

Ristorazione, centinaia di firme «per non mangiarsi il futuro»

“Per non mangiarsi il futuro” è l’appello che Fipe, Federazione Italiana Pubblici Esercizi, lancia alle istituzioni per garantire concorrenza leale sul mercato. L’invito dell’Associazione leader nel settore della ristorazione, dell’intrattenimento e del turismo, sta raccogliendo grande consenso: sono centinaia le firme di ristoratori e pubblici esercenti raccolte. Tra i firmatari, ci sono gli chef di fama internazionale, ristoratori grandi e piccoli, gruppi della ristorazione commerciale.

Si chiede una sola cosa: il rispetto delle regole uguali per tutti per garantire una concorrenza leale tra imprese e per il rispetto del consumatore.

“Ora il settore sta vivendo una popolarità senza precedenti – si legge nel Manifesto- con gli Chef famosi come attori e contesi come influencer, a dimostrazione che la cucina, da sempre strumento di comunicazione, è appetibile anche come strumento di consenso”. Sembrerebbe tutto bene, ma, “questi risultati sono la punta di un iceberg fatto del lavoro di centinaia di migliaia di imprese che, con la loro professionalità, creatività e quotidianità, fanno la forza di questo settore, che riceve a parole grandi pacche sulle spalle, ma nei fatti rischia oggi un impoverimento senza precedenti. Ogni giorno nelle scelte politiche si incentivano settori che effettuano di fatto somministrazione, senza essere sottoposti alle stesse regole che si applicano alla ristorazione e ai pubblici esercizi in generale”. Questa disparità di condizioni finisce per impoverire il mercato stesso e di fronte a queste situazioni Fipe non chiede “meno regole ma che vengano applicate le stesse regole per la stessa

professione, anche a tutela e a salvaguardia dei 10 milioni di clienti che ogni giorno frequentano i Pubblici Esercizi. Non chiediamo meno concorrenza: auspichiamo, anzi, che ce ne sia sempre di più, ma per migliorare il mercato, non per renderlo più fragile. Non chiediamo privilegi o corsie preferenziali: chiediamo alle Istituzioni più attenzione e un tavolo, promosso dai ministeri competenti, con la partecipazione dei diversi attori della filiera, che apparecchi una visione strategica complessiva e consapevole per il settore”.

Si può firmare la petizione [qui](#)

Nuova legge regionale sugli agriturismi: riflessioni e perplessità

Innovativa o autarchica? Qual è la vera natura della nuova legge approvata (Pdl 67) dal Consiglio regionale lombardo che riguarda le attività degli agriturismi? Come nota Regione Lombardia il nuovo testo prevede il riconoscimento della multifunzionalità dell'impresa agrituristica lombarda, una maggiore connessione con il territorio grazie all'innalzamento della soglia minima di prodotti locali e una sburocratizzazione del sistema. Ma saranno d'accordo tutti i professionisti del settore con la nuova norma approvata che aumenta dal 30 al 35% la soglia minima di prodotti aziendali utilizzati nella somministrazione dei pasti, solo il 20% di prodotti acquistati dalla grande distribuzione e il 100% di vini lombardi e pesce lombardo?

Alcuni professionisti hanno pareri discordanti, mentre il consiglio regionale che ha presentato le modifiche parla di

opportunità per rendere gli agriturismi “vetrina del Made in Lombardia”.

Il consigliere segretario dell'Ufficio di presidenza, Giovanni Malanchini, ha affermato: “E' una legge innovativa. L'agriturismo è un'attività complementare di un'attività agricola, non è un'attività di ristorazione fine a se stessa. Ci sono diversi motivi per cui c'era la necessità di proseguire con questa nuova legge. Per primo sono cambiate le esigenze dei consumatori, bisognava alzare l'asticella dal punto di vista qualitativo: parliamo di qualità in termini di beni, servizi, di produzione territoriale. Quindi si parte da qui alzando le percentuali minime di acquisto di prodotti del territorio, prima gli agriturismi potevano acquistare il 50% di alimenti e bevande dalla grande distribuzione, oggi deve acquistare l'80% dei prodotti del territorio lombardo. Diventano una vetrina di Made in Lombardia, che è la prima regione agricola dell'Italia, la seconda in Europa in termini di fatturato ma la prima in assoluto in termini di marchi di eccellenza e di produzione agroalimentari di qualità. Dà anche l'opportunità all'acquisto di prodotti della regione confinante. La vera novità, della quale qualcuno ha parlato di sovranismo, è quella di spingere molto l'etichetta di vini con il 100% di vino lombardo e il 100% del pesce lombardo per valorizzare il pesce di lago. Inoltre, si dà una chiara linea di demarcazione tra i veri agriturismi, gli agricoltori che fanno attività agrituristiche, e ristoranti mascherati da agriturismo per trarre dei vantaggi fiscali”.

La presidente del Gruppo ristoratori di Ascom Confcommercio Bergamo, Petronilla Frosio, commenta: “La regione Lombardia ha cercato di regolamentare e restringere il campo d'azione degli agriturismi. L'aumento delle percentuali riguardo i prodotti sono nella direzione giusta ed è un importante veicolo per la promozione del territorio, anche se potrebbe ancora non essere sufficiente. La ristorazione segue altre regole, mentre gli agriturismi hanno dei vantaggi fiscali. È necessario che ci non ci sia una concorrenza sleale e che ci siano i controlli

che mancano, altrimenti ognuno fa quello che ha voglia e siamo in una totale anarchia”.

La norma prevede, inoltre, la facoltà di aumentare i posti letto da 60 a 100 valorizzando e sviluppando l'ospitalità offerta dalle strutture agricole. Su questo cambiamento Alessandro Capozzi, presidente dei Giovani Imprenditori Ascom Confcommercio Bergamo e vicepresidente del consiglio Gruppo Albergatori di Ascom Confcommercio Bergamo, nota: “Punto centrale è il concetto che chi offre lo stesso servizio va regolamentato nello stesso modo. E' corretto declinare le regole in base alle tipologie di offerta, magari per aiutare le zone meno fortunate oppure per aiutare la famiglia, permettendo un'integrazione del reddito. In questo caso invece, ci troviamo dinanzi ad un'offerta paragonabile a quella di un albergo di medie dimensioni ma con tassazioni ed obblighi diversi. Gli alberghi possono continuare a competere nel mercato dell'ospitalità se i competitors vengono costantemente agevolati?”

Gianfranco Drigo, direttore di Coldiretti Bergamo commenta: “Questa legge valorizza ancora di più il legame che c'è tra agricoltura e agriturismo. L'aumento dal 30 al 35% della percentuale di prodotti aziendale va a valorizzare ancora di più la multifunzionalità dell'impresa agricola. Inoltre, il fatto che si raggiunge l'80% dei prodotti lombardi porta alla loro valorizzazione. In più, il fatto stesso che aumentano i posti letti dà un senso del tentativo di aumento dell'ospitalità agricola. Incentiva la multifunzionalità aziendale e in un certo senso permette di sviluppare l'ospitalità per fare conoscere i territori e i prodotti di gastronomia. Il punto che potrebbe essere critico ha a che fare con le percentuali in zona montana, dove è più difficile fare attività agricola e non sempre si riesce a produrre nel modo e nella quantità che è necessaria. Inoltre, la legge valorizza la produzione enologica lombarda e si promuovono i prodotti locali come è giusto che avvenga in ambito agricolo e

agrituristico”.

Nonostante i pareri diversi, la legge della Regione Lombardia va nella direzione giusta, ma il tema è delicato e va affrontato nell’agenda della politica nazionale.

Fipe lancia l’appello “Per non mangiarsi il futuro”

Fipe, Federazione Italiana Pubblici Esercizi, lancia un appello alle istituzioni Italiane, chiedendo che venga garantita una competizione leale nel mercato. Di seguito il testo del Manifesto per la petizione, tra i firmatari oltre 80 chef, tra cui Claudio Sadler, Carlo Cracco e Filippo Giordano.

La cucina italiana: orgoglio degli italiani, ispirazione per gli stranieri, ali e radici per chi viene e torna nel nostro Paese. In numeri, la nostra ristorazione vale 300mila imprese, 85 miliardi di fatturato e 43 miliardi di valore aggiunto all’anno per 1 milione di occupati. Meno puntuale, ma non meno strategico, il valore intangibile del settore in termini sociali, storici, culturali, antropologici e come volano dell’attrattività turistica e dell’intera filiera dell’agroalimentare del Paese. Ora, poi, il settore sta vivendo una popolarità senza precedenti, con gli Chef famosi come attori e contesi come influencer, a dimostrazione che la cucina – da sempre strumento di comunicazione – è appetibile anche come strumento di consenso.

Bene, insomma, ma non benissimo. Questi risultati sono la punta di un iceberg fatto del lavoro di centinaia di migliaia di imprese che, con la loro professionalità, creatività e quotidianità, fanno la forza di questo settore, che riceve a

parole grandi pacche sulle spalle, ma nei fatti rischia oggi un impoverimento senza precedenti.

Ogni giorno nelle scelte politiche si incentivano settori che effettuano di fatto somministrazione, senza essere sottoposti alle stesse regole che si applicano alla ristorazione e ai pubblici esercizi in generale.

Ci riferiamo agli operatori del settore agricolo, ai circoli privati, al terzo settore, ai negozi di vicinato, agli home restaurant, allo street food etc. Perché se non ti chiami "pubblico esercizio", non importano i servizi igienici, la presenza di spazi per il personale, gli ambienti di lavorazione idonei, la maggiorazione sulla Tari e il rispetto delle normative di Pubblica Sicurezza.

La disparità di condizioni non genera nel mercato soltanto concorrenza sleale, ma finisce per impoverire il mercato stesso nel momento in cui le attività di ristorazione chiudono, magari per reinventarsi in esercizi più semplici, dove tagliare i costi del servizio e di preparazione, con effetti immaginabili sulla qualità del prodotto, sui rischi alimentari dei consumatori, sull'occupazione del settore e l'attrattività delle nostre città.

Non chiediamo meno regole: chiediamo che vengano applicate le stesse regole per la stessa professione, anche a tutela e a salvaguardia dei 10 milioni di clienti che ogni giorno frequentano i Pubblici Esercizi.

Non chiediamo meno concorrenza: auspichiamo, anzi, che ce ne sia sempre di più, ma per migliorare il mercato, non per renderlo più fragile.

Non chiediamo privilegi o corsie preferenziali: chiediamo alle Istituzioni più attenzione e un tavolo, promosso dai ministeri competenti, con la partecipazione dei diversi attori della filiera – che apparecchi una visione strategica complessiva e consapevole per il settore.

I sottoscrittori di questo appello hanno fatto degli investimenti qualitativi e del rispetto delle regole, un punto di merito e uno stimolo per migliorare la qualità del settore, tutelando le scelte di milioni di consumatori.

È così che vogliamo difendere la categoria, quella delle imprese della ristorazione: salvaguardando il contributo che offre all'economia italiana, un contributo di varietà e, soprattutto, di qualità, tratto distintivo del Food in Italy che tutti conosciamo. E amiamo.

Per firmare la petizione [cliccare qui](#)

Cool e con un tocco di esotico: ecco il ristorante del futuro

Il mondo della ristorazione vive un momento di grande fortuna e di profonde trasformazioni. Secondo il neonato Osservatorio Ristorazione che racconta i trend del fuori casa, nel 2018 (dati anche di Fipe), con 85 miliardi spesi i consumi hanno toccato i massimi storici, e si sono affacciate tendenze che porteranno a nuove abitudini alimentari. Come la crescita dei ristoranti etnici, dei locali che fanno cibi da asporto e delle catene. Insieme all'ingresso crescente della tecnologia in cucina, questi fenomeni trasformeranno in modo radicale il concetto stesso di ristorante.

Benvenuta globalizzazione: l'imperativo in cucina oggi è contaminare

Senza rinnegare le ricette del territorio e i prodotti a km zero che finora hanno rappresentato il diktat ai fornelli, la

cucina si apre alla contaminazione con tradizioni gastronomiche differenti. E questo vale sia per i prodotti che per le cotture. Le frontiere sono ormai permeabili ed è la cucina che osa quella vincente, perché il consumatore italiano under 35 cucina sempre meno e, quando esce, va spesso in cerca di sapori nuovi e di esperienze insolite.

Non solo sushi. Il giro del mondo nel piatto

Sushi, kebab, zighinì, tandoori, empanada, gyros, polpo alla galiziana, pokè (insalata hawaiana con pesce crudo marinato, tagliato a cubetti).

Dal giapponese al messicano le cucine dal mondo piacciono, soprattutto in città, e la tendenza è in crescita. Negli ultimi cinque anni i locali etnici sono cresciuti del 40% e alla fine del 2017 erano 22.608, il 6,78% del totale dei locali. Gusto e risparmio ci hanno fatto avvicinare ai gusti degli altri Paesi, in un melting pot che rappresenta una fusione di sapori, ma anche di culture. Dopo il boom di sushi e sashimi, che ancora spopola, scopriremo le cucine orientali: dai piatti coreani, filippini e indonesiani, a quelli dai sapori decisi nordafricani e mediorientali – marocchini, tunisini, egiziani, libanesi, siriani e turchi.

Boom dei piatti «senza» e dei cibi funzionali

Senza carne, senza lattosio, senza glutine, salutari e con poche calorie. I consumatori sono sempre più consapevoli e attenti alla propria alimentazione. Nei menù, oltre ai piatti di carne e pesce, entrano così anche quelli veg e i prodotti energetici, i cosiddetti superfood, ovvero gli ingredienti che fanno bene all'organismo, come il miso, probiotico naturale che esalta la sapidità, permettendo di ridurre il quantitativo di sale.

Verso il piatto unico

Anche il menù cambia: la carta tradizionale lascia il posto a offerte più veloci e leggere, articolate al massimo in tre sole portate, sul modello internazionale: starter (spesso condivisa da più persone), piatto principale con contorni e

dessert oppure percorsi degustativi fatti di tante piccole portate. Una tendenza che si sta già vedendo. Il dolce diventerà il momento più conviviale del pasto, in una nuova veste: costruito come un blocco unico “dolce-caffè-amaro”.

Bevande con meno alcol

Nei bar si berranno vini biologici, naturali e leggeri e aumenterà il consumo di bevande analcoliche. I drink con gin e vodka lasceranno il posto a quelli con Prosecco, Vermouth e distillati botanici, come il Seedlip, fatto di erbe aromatiche e completamente analcolico. Bollicine e aperitivi rimangono dei cult e a Bergamo come nelle altre città del Nord lo Spritz Aperol andrà per la maggiore.

I ristoranti del futuro? Economici e informali ma di qualità

Secondo l'Osservatorio Ristorazione, con un potere d'acquisto medio in forte calo, è prevedibile che i consumi si andranno a concentrare nella fascia dei ristoranti economici. In particolare spopoleranno i locali a metà tra il ristorante classico e il fast food, con un'offerta gastronomica veloce ma di qualità, ambienti curati e servizio informale.

Cresce il cibo da asporto

Sempre più persone preferiscono consumare il pasto a casa invece che al ristorante. Il mercato del food delivery, senza contare il take away, nel 2018 valeva 1,1 miliardi in Italia. Il settore del cibo da asporto on line, secondo le stime di alcuni operatori del settore, è cresciuto in modo costante passando da 121 milioni nel 2016 a 350 milioni nel 2018 (+69%) e si prevede che raggiungerà i 590 milioni nel 2019. Con la comparsa di numerosi aggregatori e distributori di cibo a domicilio, arriveranno anche in Italia laboratori che producono cibo non aperti al pubblico che operano attraverso le piattaforme o che appartengono alle piattaforme stesse.

Ristorazione ovunque e a tutte le ore

Una volta se si usciva a mangiare la scelta era tra osteria, trattoria e ristorante. Poi sono arrivate le pizzerie. Ora le

opzioni non si contano: bistrot, tavole calde, enoteche, agriturismi, senza dimenticare i locali che vendono un unico prodotto: hamburgerie, kebabberie, piadinerie, spaghetterie, prosciutterie. Il cibo inoltre si è spostato in luoghi nuovi e improbabili come librerie, negozi di alimentari, salumerie, pescherie e macellerie che hanno predisposto un angolo con tavoli e che stanno riscuotendo successo.

Il cibo diventa esperienza

I ristoratori dovranno ripensare il proprio locale non come erogatore di pasti, ma come fornitore di esperienze. Raccontare storie e tradizioni, creare esperienze diventano elementi di qualità per distinguersi e avere successo. Come insegna Starbucks che ha trasformato un prodotto semplice come il caffè in un elemento da cui partire per scoprire un'intera filiera produttiva, dal chicco alla tazza. Dall'esperienza culinaria multisensoriale ai ristoranti pop-up permanenti che consentono la rotazione di brand o chef, passando per le cene narrative e i ristoranti a tema cartoon e supereroi, le idee sono tante. Anche nel nostro Paese ci sono esempi interessanti che via via si stanno diffondendo. Ad esempio i Bistrot Libreria RED che coniugano cibo e letteratura, eventi e intrattenimento in un ambiente familiare e la catena Antica Focacceria San Francesco che celebra i piatti, i sapori e la tradizione della cucina siciliana, e, a Roma, il Movie Restaurant, quasi sempre sold out, che ospita in sala riproduzioni dei personaggi che hanno fatto la storia del cinema, dei cartoni americani e dei fumetti, da Terminator a Goldrake, dalla leggendaria spada laser di Luke Skywalker alle armi Uruk-hai del Signore Degli Anelli. Ovviamente anche il menù qui è a tema cinema. La pasta alla Carbonara diventa 'la pasta alla Carbonite', per un omaggio a Star Wars, e l'Amatriciana si chiama 'Amatrix'.

La tecnologia arriva in tavola

La tecnologia prenderà sempre più piede nei ristoranti e diventerà parte dell'esperienza gastronomica, con il doppio

obiettivo di migliorare il servizio per il cliente e di aumentare la produttività del locale. Menù di realtà aumentata, app per fare l'ordinazione, postazioni con tablet e/o totem interattivi, fino ai tavoli digitali – grande trend del momento – vere e proprie stazioni di intrattenimento dotate di schermo touchscreen che permettono ai clienti di ordinare, giocare, pagare il conto, e in alcuni casi persino di vedere cosa succede in cucina e farsi i selfie; un servizio che piace soprattutto ai più piccoli e per i quali i genitori potrebbero essere disposti a pagare un extra pur di offrire uno svago ai figli durante i pasti. Nonostante in Italia in ambito ristorazione tali tecnologie stiano tardando ad affermarsi, alcuni ristoratori particolarmente innovativi, a partire dai fast food, stanno proponendo soluzioni simili.

La ristorazione è sempre più sostenibile

I consumatori vorranno sempre più essere informati a tavola, in particolare sui luoghi di produzione e gli ingredienti del cibo che mangiano. Nasceranno quindi nuovi concept di ristorazione con la propria produzione. Ristoranti e aziende alimentari, inoltre, non saranno più considerate solo per la bontà del cibo ma anche per il loro sistema di valori. Saranno premiate le attività che rispettano l'ambiente, i piccoli fornitori, il benessere degli animali, capaci di creare un posto di lavoro rispettoso e inclusivo e impegnate in attività solidali. Il mondo della ristorazione potrebbe rallentare e alcuni chef, anche nel nostro Paese, hanno già deciso di tenere aperto soltanto a cena e nei weekend. Ristoranti, catene di supermercati e produttori alimentari cercheranno di utilizzare sempre meno plastica e di ridurre la quantità di sacchetti e imballaggi e aumenterà il ricorso a imballaggi che derivano da materie organiche.

Dal passaparola a Instagram, come cambierà la scelta del ristorante

Un'indagine dell'agenzia di marketing RistoratoreTop contenuta nel Rapporto ed effettuata sui clienti di 500 ristoranti

distribuiti tra Milano, Roma, Torino, Trento e Firenze, spiega con sorpresa che la scelta del ristorante oggi, come nell'era pre-internet, avviene per lo più con il passaparola (43,5%), seguito da Facebook (13,7%), Tripadvisor (13,3%) e Google (10,7%) e Instagram (7,9%). Ma a osservare ciò che sta avvenendo negli States è probabile che presto sarà Instagram il social network più utilizzato per il food.

Gadget e Playlist

I ristoranti cercheranno nuove idee per vendere e farsi conoscere, oltre al cibo. Ad esempio vendendo magliette o borsette con il proprio logo o rendendo disponibile su Spotify la propria colonna sonora o play list.

Pasti glitterati e app per mangiare bene

L'aspetto estetico delle pietanze diventerà ancora più importante. Negli Stati Uniti – che in fatto di tendenze fanno scuola – la catena Dag Foods ha lanciato una pizza ricoperta di glitter arcobaleno, sulla stessa scia Coffee by Di Bell ha inaugurato il cappuccino glitterato e la catena Lost Bread invita il cliente a partecipare al condimento del piatto: il franch toast che si può personalizzare con diversi sapori da iniettare con siringhe. Il trend sta conquistando anche Milano dove c'è un boom di locali rosa.

Sono inoltre sempre più le start up che propongono diete bilanciate e calibrate sulle esigenze di ognuno.

Fenomeno kosher e halal

Kosher e halal sono sinonimi di puro, etico, lecito: alimenti che si possono consumare perché conformi alle severe regole ebraiche e musulmane che prevedono che il cibo venga cucinato in un certo modo e che gli animali vengano macellati con il rituale Dhabihah per i musulmani, Shechitah per gli ebrei.

Ultimamente però questo stile di vita alimentare si "apre" a un pubblico di consumatori più vasto perché gli alimenti sono oggetti di controlli meticolosi e quindi vengono considerati sicuri.

Non è un caso che quest'anno per la prima volta a TuttoFood

2019 sono stati integrati TuttoKosher e TuttoHalal per rispondere alle nuove domande di consumo. Scelta azzeccata visto l'aumento dei ristoranti, locali e strutture in Italia che offrono alimenti halal e kosher. Determinante anche la tendenza mondiale: secondo uno studio di Persistence Market Research (PMR) il mercato kosher e halal crescerà dell'11,6% entro il 2025; il dato indica che i consumatori sono interessati, più che al lato religioso, alla sicurezza garantita del cibo.







Antonia Klugmann, la cuoca che ama l'orto

Molti la ricorderanno a Masterchef dove è stata la prima giudice donna. I più fortunati per i suoi piatti creativi ed ecosostenibili. Antonia Klugmann, chef triestina, 40enne patron del ristorante L'Argine a Vencò, frazione di Dolegna del Collio, sul confine tra Italia e Slovenia, è una delle espressioni più interessanti della ristorazione italiana. E anche l'esempio di come in una manciata di anni si possa rivoluzionare la propria vita e passare dal fare la lavapiatti alla stella Michelin. Mica da tutti.

In realtà saresti dovuta diventare avvocato, cosa ti ha spinto

a scegliere la cucina? I miei genitori e i miei nonni sono tutti laureati, lo studio è sempre stato importante nella mia famiglia e l'ho sempre vissuto non come un dovere ma come una cosa bella, un modo per realizzarsi. Iscrivermi a giurisprudenza era il percorso più corretto dopo che avevo fatto gli studi classici. Sapevo che avrei fatto bene qualsiasi lavoro perché sono una persona seria che si impegna. Ma mi sono chiesta: "sarò felice?". Facendo l'avvocato tutto un aspetto legato alla mia creatività veniva sacrificato. Mi sono resa conto che le ore dedicate ai fornelli erano le più belle della giornata.

La tua famiglia come l'ha presa?

Quando ho detto ai miei genitori che volevo entrare nel mondo della ristorazione la loro prima domanda è stata: "E come si fa?", allora non c'erano tante scuole e cuochi come adesso. Ho cominciato come cameriera e lavapiatti. Ho trovato uno chef nei Colli Orientali, ho capito che era di talento e mi sono appiccicata a lui come una zecca. Mi sono avvicinata tardi alla cucina, dopo cinque anni di apprendistato, ho aperto in pochissimo tempo il mio locale. Essere imprenditore mi permetteva di esprimere la mia creatività e di guadagnarmi da vivere sul campo.

Chi ti ha trasmesso l'amore per i fornelli?

Ho una famiglia molto variegata. Un nonno medico di origine ebraica con la moglie di Ferrara e un altro nonno, Antonio, pugliese con una moglie triestina. A tavola c'era un mix incredibile di ricette. Questa differenza culturale ha riempito la mia infanzia e mi ha fatto appassionare al cibo.

Quale piatto ami di più?

In punto di morte sicuramente chiederei lo spaghetti al pomodoro, come lo preparo io. Ma in base al periodo in cui mi trovo risponderci un piatto diverso. Gli chef di solito sono affezionati all'ultima ricetta, l'ultima che ho creato è una entrée di asparago bianco, bambù e nocciola.

Hai un dolce preferito?

Al ristorante non c'è un pasticciere, propongo i dessert che mi rappresentano. Ho una linea per le colazioni dove propongo ricette legate alla mia storia personale come la torta di mele di mia mamma, le marmellate. Per la sera l'ultimo dolce che ho inserito in lista è un semifreddo di ricotta con gelato di miele e polline, spugna di clorofilla fiori nascosti fermentati di ciliegio e sopra una cialda fatta con il polline.

Ti piace mangiare fuori?

Lo adoro, amo andare dai miei colleghi. Purtroppo ho poche occasioni perché quando il ristorante è chiuso lo sono anche gli altri. Tutte le mie uscite sono molto ben calcolate, le faccio combaciare con i miei impegni.

Sei stata il primo giudice donna di Masterchef, che esperienza è stata?

Mi ha messa in gioco sotto molti aspetti e mi ha arricchita moltissimo. Ho dovuto trasferirmi per un po' a Milano, avendo più tempo libero mi sono messa a dieta e ho fatto sport. Ho lavorato su me stessa più che in altri momenti della mia vita.

Ti vedremo ancora in TV?

Non farò più Masterchef. Milano è troppo lontana dal mio ristorante dovrei sacrificarlo e non voglio. Il mio è un piccolo ristorante di provincia in mezzo alla campagna. Quando non ci sono è chiuso.

In televisione ti hanno definita "asburgica", per il tuo stile rigoroso. Sei davvero così severa? A parlarti non sembrerebbe...

Credo di essere apparsa così perché da una donna ci si aspetta un atteggiamento materno. In realtà in cucina sono come gli uomini. Sicuramente hanno giocato anche il ruolo di giudice e le esigenze televisive. È un gioco.

Con chi hai legato di più, Bruno Barbieri, Joe Bastianich o Antonino Cannavacciuolo?

Sono tutti e tre ragazzi splendidi.

La tua cucina nasce dalla terra, cosa rappresenta per te l'orto?

Cucino quello che offre la natura. L'orto è fonte di ispirazione. Finché non si coltiva una verdura non si comprende quanta fatica c'è dietro. Per questo non voglio sprecare niente. Consiglio alle mamme di far coltivare ai propri bambini perché insegna a rispettare il cibo. Vedere i frutti che crescono in campo è bello e la bellezza è di ispirazione.

Cosa ha significato ricevere la stella Michelin?

È stata una felicità per tutta la famiglia e una spinta importante. È arrivata dieci mesi dopo l'apertura del ristorante. Sono proprio grata. È stato difficilissimo costruire il locale, ci sono voluti diversi anni ed è stata una scommessa aprire qui in Collio.

È uscito per Giunti il tuo primo libro "Di cuore Di coraggio", ce lo racconti?

Ci sono 60 ricette che sono importantissime per me, quelle che abbiamo fatto al ristorante in questi anni. Mostro il lavoro che c'è dietro e riporto alcuni racconti che spiegano chi sono, come è nata la scelta di fare il cuoco. È un libro per tutti, non solo per i professionisti.











Foto di Francesco Orini Photographer

Tutti attorno alla gigante: giornata dedicata alla pecora gigante bergamasca

Lunedì 10 giugno presso il Selva di Clusone si terrà un meeting gastronomico con protagonista la pecora gigante bergamasca.

L'Azienda Agricola Massimo Balduzzi metterà a disposizione due chilogrammi di carne di pecora gigante che gli chef e i

ristoratori partecipanti cucineranno a piacere.

A partire dalle 12.00 inizierà la degustazione delle pietanze preparate, si discuterà su come proporre la pecora nei menu e quali sono le diffidenze da parte del cliente nello scegliere le pietanze a base di pecora.

Le adesioni devono essere confermate entro e non oltre martedì 4 giugno, Presso l'Azienda Agricola Massimo Balduzzi al azbalduzzimassimo@gmail.com e al 3287258866.

Hamburger day: una passione anche italiana

Il 28 maggio si celebra l'Hamburger Day, e quale migliore occasione per celebrare uno dei cibi più apprezzati da grandi e piccini per i pasti fuori casa? Da sempre infatti, questo piatto è sinonimo di pranzo o cena veloce, soprattutto da gustare fuori. Secondo Quandoo, la piattaforma di prenotazione di ristoranti con la più rapida crescita a livello globale, che permette di prenotare in oltre 18.000 ristoranti nel mondo di cui 5.000 in Italia, ogni anno più del 10% dei propri utenti a livello globale sceglie infatti la cucina americana quando prenota il proprio dining out. In Italia la cucina americana è la più scelta dopo quelle italiana e di pesce, raccogliendo un 7% delle preferenze degli utenti. Segno, quest'ultimo, che anche nel Bel Paese gli hamburger sono sempre più apprezzati grazie anche alle nuove versioni che i ristoranti oggi offrono.

Dalle origini....

Ma da dove ha origine questo piatto? Come per tutti i veri e propri "miti", anche per l'hamburger esistono diverse

“leggende”. La più accreditata vede l’entrata in scena di questa specialità intorno al XV secolo, periodo in cui la carne macinata (alla base della ricetta classica del panino) era considerata un alimento prelibato in tutta Europa ed è qui che l’hamburger è nato e si è diffuso. Nel XVIII secolo Amburgo era il porto più importante del vecchio continente da cui salpavano le navi dirette verso l’America; gli immigrati e i marinai tedeschi in viaggio verso il nuovo mondo portavano con sé le proprie ricette preferite. La comparsa del vero hamburger avviene quindi a New York, i cui porti accoglievano le navi provenienti dall’Europa e in particolare dalla Germania. Lungo i porti, infatti, i baracchini iniziarono a proporre l’hamburg steak, per attirare i marinai tedeschi.

Nel 1826, Delmonico’s fu il primo ristorante americano a includere nel proprio menù l’hamburger a New York. Per quanto riguarda la trasposizione americana dell’hamburger, negli anni sono state diverse le attribuzioni relative a chi fu il primo a introdurlo. La versione più accreditata riporta che il luogo natale dell’hamburger sia Tulsa, Oklahoma, a opera di Oscar Weber Bilby che servì il primo vero panino nel 1891 su ‘bun’, tipico panino dolce. Da allora, l’hamburger ha avuto una diffusione inarrestabile, con l’apertura dei primi fast food a partire dal 1921 che negli anni hanno standardizzato la ricetta e uniformato il processo di realizzazione dei panini in tutto il mondo.

...ai giorni nostri

Ma oggi l’hamburger non è solo fast food. Infatti, negli ultimi anni la tendenza ha visto la trasformazione di questo piatto: nell’ideale comune spesso associato al junk food, il celebre “panino” ha saputo conquistare una nuova posizione fino ad arrivare ad essere considerato una pietanza gourmet, studiata e rivista con alimenti di alta qualità e abbinamenti particolari, anche da chef rinomati. Non solo carne bovina, ma anche burger di pesce, pollo, o verdura. Non a caso, il primo hamburger ad approdare in borsa poche settimane fa è vegano!

L'hamburger in Italia

E in Italia? Se si ha voglia di burger, è possibile scegliere e prenotare la prossima dining experience a base del noto panino su Quandoo. La piattaforma mette a disposizione degli utenti oltre 600 ristoranti che offrono hamburger per tutti i gusti nel nostro Paese. L'offerta principale proviene dalle grandi città come Roma, con 70 locali su Quandoo, e Milano, con 50 ristoranti, seguono Napoli a quota 35, Torino con 25 ristoranti, Firenze a quota 15 e Venezia, Catania e Palermo con 10.

La top 10 degli hamburger più strani

Anche i ristoranti Italiani prenotabili su Quandoo cavalcano il trend dei burger gourmet, offrendo proposte capaci di soddisfare qualsiasi gusto! Dai burger con i gamberi a quello di ceci, ecco i 10 piatti più particolari:

Hamburger marinato in tequila e lime con guacamole e germogli di crescione;

Burger di quinoa e carote, stracciatella, melanzane alla griglia, pomodoro ramato, cuore di lattuga, pesto senza aglio;

Burger con pane al nero di seppia e sesamo bianco con code di gambero alla piastra, salsa tzatziki, cipolla rossa di Tropea e rucola;

Hamburger di petto di pollo grigliato, coriandolo, insalata, julienne di carote, salsa satay, maionese alle erbe;

Hamburger di agnello, guacamole, formaggio, insalata, maionese alle erbe, relish di pomodoro;

Hamburger di manzo grigliato, bacon croccante, formaggio, insalata, relish di pomodoro, maionese alle erbe;

Hamburger di Wagyu con Gorgonzola, cipolla, funghi;

Burger con carpaccio di salmone affumicato, formaggio spalmabile, avocado, pomodorini secchi su pane alla cipolla;

Hamburger di Fassona, taleggio, peperoni arrostiti, cuore di lattuga, salsa piccante;

Burger di ceci, peperoni alla piastra, salsa tzatziki, insalata, relish di pomodoro

“Da piatto veloce e spesso associato al junk food, l’hamburger è entrato nella tradizione italiana con versioni studiate ad hoc per incontrare il gusto raffinato degli utenti del nostro Paese”, commenta Andrea Favarato, VP Southern Europe di Quandoo. “La passione verso questo piatto si può notare dal numero crescente di prenotazioni e dei locali che offrono nei loro menù burger gourmet o ricercati. Mettendo a confronto il primo trimestre 2018 con il primo del 2019, abbiamo registrato a livello mondiale una crescita del 110% di utenti che scelgono di prenotare un ristorante che serve hamburger. In Italia, nello stesso periodo, l’incremento arriva a un +214%. Segno del completo sdoganamento degli hamburger, entrati a pieno titolo come uno dei cibi preferiti per le cene fuori casa, dopo la cucina italiana in generale”.

Quandoo

Quandoo è la piattaforma di prenotazione per i ristoranti in tempo reale che sta registrando la più rapida crescita a livello globale. In meno di 6 anni, Quandoo ha raggiunto 12 Paesi e ospitato più di 135 milioni di clienti in oltre 18.000 ristoranti. La tecnologia di Quandoo fornisce a ristoranti e utenti gli strumenti necessari per rendere un pranzo o una cena un momento davvero unico di degustazione delle specialità locali e non. Con headquarter a Berlino e sedi in Austria, Svizzera, Italia, Turchia, Regno Unito, Hong Kong, Finlandia, Singapore, Australia e Paesi Bassi, i fondatori puntano a far diventare Quandoo il marketplace leader nel mondo per le esperienze legate al cibo e al settore food. Quandoo fa parte di Recruit Holdings e con le sue consociate HotPepper e AirRegi costituisce la più grande azienda di software e marketing per ristoranti al mondo. Quandoo conta nel proprio team oltre 500 persone provenienti da 50 Paesi.

Selvatici e buoni: seminario sulle carni di grossa selvaggina

Con il patrocinio di Ascom, si terrà in due giornate Lunedì 20 maggio e Lunedì 27 maggio

La valorizzazione delle carni di grossa selvaggina passa attraverso la conoscenza delle sue caratteristiche nutrizionali e di tutti i processi che sono alla base della filiera e relativa sicurezza alimentare al fine di ottenere il migliore risultato gastronomico valorizzando nel contempo i prodotti locali e del territorio.

Nell'ambito del progetto scientifico 'Selvatici e buoni: una filiera alimentare da valorizzare', sostenuto da Fondazione UNA e che vede capofila l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo con il supporto scientifico della Società Italiana di Medicina Veterinaria Preventiva e l'Università di Milano e con il patrocinio di Ascom Confcommercio Bergamo, è stato organizzato con la collaborazione della condotta Slowfood valli Orobiche e l'azienda Pentole Agnelli un workshop teorico-pratico dedicato alle carni di grossa selvaggina rivolto ai ristoratori del territorio.

Gli argomenti trattati durante il seminario (programma disponibile sul sito www.selvaticiebuoni.it) permetteranno di comprendere al meglio come esaltare al meglio questa tipologia di carne, illustrandone la storia, le caratteristiche nutrizionali, i migliori tagli, le frollature più adatte e di conoscere i principi normativi della filiera e della relativa certificazioni sanitarie richieste.

Corso gratuito rivolto a ristoratori del territorio con numero massimo di iscrizione (15) e si terrà in due giornate lunedì 20 maggio 2019 dalle 14 alle 18 e lunedì 27 maggio 2019 dalle

14 alle 18 presso la sede dell'azienda Pentole Agnelli, in via Madonna 20 – Lallio (BG).

Iscrizione obbligatoria da confermare entro il 16.05.2019 via mail a: condotta@slowfoodvalliorobiche.it

[CorsoRistoratori2019](#)

Lunedì 13 maggio 2019 appuntamento con la serata carsica

L'appuntamento prevede un menù completo preparato da cinque trattorie: Al Refolo, Hotel Krizman Italia, Lokanda Devetak 1870, El forncl Trieste, Trattoria Gostilna Gustin. Saranno presenti tre produttori di vino con l'agriturismo Milič (Zagrski), BAJTA SALEZ e Zahar Azienda Agricola; il panificio pekarna Bukavec Paolo, il caseificio Azienda Agricola Dario Zidarič e la gelateria Soban.

Prenderanno parte al convivio anche due aziende agricole (L'insolito Maiale Azienda Agricola e Kmetija "Devetak Sara) e per finire un produttore di Gin Tergeste Spirits. Si tratta di un'occasione unica per una cena autentica realizzata a più mani per far conoscere e diffondere la cultura della cucina di confine, tra Italia e Slovenia.

Prezzo promozionale della serata è di 55€ con vini inclusi, abbinati ad ogni portata. I posti sono limitati!

È in edicola il nuovo numero di maggio

È in edicola il numero di maggio di Affari di Gola con tutte le nuove tendenze in cucina, nel bere e in gelateria, una intervista alla chef Antonia Klugmann, il racconto di quattro food bloggers bergamasche e tanti indirizzi e appuntamenti per mangiare bene a Bergamo. Per abbonarsi: contattare Ascom al numero 035.4120304 o scrivendo a info@ascombg.it.