

# Birra dell'anno, quattro le bergamasche sul podio

Sfilano tutte insieme le quattro birre bergamasche premiate al concorso "Birra dell'anno", prestigioso riconoscimento promosso da Unionbirrai andato in scena nel corso di Beer Attraction alla Fiera di Rimini. L'idea di festeggiare le performance del movimento artigianale orobico si deve alla Compagnia del Luppolo che giovedì 26 marzo organizza a "The Dome" di Nembro una serata dedicata. Si potranno degustare, quindi, la SunFlower del Birrificio Valcavallina di Endine Gaiano, primo premio nella categoria «Chiare, alta fermentazione, basso grado alcolico, "Golden Ale"», che la conferma birra bergamasca tra le più vincenti, se non la più titolata, nel corso degli anni, e la nuova Darkside dello stesso produttore, terza classificata nella sezione «Affumicate, alta e bassa fermentazione». E ancora la Caliban dell'Endorama di Grassobbio, terzo posto tra le «Chiare, alta fermentazione, alto grado alcolico, di ispirazione belga» e la Camoz del Birrificio Via Priula di San Pellegrino terza tra le «Scure, alta e bassa fermentazione, alto grado alcolico di ispirazione angloamericana». Il titolo di Birrificio dell'anno è andato a Birra del Borgo di Borgorose nel reatino, che ha visto premiate cinque delle sette birre presentate al concorso.

Alla serata saranno presenti i birrai Renato Carro (Valcavallina), Simone Casiraghi (Endorama) e Giovanni Fumagalli (Via Priula). Al costo di 15 euro sarà possibile degustare tutte le birre fino ad esaurimento delle scorte. Compreso nel prezzo sarà offerto un assaggio di Barleyfùs, il Barleywine (birra ad alta fermentazione di origine britannica, chiamata così perché si può paragonare ad un vino per i sapori e l'elevato tasso alcolico) realizzato dal Birrificio Endorama per la Compagnia del Luppolo, ormai giunto a piena

maturazione, che ha ottenuto la menzione d'onore nella sua categoria sempre a "Birra dell'anno 2015".



## **Ecco la scheda delle quattro birre vincenti**

### **Sun Flower – Golden Ale**

Birra di colore oro carico, schiuma a bolle fini, con buona compattezza, aderenza e persistenza. Al naso ha un bouquet molto gradevole che denota, accostato ad un miele leggerissimo, una buona componente agrumata, di frutta tropicale, mango e pesca. In bocca è di corpo leggero, amara e aromatica da luppolo che porta ancora note agrumate, di frutta tropicale di luppolo in fiore ed erbacee con finale secco

### **Dark Side – Smoked Porter**

Birra ispirata alle Smoked Porter britanniche. Si presenta di colore bruno scuro con riflessi rubini. Schiuma abbondante con bolle fini, compatta e cremosa con buona aderenza e persistenza. Al naso è intensa con buona complessità caratterizzata da una nota affumicata e tostata, seguita da note di caffè e cioccolato. In bocca ha la giusta frizzantezza, corpo rotondo, ritroviamo note affumicate, di caffè e cioccolato/cacao. Il finale è piuttosto secco e pulito.

### **Caliban**

Ispirata alle belghe Tripel. 8,5% vol, caratterizzata dagli aromi fruttati e speziati dal lavoro del lievito. Insidiosa nonostante il suo aspetto innocente.

Disponibile a novembre-dicembre e maggio-giugno. Prodotta in collaborazione con la libreria SpazioTerzoMondo.

## Càmoz

Birra scura forte, complessa: al gusto rivela generosamente aromi di caffè e cioccolato dati dai malti e intense note agrumate dovute a uno speciale luppolo americano, il Cascade. Prodotta ad alta fermentazione, non pastorizzata, non filtrata. Non rifermentata. Imperial Stout – scura – alc. 8,5% – 19,2 plato – IBU 95

Per le modalità di partecipazione alla serata [www.lacompagniadelluppolo.org](http://www.lacompagniadelluppolo.org)

---

# “Palma il Vecchio”, l'inaugurazione coi finger food di Trentacineuro.it



Nei giorni scorsi, nella sala dei Giuristi del palazzo della Ragione, in Città Alta, l'Amministrazione comunale ha organizzato un rinfresco in collaborazione con il gruppo di ristoratori Trentacineuro.it per inaugurare la mostra “Palma

il Vecchio, lo sguardo della bellezza”. E' stato predisposto un ricco buffet di finger food studiati apposti per valorizzare i prodotti tipici del territorio orobico, soprattutto quelli dei luoghi del Palma. Per fare qualche esempio sono state proposte: Praline di formaggio Branzi, timo e pane, Agrì di Valtorta con cuore di mirtillo e sfogliatine di mais croccante, Savarin di Strachitunt al profumo di miele ed ancora Stracchino all'antica servito in carrozza. Le

aziende Latteria di Branzi e l'Azienda agricola Caminella hanno contribuito alla riuscita della serata proponendo i loro prodotti. In questi ultimi tempi si stanno creando delle interessanti sinergie per il gruppo Trentacinqueuro.it. Oltre alla consolidata collaborazione con l'Ascom di Bergamo, l'iniziativa con l'Amministrazione comunale contribuisce ad implementare le relazioni del gruppo di ristoratori al fine di migliorare la propria visibilità all'interno delle istituzioni.

---

## **Olio d'oliva, crollano gli acquisti. In calo anche frutta e verdura**



La crisi ha tagliato i consumi alimentari ma ha anche profondamente modificato le abitudini degli italiani che sono stati costretti a dire addio ai prodotti base della dieta mediterranea dall'olio al vino, dall'ortofrutta alla pasta fino al pane, sceso al minimo storico dall'unità d'Italia. Per

quest'anno comunque è attesa una ripresa dopo che gli acquisti alimentari hanno toccato il fondo nel 2014 tornando indietro di oltre 33 anni sui livelli minimi del 1981. Ad analizzare la spending review degli italiani nel carrello della spesa a partire dal 2008 è la Coldiretti. Il crollo più pesante – sottolinea – si è avuto per l'olio di oliva, con acquisti in calo del 25% e consumi a persona scesi nel 2014 a 9,2 chili

all'anno, dietro la Spagna 10,4 chili e la Grecia che con 16,3 chili domina la classifica. Il vino è calato del 19% con consumi che si aggirano attorno ai 20 milioni di ettolitri. Molto preoccupante è la situazione per la frutta e verdura fresca poiché, per effetto di un calo del 7%, i consumi per persona si sono fermati a poco più di 130 chili all'anno, che equivalgono a non più di 360 grammi al giorno rispetto ai 400 grammi consigliati dall'organizzazione mondiale della Sanità. Ma soprattutto – precisa la Coldiretti – in Italia solo il 18% della popolazione di età superiore a 3 anni consuma almeno 4 porzioni di frutta e verdura al giorno. In calo il consumo di pasta anche se gli italiani restano i maggiori consumatori con circa 26 kg all'anno a persona, che è 3 volte il consumo di uno statunitense, di un greco o di un francese, 5 volte quello di un tedesco o di uno spagnolo e 16 volte quello di un giapponese. Non è però mai stato così basso il consumo di pane che, dall'inizio della crisi è praticamente dimezzato, scendendo nel 2014 al minimo storico con circa 90 grammi, pari a meno di due fettine di pane al giorno (o due rosette piccole) a persona

Pane, pasta, pesce, frutta, verdura, extravergine e il tradizionale bicchiere di vino consumati a tavola in pasti regolari si sono dimostrati – precisa la Coldiretti – un elisir di lunga vita per gli italiani, che fino ad ora si sono classificati tra i più longevi del mondo con una vita media che ha raggiunto i 79,8 anni per gli uomini e gli 84,8 per le donne. Ma la situazione potrebbe cambiare in futuro anche per colpa del cambiamento degli stili alimentari soprattutto nelle giovani generazioni con quasi 1/3 (30,8%) dei bambini che sono obesi o in sovrappeso. In particolare – sottolinea la Coldiretti – i bambini in sovrappeso sono il 20,9% mentre quelli obesi sono il 9,8% sulla base del campione di età compresa 8-9 anni nelle scuole primarie dell'indagine «Okkio alla Salute» promossa dal ministero della Salute. A pesare sono le cattive abitudini con l'8% dei bambini che salta la prima colazione e il 31% che la fa non adeguata, ma anche con

il 41% che assume abitualmente bevande zuccherate e gassate mentre solo il 25% dei genitori dichiara che i propri figli non consumano quotidianamente frutta e verdura. Per «formare dei consumatori consapevoli sui principi della sana alimentazione e della stagionalità dei prodotti e valorizzare i fondamenti della dieta mediterranea, ricostruendo il legame che unisce i prodotti dell'agricoltura con i cibi consumati ogni giorno», la Coldiretti ricorda il proprio impegno nel progetto «Educazione alla Campagna Amica» che coinvolge oltre centomila alunni delle scuole elementari e medie in tutta Italia in oltre tremila lezioni in programma nelle fattorie didattiche e negli oltre cinquemila laboratori del gusto organizzati nelle aziende agricole e in classe.

---

## Vini, ecco la Top 100 di Luca Gardini



Di guide dei migliori vini al mondo ce ne sono. Quella che uscirà domani in allegato con la Gazzetta dello Sport è però made in Italy, stilata da Luca Gardini, sommelier “campione del mondo nel 2010”, che cura già da quattro anni la sua top 100 e che in virtù della sua collaborazione con il quotidiano sportivo – con la rubrica “Sorseggiando” sulla pagina “Gazza Golosa” del venerdì – viene ora proposta in abbinata,

Con oltre 40 vini, l'Italia è la più rappresentata, poi – secondo quanto anticipato da La prima di Wine News .it – c'è tanta Francia, ma anche Australia, Argentina, Libano, Sud

Africa, Usa, Brasile, Siria e Regno Unito.

## **Ecco le prime dieci posizioni della classifica Gardini-Gazzetta**

- 1. Trimbach Clos St Hune 2009 (Francia),**
- 2. Chateau Léoville Las-Cases 2012 (Francia)**
- 3. Casanova di Neri Brunello di Montalcino  
Tenuta Nuova 2010**
- 4. Egon Muller Scharzhofberger Riesling Auslese  
gold kapsel 2013 (Germania)**
- 5. Giuseppe Mascarello & figlio Barolo Monprivato  
2010**
- 6. Dominus Estate Napa Valley 2011 (Usa)**
- 7. Pol Roger Champagne Cuvée Winston Churchill 2002  
(Francia)**
- 8. Chateau du Beaucastel Chateauneuf du Pape Hommage  
à Jacques Perrin 2012 (Francia)**
- 9. Paul & Marie Jacqueson Rully 1er cru La Pucelle  
2013 (Francia)**
- 10. Tenuta Sette Ponti Oreno 2012**

La "Top 100" viene realizzata degustando alla cieca i vini, divisi per tipologie, prendendo in considerazione le ultime annate che entrano in commercio. Tante, come detto, le cantine italiane in classifica: Casanova di Neri, Giuseppe Mascarello & Figlio, Sette Ponti, Dal Forno, Luciano Sandrone, Marisa Cuomo, Vietti, Tenuta San Guido, Le Potazzine, Sottimano,

Ettore Germano, Argiolas, Podversic, Ciacci Piccolomini, Polvanera, Barone Ricasoli, La Cerbaiola-Salvioni, Marroneto, Le Piane, Giacomo Conterno, Palari, Ar.Pe.Pe, Valentini, Castello del Terriccio, Tenuta dell'Ornellaia, Tramin, Montenidoli, De Bartoli, Fattoria di Fiorano Fiorano, Massolino, Mazzei, Cortaccia, Cantine Ferrari, Chiappini, Elvio Cogno, Caparra e Siciliani, Di Prisco, Palladino, Marchesi Antinori, Ca' del Bosco, Ronco del Gelso e Paltrinieri

---

## **Expo, scintille tra la Regione e il Consorzio Valcalepio**



“Quando Emanuele Medolago Albani critica la Regione sulla scelta di valorizzare il Padiglione Lombardia, come richiesto dal sistema agroalimentare territoriale, parla a titolo personale, per conto del Consorzio di tutela dei vini della Valcalepio o di quali altri Consorzi vinicoli?”. Se lo chiede l'assessore all'Agricoltura della Lombardia Gianni Fava che al presidente del Consorzio bergamasco, Medolago Albani, spiega la posizione di Palazzo Lombardia in tema di

Expo. Medolago Albani, sulle colonne dell'Eco, aveva lamentato la scelta della Regione di concentrare i vini lombardi – e dunque anche il Valcalepio – nel Padiglione Lombardia e non nel Padiglione Vino Italia, con il conseguente rischio di rimanere penalizzati in termini di visibilità. “Chi è



interessato al vino – ha polemizzato Medolago Albani – andrà direttamente al Padiglione tematico e lì non troverà i vini della regione che ospita l'Expo”

“Regione Lombardia – ha ribattuto Fava – ha ricevuto dalle aziende lombarde la richiesta di rimanere all'interno del Padiglione Lombardia per tre motivi: innanzitutto perché siamo l'unica Regione che ha un padiglione autonomo, che di per sé è motivo di grande visibilità in una manifestazione come Expo. In secondo luogo, perché i produttori di vino volevano partecipare dell'offerta complessiva dell'agroalimentare regionale; in terzo luogo, perché avrebbero potuto contare su spazi gratuiti”. L'assessore Fava precisa: “La nostra scelta non è assolutamente contro il Padiglione del Vino, contro il ministero delle Politiche agricole o contro Vinaly, che ne sono i responsabili organizzativi. Se i Consorzi lombardi ritengono di aderire al Padiglione del Vino sono più che liberi di farlo, ma Emanuele Medolago Albani mi dovrà spiegare per quale motivo Regione Lombardia dovrebbe pagare per degli spazi che, unica Regione, già ha”.

---

**InGruppo fa centro. In fiera serviti oltre 9mila piatti**



Tutti in... INGRUPPO! Un grande successo è stata la serata organizzata martedì dai 16 chef stellati della nostra provincia nei saloni della Fiera di Bergamo. 9 mila piatti golosi sono stati serviti nelle 16 postazioni predisposte da tutti i ristoratori presenti con i loro collaboratori. Ben 820 i bicchieri utilizzati per degustare le 500 bottiglie offerte dall'associazione dei produttori Sette Terre. Oltre 800 i partecipanti, che hanno potuto degustare le deliziose proposte gastronomiche, dagli antipasti ai dessert. Un evento dove non è certo mancata la solidarietà. Il ricavato, infatti, al netto dei costi, che sarà ufficializzato nei prossimi giorni, andrà a supportare il progetto promosso dal Rotary Club Bergamo per

sostenere la realizzazione della Casa del bambino della “Paolo Belli”. Durante la festa non è mancato l'intrattenimento musicale con il concerto live della Bb-band. Con questa iniziativa i ristoratori di INGRUPPO hanno dato il via alla promozione che durerà durante per tutto il periodo dell'EXPO. (foto Ciak Sposi)

---

## **Barman in fuga dall'Aibes. Il bergamasco Colombo: «Non ci sentivamo più rappresentati»**

Il bergamasco Fiorenzo Colombo tra i 40 barman che hanno detto addio all'Aibes. Ora al lavoro con Abi Professional: «In primo piano la professionalità»

---

## **Gelatieri, dal Co.gel corso gratuito sulla gestione del punto vendita**



Il Comitato gelatieri bergamaschi dell'Ascom offre ai propri associati un corso di aggiornamento dedicato alla gestione del punto vendita. Realizzato in collaborazione con Mec 3, si terrà lunedì 16 marzo

alle 13.30 nella sede di Iceberg, concessionario Carpigiani in via Pandini 6 a Bergamo. L'incontro punta i riflettori sul rapporto con i clienti con un programma che partendo da una panoramica sui prodotti e i bisogni, affronterà la gestione del magazzino, le iniziative di fidelizzazione e le promozioni e come coltivare le relazioni fino alla simulazione della gestione del reclamo. Per gli iscritti al Comitato il corso è gratuito, per i non associati il costo di partecipazione è di 50 euro. I posti disponibili sono 30, le iscrizioni si chiuderanno al raggiungimento del numero massimo. Per confermare la presenza occorre inviare un'e-mail all'indirizzo [cogel@ascombg.it](mailto:cogel@ascombg.it) o telefonare al numero 035 213030.

---

## **Cracco: “Sono uno chef ammirato. Eppure a scuola non ero tra i più bravi”**



Intervenuto alla Fiera del libro a Calusco d'Adda per presentare il suo volume “Dire, fare, brasare”, edito da Rizzoli, Carlo Cracco, chef televisivo giudice a Masterchef ha offerto la sua ricetta per vivere bene

la tavola: “Dobbiamo mangiare meglio, formare i ragazzi già nelle scuole, spiegando loro cosa ci sia dietro a un piatto. Tutti sanno che una melanzana è più buona se gustata nella sua stagione, ma bisogna considerare anche di chi lavora nelle serre. Sono tanti, insomma, gli aspetti legati all'alimentazione”.

“La cucina – ha aggiunto – è come il calcio, appassiona. Ognuno sceglie il suo giocatore, tifa e si va anche oltre”. Gli ingredienti per diventare un grande chef ? “Forza di volontà, umiltà e capacità di sacrificio. A scuola non ero certo uno dei più bravi, mi sono iscritto all'istituto alberghiero senza provenire da una famiglia di ristoratori né conoscere la differenza tra fare il pasticciere, il panettiere o il barman. L'ho capita a 15 anni, stando ai fornelli, che la pratica conta molto di più dello studio”.

---

## **La patata di Martinengo “diventa” anche digitale**



E' una piccola produzione di nicchia, di grande qualità e legata a un preciso territorio della provincia bergamasca, ma grazie alle potenzialità della rete è facilmente reperibile da tutti. La pregiata Patata di Martinengo infatti non conosce confini e sta raggiungendo ogni parte d'Italia. Le richieste arrivano tramite web, grazie al canale di e-commerce avviato dall'Azienda agricola Gatti di Martinengo.

“Poiché grazie al nostro sito Internet ci pervenivano molte richieste anche da fuori provincia – spiega Franco Gatti, titolare dell’azienda con le cugine Maria Grazia e Gabriella – abbiamo deciso di sperimentare questa modalità di vendita, sfruttando le nuove tecnologie informatiche. I risultati non sono tardati ad arrivare. Abbiamo mandato le nostre patate praticamente in tutte le regioni, anche in Sicilia e Sardegna. C’è grande interesse per la Patata di Martinengo con il marchio DE.CO. (Denominazione Comunale) ma anche per la Viola del benessere, che con il suo colore particolare suscita molta curiosità”.

Expo è ormai imminente e il mondo agricolo si sta attivando per farsi conoscere e presentarsi con tutte le sue eccellenze, anche di nicchia, ai numerosi visitatori che arriveranno nel nostro Paese.

La Patata di Martinengo, dopo essere stata dimentica per molto tempo, sta ora vivendo un momento di forte rilancio. Attualmente sono 5 le aziende che la coltivano con una produzione annua di circa 2.500 quintali.

*“Abbiamo iniziato alcuni anni fa riproporre questa varietà di patata strettamente legata alla realtà del comune dove risediamo – precisa Gatti – e subito abbiamo riscosso non solo il consenso dei consumatori ma anche del mondo dell’enogastronomia, che l’ha eletta da subito protagonista tra i fornelli, favorendone la conoscenza. L’avvio del canale e-commerce ha rappresentato un ulteriore tassello del progetto messo in campo dalla nostra azienda per ampliare il nostro panorama produttivo”.*

Da recenti dati del Censis si evince che la spesa alimentare sulla Rete cresce in controtendenza alla crisi che ha provocato un drastico crollo nei consumi. Un trend in costante ascesa, anche in prospettiva, se si considera che quasi un terzo del totale di chi sceglie la Rete per comperare prodotti alimentari (2,4 milioni di persone) ha un’età compresa tra i

18 e i 34 anni.

“La vendita tramite Internet non è ancora molto diffusa tra le imprese agricole – sottolinea Coldiretti Bergamo – ma è certamente un’opportunità interessante da esplorare, in quanto permette a chi vende di raggiungere nuovi mercati e a chi compra di gustare a casa le tante specialità dei vari territori italiani senza doversi spostare”.

Nonostante la vendita di alimentari sul web presenti ancora alcuni elementi di perplessità, come la preoccupazione per la sicurezza di effettuare pagamenti su Internet, fino alla conservabilità dei alimenti in vendita e ai timori di vedersi recapitare prodotti con caratteristiche diverse da quelli scelti (problema facilmente superabile con l’invio di campioni prova), le opportunità sono molto interessanti.

“Internet con tutte le sue applicazioni – conclude Coldiretti Bergamo – si sta rivelando utilissimo. A reinterpretare l’agricoltura tradizionale nell’era digitale sono soprattutto i giovani, che grazie alle loro conoscenze informatiche, ma anche alla diffusione di nuovi strumenti come smartphone e tablet, stanno dando vita a una filiera corta “telematica”. Con Expo alle porte ci auguriamo che grazie a questa nuova tendenza si possa creare un legame anche con i tanti visitatori che dopo essere stati all’Esposizione Universale torneranno nei proprio luoghi di residenza con la possibilità però di mantenere un filo diretto con il territorio che li ha ospitati. Proprio con questa finalità abbiamo creato il portale [www.bergamoexpo.it](http://www.bergamoexpo.it) che oltre alle Patate di Martinengo promuove altre prelibatezze della nostra agricoltura e l’ospitalità agrituristica”.

