

FOOD&BEVERAGE HIGHLIGHT

IL NUOVO VOLTO DELLA TAZZINA

Il caffè oggi non è più solo una bevanda, ma spunto e simbolo di un'esperienza totale: ecco le cinque tendenze che ridefiniscono il rito degli italiani tra innovazione, socialità e design:

- **Esperienza multisensoriale.** Oltre il 50% dei consumatori cerca un momento immersivo che unisca gusto, design e atmosfera curata.
- **Innovazione e mixology.** Il 33% (50% tra i giovani) sperimenta il caffè come ingrediente creativo in cocktail e piatti gourmet.
- **Il caffè come rituale.** Per il 42% è un rito identitario che scandisce la giornata, fungendo da ricarica o momento di relax individuale.
- **Socialità e condivisione.** Resta un pilastro relazionale per il 29%, diventando un linguaggio per connettersi con partner, amici e colleghi.
- **Sostenibilità e personalizzazione.** Cresce l'attenzione all'economia circolare (riciclo capsule) e al desiderio di prodotti e accessori su misura.



Fonte: Rituali e futuro del caffè in Italia, indagine realizzata da Nespresso, in collaborazione con SWG, specializzata in analisi di tendenze e mercato.

Mixology 2026 - L'esperienza oltre il bere

1. **Afternoon Society.** L'happy hour si sposta al pomeriggio, con preferenza per cocktail più leggeri, consapevoli e in porzioni ridotte.
2. **Rewilding Connection.** Nei bar cresce il desiderio di esperienze autentiche offline che promuovono momenti condivisi senza schermi e conversazioni reali.
3. **New Locology.** I bar funzionano come laboratori focalizzati su ingredienti e sapori locali. Si valorizzano la provenienza, l'autenticità e la storia dietro il drink.
4. **The Liquid Experience IP (Intellectual property).** Il cocktail esce dai bar e si trasforma in un'esperienza di lifestyle connessa a moda, musica e design. I consumatori cercano momenti immersivi che riflettano la propria identità.
5. **More is More Mixology.** Ritorno al maximalismo e alla teatralità dietro il bancone. Vengono creati cocktail scenografici con garnish sorprendenti per offrire emozioni.

Fonte: Bacardi Cocktail Trends Report 2026, in collaborazione con The Future Laboratory, società inglese che studia le tendenze.

VIVA LE OLIMPIADI E LE FESTE MA SEMPRE IN TUTTA SICUREZZA

Appena giunte le terribili notizie sulla tragedia di **Crans-Montana**, *Linea Diretta* ha chiesto all'avvocato Andrea Ferrario, il nostro esperto, di sostituire la rubrica in programma con un testo che spieghi le **principali regole vigenti** in Italia in tema di sicurezza. Potete leggerlo a **pagina 4**. Ma quel che è emerso immediatamente con evidenza dai servizi dei media è che la normativa sulle misure e sui controlli, in Italia, è perfino più stringente rispetto alle pratiche della vicina Svizzera, pur legata a una immagine di proverbiale precisione e rigore. L'evento è stato così doloroso da indurci ad aggiungere il nostro ulteriore cordoglio, nonostante la lavorazione di un mensile implichi che si manifesti a distanza di tempo. Nulla rispetto al tempo rubato alle vite di quei ragazzi, figli di tutti noi, come è stato detto e scritto. Il lutto del mondo horeca, del resto, è stato ben espresso dai dirigenti della FIPE (Federazione italiana pubblici esercizi) oltre che da tutte le istituzioni, e non possiamo che sentircene pienamente rappresentati.

Locali e ambienti sicuri, prima di tutto, perché le feste (molti professionisti si stanno già preparando a quelle pasquali) si possano svolgere senza timori. Ma prima della Pasqua, sulla quale torneremo il mese prossimo, ci sono... le **Olimpiadi invernali**, dal 6 al 22 febbraio. Poi dal 6 al 15 marzo, nelle stesse località, fra Milano, Cortina, Lombardia, Veneto e Trentino Alto Adige, sarà la volta delle **Paralimpiadi**. Grandi le speranze per il giro d'affari di un turismo sportivo e non solo sportivo che coinvolgerà tutto l'indotto per l'afflusso di pubblico e atleti. **Protagonisti saranno i bar**, in primo piano nel nostro focus del mese. Ottima ci è parsa l'idea di dedicare allo **spirito olimpico** drink e cibo: ne parla da **pagina 20** Matteo Cioffi, ma non è da meno, all'insegna della sostenibilità, la ricerca di quei bartender quasi **specializzati nel riuso**, capaci di inventarsi geniali ricette di cocktail con aromi e sapori estratti da quelli che una volta venivano considerati scarti. Lo racconta Mattia Luperti da **pagina 12**.

Buona lettura

La Redazione



linea diretta

febbraio 2026

n.02 del 3/2/2026

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
**MISURE DI SICUREZZA
CONTRO LE "DISGRAZIE"**

8 Mondo digital
**IN ALBERGO ARRIVANO
GLI AGENTI SPECIALI DI AI**

7 Appuntamenti clou
IN AGENDA

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



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

12

12 Tendenze
BUCCE, TORSOLI E MIXOLOGY LA RIVINCITA DI GEPPELLO

16 Eccellenze nel mondo - Martinica
**L'IMPORTANZA
DI CHIAMARSI RHUM**

20 Celebrazioni 1-2
**COCKTAIL
A CINQUE CERCHI**

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

24

24 Cucina da campioni
**SUL PODIO ANCHE PASTA
PANETTONE E GELATO**

26 Ricerche & Passioni
**NELLA CUCINA INCANTATA
DEL MAGO DELLE SPEZIE**

30 Malti & Luppoli
**PESCE A TUTTA BIRRA
DAL FRITTO ALLA GRIGLIA**

34 Pasticceria - La doppia intervista
**UN DOLCE RINASCIMENTO
DUE VISIONI A CONFRONTO**



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

40

40 Lamentale & Magagne
**NELL'OLIMPO DEGLI HOTEL
OGNI PECCA È UN PECCATO**

44 Osservatorio 1-2
**ANNO NUOVO
MANAGER NUOVI**

Foto interno:
AdobeStock
Shutterstock
Freemedia
Alberto Blasetti
Iacopo Carinci

➤ 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



MISURE DI SICUREZZA CONTRO LE "DISGRAZIE"

*di Andrea Ferrario**

Lo spiega l'avvocato

- | Sciagure come quella di Crans-Montana si possono - e si devono - evitare.
- | Come? Semplicemente applicando le norme previste dalla nostra
- | legislazione. È necessario però che i responsabili delle attività di horeca
- | valutino e prevedano con il massimo rigore tutti i rischi possibili
- | degli assembramenti nei locali pubblici. Scherzare con il fuoco è criminale

Dall'immane tragedia di Crans-Montana, l'interrogativo che continua a rimbalzare con più forza è sempre lo stesso: tutto questo si poteva evitare? La risposta è: assolutamente sì. Nell'agosto 2025 *Linea Diretta* ha già trattato il tema della prevenzione antincendio nei locali pubblici. Argomento visto purtroppo da molti come l'ennesima pastoia burocratica da sbrigare con il minor dispendio possibile di energie.

Un approccio che non potrebbe essere più sbagliato e irresponsabile. Lo spaventoso dramma di Capodanno ha dimostrato una volta per tutte che davvero con il fuoco non si scherza.

Massima cautela e rispetto delle regole

La ricetta è semplice: massima cautela e rispetto rigoroso delle regole. E a proposito di regole, ripassia-

mo intanto quelle prime, essenziali, che ci possono interessare più da vicino. Secondo una circolare ufficiale dei Vigili del fuoco (Prot. n. 17072854/032101.01.4101.1, Allegato 1), i bar e gli esercizi di ristorazione non rientrano, almeno in linea generale, tra le attività catalogate dal Dpr 151/2011 come più a rischio. Fermi quindi i consueti obblighi connessi alla sicurezza sul lavoro e le or-

dinarie misure di prevenzione antincendio tradizionali o desumibili dal Codice Prevenzione Incendi (D.M. 3.8.2015), per questo tipo di esercizi non sono contemplati né oneri preventivi di Scia antincendio o certificazione con gli annessi e stringenti controlli preventivi o periodici dei Vigili del fuoco, né gli specifici adempimenti tecnici attivi e passivi generali o di settore (le cosiddette Regole tecniche verticali o RTV) a cui invece sono sottoposte le realtà a maggior rischio.

Ma ci sono eccezioni a rischio maggiore

A questa prima regola si affiancano però alcune significative eccezioni, che rendono necessario applicare le severe prescrizioni concepite per le gestioni più esposte alla minaccia del fuoco. Si tratta delle attività di ristorazione dotate di **impianti con una potenza termica superiore ai 116 kW**, benché particolari disposizioni di sicurezza (D.M. 8 novembre 2019) siano previste anche in presenza di impianti **superiori ai 35 kW**. Ma obblighi analoghi riguardano anche le strutture ricettive di maggiori dimensioni che peraltro, come spesso avviene, possono includere o essere strettamente integrate con attività di ristorazione e somministrazione. Tra questi - in particolare - i locali di spettacolo e intrattenimento con **capienza superiore a 100 persone o superficie superiore a 200 metri quadrati**, ma pure alberghi, pensioni, motel, residenze turistico-alberghiere e bed & breakfast con più di 25 posti letto.

La sciagura di Crans-Montana ha messo in luce che, tra gli ordinari esercizi di somministrazione, vincolati a obblighi e controlli assai meno stringenti, e i locali "di pubblico spettacolo e intrattenimento", i confini possono nella realtà risultare quanto mai labili. Un'ampia zona grigia nella quale possono insinuarsi quelle fatali omissioni e inerzie che hanno fatto da sfondo al drammatico evento del 1° gennaio. Sono infatti sempre più frequenti, bar, disco bar, video bar, ma anche ristoranti con dj set e simili, **dove musica e balli prendono a un certo punto il sopravvento** o comunque si affiancano stabilmente all'attività di somministrazione vera e propria, elevando così a dismisura il rischio di

possibili casi avversi.

Si noti che i locali "di pubblico spettacolo e intrattenimento", oltre che agli obblighi preventivi e di controllo già elencati, nel nostro paese sono soggetti anche ai molteplici adempimenti tecnici di sicurezza di settore previsti dal D.M. 19.8.1996, dal D.M. 3.8.2015 (il già citato Codice Prevenzione Incendi), nonché dal D.M. 22.11.2022.

Allora, che cosa succede in questi casi? Gli esercizi interessati ricadono in automatico tra le attività "a rischio" o restano esenti? Non esiste purtroppo una risposta univoca. In linea generale l'esenzione dalle più severe misure antincendio può conseguire da una pluralità di elementi: per esempio la gratuità, l'assoluta occasionalità, il carattere circoscritto e accessorio degli eventi e delle relative infrastrutture, etc. Ma, come detto, ciascuno di questi parametri è quanto mai sfuggente. L'avvertenza - mai come ora - è dunque usare la massima cautela e affidarsi senza indugio all'aiuto e al consiglio preventivo di consulenti e tecnici di provata specializzazione.



Per info ulteriori sulle norme in vigore:
www.vigilfuoco.it e www.gazzettaufficiale.it

In sintesi

- Gli esercizi di ristorazione e somministrazione sono catalogati dalla legge tra le attività a più elevato rischio incendio e dunque soggetti alle relative, particolari prescrizioni?

No, in linea di massima no.

- Ma se, unitamente alle attività tipiche di somministrazione, si svolgono anche collaterali eventi di intrattenimento e spettacolo, cosa succede?

In questo caso le cose cambiano: tali attività sono infatti soggette a numerosi e specifici obblighi di sicurezza e prevenzione antincendio ai quali potrebbe essere a sua volta tenuto anche il locale che li ospita.



SÚ

CLICK!



Prodotti SÚ, gli alleati degli Chef.

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

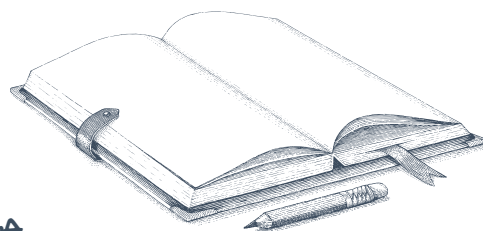
I prodotti SÚ sono un'esclusiva



IN AGENDA

Appuntamenti clou

I Eventi e fiere selezionati a cura della redazione



LE GIORNATE MONDIALI INTERESSANTI PER L'HORECA

- 5 febbraio: contro lo spreco alimentare. Enfaticizzate le ricette zero waste. Il pubblico ama essere coinvolto in un intento corale.
- 10 febbraio: dei legumi. Per piatti deliziosamente vegani: tradizionali, etnici o creativi.
- 13 febbraio: della radio. Perché no una playlist da tutto il mondo e di epoche e stili diversi?
- 14 febbraio: San Valentino: cocktail dedicati, menu speciali, candele, sottofondo musicale...

➤ TASTE FIRENZE

7-9 febbraio, Fortezza da Basso, Padiglione delle Ghiaia, Firenze



TASTE

Il 19esimo salone food di Pitti Immagine quest'anno si articola all'insegna del True food: il cibo autentico, identitario, benefico, sostenibile ed eccellente in un panorama internazionale. Più di 750 espositori, un centinaio di new entry, percorsi fra salato e dolce, fra spirit e vini (speciale "Eroici da terre estreme"), i Taste Rings condotti da Davide Paolini e, fra l'altro, l'area dedicata alla coltura (e cultura) dell'ulivo grazie alla collaborazione fra Coldiretti Toscana, Consorzio dell'olio Toscano Igp e Unaprol. In città, un fuorisalone gourmet di tutto rispetto dallo stuzzicante nome FuoridiTaste.

➤ BIT - BORSA INTERNAZIONALE DEL TURISMO

10 - 12 febbraio, Fieramilano (Rho Pero)



Il turismo in senso lato è strettamente legato all'horeca: l'uno si nutre dell'altro. Lo conferma l'interesse dei professionisti del settore in cerca di trend nuovi e coinvolgenti. E lo confermano le tematiche proposte dalla storica e sempre autorevole fiera: l'evoluzione del turismo su misura, di nicchia e personalizzato; la sua influenza sui tour operator; il ruolo sempre più determinante dei Travel Maker, che innovano i viaggi del futuro; le tecnologie digitali sempre più decisive anche per il settore dell'ospitalità, alla ricerca della formula perfetta del grande horeca all'italiana.

➤ BEER&FOOD ATTRACTION

15 - 17 febbraio, via Emilia 155, Fiera di Rimini



Torna il salone dedicato al fuoricasa, la più grande esposizione europea di birre: dai grandi marchi internazionali alle birrerie artigianali, un fenomeno sempre più diffuso e attraente per scoperte entusiasmanti e sempre nuove. La novità di questa 11esima edizione è Mixology Attraction, il focus su miscelazione e spirit - imperdibile per i bartender - che analizza la crescita di un settore diventato trainante per l'out of home. In contemporanea, **BBTech Expo** (materie prime e tecnologie di birre e bevande) e l'**International Horeca Meeting** di Italgrob, la federazione italiana dei distributori horeca, punto di riferimento per la filiera del beverage, con talk, demo e incontri b2b. E poi il Premio Birra dell'Anno di Unionbirrai e i Campionati di Cucina Italiana della Federazione Italiana Cuochi.



➤ SANA FOOD & SLOW WINE FAIR

22 - 24 febbraio, piazza Costituzione e via Valla, BolognaFiere.



SLOW WINE FAIR

Due eventi internazionali b2b abbinati fra loro per un percorso ampio e integrato fra il settore biologico e naturale e l'horeca di qualità che ruota sul mondo del vino "buono, pulito e giusto", bandiera di Slow Food. In particolare, Sana avvicina i produttori agroalimentari indipendenti che si avvalgono di metodi biologici e sostenibili, e il mondo delle Dop, Igp e Stg, ai professionisti dell'horeca spinti alla ricerca di food&wine di eccellenza grazie alla domanda di un pubblico sempre più consapevole. Non mancano le aree tematiche sulle eccellenze nostrane, dall'olio d'oliva all'aceto balsamico.





IN ALBERGO ARRIVANO GLI AGENTI SPECIALI DI AI

di Alessandra Palma

Mondo digital

- | Alla Bit, la Borsa del Turismo, dal 12 al 16 febbraio alla Fiera di Milano: in primo piano l'intelligenza artificiale generativa e i suoi rivoluzionari sistemi.
- | Dalla reception al back office, ecco come sta cambiando il modo di accogliere i clienti e di gestire e far crescere gli hotel di ogni dimensione

Negli ultimi due anni l'intelligenza artificiale generativa è uscita dai laboratori, diventando un'infrastruttura invisibile del lavoro quotidiano, capace di incidere su decisioni, processi e relazioni anche nella gestione quotidiana degli hotel. Non si tratta più solo di chatbot sperimentali, ma di Agenti di AI, sistemi intelligenti capaci di comprendere l'NLP (Natural Language Processing), mantenere il contesto, prendere decisioni e svolgere azioni operative in autonomia, integrandosi con i software gestionali delle strutture ricettive. Per il settore alberghiero italiano, caratterizzato dalla forte presenza di piccole e medie strutture,

gestione familiare e grande attenzione alla relazione con l'ospite, tale trasformazione rappresenta insieme una sfida e un'opportunità strategica.

Cosa sono per gli hotel queste nuove entità?

Un Agente di AI è un software che percepisce, decide e agisce in autonomia per raggiungere un obiettivo (come, ad esempio, completare un check-in, prenotare un transfer, gestire una richiesta di guest). È dunque un sistema. Nei contesti alberghieri gli Agenti AI comprendono richieste complesse e il linguaggio naturale, mantengono memoria della conversazione e del

profilo dell'ospite, accedono a dati e sistemi interni (PMS, booking engine, CRM) integrandosi con PMS/CRS/Channel manager e possono eseguire azioni concrete, come creare una prenotazione, inviare un preventivo o promozioni, aggiornare una fattura, proporre un upgrade o aprire un ticket di manutenzione. In pratica, l'agente non parla soltanto, ma agisce. E lo fa 24 ore su 24, in più lingue, adattandosi al contesto e alle preferenze del cliente.

I principali ambiti di applicazione pratica

Negli hotel gli Agenti di AI vengono già utilizzati e trovano applicazione in

diversi momenti del soggiorno.

- Prima dell'arrivo forniscono risposte automatiche a richieste via sito, WhatsApp, e-mail, redigono preventivi personalizzati o sono di supporto alla prenotazione diretta.
- Durante il soggiorno fungono da concierge virtuale per informazioni su servizi, orari, territorio; effettuano prenotazioni di ristorante, spa, transfer, esperienze oppure si occupano della gestione rapida di richieste e segnalazioni.
- Dopo il soggiorno inviano fatture e documenti, inoltrano richieste di feedback e le analizzano o suggeriscono proposte di ritorno e fidelizzazione.

Sul fronte interno, l'AI supporta anche le attività di housekeeping, programma manutenzioni predittive, ottimizza i consumi energetici e analizza feedback e reputazione estraendo insight da recensioni online e social per interventi mirati, trasformando grandi quantità di dati in indicazioni operative.

Il reale impatto. Efficienza, taglio dei costi e nuove opportunità

Nel contesto italiano, l'adozione dell'AI sta producendo alcuni effetti chiave: miglioramento dell'esperienza dell'ospite, efficienza operativa, taglio dei costi e nuove opportunità commerciali. L'esperienza dell'ospite più fluida e personalizzata fa sì che riceva risposte immediate, coerenti e nella propria lingua, con suggerimenti su misura. Questo aumenta la percezione di cura e attenzione, anche in strutture medio-piccole. Molte attività ripetitive del front desk e del back office vengono automatizzate, riducendo tempi ed errori, liberando il personale umano da numerosi carichi operativi permettendogli di concentrarsi su accoglienza, relazione

e problem solving. Inoltre, l'AI per la gestione di energia e manutenzione può abbattere i consumi e i guasti. Grazie alla personalizzazione delle proposte l'AI diventa uno strumento di upselling intelligente, non invasivo e più efficace: pensiamo a come ormai la Generative AI aiuti quotidianamente a produrre descrizioni di camere, newsletter, campagne mirate e a creare offerte ad hoc o upgrade, servizi extra ed esperienze locali. Accanto ai benefici emergono anche alcune attenzioni che gli operatori del settore devono usare per la gestione di quelle che, se trascurate, potrebbero divenire delle criticità: tutela dei dati personali e conformità al GDPR; rischio di risposte errate o non aggiornate; necessità di mantenere sempre un controllo umano sulle decisioni sensibili e il rischio di affidarsi a soluzioni chiuse che limitano il controllo sui dati.

Non sostituzione, ma trasformazione del lavoro

L'AI negli hotel non elimina la centralità delle persone, al contrario, ridefinisce i ruoli: meno tempo speso in attività ripetitive, più spazio per accoglienza, empatia e gestione delle situazioni complesse. Le competenze richieste cambiano e con esse l'organizzazione del lavoro. Gli Agenti di AI rappresentano una delle innovazioni più rilevanti per il futuro dell'ospitalità. Per gli hotel, il vero vantaggio competitivo non sta nell'adottare la tecnologia in sé, ma nel governarla con intelligenza, integrandola nei processi senza perdere identità, relazione e qualità dell'esperienza. L'AI non è la nuova reception: è il nuovo alleato invisibile che lavora dietro le quinte per far funzionare meglio l'hotel.

9

4 STELLE, 60 CAMERE. UN ESEMPIO DI MICRO-STRATEGIA

Immaginiamo un hotel 4 stelle da 60 camere in una città d'arte italiana, con clientela mista leisure e business.

Obiettivo: migliorare l'esperienza degli ospiti e ridurre il carico operativo del front desk, aumentando i ricavi accessori.

FASE 1 – Priorità iniziali (0–3 mesi)

Implementazione di un concierge AI multicanale

- integrato con sito web e WhatsApp;
- collegato al PMS per informazioni su prenotazioni e servizi;
- addestrato su FAQ, regolamenti e offerte dell'hotel.

Funzioni chiave

- risposte automatiche 24/7;
- suggerimenti personalizzati;
- raccolta richieste ospiti.

FASE 2 – Estensione delle funzioni (3–6 mesi)

- upselling automatico (colazione, late check-out, spa);
- supporto al check-in digitale;
- analisi semantica delle recensioni.

KPI (indicatori di prestazione) da monitorare

- Tempo medio di risposta (target: < 10 secondi);
- Tasso di risoluzione senza intervento umano (≥ 60%);
- Incremento dei ricavi da servizi extra (+10–15%);
- Soddisfazione ospiti / NPS;
- Riduzione del tempo operativo del front desk (–20%).

Presidio umano e governance

- supervisione quotidiana delle conversazioni;
- aggiornamento periodico dei contenuti;
- possibilità di passaggio immediato a operatore umano.

CLICK!

CONCENTRATI SULLA QUALITÀ E L'INNOVAZIONE

Una gamma completa dedicata ai vari momenti della giornata



Sempre concentrati per un #GrandeFuturo

General Fruit si occupa da oltre trent'anni di produzione e distribuzione di prodotti concentrati: succo di limone, succhi concentrati per colazione, sciroppi per bibite e granite, preparati per cocktail, condimenti monodose, toppings, preparati per guarnizioni, etc.

Qualità, innovazione, rispetto dell'ambiente sono gli elementi guida nello sviluppo dei prodotti dedicati al mercato.



General Fruit S.r.l. PROFESSIONAL FRUIT DRINKS - Via Torquato Tasso, 8/10
24060 Credaro (BG) ITALY - Tel +39 035 927030 - info@generalfruit.com - www.generalfruit.com
f General Fruit Srl - in General Fruit Srl - f polot1882 - i polot1882 - y polot1882



OFFICIAL
SPONSOR
2024/25

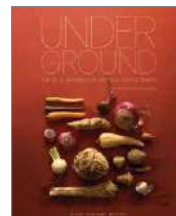
LIBRI DA GUSTARE

Letti per voi

I Le recensioni di Linea Diretta

I SAPORI NASCOSTI DELLA TERRA

Protagonisti di questo libro i tesori alimentari del mondo sotterraneo. Contorno Food Collective – ovvero Anna Cuppini e Cristina Dal Ben, esperte di cibo – ha esplorato un vasto repertorio di materie prime vegetali, molte delle quali di comune utilizzo in cucina, che vivono appunto sottoterra. Ortaggi come carote e barbabietole, patate, radici e tuberi da tutto il mondo, fino ad alimenti meno noti e tutti da scoprire. Viaggio letterario tra i sapori che prendono vita al buio, seconda tappa del progetto Contorno dopo quello sulle verdure che crescono alla luce del sole, il libro vuole arricchire con aneddoti e ricette la cultura di un pubblico professionale e non. E dopo la lettura, si augurano gli autori del libro, qualcuno potrebbe trovare la giusta ispirazione per dedicarsi a una coltivazione in proprio di queste materie prime, nel rispetto dell'ambiente, della natura e del palato. (M.C.)



Contorno Food Collective
Underground
Guido Tommasei Editore
pp. 368 – 39,90 euro



Francesco Bruno Fadda
Lara De Luna
Spirito Autoctono
Trenta Editore
pp. 496 – 28 euro

TRA DISTILLATI E ANTICHE TRADIZIONI

Un progetto editoriale di rilievo, dedicato al vasto e variegato patrimonio di distillati, amari, liquori e vermouth artigianali italiani. *Spirito Autoctono - La Guida 2026* non è solo un rigoroso catalogo tecnico, ma un vero spiriturismo, che invita a viaggiare sulle tracce del buon bere. La guida raccoglie oltre 900 etichette e più di 200 produttori da tutte le regioni, con ampi resoconti, attenti anche agli aspetti culturali. Le descrizioni dedicate al turismo e agli itinerari si fanno più ricche e dettagliate, indicando distillerie visitabili, percorsi fuori dalle rotte classiche, aziende storiche e nuovi progetti green. Le voci sono chiare e accompagnate da icone intuitive e approfondimenti tematici, come *The roads of Whisky*. Gli autori, il gastronomo Francesco Bruno Fadda e la giornalista Lara De Luna, offrono uno strumento essenziale per chi desidera scoprire gli spirit italiani nei luoghi di produzione. (L.B.)

I KENNEDY E LA CUOCA FRANCESE

Il *memoir* di Valérie Pataud ci introduce ad Andrée Imbert, la cuoca francese che ha trascorso vent'anni al servizio dei Kennedy, divenendo testimone privilegiata della loro intimità. La sua storia, riscoperta grazie a diari e un mazzo di fiori sulla tomba, rivela il lato umano di queste celebrità: lontano dalle immagini patinate, Andrée ne descrive le case - da Hyannis Port a Palm Beach - come ambienti calori e non ingessati, ideali per i raduni chiassosi di figli sportivi e sempre affamati. Dai menu di gala alle torte di compleanno, il libro svela i loro gusti semplici: i barbecue, la celebre *Boston cream pie* e una sorprendente predilezione per litri e litri di latte a ogni pasto. Un ritratto audace e indimenticabile che, spostando la prospettiva dal salotto alla cucina, offre un affresco dell'America tra mito e realtà, attraverso il destino di una donna fuori dal comune. (L.B.)



Valérie Pataud
La cuoca dei Kennedy
SlowFood Editore
pp. 356 – 19,90 euro



Claire Vallée
Origine Non Animale
Guido Tommasei Editore
pp. 288 – 39,90 euro

SE LO CHEF VEGANO HA LA SUA BUONA STELLA (MICHELIN)

Il manifesto gastronomico di Claire Vallée, chef di ONA, il primo ristorante vegano ad aver ottenuto una stella Michelin. Con le foto di David Japy e gli acquarelli di Aurore de la Morinerie, il libro va oltre il semplice ricettario, ma introduce in un mondo vegetale inaspettato, svelando i segreti della biodiversità in modo responsabile. Non una rinuncia, ma una scoperta sensoriale che celebra il gusto e il pianeta. Si apprendono usi inediti, come l'estrazione di un infuso dai licheni o l'utilizzo del polline per condire una tartare di rabarbaro. La suddivisione in quattro stagioni garantisce ingredienti sempre freschi e diversi per creazioni complesse e sorprendenti, come i ravioli all'arancia e castagna nera o gli gnocchi al tartufo con crema di aghi di pino, ma anche preparazioni base per i neofiti. Un libro all'insegna della buona cucina, essenziale per chi cerca un approccio etico e sorprendente ai sapori vegetali. (L.B.)



12

BUCCE, TORSOLI E MIXOLOGY LA RIVINCITA DI GEPPETTO

di Mattia Luperti

Tendenze

- | Pinocchio li avrebbe buttati, ma oggi non si chiamano più scarti, sono risorse green.
- | Semi, foglie e scorze vengono recuperati da baristi e chef. Raccolti, tritati, essiccati,
- | danno vita a infusi, sciroppi, sali aromatici e pre-batch. Ma soprattutto
- | a storie e racconti vivaci, a voce o in QRcode sulla drink list, che affascinano il cliente

Negli ultimi anni si è affermata anche nel mondo del bere miscelato la tendenza a trasformare gli scarti in materie prime, dando nuova vita a quanto spesso finirebbe nella pattumiera. Non si tratta di un mero esercizio di creatività, ma di una filosofia che coniuga sostenibilità ambientale e attenzione ai costi attraverso la massimizzazione delle risorse in cucina e al bar. Un aspetto, quest'ultimo, non

proprio secondario in un'epoca di generale aumento dei costi. In sostanza, si tratta di recuperare parti di frutta, verdura, erbe e altri ingredienti che normalmente verrebbero scartati. Gli obiettivi sono molteplici: ridurre gli sprechi, aggiungere complessità aromatica e gustativa, innovare nel design dei cocktail. Senza dimenticare che fare storytelling, ovvero raccontare la provenienza e il riuso degli ingredienti,

crea valore esperienziale e piace ai clienti.

Quali sono gli scarti più utilizzati dai professionisti della mixology? Possiamo partire dalle bucce della frutta, che sono ingredienti ideali per infusioni alcoliche (bucce di arancia in gin o vodka per cocktail aromatici tipo Martini o Spritz), bitter (bucce di pompelmo, zucchero e alcol neutro) o guarnizioni essiccate per decorazioni.

Con i torsoli di mela bolliti con zucchero si possono realizzare sciroppi per cocktail autunnali con whisky o rum. Altre materie prime molto diffuse in questa mixology di recupero sono gambi (di coriandolo, basilico, sedano, prezzemolo, menta) e foglie aromatiche. Se ne traggono infusioni erbacee di interessante complessità. Fonte di numerosi signature e reinterpretazioni di drink classici sono anche le bucce di carota, sedano, cavolo, cetriolo usate per creare infusioni e sciroppi. Da non trascurare i fondi di caffè e tè o la frutta molto matura e la polpa avanzata per dare vita a drink di ispirazione tropicale, aromatici e aciduli. Inutile sottolineare che sono ormai molti i locali e bartender che, in Italia e all'estero, si ispirano in tutto o in parte alle regole della sostenibilità e applicano questo approccio green alla loro mixology. In queste pagine raccontiamo esperienze e proposte di tre professionisti che operano in Lombardia, Sardegna e Toscana, accomunati dal desiderio di mettere un generoso pizzico di economia circolare al servizio della loro creatività.

Quando le materie prime diventano "seconde"

Recuperare tutto quanto è possibile, spesso dalla cucina, per creare nuovi drink o twistare grandi classici è la filosofia di **Corey Squarzone**, da alcuni anni dietro il bancone dell'**Ugo Cocktail Bar**, uno degli indirizzi top a Milano per gli appassionati di bere miscelato. «Facciamo scoprire che un cocktail si può modificare efficacemente anche solo con uno scarto o che, al contrario, con alcune materie prime, diventate "seconde", si può creare qualcosa di nuovo e originale, evitando uno spreco». Il Low Negroni è un esempio perfetto di

variante antispreco, creata con un fake vermouth al sedano realizzato con le foglie destinate al secchio dell'umido, un gin ai semi di peperone, bitter e salamoia di olive. Infine, qualche goccia di olio infuso con bucce di cetriolo viene versata sulla superficie del cocktail. «Nella nostra drink list molte proposte, ovviamente non tutte, sono realizzate con questa filosofia. Tra le materie prime che si prestano meglio ci sono ovviamente gli agrumi: con le bucce e la polpa si possono creare liquori e cordiali, che aggiungono un accento diverso al drink. E fanno accendere una spia di curiosità in chi lo beve. In altre parole, l'importante è che il cocktail sia buono e piaccia al cliente; se poi ha un contenuto green, allora può destare senza dubbio maggiore interesse in chi è più sensibile a queste tematiche». Squarzone è così convinto della bontà di questo approccio da aver aperto qualche anno fa un sito web (www.zerowastemixology.com) per sensibilizzare sull'importanza di essere sempre più attenti all'ambiente anche nel realizzare un cocktail.

Dalle foglie di sedano alle erbe dell'Argentario

Anche **Simone Alocci**, patron dello **Sparkling American Bar**, affacciato sul mare di Porto Santo Stefano (Grosseto), ha sposato la miscelazione zero waste, approfondendone la tecnica soprattutto nel buio periodo della pandemia. Tra l'altro, questa passione per la sperimentazione si traduce, nella sua esperienza, anche in un'opportuna riduzione dei costi di preparazione di un drink. «Mi sono avvicinato a questa pratica nel 2020, partendo dall'utilizzo degli ingredienti non significativi in cucina, come cime, bucce e scarti. Nel frattempo, ho affinato, in chiave di ottimizzazione, l'utilizzo di attrezzature come la



Corey Squarzone, dietro il bancone dell'Ugo Cocktail Bar (Milano). A destra, il suo Banana cocktail fashioned: 60 ml Peanut Husk Whisky, 15 ml Banana Skin Syrup, 3 dash Woody Coffee Bitter. Decorazione: profumo di caffè (mettere in infusione in un vasetto 60 ml di vodka con 20 g di fondi di caffè e 2 g di sale per 5 giorni. Filtrare e inserire in un vaporizzatore per facilitare l'uso) e Orange Coin



Simone Alocchi in azione allo Sparkling American Bar di Porto Santo Stefano (Grosseto). A destra, Peruviana de arte: come garnish una chips di pomodoro nata da uno scarto, per la gelée di Bitter Campari e kiwi. Il drink ha come base alcolica il Pisco, Vermouth Dry, un liquore ai fiori di sambuco e un cordiale acidificato a base di avocado e acqua di cocco



sin dal nome del locale: **BAR Ricicla, Riduci, Riusa**. «Tutto è nato da un corso dedicato a come trattare al meglio una materia prima fresca e di qualità, attraverso tecniche come la fermentazione, la distillazione e l'infusione, che si usano anche in cucina – spiega il titolare **Marco Crobu** -. In Sardegna possiamo disporre di un'enorme varietà di frutta, verdura, erbe, con una spiccata stagionalità: mi sono chiesto perché non utilizzarle in mixology, esaltandone l'utilizzo a 360 gradi». Detto fatto, nel 2022 il locale ha aperto i battenti nel centro storico di Cagliari. «Da ogni scarto, compreso tra gli altri il pane, troviamo il modo di creare un ingrediente che valorizzi la tipicità della Sardegna. Al di là degli agrumi che utilizziamo praticamente al 100%, mi piace citare i prodotti che contengono amidi: le banane, i tuberi, i grani. Dalla banana otteniamo il succo che chiarifichiamo; tutta la polpa e le bucce vengono quindi in parte fermentate per fare un vino o liofilizzate per creare una chip croccante. Con l'impasto esausto utilizzato nella pizzeria a cui siamo legati facciamo il *kwass*, un fermentato che utilizziamo nei nostri drink».

vasca della macchina lavabicchieri, che viene accesa prima del servizio per consentire all'acqua di andare a temperatura (circa 80°C): inserendo all'interno una busta di ingredienti sottovuoto ottengo una lenta infusione, per esempio di acqua e botaniche. Quanto alle materie prime, per esempio dalle foglie del sedano essiccate e tritate, otteniamo un sale, ideale sia per aromatizzare sia per il bordo del bicchiere». Con gli scarti è possibile creare anche i pre-batch, ovvero i drink riposti in bottiglia già miscelati, utili soprattutto nei momenti di maggior afflusso della clientela. Anche qui lo spazio per personalizzare gli ingredienti è potenzialmente amplissimo: basti pensare al Negroni, realizzato con un vermouth aromatizzato alla banana essiccata, che caratterizza il drink. «Nella scelta dei prodotti prediligono ovviamente quelli di stagione o arrivati dai contatti diretti con i nostri fornitori del territorio: questo mi permette di ottenere la massima tracciabilità della qualità e di risparmiare anche sui costi logistici». Valorizzare la biodiversità

di un'area come il Monte Argentario, d'altronde, fa da sé la differenza.

E della banana non si butta via niente

Per concludere, un bar di Cagliari che della filosofia green ha fatto una missione sottolineata a chiare lettere



Mr Lover Lover: Cachaça, Liquore al Rabarbaro, Kefir di latte, Succo di fico d'India, Sciroppo d'orzo. Drink fresco e dissetante con una piacevole nota acida. Viene pre-assemblato e ha una lunga conservazione, favorita da alcol e kefir, senza prodotti industriali. A destra l'autore: Marco Crobu del BAR Ricicla Riduci Riusa (Cagliari), un nome un programma



Il BAR cambia spesso la drink list, seguendo la stagionalità anche d'inverno, centrata sull'utilizzo di verdure, spezie e frutta secca. «Cerchiamo di sensibilizzare la nostra clientela, composta soprattutto da 20-40enni: è vero che

la sostenibilità per molti è più una moda che un impegno, ma osservo che la sensibilità e l'interesse verso queste tematiche stanno crescendo. Ci vorrà del tempo, ma il trend è concreto».

LEZIONI ANTISPRECO: LA CUCINA SI ALLEA CON IL BAR

Ottimizzare l'utilizzo delle materie prime, recuperare gli scarti in un dialogo stretto tra bar e cucina all'insegna della sostenibilità, può essere insegnato. È il caso della masterclass *Dal rifiuto al ricavo*: lo zero waste che aumenta il margine in cucina, tenuta da **Filippo Barracano**, trainer bar chef di **Ad Horeca**, scuola di formazione di Modugno (Bari) specializzata nel mondo del food&beverage. «Nel corso sugli aperitivi – spiega il formatore – proponiamo un diverso modo di interpretare la proposta food da abbinare al cocktail. L'obiettivo è definire ricette che assecondano la stagionalità, non solo in chiave green ma anche per avere un food cost più centrato: basti pensare ai vegetali, il cui utilizzo consente di abbattere i costi. Lo stesso approccio lo applichiamo alla mixology». Un esempio? «**Prendiamo la zucca**: possiamo utilizzarla per preparare una vellutata o una polpetta, ma anche uno sciroppo che può diventare la base per un drink. In questo modo decliniamo l'uso della stessa materia prima in due ambiti complementari. Di recente abbiamo cucinato **un pancotto come aperitivo**: lo stesso pane è diventato l'ingrediente principale per realizzare un sodato, valorizzando così un prodotto molto importante nella nostra regione». Barracano afferma che la sinergia tra cucina e bar è importante per due ragioni: fa risparmiare tempo e consente spesso di sorprendere il cliente anche con proposte semplici. Come si è evoluta la sensibilità dei professionisti verso queste tematiche? «Oggi c'è maggiore attenzione a mangiare in modo più salutare e si stanno affermando i drink low o zero alcol. Dipende molto anche dal mercato e dal contesto in cui si opera, se in città o un piccolo paese. Diciamo che emergono due tendenze contrapposte: c'è chi è molto attento a un approccio green e chi è meno interessato. Meritano rispetto entrambe, ciò che conta è avere una propria identità e valorizzarla anche tramite un'adeguata comunicazione: a voce o, per esempio, tramite un QRcode sul menu e sulla drink list che spieghi le tecniche di recupero e riutilizzo».

CLICK!



Dal rifiuto al ricavo è il titolo della masterclass di Filippo Barracano, trainer bar chef di Ad Horeca, scuola di formazione di Modugno (Bari)



Il prezioso distillato riposa e invecchia nelle botti di una delle case di produzione dell'isola

16

L'IMPORTANZA DI CHIAMARSI RHUM

di Andrea Foschi

Eccellenze nel mondo 1

- | Ron in spagnolo, Rum in inglese, con l'acca se arriva dalle ex colonie francesi.
- | Ecco il pregiatissimo "agricole" della Martinica, l'isola delle Piccole Antille,
- | prodotto dal succo fresco della canna da zucchero. Tra foreste tropicali
- | e spettacolari panorami sul mare, esalano i vapori delle distillerie e si stendono
- | le piantagioni. Come quella che diede i natali alla bella creola Joséphine, prima
- | moglie di Napoleone

Nei territori d'Outre-mer, nel cuore delle Antille francesi, un'isola di origine vulcanica fra l'Atlantico e il Mar dei Caraibi si è conquistata una fama che non è un semplice slogan turistico: capitale mondiale del rum (alla francese). È la Martinica dove il rum non è soltanto un liquore, ma una tradizione fervida, un intenso sapere agricolo e artigianale, un elemento identitario che attraversa secoli di storia, modella il paesaggio e sostiene in maniera consistente l'economia dell'isola. Dalle distese di canna da zucchero mosse dal vento, alle distillerie cosiddette fumanti (cioè attive, e che ancora utilizzano il vapore per la produzione), immerse nelle verdi e rigogliose vallate tropicali,

dalla cura del terroir alla severità dei disciplinari, tutto in Martinica parla il linguaggio di un prodotto che ha saputo elevarsi a vera e unica eccellenza: il *rum agricole*.

Lo spirito dei Caraibi con origine controllata

Il rum prodotto in Martinica è unico al mondo. A differenza della maggior parte dei rum internazionali, ottenuti dalla melassa, sottoprodotto della raffinazione dello zucchero, il rum agricole nasce direttamente dal succo fresco della canna, il *vesou*, fermentato e distillato entro poche ore dalla



Bottiglie da collezione, con più di 140 anni di vita e di storia

raccolta. Questo processo, delicato e complesso, preserva gli aromi primari della pianta e regala un profilo organolettico di rara vivacità: note erbacee, fruttate, floreali, di frutta fresca, bilanciate da aromi più complessi come spezie dolci, vaniglia, caramello, cacao, frutta secca. È un prodotto strettamente agricolo, che dipende dal microclima, dai suoli vulcanici, dalle varietà di canna e dal ritmo delle stagioni. In nessun altro luogo dei Caraibi si è sviluppata una cultura così attenta alla purezza dell'origine. Non a caso, nel 1996 la Martinica è stata la prima regione al mondo a ottenere l'Appellation d'Origine Contrôlée (Aoc) per il rum. Un disciplinare che stabilisce regole severe su materie prime, luoghi e metodo di produzione.

Dalla canna da zucchero nasce una lunga storia

La storia della Martinica è indissolubilmente legata alla canna da zucchero, introdotta nel 1635 dai coloni che la portarono da Brasile e Canarie. Per secoli, le piantagioni zuccheriere hanno definito l'organizzazione sociale, il paesaggio agricolo e le relazioni

commerciali dell'isola. Inizialmente la produzione era destinata allo zucchero, ma ben presto gli scarti della lavorazione, la melassa, cominciarono a essere fermentati e distillati. Nacque così un primo distillato rozzo chiamato *guildive* o *tafia*, l'antenato del rum moderno. Dopo l'abolizione della schiavitù nel 1848, la coltivazione subì però una profonda ristrutturazione. Le piccole proprietà iniziarono a crescere, mentre molte raffinerie chiusero o si riconvertirono. Fu proprio in questo contesto di transizione che nacque il rum agricolo: un modo per valorizzare il succo fresco della canna in un periodo in cui il prezzo dello zucchero era in caduta libera a causa della concorrenza della barbabietola europea. Nel XX secolo, con l'ammmodernamento delle tecniche agricole e la centralizzazione della distillazione, il rum si affermò come il prodotto identitario della Martinica. Oggi la canna è coltivata su circa 4000 ettari, e il suo ciclo agronomico è studiato con precisione per ottenere la massima qualità aromatica.

Figlio del succo fresco e degli speciali terroir

Il mondo del rum è ampio e variegato. In termini di origine produttiva, si possono distinguere tre grandi famiglie:

1. Rum da melassa (la stragrande maggioranza): prodotto in molti paesi caraibici e latinoamericani, spesso con processi industriali.

2. Rum industriale: distillato da melassa con colonne ad alto rendimento, molto neutro.

3. Rum agricolo: ottenuto da succo fresco di canna da zucchero, categoria molto più rara e complessa. La Martinica è considerata la culla del rum agricolo grazie al rigore con cui tutela e controlla ogni fase produttiva. Agricolo non significa soltanto agricolo in senso letterale, ma porta con sé l'idea di un prodotto che deriva direttamente dalla terra, senza passaggi intermedi di raffinazione.

Per quanto riguarda i terroir, le distillerie dell'isola – alcune storiche, altre moderne e sperimentali – sono in totale una ventina, fra cui una decina fumanti, ovvero attive, mentre le altre



Les Anses-d'Arlet, antico villaggio di pescatori, fra le località turistiche più note della Martinica

soltanto in attività di invecchiamento e blending, e interpretano i rispettivi terroir in modi diversi, pur rimanendo fedeli al disciplinare. Tra le più note figurano Clément, Saint-James, Neisson, La Favorite, JM, Depaz, HSE. Ognuna sviluppa una linea aromatica peculiare, e il risultato è un mosaico di stili che racconta la ricchezza dell'isola:

Le distillerie del Nord, alle pendici della Montagne Pelée, pro-

ducono rum più minerali e complessi grazie ai suoli basaltici.

Quelle del Sud, immerse in zone più soleggiate e asciutte, offrono rum più fruttati e morbidi.

Le distillerie artigianali puntano su piccoli lotti, fermentazioni spontanee e legni particolari.

Le maison innovative sperimentano finish europei (Porto, Cognac, Sherry) mantenendo l'identità primaria del rum.

PROFUMI E SAPORI PER GRANDI INTENDITORI

Il rum agricole è un distillato che richiede attenzione e sensibilità, e il cui profilo sensoriale cambia radicalmente a seconda della tipologia:

- **Blanc**: fresco, erbaceo, agrumato, ideale per cocktail come il Ti' Punch.
- **Élevé sous bois**: affinato pochi mesi, già più rotondo.
- **Vieux**: invecchiato almeno tre anni, complesso, legnoso, elegante.

La degustazione del Vieux (max 20 anni) richiama quella dei grandi distillati europei, mentre quella del blanc avvi-

cina il rum alla dimensione agricola pura.

In degustazione si osservano:

1. **Il colore**: trasparente, dorato, ambra profonda.
2. **Il naso**: note di canna fresca, frutta tropicale, cacao, spezie, tabacco.
3. **Il palato**: l'attacco erbaceo è la firma del rum agricole, seguito da una struttura pulita e vibrante.
4. **Il finale**: lungo, minerale, spesso con accenni salmastri.

DA UN SAVOIR-FAIRE UNICO UNA BOMBA DI AROMI

di Andrea Foschi

CLICK!

Eccellenze nel mondo 2

- | Ciò che distingue questo distillato dai suoi consimili è
- | l'eccezionale profumo, come spiega Claude Féliot, segretario
- | generale del Consorzio che raggruppa coltivatori e
- | distillatori martinicani. E che potenzia il turismo nell'isola



Claude Féliot

Fondato nel 1960, **Coderum-martinique** è il consorzio che raggruppa tutti i 200 produttori di canna da zucchero e i distillatori dell'isola: oggi, i 3891 ettari di piantagioni alimentano circa 2200 posti di lavoro diretti e indiretti e producono ogni anno 16 milioni di litri di rum bianco. *Linea Diretta* ha intervistato **Claude Féliot**, segretario generale del consorzio.

Qual è il ruolo di Coderum sull'isola?

«Coderum è il consorzio che riunisce i distillatori di rum della Martinica. Opera in primo luogo per strutturare la filiera, promuoverla sui mercati e, in particolare, valorizzare la destinazione Martinica dal punto di vista turistico attraverso l'universo dei suoi rum».

Qual è la particolarità del rum agricole?

«In primo luogo, il fatto che i nostri distillati siano, per il 90%, prodotti direttamente dal succo di canna, senza cottura né estrazione dello zucchero, conferisce loro una potenza aromatica da 30 a 40 volte superiore a quella dei rum tradizionali. In secondo luogo, è il nostro *savoir-faire* nel processo di invecchiamento, in cui abbiamo quasi un secolo di vantaggio sui nostri concorrenti. Infine, il terroir speciale, che conferisce ai nostri rum un profilo aromatico unico».

Come vede il mercato in futuro?

«La nostra strategia è quella dell'alta gamma e dell'eccellenza dei prodotti: restiamo infatti tra i migliori rum al mondo con

marginari di crescita sui mercati europei e mondiali. Sta a noi continuare a valorizzare sia i prodotti sia il nostro *savoir-faire*, anche se oggi la principale preoccupazione rimane tuttavia la produzione della canna, la materia prima essenziale».

Quali sono le difficoltà e, al contrario, le prospettive della distillazione in Martinica?

«Le principali sfide sono i cambiamenti climatici, che riducono resa e tonnellaggio della canna da zucchero; la transizione

ecologica, con il ritiro anticipato di fitosanitari senza adeguate alternative; la concorrenza dei paesi terzi, che operano con norme sociali e ambientali meno rigorose; e infine il contesto inflazionistico, che modifica i consumi. Nonostante ciò, siamo ancora lontani dal soddisfare la domanda dei mercati e, come già detto, abbiamo dalla nostra margini di sviluppo, oltre al cosiddetto *rum tourisme* che, sul modello dell'enoturismo, porta i visitatori alla scoperta dello spirit locale e del suo territorio per valorizzare appieno il patrimonio della Martinica».

RHUM TOURISME: SPIRIT, PAESAGGI E SAPORI

Un viaggio attraverso la Martinica parte lungo l'antica strada gesuita del Seicento, oggi arteria moderna, che porta alle pendici della **Montagne Pelée**. Il vulcano, 1400 metri, domina l'isola, segnata dall'eruzione del 1902 che distrusse Saint-Pierre. Oggi la zona è esplorabile grazie a sentieri che attraversano la rigogliosa foresta tropicale fino alle aree più rocciose, con panorami spettacolari sul mare. **Saint-Pierre** conserva rovine e luoghi restaurati, come il teatro, le chiese storiche, la cattedrale e il Musée Frank A. Perret, dedicato agli studi vulcanologici. Non lontano, **Le Potager des Mornes**, lungo la rivière Blanche, accoglie i visitatori tra orti e la cucina creola evoluta della cheffe Sterelle Henry.

La capitale dell'isola è **Fort-de-France**, dominata dall'imponente Forte Saint-Louis. In città, tra architetture in metallo e stile neogotico, spiccano la Cattedrale di Saint-Louis e la Biblioteca Schoelcher. Il mercato coperto offre spezie, artigianato e rum. Le spiagge dell'isola variano tra sabbia bianca e nera: dalla Plage des Salines alle baie gemelle Anse Dufour e Anse Noire, fino alla lunga distesa di Le Diamant, con vista sul celebre Rocher, uno sperone di roccia che esce dal mare ed è anche parco naturale. A nord, la sabbia vulcanica circondata da foresta tropicale crea invece contrasti intensi.

Sull'isola giovani chef reinterpretano la tradizione con influenze caraibiche e indiane permeate di cultura francese. A Fort-de-France il ristorante **Ginger** propone piatti fusion, mentre il **Galanga Fish Bar** reinventa il pescato locale. Sulla spiaggia delle Salines, **Le M** serve cucina di mare e specialità creole.

La storia del rum martinicano è segnata da distillerie storiche come HSE, Depaz e Saint James: quest'ultima accoglie i visitatori all'interno di un museo bene allestito, dove spiccano le famose colonne creole in rame per la distillazione. Infine, merita una visita l'**An Mao Heritage** di Pierre Yves Panor, che custodisce la memoria dei Neg Marrons, gli schiavi fuggitivi che costruirono qui la prima comunità libera dell'isola. Il rum tourisme è ormai una componente essenziale dell'economia martinicana. Lungo la Route des Rhums, distillerie storiche immerse in piantagioni secolari, musei e giardini botanici, esperienze gastronomiche che sposano rum e cucina creola come al **Restaurant Carte Blanche** nel Domaine Château-Gaillard, a Les Trois-Îlets, dove lo chef Harold Jeanville abbina pietanze e rum in una proposta originale. Il distillato diventa così una lente attraverso cui osservare l'isola. Proprio a Les Trois-Îlets, il **Musée de la Pagerie** ricorda il luogo natale di Joséphine Beauharnais, imperatrice dei francesi, prima moglie di Napoleone. (*martinique.org*).



Cucina creola: a Le Potager des Mornes la cheffe Sterelle Henry propone piatti koko nèg, frutto dell'incontro tra culture afro-caraibiche e indiane. Il pranzo si chiude con uno splendido rum agricolo.

Mattia Pastori omaggia i cinque continenti che parteciperanno alle Olimpiadi: a ognuno il proprio cocktail. Nella foto: Green Spirit, che celebra l'Europa. La ricetta amalgama vodka infusa nella pera lombarda, P31, Vermouth Bianco e sciroppo di cumino



20

COCKTAIL A CINQUE CERCHI

di Matteo Cioffi

Celebrazioni 1

- | I Giochi invernali di Milano Cortina 2026 stimolano la fantasia dei bartender
- | che dedicano al megaevento nuove miscele ispirate alle gare su neve e ghiaccio
- | e agli atleti di tutti i paesi. In linea con la tradizione, che da tempo
- | suggerisce ai fan il piacere di abbinare gli spirit ai più alti livelli di adrenalina

Anche la mixology partecipa alle Olimpiadi e Paralimpiadi di Milano Cortina. Munita di misurino, shaker e bar spoon. E tanti spirit. Convocati in squadra: alcuni noti bartender milanesi. Un dream team che punta a vincere il medagliere del drink con ricette ad hoc per omaggiare l'appuntamento sportivo più importante dell'anno. Evento che attirerà nel capoluogo lombardo fiumi di visitatori. E per questo afflusso straordinario alcuni bar si sono preparati ad accogliere al meglio gli avventori, con nuovi cocktail a tema Olimpiadi.

**Per Canada e Grecia
i signature del Mag**

Primo al cancelletto di partenza: il **Mag**, cocktail bar di riferimento sui Navigli, che a fine di ottobre ha riunito drink a

prova di medaglia nel progetto World Comes To Milan. Ne ha parlato a *Linea Diretta* **Francesco Bonazzi**, mixologist e fondatore di Farmily Group, il collettivo composto da sette bartender a capo di noti bar milanesi, tra i quali, oltre al Mag, si annoverano il 1930 e il Backdoor 1943.

«Giochi Olimpici e bere miscelato hanno punti in comune: qualità, ospitalità e piacere di stare bene insieme. Entrambi i mondi celebrano la condivisione, la cura del dettaglio e l'incontro tra persone diverse. Un buon drink, come un grande evento sportivo, crea momenti di aggregazione, unisce culture e genera emozioni: è un linguaggio universale che tutti comprendono». Insieme al suo team, Bonazzi ha ideato una lista di 22 cocktail, ognuno dedicato a un paese partecipante alle Olimpiadi invernali di Milano Cortina. «Ideare questi cocktail –



Francesco Bonazzi, fondatore di Farmily che ha realizzato il progetto *World comes to Milan*. A destra il cocktail *Canada*, un twist dell'Old Fashioned con sciroppo d'acero e noci pecan



afferma il bartender –, ci ha permesso di creare un percorso gustativo che fosse un ponte tra culture diverse. In particolare, l'obiettivo di ogni ricetta è far sentire a casa sua ogni visitatore straniero. Allo stesso tempo, proponiamo ai clienti italiani di scoprire i sapori e le tradizioni liquide di altri paesi». La lista del Mag ci immerge quindi in un percorso sensoriale e gustativo che tocca diversi angoli del mondo. Il cocktail che porta il nome del **Canada**, per esempio, è un twist dell'Old Fashioned e prende spunto dalla passione per il whisky dei canadesi. Al classico sciroppo d'acero canadese unisce noci pecan, burro e bitter aromatizzato alla vaniglia, dando vita a un drink caldo e vellutato, che scalda l'anima e ripara dal proverbiale gelo del Nord America. Immane e doveroso poi rendere omaggio all'antica **Grecia**, culla delle Olimpiadi, che nacque nel Peloponneso, a Olimpia appunto, nel 776 a. C. Per l'occasione, il team del Mag ha assemblato ingredienti di provenienza ellenica in una personale rilettura del Tommy's Margarita, nella quale al Mastiha Skinis, distillato di resina di un albero che nasce esclusivamente nell'isola di Chios, si aggiunge una versione liquida dello tzatziki. Si aggiunge poi il *ciceone*, la bevanda energizzante a base di farina d'orzo e menta consuma-

ta dagli antichi atleti. Il cocktail acquista poi una texture setosa e morbida con l'oleato, distillato a base di olive, foglie di ulivo e olio d'oliva. E prima di tagliare il traguardo finale, il team del Mag ha voluto dare un ulteriore sapore di Grecia al cocktail con un garnish di sferificazione all'Ouzo: *yamas*!

I drink Tina e Milo si ispirano alle mascotte

Ha celebrato a sua volta un paese, ma anche una leggenda delle Olimpiadi, **Luca Marcellin**. Il mixologist piemontese a capo del gruppo Drinc (che comprende i locali Drinc. Cocktail & Conversation e Drinc. Different a Milano, a cui si aggiungerà a breve Drinc. Cucina & Drinketti a Sestriè) ha realizzato due cocktail, entrambi preparati con tecnica mix and strain.

Si chiamano Tina e Milo (come i due ermellini-mascotte dei Giochi Milano Cortina 2026, ndr), ma i loro nomi condensano anche altre allusioni: «Ho creato **Tina**, ispirato alla Germania che si aggiudicò, nel 2006, il primo posto nel medagliere delle Olimpiadi invernali di Torino – specifica Marcellin –. Nella scelta degli ingredienti sono partito dal liquore alla menta piperita distillato a Herzogenaurach, cittadina bavarese dove ha sede una celebre azienda di abbigliamento sportivo. Quindi ho

aggiunto vodka alla cannella, sciroppo di mela verde e ancora cannella, finalizzando con ulteriore inserimento di liquore di mela cotogna. L'idea di fondo è stata esaltare gli aromi della mela e della cannella che sono tipici dello Strudel, uno dei dolci tradizionali di Cortina».

La seconda ricetta, **Milo**, segue le orme dalle imprese sportive di Marit Bjørgen, ex sciatrice norvegese che, con un bottino di 15 medaglie conquistate alle Olimpiadi invernali, è attualmente l'atleta più premiata di sempre. In questo omaggio, Marcellin ha riletto in chiave nordica un grande classico della miscelazione italiana, ispirato anche alla tradizione dei dessert nostrani. «Il drink è una variante del Negroni preparato con Akvavit, distillato scandinavo aromatizzato con erbe e spezie, a cui è stato aggiunto sciroppo di castagna. «Il mix punta a creare un drink che ricorda il dolce Montblanc. Che, non a caso, ha le sue origini a Chamonix, la località francese che, nel 1924, accolse la prima edizione dei Giochi Invernali».

Cinque mix per cinque colori

I cinque cerchi olimpici e i rispettivi colori hanno invece guidato le mosse di **Mattia Pastori**. Il noto bartender di Pavia, attraverso Nonsolococktails, la boutique agency specializzata in beverage design e consulenza strategica da lui fondata, ha elaborato una top five cromatica e continentale.

Si parte in direzione Asia con **Golden Milano**, un drink giallo paglierino nel quale gin e sciroppo di zafferano s'intrecciano per unirsi in maniera soft con vino Franciacorta. **Negroni Alpino** è poi il cocktail in rosso che simboleggia l'America e che vede nuovamente protagonista il distillato di ginepro (in questa ricetta prodotto specificamente a Cortina) allearsi con genepy e con l'aperitivo Savoia Americano Rosso. Il Vecchio Continente europeo, Pastori l'ha invece verniciato di verde con **Green Spirit**, ricetta che amalgama

vodka infusa nella pera lombarda, P31, Vermouth Bianco e sciroppo di cumino. Il viaggio prosegue oltreoceano all'insegna dell'azzurro scelto per distinguere l'Oceania con il drink chiamato **Ocean Breath**, creato da un sodalizio tra Botanical Spirit e Venturo Aperitivo, sciroppo di mele di Manuka e tocco finale di acqua tonica. Infine, **Ethiopian Velvet** è il cocktail nero portabandiera del continente africano e si propone come twist dell'Irish Coffee in versione olimpionica composta da Brandy Branca XO, Amaretto Di Saronno, una tazzina di espresso Kafa proveniente dalla foreste primordiali dell'Etiopia. La ricetta si chiude con panna montata insaporita con berberè a formare in superficie una forma che ricorda quella del tipico copricapo invernale a pompon.

Questa volta sul podio tre medaglie d'oro

Altro guru milanese della mixology, **Alessandro Melis**, food and beverage manager della catena Pandenus, è stato artefice di un suo ipotetico podio olimpico del drink, senza però prevedere un ordine di merito. Medaglia d'oro ex aequo, quindi, per tre cocktail, due dei quali si rifanno esplicitamente alle

discipline sportive invernali. «Ho realizzato un **Curling Fizz**, dedicato a quello sport scoperto da noi italiani alle Olimpiadi di Pechino e che ritengo sia divertente seguire insieme ad amici – sostiene Melis –. Ho pensato a una bevanda che rimanda ai famosi cocktail soprannominati Cinquemila Lire, che andavano a ruba negli anni Novanta. Erano drink conviviali e sociali, univano le persone. La preparazione mischia Bitter, Vermouth Rosso e velluto di caramello salato, finalizzando con due drops di Blue Curaçao. Una proposta che vedo molto bene prima di cena, perché scivola gentilmente nello stomaco come sul ghiaccio il disco di granito».

La seconda proposta si chiama **Super G**. «A mio parere la gara più emozionante di tutte. Per gustarsela al meglio, vista già la tensione che cresce quando gli atleti si lanciano in pista, ho ideato una ricetta che attenuasse questa pressione: una bevanda rilassante, fresca e molto dissetante. Ho accostato ingredienti lontani tra loro, come lo sono i paletti del Super Gigante, amalgamando birra Corona Extra con Aperol, Mondoro ai fiori di Sambuco con una scorzetta di limone a guarnire tutto». Il trittico di Melis si completa, infine, con **Martini MC**,

twist del celebre cocktail riletto come dedica a Cortina. «Qui sono salito di quota (alcolica), partendo dal gin miscelato con Nektar Lunae (di uve passite), trasmettendo toni e sensazioni di gusto vegetali con alcune gocce di olio di oliva, posizionando sulla superficie del liquido un cappero ovviamente lombardo. Il cerchio l'ho poi chiuso con un zest di limone. È un drink variegato che esprime l'orgoglio del nostro paese per avere organizzato queste fantastiche Olimpiadi».

**Antifreddo: rum, cannella
nocciole e cioccolato**

Anche nell'hôtellerie c'è chi ha voluto preparare il suo drink. È il caso del



Mattia Pastori, ceo della boutique agency Nonsolococktails; a destra il Golden Milano, dedicato all'Asia: gioco a tre con gin, bollicine Franciacorta e sciroppo di zafferano



LUCIEN GAUDIN, QUATTRO ORI FRA SPADA E FIORETTO

Come indicato dalle migliori guide della mixology internazionale, il primo (e a oggi unico) cocktail ufficialmente dedicato a un campione olimpico è il **Lucien Gaudin**, celeberrimo schermidore francese che, ai Giochi del 1924 a Parigi e a quelli del 1928 ad Amsterdam, vinse in entrambi i casi una duplice medaglia d'oro. Un exploit che meritava un drink. Si prepara amalgamando quattro ingredienti: Gordon's Dry Gin (1/2), Campari (1/6), Cointreau (1/6) e Vermouth (1/6). La paternità ufficiale di questa ricetta rimane ancora oggi in sospeso. L'unica certezza è che sia nata a Parigi, non si sa da quale dei due contendenti: Harry MacElhone, bartender dell'**Harry's New York Bar**, nel II arrondissement, e un tale chiamato Charlie, barman del ristorante parigino **Le Cheval Pie**.

cinque stelle hotel **Park Hyatt di Milano** che, nell'area bar **Mio Lab**, ha inserito in drink list una ricetta per le Olimpiadi firmata dal bar manager **Alessandro Iacobucci Vitoni**. Il cocktail, battezzato **Mi-Co**, è una proposta calda e avvolgente, a prova di inverno. Con una doppia shakerata, il bartender ha mescolato in un bicchiere Tumbler

basso, dark rum, Frangelico, sciroppo di cannella, succo di limone, bitter al cioccolato e albume, e ha decorato il tutto con una spolverata di cannella. «Sono partito dall'idea di unire due sensazioni diverse: il calore che rilascia al palato un distillato forte e robusto come il rum, e la gelida temperatura che caratterizza il clima invernale a

Cortina – ha spiegato Iacobucci –. Per rendere ancora più forte questo legame organolettico e atmosferico, ho aggiunto sapori che trasmettano sensazioni di gusto in linea con il concetto del freddo invernale, ovvero il sapore speziato della cannella e quello autentico delle nocciole contenuto nel Frangelico».

L'APRIPISTA: PARIGI VAL BENE UN BUON DRINK

di Matteo Cioffi

Celebrazioni 2

Per le Olimpiadi parigine del 2024, Yossi Ifergan, il bar manager di Le Bar Paris, ha ideato 24 ricette di cocktail, a base di ingredienti francesi. In primis il Cognac

Intervistato da *Linea Diretta*, il bar manager di Le Bar Paris spiega di avere avuto l'ispirazione di creare una specifica drink list studiando i momenti salienti di Parigi a partire dal 1924, quando la capitale ospitò la prima edizione dei Giochi Olimpici, fino al 2024. Un secolo attraverso quartieri, artisti, strade e aneddoti della città.

Qual è lo stretto connubio tra miscelazione e Olimpiadi?

Per entrambe, lo spirito di festa e convivialità. Non solo: creatività e precisione sono necessari in una gara sportiva così come nella preparazione di un cocktail. Dosando da un lato le forze fisiche e, dall'altro, quelle degli ingredienti. A livello globale, anche il gusto della sfida è un elemento comune.

Come ha realizzato la drink list?

Ho immaginato una passeggiata tra le vie più iconiche della città, focalizzandomi su due momenti: quello dei pittori ambulanti di Montmartre negli anni Venti e quello della street art contemporanea. L'ho elaborata con i rispettivi colori e codici iconografici,

facendo prevalere le rivisitazioni di ricette classiche. È stato un successo: durante i Giochi Olimpici e Parao-olimpici del 2024, nei gazebo e nelle aree bar di Parigi si stima siano stati consumati circa 130.000 cocktail della mia drink list.

Qual è la ricetta che più di altre ha saputo incarnare lo spirito olimpico?



Yossi Ifergan, il bar manager che ha ideato la lista dei drink ufficiali di Parigi 2024

Il Cocktail 1924: mix tra Cognac (3 cl) - lo spirit distintivo di Francia, - nettare di albicocca (3,5cl), sciroppo d'orzata (1,5 cl), succo d'uva (1,5 cl), Chartreuse verde (0,5 cl), miele di aceto (2 dash) e Magic Velvet per creare uno strato di spuma (1 dash). Il garnish: un disco d'isomalto e una foglia d'oro. Ma sono orgoglioso di tutte e 24 le mie preparazioni. L'importante non è vincere, ma... miscelare.



Il Cocktail 1924 è un 100% French touch: nella ricetta solo ingredienti transalpini



24

SUL PODIO ANCHE PASTA PANETTONE E GELATO

di Matteo Cioffi

Cucina da campioni

- | Chef stellati, maestri pasticciere e artigiani del gelato scendono in campo
- | per la medaglia d'oro del sapore: ecco come il Made in Italy
- | gastronomico si prepara a omaggiare i prossimi Giochi invernali

Le Olimpiadi non si omaggiano solo nel bicchiere, ma anche nel piatto. Tra ricette salate e dolci, si sale sul podio (virtuale) a pancia piena. A garantirlo alcuni degli esponenti più noti del firmamento gastronomico italiano. Chef, pasticciere e gelatai: un pettorale per ognuno di loro per la conquista della medaglia d'oro del gusto.

Primi piatti con il tricolore

Sfida salata. Scende in pista **Carlo Cracco**. Lo chef veneto, milanese di

adozione, si è cimentato in una performance culinaria a prova di Giochi invernali preparando un primo piatto di pasta dalla forma degli anelli olimpici e condita alla crudaiola, con tre diversi pomodori tagliati a dadini (verdi, rossi e gialli datterini), capperi, olive taggiasche, olio, aglio, basilico, origano e colatura di alici. Ma Cracco ha fatto anche di più. Dal 7 al 21 febbraio, il suo ristorante in Galleria Vittorio Emanuele II a Milano è sede della prima Omega House italiana, e trasforma la location in un salotto per ospitare

una serie di iniziative e avvenimenti: protagonisti, noti atleti e personaggi sportivi, oltre a celebrità varie.

Obiettivo medaglia d'oro anche per **Enrico Cerea**. Lo chef del ristorante tristellato Da Vittorio a Brusaporto (Bergamo) ha presentato **Sofia**, ricetta dedicata alla campionessa di sci Sofia Goggia, bergamasca come lui. Si tratta di un primo piatto di pasta, anche in questo caso a forma dei cinque cerchi olimpici, con un condimento cromatico che richiama la bandiera italiana. Cerea ha realizzato una salsa





Lo chef Enrico Cerea del ristorante tristellato Da Vittorio a Brusaporto (Bergamo). Sua la ricetta olimpica Sofia (nella foto grande in apertura), dedicata alla campionessa di sci Sofia Goggia. Si tratta di un primo piatto di pasta, con formato a cinque cerchi e condimento tricolore. A destra, Olimpiotto, della Pasticceria Tognolini di Tirano, la cui forma cilindrica vuole ricordare la torcia olimpica



di erbe di montagna con riduzione di panna d'alpeggio accompagnandola da spuntoni di crema di rapa, rapa rossa condita in olio, radicchio macerato, fonduta di montagna, concludendo poi con gocce di olio aromatizzato alle erbe montane.

Tra i sapori da gustare in queste Olimpiadi, c'è anche un tocco gastronomico di romanità. Lo chef capitolino **Antonello Colonna** (una stella Michelin con il suo ristorante a Labico, Roma), dal 7 al 22 febbraio dirigerà le operazioni nella cucina del Villaggio Olimpico allestito presso l'ex Scalo di Porta Romana. Ogni giorno cucinerà per gli atleti e tutti gli addetti ai lavori il meglio di alcuni suoi piatti, tra i quali non mancano due cavalli di battaglia, come la cacio e pepe e la carbonara.

I grandi dolci tutti all'italiana

Chi dice Milano dice panettone, anche se a realizzare quello ufficiale delle Olimpiadi 2026 ci ha pensato la vicina Bergamo e, nello specifico, il **Panificio Marchesi** che, grazie al contratto in licensing siglato con Fondazione Milano Cortina 2026, è licenziatario ufficiale dei Giochi Olimpici e Paralimpici. Il panificio bergamasco (stesso nome ma autonomo dalle insegne Marchesi di Milano, ndr) è una storica realtà, gestita dall'omonima famiglia fin dal 1960, che si è aggiudicata per ben due volte, nel 2015 e nel 2022, il premio Migliore Panettone della Lombardia in occasione del Panettone Day. Per ribadire la fiducia ottenuta, il pastrychef di casa, **Silvano Marchesi**, ha sfornato un panettone in tre diverse varianti: Classico, Cioccolato e Veneziana mandorlata senza canditi. Ognuno di questi, venduti nel formato da 1 kg, è confezionato in uno special packaging che richiama il Look of The Games delle Olimpiadi invernali italiane. «Scegliere il Panettone di Milano Cortina

2026 – ha spiegato Marchesi –, significa portare in tavola una ricetta simbolo dell'eccellenza gastronomica del nostro paese, ma anche sostenere in modo concreto il movimento Olimpico e Paralimpico, nonché in generale lo sport in Italia». Altra località coinvolta dai Giochi Olimpici, Bormio (dove si svolgeranno le gare di sci alpino e alpinismo), ha voluto dire la sua e, a fare da portabandiera, è stata la **Pasticceria Tognolini** che da 70 anni, nella vicina Tirano, è uno dei luoghi prediletti per gli amanti delle dolci prelibatezze locali. I suoi maestri pasticciieri, capitanati da **Claudio Tognolini**, hanno dato vita a una preparazione golosa candidata a salire sul podio della golosità. Il risultato del loro sforzo si è tramutato in Olimpiotto, impasto di sfoglia a più strati, cotto in forno, la cui forma cilindrica ricalca le sembianze della torcia olimpica. Pasticciieri come fossero tedorfi, quindi, che hanno acceso l'appetito con tre diverse farciture, rispettivamente al cioccolato, pistacchio e crema.

All'appello delle Olimpiadi ha risposto anche il gelato. E prima che si sciogla vale la pena assaggiare quello creato da **Gianluca Colaio**, titolare di **Milanesi Gelateria Artigianale**, presente con due punti vendita a Milano (via Cadore e viale Legione Romane). La sua creazione, chiamata Straccia, è ottenuta amalgamando cinque diversi ingredienti, ognuno dedicato a un continente. «Quando ho saputo che le Olimpiadi invernali sarebbero arrivate a Milano – ha dichiarato il gelatiere – ho voluto esserci anche io, non sugli sci o in uno stadio, bensì preparando un gusto che parli di accoglienza, mescolanza culturale e diversità che si incontrano». Il gelato è composto da crema gianduia piemontese, unita a *dulce de leche* sudamericano e a stracciatella, con aggiunta di riso soffiato, tostato e nuovamente unito a stracciatella, questa volta con cioccolato fondente del Madagascar, per chiosare infine con una spolverata d'oro edibile.

I Capellini con vongole veraci alla brace e giuggiole del menu Speciale, La Nuova Rotta

© Jacopo Carinci

26

NELLA CUCINA INCANTATA DEL MAGO DELLE SPEZIE

di Luciana Squadrilli

Ricerche & Passioni

- | Dall'India alla Calabria, da Londra al Giappone, lo chef di origini napoletane
- | Francesco Apreda traccia la sua nuova rotta gastronomica, frutto di un percorso
- | ventennale. Cifra distintiva: l'uso sapiente di polveri e gocce esotiche, di semi,
- | radici ed erbe aromatiche uniti in mix creativi capaci di evocare mondi esaltanti

Spesso si dice che una cena sia in grado di provocare un vero e proprio viaggio sensoriale, restando comodamente seduti. L'espressione è decisamente azzeccata nel caso di un'esperienza da **Idyllo by Apreda**, il ristorante romano con una stella Michelin collegato all'elegante **The Pantheon Iconic Rome Hotel** (in cima al quale si trova anche il Divinity Restaurant con una proposta gastronomica più informale e la terrazza affacciata sulla cupola

del Pantheon). Per approntare un simile viaggio, però, lo chef Francesco Apreda ha un asso nella manica, anzi più di uno: le spezie. Una sorta di ingrediente magico, capace di esaltare gli altri sapori e aggiungere una nota nuova a preparazioni classiche. Dalla curcuma ai tanti tipi di pepe, dallo zafferano al cumino, assemblate tra loro e unite a semi, erbe aromatiche e radici, le spezie contribuiscono a dare profondità e identità ai suoi piatti

rendendo ogni assaggio una scoperta senza sovrastare gli altri sapori.

Ispirazioni esotiche per sapori italiani

Francesco Apreda – nato a Napoli ma romano d'adozione – si è fatto conoscere per le ispirazioni esotiche che contaminano il gusto spiccatamente italiano dei suoi piatti, grazie alla dimestichezza con l'uso delle spezie. Una conoscenza che viene dalle esperien-

ze professionali tra Londra (dove ha lavorato in cucine al top come quella di Le Gavroche, due stelle Michelin, ma ha anche perlustrato l'ampia proposta indiana della capitale britannica) e Tokyo, dove ha trascorso tre anni per gestire il ristorante italiano Cicerone al blasonatissimo Imperial Hotel. Ritornato in patria nel 2003, ha guidato a lungo l'Imago dell'Hassler di Trinità dei Monti, dove ha conquistato la stella Michelin nel 2009 e si è fatto apprezzare per la cucina raffinata e cosmopolita, in cui riuniva le diverse esperienze vissute aggiungendovi la fascinazione per l'India e la sua cucina, che ha avuto modo di conoscere grazie a diverse consulenze culinarie in ristoranti di Mumbai e New Delhi. Un esempio? Il Pollo ai Peperoni alla Romana, in cui lo chef univa il piatto simbolo dell'estate capitolina con la tradizione indiana della marinatura e si ispirava alla cottura nel forno tandoori.

Da Idyllo, aperto nel 2019 al piano terra dell'albergo e da settembre 2024 trasferitosi nel nuovo spazio a poca distanza, ha delineato in modo più compiuto il suo nuovo iter gastronomico incentrato sull'uso – calibrato e indovinato come in pochi altri casi nello scenario italiano dell'alta cucina – delle spezie. Dopo il menu **Sapidità Essenziali**, in cui alghe e spezie, ma pure colatura d'alici, acqua di ostriche e altri ingredienti "portatori sani" di sapidità, arricchiscono ogni piatto di sfumature iodate o saline, il percorso **Speciale, La Nuova Rotta** è un menu degustazione il cui nome rimanda proprio alle spezie, sempre più protagoniste. Non mancano gli **Iconic Signature** dello chef, mentre gli ospiti hanno anche la possibilità di "volare" da un menu all'altro - come la farfalla che simboleggia il ristorante - scegliendo in libertà quattro

piatti, magari proprio i piatti *speciali* capaci appunto di stimolare un vero e proprio viaggio che tocca Napoli, Roma, Tokyo, Mumbai e molti altri luoghi ancora.

L'arte del blend tocca i vertici dei sensi

In questo nuovo percorso – che cambia con le stagioni, in piatti sempre nuovi o aggiornamenti di altri, ma mantiene un focus ben preciso – le spezie, da sempre cifra distintiva dello chef, hanno un ruolo ancor più centrale: interpretate con sensibilità e misura in piatti che raccontano luoghi, ricordi e incontri, non sono più nascoste tra gli altri ingredienti ma arrivano in tavola accompagnando le portate. Tra piccole boules e astucci, prima di assaggiare i piatti, i commensali possono così ascoltare con i sensi – dalla vista all'olfatto – le nuance aromatiche prima di quelle gustative, incuriosirsi e saperne di più, ma talvolta anche aggiungere un altro pizzico a quelle già presenti nella ricetta: come nel caso dei Cappellotti di Parmigiano e Brodo di Tonno (tra gli Iconic Signature), da completare a piacere con un'aggiunta extra del blend Pikkante, in cui Aprea ha unito tre tipi di peperoncino (calabrese, napoletano e il cosiddetto pepe di Cayenna) bilanciandoli con la freschezza di menta romana, anice verde, buccia di limoni di Sorrento e pepe selvatico del Madagascar, e con la nota croccante di semi di lino, canapa e sesamo bianco e nero.

Lo stesso blend – il preferito dello chef, che lo definisce la sua versione italiana del *shichimitōgarashi*, tipica miscela giapponese – accompagna anche i Capellini con Vongole



© Alberto Biasetti



© Iacopo Carinci

Un ritratto dello chef Francesco Aprea con le sue spezie; a destra, Raviolini di Coniglio all'Ischitana, Zolfini e Zafferano

veraci alla brace e Giuggiole del menu Speciale invernale: la pasta viene cotta nel brodo di pesce ristretto con l'acqua dei bivalvi, unendovi poi le vongole aperte sulla brace e insaporite con il mix speziato e le giuggiole seccate e condite con aglio, menta e basilico, come se fossero pomodorini.

Da diversi anni, infatti, lo chef lavora sull'unione calibrata di più spezie, creando dei mix specifici per i suoi piatti così come degli Spicy Blend ben collaudati, che vende tramite il suo sito personale anche a cuochi e pizzaioli professionisti e amatoriali per arricchire le ricette con poco rischio. Oltre al Pikkante, ci sono il Bomba-y, ideato per una "arrabbiata" originale e giustamente piccante; il versatile Curcumax, perfetto per il pollo o le patate al forno; il Pepi e Sesami, miscela bilanciata di pepi variamente aromatici e altrettanti sesami e semi che con la loro grassezza e rotondità ne bilanciano le note piccanti, messo a punto originariamente per il suo signature Risotto cacio, pepi e sesami; e il Pepper Nice che, con le note di lime, rosmarino, anice, finocchietto e zenzero che affiancano quelle di peperone crusco, fa



Lo Scorfano ai Tre Anici e Minestra Maritata, un piatto dove entra in gioco il rarissimo (e quindi costoso) anice nero calabrese, una pianta selvatica secolare

la differenza nel suo Pollo ai Peperoni.

Gustare i mix di spezie un'alchimia unica

«Uno degli obiettivi principali di questo percorso è proporre una cucina sempre più identitaria, in cui Mediterraneo e altre ispirazioni si fondono nel mio stile personale», racconta Francesco

Aprèda, spiegando perché per lui le spezie siano così importanti e ricche di opportunità. «Prendiamo l'esempio di un piatto classico: lo spaghetti con le vongole è buonissimo, ma se ci metti un filo di peperoncino il palato si apre e apprezza ancora di più ciascun sapore. Bisogna, però, equilibrarlo bene - afferma -. Con la nuova rotta voglio far percepire meglio come uso le spezie nei miei piatti e avvicinare le persone a questi ingredienti. In Italia c'è ancora un po' di diffidenza, o forse paura, nell'usarle, e chi le adopera in cucina tende a metterne magari una sola, o al massimo due; invece, se ne possono utilizzare anche 10, o perfino 20 alla volta, mescolandole nel modo giusto». A noi sembra strano perché non siamo abituati, osserva lo chef, ma nella cucina indiana ad esempio è normale, perché i palati sono avvezzi a questo tipo di sapori. D'altro canto, è una questione di esercizio: «La prima volta che mangi il sushi con il wasabi ti il risultato sembra strano, estremo. Poi, però, cominci ad apprezzarlo. Il palato va esercitato con i sapori che inizialmente possono non essere nelle nostre corde», racconta. E ad esem-



Costruzione e realizzazione del piatto Crudo di Seppia, Arancia e Canocchie

pio, come si percepiscono le note agrumate dell'arancio, masticando i semi di coriandolo, così «si sente un mondo!» schiacciando sotto i denti i piccoli semi contenuti nelle bacche di cardamomo.

Decisamente più deciso, ma folgorante, fu invece il suo primo impatto con la cucina indiana assaggiata in loco, nonostante l'avvicinamento alle spezie tra Londra e il Giappone. «La mia bocca andava in fiamme, a un certo punto non riuscivo nemmeno più a percepire i sapori. Ma più andavo avanti a mangiare determinate cose, e più il mio palato diventava predisposto ad apprezzarle». Tanto che ora, quando studia nuovi piatti, li fa assaggiare anche a collaboratori meno "allenati", per trovare un giusto equilibrio. «La mia cucina oggi è carichissima di spezie, ne metto anche 15 in un solo piatto. Ma non è mai una presenza invadente: è un equilibrio sottile, che va cercato con un lavoro lungo e laborioso nel creare il blend, scegliendo quali spezie usare e calibrando scientificamente le grammature. In India, all'inizio, spesso mi chiedevo che senso avesse ma poi ho capito che dalla loro unione si crea un'alchimia unica, che definisce il piatto. E oggi lo voglio far capire anche al cliente».

Dal ristorante alla cucina di casa

Se gli Spicy Blend in vendita online sono cinque – e ora ci sono anche gli oli speziati messi a punto, dopo un lungo lavoro di bilanciamento, con un'azienda pugliese che produce extravergine –, nella cucina di Idyllo Francesco Aprea usa circa una ventina di mix, che vanno dal Sabbia salata a base di prodotti vesuviani fino a quello pensato per i dessert, con



I mix di spezie pronti per essere portati in tavola. Ultimamente la ricerca dello chef si sta concentrando sulle varietà autoctone italiane

polvere di caffè e spezie dolci. Negli ultimi tempi, racconta, la sua ricerca si sta concentrando sulle spezie autoctone italiane, sconosciute o dimenticate, come l'anice nero calabrese: «Si tratta di una pianta secolare selvatica, che cresce nei boschi: i semi, piccoli e neri, hanno un retrogusto di liquirizia molto particolare. Oggi sono rimasti in pochissimi a raccoglierlo o coltivarlo, per cui costa moltissimo, ma è davvero straordinario», spiega lo chef che lo usa ad esempio nello Scorfano ai Tre Anici e nella Minestra Maritata, abbinandolo all'anice stellato e a quello verde per dare un sapore unico al pesce marinato e cotto alla brace accompagnato dalla classica zuppa napoletana in cui le verdure si sposano con i *cicoli* (o *ciccioli*) di maiale.

Un risultato che richiede ricerca instancabile, esperienza e studio; mentre l'uso di blend già pronti è l'ideale per iniziare a sperimentare con più libertà: «Ai pizzaioli piace moltissimo il blend di Pepi e Sesami, ma anche gli altri si prestano molto a essere spolverati sulle pizze, così come su tanti piatti, per creare qualcosa di identitario: io voglio far capire come le spezie aiutino a evidenziare i lati nascosti di ogni piatto e la naturale sapidità degli ingredienti senza avere paura di osare», afferma Aprea. Anche se, certo, è bene prendere prima un po' di dimestichezza, evitando per inesperienza alcuni errori.

Un esempio? «La tostatura può essere rischiosa: con il calore, si accentuano i profumi ma gli oli essenziali possono anche cambiare completamente tono. Nei mercati indiani è normale vedere foglie di alloro o di curry, semi di cardamomo e altre spezie tostate nelle grosse padelle di ferro, ma se non si ha dimestichezza meglio usarle così come sono: in generale, tutte le spezie sono già pronte». Parola di chef esperto.



L'elegantissima sala del ristorante Idyllo



30

PESCE A TUTTA BIRRA DAL FRITTO ALLA GRIGLIA

di Giuliana Valcavi*

Malti & Luppoli

- | Un matrimonio gastronomico a sorpresa che dà ottimi risultati. Le opportunità sono
- | numerose: dalle bionde leggere, in grado di non sovrastare i più delicati,
- | come orate e branzini, alle più corpose, adatte a preparazioni piccanti e speziate

Il pesce servito col vino bianco non è più un diktat. L'abbinamento con la birra, un tempo quasi un'eresia per le tavole italiane, ma non certo per quelle dei paesi a lunga tradizione brassicola, oggi anche in Italia si sta rivelando un'opportunità. La varietà di stili, profumi e texture della birra offre un ventaglio di possibilità straordinario per accompagnare piatti di mare, dal crudo più delicato alla frittura più saporita. Scoprire il giusto abbinamento tra birra e pesce significa giocare con equilibri di freschezza, sapidità e aromi, un dialogo sorprendente che esal-

ta sia il bicchiere sia il piatto. Gli stili più leggeri e agrumati valorizzano la delicatezza del pesce crudo o al vapore, mentre birre ambrate o speziate accompagnano con equilibrio piatti più intensi come grigliate e zuppe e quelle più carboniche e acidule vanno a nozze con i fritti. Abbinamenti birra-pesce studiati e attenti diventano strumenti di scoperta sensoriale.

Forno e fritto: in accordo o in contrasto

Con delicati pesci al forno, cioè **branzini, spigole, cernie e orate al sale o**

arrosto, è opportuno prevedere abbinamenti con birre rispettose, caratterizzate da note non particolarmente amaricanti, ma abbastanza fresche e floreali da valorizzare il piatto, come le Pils. Possiamo anche orientarci verso un'altra specialità a bassa fermentazione con un buon equilibrio tra malto e luppolo e con sottili sentori amari come la Maerzen. Passando a un'alta fermentazione, possiamo scegliere una Kolsch, con le sue note leggermente fruttate e il suo gusto rinfrescante.

Anche col pesce bollito o al vapore



Con delicati pesci al forno, come branzini, spigole, cernie e orate, meglio abbinamenti con birre rispettose, come le Pils



I crudi si sposano bene sia con birra a bassa sia ad alta fermentazione. Da provare con una fresca e acidula Blanche

abbiamo bisogno di note leggere, come quelle delle Helles, equilibrate e poco amare, che garantiscono un gusto pulito e non annullano la delicatezza della preparazione. Bene anche le Pils, poco invadenti, fresche e leggere, e birre poco amare come le Witbier, in grado di accompagnare senza coprire. Da scartare birre troppo amare o complesse.

Le Pils sono perfette anche per un altro grande classico di mare: la **frittura**, che viene sgrassata e rinfrescata da birre floreali e beverine. Adatte ai fritti di mare anche le Weizen, birre di frumento dal gusto fruttato e piacevolmente acidulo, in grado di contrastare l'untuosità e di pulire la bocca grazie alla buona carbonazione. Le IPA sono altre birre che si sposano perfettamente con gli amati fritti misti. A farne delle compagne ideali in questo caso sono le spiccate note

aromatiche e il gusto di agrumi e frutti tropicali che le caratterizza, ma anche l'accentuata amarezza. In particolare, col **pescce azzurro fritto**, come le sardine e le acciughe, bene le Bock, che hanno un profilo maltato, pieno e leggermente dolce con note di caramello e pane tostato, che crea un contrasto armonico con la sapidità intensa e le leggere sensazioni amarognole di questi piatti, e le Pale Ale, fruttate, speziate e maltate.

Crudi e frutti di mare guardano al Nord Europa

I crudi si sposano bene sia con birra a bassa sia ad alta fermentazione. Perfette le IPA, molto aromatiche, caratterizzate da gusti decisi con accentuati profumi di agrumi e

IN CUCINA CON DUE PIATTI SIMBOLO

➤ BACCALÀ MANTECATO

Piatto simbolo della tradizione veneziana, il baccalà mantecato nasce dallo stoccafisso ammollato lavorato con olio extravergine d'oliva fino a ottenere una crema soffice e vellutata. Il risultato è un gusto delicato ma persistente e sapido, che può trarre una nota speciale dall'aggiunta in mantecatura di **Weissbock**, la versione più corposa e alcolica delle birre di frumento. L'abbinamento risulta perfetto anche in tavola grazie alle note maltate e fruttate che fanno da contrappunto alla sapidità del baccalà, ammorbidendone il carattere. Inoltre, la vivace carbonazione della Weissbock rinfresca e pulisce la bocca, mantenendo equilibrio e leggerezza.

➤ MUSCOLI AL VERDE

Un piatto tipico della tradizione belga si lega particolarmente bene alla birra sia in cucina che in tavola. Dopo aver saltato le cozze in padella con aglio, olio e pepe, si sfuma con una **Strong Ale**. Nel bicchiere, le sue note fruttate e speziate esaltano il condimento e il suo corpo regge la sapidità del piatto.

frutta esotica. Una tartare di tonno va a nozze con una birra di questo tipo. E se pensiamo che il **sushi** possa essere accostato solo alle classiche birre giapponesi - basse fermentazioni dal gusto poco caratterizzato - sbagliamo. Una Blanche, molto fruttata, fresca e agrumata con note acidule si rivela una compagna d'eccezione, in grado di esaltare la delicatezza del crudo senza sovrastarlo. Le Blanche vanno decisamente a nozze anche con i **frutti di mare**: cozze, vongole e ostriche. Non da meno sono le altre birre di grano, le Weizen. Entrambi gli stili sono contraddistinti da piacevoli note sgrassanti. Note acidule ancora più intense le ritroviamo nelle Gueuze, specialità belghe agrumate che riescono a garantire un'ottima degustazione delle ostriche. Ma la tradizione del Nord Europa ci porta su un altro versante e ci fa assaggiare **cozze e ostriche** con le piene e intense Stout, dalle note fruttate e torrefatte, tutto un altro mondo degustativo rispetto al precedente. Ritornando alle bionde, possiamo soffermarci sulle Saison, che con le loro note fiorite, speziate e fruttate nonché la loro freschezza e frizzantezza garantiscono un buon abbinamento con tutti i frutti di mare.

Sentori di fumo nel piatto e nel bicchiere

La **grigliata di pesce**, un grande classico del mare, a che birra la abbiniamo? Una Zwickl o Keller, cioè una birra non filtrata a bassa fermentazione, equilibrata e rinfrescante, può essere un ottimo accompagnamento. Bene anche la versione filtrata, cioè una bassa fermentazione come la Helles, a sua volta equilibrata, leggermente amara, morbida, beverina,



Una tartare di tonno si sposa perfettamente con un'IPA aromatica, dagli accentuati aromi di agrumi e frutta esotica

in grado di affiancare col suo gusto pulito un pesce poco condito. In particolare, un trancio di salmone alla piastra si accompagna bene a una profumata Weizen, sgrassante e con buona carbonazione. Un trancio di **tonno rosso appena scottato** lo possiamo accostare a una IPA o a un'APA con profumo deciso di agrumi e note aromatiche tropicali in grado di reggere il confronto e una leggera acidità per una degustazione perfetta. Sgombro e tonno alla griglia si abbinano anche a una Bock dalla dolcezza maltata.

Parliamo di **affumicature**. Se abbiamo un salmone affumicato, l'abbinamento speciale è con una Gueuze agrumata e acidula o, se vogliamo rimanere su un accostamento più morbido, una BlondAle, che con le sue note fruttate e

ABBINAMENTI SPECIALI

➤ POLPO E PATATE E INSALATA DI MARE

Ecco due ricette che uniscono componenti diverse: l'insalata di mare con polpo, seppie, gamberi e verdure varie, e il polpo con patate, che alla nota sapida marinara del polpo affianca una sensazione terrosa alla quale si aggiunge, di solito una spruzzata di limone e una spolverata di prezzemolo. In entrambi i casi, una **Blanche/Witbier**, delicata e rinfrescante va bene, ma anche una **Pils**, non invadente, ma con abbastanza carattere per esaltare, soprattutto per il polpo con patate, le sfumature del piatto.

➤ ZUPPA DI PESCE

Anche qui un piatto complesso, caratterizzato da pesci diversi, frutti di mare e crostacei a cui vengono uniti pomodoro, aglio e prezzemolo. Una **Blanche** agrumata e speziata fa al caso creando un bel contrasto. Sempre alla ricerca di un'adeguata speziatura, possiamo affidarci a una **Dubbel**, che dalla sua ha anche un'adeguata corposità.



ANCHE NO ALCOL

Il pesce può essere affiancato anche a birre analcoliche. Una **Lager 0,0%** accompagna molto bene crudi o preparazioni al vapore. Il bouquet aromatico e la struttura morbida delle analcoliche le rendono adatte ad accompagnare piatti delicati e leggeri.

BREVE VADEMECUM

- **Pesce crudo o al vapore:** Witbier, Pilsner, Kölsch
- **Pesce grigliato o arrosto:** Amber Ale, Bock, Saison
- **Pesce in umido o al pomodoro:** Doppelbock, Belgian Dubbel, Red Ale
- **Pesce con condimenti agrumati:** Gose, Berliner Weisse
- **Pesce con salse al pomodoro o piccanti:** Bock, Dunkel, Amber Lager

speziate è in grado di bilanciare l'affumicatura e la grassezza del pesce. Anche un'aringa si sposa molto bene alle birre appena indicate così come a una Pils, sgrassante e in contrasto con la sapidità del piatto, a una Rauchbier, che esalta l'affumicatura, o a una Doppelbock, in grado di reggere il gusto deciso di questa preparazione.

Tra umido e crostacei il tenore si alza

A fronte di ricette in umido, dobbiamo prevedere stili forti con corpi decisi come le Doppelbock, dagli aromi intensi e complessi, che non soccombono a fronte di sapori marcati. Reggono bene, oltre alle note maltate, quelle fruttate e speziate di una Pale Ale o di una Bock, la cui dolcezza fa da contrappunto all'acidità degli intingoli a base di pomodoro.

Crostacei

Parliamo di crostacei. Un abbinamento molto raffinato prevede l'**aragosta**, caratterizzata da una carne dolce e morbida con sentori marini ma non invadenti, con una Blond Ale,

leggera ma aromatica, che non copre queste sfumature, anzi le esalta grazie al suo profilo pulito e bilanciato. Con **gamberi e scampi**, niente di meglio delle Wit, freschissime e agrumate.



Non filtrata e a bassa fermentazione: una Zwickl o Keller, equilibrata e rinfrescante, può rivelarsi la scelta ottimale per un grande classico del mare come la grigliata

ATTENZIONE!

L'abbinamento pesce e birra può dare risultati straordinari, ma è anche terreno pieno di insidie. Abbinare pesci delicati (come **sogliola, orata, merluzzo e trota**) a IPA o birre molto luppolate è da evitare perché l'amaro del luppolo sovrasta il gusto del pesce e può accentuare note metalliche o amare in bocca. Anche abbinare un pesce delicato con birre forti come Tripel, Barley Wine e Quadrupel è un errore perché l'alcol annulla la finezza del pesce.



UN DOLCE RINASCIMENTO DUE VISIONI A CONFRONTO

di Lorena Bassis

La doppia intervista

- | La pasticceria italiana è in piena rivoluzione. Due giovani maestri
- | ne tracciano il futuro, come loro stessi lo stanno costruendo. Kabir Godi e Andrea
- | Tortora confrontano le loro filosofie per ridefinire il dolce contemporaneo

Il panorama della pasticceria italiana vive una fase di straordinaria effervescenza, plasmata da maestri che uniscono metodo rigoroso, minimalismo estetico e profonda cura per l'ingrediente primario. Linea Diretta ha messo a confronto due voci autorevoli di questo rinascimento: Kabir Godi e Andrea Tortora. Entrambi hanno affinato la loro arte nell'alta ristorazione, scegliendo poi percorsi distinti, ma convergenti sull'eccellenza. Godi bilancia l'emozionalità creativa con le esigenze di standardizzazione e logistica imposte dall'e-commerce. Tortora incarna la filosofia del meno ma meglio, focalizzandosi sul gusto e sul metodo appreso nelle grandi cucine. Dalle sfide tecniche dei grandi lievitati alla necessità di togliere piuttosto che aggiungere, emerge un comune denominatore: l'impegno a elevare la qualità e il significato della pasticceria contemporanea, delineando l'evoluzione del dolce italiano fra tradizione, audacia e incessante ricerca della perfezione.

KABIR GODI RIGORE E SENTIMENTO

Classe 1984, Kabir Godi è oggi una delle figure più luminose della nuova pasticceria italiana. Porta avanti una visione che fonde tecnica impeccabile, estetica essenziale e profonda

sensibilità per la materia prima, alla guida del **Cannavacciuolo Lab**. La sua formazione si è consolidata nelle migliori pasticcerie milanesi, dove ha acquisito la disciplina e la metodicità che caratterizzano il suo lavoro. L'incontro con lo chef Antonino Cannavacciuolo segna la svolta, ispirando una filosofia

pasticciera fatta di eleganza visiva e di un costante equilibrio fra tradizione e innovazione. Chiamato nel 2017 a guidare il laboratorio di Novara, lo ha reso in pochi anni un punto di riferimento nazionale. Nel 2024 ha ricevuto il prestigioso Premio Notte dei Maestri del Lievito Madre, entrando tra i Maestri APEI e nella lista dei Migliori Pasticcieri al Mondo. Oggi, Godi è responsabile della produzione, della selezione dei fornitori e della formazione del team. Ogni creazione che esce dal laboratorio porta la sua firma: un equilibrio raffinato tra tecnica, emozione e bellezza.

Qual è la sua filosofia sulla struttura del team di pasticceria? Come bilancia la necessità di creatività con l'esigenza di processi standardizzati e duplicabili?

La filosofia si basa sulla creazione di un ambiente sereno e sul mantenimento di un alto stimolo personale e collettivo. Questo è fondamentale per ridurre il turnover e valorizzare il know-how artigianale. Si ottiene delegando correttamente, sostituendo i rimproveri con spiegazioni costruttive, organizzando dialoghi collettivi e garantendo orari e retribuzioni adeguate. La creatività

viene incanalata attraverso l'assegnazione di temi ai diversi elementi del team, ma deve essere funzionale alla progettazione di prodotti che richiedono standardizzazione e duplicabilità.

I suoi grandi lievitati sono un ponte tra laboratorio ed e-commerce. Quali elementi di innovazione tecnica ha introdotto per garantire durata di conservazione e mantenimento delle proprietà organolettiche?

Un lievitato di qualità possiede intrinsecamente una buona *shelf-life* grazie al lievito madre sano, che funge da conservante naturale. Per prolungare l'umidità del prodotto, si utilizzano come supporto gli enzimi naturali di frumento disponibili in commercio, i quali rallentano il processo di asciugamento senza ricorrere a conservanti o additivi.

Avendo esperienza sia nella ristorazione stellata che nella produzione da vendita, quali sono le principali differenze di approccio nel concept e bilanciamento della ricetta? Quale campo pone le sfide tecniche più complesse?

Le differenze sono notevoli. Il pastic-

chiere da ristorazione ha un approccio creativo ed emotivo, simile a quello di un cuoco, gestendo l'organizzazione in funzione del lavorare d'anticipo e della finitura che deve durare pochi attimi prima del consumo. Il pasticcere di laboratorio è invece vincolato da ostacoli pratici che limitano l'estro, quali: conservazione, stoccaggio, stabilità, tempi di produzione, packaging, etichetta pulita e target di clientela. In sintesi, il pasticcere di ristorazione affronta sfide principalmente creative - l'idea -, mentre quello di laboratorio si confronta con sfide prevalentemente tecniche, ciò che segue l'idea.

Quali strategie di riutilizzo o trasformazione implementa nei protocolli operativi per minimizzare gli sprechi?

Nel laboratorio gli scarti sono ridotti al minimo. Quelli esistenti vengono gestiti in ottica di non spreco: ad esempio, i ritagli della viennoiserie vengono riutilizzati all'interno della stessa tipologia di prodotti. I prodotti che si avvicinano alla data di scadenza vengono devoluti in beneficenza ad associazioni.

Quale crede sia la direzione tecnica che sta prendendo il

CLICK!



Kabir Godi è oggi uno dei profili più autorevoli e stimati della scena dolciaria italiana. La svolta nella carriera dopo l'incontro con Cannavacciuolo

dessert nell'alta ristorazione moderna?

Nonostante l'importanza di aspetti tecnici come l'uso del vegetale, la riduzione degli zuccheri e il valore dei contrasti, la direzione primaria del dessert al piatto è la narrazione. Il dessert deve raccontare una storia o evocare una suggestione nel modo più convincente possibile.

Quali lacune formative riscontra nei giovani pastic-

cieri italiani e quali suggerimenti darebbe alle scuole professionali?

I giovani devono imparare il mestiere sul campo, attraverso la ripetizione dei gesti, come avveniva nelle generazioni precedenti. Le scuole non devono mirare a formare professionisti completi, ma a stimolare domande e alimentare la fame di crescere nel mondo del lavoro, anziché trasmettere la sazietà di chi crede di aver già appreso la professione.



Ogni creazione del Cannavacciolo Lab porta la firma di Godi ed è l'incontro perfetto tra rigore tecnico, emozione autentica e pura bellezza

ANDREA TORTORA IL SEGRETO È TOGLIERE

Andrea Tortora, classe 1986, è la quarta generazione di una famiglia di pasticciere. Dopo una formazione internazionale tra Parigi, Londra, Singapore e Venezia, la sua carriera ha raggiunto l'apice in Alta Badia, dove ha guidato la pasticceria del tristellato St. Hubertus di Norbert Niederkofler. Il suo linguaggio dolce, essenziale e potente, ha contribuito alla conquista della terza stella Michelin nel 2018. Riconosciuto come Pasticciere dell'Anno (*Gambero Rosso* e *Identità Golose*, 2017), nel 2020 lancia il progetto personale AT Pâtissier, che incarna la sua visione basata su ricerca, memoria e precisione, unite a un'estetica di equilibrio e leggerezza. Il suo motto è: meno ma meglio, ogni creazione è

sintesi di tempo, gesti e pensiero. Nonostante l'influenza decisiva degli anni con Niederkofler, l'insegnamento del suo primo maestro, Maurilio Giacomelli, rimane un riferimento fondamentale. Con **AT Pâtissier**, Tortora continua a offrire grandi lievitati d'autore eleganti e contemporanei.

Il suo mantra è la sottrazione: eliminare gli ingredienti superflui in nome dell'essenzialità. Quali elementi, considerati superflui, ha escluso per arrivare al suo target?

L'essenzialità è la cosa più difficile. La pasticceria moderna tende ad aggiungere, decorare, colorare e rendere artefatto con glasse, silicone, frutta esotica. La mia via è opposta: togliere piuttosto

che aggiungere. L'esempio dell'uovo di cioccolato graffiato, che svela la sua



Lo chef pâtissier Andrea Tortora guida l'evoluzione creativa di Cova (Milano)

vera materia eliminando la superficie brillante, è emblematico. Il mio obiettivo è svelare l'essenza piuttosto che mascherarla.

Lei ha un legame quasi affettivo con il suo lievito madre. Quali sono i protocolli di controllo che garantiscono la stabilità e la ripetibilità dei suoi lievitati?

Oltre a un protocollo di gestione rigoroso applicato al lievito madre, che è il motore degli impasti, sono fondamentali: metodo, immediatezza, ricerca gustativa, stagionalità, sostenibilità, freschezza e, soprattutto, una sensibilità intelligente nell'applicazione.

Cosa si è portato dietro dell'esperienza in un ristorante tre stelle Michelin e che applica quotidianamente nel suo lavoro?

Ho sempre preferito la cucina e i cuochi ai laboratori di pasticceria perché li trovo più liberi di pensiero, flessibili e meno competitivi. Le esperienze nelle grandi cucine europee – dal Bauer di Venezia dove fui *chef de partie* agli antipasti, a Parigi, Alto Adige, Londra e Singapore – mi hanno lasciato due elementi principali: il metodo, cioè

un'organizzazione severa che spazia dalla ricerca delle materie prime all'imposizione di rigore, rispetto e pulizia nel luogo di lavoro. E poi il gusto, mio chiodo fisso. A differenza di molti che si concentrano sull'estetica io ho un'ossessione per l'esperienza che accade in bocca e per i sapori.

Quanto influisce l'utilizzo di nuove tecnologie e macchinari sull'evoluzione dei suoi lievitati? L'automazione può compromettere l'artigianalità del processo?

La tecnologia è al nostro servizio. Se aiuta a rendere più facile, umano e sostenibile il nostro lavoro, non c'è motivo di rifiutarla a priori in nome di un'artigianalità fine a se stessa. Essere sostenibili include anche il rendere felici le persone che lavorano in azienda.

È difficile trovare personale specializzato? Come gestisce il suo team e come infonde il suo approccio?

Il team di AT Pâtissier è composto da 18 persone, provenienti da tutto il mondo, con il lavoro di squadra come requisito imprescindibile. È necessario creare percorsi formativi personalizzati

all'interno dell'azienda, includendo i collaboratori nei processi creativi e produttivi per promuovere una crescita personale e professionale. Bisogna tornare a far sognare le persone che lavorano in azienda.

C'è un dolce della tradizione che secondo lei necessita di essere rivisitato in chiave contemporanea, e in che modo?

La pasticceria da banco. Sarebbe bello tornare a degustare un cannoncino di pasta sfoglia appena caramellato, ancora caldo, farcito al momento con crema fresca.

Cosa porta di tutta la sua esperienza in questa nuova collaborazione con una realtà storica come Cova 1817?

Porto la visione di unire la forza della tradizione italiana a un pensiero contemporaneo che guarda avanti. Innovare è avere il coraggio di reinterpretare, rimanendo fedeli alle radici. In Cova, onoro la tradizione attraverso la sottrazione: togliere per arrivare all'essenza e dare massimo valore a gesto e ingrediente. Cova diventa così il luogo ideale per esprimere la mia filosofia di eleganza contemporanea.



Togliere per elevare. È questo il mantra di Andrea Tortora: un viaggio verso l'essenza, dove ogni ingrediente trova la sua massima valorizzazione

L'EQUILIBRIO FRA ESTETICA E SAPORE SECONDO ANTONINO MARESCA

Antonino Maresca, chef pasticciere sorrentino, classe 1975, con oltre 20 anni di esperienza internazionale, distilla la sua visione in *Materia Dolce. L'evoluzione della pasticceria tra tecniche, contaminazioni e innovazioni*. Il volume si candida a diventare un manuale fondamentale per chiunque operi nell'alta pasticceria da ristorazione, offrendo una **sintesi profonda tra storia, tecnica e prospettiva futura** con una filosofia chiara e intransigente: la pasticceria non è solo bellezza, ma equilibrio tra estetica e sapore: "Il gusto è il fondamento dell'arte dolce, significa capire quando è il momento di aggiungere e quando di togliere", afferma l'autore; il dessert non è un semplice fine pasto, ma un gran finale emotivo e memorabile che chiude l'esperienza gustativa del cliente.

Questa visione olistica, supportata da una preparazione tecnica impeccabile, lo ha portato a collaborare con giganti della gastronomia mondiale come **Iginio Massari, Pierre Hermé, Heston Blumenthal, Raimond Blanc e René Redzepi**. *Materia Dolce* non è solo teoria, ma un viaggio nella trasformazione professionale e nell'evoluzione del dessert da ristorazione dal 1990 a oggi. Il racconto si articola in quattro capitoli, ognuno dedicato a un decennio storico che ha ridefinito stili, tecniche e ingredienti:

- **1990-2000: la rivoluzione** della pasticceria
- **2001-2010: il tempo della consapevolezza**
- **2011-2020: il cambio di ruolo** del dessert
- **La visione del futuro: cosa mangeremo domani.**

Il valore aggiunto del volume sta nella concretezza: per ogni periodo storico, l'autore descrive il contesto, lo stile dominante, le tecniche innovative e gli ingredienti distintivi, con una selezione di ricette proprie. Queste preparazioni, tra cui spicca l'iconica **pastiera** (sia in versione tradizionale che destrutturata), dimostrano come le idee visionarie del Maestro si traducano in una semplicità ben congegnata. Nonostante l'autorevolezza e la costante attività di consulenza in tutto il mondo, Maresca è spesso descritto come un professionista timido, la cui forza risiede proprio nella duplice anima della sua ricerca: il profondo rispetto per la materia prima e la capacità di elevarla ad arte dolce attraverso l'innovazione. I professionisti sono spinti a guardare oltre, stimolati a comprendere la storia e le dinamiche che hanno elevato l'alta pasticceria a espressione culinaria. Il libro è così un fiore all'occhiello per **Trenta Editore** - fondato da **Barbara Carbone**, specializzato in cultura enogastronomica - per lo spessore che offre a livello tecnico e storico raccontando l'evoluzione della pasticceria.



Antonino Maresca
Materia Dolce – L'evoluzione della
 pasticceria tra tecniche,
 contaminazioni e innovazioni
 TrentaEditore
 pp 144 – 28 euro

Antonino Maresca e il suo Materia Dolce: tecnica impeccabile e rispetto per gli ingredienti



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



Il relax offerto da un resort di alta gamma è davvero impagabile. Ma il gestore dovrà vigilare perché ogni dettaglio sia funzionale e perfetto. Pena pesanti report di biasimo



NELL'OLIMPO DEGLI HOTEL OGNI PECCA È UN PECCATO

*di Isa Bonacchi**

Lamentele & Magagne

- | Un'imperfezione, una piccola "magagna" può capitare, ma sarebbe meglio di no.
- | Perché quel che indigna l'ospite dell'albergo di alta gamma e di alto prezzo è proprio la quisquilia che lo disturba, lo innervosisce e può assumere la dimensione di una catastrofe. Minuscole sviste a cui si può ovviare facilmente
- | prendendone atto. Basta mettersi nei panni del cliente e giocare d'anticipo

L'insegna è prestigiosa, la hall è elegante, tutto è predisposto perché l'ospite viva una vacanza perfetta ma... in camera qualcosa non va. Piccole cose, se vogliamo, però sufficienti a innescare lamentele poco piacevoli sia per chi le fa, sia per chi le riceve. E decisamente sgradevoli se poi si

tradurranno in giudizi negativi sulle piattaforme social. Eppure l'albergatore è sicuro della qualità della sua struttura perché curata negli arredi e nei materiali - sia essa un resort di gran respiro e chiara fama o un boutique-hotel pieno di charme -, in posizione gradevole e con personale gentile ed efficiente. È

convinto di avere pensato a tutto fin dall'inizio della stagione, eppure...

Parola d'ordine: **manutenzione**

Eppure non ha pensato - o si è dimenticato - di un qualcosa che purtroppo progredisce con il tempo: l'usura delle



Per garantire la perfetta funzionalità di congegni e impianti sono necessari un continuo controllo e una corretta manutenzione

cose, che fa spanare le viti, fulminare le lampadine, arrugginire i metalli, logorare tappeti e passatoie, spennacchiare le moquette e così via. L'unico antidoto al nervoso del cliente a cui rimane in mano la maniglia di una finestra si chiama manutenzione, composta da due elementi: controllo – continuo, attento, implacabile – e riparazione o sostituzione di quel che è rotto o non funziona: che deve essere immediata, completa e con mille scuse a chi l'ha segnalata.

Sembra una banalità, ma non lo è. La governante, che supervisiona il lavoro della cameriera ai piani, non dovrà per nessuna ragione dimenticare il controllo quotidiano delle possibili magagne: che le luci si accendano, rubinetti e doccia non perdano goccia a goccia, il phon funzioni, maniglie, chiavi, ante, sportelli e tapparelle facciano il loro dovere senza cigolii né inceppi in modo da scongiurare quei piccoli intoppi che, se vissuti a casa propria, possono irritare brevemente ma non indignare, mentre diventano indigeribili in una struttura aperta al pubblico, soprattutto se costosa.

Prevedere le manie piccole o grandi

Certo, il pubblico è eterogeneo, abitudinario e talvolta perfino maniacale. C'è per esempio chi non riesce a dormire se non legge diversi capitoli del suo thriller: si mette a letto beato, felice per la comodità del materasso (coperto da un morbido topper) e la perfetta consistenza dei guanciali, ma si accorge con disdetta che l'abat-jour – splendida, di alto artigianato – proietta il raggio luminoso sul soffitto ma non sul libro. C'è chi ha una vera dipendenza dal proprio smartphone, ma scopre che non può metterlo in carica appoggiandolo sul comodino, perché l'elettricista ha dimenticato di installarvi

una presa all'altezza adeguata, caspita che seccatura. C'è chi è freddoloso, si infila nella doccia anelando un bel getto di acqua calda ma prima deve scoprire come diamine si apra appunto il modernissimo rubinetto dell'acqua, e gli tocca armeggiare infreddolito sentendosi anche non abbastanza intelligente da poter accedere al design più attuale, salvo poi beccarsi uno scroscio gelido e improvviso dal grande "padellone" ultimo grido.

Sempre il tizio freddoloso sosterrà con odio i due-tre passi che lo separano dal telo da bagno o dall'accappatoio nel caso in cui gli stessi non siano predisposti a portata della mano di chi esce dalla doccia. A meno che, previdente, non li abbia attaccati lui stesso al gancio più vicino.

Attenzione, altro elemento di disturbo in caso di loro assenza sono proprio i ganci al muro. Chiamateli attaccapanni, o portabiti, o come volete, ma spesso proprio i bagni più sofisticati ne sono privi, forse perché vengono considerati dagli arredatori come appendici superflue e démodé che servono solo a forare lo splendido rivestimento di marmo, costringendo chi si spoglia a buttare per terra i propri indumenti. Manie? Certamente. Ma non ditelo alla signora che, volendo controllare la perfezione del suo outfit prima di uscire, scopre con disappunto che nell'arredamento della camera de luxe non è contemplata una specchiera total body.

Dalla grucciona al profumo tutto è perfezionabile

Ecco, le signore. Naturalmente capricciose ed esigenti, per prima cosa detestano l'assenza - clamorosa in Italia - del bidet



Fra le manie degli ospiti. poter caricare il proprio smartphone sul comodino. Guai se manca l'apposita presa



Elementi invisibili ma determinanti: gli odori. La camera deve sapere di pulizia e freschezza. Al bando i deodoranti aggressivi o eccessivamente dolciastri

di pulizia, di freschezza, magari di una delle fragranze “accoglienti” che gli esperti associano alla felicità: come, è risaputo, sono la vaniglia e la cannella. Ma deve essere una percezione sottile, un effluvio delicato che crea un’atmosfera di benessere diventando così uno degli elementi distintivi di quella camera, di quella struttura.

Non è cosa da poco se alcuni alberghi top del mondo hanno puntato a creare una propria identità olfattiva grazie a una fragranza unica, pensata esclusivamente per loro. Uno per tutti, il 5 stelle Faena Hotel di Buenos Aires, a Puerto Madero. Si è accolti da una nota olfattiva lieve ma paradisiaca, talmente esclusiva da non essere assolutamente in vendita nella sua formula originale, ma che può essere annusata solo lì.

La stessa cura deve valere a maggior ragione anche per lenzuola e asciugamani, dove l’ospite mette letteralmente il naso: attenti alla qualità dei detersivi che devono sì igienizzare alla perfezione, ma nel contempo evitare l’effetto-clinica, tipico del disinfettante implacabile ma tremendo per l’olfatto. È chiaro che anche con la massima

o almeno di un doccino, suo ammissibile succedaneo se non proprio all’altezza dei sistemi elettronici ammirati nelle toilette giapponesi del film *Perfect Days* di Wim Wenders. Sono proprio le signore, spesso, a trovare il cosiddetto pelo nell’uovo dove meno lo si aspetta. Non amano, per esempio, quei fondamentali accessori all’interno degli armadi - grucce o stampelle o appendiabiti che dir si voglia - oggi studiati in modo da essere antifurto: niente gancio per appenderli, ma una sorta di binario in cui infilarli con assoluta precisione. Non solo è scomodo ma molti – soprattutto molte - lo vivono come una manifesta dichiarazione di sospetto: “Caro cliente, potresti essere un ladro. Così impari”. Certo, un tempo le grucce erano di legno massiccio con il logo dell’hotel inciso – The Savoy, Crillon, Gritti Palace - e poteva (forse) avere un senso asportarne uno. Oggi invece ne esistono di belli ma anonimi, di plastica, e scoraggerebbero l’aspirante mariolo più accanito. Per l’albergatore, allora, non è meglio rischiare un furto poco probabile e irrisorio ma non penalizzare gli ospiti un tantino maldestri e molto inclini a offendersi?

C’è un altro elemento sottovalutato che può creare un disturbo - unisex - a chi è dotato di un odorato sensibile: il profumo dell’ambiente. Attenzione agli appositi deodoranti dolciastri o aggressivi che, seppur profusi con le migliori intenzioni, possono non essere graditi a tutti. La camera deve “sapere di buono”,



La biancheria da bagno e da letto deve essere impeccabile e delicatamente fragrante



Sembrano piccolezze: una doccia calda, l'intimità del bagno. La prima è deliziosa se il soffione (a sinistra) è perfettamente pulito. La seconda deve esser accompagnata da accessori funzionali, semplici da usare

buona volontà la perfezione non è sempre ottenibile, però l'albergatore gentile può, anzi deve provare ad aggiustare il tiro, senza stancarsi.

Per questo, chiedere all'ospite, prima che se ne vada, che cosa non ha gradito durante il soggiorno per poterglielo evitare alla

prossima visita ovviando all'inconveniente segnalato - per quanto quisquilta possa essere - è un ottimo sistema sia per mostrare la propria attenzione a chi ha scelto il nostro albergo per vivere le sue giornate piacevoli, sia per raggiungere a piccoli passi un livello di servizio davvero perfetto.

MA NEANCHE IL CLIENTE È COSÌ PERFETTO

Fra le pieghe dei grandi summit dedicati all'ospitalità - uno per tutti, lo storico **TTG Travel Experience**, ogni ottobre al Rimini Expo Center - in cui si presentano le grandi sfide della futura *hôtellerie*, serpeggiano ritratti non del tutto benevoli tracciati dai manager di hotel a proposito di alcuni tipi di ospiti. Che si distinguono per le pessime abitudini ricorrenti, addirittura di inciampo al lavoro dello staff. Asciugamani e accappatoi, per esempio: un codice ormai internazionale chiede di lasciarli sul pavimento del bagno nel caso se ne desideri il cambio, ma incredibilmente spesso vengono abbandonati in camera, dove capita, costringendo le cameriere a una sorta di caccia al tesoro. Addirittura perniciosi drink & food portati di straforo in camera con conseguente semina di briciole dalla moquette alle lenzuola. All'indice anche i clienti chiassosi, gli affamati che sottraggono di soppiatto le brioche dal buffet della prima colazione, quelli che chiedono e pretendono tutto e subito - addirittura un upgrading della camera - minacciando altrimenti recensioni negative, i più pericolosi. Purtroppo, anche negli hotel top di gamma approdano facoltosi maleducati. Tuttavia *noblesse oblige*: il manager non li affronterà mai platealmente, né di persona né online, ma studierà sempre il modo più fermo, educato e cortese, per neutralizzarli con grandissimo *savoir faire*.



ANNO NUOVO MANAGER NUOVI

di Paolo Pozzi

Osservatorio 1

- | Il mercato italiano dei viaggi deve aggiornarsi grazie a figure professionali
- | innovative che, oltre alle normali competenze, abbiano un'adeguata formazione
- | digitale per inserirsi e competere a 360 gradi, non solo nell'e-commerce.
- | Ecco le attività più apprezzate e richieste per ottimizzare l'offerta dei servizi

La mancanza di personale qualificato rappresenta oggi il principale limite allo sviluppo dell'enoturismo anche in Italia: lo dice il *Global Wine Tourism Report* redatto dalla **Hochschule Geisenheim University**, importante università tedesca di scienze applicate, rinomata a livello internazionale, focalizzata su viticoltura, orticoltura, paesaggio col-

tivato, agricoltura e nutrizione. Quello enologico è un settore particolare, ma indicativo delle tendenze e del più ampio comparto del turismo. E - nemmeno a dirlo - le figure professionali che mancano sono proprio quelle legate al digitale. D'altronde si sa che il 56% degli europei ha competenze digitali di base, quota che scende al 46% nel

caso degli italiani e cala ulteriormente al 36% nel Sud Italia.

Molti produttori agricoli e artigiani, insomma, eccellenti nella loro attività, non dispongono a volte delle conoscenze informatiche necessarie per aprirsi al mercato. La domanda di figure specializzate nel digitale comunque è in crescita costante anche nel comparto



Hall e reception comunicano subito al cliente il mood dell'hotel

alberghiero e ora il mercato del lavoro cerca di rispondere alla richiesta in modo adeguato anche con percorsi formativi che promuovono nuove figure professionali: per esempio, nel mercato del turismo, oltre alle competenze specifiche, devono essere in grado di **padroneggiare i canali digitali, il marketing e le regole dello storytelling**.

D'altronde il modo di scegliere, organizzare, viaggiare e fruire di un'esperienza turistica è cambiato moltissimo negli ultimi anni. Soprattutto dal Covid in poi, quando cioè non ci si poteva muovere da casa a causa del lockdown. Ecco allora una panoramica delle nuove figure professionali nel turismo secondo il Global Wine Tourism Report .

Online booking specialist

In un mondo dove oltre il 50% dei viaggi viene organizzato su Internet dai singoli utenti, l'online booking specialist è il massimo **esperto di e-commerce per il turismo** che evita qualsiasi seccatura al cliente. Il suo obiettivo è fare in modo che l'esperienza di acquisto online sia, sotto tutti i punti di vista, la più gradevole e proficua possibile. L'online booking specialist si occupa delle pratiche di viaggio e delle prenotazioni, del rapporto con i fornitori, dello scouting delle location, del monitoraggio dei pagamenti, delle scadenze e delle politiche di cancellazione. Tutte mansioni che rendono più corretta e agevole l'esperienza del viaggiatore.

Digital business analyst

Si sa che oggi uno dei principali motori dell'economia è diventato l'analisi dei dati. Questo vale anche per il turismo. Il digital business analyst è uno dei nuovi mestieri più ricercati – e non solo in ambito turistico - perché **si occupa di raccogliere e**

analizzare i dati e i risultati delle abitudini di consumo, dei trend di mercato e delle campagne marketing. Questa figura professionale è specializzata non solo nella raccolta e monitoraggio, ma anche nell'interpretazione di questi dati necessari a qualsiasi tipo di struttura e azienda per fare scelte corrette e ottenere risultati migliori. Per un tour operator, per un sito specializzato nella prenotazione di alloggi o per una catena di alberghi e per qualsiasi struttura ricettiva, i dati sono ormai essenziali per fare scelte di business strategiche, per profilare i clienti e le *buyer personas* (la rappresentazione semi-fittizia del cliente ideale, creata utilizzando dati reali e ricerche, ndr.), oltre che per fidelizzare e superare i competitor nell'offerta di pacchetti ed esperienze.

Travel influencer

In un'era dominata dai social media, il travel influencer è colui che sa raccontare il mondo, un viaggio, una location con immagini e story. Trasforma le proprie avventure in un racconto visivo coinvolgente ed emozionante. Attraverso foto, video e post creativi, influenza e ispira i suoi follower, **creando nuove tendenze di viaggio** e collaborando con aziende del settore. I content creator che funzionano di più e garantiscono maggiori risultati sono i **micro-influencer**, quelli cioè che hanno dai 20.000 ai 100.000 follower perché, essendo riconosciuti come esperti di un settore, hanno un'audience molto più fidelizzata e coinvolta rispetto alle celebrity.



Il destination manager si occupa di consulenze turistiche per diverse tipologie di azienda, creando offerte ad hoc verso territori specifici

Destination manager

Si tratta della figura deputata a promuovere un territorio specifico, spesso posto al di fuori dei grandi circuiti turistici. Il destination manager può occuparsi di consulenze turistiche per diverse tipologie di azienda e creare offerte ad hoc. L'obiettivo di questa figura professionale è valorizzare l'unicità, le ricchezze, i monumenti d'arte, le risorse e le peculiarità culturali, ambientali, enogastronomiche di un determinato luogo, di una città, di un comune o di una regione. Il destination manager **analizza** quindi ciò che costituisce **la potenziale attrattiva turistica di un'area geografica** e per farlo unisce competenze provenienti dal marketing, dalla comunicazione e dalla strategia commerciale.

Revenue manager

Affianca la funzione marketing e quella commerciale nella definizione delle strategie di prezzo e delle tariffe migliori per l'attività turistica, in modo da ottimizzare i ritorni economici. Con

le sue conoscenze e competenze, il revenue manager è in grado di **costruire una strategia tariffaria funzionale per i vari servizi offerti**, oltre a individuare e implementare i canali di vendita, aumentando la visibilità della struttura. Per attuare la migliore strategia, si occupa anche di ricerca del benchmark (punto di riferimento, *ndr.*), monitorando le tariffe e le strategie dei diretti concorrenti.

Travel designer

È l'architetto di esperienze di viaggio personalizzate, con una profonda conoscenza delle destinazioni, una spiccata vena creativa e un pizzico di concretezza. Il compito del travel designer è progettare viaggi su misura in base alle esplicite richieste dei clienti e ai bisogni espressi da ogni singolo viaggiatore. Le mete scelte vengono affiancate a una serie di attività che permettono al cliente di vivere appieno l'esperienza secondo i suoi interessi, che siano legati alla sostenibilità, alla spiritualità, all'inclusività, all'amore

per lo sport o per la cultura. Il travel designer, quindi, **progetta un'offerta dettagliata ed esclusiva** tailor made per i turisti e viaggiatori.

Community manager

Costruire legami virtuali per viaggi reali. Il community manager nel turismo gestisce le comunità online, creando **connessioni tra viaggiatori e promuovendo destinazioni o servizi**. È il ponte tra il mondo virtuale e quello reale, alimenta la passione per i viaggi attraverso la condivisione di esperienze e suggerimenti.

Deep walking trainer

Esplorare il benessere attraverso il camminare: è lo scopo del deep walking trainer. È piuttosto ricercato ed è **una professione in crescita**. È un esperto che combina l'amore per il viaggio con il benessere psicofisico, organizza escursioni guidate incentrate sulla mindfulness, offrendo un'esperienza unica che riconnette le persone con la natura e con se stesse.



Travel designer: viaggi su misura in base a esigenze specifiche, comprese quelle legate al wellness e alla spiritualità

BUON CIBO E BUON VINO: VE LO DICE L'ESPERTO SMART

di Paolo Pozzi

Osservatorio 2

- | Anche l'enogastronomia oggi si appoggia al digitale per ottimizzare
- | l'accoglienza turistica di un'azienda o di un territorio, aumentandone i ricavi.
- | È il mezzo più importante per valorizzare realtà complesse
- | e ricche di potenzialità, creando sinergie ad ampio raggio, positive per tutti

Le nuove professioni, in questo caso, sono descritte nel *Libro Bianco sulle professioni del turismo enogastronomico* redatto dall'**Associazione italiana turismo enogastronomico** in collaborazione con il Center for Higher Education and Youth Employability dell'**Università degli Studi di Bergamo**. Il futuro dell'enogastronomia, d'altronde, passa anche da una rete di supporto territoriale che abbia consulenti condivisi messi a disposizione da consorzi e associazioni.

Ecco, quindi, i digital coach per agriturismi, cantine e caseifici, che aiutano a ottimizzare schede e storytelling online. Oppure c'è il **product manager per il turismo enogastronomico**. Si tratta di una figura chiave da inserire non nelle realtà produttive, bensì nelle Dmo (Destination Management Organization) o nei consorzi. A questo professionista del turismo è affidato il compito di attivare, nel territorio di appartenenza, le necessarie sinergie per sviluppare il prodotto del turismo enogastronomico locale. Dovrà quindi realizzare quelle condizioni indispensabili per favorire lo sviluppo e l'offerta di esperienze e per mettere in rete le imprese, affinché il turista enogastronomico possa essere accolto e coccolato in tutte le fasi del viaggio, il cosiddetto *customer journey*.

Troviamo ad esempio oggi dei product manager nella Dmo della Val di Chiana senese, in Promoturismo FVG, in Trentino Marketing, nel Consorzio del Parmigiano. Un processo cruciale per lo sviluppo del turismo delle aziende produttrici come le cantine, i frantoi e i caseifici è l'**hospitality management**. Nelle microimprese è la proprietà stessa a gestire direttamente questa funzione nel 73% dei casi, con figure operative spesso impiegate part-time e non dedicate in modo esclusivo al turismo. Anche nelle realtà di dimensioni maggiori prevale la gestione diretta (62% nelle imprese con 1.001–5.000 visitatori annui e 57% in quelle con oltre 5.000), ma cresce la quota di aziende che si affidano a professionisti specializzati.

Interessante la figura del **consulente di turismo enogastronomico**, un professionista indipendente o un collaboratore di Dmo o consorzi che può supportare le imprese nella strutturazione dell'esperienza e nella gestione di tutte le fasi del processo turistico, dal Crm al revenue management alla ven-



Il cibo è sempre più strategico, a tutte le ore del giorno

dita multicanale. Per l'imprenditore agricolo, con competenze sulla parte produttiva, questa parte può essere più ostica. È una figura innovativa ma che sarà fondamentale in un settore che con l'intelligenza artificiale è in profondo cambiamento. Come si ha la consulenza dell'enologo, si può avere la consulenza di un esperto che aiuta ad ottimizzare il processo a chiamata. Trentino Marketing e l'Atl delle Langhe hanno già attivato questo tipo di supporto per le proprie imprese. L'altro profilo fondamentale è quello del **curatore di esperienze enogastronomiche**. È stata pensata come una figura di supporto alle aziende produttive in momenti chiave delle attività stagionali, come la vendemmia o la raccolta delle olive. I suoi compiti sono: l'organizzazione di esperienze enogastronomiche da realizzare quando l'imprenditore e il suo staff sono impegnati in attività produttive, la creazione e la conduzione di itinerari turistici integrati tra realtà produttive o food-tour urbani, l'accompagnamento nelle differenti esperienze, distinguendosi per la specificità della sua competenza nel settore enogastronomico.

REGISTRATI SUBITO SU WWW.CC-CASH.IT

- ▶ CLICCA nella sezione "registrati"
- ▶ INSERISCI i dati della tua tessera
- ▶ CONFERMA la tua registrazione
- ▶ ACCEDI A MY C+C

POCHE E SEMPLICI MOSSE PER ENTRARE
IN UN MONDO DI VANTAGGI ESCLUSIVI
DEDICATO AI PROFESSIONISTI COME TE!

CLICK!



Scoprirai il Punto Vendita più vicino a te e le migliori promozioni online! Scopri tutta la nostra professionalità anche online con più approfondimenti pensati per le tue esigenze, tante novità e più informazioni su tutti i nostri prodotti a marchio Su e Vanto! **C+C Cash and Carry. Professionisti al servizio della qualità.**

Seguici su

