

# **Pasticcini o piatti salati? Gotti lascia di stucco i piccoli MasterChef**

Le creazioni “ingannevoli” dello chef bergamasco, ospite della trasmissione, hanno dato lo spunto per la sfida tra i giovani concorrenti

---

# **Con l'Accademia del Gusto viaggio tra le cucine d'Oriente**

Il 22 giugno la prima delle tre visite tematiche ad Expo rivolte ai professionisti della ristorazione e agli appassionati. Si incontreranno tecniche, prodotti e piatti di Giappone, Corea, Oman, Thailandia, senza dimenticare il cluster delle spezie

---

# **Il ristorante a casa? «Un'attività economica**

# **soggetta a regole»**

Parere del ministero dello Sviluppo economico sul fenomeno dell'home restaurant. «Necessario presentare la Scia in Comune»

---

## **Ingruppo, donati 16.500 euro alla Casa del Bambino**

Consegnata la somma raccolta con la cena benefica promossa in fiera dai 16 ristoratori del circuito. Sosterrà la creazione di una struttura del centro di ospitalità e formazione della Paolo Belli

---

## **Lombardia, un'app fa da guida sulle 12 Strade del Vino**

A portata di smartphone e tablet le informazioni per muoversi tra cantine, aziende agricole, agriturismo, enoteche, osterie e strutture ricettive, paesaggi, arte, storia e cultura. C'è anche la Valcalepio

---

# I grandi chef da bambini? Ecco cosa mangiavano

Chicco Cerea sputò la sua prima ostrica e Roberto Proto, oggi specialista del pesce, da piccolo non lo voleva nemmeno provare. Conquistati dalle ricette di famiglia Enrico Bartolini e Daniel Facen. Così si è formato il palato di alcuni maestri della nostra cucina

---

## Se fast food e “stelle” lavorano insieme



La ristorazione stellata e il fast food. Due pianeti diversi quanto a proposta e stile di consumo si trovano a lavorare fianco a fianco nel Direttivo della Fipe, la federazione dei pubblici esercizi del sistema Confcommercio. Il presidente

Lino Enrico Stoppani ha infatti chiamato a far parte dell'organismo Antonio Santini, titolare del tristellato ristorante Il Pescatore di Canneto sull'Oglio, e Roberto Masi, amministratore delegato di McDonald's Italia, «per apportare alla Federazione le competenze, la capacità e le best practice di due settori differenti e complementari nel sistema della ristorazione e della gestione dei pubblici esercizi».

«Ho caldeggiato personalmente l'ingresso di Santini e Masi in Consiglio, che ha accettato all'unanimità, perché l'esperienza e il contributo che porteranno sarà di grande importanza per

le sfide che attendono i pubblici esercizi – ha evidenziato Stoppani -. Entrambi rappresentano due componenti fondamentali e caratteristiche del mondo della ristorazione italiana. Da un lato Santini è uno dei più brillanti e storici esponenti della profonda cultura della ristorazione che dimostra di saper coniugare nel tempo capacità imprenditoriale, qualità, innovazione. Una storia di imprenditoria familiare legata al territorio. Masi è invece il brillante giovane manager di un'importante catena internazionale della ristorazione che ha saputo inserirsi e integrarsi nel nostro Paese portando un modello di business innovativo e rispondendo alle esigenze sempre crescenti e variegate dei consumatori italiani. È importante che anime così diverse, ma al tempo stesso così significative, trovino nella Federazione un punto comune di sintesi».

Antonio Santini (1953) è l'erede e il continuatore di una bellissima storia di famiglia iniziata nel 1925 con una piccola osteria sulle rive di un laghetto. È stato proprio lui, dopo la laurea in Scienze Politiche, a dare una svolta importante all'attività portando rapidamente il ristorante a raggiungere livelli qualitativi e organizzativi tali da meritarsi riconoscimenti e fama ben oltre i confini nazionali.

Roberto Masi (1964) è Amministratore Delegato di McDonald's Italia dal 2008. Laureato in Business Administration presso la University of Hartford, nel corso della sua carriera professionale ha maturato una considerevole esperienza aziendale in diverse aree funzionali, iniziando nel business di famiglia, nel settore retail e, successivamente, svolgendo l'attività di Auditor presso PricewaterhouseCoopers. Sempre nel settore retail, ha rivestito i maggiori ruoli manageriali nel gruppo Carrefour.

---

# Pasqua al ristorante, previsioni al ribasso



Flessione in vista per la clientela dei ristoranti nei giorni di Pasqua. È quanto emerge dall'indagine condotta dal Centro Studi della Fipe – Federazione Italiana Pubblici Esercizi analizzando i risultati dell'indagine promossa sui locali italiani. Nel giorno di Pasqua si prospetta in particolare un calo delle presenze dell'11%, mentre per il giorno successivo, solitamente deputato alle gite fuoriporta, la percentuale sfiora ben il 15%. «In questi giorni si sente parlare di ripartenza, di luce in fondo al tunnel: purtroppo questo clima di fiducia non sembra avere ripercussioni positive nel settore della ristorazione. In occasione delle festività pasquali gli italiani che festeggeranno fuori casa saranno assai meno dello scorso anno – commenta Luciano Sbraga, direttore del Centro Studi Fipe. -. I motivi principali risiedono anche in fattori indipendenti dalla congiuntura economica, in primis le previsioni meteo non favorevoli e il calendario che quest'anno vede la Pasqua agli inizi di aprile, periodo non ancora spiccatamente primaverile. Tutti fattori che concorrono ad alimentare ancora un senso di incertezza e la poca voglia di recarsi fuori casa».

## I dati

Analizzando nello specifico i dati della Fipe, è possibile vedere quanto la Pasqua “bassa” incida anche sull'attività dei ristoratori: a fronte di una clientela prevista intorno ai 6,4 milioni per una spesa totale di 264 milioni di euro, i ristoranti in attività saranno il 92% del totale contro il 94% dello scorso anno. Per il 32% dei ristoratori intervistati la

clientela da servire per il pranzo di Pasqua sarà inferiore a quella del 2014, con 3,6 milioni di unità previste, ma non manca un 13% che si mostra più ottimista.

La flessione è data sostanzialmente dagli italiani che restano in città, mentre non sembrano diminuire le presenze straniere.

## **Il menù**

Convenienza e qualità sembrano le preferenze quando si parla di menù pasquale. Prevale in particolare il menù "a pacchetto" (scelto dal 59,4%), ad un prezzo medio di 45 euro in lieve aumento sul 2014 per due punti percentuali. La spesa prevista sarà di 162 milioni di euro con una flessione del 9% sul 2014. Le scelte saranno concentrate su proposte tradizionali (65,8%), ma in poco meno di un ristorante su tre si darà spazio alla reinterpretazione creativa della gastronomia locale. La cucina internazionale sarà invece scelta solo da un risicato 6,1% degli avventori.

Tra i piatti in prima linea secondi come agnello e capretto, seguiti da primi come pasta ripiena e risotti; per quanto riguarda i dolci le proposte predilette saranno "classici" come pastiera napoletana, "pupa" molisana, seadas sarde, struffoli e salame di cioccolato. Rispetto alla Pasqua 2014 i menù saranno maggiormente orientati alla presenza di piatti della tradizione gastronomica locale, all'insegna della filiera corta.

Da segnalare l'impegno dei ristoratori nell'intervenire sulla struttura dei menù (per quanto concerne numero di portate, proposte "tutto compreso"), allo scopo di migliorare il rapporto qualità/prezzo per contenere il più possibile i costi. Un ristoratore su tre manterrà invece il menù studiato per lo scorso anno.

## **La gita di Pasquetta**

Il Lunedì dell'Angelo, giorno tradizionalmente dedicato al

fuoriporta e al fuori casa, vedrà, secondo i dati Fipe, una flessione di clienti di ben il 15%, in un quadro che vedrà aperti 8 ristoranti su 10, in leggero aumento rispetto allo scorso anno. Il 28% degli esercenti intervistati è meno ottimista rispetto al 2014: la previsione è di 2,8 milioni di clienti con una flessione del 15% sul 2014 come conseguenza di un tasso di riempimento del 65%.

A Pasquetta il ristorante è meta soprattutto di turisti, sia italiani che stranieri, mentre i "locali" rappresenteranno il 40%. Parlando di menù, la proposta "all inclusive" riguarderà solo un ristorante su quattro ad un prezzo medio di 37 euro in crescita dello 0,7% rispetto al 2014. La spesa prevista in questo caso è di circa 102 milioni di euro.

---

## Amaddeo: «L'alleanza dei locali in Città Alta? Un modello per Bergamo»



«La liberalizzazione del mercato ha consentito molte nuove aperture nel settore *food* e la spinta dell'Expo ha ingrossato ulteriormente l'ondata di nuove imprese». A parlare è **Roberto Amaddeo**, seconda generazione

nello storico locale "*Da Mimmo*", in via Colleoni, e delegato del Comune di Bergamo a Città Alta. «Purtroppo in Italia i dati più recenti evidenziano che le chiusure superano le aperture, quindi è difficile trovare un equilibrio». Se il bilancio è in bilico, la creatività però non manca: «E' sempre

più evidente la volontà dei nuovi imprenditori di trovare una formula vincente: dallo street food alla birreria con cucina, dal ristorante con specialità regionali a quello con piatti etnici, da quello per celiaci a quello per vegetariani... Ormai la classica suddivisione italiana in ristoranti e pizzerie è superata. Il mercato è sempre più orientato al cliente e l'offerta moltiplica in tutte le possibili declinazioni l'esperienza culinaria. I riflettori sono sempre puntati sul cibo e sulla cucina, ma la sfida per la ristorazione è quella di valorizzare prodotti e produttori della nostra terra». Città Alta vede da tempo collaborare fianco a fianco gli esercenti, dando vita ad un nuovo modello virtuoso che ha mostrato la sua efficacia d'estate al Parco di Sant'Agostino, a Natale con il coinvolgimento dell'oratorio e a Carnevale con lo Street Food che ha portato il fascino di chioschi e cucine itineranti nelle strade dell'antico Borgo. Un esempio da diffondere nel resto della città? «Credo che Città Alta riesca per sua natura ad essere coesa, ma senza dubbio negli ultimi mesi si sono create collaborazioni virtuose. La crisi ha senza dubbio agevolato questo processo, ma oltre a contenere i costi, la rete funziona e permette di far riscoprire la



vocazione di ogni luogo. L'era della concorrenza è finita e non servono per forza grandi investimenti per vivacizzare la città». A volte si crea un evento e si risparmia pure: «Con "M'illumino di meno" abbiamo spento le

luci e acceso le candele guadagnandoci in atmosfera, tanto da attrarre fotografi per un inedito *contest* di Città Alta al buio. L'associazione degli esercenti è sempre in fermento e le nostre iniziative hanno sempre incontrato il favore dei residenti, risultato di per sé di non poco conto». Roberto Amaddeo sogna una città fatta di tanti "distretti" e identità: «Mi piacerebbe innanzi tutto che Bergamo diventasse un unicum, con un percorso che legasse, anche commercialmente, Città Bassa al Borgo storico. La Montelungo, che ospiterà alloggi per studenti e negozi, non è un'operazione immobiliare, ma

assieme agli ex Riuniti, faranno da cerniera tra la città vecchia e quella nuova, andando a ridisegnare i quartieri».

---

## **Palma Shopping, coinvolte quasi 130 insegne**

Sono quasi 130 gli esercizi Amici di Palma, che hanno risposto all'invito a farsi ispirare dalle suggestioni delle opere del pittore bergamasco per creare, dopo un'attività di ricerca storica, prodotti esclusivi in occasione della grande mostra.