 30 minuti. Tirare la pasta molto fine. Disporre la farcia in mucchietti a distanza di 5 cm l'uno dall'altro. Richiuderla su sé stessa e poi con dei "pizzicotti". Tagliare con un rullo tagliapasta.

Per la finitura

In una padella per caldarroste, cuocere 100 g di marroni di Carpineto romano, sgusciarli e tagliarli a piccoli cubetti. Cuocere i plin in acqua salata e mantecarli con la loro salsa. Disporli in un piatto fondo. Aggiungere le caldarroste e lo zabaione alla birra.



Il Salame Cacciatore Italiano Dop.
Dalle battute venatorie alle tavole di bar
e ristoranti: uno dei salumi più antichi
è oggi nobilitato e riscoperto anche grazie
alla certificazione d'origine



IL CACCIATORE CHE NON SPARA E METTE D'ACCORDO TUTTI

di Lorena Bassis

Buon'Italia

- | Il ritorno del salamino dop. Dalla bisaccia dei patiti dell'attività venatoria
- | alla tutela del Consorzio: storia, crescita, aspetti tecnici e nuove idee
- | d'uso per un classico della salumeria italiana, da 25 anni riconosciuto ufficialmente
- | per la qualità e i valori nutrizionali. E, naturalmente, per l'inconfondibile
- | sapore che oggi lo mette al centro di proposte gastronomiche inedite e stuzzicanti

C'è un salume semplice e popolarissimo che sta vivendo una seconda giovinezza: il Salame Cacciatore Italiano Dop. Noto da sempre per le dimensioni ridotte, la forma leggermente incurvata e la praticità di trasporto, questo insaccato si rivela oggi una risorsa che va oltre il consumo casalingo o la merenda.

Dalla bisaccia Al riconoscimento europeo

È un prodotto 100% italiano, garantito dal Consorzio di Tutela, versatile non solo per la cucina domestica ma anche nel mondo della ristorazione. La storia dei "cacciatori", i salami

di piccole dimensioni, ha radici remote. Le prime tracce già nell'antico Egitto e in Mesopotamia, ma è nella Penisola italiana - prima con gli Etruschi nella salatura delle carni suine, poi con la strutturazione dei mercati in epoca romana - che la produzione assume una forma definita. Il nome richiama la funzione originaria del prodotto. Durante le battute di caccia, i cacciatori erano soliti riporre nelle bisacce questi piccoli salami. La scelta era dettata da ragioni pratiche: il formato contenuto ne facilitava la conservazione durante gli spostamenti e, consumando il salame insieme al pane, si garantiva l'apporto nutrizionale necessario durante le giornate all'aperto. Nel corso del Novecento, l'aumento dei volumi



produttivi e il rischio di imitazioni hanno reso necessaria una regolamentazione rigorosa. Nel 2001 l'Unione Europea ha riconosciuto al prodotto la Denominazione di origine protetta (Dop) con la sigla Salamini Italiani alla Cacciatora (familiarmente detti cacciatorini). A vigilare sul rispetto del disciplinare, sulla difesa del marchio e sulla promozione del prodotto c'è il Consorzio di tutela, che coordina le aziende e garantisce la tracciabilità della filiera.

Il disciplinare lo garantisce così

La riconoscibilità del Salame Cacciatore Dop si fonda su regole produttive codificate nel disciplinare di produzione. La materia prima proviene dagli stessi suini impiegati per il Prosciutto di Parma e il Prosciutto di San Daniele. I maiali devono essere nati, allevati e macellati in Italia, all'interno di 12 regioni del Centro-Nord (Piemonte, Lombardia, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna, Toscana, Umbria, Marche, Lazio, Abruzzo, Molise e Puglia). Il processo produttivo si articola in fasi precise:

SELEZIONE DEI TAGLI. Si impiegano muscoli striati della frazione magra (in prevalenza la spalla), integrati da percentuali selezionate di grasso di prima scelta (pancetta e gola) per garantire la corretta consistenza dell'impasto.

MACINATURA E CONCIA. La carne viene macinata finemente con trafilè da 3 a 8 millimetri (grana media). L'impasto viene condito con sale, pepe a grani o macinato, aglio e, in alcuni casi, dosi contenute di vino bianco secco.

INSACCO E LEGATURA. L'impasto viene insaccato in

budelli naturali o ricostituiti e legato in filze, creando i tipici salamini cilindrici.

ASCIUGATURA E STAGIONATURA. L'asciugatura avviene a temperatura e umidità controllate per favorire la disidratazione iniziale. Segue una stagionatura di almeno 10 giorni, al termine della quale il salame raggiunge il peso tipico (tra i 150 e i 200 grammi), un colore rosso rubino omogeneo, una grana nitida con tasselli di grasso ben distribuiti e un profumo delicato.

Dall'aperitivo in poi, grande alleato del cuoco

Protagonista anche nella ristorazione, il Salame Cacciatore Dop sta trovando la sua dimensione ideale nella formula dell'aperitivo, che in Italia conta oltre 850 milioni di occasioni di consumo all'anno. Per bar, pub, bistrot ed enoteche, le sue dimensioni contenute rappresentano un vantaggio operativo concreto, poiché azzerano gli sprechi al banco e riducono il calo peso tipico delle pezzature più grandi una volta aperte, mentre la tenuta della fetta e la consistenza dell'impasto permettono di realizzare tagli e cubettature sempre regolari. Grazie a un profilo gusto-olfattivo delicato e bilanciato, privo di speziature invadenti, questo salamino è estremamente versatile per finger food e proposte monoporzione d'autore. Quattro idee di abbinamento?

CONTRASTI AGRODOLCI: a cubetti, si abbina a creme calde o fredde, come una vellutata di zucca con cipolline all'aceto balsamico di Modena, o una spuma di cavolfiore e mascarpone con scaglie di tartufo.

NUMERI DEL SUCCESSO IN ESPANSIONE

I dati di mercato diffusi dal Consorzio di tutela mostrano un comparto in crescita, capace di soddisfare sia i consumi domestici sia la domanda estera.

- **Produzione annua:** 4,2 milioni di kg certificati, +7,9%,
- **Aumento delle vendite:** +5,0%.
- **Vendite oltreconfine:** +19%, fino al 39% della produzione certificata.
- **Mercati esteri:** 1° Germania (52% dell'export totale); 2° Regno Unito.
- **Crescita di vendita:** +47% le vaschette di affettato pre-confezionato (60 - 80 e 100 g).
- **Consumatori abituali:** 81% degli italiani. Il 69% degli intervistati dichiara di conoscere il Salame Cacciatore Dop, il 59% lo acquista regolarmente per qualità della carne, garanzia della Dop, tracciabilità e accessibilità del prezzo. *Fonte: Eumetra*



Non c'è solo il tagliere nel destino del Cacciatore. Ottimo anche negli appetizer

VALORI NUTRIZIONALI ED EVOLUZIONE DEL PRODOTTO

Negli ultimi anni i produttori consorziati hanno perfezionato le tecniche di allevamento e lavorazione, adeguando il profilo nutrizionale del Salame Cacciatore Dop alle attuali linee guida alimentari.

L'apporto proteico (pari a circa il 30% del peso), le vitamine del gruppo B e i sali minerali rendono il Cacciatore Dop una fonte nutrizionale adatta alle esigenze energetiche quotidiane. Il prodotto è privo di lattosio e glutine.

Parametro nutrizionale	Valore medio per 100 g
Apporto energetico	411 kcal / 1705 kJ
Proteine	28,4 g
Grassi totali	33,0 g
di cui acidi grassi saturi	12,5 g
Carboidrati / zuccheri	< 0,5 g
Sali minerali	Potassio, Fosforo, Zinco, Selenio
Vitamine	Vitamina B1, B3, B6, B12

ABBINAMENTI DI CONSISTENZA: si accosta alla morbidezza della patata dolce al forno con verza saltata in padella e salsa di soia.

ACCOSTAMENTI CON FRUTTA E FORMAGGI: è equilibrato l'abbinamento con elementi aciduli come il kiwi a dadini, poche gocce di tabasco e semi di sesamo, oppure con formaggi freschi a pasta morbida (come la robiola)

profumati con scorza d'arancia.

LIEVITATI E PANINI D'AUTORE: ottimo ingrediente principale per panini e focacce, con maionese alle erbe, senape delicata e verdure grigliate.

Beverage pairing: **miscelazione e vino**

Nella mixology, il salamino viene accostato a cocktail dal gusto amaro e frizzante,

come il Negroni Sbagliato, o a varianti del Bloody Mary dove le note speziate del salame si sposano alla perfezione con la struttura del pomodoro. Quando si passa al calice, la componente grassa e la dolcezza della carne richiedono vini in grado di pulire il palato: vini rossi giovani (come Gutturino o Grignolino), vini spumanti metodo classico, bollicine rosate e vini bianchi strutturati dotati di buona acidità.



Dal più semplice panino (pane eccellente, salame Dop...ed è subito una proposta gourmet) ad abbinamenti più sofisticati. Una vellutata di zucca (a destra nella foto) è perfetta come base per un contrasto agrodolce o fra dolce e salato, con l'aggiunta di crostini e aromi

Stefano Santi, uno dei titolari,
allo speciale distributore che
consente una mescita su misura



40

VERSO O REVERSO? L'ALTRA DEGUSTAZIONE

di Matteo Cioffi - foto di Irina Litvinenko

Nuovi tipi di wine bar

- | L'idea nasce a Londra, ma tre amici milanesi la declinano all'italiana. Debutteranno gli
- | appositi distributori di vino (tecnologici) che, proprio come i juke-box offrivano
- | dischi, propongono e servono almeno cento etichette fra cui il cliente può scegliere un
- | calice, più o meno caro, a seconda dei suoi gusti. Un sommelier (umano) illustra
- | il vino in termini chiari e semplici, consigliando i pairing più interessanti con i piatti

Benvenuti in questo nuovo wine bar & restaurant inaugurato lo scorso giugno a Milano in via Savona, una delle strade del gusto più apprezzate della città, a due passi dalla zona pedonale dei Navigli. Si chiama **Reverso** e, come accenna il nome, propone un format controcorrente, inedito per il nostro paese, ma in un luogo già noto: nella ex location della prima winery venue targata Tannico.

Da Londra a Milano: l'intuizione nata in viaggio

Stessa strada, stesso civico, ma business diverso, oltre a un layout completamente rivisto che ha ridefinito il concetto di enoteca contemporanea. Prima di raccontare i dettagli ope-

rativi di questo concept, è necessario riavvolgere il nastro e narrare come tutto nasce. Reverso è frutto di un viaggio: quello che **Francesco Baccaglini**, 52 anni, avvocato commercialista, compie un paio di anni fa a Londra. Passeggiando in città, s'imbatte per caso in una realtà ristorativa come **Vagabond Wines** (vedere il box a pag. 43). Nota all'interno parecchi clienti che si muovono con il calice in mano. Entra e subito nota numerosi wine dispenser, distributori di vino. Il personale gli spiega che queste macchine sono in grado di servire il vino alla mescita in formati diversi e, al tempo stesso, raccogliere informazioni sui gusti e le preferenze enologiche dei clienti. Lo incuriosisce anche l'elevato numero di etichette presenti in questi erogatori: oltre cento! Tornato in Italia, gli balena

un'idea: lanciare un progetto simile a Milano. Ne parla con due amici coetanei, **Matteo Colafrancesco**, esperto legale e consulente in ambito sportivo, e **Stefano Santi**, imprenditore del tessile. La risposta non si fa attendere ed è positiva. I tre si uniscono e fondano la start-up **The Wine Society**. Dopo due anni di studi di mercato e ricerca della giusta location, inaugurano Reverso, replicando il business model di Vagabond Wines.

Cento etichette di vino, spirits e cocktail ma niente Spritz

Il locale sfoggia un'offerta di cento etichette di vino, tra cui un paio di proposte dealcolate, una ventina di bollicine e due referenze di sake. La metà dei vini giunge da terroir italiani, un 30% ha derivazione francese, il resto ha varie provenienze internazionali (Austria, Germania, Spagna, Portogallo, Sudafrica, Nuova Zelanda, Argentina). A questa ampia selezione enologica si aggiunge un altro centinaio di spirits e liquori, in ampia maggioranza scuri e proposti a chiusura della cena. Un bancone accoglie poi la mixology che però è un completa-

mento dell'offerta e non include il drink più bevuto degli ultimi anni, lo Spritz, perché, come spiegano i fondatori del progetto, qui l'attore principale è Bacco e il cocktail dall'inconfondibile colore arancione rischierebbe di risultare un intruso nel contesto d'immagine del locale che, appunto, è assolutamente *wine oriented*.

La degustazione hi-tech funziona così

E veniamo al momento della degustazione. Da Reverso sono presenti sette wine dispenser, suddivisi non in base alla tipologia enologica, ma secondo l'esperienza che il cliente desidera vivere. Per prima cosa sceglie in modo autonomo che cosa degustare e quale dei tre formati di calice a disposizione, rispettivamente da 25 ml, 75 ml o 125 ml. Questa formula permette di assaggiare anche vini costosi senza dovere acquistare la bottiglia. L'elevato numero di etichette rende possibile un range di opzioni molto ampio: da un assaggio minimo da 25 ml al costo di 1,5 - 2 euro, fino a un massimo di 125 ml per un esborso di 195 euro (per i curiosi: in

caso si scelga un Ornellaia-Masseto). Prima di effettuare la scelta del calice da assaporare, l'avventore ha la possibilità di essere profilato attraverso una web mail che scarica sul proprio smartphone inquadrando un QR code posto sul wine dispenser, quindi con una serie di domande in chatbox viene identificato il vino su misura da suggerirgli, considerando preferenze aromatiche, dimensione del calice e intenzione di spesa. Le informazioni sono raccolte su una tessera personalizzata (ovviamente previa autorizzazione dell'utente) in modo da redigere uno storico dei consumi in base al quale pianificare un percorso di degustazione su misura per le volte successive.

Il sommelier 2.0 parla chiaro come l'acqua

Per coprire al meglio la parte enologica, i soci fondatori hanno reclutato **Francesco Venezia**, wine expert e sommelier. A lui il compito di selezionare le cento etichette, gestire la sala, affiancare il cliente nella scelta del calice e raccontare a voce le caratteristiche e la storia del vino selezionato. «Da Rever-



Da sinistra, i tre soci fondatori della start up The Wine Society e poi della formula di Reverso: Stefano Santi, Francesco Baccaglioni e Matteo Colafrancesco. A fianco il particolarissimo lampadario a tema strutturato con calici da vino

so il protagonista non è la macchina, ma il vino – chiarisce subito Venezia –. Il pubblico apprezza l'innovazione, fornisce volentieri i suoi desiderata al dispenser, ma vuole comunque mantenere una figura di riferimento umana: ovvero il sommelier che lo ascolta, ne individua i gusti e lo aiuta a cercare il vino che fa per lui. Il nostro è un **modello ibrido**, un sommelier 2.0, in cui il virtuale si fonde con il reale e con l'obiettivo di raggiungere un risultato sempre più efficiente. Anche perché, dovendo scegliere tra cento proposte, si rischia di andare un po' in confusione».

Venezia aggiunge anche l'importanza della comunicazione espressa dal sommelier, che a suo parere deve allontanarsi sempre più da un utilizzo eccessivamente specialistico del linguaggio enologico, per non apparire complesso e superato, soprattutto alle orecchie delle nuove generazioni: «Descrivere e raccontare il vino al cliente rimane un processo molto importante che oggi però, a differenza di quanto insegnano ancora le tradizionali scuole enologiche italiane, ha necessità di mutare, di evolversi adottando una terminologia di comprensione più immediata e meno elitaria.

Tre ambienti per tre momenti diversi

Soprattutto i giovani vogliono capire chiaramente quello che stanno bevendo, ma non perdersi in eccessivi tecnicismi, che finiscono per risultare quasi incomprensibili e dare poco valore aggiunto ai fini della loro degustazione. Il mio motto è quindi: parlare di vino, ma farlo in modo chiaro come l'acqua». In termini di layout, il nuovo wine bar & restaurant milanese

si suddivide in tre ambienti. Quello che accoglie l'avventore varcato l'ingresso, illuminato da un lampadario a spirale modellato con calici in vetro, è lo spazio più informale, come conferma la presenza di una social table «pensata per favorire l'incontro tra persone che potrebbero anche non conoscersi» interviene Stefano Santi, che illustra poi la seconda sala attigua all'ingresso: «Si presenta con uno stile *lounge* ed è adatta per chi desidera rilassarsi e godersi il suo vino in totale lentezza, concedendosi una permanenza più lunga, riscoprendo quel magnifico rituale dell'assaggio al calice». Reverso si completa con un terzo spazio, che affianca la cucina, reso modulare e polifunzionale perché progettato sia per una cena al tavolo, con amici o in coppia, sia come luogo dove organizzare incontri business e feste private.

Cucina d'autore e piani di espansione

Il locale rivendica con orgoglio la sua anima vinicola senza porre in secondo piano l'offerta culinaria. A dirigere le operazioni ai fornelli è **Matteo Giovanoli**, milanese doc, classe 1988, già noto in zona Navigli perché fondatore e chef di **Autentico Bistrot**, ristorante enoteca molto apprezzato e situato a pochi metri di distanza dallo stesso Reverso. Sposando questo nuovo progetto, Giovanoli ha scelto di rimanere fedele al suo stile gastronomico e proporre una cucina centrata sulla tradizione milanese, rivista in chiave fusion, con ogni piatto pensato per trovare il pairing ideale con i tanti vini offerti.

Reverso è anche un progetto scalabile. Non ne fanno mistero



Varcato l'ingresso, il locale propone fra le altre una sala dallo stile più lounge ed elegante. Nei wine dispenser sono contenute 100 etichette di vino, provenienti da vari terroir del mondo



A sinistra, lo chef Matteo Giovanoli, che dirige le operazioni in cucina. Intanto il cliente sceglie quale delle tre misure di vino versare nel calice

i proprietari che hanno già elaborato le basi di una road map che porterà l'insegna a moltiplicarsi. «Nella seconda parte del 2027 inaugureremo il secondo punto di consumo – rende noto Santi –. Dal 2028 prenderà il via un piano quinquennale che prevede

l'apertura di un paio di location all'anno in altre città italiane che abbiamo individuato in Torino, Roma, Firenze e Verona. A Como, invece, stiamo ragionando sulla possibilità di realizzare un format un po' più ridotto a livello di superficie e di offerta di etichette. Nel

frattempo, potrebbe presto prendere piede un progetto di internazionalizzazione di Reverso, visto che abbiamo già ricevuto proposte da investitori austriaci e svizzeri. E all'estero, a differenza dell'Italia, valutiamo la possibilità del franchising».

VAGABOND WINES, IL PROTOTIPO LONDINESE

Ogni volta che entrava in un'enoteca per degustare un calice, l'imprenditore inglese **Stephen Finch**, benché esperto *wine lover*, si sentiva osservato, giudicato, insomma a disagio. Così, nel 2010, pensò di investire e creare, a Fulham, una delle zone più trendy di Londra, il suo primo locale: **Vagabond Wines**. Un format atipico, con *wine dispenser* pronti a mescolare il vino desiderato. Da subito, il concept ha proposto un'offerta di oltre 100 etichette di vino in un ampio range di prezzo per rendere la degustazione accessibile a un target variegato, democratizzando la spesa. Il marchio, nel 2024, è stato acquisito dal gruppo **Majestic Wine** che ne ha accelerato l'espansione sul territorio britannico. Oggi la catena conta 11 punti vendita londinesi e uno a Birmingham. Da dicembre 2025, il progetto si è ulteriormente ampliato con l'apertura di **Vagabond Urban Winery**, nel nuovo quartiere *green* a sud-est di Londra, **Canada Water**, sulla ex darsena per le navi che arrivavano dal Canada. Con una capacità produttiva di circa 100.000 bottiglie all'anno, in prevalenza Chardonnay e Pinot Nero, e una quota destinata alla tipologia Orange, la cantina urbana più vasta dell'UK si è subito aggiudicato il titolo di **Produttore dell'Anno** agli **Independent English Wine Awards 2026**.



Anche quando una partita si può vedere da casa senza particolari abbonamenti (come in occasione dei recenti Mondiali di calcio) in molti preferiscono seguire il match in compagnia. Così le tifoserie si ritrovano al bar. Nella foto, al bancone del Bridge Brew Bar, Napoli

A CACCIA DI CLIENTI CON LO SPORT AL BAR

di Matteo Cioffi

Tendenze

- | Dal calcio mondiale e nostrano al tennis, dalle gare olimpiche al grande basket e perfino alle discipline di nicchia: gli schermi nei locali trasformano la pausa al bar in un'esperienza conviviale ad alto tasso di fidelizzazione,
- | che moltiplica gli incassi. L'andamento complessivo degli affari giustifica così l'investimento iniziale in televisori e piattaforme TV. Sapendo bene che il divertimento dei clienti è il grande plus su cui vive un locale

Praticare sport fa bene alla salute. Anche a quella economica dei bar. Soprattutto di quelli che si dichiarano sport bar. I locali che si dotano di schermi per trasmettere eventi sportivi rincorrono, infatti, socialità, divertimento e ovviamente redditività: tutti insieme davanti alla tv del locale per vivere l'esperienza in modo conviviale e spensierato. E mentre si consumano drink & food, aumenta l'incasso per l'esercente, che durante la visione di una gara sportiva non aumenta i prezzi della sua

offerta, ma si limita a chiedere all'avventore di fare un ordine minimo al banco.

La conferma arriva dai dati del marketing

Il format piace. E i numeri lo confermano. Per prima cosa, a frequentare ogni anno uno sport bar sono quasi 4 milioni di italiani, come sostenuto da una ricerca condotta nel 2025

dalla società di ricerca **Nielsen** in partnership con **Omnicom Media**, divisione media di Omnicom Group che opera nell'advertising, marketing e servizi di comunicazione. Lo studio evidenzia poi che ristorante o bar, attrezzato con schermo per eventi sportivi, incassa in media il 19% in più grazie alla visione di una gara rispetto a un giorno in cui invece non è trasmesso nulla.

Un riscontro analogo, ma ragionando sul volume piuttosto che sul valore, giunge dall'accordo siglato nel 2025 tra **SkyBusiness**, il broadcast televisivo che, in Italia, vende contenuti sportivi a oltre 1000 esercenti dell'horeca, e **The Fork**. Obiettivo: la possibilità di usare l'ampia banca dati della piattaforma di prenotazione online per permettere agli utenti di individuare uno sport bar. «Chi offre questo servizio alla clientela registra, in media, il 15% in più di prenotazioni rispetto agli altri – assicura **Carlo Carollo**, country manager **The Fork Italia** –. E non solo. Si osserva anche una tendenza a uno scontrino medio leggermente superiore nei locali dotati di Sky Business, sulla base delle transazioni effettuate con il nostro

sistema di pagamento **The Fork Pay**». A favorire questa crescita interviene un cambiamento nelle abitudini dei consumatori nostrani. «Oggi si cerca un'esperienza quanto più allargata a livello anche emotivo, quindi non più soltanto un posto dove mangiare e concedersi un drink – osserva ancora **Carollo** –. Naturalmente il successo dipende dalla qualità complessiva dell'esperienza proposta, ma integrare la visione degli eventi sportivi rappresenta un importante driver di business. Intanto fa aumentare l'attrattività del locale, favorisce la prenotazione e incentiva occasioni di consumo condivise, soprattutto durante i grandi appuntamenti sportivi. In questo senso, lo sport non sostituisce la ristorazione, ma ne amplifica il valore come momento di convivialità sociale».

Gli antesignani: gli storici pub inglesi

Il modello degli sport bar ha come origine i classici pub britannici, dove la birra correva a fiumi, i cori si alzavano forti al cielo mentre gli sguardi degli avventori erano rivolti all'unisono verso

un unico screen alle spalle del barman. Oggi il servizio si è evoluto. Non più solo birra, ma più drink e più schermi in una stessa location per garantire una visione multipla di uno stesso evento o di uno alternativo. Non è cambiato invece il brusio dei clienti, perché la passione verso una sfida sportiva è sempre la stessa.

Se le radici sono da ricercare nel Regno Unito, il fenomeno degli sport bar però non è nuovo in Italia. Da decenni ci si ritrova al bar per assistere a un evento sportivo di richiamo. Bar come luogo di aggregazione e comunità, un inno quasi liberatorio che spesso annulla qualsiasi genere di differenza tra le persone che si ritrovano accomunate dalla stessa voglia di seguire una gara di sport. Tuttavia, la grande differenza è che, se in passato la visione proposta era tendenzialmente focalizzata e centrata sull'incontro di cartello del calcio, e poi sui Gran Premi di Formula 1, la tappa e la grande classica del ciclismo, oggi molti locali hanno sintonizzato i loro schermi anche su altre discipline. Sull'onda del successo di Jannik Sinner, il tennis è oramai cliente fisso, così come lo stanno sempre più diventando sport outsider in ascesa, ed è il caso, per esempio, dell'atletica. Ma la novità più curiosa è l'interesse nei confronti di sport non propriamente appartenenti alla cultura sportiva del Bel paese - per esempio il caso della NFL di football americano - fino a coinvolgere i clienti in competizioni di nicchia come i campionati internazionali di freccette o quelli di biliardo.

Schermi, piattaforme, hamburger e molta birra

Insomma, oggi al bar tutto fa sport. C'è solo l'imbarazzo della scelta. «A trasmettere una partita di pallone sono bravi tutti, ma la vera capacità di distinguersi è ampliare il raggio di azione, abbracciando universi sportivi che non hanno ancora un vasto seguito popolare – sostiene **Maurizio Polen-**



Secondo Carlo Carollo, country manager di The Fork Italia: «Chi offre questo servizio registra mediamente il 15% di prenotazioni in più»



L'Offside di Milano. Il segreto del successo, secondo il titolare Maurizio Polenghi è ampliare il raggio d'azione anche a universi sportivi diversi dal calcio

ghi, dal 2013 titolare dello sport bar milanese **Offside**, a cui lo scorso anno se è aggiunto **Overtime** -. In una città competitiva come Milano ritengo sia essenziale dare una chiara identità al proprio locale, con l'obiettivo di accontentare un pubblico eterogeneo dal punto di vista sportivo. Ho undici schermi all'Offside e nove all'Overtime, sostengo annualmente ingenti spese per sottoscrivere abbonamenti alle piattaforme televisive sportive, ma è un investimento economico necessario per fidelizzare la clientela. Sono turisti stranieri, di passaggio a Milano, che non vogliono perdere il loro evento preferito, a cui seguono gli abitanti

LA RASCASSE: GRAN PREMIO IN DIRETTA CON DRINK

Riapre uno dei più noti sport bar al mondo. Parliamo de **La Rascasse** che, da oltre 70 anni, vanta l'enorme privilegio di affacciarsi direttamente sul circuito di Formula 1 di **Montecarlo**. Dopo quattro mesi di chiusura per ristrutturazione, dallo scorso aprile il décor del locale richiama in maniera più esplicita il mondo delle corse automobilistiche: sul soffitto, motori e componenti meccaniche, il pavimento decorato con le scacchiere delle bandiere sventolate durante i Gran Premi, sulle pareti foto d'epoca di gare, ma anche **manichini con casco e tuta originale**: per esempio quella del monegasco Charles Leclerc. Se la Formula 1 rimane l'appuntamento più gettonato, La Rascasse, all'interno o sulla terrazza affacciata sulla famosa curva del circuito, trasmette su vari schermi anche i maggiori eventi sportivi a livello internazionale. Occasioni

per godere le gare assaporando cocktail signature riferiti al mondo dei motori: per esempio **Rascasse Paddock** (Lost Explorer Mezcal, crema di cassis, limone, ginger

beer), **Pit Stop** (Neft Vodka infusa alla tonka, Frangelico, caffè) o **Pole Position** (Havana invecchiato 3 anni, liquore al melone, Cointreau, limone, succo d'ananas, orzata).



La Formula 1 è l'asso nella manica de La Rascasse, a Montecarlo. Sullo schermo e dal vivo.

del quartiere che preferiscono rimanere in zona, e infine chi si presenta da noi sapendo di potere assistere alla visione dello sport preferito, anche se meno conosciuto di tanti altri». L'esperienza è dunque all'insegna della socialità e la si scandisce con una buona bevuta e una gustosa mangiata. Questi format, infatti, si caratterizzano spesso con menu che ricalcano lo spirito dell'evento sportivo trasmesso. Anche qui, c'è stata un'evoluzione. Se fino ad alcuni anni fa al tavolo giungeva il vassoio con le tipiche patatine e pizette accompagnate da pinte di birra di ogni tipologia, oggi le proposte abbracciano nuovi trend di consumo: hamburger e panini gourmet, nonché primi e secondi piatti. Non si sbocconcella più come prima, ma si pasteggia a tutti gli effetti. Sul fronte bevande, poi, negli sport bar anche la mixology ha guadagnato terreno, con un approccio sicuramente graduale accompagnato da buone prospettive di crescita. «Da subito abbiamo inserito circa una trentina di cocktail nella nostra lista beverage – racconta Polenghi –. Di recente, abbiamo scelto di aggiungere Spritz e Gin Tonic, entrambi serviti alla spina, che ci permette di essere più veloci mantenendo una qualità standard elevata. Il bere miscelato, in generale, rappresenta per noi un modo per incrementare l'offerta, sapendo bene che comunque una birra, mentre si assiste a un match sportivo, è la scelta preferita dalla maggioranza dei clienti».

A Napoli dominano il calcio e la vela

Sport bar anche a Napoli, dove è difficile non amare il calcio.

Le storiche gesta di Diego Armando Maradona, i titolari del **Bridge Brew Bar**, nati tutti dopo l'epopea partenopea del Pibe de Oro, le hanno ascoltate dalla narrazione dei loro padri. Racconti epici che hanno determinato la scelta di focalizzare sul football il loro locale, inaugurato un paio di anni fa nel quartiere Chiaia. Si tratta di un beer & cocktail bar con cucina. Si sorreggia e si mangia mentre va in onda la partita sul megaschermo che campeggia al di sopra delle teste degli avventori. La missione del locale, come spiega uno dei titolari, **Giuseppe Blasio**, è favorire la connessione tra i clienti: «Ci piaceva l'idea di un luogo che mettesse in collegamento le persone, un ponte appunto (in inglese *bridge*, ndr), capace di avvicinare napoletani e turisti attraverso la passione per lo sport. È uno degli elementi di fascino del gioco del pallone: raccogliere in uno stesso luogo degli sconosciuti che, per 90 minuti, tifano insieme per la loro squadra, nel rispetto degli uni verso gli altri». A ogni appuntamento, se possibile, il bar napoletano cerca di introdurre in menu alcuni piatti che rispecchiano l'evento trasmesso. «Durante le partite dell'ultimo Mondiale di calcio, giocato negli Usa, abbiamo ampliato l'offerta con hot dog», fa sapere Blasio. L'idea di offrire un piatto o una bevanda ad hoc a seconda dell'evento trasmesso non riguarda solo il tanto amato calcio, ma anche altre gare di sport molto sentite e seguite nella stessa Napoli. «Per la prossima Coppa America che si terrà il prossimo anno proprio a Napoli, il nostro bar manager sta elaborando un signature cocktail. Un'anticipazione? Una forte componente di ingredienti partenopei e un'anima che evocherà il mare».

DAL BAR SPORT ALLO SPORT BAR IL PASSO NON È STATO BREVE

*Il libro di Stefano Benni è invecchiato meno del modello che lo ha ispirato. Non ci sono più il flipper, il telefono a gettoni, il biliardo e la vetrinetta delle paste dove tro-
neggiava l'immortale, rafferma e ormai immangiabile Lu-
isona. Eppure, a cinquant'anni dalla prima edizione del
1976, Bar Sport continua a raccontare qualcosa di molto
familiare, una storia cominciata addirittura con le prime
televisioni in bianco e nero, negli anni Cinquanta. Oggi gli
sport bar hanno grandi schermi, partite e gare in diretta
da mezzo mondo, cocktail, hamburger e birre, prenota-
zioni on line per il big match. Ma è cambiato soprattutto il
modo di vivere la compagnia e lo sport. Nel bar di Benni la partita era un pretesto per raccontare, discutere, esagerare.
Oggi gli schermi moltiplicano le immagini, con l'aiuto di droni e telecamere da ogni punto di vista; allora erano gli avventori
a moltiplicare le storie e, talvolta, a sognarle. (S.P.)*



La prima e l'ultima edizione del celebre Bar Sport di Stefano Benni. Mondadori 1976, Feltrinelli 2026. Il libro resiste, la formula originaria del vecchio bar sport di paese molto meno

SÚ

CLICK!



Prodotti SÚ, il segreto dei veri professionisti.

Convenienza e alta qualità
in confezioni su misura per la tua attività.

I prodotti SÚ sono un'esclusiva

