

Locaoli®

Food&Beverage Management • MAGAZINE

TOP



Birra di Natale

CHRISTMAS BREW

Edition
2021

SPECIALI
GRAPPA, NUMERI IN CRESCITA
VINO, BOLLICINE A FESTA
STADT HOTEL CITTÀ
TRADIZIONE BOLZANINA





**UNA STORIA DI SOSTENIBILITÀ E GUSTO
CHE SI RACCONTA NEL TUO BAR.**



La Reserva de iTierra! è la collezione di pregiati caffè sostenibili dedicata ai professionisti.

I blend contengono in parte caffè provenienti dai progetti di responsabilità sociale della Fondazione Lavazza in collaborazione con Rainforest Alliance, perché nella qualità dei prodotti ci sia la qualità della vita di chi lavora ogni giorno per il vostro caffè. Lavazza interpreta così il gusto dei diversi territori d'origine, selezionando e miscelando accuratamente i migliori caffè per offrire un'esperienza sensoriale unica in ogni tazza. Oggi la gamma si è arricchita con l'aggiunta di La Reserva de iTierra! India, una nuova miscela 100% coltivata e tostata in India e confezionata con imballo riciclabile.

Scegli La Reserva de iTierra!: completa l'offerta professionale con un'esperienza di gusto unica.

Per informazioni 800-806068 - Lavazza.it



Min 30-100%
di caffè certificato



LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895



TEMPO DI FIDUCIA

La più grande campagna di vaccinazione della storia continua a ritmo serrato. Il 2021 volge al termine, le feste di fine anno fanno capolino e il Natale si avvicina. Non è questa, però, la sola ragione di una rinnovata fiducia che può e che deve guidare l'interno comparto del turismo, dell'ospitalità e della ristorazione italiane.

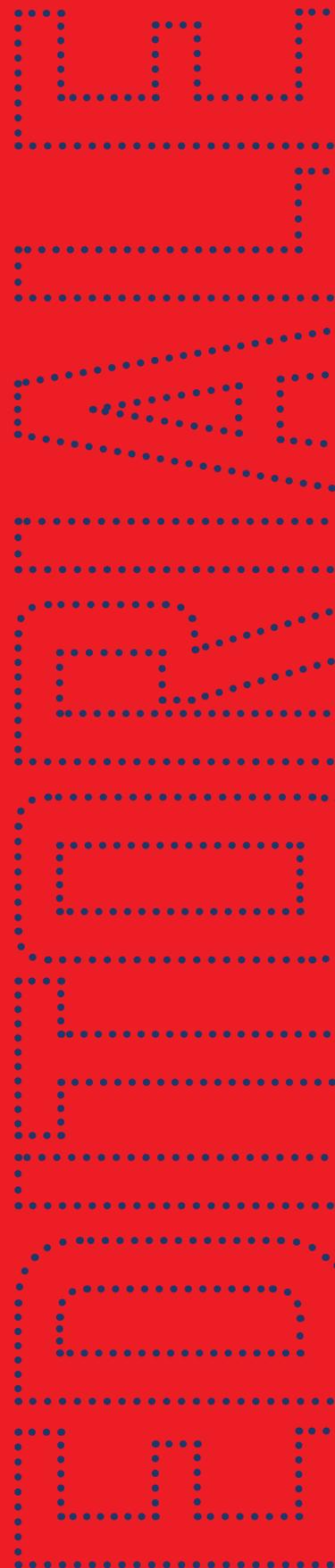
A dirlo è il messaggio – chiaro, forte, diretto – arrivato dall'edizione 2021 del TTG Travel Experience, tenutasi a Rimini a metà ottobre. "Il tema della fiducia è fondamentale e deve basarsi sui numeri", per dirla con le parole del Ministro del Turismo Massimo Garavaglia; e questi numeri parlano di una crescita per l'anno in corso del 6% del Pil. Del 4% per il 2022. Del 20% per quanto riguarda il turismo italiano.

Dati incoraggianti – come quelli che vi proponiamo su questo numero firmati da Formind, che parlano dei consumi 2021 in crescita del +24% sul 2020 – che ci aiutano ad avvicinarci con lo spirito giusto alle feste di fine anno. Feste a cui abbiamo dedicate le pagine di apertura con proposte ad hoc per brindare tra Natale e Capodanno: dalla birra natalizia alle bollicine di qualità. Per salutare il 2021 e accogliere, fiduciosi, il 2022.

Un 2022 che, al netto del Pnrr – e dei suoi più o meno accentuati chiari e scuri – ha già svelato le sue parole d'ordine: digitalizzazione spinta, sostenibilità rigorosa, attenzione alla salute e accentuata managerialità.

Di molti di questi elementi troverete notizia nelle pagine che seguono: dal virtuoso esempio green dello Stadt Hotel Città di Bolzano, da poco riaperto dopo alcuni mesi di ristrutturazione, alle rubriche dei nostri esperti come Gianluca Massini Rosati, Claudio Di Bernardo, Giuliano Lanzetti e Michele Nogara.

*Buona lettura!
Paolo Andreatta*



ASSOCIAZIONE
ITALIANA
FOOD
BEVERAGE
MANAGER

ASSOCIAZIONE
CHEF
D'HOTEL



ANNO XXV N. 251
BIMESTRALE • OTTOBRE/NOVEMBRE 2021

3 EDITORIALE

6 MONITOR

Rubriche

72/73 NEWS

74 I NOSTRI INSERZIONISTI

COVER STORY



8
BIRRA FORST
Torna la Birra di Natale Forst
da collezionare

SPECIALI



10
FOCUS SPIRITS
La grappa guarda al futuro

20
GRUPPO MONTENEGRO
Stile e tradizione dall'animo italiano

22
FOCUS VINO
Bollicine a festa

30
LAVAZZA: LA RESERVA DE ¡TIERRA!
Una storia di sostenibilità in ogni tazzina

32
FOCUS CONSUMI
Al passo con la ripresa

36
CIBUS 2021
Un successo oltre le aspettative

38
GRUPPO CAFFO
Nuovo Blood Bitter,
l'aperitivo all' "uso d'Hollanda"

40
LA MARCA
La Marca goes green!

42
ZINI PRODOTTI ALIMENTARI
Zini riparte con un Dolce Sorriso

AIFBM

44

RUBRICA

Filo diretto con Sebastiano Pira

HMF

HOSPITALITY MANAGEMENT FORUM

46

HMF

Hospitality Management Forum

Un evento da non perdere

48

ISSA PULIRE

Edizione record

50

UBRI

Lievità, la strada del successo di una PMI innovativa

52

A COLLOQUIO CON

Stefano Noviello,
General Manager Stadt Hotel Città Bolzano

58

QUANDO LO CHEF DÀ I NUMERI

La rubrica di Claudio Di Bernardo

62

LA RUBRICA DI REVIEWPRO

10 consigli Top
per migliorare il posizionamento su Tripadvisor

PAROLA AGLI ESPERTI



64

SOLUZIONE TASSE

Chi risponde dei debiti della Srl?

66

PIENISSIMO

Emergenza Staff: dove sono finiti
i professionisti della ristorazione?

68

FOCUS SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

La sicurezza alimentare nella CBT

70

SPIRIT



71

WINE



La percentuale della pubblicità non supera il 45%.

Ai sensi degli artt. 7 e 10 del decreto legislativo 196/2003 informiamo che i dati personali sono trattati dalla Tuttopress Editrice Srl, via Ercole Oldofredi, 41 - 20124 Milano. Le finalità del trattamento dei dati sono l'invio del presente periodico e/o di eventuali proposte di abbonamento e/o la trasmissione di iniziative editoriali e/o commerciali della Tuttopress Editrice Srl. I dati saranno trattati con le finalità sopra esposte. In ogni momento è possibile esercitare il diritto di ottenere l'aggiornamento, la rettifica, l'integrazione e la cancellazione dei dati inviando una richiesta scritta alla Tuttopress Editrice Srl - Responsabile Trattamento Dati - Via Ercole Oldofredi, 41 - 20124 Milano. Reg. Trib. di Milano n. 662 del 4/11/1996 Spedizione in abbonamento postale. Proprietà letteraria e artistica riservata. Non si restituiscono manoscritti, disegni e fotografie anche se non pubblicati. L'iva pagata sugli abbonamenti, nonché sui fascicoli è conglobata nel prezzo di vendita: il cessionario non è tenuto ad alcuna registrazione ai fini IVA (Art. 25 del D.P.R., n. 633/1972) e non può parimenti, sempre ai fini di tale imposta, effettuare alcuna detrazione. In considerazione di ciò l'Editrice non rilascia fattura.

M ○ NITOR



Claudio Sadler.

CLAUDIO SADLER RICEVE IL PREMIO ALLA CARRIERA DURANTE RISTOREXPO 2021

"Ricomincio da me. Il nuovo umanesimo enogastronomico": questo il titolo di RistorExpo 2021 dove, in un clima di grande entusiasmo ed emozione, lo chef Claudio Sadler ha ricevuto il premio alla carriera. Una carriera iniziata nel 1982 con l'apertura del suo primo locale a Pavia, arrivando poi, nel 1986, in Ripa di Porta Ticinese a Milano con l'"Osteria di Porta Cicca", che in pochi anni gli ha permesso di conquistare la prima stella Michelin. L'attuale locale in via Ascanio Sforza 77 a Milano, Sadler Ristorante, corona la carriera dello chef puntando sull'alta qualità e sull'unicità del gusto. Valorizzando la gastronomia italiana nel mondo, lo chef si è sempre distinto per la sua attività e per la promozione di una cucina senza sprechi. Claudio Sadler, inoltre, è presidente dell'Associazione Le Soste, con cui continua la sua missione promuovendo la collaborazione di grandi personalità e la sensibilizzazione dei giovani e dell'educazione alimentare. Ritirando il premio, Sadler ha voluto dedicare il riconoscimento a sua moglie e ha ringraziato tutti coloro che gli sono stati accanto nei suoi 35 anni di carriera. **L.T.**



I vincitori (Courtesy of Coupe du Monde de la Pâtisserie).

ITALIA CAMPIONE DEL MONDO DI PASTICCERIA

Lo scorso 25 settembre si è tenuta a Lione l'edizione 2021 della Coppa del Mondo di Pasticceria, in occasione della quale l'Italia ha conquistato il primo posto, classificandosi davanti al Giappone e alla Francia, rispettivamente al secondo e al terzo posto. Sono stati premiati il talento e la creatività di Massimo Pica, specialista del cioccolato, Lorenzo Puca, specialista dello zucchero, e Andrea Restuccia, specialista del gelato. «Il 2021 – ha commentato Matteo Musacci, vice presidente di Fipe-Confcommercio – ci sta regalando soddisfazioni incommensurabili: dopo l'Italia dello sport anche l'Italia della gastronomia ha dimostrato di non essere seconda a nessuno, aggiudicandosi a Lione la sua terza Coppa del Mondo di pasticceria. Un risultato frutto di un lungo lavoro e della capacità del nostro settore di formare professionisti di primissimo livello. La strada è quella giusta, ma è necessario continuare a investire come sistema Paese nella ristorazione e nella gastronomia di qualità, vero e proprio biglietto da visita dell'Italia nel mondo». **L.T.**



Enrico Bartolini.

ENRICO BARTOLINI PREMIATO A IDENTITÀ GOLOSE 2021

Durante la giornata di apertura della 16ª edizione di Identità Golose (dal 25 al 27 settembre al MiCo di Milano), quest'anno dedicato al tema "Costruire un Nuovo Futuro: Il Lavoro", lo chef Enrico Bartolini ha ricevuto due premi prestigiosi. Dalla Regione Lombardia il riconoscimento "Eccellenze Lombarde", perché lo chef, toscano di nascita, ha scelto la Lombardia e in particolare Milano per crescere e affermarsi "con risultati che onorano ogni posto in cui mette radici". La città ospita sia il Ristorante Enrico Bartolini, al Mudec, sia Anima e Vertigo, all'interno dell'hotel Milano Verticale | UNA Esperienze. Da Francesca Moretti, Presidente della holding Terra Moretti Vino, Bartolini è stato invece insignito del premio "Cuoco dell'anno". In quest'anno particolare, il Congresso è stato anche l'occasione per riflettere sulle nuove sfide del settore della ristorazione. Ancor prima delle scelte gastronomiche, per Enrico Bartolini sono fondamentali le condizioni e il benessere dei lavoratori del settore, temi che hanno acquisito sempre più importanza durante l'anno della pandemia. I due premi assegnatigli testimoniano il suo impegno nel migliorare le opportunità di lavoro per tutta la categoria dei ristoratori. **L.T.**

BEST SELLER KNUSPER SCHNITZEL

TUTTO IL GUSTO E L'ASPETTO
DEI PIATTI FATTI IN CASA!

SALOMON
FoodWorld

Impulses. Success. Emotions.



LA CLASSICA IMMANCABILE

- Look come **fatto in casa** senza perdite di peso
- Particolarmente croccante, adatta anche come **take away**
- Massimo **risparmio di tempo** assieme a massima **flessibilità e ottimo risultato**
- **Variable** - in versione cotta o cruda, in diverse grammature (100 - 300 gr)



SCOPRITE QUI LA
NOSTRA KNUSPER
SCHNITZEL

Torna la Birra di Natale Forst da collezionare



Oggetto da collezione ambito e idea regalo esclusiva: la 18^a edizione limitata della Birra di Natale Forst nella pregiata bottiglia in vetro da 2 litri, con comodo tappo meccanico ed elegante confezione regalo.

Birra Forst presenta la 18^a edizione della serie limitata della sua Birra di Natale nell'artistica bottiglia da 2 litri in vetro. Quest'anno la nuova decorazione sarà dedicata alla Sacra Famiglia e alla nascita del Gesù Bambino.



Il gusto

Birra Forst è stata la prima azienda in Italia a introdurre la tradizione della Birra di Natale, producendo - appositamente per il periodo natalizio - la speciale Birra di Natale Forst come ideale accompagnamento alle gustose pietanze tipiche di questo periodo dell'anno. La Birra di Natale Forst si contraddistingue per il suo colore marcatamente ambrato, il suo sapore gradevolmente luppolato e l'inimitabile aroma di malto con una bella schiuma a pori fini. Il suo corpo armonioso richiama piacevoli sensazioni di dolce che si incontrano con delicate sensazioni luppolate ed il suo retrogusto è leggero e morbido. Per una sua degustazione Birra Forst propone il boccale natalizio nei caldi colori festivi rosso, verde e oro.



Nel 2021 la collezione della Birra di Natale Forst nella pregiata bottiglia da due litri con comodo tappo meccanico ed elegante confezione regalo viene ulteriormente ampliata con una creatività unica. Quest'anno il racconto del decoro si sviluppa su due livelli. Al centro dell'immagine è rappresentato il presepe tradizionale con la peculiarità di raffigurare, nei personaggi adoranti, le diverse generazioni. I tre caratteristici pini Forst, con imponenti radici stilizzate color oro che racchiudono tre corone, simboleggiano il forte legame con il territorio e la natura, proteggendo il Presepe tradizionale sottostante. Gli edifici storici Forst legano, invece, il passato al presente.

La decorazione della Birra di Natale Forst, il cui disegno cambia ogni anno, è il risultato della creatività di un lavoro fatto a mano nell'officina artigianale di pittura all'interno dell'azienda.

La disponibilità e i formati

La Birra di Natale Forst nella bottiglia da 2 litri sarà disponibile da inizio novembre in tutti i Ristoranti-Birrerie Forst, online sul sito www.forst.it, nel Forst Shop presso lo stabilimento, nei locali Spiller, presso i grossisti Forst e nei diversi mercatini di Natale in Alto Adige. Oltre alla rinomata bottiglia da 2 litri in vetro, la Birra di Natale Forst viene commercializzata presso i grossisti Forst anche in fusti da 15 e 30 litri, nel pratico fustino "Forsty" da 12,5 litri e in cluster da sei bottiglie da 33 cl dal design natalizio.

www.forst.it

La grappa guarda al futuro



EXPORT GRAPPA VAR. % A VOLUME 2020 SU 2019

+5%	Grappa in bottiglia (in recipienti fino a 2 l)
+32%	Grappa sfusa (in recipienti con capacità > 2 l)
+9,2%	TOT. %
12.418	TOT. ettanidri

Fonte: AssoDistil

Sinonimo d'italianità, la grappa cresce anche in tempo di pandemia, con un export al +13% a valore. È tempo di valorizzarne le potenzialità, legittimarne l'uso nella mixology e aprire la strada a nuove modalità di consumo e al mercato del futuro.

Le sue origini? Antiche. Il suo fiorire in Italia? Nascosto nei secoli, più o meno bui, del Medioevo. La sua denominazione? Disciplinata per la prima volta nel 1951.

La carta d'identità di uno dei più celebri e riconosciuti distillati italiani porta con sé una storia antica e una tradizione tenace. Ed è, senza dubbio, uno dei prodotti che meglio rappresenta l'Italia stessa.

Amatissimo oltreconfine, il suo successo si conferma anche in tempi difficili come quelli della pandemia odierna, come raccontano i dati di AssoDistil che parlano di un export in crescita, per il 2020, del +13% a valore. Un successo guidato dalla Germania, che resta, come da tradizione, il paese numero uno nei consumi di grappa con 6.108 ettanidri, seguito da Svizzera e Austria.

Prodotto da valorizzare

69.000 gli ettanidri di grappa prodotti nel 2020 – dato in calo del 4% sull'anno precedente – dalle numerose distillerie italiane che guardano con favore alla grappa. Riprova ne è il fatto che oltre l'83% delle distillerie del nostro Paese producono grappa.

Se la grappa, dunque, resta il prodotto che meglio si identifica con la storia del nostro Paese, la sua valorizzazione nell'uso e negli ambiti d'utilizzo stenta a evolvere. Una sorta di fossilizzazione che ne limita le potenzialità e ne sminuisce carattere e versatilità.

Una condizione a cui, proprio in questi ultimi anni, stanno facendo fronte diverse realtà sul mercato e di cui stanno prendendo coscienza i protagonisti del mondo del beverage italiano.



Grappa nella mixology

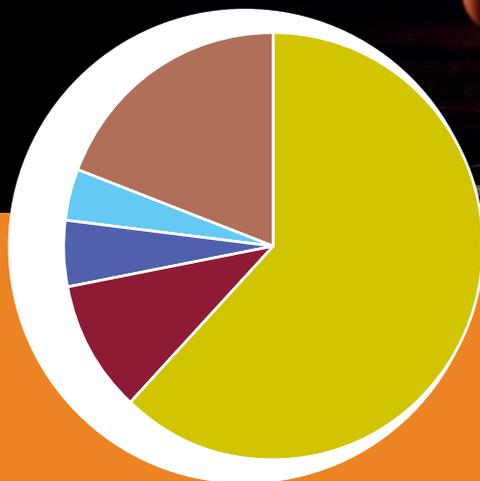
«Se ci pensiamo – sottolinea un professionista di assoluta eccellenza nell’uso dei distillati come Rama Redzepi, Capo Barman del cinque stelle Grand Hotel Fasano sul Lago di Garda – è quasi paradossale che si continui a utilizzare, al limite dell’abuso, un prodotto come il gin e, troppo spesso, non si prenda in considerazione la grappa: un prodotto che ha la stessa gradazione e che si presta altrettanto bene al mondo della miscelazione».

«In Italia – continua Redzepi – facciamo spesso fatica a valorizzare quanto di meglio appartiene alla nostra tradizione e cultura. La grappa oggi è un prodotto decisamente nobile, che non ha nulla da invidiare a distillati come il gin».

Sguardo al futuro

Una strada a cui guardano con interesse molte aziende italiane. A partire dalla più antica distilleria d’Italia, Nardini, che sta innovando per ridefinire la grappa quale prodotto ideale come base per i cocktail. «Ci poniamo l’obiettivo ambizioso di far conoscere le nostre grappe a nuovi potenziali consumatori, grazie ad un look più contemporaneo e a un linguaggio più fruibile che dovrà aprirci in maniera più decisa alla strada della miscelazione e dell’internazionalizzazione» spiega Massimo Tonini, Managing Director di Nardini.

Un percorso in evoluzione già intrapreso da un altro dei principali player del nord est Italia, Grappa Nonino, tra i pionieri in questo senso. Basti pensare che la prima Nonino Cocktail Competition, concorso per miglior cocktail con grappa, risale al 2007, firmato ai tempi in collaborazione con l’associazione barman inglesi – UK Bartender Guild – e AIBES.



EXPORT GRAPPA IN BOTTIGLIA 2020

- 62% **GERMANIA**
- 10% **SVIZZERA**
- 5% **AUSTRIA**
- 4% **RUSSIA**
- 19% **ALTRI PAESI**

Fonte: AssoDistil su dati Istat

weiss

Perfetta per
l'aperitivo!
Ma non solo.

Scopri gli
abbinamenti
di gusto



*Menabrea
La 150° Weiss
dal bouquet
piacevolmente
fruttato e
dalla schiuma
abbondante e
persistente.*



Il birrifico attivo
più antico d'Italia



www.birramenabrea.com

Un uso insolito

«In Italia stiamo vivendo un fermento anche sul fronte dei barman stessi – sottolinea Rama Redzepi. – Per quanto mi riguarda, preparo numerosi cocktail con la grappa, valorizzandone i toni aromatici più interessanti». A oggi sono cinque i drink a base grappa nella cocktail list di Rama, tra cui “Zanardelli 190”, a base di grappa affumicata con torba biologica, sciroppo alla cannella, bitter e una spruzzata d’assenzio, e “Ra”, gustoso e profumato, con limone spremuto, sciroppo al passion fruit, grappa scura e ginger beer. Esempio perfetto di un uso spiazzante della grappa che mira a superare il pregiudizio di una grappa identificata semplicemente quale prodotto forte e digestivo.

Un evento storico

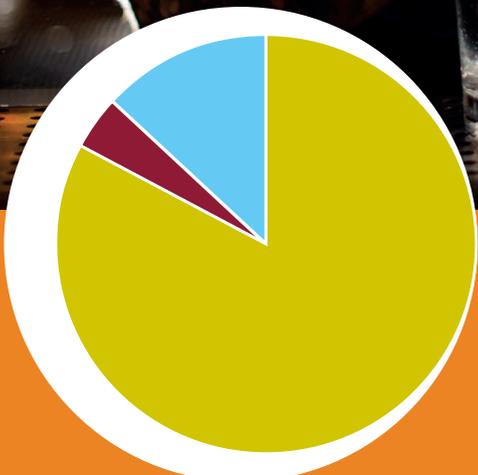
La lista cocktail di IBA – International Bartenders Association ha incluso per la prima volta nella storia un drink a base grappa. Si chiama VE.N.TO ed è nato dalla sinergia tra i vertici IBA e lo staff di GrappaRevolution, di cui Leonardo Pinto è fondatore. «Credo che VE.N.TO – commenta Pinto – rappresenti una pietra miliare nella storia della grappa. I produttori hanno fatto passi da gigante negli ultimi decenni, affinando le tecniche di produzione e ampliando le competenze. La grappa è a oggi un distillato versatile, giovane e ricco di sfaccettature, pronto a competere sia nel balloon sia nella miscelazione con i grandi distillati mondiali».



VE.N.TO

Il primo cocktail a essere mai stato inserito nella lista di IBA

- 45 ml grappa bianca
- 22.5 ml succo di limone fresco
- 15 ml honey mix
(sostituire acqua con camomilla)
- 15 ml cordial alla camomilla
- 10 ml bianco d’uovo (opzionale)



PRODUZIONE ITALIANA GRAPPA E ACQUAVITE 2020

- 69.000; 83% GRAPPA
- 11.000; 13% ACQUAVITI DI FRUTTA
- 2.800; 4% ACQUAVITI DI VINO
- 205; 0% ACQUA D’UVA

Sei alla ricerca di qualcosa
che ti faccia passare
dalla semplice offerta di Spirits
ad un posizionamento
di successo nel tuo locale?



Scegli

SPIRITI ECCELLENTI

Fissa subito la consulenza con il nostro Specialist

Daniele Cascio

Chiama ORA il Service Center al

numero verde 800.078.844





**SIBONA,
ECCELLENZA PIEMONTESE**

Se parliamo di grappa non possiamo non citare la storica distilleria piemontese Sibona, da sempre eccellenza riconosciuta dai tanti premi conquistati, non ultimo quello della Grappa Riserva di Barolo millesimata, nominata miglior Grappa dell'anno 2021 all'ISW Meininger's International Spirits Award.

Lancio recente in casa Sibona è la **Grappa Riserva in Botti da Sauternes**. Dal profumo inebriante, con aromi di frutta matura, miele e fiori di acacia e dal sapore ricco con note di frutta candita e rovere, questa speciale Grappa Riserva sta incontrando un deciso apprezzamento.

Da degustare a una temperatura di circa 18°C, in calice classico tulipano o bicchiere baloon con o senza stelo.

Gradazione: 44%.

Bottiglia: 50 cl.

ABBINAMENTI

Frutta secca, noci, mandorle, dolci e cioccolato. Inoltre deliziosa con formaggi stagionati. Perfetto abbinamento anche con Sigaro.

**NARDINI,
TRADIZIONE E INNOVAZIONE**

Al connubio grappa e mixology guarda con interesse Distilleria Nardini, la più antica distilleria in Italia, nata nel 1779, e oggi impegnata in un forte processo di rinnovamento. A partire dal look delle sue grappe iconiche: **Grappa Bianca** e **Grappa Riserva 3 anni**. Una novità che mira ad allargare le proprie frontiere a un pubblico più ampio e internazionale e che abbraccia il mondo della miscelazione quale innovativa modalità di consumo. La nuova veste grafica, preziosa, contemporanea ed elegante, è supportata da un logo snello e da una dimensione ridotta dell'etichetta per dar maggiore risalto al distillato.

Gradazione: 50%.

Formato: 70 cl e 100 cl.



NOVITÀ

Nelle indicazioni in retroetichetta compare per la prima volta l'utilizzo della Grappa Bianca per la realizzazione di cocktail, come i celebri Bassano Mule, Negrini Cocktail, Paloma Nardini, Garda Collins.



Alcune referenze firmate Distilleria Da Ponte.

**DA PONTE,
COCKTAIL D'AUTORE**

All'insegna del binomio tradizione e innovazione sono anche le nuove proposte firmate dalla Distilleria Andrea Da Ponte. Parliamo di cocktail speciali, rivisitazioni di grandi classici come il Mule o il Gin Tonic ma con la grappa come ingrediente base.

Nascono così **Grappa Mojito**, **Grappa Colada**, **Grappa Libre** e tanti altri cocktail, capaci di affascinare anche i cultori più rigorosi della mixology.

A cui si aggiunge un'altra novità, nata nel 2021. Si tratta di Amaro 33 allo Zenzero Cocktail Edition, una versione del famoso Amaro 33 allo Zenzero dove però il gusto piccante del famoso tubero diventa più persistente e quindi ideale per dare la giusta verve alla fantasia di tutti i barman.

BEPI TOSOLINI, STORIA DI FAMIGLIA E DI RIVOLUZIONE

Fondata nel 1943 e giunta alla terza generazione, la friulana Bepi Tosolini vive oggi un periodo di rinnovamento figlio di una continua ricerca d'innovazione, iniziata dal fondatore stesso, Bepi, ideatore del metodo cosiddetto "Tosolini".

Oggi il figlio Giovanni e i nipoti Giuseppe, Bruno e Lisa proseguono la ricerca, guardano ai mercati stranieri e stringono l'occhio alla mixability. «Il mondo della mixability va a caccia di gusti sempre più ricercati. I palati del consumatore si sono affinati sono pronti a questa nuova "Grappa experience" – sottolinea Giuseppe Tosolini. – La nostra distilleria ha così sviluppato una serie di prodotti che si sposano bene sia per il consumo liscio sia miscelato come la nostra **Grappa Agricola**, portabandiera del made in Friuli». Gradazione 50%.



Grappa Agricola. Dalla forte gradazione, mantiene inalterati anche a notevoli diluizioni tutti gli aromi e i profumi di frutti di bosco maturi e sentori di uva sultana che la caratterizzano.

MONTANARO, NOBILTÀ PIEMONTESE

Dalla distillazione di vinacce dei diversi vini nobili piemontesi, primo fra tutti il Barolo, nascono le Grappe della distilleria Montanaro. Una gamma ampia che va dalla **Grappa Stravecchia**, con bottiglia ed etichetta che hanno fatto la storia della distilleria, una grappa invecchiata in fusti di rovere di Slavonia da vinacce selezionate di Nebbiolo da Barolo con sentori di liquirizia e vaniglia, alla linea, comprendente sette referenze, **Ometto**: Grappa di Barolo, Barbaresco, Nebbiolo, Moscato, Arneis, Barbera e Dolcetto.



La linea monovitigno **Ometto** della Distilleria Montanaro.



Grappa Bianca Cristallo (40%),
Grappa di Moscato Barricata (41%)
Grappa di Barbera e Dolcetto Riserva (42%)
e Grappa di Barolo Riserva (43%).

GRAPPA LIBARNA, I LIQUORI DELLA TRADIZIONE ITALIANA

Nata dai più pregiati vitigni piemontesi e distillata a vapore in alambicchi in rame, **Grappa Libarna**, creata nel 1906 nella Distilleria Gambarotta di Serravalle Scrivia, vive oggi una stagione di rinascita grazie al progetto "I Liquori della tradizione Italiana" promosso da Gruppo Montenegro che si pone l'obiettivo di valorizzare la tradizione liquoristica del nostro Paese attraverso una collezione di brand premium dalla storia pluricentennale. Quattro le referenze che compongono la gamma: Grappa Bianca Cristallo, morbida per eccellenza, con sentori di fiori bianchi e fragranze di mollica di pane. Grappa di Moscato Barricata, di grande eleganza e rotondità, con sentori di miele e fiori gialli. Grappa di Barbera e Dolcetto Riserva, dalle più pregiate uve dei vitigni autoctoni piemontesi, con note di vaniglia e legno. Infine, Grappa di Barolo Riserva, dal carattere complesso, ottenuta da sole vinacce di uve Nebbiolo, con note di frutta secca e floreali.



Furlanina Grappa Gentile Invecchiata (42%),
Sgnape dal Fogolar Stravecchia (45%),
Grappa di Vermentino (40%)
e Vecchia Grappa Caffo (40%).

**CAFFO,
SELEZIONE PREGIATA**

Quattro distillerie per altrettante grappe, in rappresentanza di tutta Italia. A partire dalla friulana Furlanina Grappa Gentile Invecchiata, morbida e dal profumo gentile, gradita dai palati più esigenti e raffinati. Restando in Friuli, dalla Distilleria Friulia nasce Sgnape dal Fogolar Stravecchia, dal colore ambrato e dall'aroma morbido, ma deciso. Dal Friuli alla Liguria con Grappa di Vermentino di S. Maria al Monte, che le vinacce da uve presenti nella riviera ligure contribuiscono a rendere armonica, delicata ed elegante. Infine, dai Mastri Distillatori Caffo nasce Vecchia Grappa Caffo, alle pendici dell'Etna in Sicilia. Il suo metodo di lavorazione prevede una lenta distillazione a vapore e un invecchiamento in fusti di rovere.

**DISTILLERIE
BONOLLO,
GRAPPA DA MEDITAZIONE**

Gioiello delle Distillerie Bonollo Umberto, ricca, vivace, morbida, **Grappa OF Amarone Barrique** è il frutto della distillazione delle vinacce provenienti dalla pigiatura delle uve passite del vino Amarone della Valpolicella.

L'abilità dei maestri distillatori Bonollo ha consentito di scolpire il particolare profilo organolettico di questa grappa da meditazione, che è in grado, grazie alle sue caratteristiche sensoriali, di sorprendere e appassionare anche gli intenditori più esigenti. La completa maturità del carattere di Grappa OF Amarone Barrique viene raggiunta attraverso l'invecchiamento in piccole barrique di rovere francese.

Gradazione 42%.
Formato 70 cl.



Grappa OF Amarone Barrique contraddistinta da note intense, suadenti e inconfondibili, in grado di coinvolgere in eleganti, appaganti e originali esperienze edonistiche.



**ZANIN,
ECCO LA CAVALLINA BIANCA**

Cavallina Bianca rappresenta uno dei brand storici e di più lunga tradizione dell'azienda Zanin, nato nel 1895. Dalla prima nata, la Cavallina Bianca Stravecchia sino alle sorelle più o meno giovani, ancora tutte in commercio. La **Cavallina Blend 4** viene prodotta dal 2007 ed è una selezione di vinacce provenienti da quattro vitigni diversi. Si affina per almeno sei mesi in serbatoi di acciaio. Dal colore cristallino, al gusto risulta fruttata, morbida con note erbacee, morbida e briosa. Dal retrogusto persistente, va servita a una temperatura di circa 14°-18° C. Disponibile nei formati 0,7 l e da 1,5 l.

Gradazione: 41,5% vol.

ABBINAMENTI

Si abbina bene con cioccolato fondente (75-80%), marmellate in genere. Ottima versata nell'anguria tagliata a cubetti e anche come correzione nel caffè.

MARZADRO, GRAPPA LUNARE

Dalla trentina Distillerie Marzadro arriva un progetto speciale: **Diciotto Lune**, Grappa Stravecchia, selezione di tre referenze nate da un blend di vitigni di vinacce rosse e bianche, affinate 18 mesi in piccole botti di ciliegio, frassino, rovere e robinia.

Riserva Botte Porto è caratterizzata da un invecchiamento aggiuntivo in un numero limitato di botti portoghesi, utilizzate in precedenza per l'affinamento del Vino Porto. Dal profumo intenso e fruttato, la struttura è avvolgente e armonica.

Riserva Botte Whisky, in botti scozzesi utilizzate in precedenza per l'affinamento di Whisky torbati e non. Dal profumo ampio e leggermente torbato, la struttura è rotonda e persistente.

Riserva Botte Rum, in botti provenienti principalmente da Martinica, Barbados e Giamaica, utilizzate in precedenza per l'affinamento del Rum. Dal profumo fruttato e speziato, la struttura è morbida ed equilibrata.



Riserva Botte Porto, Riserva Botte Whisky e Riserva Botte Rum.
Gradazione (42%). Capacità : 70, 50, 20 cl.

MERCANTI DI SPIRITS, PER TUTTI I GUSTI

Dal ricchissimo catalogo 2021 firmato Mercanti di Spirits arrivano alcune proposte in tema grappa. Si tratta di **Grappa Nitor Bianca**, nata dalla distillazione di vinacce provenienti da diversi vitigni armonicamente combinati e caratterizzata da lucentezza e da gusto intenso, e della pregiata **Flavens 18 mesi**, dall'intenso colore ambrato, lasciata affinare per un minimo di 18 mesi in botti di legni pregiati e proposta in quattro formati: 70 e 100 cl, nel Magnum da 1.5 litri con un prezioso astuccio, e nella pregiata confezione in legno e raso "Prestige".

Completano la linea, i liquori "Cuor di", collezione di originali liquori a base grappa, declinati nei tre gusti miele, mela verde e cannella, ideali per essere bevuti freddi o con ghiaccio, così da esaltare il connubio perfetto tra la grappa e gli aromi dei diversi gusti.



La linea "Cuor di",
collezione di originali
liquori a base grappa.

NONINO, PIONIERI DEL SETTORE

Distillatori dal 1897, i protagonisti della distilleria friuliana Nonino hanno incarnato negli anni l'avanguardia più autentica di questo settore. Nell'autunno 2018 presentavano il loro innovativo Aperitivo Nonino BotanicalDrink, ricetta firmata nel 1940 da Silvia Nonino, prima donna Mastro Distillatrice in Italia: infuso di botaniche essiccate a bassa temperatura, 100% vegetale premiato Aperitivo dell'Anno 2021 al Meininger's International Spirits Award. Dal colore giallo sole, determinato dalla sola infusione di fiori, frutta e radici è ideale da servire fresco con ghiaccio e twist di limone, perfetto con aggiunta di bollicine a piacere. Tra le grappe più pregiate di Nonino, distillate al 100% con metodo artigianale, troviamo la **Grappa Nonino Riserva 25 anni Single Cask**, dal colore oro ambrato, intensa e ricca con sentore di crema, miele, frutta esotica, note di arancia e cioccolato.



DEGUSTAZIONE

Va servita a temperatura ambiente in bicchiere ampio tipo balloon. Perfetta con cioccolato, dolci da forno, dolci a base di creme e cioccolato.



STILE E TRADIZIONE DALL'ANIMO ITALIANO

Il Gruppo Montenegro conduce alla riscoperta di sei icone storiche radicate nella tradizione liquoristica italiana.

Un progetto che racconta l'artigianalità, i luoghi e la qualità del Made in Italy. Ecco "I Liquori della Tradizione Italiana".



U

na selezione di pregiate specialità. Un attento lavoro di ricerca, riscoperta e valorizzazione. Con un obiettivo chiaro: quello di mettere a valore l'importante tradizione liquoristica del nostro Paese attraverso una collezione di brand premium dalla storia pluricentennale.

È "I Liquori della Tradizione Italiana", progetto firmato dal Gruppo Montenegro, leader nel mercato delle bevande alcoliche, che coinvolge sei marchi premium, di alta qualità, tutti accomunati da una lunga storia e da grandi successi.

Si tratta di **Grappa Libarna**, **Oro Pilla**, perfetti per il periodo autunnale, **Nocino Benvenuti**, **Rabarbaro Bergia**, **Maraschino Buton** e **Coca Buton**.

Realizzate secondo una lavorazione complessa, fedele alla ricetta delle origini e capace di esaltare ciascun ingrediente caratteristico – noci, rabarbaro, foglie di coca peruviane e ciliegie marasche – e di restituire un particolare e ben preciso profilo sensoriale, le sei icone selezionate sono sinonimo di qualità, artigianalità e profondo legame con il territorio di provenienza: dal Piemonte, al Veneto e all'Emilia-Romagna, tutti luoghi tradizionalmente vocati alla produzione di liquori.

«La collezione racchiude tutte le caratteristiche del Made in Italy di successo – commenta Gianluca Monca, Marketing & New Business Director di Gruppo Montenegro – e riteniamo che abbia un grande potenziale in Italia e soprattutto nei mercati internazionali.



Grappa Libarna (1906)

Nata dai più pregiati vitigni piemontesi e distillata a vapore in alambicchi in rame, Grappa Libarna, creata nel 1906 nella Distilleria Gambarotta di Serravalle Scrivia, è un vero capolavoro di artigianalità. Il suo nome è un omaggio al teatro di Libarna del I secolo d.C. che ha ispirato la forma della storica bottiglia e ricorda i capitelli delle colonne romane.

Quattro le referenze che compongono la gamma. **Bianca Cristallo**, morbida per eccellenza, nata da un blend di purissime acquaviti di vinaccia, giovane e finemente aromatico. **Grappa di Moscato Barricata**, di grande eleganza e rotondità, dal gusto dolce e aromatico. **Grappa di Barbera e Dolcetto Riserva**, dalle più pregiate uve dei vitigni autoctoni piemontesi. **Grappa di Barolo Riserva**, dal carattere complesso, ottenuta da sole vinacce di uve Nebbiolo.



BIANCA CRISTALLO

Colore: trasparente e brillante

Olfatto: profumi di fiori freschi e uva

Gusto: delicato e pulito, sentori di fiori bianchi e fragranze di mollica di pane

Gr. Alc.: 40% vol



GRAPPA DI MOSCATO BARRICATA

Colore: ambrato tenue

Olfatto: sentori di miele e fiori gialli

Gusto: dolce con note di albicocca essiccata e uva Moscato; strutturato e corposo, nel finale decise note di legno

Gr. Alc.: 41% vol



GRAPPA DI BARBERA E DOLCETTO RISERVA

Colore: ambrato tenue

Olfatto: armonico con note di vaniglia e legno

Gusto: strutturato e ricco, con sentori legnosi, vanigliati e note di nocciola

Gr. Alc.: 42% vol



GRAPPA DI BAROLO RISERVA

Colore: ambrato

Olfatto: complesso, ricco e persistente, con note di frutta secca e floreali

Gusto: complesso, aristocratico, con note terziarie speziate

Gr. Alc.: 43% vol

Oro Pilla (1919)

Sinonimo di eccellenza dal 1919, Oro Pilla è un brandy lungamente invecchiato, ancora oggi fedele alla ricetta delle origini.

Il successo crebbe così tanto da raggiungere, negli anni Settanta, il traguardo delle 7 milioni di bottiglie vendute. Oggi Oro Pilla spicca come eccellente distillato da meditazione, ideale da assaporare liscio e ben freddo, in un piccolo calice.

Un brandy di carattere, originato da una sapiente lavorazione articolata in due fasi finalizzate a esaltare al massimo gli aromi originari del vino: la distillazione, in parte continua "a colonna" e in parte discontinua "ad alambicco" di tipo Charentais e il blending di acquaviti invecchiate in Italia per almeno tre anni in fusti di rovere francese e botti in rovere di Slavonia.



ORO PILLA

Colore: ambrato tenue di grande trasparenza

Olfatto: pulito, deciso, profumi che rimandano a note di legni resinosi, balsamici e speziati

Gusto: deciso in bocca, delicatamente pungente, emergono le note primarie di croccante e di frutta sotto spirito che lasciano spazio a un finale secco di bastoncino di liquirizia. Retrogusto piacevolmente amaro

Gr. Alc.: 38% vol

Bollicine *a festa*

Le festività di fine anno
si avvicinano e con loro
la voglia di brindare.
Ecco alcune proposte spumeggianti
ideali per il periodo più
festoso dell'anno.



B

olle, bolle, bolle. Amate da ogni tipo di consumatore e core business di molte realtà del mondo dell'hospitality, le bollicine trovano negli ultimi mesi dell'anno il loro periodo di elezione. È qui che le 750,6 milioni di bottiglie di spumante prodotte in un anno – secondo i dati di UIV Unione Italiana Vini relativi al 2020, vivono il massimo della loro esaltazione, tra brindisi natalizi e botti di capodanno.

Se è vero che ben il 70% dello spumante italiano è destinato a varcare i confini, a riprova dell'enorme popolarità delle bollicine tricolori in tutto il mondo, è altrettanto vero che il mercato dell'ospitalità italiana guarda al vino mosso con enorme interesse.

IWSR stima che entro il 2022 l'Italia supererà la Germania quale maggior mercato di vino frizzante a livello globale. Un mercato che in questi anni ha visto numeri in crescita, anche nel periodo di lockdown, trainato da un forte consumo di bollicine tra le mura domestiche.

Oggi, le proposte delle aziende italiane puntano soprattutto su valori quali il territorio di appartenenza, valorizzato e riscoperto nelle sue varietà più autentiche, e la sostenibilità, declinata dentro e fuori la bottiglia, per rispondere in maniera decisa e verticale alle esigenze dei nuovi consumatori e del mercato post pandemia.



SPUMANTE POLARIS, BOLLA EMILIANA

Nato nel 2018, Polaris è figlio della volontà di Cantine Mingazzini di soddisfare una crescente richiesta di una parte del mercato in cerca di una bollicina autotona al territorio emiliano come valida alternativa ai più noti Prosecco e Franciacorta.

Si tratta di uno Spumante Extra-Dry DOC a base di uve di Pignoletto (Grechetto Gentile), ottenuto nel rispetto del Metodo Martinotti.

Color giallo paglierino, al naso richiama frutta bianca e fiori di campo, al gusto risulta secco, armonico, ben equilibrato e sapido.

Presentato per la prima volta all'evento AIFBM a Matera nel 2018, ha visto un incremento del 25% sulla vendita al dettaglio, a testimonianza di un consumo di spumante italiano in forte crescita negli ultimi anni.

Abbinamenti: Ideale come aperitivo. Perfetto abbinato a piatti di frutti di mare o a base di pesce.

Grado alcolico: 11,5% vol.

PROSECCO DOC ROSÉ BRUT MILLESIMATO BOLLA IN FESTA PER I 140 ANNI

Serena Wines 1881 e l'Accademia delle Belle Arti di Venezia si sono unite in una collaborazione esclusiva, ancora una volta, per celebrare la 140^a candelina dell'azienda. Dopo l'ideazione del design della nuova bottiglia, Serena Wines 1881 si è affidata nuovamente alle fresche e originali idee degli studenti dell'Accademia per la realizzazione di un'etichetta dedicata all'anniversario. Il risultato è una bottiglia celebrativa che comunica in maniera semplice e diretta la lunga storia della famiglia Serena, dal 1881 al 2021. A beneficiare di questa novità è anche il Prosecco Doc Rosé Brut Millesimato, il prodotto di punta per le feste 2021 proposto da Serena Wines.

Grado alcolico: 11,5% vol.



NOVEBOLLE DOC, SPUMANTE ROMAGNOLO

Novebolle Romagna Doc Spumante Bianco Extra Dry è la proposta di Caviro per le feste 2021. Figlio del più ampio progetto Vigneti Romio, per il quale Caviro ha selezionato i più esperti tra i propri viticoltori romagnoli e i vitigni più rappresentativi, nasce dalle varietà Trebbiano, al 75%, Chardonnay, al 20%, e Famoso, al 5%. La fermentazione a temperatura controllata di 15-18 C° permette di sviluppare aromi fruttati e floreali.

Dal colore giallo vivace e brillante, al naso rivela note fruttate di agrumi e frutti esotici che affiancano sentori floreali per un assaggio preciso, netto ed elegante. Al palato fresco e sapido, il perlage è fine e piacevole.

Abbinamenti: Antipasti a base di pesce e primi piatti.

Grado alcolico: 11,5% vol.





IL CUORE
DELLE
EMOZIONI

www.maschiodeicavalieri.com



MASCHIO DEI CAVALIERI

LA DIFFERENZA È NEL CUORE

Maschio dei Cavalieri è differente per natura: nella profondità delle emozioni, nella passione delle cose fatte con amore, nel fascino della sua autenticità. Valdobbiadene Prosecco D.O.C.G. Rive di Colbertaldo, il cuore del piacere, coinvolgente invito ad un'esperienza unica e indimenticabile.



**LINEA PRESTIGE,
ORA IN LIMITED EDITION**

Conferma dell'inarrestabile crescita e richiesta delle bollicine di qualità arriva anche da Maccari che nota, in particolare, una sempre maggiore domanda di vini più secchi, prodotti da Maccari, nella versione Prosecco Doc Brut, a 8 gr zucchero/litro. «Anche se – sottolineano dall'azienda veneta – il più venduto in Italia e all'estero resta sempre il Prosecco Doc Extra Dry che noi produciamo a 12 gr zucchero/litro».

Se bene sta andando la Cuvée 120 Brut, nata 3 anni fa in occasione del 120° anniversario dell'azienda, un successo ancora maggiore, soprattutto nei mercati esteri, lo sta riscuotendo il Prosecco Doc Rosé Millesimato, prodotto con un 10% di Pinot Nero, così come il Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Extra Dry.

In particolare, la nuova nata linea Prestige, dal packaging di grande eleganza, verrà proposta per gli omaggi natalizi anche in raffinate confezioni in legno e lussuosi bauli in pelle Limited Edition.

Le referenze della nuova linea Prestige dell'azienda vinicola Maccari.

**PROSECCO ROSÉ LA MARCA,
EASY & CHIC**

Drink Pink! Dice tutto il claim scelto da La Marca che festeggia un'annata rosea per il suo Prosecco Rosé La Marca, che ha conquistato anche i consumatori più tradizionalisti. Dopo il lancio sul mercato avvenuto in piena pandemia, questa bollicina in rosa è stata accolta con entusiasmo, complice la voglia di ottimismo del mercato.

Si tratta di un blend di due basi, Glera (85%) e Pinot Nero (15%), quest'ultimo con la percentuale massima consentita dal disciplinare. Caratterizzato da una tenue e brillante tonalità lampone, il sottile perlage stuzzica il naso con la sua complessità aromatica, portando in superficie le fragranze di glicine, pera e mela golden, bilanciate dai sentori di ciliegia e fragolina di bosco caratteristici del Pinot.

Abbinamenti: Di facile beva, adatto agli abbinamenti più classici come delicate crudité di pesce o taglieri saporiti di salumi e formaggi, ma anche per sperimentare nuovi connubi, come la cucina fusion e la pasticceria.

Grado alcolico: 11% vol.



**VELÉRE PROSECCO DOC
ROSÉ MILLESIMATO
ASTORIA**

Prosecco in rosa anche per Astoria Wines, il cui Prosecco Rosé DOC prende il nome di "Velére": un equilibrio tra Glera e Pinot nero. Al naso si caratterizza per sentori floreali e di delicato lampone, mentre il gusto morbido lascia sul palato un gradevole ricordo di mela e pera.

Il nuovo spumante fa parte della "Venice Collection" di Astoria, pregiata selezione di Prosecco dedicata al canale della ristorazione, caratterizzata da una bottiglia intagliata e dai nomi che richiamano la storia commerciale della Repubblica Serenissima (Galie, Corderie, Arzanà, per fare alcuni esempi). Un nome evocativo che indica proprio quelle donne che un tempo, con un lavoro certosino, cucivano le vele per le navi. Astoria lo propone anche come base per un originale Rosé Spritz.

Grado alcolico: 11% vol.



LA MARCA

BUBBLES & DREAMS



WWW.LAMARCA.IT



FOCUS VINO



CUVÉE EXTRA DRY, BOLLA FORMATO MAGNUM

Frutto di sapienti abbinamenti, Cuvée Extra Dry dell'azienda veneta San Martino è uno spumante che nasce dalla preziosa miscela tra le migliori uve bianche del raccolto. Ideale per gli aperitivi e ottimo in abbinamento a piatti di pesce e fritture miste, è un vino dal perlage persistente e dal tono armonico.

«Quest'anno lo proporremo anche in versione Magnum» fanno sapere dall'azienda.

Conviviale e scenografico, il formato Magnum è senz'altro il re delle feste: bello da vedere e ideale per servire numerosi ospiti stappando un'unica bottiglia. Senza dimenticare come i vini conservati nelle Magnum resistano meglio a sbalzi, preservando maggiormente gli aromi varietali e le caratteristiche sensoriali del vino.

Abbinamenti: ideale per gli aperitivi e ottimo in abbinamento a piatti di pesce e fritture miste.

Grado alcolico: 11% vol.



VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG EXTRA BRUT RIVE SANTO STEFANO

«Con Val D'Oca, il nostro brand specifico per la ristorazione e il fuoricasa, puntiamo molto sulla gamma delle Rive, i cru riconosciuti come l'eccellenza di Valdobbiadene – spiega Alessandro Vella, Direttore della Cantina Produttori di Valdobbiadene. – Il nostro Rive di Santo Stefano nasce da una riva pregiatissima adiacente al Cartizze: è proprio grazie alle caratteristiche specifiche del terroir che la materia prima ci consente di produrre un Extra Brut dal tenore di zuccheri molto basso (2gr Lt)». Il risultato è un vino che al naso, restituisce note agrumate, di fiori bianchi e mela verde. In bocca, sebbene il residuo zuccherino sia minimo si presenta equilibrato e molto piacevole. Il retrogusto è armonico e duraturo.

Temperatura di servizio 6-8 °C.

Abbinamenti: Si abbina con eleganza ad antipasti e primi piatti. Ottimo anche per semplici brindisi.

Grado alcolico: 11% vol.

CENTINARI FRANCIACORTA, IL NUOVO AIRONE ROSSO

Si chiama Centinari Franciacorta ed è il nuovo marchio, proposto in due referenze (Docg Brut e Docg Dosage Zéro), nato dalla volontà della famiglia Togni. «Abbiamo dato a questo progetto un nome, anzi un cognome per noi molto importante» spiega Paola Togni. Centinari è infatti il cognome della mamma di Paola, oggi alla guida dell'azienda insieme ai figli Elisa e Andrea. Un nuovo progetto impegnato anche nella salvaguardia della biodiversità, come Purpurea, studio che analizza le rotte migratorie dell'airone rosso, che non a caso è il logo del nuovo marchio.

Prodotto da uva 100% Chardonnay, il Docg Brut ha profumo fresco e speziato, ricco in fragranza di lieviti. Dal colore chiaro con riflessi filigranati oro, invece, il Docg Dosage Zéro si apre all'olfatto con sentori di frutta matura, lievi note di vaniglia e un leggero piglio tostato.

Abbinamenti: crudi, tartare di scampi, gamberi e tonno, tartufo bianco e spaghetti ai ricci (Docg Brut). Insalata di Luccio con finocchietto Fresco, Guancia di maiale con salsa verde, Manzo all'olio (Docg Dosage Zéro).

Grado alcolico: 12% e 12,5% vol.



1881

2021

5 generazioni dal 1881



www.serenawines.it

SERENA
WINES 1881

Una storia di sostenibilità in ogni tazzina.

Un piacere unico da gustare al bar.

Diffondere significa seminare, divulgare, emanare. Si diffonde un profumo, si diffonde un ideale, si diffonde una parola, si diffondono i rami di un albero verso il cielo.

Nel 2002 è nato il progetto iTierra!, con l'obiettivo di migliorare le condizioni di vita dei coltivatori di caffè a livello economico e sociale e promuovere buone pratiche agricole.

Se le prime a essere coinvolte sono state piccole comunità di coltivatori in Perù, Colombia e Honduras, oggi i progetti di sostenibilità si sono diffusi su tre continenti e coinvolgono più di 130.000 persone con cui Fondazione Lavazza lavora a stretto contatto per garantire un caffè migliore e un futuro per le nuove generazioni.



PH Steve McCurry

A cura del servizio p.r. e pubblicità



Le miscele La Reserva de iTierra!, che puoi gustare al bar, contengono caffè provenienti da regioni e comunità coinvolte nei progetti della Fondazione Lavazza e sono sinonimo di eccellenza e sostenibilità.

I chicchi vengono selezionati da coltivazioni certificate Rainforest Alliance in Brasile, India, Nicaragua, Messico e Colombia, e grazie alle interpretazioni organolettiche firmate Lavazza diventano un modo per viaggiare attraverso il gusto.

Perché il cambiamento si diffonde, anche in una singola tazzina di caffè.



Scopri la gamma
La Reserva de iTierra!
Per informazioni - Lavazza.it

LAVAZZA
TORINO, ITALIA, 1895





ROTARI

ALPEREGIS

LA QUALITÀ REGNA SOVRANA.



Bevi Rotari responsabilmente.

Il regno delle bollicine appartiene a loro: AlpeRegis Extra Brut, Rosé, Pas Dosé firmati Rotari. La linea di millesimati che esalta la raffinatezza, l'eleganza trentina e il carattere puro di un perlage unico.

   rotari.it

ROTARI
ALPEREGIS
TRENTODOC

Al passo con la ripresa



*Trimestre estivo in linea con il 2019.
La ripresa dei consumi c'è: +24% sul 2020.
L'Horeca si riorganizza e guarda all'autunno con fiducia.
Ecco i dati del Mind Observatory Market di Formind.*

di Antonio Faralla



L'estate 2021 è ormai ufficialmente archiviata e analizzarne i numeri, con un occhio puntato sugli ultimi importanti mesi dell'anno, è fondamentale per interpretare l'andamento dei consumi e il cammino di ripresa che l'Horeca italiano sta vivendo. Un primo bilancio della stagione lo traccia Formind, che offre uno spaccato del trimestre caldo – sotto molti punti di vista – “giugno-agosto”. I numeri sorridono con un +24% fatto registrare dai consumi di quest'anno rispetto a quelli del 2020. In linea, ormai, con quelli pre Covid del 2019, rispetto ai quali scontano un ridotto -2%.

Consumo italiano e straniero in crescita

A fare bene è soprattutto il mese di agosto che ha superato i volumi del 2019 di oltre l'8%. L'estate 2021 ha dunque visto il consumatore italiano decisamente attivo in termini di consumo, con una ripresa interessante anche del turismo straniero che, seppur ancora lontano dai numeri pre pandemia, recupera significativamente sui volumi del 2020.

Molto bene le zone balneari – con il tutto esaurito in regioni come Puglia, Sardegna e Sicilia, in overbooking – e montane. Bene, finalmente, anche le città e i grandi centri urbani.



Aperitivo top performer

Qualche nota dolente va registrata, invece, sul fronte dell'aumento dei prezzi al consumo che hanno toccato punte del +10%.

A performare meglio, in termini di momenti di consumo, è stato l'aperitivo diurno, che ha recuperato in pieno i volumi persi lo scorso anno. Molto bene anche colazione, aperitivo serale e cena, queste ultime con performance incrementali nell'ordine medio del 25%.

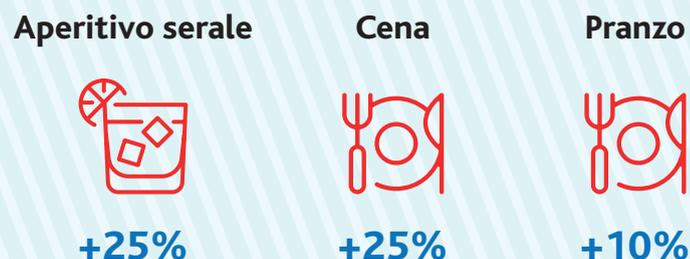
A fare da contraltare, invece, la pausa pranzo, dove ha pesato il nuovo stile di consumo influenzato dallo smart working. Anche il mondo del notturno, penalizzato dalla chiusura delle discoteche, resta a segno meno.



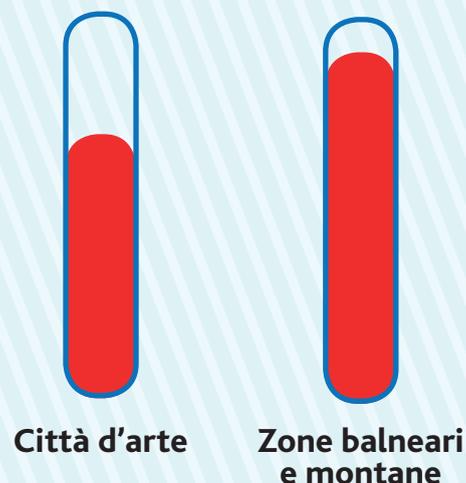
BILANCIO STAGIONE ESTIVA 2021 trimestre giugno-agosto



I MOMENTI DI CONSUMO trimestre giugno-agosto



TURISMO 2021 trimestre giugno-agosto





Rincorrendo i consumi

L'importante crescita dei consumi estivi ha, al tempo stesso, messo in difficoltà il circuito produttivo, probabilmente sorpreso dalla velocità di recupero del consumatore sul canale. Difficoltà aggravate dalla complessità di approvvigionamento delle materie prime, dal mantenimento degli assortimenti, dai maggiori costi sostenuti e da complicazioni notevoli in tema di trasporti, indirizzati in questi mesi verso altri settori merceologici. Stesso discorso per il mondo della distribuzione, alle prese con una domanda non semplice da soddisfare per carenze di prodotto e per difficoltà nel reperire mano d'opera stagionale da implementare nel periodo.

Occhi puntati sull'autunno

Sicuramente il favorevole andamento climatico, che potrebbe durare anche fino a tutto il mese di ottobre, ha fatto da prezioso volano, contribuendo a realizzare una stagione dai numeri decisamente positivi. Con queste favorevoli premesse il mercato si accinge ad affrontare l'ultimo quadrimestre. Quadrimestre da cui ci si aspettano numeri altrettanto positivi, rapportandosi a un pari periodo 2020 fortemente negativo. Ma che, al tempo stesso, deve scontare tutte le incertezze e incognite legate alla ripresa delle attività e al ritorno in presenza dell'attività scolastica, con tutti i rischi che ne conseguono. L'andamento della campagna vaccinale, però, fa ben sperare.

Previsioni future

Il focus si allunga ormai sul prossimo biennio, con l'obiettivo di comprendere come aspetti strutturali che hanno cambiato il volto del mercato e che influenzano oggi la domanda al consumo potranno determinare il recupero del canale e modificare equilibri consolidati. Fenomeni come lo smart working o il delivery difficilmente invertiranno, infatti, la loro tendenza, così come l'allargamento dei momenti di consumo segnerà in maniera decisiva lo sviluppo del prossimo futuro. In questa direzione si muove anche Formind che, grazie al MIND OBSERVATORY MARKET (MOM), mira a intercettare le tendenze del mercato fuori casa, per capire quali future direzioni prenderanno i consumi del prossimo biennio.



SICILIANAMENTE



Bevi responsabilmente

*Vini Feudo Arancio Sicilia Doc:
assapora la vera sicilianità.*

*Feudo
Arancio*

www.feudoarancio.it


 DON'T MISS THE NEXT EDITION
 SAVE THE DATE!



Un successo oltre le aspettative

Si è conclusa la XX edizione di Cibus con i primi segnali di una timida ripresa.



«Cibus è una scommessa vinta». Questa la dichiarazione del ministro dello sviluppo economico Giancarlo Giorgetti, in visita lo scorso 3 settembre alla Cibus a Parma. «Quando quattro mesi fa si è scelto di fare questa fiera sorsero degli interrogativi. Come autorità politica di governo dobbiamo ringraziare tutti quelli che accettano di fare queste scommesse e permettono al Paese di vincerle».

I NUMERI

2000
AZIENDE ESPOSITRICI

~ 40.000
TOTALE VISITATORI

2000
VISITATORI DALL'ESTERO



Grandi numeri

E i numeri della XX edizione di Cibus parlano chiaro: duemila aziende espositrici, quasi 40mila visitatori, di cui duemila dall'estero.

«I principali operatori internazionali che non sono potuti venire hanno inviato i loro sourcer e i loro broker – ha riferito Antonio Cellie, CEO di Fiere di Parma – per non perdere l'opportunità di scoprire le tante innovazioni presenti in fiera. Perché Cibus è esattamente questo: la capacità di innovazione del nostro agroalimentare che incontra una crescente domanda mondiale di authentic Italian».

Sfida vinta

La soddisfazione degli stakeholder è stata sottolineata da Gino Gandolfi, presidente di Fiere di Parma: «Questa edizione di Cibus ha pienamente conseguito gli obiettivi che si era posta. Le tante attestazioni di apprezzamento da parte delle aziende espositrici, delle associazioni aderenti a Federalimentare e dei consorzi di tutela, mi consentono di poter dire che Cibus 2021 è una sfida vinta dalla community agroalimentare. Voglio anche sottolineare l'attenzione del mondo politico, con la partecipazione di tre ministri e dei principali attori della filiera: agricoltura, industria, grande distribuzione e mondo dell'Horeca. Sulla scia di questo successo, stiamo già lavorando per una edizione record di Cibus, che si terrà a Parma il 3 maggio 2022».

World Food Research and Innovation Forum

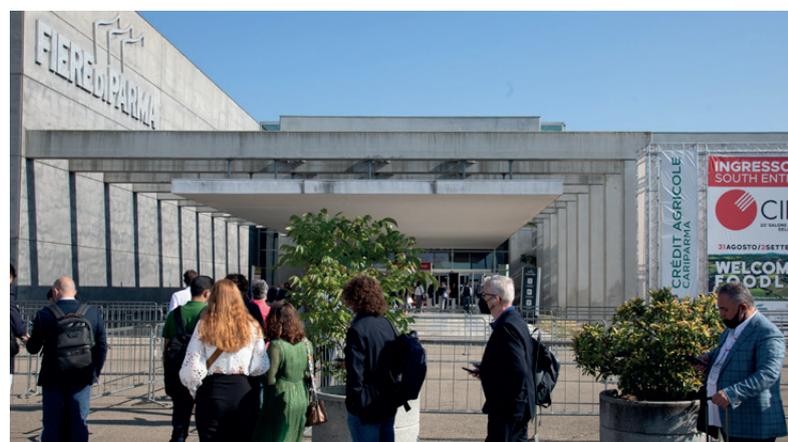
Nel corso della quarta e ultima giornata di Cibus si è tenuto il World Food Research and Innovation Forum che ha preso in esame il riflesso sulle imprese

delle diverse transizioni climatiche, digitali, sociali. «I consumatori sono molto attenti a queste problematiche – ha detto il ministro Giorgetti intervenendo al convegno – ma dobbiamo anche essere realisti e responsabili nel difendere gli interessi nazionali, consapevoli che le decisioni che prendiamo hanno poi un riflesso sulla vita reale delle nostre imprese».

Al World Food Research (promosso dalla Regione Emilia-Romagna, dalle università di Bologna, Parma, Modena e Reggio Emilia, Ferrara, Università Cattolica e altri) è anche intervenuta Erika Andreetta, Partner PwC Italia: «Se vogliamo cogliere realmente i benefici delle risorse finanziarie messe a disposizione dalle istituzioni e continuare a rimanere competitivi nello scenario globale, è fondamentale investire proficuamente in formazione, con l'attuazione di progetti mirati allo sviluppo di competenze per l'utilizzo consapevole delle nuove tecnologie da parte degli addetti ai lavori».

Convegno “Innovare o decrescere”

Nell'ultima giornata di Cibus di è tenuto anche il convegno “Innovare o decrescere”, organizzato dall'Università di Parma e Le Village by CA Parma. L'ateneo ha portato a Cibus nuovi protagonisti del settore in ambito accademico con 16 gruppi di ricerca che si sono messi a disposizione per un programma di incontri one-to-one. In tema di innovazione, è stato presente a Cibus anche SMILE (Smart Manufacturing Innovation Lean Excellence centre), il Digital Innovation Hub nato a Parma per permettere il trasferimento tecnologico tra università e industria, supportare le PMI nella digitalizzazione dei processi operativi e nell'implementazione di metodologie innovative e snelle.



**PROSSIMA EDIZIONE:
DAL 3 AL 6 MAGGIO 2022**



Nuovo Blood Bitter, l'aperitivo all' "uso d'Hollanda"

Una rivisitazione della storica ricetta creata da Petrus Boonekamp, il padre di tutti gli amari.

Si chiama Blood Bitter e ha una storia che viene da lontano, che parla di formule e ricette segrete, custodite in un antico manoscritto di proprietà dell'olandese Petrus Boonekamp. Blood Bitter è l'ultima grande novità di Gruppo Caffo 1915, lo specialista degli amari, che ha voluto far rivivere il sapore aromatico e suadente del primo bitter rosso, dando nuova vita al modo di bere bitter all'"uso d'Hollanda", che ha segnato la storia.

Le origini

L'antesignano dell'aperitivo di oggi, un'abitudine molto italiana, si deve proprio al grande liquorista olandese Petrus Boonekamp, abile distillatore e padre di tutti gli amari. Siamo alla fine del '700, a Leidshendam, un piccolo paese nel sud dell'Olanda. Qui, nella sua piccola bottega, Boonekamp, ispirato dalle erbe e spezie esotiche in arrivo sulle navi provenienti da terre lontane, crea una speciale formula e realizza quello che sarebbe diventato "l'aperitivo all'uso d'Hollanda": un nuovo alcolico da bere prima dei pasti, capace di piacere a tutti, nel quale confluisce tutto l'ardore, l'esperienza e l'innovazione del suo creatore.



BLOOD BITTER

Petrus Boonekamp

Radici antiche, mood contemporaneo

«Nell'acquisire il marchio Petrus Boonekamp abbiamo 'ereditato' anche tutta una serie di carteggi e, tra questi, gli appunti dai quali siamo partiti per realizzare il Blood Bitter. Mettendo a punto l'antica ricetta, rispettandola, siamo riusciti a dare un modern twist a questa nuova proposta che si distingue per avere radici nella storia, un mood contemporaneo e un'attitudine decisamente internazionale» racconta Nuccio Caffo, Amministratore Delegato di Gruppo Caffo 1915.

Infatti, Blood Bitter già dal nome si pone all'attenzione di un pubblico internazionale che cerca nuove esperienze di gusto. Petrus Boonekamp, l'amarissimo, che non nasconde la sua notorietà anche oltrefrontiera mantenuta nei secoli, ha un legame di sangue con Blood Bitter (sangue amaro) con il quale condivide le origini.

Il "sangue amaro"

Si tratta di un bitter ottenuto dall'infusione di circa trenta tra erbe e spezie naturali, selezionate, provenienti da tutto il mondo. Tra queste: l'arancio amaro delle colonie olandesi (curaçao) che si unisce al gusto intenso di agrumi pregiati, rigorosamente italiani, in perfetto equilibrio con radici esotiche, quali il rabarbaro e la galanga e la genziana delle Alpi. Blood Bitter attrae alla vista con il colore rosso, poi è l'intensa e piacevole fragranza amaricante a conquistare e, infine, il palato si lascia piacevolmente sedurre dal gusto secco, fatto di note legnose e a volte terrose con un finale lungo, pieno e gradevolmente amaro.

Perfetto per la miscelazione

«È un liquore versatile come pochi. Perfetto per la miscelazione, Blood Bitter parla a un pubblico di specialisti – spiega Fabrizio Tacchi, Spirits & Amaro Ambassador di Gruppo Caffo 1915 –. A livello gustativo è in grado di soddisfare i bartender più esigenti che vogliono realizzare i classici cocktail italiani come il Negroni, lo Spritz o l'Americano, rendendoli più grafianti grazie alla ricchezza al palato e alla particolare gradazione alcolica (30,00% alc.vol.), ben superiore agli altri bitter».



BLOOD TIES

30 ml Blood Bitter Boonekamp
30 ml Emporia Gin
30 ml Vermouth rosso
1 bar spoon Liquorice
1 spruzzo di Ginger Beer

Mixare con la tecnica Mix & Strain in un bicchiere old fashioned con chunk di ghiaccio.

Decorare con zenzero essiccato.

La Marca goes green!

La cantina cooperativa promuove la sostenibilità, con un occhio attento alla tutela della salute e al rispetto delle pari opportunità.



Con 8 cantine associate, La Marca è una cooperativa di secondo livello che rappresenta circa 5.000 viticoltori e 15.000 ettari di vigneto, dislocati nel cuore della regione

del Prosecco, in provincia di Treviso. Esperienza e professionalità enoica, competenza nel settore e strategie commerciali dinamiche hanno reso La Marca una delle aziende più rappresentative delle produzioni vitivinicole di questa area.

Come cantina cooperativa la sostenibilità fa parte del dna aziendale ed è un valore condiviso che influisce in tutte le strategie del gruppo. La Marca e le consociate raggiungeranno fra pochi mesi la Certificazione di Sostenibilità di tutta la filiera, per contribuire, attraverso la gestione responsabile del territorio e la tutela del reddito e del lavoro, alla prosperità dei soci, dei consumatori e della comunità nella quale viviamo.





Prosecco sempre più ecologico e... rosa!

La Marca è sempre più rosa, non solo grazie al Prosecco Rosé! Sensibile al tema delle pari opportunità, nell'ultimo anno l'azienda ha incrementato del 100% le assunzioni femminili in tutti gli ambiti lavorativi e l'obiettivo è quello di continuare a crescere in questa direzione.

La cantina, inoltre, sta investendo sempre maggiori risorse per il contenimento delle emissioni di CO₂, incrementando l'impiego di energie rinnovabili e ottimizzando le risorse idriche. La sede di Oderzo si è dotata di un impianto fotovoltaico per la produzione di energia, di un nuovo depuratore per il trattamento delle acque reflue e di un impianto interno di produzione di azoto per l'inerizzazione del vino tra i più performanti nel settore enologico, con il quale ha ottenuto l'obiettivo di eliminare la movimentazione di oltre 100 autotreni l'anno.

L'ottimizzazione delle risorse passa anche per il riciclo delle materie prime e per la scelta di fornitori che

soddisfano standard certificati di sostenibilità. Negli ultimi anni la riqualificazione del parco macchine ha permesso l'ottimizzazione dei consumi energetici contribuendo anche al miglioramento della sicurezza dei lavoratori.

Rispetto del territorio e della salute

Infine, tutto il gruppo La Marca si sta impegnando con sempre maggiore efficienza per ottenere una viticoltura razionale e rispettosa del territorio e della salute dei cittadini.

«Siamo orgogliosi – spiega il Presidente Valerio Cescon – di aver intrapreso questo percorso che ci porta a chiudere un cerchio, producendo vini eccellenti apprezzati in tutto il mondo nello stesso tempo, creando i presupposti per un proseguo sereno dell'attività negli anni a venire».

www.lamarca.it

Zini riparte con un Dolce Sorriso

Un 65° anniversario che parla di creatività e innovazione per il pastificio Zini, che punta sull'effetto sorpresa e stupisce tutti con una speciale novità.

Dalla visione creativa dello chef Giovanni Bon, new entry nel team di Zini (che già si sta distinguendo mettendo la firma su nuove e apprezzatissime ricette gourmet), il pastificio Zini presenta i **Dolci Sorrisi® fragoline e zenzero**, la versione dessert di uno dei suoi formati più amati e che meglio rappresentano la filosofia aziendale.



Decisamente un prodotto innovativo e sorprendente, creato in edizione limitata per celebrare il 65° anniversario dell'azienda. Una ricorrenza festeggiata un po' in sordina nel rispetto di tutti per via del periodo complesso ma, proprio per questo, molto sentita. Da qui nasce l'idea di proporre qualcosa in grado di lasciare un segno e di regalare (ancora una volta!) un sorriso. Il pensiero di inserire in gamma un prodotto da dessert, prima volta in assoluto per Zini, vuole essere infatti un simbolo di positività e ripartenza, un piccolo gesto per festeggiare sì l'anniversario ma anche un nuovo inizio. E per questo è dedicato indistintamente a tutti gli operatori del settore, clienti, amici, partner e non solo. A tutti coloro che hanno tenuto duro in questi anni difficili e che ora finalmente stanno conoscendo i primi segnali di ripresa.



Best seller della stagione

I Dolci Sorrisi® sono stati presentati in anteprima in occasione della trascorsa edizione di Cibus, riscontrando un consenso entusiasta da parte di chiunque abbia partecipato alla degustazione.

Poteva essere diversamente? Con il loro cremoso ripieno di ricotta arricchito di fragoline intere e piccole scaglie di zenzero candito non potevano che essere amati da tutti. E infatti, neanche il tempo di uscire in produzione (in edizione limitata) che già sono diventati uno dei best seller della stagione.

Come tutti i prodotti Zini, cotti e surgelati, si preparano in una manciata di minuti: si lasciano caramellare in padella con acqua e zucchero, o meglio ancora miele d'acacia, e poi si condiscono a piacere. Favolosi serviti con quenelle di gelato, salsa ai frutti di bosco e scagliette di cioccolato fondente. E, per una degustazione ancora più golosa, sono assolutamente da provare anche fritti per un paio di minuti in friggitrice. Inutile aggiungere che i Dolci Sorrisi® sono realizzati con ingredienti di altissima qualità: grano duro 100% italiano, uova fresche da galline allevate a terra e ricotta di pecora con solo latte italiano.

L'esclusiva tecnologia di lavorazione consente di mantenere intere le fragoline del ripieno, ben riconoscibili alla vista e straordinariamente piacevoli al palato.

I Dolci Sorrisi® Sono venduti in confezioni compostabili da 800g.



Lo chef, Giovanni Bon.





L'EDITORIALE DEL PRESIDENTE

Nuovi punti di riferimento

Cari associati, vogliamo aprire il numero presentandovi la X edizione del nostro HMF, Hospitality Management Forum. Per celebrare i 10 anni dalla nascita di AIFBM abbiamo deciso di accogliere un parterre ancora più ampio di figure professionali, al fine di diventare ancora di più un punto di riferimento nel mondo dell'ospitalità. Il nostro meeting annuale (in programma a marzo 2022) avrà dunque come protagonisti, oltre agli F&B Manager italiani, Direttori d'albergo, Executive Chef, Bar e Restaurant Manager che saranno coinvolti in una tre giorni di incontri, masterclass e momenti di formazione, arricchita da momenti B2B e dagli Speed Date.

Proseguiamo parlandovi di ISSA PULIRE 2021, fiera specializzata nel settore della pulizia professionale, giunta quest'anno alla 25ª edizione. Quasi 300 espositori e oltre 10mila visitatori confermano l'attenzione ai temi della pulizia e della sanificazione, importanti anche per il mondo del F&B e dell'ospitalità italiana. Tra i protagonisti anche AIFBM che ha focalizzato il discorso sui nuovi protocolli operativi (SOP) e sulla necessità di investire nella formazione e sulla nuova figura del Safety Manager.

Passiamo poi a presentarvi Lievità, realtà di eccellenza nel campo della pizza in Italia, nata nel 2014 ad opera dell'imprenditore Giovanni Grossi, insieme agli ex compagni dell'Università Bocconi Andrea e Gianmaria D'Angelo, Giorgio Caruso e Lorenzo Santin. L'azienda vale oggi 3,5 milioni di fatturato, traguardo ottenuto puntando su idee nuove, ma anche su ricerca e innovazione di prodotto e di servizio.

A seguire, la riapertura dello Stadt Hotel Città, in Piazza Walther a Bolzano, uno degli hotel storici della città. A riaprire le porte del 4 stelle superior è stata la sinergia tra due eccellenze altoatesine: ai vertici del nuovo hotel, infatti, troviamo Cellina von Mannstein di Birra Forst e Giovanni Podini della Podini Spa, che ricoprono rispettivamente i ruoli di Presidente e di AD della società Hotel Città Srl.

In chiusura, la rubrica di Claudio Di Bernardo, che ci parla dei processi di acquisto, ricevimento e stoccaggio nelle strutture ricettive che fanno attività di Banqueting, e ReviewPro, che offre 10 consigli top per migliorare il posizionamento su TripAdvisor.

Buona lettura!

Sebastiano Pira

**Per ogni dubbio o chiarimento scrivetemi alla casella email:
presidente@aifbm.com**

AFA

ARREDAMENTI

dinamicità
funzionalità
innovazione

Le Flapù / Casoria (NA)

AFA Arredamenti, da oltre **50 anni** propone e applica soluzioni **innovative** che sono un mix perfetto tra **design**, **tecnologia** e **funzionalità**. Grazie alle capacità e all'esperienza di AFA Arredamenti ed anche alle straordinarie quanto indispensabili **collaborazioni** con **architetti**, **designer**, **progettisti** e **professionisti**, AFA Arredamenti realizza locali di vero design, all'interno dei quali i particolari, curati e rifiniti **artigianalmente**, diventano i veri **protagonisti** dell'arredo.

AFA ARREDAMENTI
Via Tavollo 540 - 47842
San Giovanni in Mar. RN - ITALY
Telefono: +39 0 541 955207
www.afa.it - info@afa.it



UN EVENTO DA NON PERDERE

IL NUOVO PUNTO DI RIFERIMENTO DEL F&B MANAGEMENT ITALIANO.

Il tradizionale meeting annuale di F&B Management, promosso dall'Associazione Italiana Food&Beverage Manager, allarga la sua platea per accogliere un parterre ancora più ampio e diversificato di figure professionali operanti nel mondo dell'ospitalità. Un'evoluzione che ha come obiettivo quello di porsi quale punto di riferimento per l'Hospitality Management italiano, incentivando il dialogo diretto tra aziende, da un lato, e protagonisti del mondo dell'hotellerie e del F&B, dall'altro.

Il forum vedrà dunque protagonisti Direttori d'albergo, Executive Chef, Bar e Restaurant Manager oltre, naturalmente, ai F&B Manager italiani.

**«IL CONFRONTO
È LA PIÙ EFFICACE STRADA
PER COMPRENDERE LE REALI
NECESSITÀ DEL NOSTRO SETTORE».**

Fare rete, facilitare la crescita, mettere in relazione le eccellenze dell'ospitalità targata made in Italy. Questi gli ingredienti chiave del prossimo Forum, in programma per il 2022, in occasione dei festeggiamenti per i dieci anni dalla nascita di AIFBM.

«Siamo convinti – sottolinea Roberto Santarelli, fondatore di AIFBM – che il confronto sia l'unica e la più efficace strada per comprendere le reali necessità del nostro settore».

La tradizionale tre giorni di incontri, dibattiti, masterclass e momenti di formazione sarà arricchita da preziosi incontri B2B e dagli Speed Date. Un network che mira a incidere sempre più profondamente sulla crescita dell'Hospitality Management italiano.

UNA PLATEA ANCORA PIÙ AMPIA

F&B MANAGER

DIRETTORI D'ALBERGO

CHEF

BAR MANAGER

HMF, IL CUORE DEL F&B MANAGEMENT ITALIANO

FORMAZIONE E AGGIORNAMENTO

TREND E DATI DI SETTORE

RETE E CONNESSIONI INTERPERSONALI

INCONTRI B2B E SPEED DATE

HMF

HOSPITALITY MANAGEMENT FORUM

MILANO

MARZO 2022

X
EDIZIONE

**IL NUOVO PUNTO DI RIFERIMENTO
DEL F&B MANAGEMENT ITALIANO**

**PROTAGONISTI F&B MANAGER,
DIRETTORI D'ALBERGO,
CHEF E BAR MANAGER
3 GIORNI DI INCONTRI
TRA PROFESSIONISTI
DELL'HOTELLERIE**



per informazioni
segreteria@aifbm.com

www.aifbm.com

ISSA PULIRE EDIZIONE RECORD

**NUMERI SOPRA LE ASPETTATIVE
PER LA 25ª EDIZIONE DI ISSA PULIRE.
IL TEMA DELLA SANIFICAZIONE
RESTA UNA PRIORITÀ ANCHE NEL
MONDO HORECA E DELL'OSPITALITÀ.**

Quasi 300 gli espositori distribuiti in oltre 12.000 mq e 10.037 i visitatori di cui oltre il 14% stranieri. Sono i numeri di ISSA PULIRE 2021, fiera specializzata tra le più importanti al mondo nel settore della pulizia professionale arrivata quest'anno alla 25ª edizione. Un risultato che conferma l'attenzione per un tema destinato a giocare ancora per molto tempo un ruolo da protagonista anche per il mondo del F&B e dell'ospitalità italiana.

Un'edizione che ha dedicato ai settori dell'Hotellerie e della Ristorazione una cura particolare, come mai prima d'ora, con l'obiettivo di realizzare in sinergia con i professionisti di tali settori il più efficace laboratorio di conoscenza sui temi della pulizia e della sanificazione.



Il taglio del nastro di ISSA PULIRE 2021.

VECCHI E NUOVI STANDARD D'ACCOGLIENZA

Tra i protagonisti anche AIFBM che ha focalizzato il discorso nell'ambito del settore dell'ospitalità su "Vecchi e nuovi standard e strategie per una perfetta accoglienza". Paolo Solari, Corporate F&B Manager Gruppo UNA, e Riccardo Genovesi, General Manager del 5 stelle Splendido Bay di Padenghe sul Garda, hanno sottolineato come sia oggi necessario impostare nuovi protocolli operativi, i cosiddetti SOP – Standard Operation Procedures, e stabilire linee guida chiare, investendo in maniera importante nella formazione di tutto il personale e nominando una figura responsabile della salute e della sicurezza (il cosiddetto Safety Manager).

SANIFICAZIONE: GLI HOTEL POST PANDEMIA

L'intervento ha poi illustrato i principali cambiamenti in tema di sanificazione introdotti nel mondo dell'hotellerie post pandemia: dall'individuazione delle aree di maggior contatto – e quindi rischio – come maniglie, interruttori, telecomandi, rubinetti o prodotti da bagno, alle misure in campo F&B, come la possibilità di richiedere piatti e posate monouso biodegradabili o l'uso di menu interattivi e digitali.

L'appuntamento è ora alla prossima edizione di ISSA PULIRE, in programma per la prima volta a Milano dal 9 al 11 maggio 2023.



Da sinistra: Riccardo Genovesi, Direttore Splendido Bay a Padenghe sul Garda, Roberto Santarelli, fondatore di AIFBM, e Paolo Solari, Corporate F&B Manager Gruppo UNA.

PROTOCOLLI D'HOTEL

Alcuni esempi di protocolli adottati dalle aziende alberghiere nel mondo

- **FEEL SAFE AT NH – NH**

Ambiti: Check-in/out online, protocolli ospedalieri per cucine, segnaletica, servizi mobili per gli ospiti (es. chat diretta ospite-staff d'albergo), riorganizzazione spazi F&B, dotazioni speciali DPI per i dipendenti, individuazioni responsabili salute

- **UNASAFE – GRUPPO UNA**

Certificazione DNV-GL

Ambiti: linee guida operative, nuovi standard di accoglienza in tutti i reparti compresi Housekeeping, area F&B, Meeting/Events, Wellness, Manutenzione, formazione del personale, interazione con le procedure di sicurezza alimentare già in uso e con il manuale di HACCP

- **CLEAN STAY – HILTON**

In collaborazione con RB

Ambiti: sigilli in camera, maggiore pulizia e disinfezione delle 10 aree delle camere più toccate, servizi cartacei ridotti (penna, carta e directory degli ospiti) e potenziamento risorse digitali, check-in senza contatto, chiave digitale, tecnologie di disinfezione innovative (spruzzatori elettrostatici e luce UV)

- **ALLSAFE – ACCOR**

In collaborazione con Bureau Veritas

Ambiti: hotline dedicata agli ospiti, check-in/out e pagamenti contactless, disinfezione rinforzata di tutte le aree ad alto contatto, disinfezione extra aree stanza e bagno ad alto tocco, formazione completa su sicurezza e igiene per tutti i dipendenti. Standard di sicurezza alimentare rafforzati e nuovi protocolli



LA STRADA DEL SUCCESSO DI UNA PMI INNOVATIVA

di Paolo Andreatta



«**V**olevamo fare un piccolo investimento per avviare una piccola realtà imprenditoriale». L'avventura nel mondo F&B di quella che oggi è una delle eccellenze nel campo della pizza in Italia nasce da queste parole. A pronunciarle è Giovanni Grossi, giovane imprenditore e fondatore – insieme agli amici ed ex compagni all'Università Bocconi Andrea e Gianmaria D'Angelo, Giorgio Caruso e Lorenzo Santin – di Lievità.

Era il 2014. La grande fiera internazionale di Expo all'orizzonte. Era l'inizio di un periodo particolarmente vivace per il mercato del food milanese, che Giovanni e colleghi seppero leggere con intelligenza. E che, cosa ancora più determinante, seppero sviluppare con grande abilità.

IDEE E INNOVAZIONE

Quell'idea è oggi, sette anni e una pandemia più tardi, un'azienda da 3,5 milioni di fatturato, a regime, che guarda al 2024 con un potenziale di crescita esponenziale e un obiettivo a tre anni di 10 milioni di fatturato. Come ci sono riusciti? Puntando su idee nuove, su ricerca e innovazione, non solo di prodotto e di servizio ma relativa a tutti gli aspetti imprenditoriali che meglio caratterizzano il F&B Management di qualità. Non ultimo quello che ha permesso a Lievità di ottenere lo status di start up e PMI innovativa. Un elemento che, al di là della soddisfazione personale e professionale, porta con sé enormi benefici e potenzialità di sviluppo.

LEGGEREZZA IN CHIAVE GOURMET

«Siamo partiti concentrando la nostra innovazione prima di tutto sul prodotto, nel nostro caso la pizza – spiega Grossi. – L'idea di fondo di Lievità è quella di lavorare con un focus particolare sulla leggerezza, che dà anche il nome al nostro format e che definisce il



3,5 MILIONI

FATTURATO

10 MILIONI

OBIETTIVO FATTURATO 2024

4

PUNTI VENDITA

Giovanni Grossi, cofondatore Lievità.

concetto di pizza gourmet secondo Lievità. Una leggerezza ottenuta non solo dall'altissima qualità degli ingredienti ma dal concetto di lievitazione stessa. Lavoriamo farine solo in purezza, il che alza anche il livello di preparazione dei pizzaioli che lavorano con noi, che devono possedere le abilità necessarie nell'utilizzo di farine, impasti e processi di lievitazione non banali».

UN'APP UNICA

Un lavoro di ricerca autentica che si è presto allargato a molti altri aspetti dell'attività. «Crescendo ci siamo accorti che era necessario innovarsi a 360 gradi. Abbiamo cercato di sfruttare al massimo ciò che il mercato offriva sul piano della digitalizzazione dalla prenotazione clienti, alla gestione del personale, fino al marketing».

Poi il passo decisivo: quello dello sviluppo di un'innovazione tecnologica di proprietà. «Parliamo di un'applicazione semplice ma efficacissima che consente di poter supportare lo staff nell'eseguire la nostra ricetta in maniera precisa e standardizzata, risolvendo l'im-

prevedibilità dovuta a variabili non controllabili come umidità, temperatura, tempistiche di servizio, temperatura dell'acqua. L'app, con immediatezza e precisione, garantisce uno standard di assoluta eccellenza».

ESEMPIO VITRUOSO

Quello di Lievità è dunque un esempio virtuoso di come ricerca, sviluppo, aggiornamento e uso consapevole del F&B Management possano incidere concretamente sulla salute di un'azienda. Oggi più che mai. Per non parlare dei vantaggi che la conquista dello status di start up o PMI innovativa porta con sé sul piano della fiscalità e della credibilità di fronte a potenziali investitori. Non è un caso che una realtà come Lievità faccia parte di UBRI – Unione Brand Ristorazione Italiana, network che riunisce le eccellenze della ristorazione italiana disposte a mettersi in gioco per guardare al futuro. «UBRI – conferma Grossi – ci consente di avere accesso a moltissime informazioni condivise, di mettere sul tavolo idee e risoluzioni di problemi. Fattori oggi cruciali per il successo».



Piazza Walther a Bolzano.

tradizione bolzanina e un'anima green

PODINI E FORST RIDANNO VITA ALLO STORICO STADT HOTEL CITTÀ IN PIAZZA WALTHER A BOLZANO, VERO EMBLEMA DEL CAPOLUOGO ALTOATESINO. GIOIELLO DEL F&B DI CONFINE. DALL'AUTENTICA ANIMA GREEN.

di Paolo Andreatta

Riapertura in grande stile per uno degli hotel storici della città di Bolzano, luogo di tradizione e punto di incontro indiscusso del capoluogo sudtirolese. Una riapertura che ridona vita anche al celebre Stadt Café Città, affacciato da oltre un secolo sulla principale piazza cittadina, Piazza Walther, meta imprescindibile dei tanti turisti che ogni anno affollano le vie bolzanine. Dal 9 luglio scorso, giorno in cui sono tornate a spalancarsi le porte del 4 stelle superior, la stagione si è tradotta in numeri al di sopra delle aspettative, con un tasso medio di riempimento nei mesi estivi del 95%.



Cellina von Mannstein di Birra Forst, Presidente della società Hotel Città Srl, e Giovanni Podini della Podini Spa, AD della società Hotel Città Srl.



Stefano Noviello, Direttore Stadt Hotel Città a Bolzano.



95%

TASSO MEDIO OCCUPAZIONE 2021



91

STANZE



180

COLAZIONI AL GIORNO

FORST E PODINI

A riaccendere le luci e lo spirito dello Stadt Hotel Città, con le sue 91 stanze, la sua ampia zona wellness e un'offerta F&B di tutto riguardo, è stata la sinergia preziosa tra due eccellenze altoatesine: la famiglia Podini da una parte, proprietaria tra le altre cose di Castel Hörtenberg, cinque stelle bolzanino, e Birra Forst. Ai vertici del nuovo Stadt Hotel Città, infatti, troviamo i due noti imprenditori altoatesini Cellina von Mannstein di Birra Forst e Giovanni Podini della Podini Spa, che ricoprono rispettivamente i ruoli di Presidente e di AD della società Hotel Città Srl. La proprietà rimane invece del Comune di Bolzano.

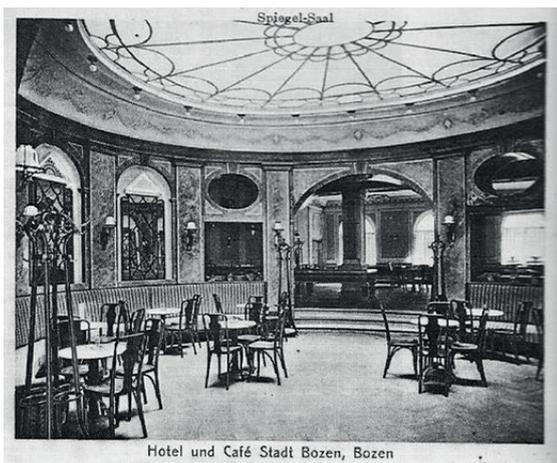
HOTEL DI TRADIZIONE

«Adoriamo gli hotel di tradizione, quelli che hanno una storia da raccontare, ma soprattutto quelli che hanno un'anima» sottolineano i due imprenditori. Un'anima che si declina anche in un'offerta ristorativa variegata e innovativa, che parte dalla imprescindibile tradizione altoatesina, preziosa radice da cui tutto si sviluppa, per aprirsi a nuove tendenze e a un nuovo pubblico.

E che guarda alla cucina italiana come elemento fondamentale. Non a caso la brigata in cucina, capitanata dall'Executive Chef Riccardo Forzan, arriva da tutta Italia.



Sala ellittica.



Hotel und Café Stadt Bozen, Bozen

Uno scatto storico dello Stadt Hotel Città e del suo Stadt Café Città, in Piazza Walther a Bolzano, autentico salotto dei bolzanini.

TRA STORIA E MODERNITÀ

Alla guida dell'albergo bolzanino troviamo **Stefano Noviello**, già General Manager del gioiello a cinque stelle Castel Hörtenberg. «Lo Stadt Hotel Città è un'autentica icona per la città di Bolzano – spiega Noviello, nato a Benevento ma professionalmente cresciuto tra Venezia, Roma, Inghilterra, Spagna e Qatar. – Quella che stiamo cercando di portare avanti qui è una vera e propria fusione tra antico e moderno, tra tradizione e innovazione. A partire dalla ristrutturazione dell'hotel, fondato nel 1913, che ha mantenuto il suo aspetto architettonico ricco di storia ma oggi dotato, per fare un esempio, di domotica in tutte le stanze e organizzato secondo logiche che guardano in modo particolare al green».



Alcuni spazi del Ristorante.

ESSENZA GREEN

Quella della sostenibilità è una sfida essenziale per lo staff dello Stadt Hotel Città. «Utilizziamo, per esempio, solo carta riciclata, offriamo prodotti da bagno ecosostenibili, completamente biodegradabili, realizzati con essenze naturali, privi di oli e non testati su animali e stiamo lavorando a un importante abbattimento dei consumi energetici» spiega Noviello.

UN SALOTTO CITTADINO RICCO DI EVENTI

Modernità e tradizione si fondono anche nella proposta ristorativa, che conta una nuova brasserie con dehors, aperta a pranzo e cena, curata dalla Restaurant Manager **Alina Deutsch**, oltre allo Stadt Café Città,



CHEF RICCARDO FORZAN

La sala ristorante conta invece 160 posti, suddivisi su tre sale, a cui si aggiunge il dehors, aperto anche ai clienti esterni, sia per pranzo – business lunch per lo più – sia a cena con un menu à la carte che spazia dallo Spaghetti di Gragnano con pomodorino e bufala al Raviolo con funghi porcini.

«Con il nostro Chef Riccardo Forzan abbiamo portato avanti un forte concetto di italianità sulla città di Bolzano. Una ricerca di fusione tra l'anima tradizionale, quella internazionale e quella italiana, con una cucina tipicamente mediterranea, rara qui a Bolzano».



Riccardo Forzan, Executive Chef dello Stadt Hotel Città Bolzano.

Una delle creazioni dello Chef Riccardo Forzan.

vero e proprio salotto dei bolzanini. «Allo Stadt Café Città – spiega Noviello – offriamo pasticceria locale ma anche prodotti innovativi. Stiamo lavorando a una linea di cocktail dedicata come il nostro esclusivo Spritz Città. Vogliamo, in altre parole, consolidare il nostro consumatore tradizionale e al tempo stesso attrarre un pubblico giovane».

A questa logica risponde la partnership con un marchio come Redbull, con il quale Noviello e il suo staff organizzano eventi dal taglio giovanile. A partire dall'aperitivo serale con DJ live, affidato al primo barman **Manuel Graziosi**, al ritmo di 200 coperti tra interno ed esterno, per una media di 700 persone al giorno.

BIRRA FORST, VERA PROTAGONISTA

Dal punto di vista del beverage, la birra la fa da padrone con le immancabili specialità birrarie targate Forst, alla spina o in bottiglia. Parliamo di V.I.P. Pils, Felsenkeller, Kronen, Sixtus, 1857, FORST 0,0%, Premium e Weihenstephan Hefe Weissbier. Un'ampia gamma che soddisfa al tempo stesso le richieste più varie e consolida il legame tra il marchio birrario di Lagundo e il 4 stelle bolzanino. A cui si aggiunge un'eccellente selezione di vini che guardano soprattutto al territorio ma che non disdegnano di aprirsi a referenze nazionali e internazionali. Un'offerta variegata che si sposa bene anche con un prodotto come la pizza, altra novità in campo gastronomico.

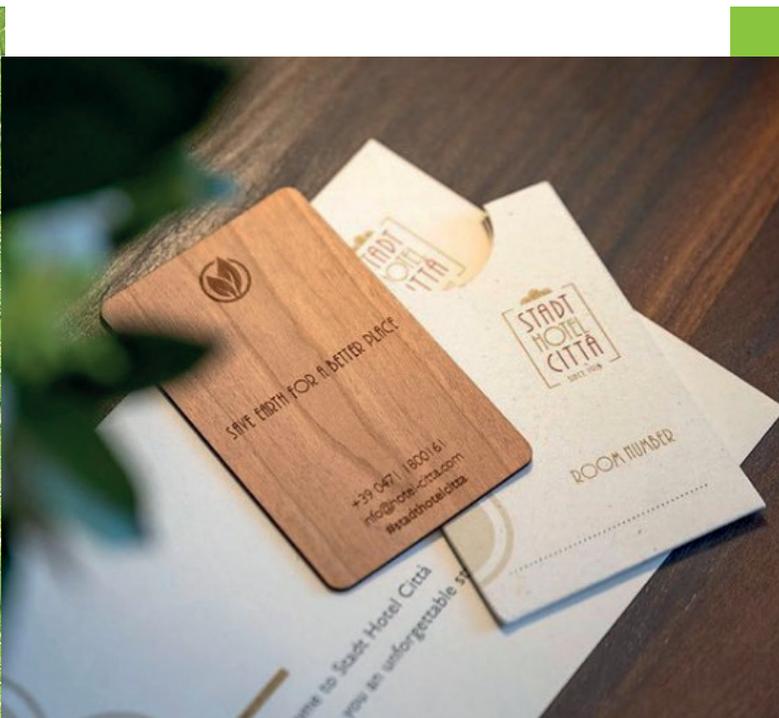
TRE ANIME, UNA COLAZIONE

Tra gli ospiti a cui lo Stadt Hotel Città guarda con grande interesse c'è senz'altro la clientela internazionale e chi arriva in Alto Adige per affari. A cui viene offerta una colazione di stampo continentale, firmata nel caffè dalla partnership con Illy e basata anche qui sul concetto di unione tra il carattere territoriale, italiano e internazionale.

«Alla marmellata biologica e al favo di miele affianchiamo prodotti come il salmone o la torta caprese» spiega Noviello. Per un totale di 180 colazioni al giorno.

PROFESSIONISTI DELL'OSPITALITÀ

La rinascita dello Stadt Hotel Città di Bolzano ha portato con sé anche una preziosa opportunità sul piano professionale, con una sessantina di assunzioni. La carenza di personale qualificato nel post pandemia continua, però, a farsi sentire. «Spero che oggi – sottolinea Noviello – si possa riscoprire il valore delle figure professionali del mondo dell'ospitalità. Persone che facciano dell'ospitalità una scelta di vita. Da questo punto di vista la formazione di per sé non basta. Abbiamo bisogno di nuove generazioni che abbiano voglia di investire su loro stesse».



La chiave chip card delle stanze realizzata in legno riciclato, non trattato, emblema dell'anima green dello Stadt Hotel Città Bolzano.

GREEN SI PUÒ

IDEE PER UN HOTEL ECOSOSTENIBILE

by Stadt Hotel Città Bolzano

- Uso cotone organico per ogni tipo di tessuto, dalle spugne agli asciugamani, alle lenzuola
- Chiave chip card delle stanze realizzata in legno riciclato, non trattato
- Prodotti da bagno completamente biodegradabili, realizzati con essenze naturali, privi di oli e non testati su animali
- Prodotti da bagno in flaconi 100% riciclati
- Prodotti della camera e per la persona ecologici con certificazione di basso impatto Ecolabel
- Nessun uso di plastica, in particolare monouso
- Ciabattine da piscina in materiale ecosostenibile, plastic free
- Sistemi domotici per ridurre i consumi di energia
- Raccolta differenziata in tutti gli ambienti dell'Hotel
- Cannucce in materiale biodegradabile al 100%



SELEZIONE NAZIONALE DELLE ACCADEMIE DELLA BIRRA 2021 CANDIDA IL TUO LOCALE

Sono aperte le candidature



Scan me ↗

il mondo della **birra** 

indetta da il Mondo della Birra



QUANDO LO CHEF DÀ I NUMERI



*di Claudio Di Bernardo,
CheF&B
del Grand Hotel Rimini*

Il Banqueting Dall'acquisto delle materie prime al loro confezionamento

In questo numero voglio parlarvi dei processi di acquisto, ricevimento e stoccaggio nelle strutture ricettive. Come scritto in un articolo precedente, per poter fare acquisti 'mirati' in una struttura ricettiva che fa attività di Banqueting è essenziale la stesura di un documento che trasmetta ai reparti operativi (economato, cucina, sala e bar) tutte le informazioni necessarie per la preparazione dell'evento, o del servizio da svolgere. A prescindere dalla grandezza della struttura ricettiva - che si tratti di un piccolo ristorante indipendente, di un ristorante all'interno di albergo, o addirittura di un Banqueting&Catering - l'Ufficio vendite o il diretto responsabile a tale mansione dovrà provvedere all'emissione di un ordine di servizio, detto anche BEO (Banqueting event order). Ricevuto l'ordine di servizio, i reparti coinvolti nelle operazioni di banchettistica dovranno emettere uno o più ordini d'acquisto, in base alle reali necessità e richieste fatte dal cliente finale. Tale operazione può essere fatta direttamente dal gestore dell'azienda stessa, nel caso di piccole strutture, oppure, se si parla di unità ricettive di importanti dimensioni, la mansione viene ricoperta dai capi reparto (chef, maître, barman, sommelier), sempre con l'autorizzazione finale del management.

La Market List

Una corretta procedura per trasmettere gli ordinativi necessari potrebbe essere l'utilizzo di una regolare Market List: un documento che permette di effettuare gli acquisti nella forma più semplice e razionale, una sorta di memorandum che può essere creato in base alla tipologia o alla famiglia delle merci (frutta, verdura, pesce, carne, ecc...), suddiviso per fornitore o frequenza di consegna. Per creare la propria Market List bisogna suddividere tutti gli ingredienti che possono essere necessari per la compilazione del proprio menu (ricettario), della propria operatività, in famiglie principali. Su un unico supporto occorre riunire tutta la verdura, su un altro la frutta e così via per il pesce, la carne, i formaggi, ecc... Dopodiché si procede a completarle con indicazioni tipo il nome del fornitore, il loro referente interno,

la modalità di consegna, l'ora di ricezione e altre informazioni utili a tutti i collaboratori interni, preposti nella stesura della suddetta Market List. Essa fornisce quindi un valido aiuto affinché non ci si dimentichi di ciò che serve per la realizzazione del menu e, soprattutto, serve a tenere la concentrazione di tutto lo staff sulla gestione della qualità e dei costi; nella Market List, infatti, oltre a inserire codice articolo e descrizione del prodotto, bisogna inserire le caratteristiche e il suo costo, in modo da sensibilizzare tutti sul valore delle materie prime.

Essa, infine, resta un documento di importanza strategica perché consente di tenere traccia di tutto - evitando di passare gli ordini a voce o al telefono; in questo modo ho un documento che certifica il mio ordine e non crea incomprensioni, al fornitore e all'economato, nella ricezione merce.

Grand Hotel di Rimini
Parco Federico Fellini 1
47100 Rimini

Spettabile

Per: _____

Da: Reparto Acquisti F&B - Grand Hotel di Rimini

Le chiediamo di consegnare il presente ordine in data consegna A X C (Lun / Mer) (Mar-Gio) (Mer-Ven) alle ore* MATTINO

codice	DESCRIZIONE PRODOTTO	Unità (nr/kg/collo)	Quantità	Prezzo
578082	Formaggio. capra x 2,5 kg. sct 2 pz	Collo	1	14.60
578122	Formaggio. Caprino x 0.5 kg. sct 4 pz			15.30
578523	Parmigiano - reggiano 50 mesi (spicchio da 1/8)	nr	1	18.90
578543	Parmigiano - reggiano 24 mesi (spicchio da 1/8)			11.90
578505	Grana padano 24 mesi (spicchio da 1/8)			8.50



Acquisto e ricevimento merci

Nelle grosse strutture, il responsabile degli acquisti coordina con i capi servizio il processo di acquisto, fornendo tutte le informazioni necessarie per facilitare questa operazione, aggiornando continuamente le Market List e comunicando le fluttuazioni di mercato. Nelle strutture più piccole, solitamente, questa responsabilità viene ripartita fra i vari capi reparto, oppure gestita direttamente dal proprietario d'azienda. Il ricevimento delle merci, come già accennato nel controllo del Food Cost, rappresenta un momento importante, in quanto si deve verificare che le merci consegnate corrispondano alle quantità richieste nelle Market List, che il peso sia corretto, la qualità e la freschezza al top, rispettando gli orari prestabiliti.

Lo stoccaggio

A seguire, lo stoccaggio della merce arrivata, che rappresenta un altro punto fondamentale per la corretta gestione degli acquisti. Nelle grandi strutture le merci deperibili vengono gestite direttamente dallo chef di cucina e dai suoi collaboratori; per il resto delle derrate, lo stoccaggio avviene negli ambienti e sugli scaffali dell'economato dall'addetto. Infatti, la carne, il pesce, la frutta, la verdura trovano giacenza nelle celle direttamente operative in cucina, mentre la pasta, il riso, le spezie, i formaggi, i salumi e tanti altri ingredienti necessari

trovano posto in dispensa (economato) ed è proprio in quel momento che l'economato diventa il fornitore e il punto di acquisto interno per tutto quello che serve per operare. I reparti che necessitano di tali merci pertanto devono compilare una distinta di trasferimento che confermi l'uscita del materiale dalla dispensa. Il meccanismo da seguire potrebbe risultare molto complesso, ma in realtà è molto semplice: il reparto interessato compilerà questo documento consegnandolo all'economato in largo anticipo, quest'ultimo preparerà il materiale richiesto e consegnerà direttamente al reparto in tempo utile.



Nelle piccole strutture

Di diversa natura sarà la gestione degli acquisti, ricezione e stoccaggio in quei ristoranti e strutture di piccole dimensioni, che sono costretti a ripartire queste mansioni all'interno del loro piccolo organigramma. Quindi si assisterà a una ripartizione di più compiti su una unica figura (gestore, chef, maître, o altro), capace di gestire le molteplici situazioni e operazioni giornaliere.

Gli elementi del successo

Per concludere, se parte del successo economico proviene dalla capacità del reparto vendite, che deve saper rendere vantaggioso ogni rapporto con i clienti, nelle strutture ricettive la politica scelta per fare gli acquisti e il costante monitoraggio del processo assicurano i margini operativi che ogni azienda chiede per poter sopravvivere e continuare nella sua impresa.

*Nel prossimo numero:
Il Banqueting Kit*

il mondo della **birra**

Locabi[®]
Food&Beverage Management • MAGAZINE **TOP**

DISTRIBUTORI HORECA
GBI

GLI SPECIALISTI DELL'HO.RE.CA.

tutto**press**
editrice

È SPECIALIZZATA NELLA PUBBLICAZIONE
DI RIVISTE RIVOLTE
AGLI ADDETTI AI LAVORI,
CHE OPERANO, A TUTTI I LIVELLI,
NEL SETTORE DELLE BEVANDE,
DEGLI ALIMENTI E DELLE
ATTREZZATURE SPECIFICHE
PER IL CANALE HO.RE.CA



Sede legale: **Via Ercole Oldofredi, 41 - 20124 - Milano**
Sede operativa: **Via Giovanni da Procida, 35 - 20149 - Milano**
Tel. **02 6691692**
www.tuttopress.com



10 CONSIGLI TOP PER MIGLIORARE IL POSIZIONAMENTO SU TRIPADVISOR

Con quasi 8 milioni di annunci in 190 paesi, TripAdvisor rappresenta una delle piattaforme più popolari per le recensioni degli ospiti. Oggi, ormai, sono tanti a prenotare l'hotel direttamente su TripAdvisor e ogni struttura deve fare tutto il possibile per posizionarsi più in alto e distinguersi dalla concorrenza.



Perché le recensioni di TripAdvisor sono importanti per l'hotel?

Le recensioni pubblicate dagli ospiti ispireranno i futuri ospiti a cercare la loro prossima destinazione, ecco perché le recensioni online sono fondamentali per attirare più prenotazioni. Risulta, infatti, che per il 93% degli utenti di TripAdvisor le recensioni sugli hotel di altri ospiti costituiscono un'accurata rappresentazione dell'esperienza che vivranno.

Come funziona l'algoritmo Hotel di TripAdvisor?

Per migliorare il ranking di TripAdvisor, gli hotel devono prima capire come funziona l'algoritmo relativo. La qualità (recensioni positive), l'attualità (recensioni recenti) e la quantità (un grande numero) delle recensioni sono i tre fattori chiave che interagiscono per determinare la classifica dei viaggiatori di una struttura.

Per posizionarsi più in alto su TripAdvisor, il tuo hotel deve raccogliere e mostrare costantemente recensioni positive su base regolare. Un ranking più alto significa una maggiore visibilità sulla piattaforma, così che gli ospiti vedranno l'hotel apparire per primo durante la ricerca online.

Com'è possibile migliorare il proprio posizionamento in classifica?

Gli hotel possono mettere in atto strategie per scalare le classifiche su TripAdvisor. La regola empirica da tenere a mente è che l'hotel deve fornire esperienze di qualità agli ospiti ed essere forte in tutti i reparti e in tutte le tue sedi.

Ecco 10 modi per migliorare la propria classifica su TripAdvisor:

1. Fornire un servizio notevole

Un'esperienza straordinaria è ciò che spinge gli ospiti a dedicare del tempo per scrivere una recensione positiva su TripAdvisor. Al giorno d'oggi, un servizio straordinario riguarda anche la personalizzazione dell'esperienza dell'ospite.

2. Essere onesti e trasparenti

È meglio essere onesti e rispettare le aspettative piuttosto che fare promesse eccessive e lasciare gli ospiti delusi. Così, se il buffet della colazione è chiuso a causa delle restrizioni legate al Covid, occorre comunicarlo agli ospiti via web o tramite una comunicazione proattiva automatizzata. Meglio



evitare anche le commissioni nascoste e assicurarsi di essere trasparente durante il processo di prenotazione, evitando di presentare agli ospiti costi aggiuntivi al loro arrivo. Allo stesso modo, se ci sono cambiamenti, occorre informarli tramite comunicazione pre-soggiorno.

3. Ascoltare gli ospiti

La Guest Intelligence ricavata dalle recensioni online e dai sondaggi sulla soddisfazione degli ospiti può portare all'attenzione di un hotel aree in cui è possibile apportare miglioramenti operativi e di servizio per rendere felici gli ospiti. È estremamente importante ascoltare le esigenze degli ospiti così da poterne migliorare l'esperienza e la soddisfazione generale.

4. Fornire una comunicazione istantanea

Per garantire che le richieste degli ospiti non rimangano mai senza risposta è utile offrire loro un accesso facile e veloce per richiedere e ricevere informazioni, ad esempio tramite un chatbot di hotel. Ciò è particolarmente utile in fase pre-soggiorno, poiché l'integrazione del tuo chatbot con un motore di prenotazione consente agli ospiti di prenotare direttamente tramite esso. In più, ciò consente di offrire maggiore libertà al personale che può concentrarsi su altre attività.

5. Maggiore potere allo staff

Un miglioramento dei risultati si ottiene anche quando tutti i membri della propria organizzazione si concentrano sul rendere felice l'ospite, con un atteggiamento positivo al 100% e tutte le competenze necessarie per lavorare con il pubblico. così è possibile garantire il miglior servizio ai propri ospiti. Occorre, pertanto, formare e motivare il personale in modo che si senta in grado di risolvere eventuali problemi prima che si trasformino in reclami online.

6. Prevenire le recensioni negative

Anche se le recensioni negative non possono sempre essere evitate, ci sono alcune misure prevenibili che puoi mettere in atto. Un modo per ridurle è inviare un sondaggio durante il soggiorno e risolvere i problemi mentre gli ospiti sono ancora nella struttura. Sfruttando un sondaggio in soggiorno, gli hotel possono riconoscere la necessità di risolvere il proble-

ma mentre gli ospiti sono ancora nella proprietà ed evitare loro di scrivere una recensione negativa dopo il soggiorno.

7. Raccogliere i feedback e agire

Le recensioni online sono la migliore fonte di feedback. Forniscono un ritratto accurato dell'esperienza degli ospiti: cosa è andato bene, cosa era inaspettato e dove è necessario migliorare. Con una piattaforma di integrazione delle recensioni online, si possono individuare facilmente le aree che necessitano di miglioramenti o un problema ricorrente che sta causando feedback negativi e apportare miglioramenti operativi e di servizio in base al feedback degli ospiti.

8. Rispondere sempre alle recensioni

È bene rispondere a tutte le recensioni, sia positive sia negative. Alle prime con un rapido ringraziamento e augurando loro un buon viaggio, alle seconde offrendo delle scuse sincere, spiegando come stai cercando di rimediare e mantenere sempre un profilo professionale. Rispondere a tutte le recensioni è anche un enorme vantaggio nell'attrarre più prenotazioni, poiché mostra agli altri ospiti che si apprezza il loro feedback e che ci si prende cura di loro.

9. Costruire la fiducia degli ospiti

Creando un legame forte e di fiducia con tutti i propri ospiti si otterranno risultati pari a recensioni positive su TripAdvisor. All'interno dell'attività dell'hotel, occorre mettere l'esperienza dell'ospite al centro. Dall'assicurarsi che la pulizia sia di alto livello, all'offrire un eccellente servizio clienti, dando così agli ospiti un motivo per scrivere una recensione positiva.

10. Incoraggiare gli ospiti a lasciare una recensione

Infine, è importante invitare gli ospiti a lasciare una recensione. Dopotutto, più recensioni si hanno e più è probabile che il proprio hotel si posizioni più in alto nella classifica su TripAdvisor. È possibile chiedere agli ospiti di lasciare una recensione: al momento del check-out; aggiungendo il logo di TripAdvisor su una tent card esposta alla reception; inviando un'e-mail di ringraziamento; inserendo un link sul sito web che reindirizza a TripAdvisor; incorporando il programma TripAdvisor Collection nei sondaggi post-soggiorno; o, infine, includendo un link per recensire l'hotel nella mail di invio della fattura.

CHI RISPONDE DEI DEBITI DELLA SRL?

Per molti la soluzione migliore al rischio di esporsi ai debiti d'impresa è la Srl: è davvero così? Chi risponde dei debiti di una Srl ed è questa davvero la strategia più sicura per fare business?



SOLUZIONE TASSE

Fondata da Gianluca Massini Rosati, Soluzione Tasse è la società di riferimento per la pianificazione fiscale in Italia. Si avvale di un pool di 35 commercialisti presenti in tutta Italia, specializzati nel risparmio fiscale, che guidano costantemente imprenditori e professionisti verso le strategie più adeguate alle proprie esigenze per abbattere legalmente il carico fiscale.



Fare impresa è l'obiettivo di tante persone. Non tutti però valutano i rischi ai quali un imprenditore, se l'impresa ha debiti, può essere esposto. Chi fa impresa sa che, nel tempo, possono sorgere crediti o debiti. Se sorgono dei crediti, occorre capire come incassarli, per far fronte ai **debiti contratti dall'impresa**. In quest'ultimo caso, bisogna capire come evitare di dover mettere mano al **proprio patrimonio personale**. Senza una giusta forma giuridica, infatti, il proprio patrimonio personale può essere esposto al forte rischio di essere **attaccato dai creditori**.

Qual è la soluzione migliore?

La soluzione migliore per fare impresa è la società. Società intesa come Srl (società a responsabilità limitata) e non Snc (società in nome collettivo) o Sas (società in accomandita semplice).

La Snc e la Sas, infatti, **non hanno alcuna personalità giuridica**. Non proteggono il patrimonio personale e, quindi, se la Snc o Sas non adempiono ai propri obblighi, viene colpito il tuo patrimonio. In altre parole, la **responsabilità è illimitata**.

Per questo motivo, moltissimi imprenditori scelgono la forma di una società di capitali: nella fattispecie la Srl, che **ha piena personalità giuridica**.



Iscrizione nel registro delle imprese

Personalità giuridica assunta, però, solo nel momento in cui viene fatta l'iscrizione nel Registro delle Imprese. Se qualcuno, prima dell'iscrizione, ha agito e contratto obbligazioni a nome della società, magari come rappresentante della stessa, è tenuto a rispondere con il proprio patrimonio personale. Stessa cosa succede per i soci che abbiano **avallato l'operazione invece di bloccarla**.

A partire dalla data di iscrizione nel Registro, dei debiti della società **risponde la stessa con il proprio patrimonio** (distinto da quello personale del socio). Si materializza così la cosiddetta **autonomia patrimoniale perfetta**, che caratterizza tutte le società di capitali (comma 1 art. 2462 Codice Civile).

Nella Srl la **responsabilità dei soci è limitata alla propria quota**. Il socio corre il rischio di perdere solo quanto conferito in fase di costituzione (denaro o beni in natura). Il resto non viene toccato.

Eccezioni: Srl unipersonale e atto in malafede

Per ogni regola, però, c'è sempre qualche **eccezione**. La prima è la **Srl unipersonale con debiti**. Nella fattispecie, si è **responsabili personalmente dei debiti contratti dalla Srl**. Questo, qualora non si abbia fatto espressa menzione dell'esistenza di un unico socio e non si abbia adempiuto agli obblighi relativi ai confe-

rimenti. Le sanzioni tributarie attribuite alla società, inoltre, possono essere irrogate all'amministratore e al socio unico, come affermato dalla Corte di Cassazione nelle ordinanze n. 12334 e 12335/2019: la **sanzione è riferibile alla persona fisica** in qualità di socio unico e amministratore della unipersonale. Altro caso in cui non risponde solo la società dei debiti della Srl ma anche l'amministratore si concretizza qualora quest'ultimo **agisca in malafede**. Ad esempio: uso di falsa documentazione fiscale o compromissione dolosa dell'integrità del capitale.

La strategia giusta

Sbagliare forma giuridica della propria attività, dunque, può generare **problemi** ai quali, probabilmente, pochi prestano la dovuta attenzione. Finendo poi per rimanere senza nulla. Per questo motivo è importante fare la scelta giusta per evitare il rischio di rispondere dei debiti della propria attività, e per **ridurre il peso del Fisco** che si abbatte sulla stessa.

Come Soluzione Tasse possiamo aiutare gli imprenditori a creare la giusta strategia per:

- **ridurre il peso delle tasse** (quasi il 60% degli utili);
- **proteggere il patrimonio** (per non toccare quello personale).

Il tutto in maniera fiscalmente inattaccabile.

Emergenza Staff: dove sono finiti i professionisti della ristorazione?

Per creare una squadra vincente occorrono i giusti strumenti, quali una comunicazione di livello, una corretta formazione e allettanti prospettive di crescita.



L'estate appena trascorsa ha aggravato quello che da sempre è un problema molto sentito da noi ristoratori: la difficoltà nel trovare collaboratori talentuosi da inserire nel nostro staff. L'ultima stagione a tale proposito è stata più severa delle scorse. Sia perché, a causa del Covid e del conseguente lockdown, molti professionisti rimasti senza lavoro hanno dovuto cercarne in altri settori, sia perché altri, approfittando delle politiche assistenzialiste dello Stato, preferiscono restare a casa piuttosto che lavorare. Per queste ragioni la stagione estiva appena conclusa è trascorsa in continua emergenza di personale e molte attività della ristorazione hanno lavorato addirittura sotto organico, facendo subire al proprio staff una pressione e dei ritmi estenuanti. Oppure, pur di non ritrovarsi nella più completa disorganizzazione, alcuni titolari si sono dovuti accontentare di collaboratori che in situazioni "normali" non avrebbero mai assunto.

A mio parere, però, l'intera questione andrebbe analizzata da tutt'altro punto di vista.

Invece di dare la colpa alle circostanze (pandemia, reddito di cittadinanza ecc.), dovremmo fare un esame di coscienza e chiederci: "Cosa ho fatto io nel concreto, nonostante tutto, per attirare nel mio locale uno staff di talenti?".

L'importanza dell'immagine del locale

Se pensi al tuo team come a una squadra di calcio, forse quello che sto per dirti ti sarà più chiaro. Se prendi per esempio una squadra come il Real Madrid o il Paris Saint-Germain e sfogli la rosa dei giocatori ti accorgerai come in queste squadre giocano solo fuoriclasse. Perché? Semplice, perché queste squadre, con il passare del tempo, sono diventate delle vere icone del calcio, tanto che sono gli stessi campioni che smaniano per indossarne la maglia.

Ecco che per i nostri locali funziona allo stesso modo. Se il tuo locale non è considerato un locale di riferimento nella tua città, ma un posto come un altro per mangiare discretamente e a un prezzo giusto, allora mettere nello staff dei talenti diventa ancora più difficile. Con questo non voglio assolutamente dirti che devi essere uno stellato per avere i campioni in staff, ma devi avere un locale che sia ben distinguibile dagli altri, un locale che sia amato dai clienti e che costituisca un punto di riferimento.

Prendi me ad esempio: il mio locale, il Bounty di Rimini, è di fatto l'opposto di un locale stellato; ma siccome è un punto di riferimento in Italia, attirare collaboratori in gamba per me non è più un problema. E tutto questo puoi farlo solo se sei in grado di predisporre una comunicazione in uscita di livel-



Inquadra il QR Code
e scopri di più, oppure digita:
<https://pns.sm/cameriericampioni>

lo: così come comunichi ai tuoi clienti le tue unicità, i tuoi punti di forza e l'esperienza che regalerai loro, allo stesso modo stai comunicando la tua unicità a un potenziale collaboratore.

Come arrivano, così vanno via

Una volta che hai trovato dei talenti ecco che arriva la seconda difficoltà: devi trattenerli in squadra. Infatti, come arrivano, così vanno via... e se credi che il problema sia solo legato allo stipendio allora stai facendo un errore. Con questo non voglio dirti che lo stipendio non sia un fattore determinante, ma altrettanto determinante è anche la prospettiva di crescita. Esatto, se non sei in grado di inquadrare il tuo collaboratore in una prospettiva che vada oltre il solito scambio di tempo per denaro, avrai difficoltà a trattenerlo perché basterà un'offerta economica simile o poco più alta della tua perché ti abbandoni. Se invece lo inquadri in un progetto di crescita, mostrandogli dove vuoi portarlo, quali prospettive hai pianificato per lui e quali progetti hai in mente, allora sarà più semplice farlo affezionare alla maglia, per rimanere nella metafora calcistica. Questo porterà poi a tutta una serie di vantaggi dei quali gioverà il tuo team, il tuo locale e la tua cassa. Infatti, una squadra di talenti motivata, responsabile e improntata alla crescita sarà

in grado di far fronte a tutte le necessità del tuo locale e ti porterà grandi soddisfazioni. Così come la squadra del Bounty le ha portate e continua a portarle a me.

Senza formazione non c'è crescita

Perciò per forgiare la tua squadra di collaboratori vincenti, il primo passo che devi compiere è quello di cambiare radicalmente la tua visione sulla figura del cameriere.

Il cameriere non è un portapiatti, ma è un venditore, una figura strategica che rappresenta il punto di contatto tra il tuo locale e il cliente ed è tramite questo rapporto che puoi far vivere al cliente un'esperienza che riesca a superare le sue aspettative. Inoltre, un cameriere formato alla vendita, che è quindi in possesso delle giuste tecniche, può incrementare di molto il tuo coperto medio, diventando da un semplice portapiatti a un motore per la crescita del tuo locale. Quindi, se vuoi una squadra di talenti devi essere tu il primo a essere in grado di attirarli, formarli e farli crescere. Proprio a questo scopo ho creato il corso "Camerieri Venditori", con il quale ti mostrerò tutti i passaggi dalla selezione alla formazione e all'inserimento al fine di creare il tuo team vincente.

Sali a bordo!
Giuliano Lanzetti



FOCUS SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

La sicurezza alimentare nella CBT

A vvalersi delle tecniche di CBT (cottura a bassa temperatura) determina l'acquisizione di competenze specifiche affinché, oltre a ottenere qualità organolettiche migliori, sia comunque garantita la sicurezza delle preparazioni. I clienti dei nostri ristoranti si aspettano prima di tutto di mangiare bene e la missione del cuoco è quella di far coesistere i due pilastri della corretta alimentazione: massima qualità organolettica e massimo livello di sicurezza alimentare.

La sicurezza alimentare viene perseguita attraverso il rispetto della normativa cogente (leggi, decreti, direttive e regolamenti) e grazie alla conoscenza di atti di indirizzo, a volte definiti "Linee guida". La differenza è sostanziale: la normativa cogente è obbligatoria, le linee guida sono un consiglio che, se rispettato, pone l'OSA (Operatore socio-assistenziale) in grado di dimostrare la volontà di fare del proprio meglio, laddove dovesse verificarsi un episodio non voluto (come, per esempio, in caso d'intossicazione alimentare). Linea guida è "un insieme di raccomandazioni prodotte attraverso un processo sistematico dagli esperti del settore, allo scopo di assistere gli operatori nel decidere quali siano le modalità operative più appropriate in specifiche circostanze".

*Michele Nogara

Specialista in Ispezione degli Alimenti di origine Animale (ASL Como - Albo Milano n.2421)
Auditor Sistemi Gestione Salute e Sicurezza OHSAS 18000
Auditor Sistemi Gestione Qualità ISO 9000
Auditor Sistemi Gestione Sicurezza Alimentare ISO 22000
RSPP abilitato per tutti i macrosettori ATECO

Attuale posizione presso
CHENO SERVIZI Srl
Agenzia formativa Accreditata Regione Lombardia
Via Airolo, 4 - Milano



di Michele Nogara*



Il principio di precauzione e l'integrità degli alimenti Regolamento CE 178/2002 - Articolo 7

1. Qualora, in circostanze specifiche a seguito di una valutazione delle informazioni disponibili, venga individuata la possibilità di effetti dannosi per la salute ma permanga una situazione d'incertezza sul piano scientifico, possono essere adottate le misure provvisorie di gestione del rischio necessarie per garantire il livello elevato di tutela della salute che la Comunità persegue, in attesa di ulteriori informazioni scientifiche per una valutazione più esauriente del rischio.

La CBT è da intendersi come un metodo per ottenere pietanze migliori dal punto di vista organolettico, come un sistema per predisporre linee di lavoro più efficienti, per migliorare le condizioni di lavoro e i metodi di stoccaggio e conservazione. Non deve intendersi come metodo per dare nuova vita ad alimenti che altrimenti sarebbero destinati a una imminente e repentina eliminazione.

Il criterio fondamentale è quello di utilizzare esclusivamente alimenti salubri e perfettamente integri, di comprovata origine e sempre freschissimi.

Qualora sussista il dubbio che un alimento non sia nel suo stato migliore, il principio di precauzione deve indurci a eliminarlo, o comunque a trattarlo in modo tale che i possibili rischi vengano eliminati.

È possibile garantire la sicurezza alimentare se si cucina a temperature inferiori ai 55°C (temperatura di pastorizzazione)?

Come anticipato in precedenza, la CBT è da intendersi come un processo che trasforma un ingrediente di base in un prodotto diverso in quanto vengono attivate quelle trasformazioni chimico-fisiche che ne conferiscono la particolarità, che più comunemente sono ottenute con i sistemi di cottura tradizionali.

Qui di seguito cercheremo di rendervi edotti sui criteri da applicare affinché siate in grado di dimostrare la salubrità delle preparazioni alimentari ottenute mediante la CBT.

La CBT prevede infinite combinazioni di temperatura e tempo, ma per semplificare e riportare il discorso sulla igiene alimentare distingueremo due categorie di trattamenti da applicare alle materie prime:

- 1.** cotture realizzate calibrando attentamente il rapporto temperature superiori ai 55°C e tempi di trattamento: temperature efficaci a eliminare la presenza di microbi patogeni.
- 2.** cotture a temperature/tempi inferiori ai 55°C: temperatura inefficaci ad eliminare tutti i microbi patogeni che potenzialmente potrebbero essere presenti sulla materia prima.

Nel primo caso, la combinazione di tempo e temperatura garantisce l'eliminazione della maggior parte dei batteri patogeni (ovvero in grado di causare una malattia nel consumatore). Nel secondo caso, invece, è necessario seguire pedissequamente le tecniche descritte nel manuale, ritenute idonee a diminuire significativamente la possibile presenza di germi patogeni. Allo stato attuale non esiste nessun regolamento che preveda l'applicazione di temperature di cottura minime obbligatorie.

(Bibliografia: "CBT 2.0 - Il Manuale" - Autore: Marco Pirotta)

IN SINTESI

- La sicurezza alimentare viene perseguita attraverso il rispetto della normativa cogente e grazie alla conoscenza di atti di indirizzo, a volte definiti "Linee guida".

- Qualora sussista il dubbio che un alimento non sia nel suo stato migliore, il principio di precauzione deve indurci a eliminarlo o a trattarlo in modo da eliminare i possibili rischi.

SPIRITS



DON PAPA PORT CASKS RUM

Ai primi di ottobre, presso il Dome di Firenze, è stato presentato il nuovo Don Papa Rum nell'edizione limitata di categoria Super Premium Port Casks. Questo Rum vellutato e complesso si ottiene dopo un invecchiamento di 7 anni: 2 in botti di legno americano che hanno contenuto Bourbon Whisky e 5 in botti di vino Porto. Con una gradazione alcolica di 40% vol., Don Papa Port Casks Rum presenta al naso note profonde di liquirizia, cioccolato fondente e zucchero muscovado, a cui seguono note di arance rosse, bacche rosse mature e una sottile nota di baccelli di vaniglia. In bocca è ricco e avvolgente, di grande complessità, con note di rovere tostato, cannella, caffè Arabica e caramello, bilanciati da una lieve nota di vaniglia, frutta e zucchero di canna; il finale è lungo, persistente e asciutto, con echi di cacao amaro in polvere e sentori di fichi secchi. Disponibile da fine novembre, è distribuito in esclusiva in Italia da Rinaldi 1957.

www.rinaldi1957.it

MEZCAL PLANTA SANTA

Prodotti a Oaxaca, in Messico, i mezcal Planta Santa – distribuiti in esclusiva per il mercato italiano da Mercanti di Spirits – sono prodotti utilizzando un mix di agave espadin e altre agavi coltivate e selvatiche. I mezcal sono disponibili nelle versioni Joven, Reposado e Añejo. Planta Santa Joven è un Mezcal giovane con sentori di agave cotta, gusto deciso ed erbaceo e caratterizzato da tocchi leggeri di menta fresca e di oliva e affumicata. Planta Santa Reposado, con una maturazione in botti di almeno 4 mesi, si distingue per gradevoli sentori dolci, erbacei e freschi, un sapore profondo e sfumature di agave cotta. Planta Santa Añejo, mezcal con una maturazione in botti di almeno 12 mesi, ha note predominanti di legno, agave cotta affumicata e sentori di vaniglia con leggere note erbacee; il sapore dolce di frutta secca è ben mixato a sfumature amare.

www.mercantidispirts.com

GRAPPA NARDINI EDIZIONE CELEBRATIVA 3 OTTOBRE 2021

Distilleria Nardini celebra la riconsegna del Ponte degli Alpini alla città di Bassano del Grappa con un'edizione limitata dell'iconica Grappa Bianca. Dopo un restauro durato 7 anni, lo scorso 3 ottobre ha avuto luogo cerimonia di inaugurazione del Ponte, nello stesso giorno in cui 73 anni prima fu celebrata la riconsegna del Ponte alla Città, ricostruito dagli Alpini dopo la Seconda Guerra Mondiale, con una bottiglia di Grappa Nardini come simbolo beneaugurale. Distilleria Nardini ha prodotto per l'occasione un'edizione celebrativa della storica Grappa Bianca in una serie limitata di 1779 bottiglie, numerate a mano e accompagnate da una pregiata confezione commemorativa. La celebre illustrazione del Ponte sull'etichetta è accompagnata dai loghi dell'Associazione Nazionale Alpini e della Città di Bassano. L'edizione celebrativa 3 ottobre 2021 "Il Ponte degli Alpini torna alla città" è disponibile nei negozi Nardini e nello store online.

www.nardini.it



PROSECCO DOC PER ADI DESIGN MUSEUM

Per l'inaugurazione di ADI Design Museum di Milano è stata realizzata dal Consorzio di tutela del Prosecco Doc una bottiglia speciale, in edizione limitata, che presenta un'etichetta dedicata specificatamente al museo. Il progetto trova realizzazione nello spazio Officina Design Cafè, dove solo i visitatori del Museo possono degustarlo ed eventualmente acquistarlo. L'operazione è finalizzata a una raccolta fondi che consentirà l'implementazione della Collezione Permanente del Compasso d'Oro. Il Consorzio di tutela del Prosecco DOC diventa così partner ufficiale di ADI Design Museum come Official Sparkling Wine. Il Consorzio del Prosecco DOC non è nuovo a questo tipo di iniziative: le collaborazioni con il mondo dello sport, della solidarietà e della cultura lo vedono co-protagonista in svariate iniziative di respiro locale e, soprattutto, internazionale.

www.adidesignmuseum.org/prosecco-doc/



LEITEN, PUNGGL, STEIN, ANGRA

Per dare il benvenuto all'autunno, la cantina vitivinicola altoatesina Nals Margreid propone 4 etichette rappresentative del territorio d'origine. Leiten Gewürztraminer 2020 (100% Gewürztraminer), con i suoi profumi di ananas e kiwi, rosmarino e spezie, è ideale come light lunch, aperitivo o cena. Punggl Pinot Grigio 2019 (100% Pinot Grigio) riassume tutta la freschezza e l'eleganza dei vini delle Alpi; con i suoi profumi di purea di albicocca, litchi e timo fresco, risulta pieno e profondo all'assaggio, con acidità e sapidità in risalto. Stein Sauvignon 2020 (100% Sauvignon Blanc) non è un vino liscio e svela a ogni assaggio il suo carattere indomito; ricco di sensazioni olfattive come erbe aromatiche, agrumi, chinotto, litchi e sambuco, in bocca esplose per spessore e sapidità, croccantezza e un'avvolgente spalla acida. Angra Pinot Noir 2020 (100% Pinot Noir) avvolge il naso con i suoi profumi netti e decisi di lampone e ciliegia e una nota di pepe nero sul finale; all'assaggio è pieno, succoso, fresco e di buona persistenza.

www.kellerei.it



VINO DI BANANA IGT SEMISECCO E FRUTTATO

Il primo vino di banana IGT delle Isole Canarie arriva in Italia grazie all'importatore Gusto Canario che ha selezionato il bianco semisecco e il fruttato a base di banane di Bodegas Platé, cantina vinicola di Tenerife. Un vino innovativo ottenuto dalla fermentazione a freddo delle banane fornite da agricoltori indipendenti locali. Il vino è prodotto in 2 varianti: il fruttato, leggermente più dolce, e il semisecco. La versione semisecco (Medaglia d'oro nelle edizioni 2020 e 2021 del concorso Cinvé) ha un colore giallo paglierino e riflessi verdognoli appena accennati; al naso è fresco e tropicale con sentori di frutta esotica, mela e un aroma di banana, in bocca ha una leggera dolcezza, ben bilanciata con l'acidità presente. Il fruttato ha colore giallo paglierino brillante; al naso è fresco con sentori fruttati fino ad arrivare ai più complessi aromi di pasticceria, mentre in bocca è dolce con note floreali e un tocco continuo di banana.

www.bodegasplate.com



LIQUORI DELLE SIRENE CON RINALDI 1957

Il 2021 è un anno di novità per Liquori delle Sirene. L'ultima è la distribuzione in Italia che è da oggi affidata a Rinaldi 1957 di Bologna. La grande novità internazionale rimane il lancio dell'Americano Rosso, un aperitivo rosso naturale ispirato dalla tradizione veneta (degli aperitivi). Fatto a mano con amore, nasce dal matrimonio tra i vini bianchi della regione del Lago di Garda e dalle singole macerazioni di diverse botaniche. La creatrice di Liquori delle Sirene Elisa Carta ha preso spunto dagli insegnamenti della nonna per creare questo aperitivo naturale – l'Americano Rosso – la cui novità sta proprio nel colore, che deriva naturalmente dai fiori di Ibis e Monarda, oltre che dal succo di patata rossa; nessuna chimica aggiunta e nessun aroma artificiale o naturale. 17 gradi che lo allineano alla categoria dei vermouth, con cui ha in comune anche la percentuale di vino (75%), ma da cui si distingue per le note amaricanti della Genziana al posto dell'Assenzio. Il nuovo prodotto, che si fregia già del prestigioso premio Silver Medal IWCS 2020, completa la linea Liquori delle Sirene insieme al Bitter (il primo bitter dorato a essere lanciato, nel 2015), ai bitters da miscelazione (Galanga, Fiori d'arancio, Mediterraneo, Bloody Mermaid, Rabarbaro, China Calisia) e al liquore Canto Amaro. L.T.



DA BONDUELLE FOOD SERVICE LO SPECIALE "BURGER MANIA"

Bonduelle Food Service Italia presenta il nuovo numero di "Ispirazioni Culinarie Magazine", il periodico di informazione su tendenze e novità nel mondo della Ristorazione con lo Speciale "Burger Mania - Il ruolo delle verdure per dare valore all'offerta", realizzato in collaborazione con Massimo Passarelli, Executive Operation Chef del Gruppo Sebeto. La scelta di materie prime di eccellenza, la proposta di ricette creative e abbinamenti originali hanno contribuito nel tempo all'affermazione del concetto di burger gourmet, anche in versione plant-based. La domanda di burger vegetali, infatti, cresce costantemente per soddisfare le esigenze non solo del mondo veg, ma anche di chi desidera ridurre il consumo di proteine animali (circa 1 italiano su 4). Tante le ricette creative di burger con verdure, realizzate da Massimo Passarelli, presenti nel nuovo numero dedicato alla Burger Mania, scaricabile, previa registrazione, sul sito Bonduelle Food Service: <https://www.bonduelle-foodservice.it/download-magazine>. L.T.

SAVE THE BRAND 2021: LUCANO 1894 VINCE IL PREMIO BRAND HERO

Lucano 1894 è il protagonista dell'ottava edizione di Save the Brand, l'evento organizzato da LC Publishing che premia le migliori eccellenze del Made In Italy nel settore F&B. La storica azienda italiana è stata infatti premiata come Brand Hero, l'ambito riconoscimento designato alle aziende che attraverso il loro marchio, nel tempo sono diventate ambasciatrici del buon gusto, della creatività e della qualità tutta italiana. Eccellenza che Lucano 1894 ha esportato in tutto il mondo grazie al celebre Amaro Lucano. L'azienda è stata inoltre premiata nella categoria innovazione con la nuova piattaforma e-commerce <https://shop.amarolucano.it/>, recentemente inaugurato. Prima della premiazione, Lucano 1894 ha preso parte alla tavola rotonda "La sfida ESG per l'agroalimentare Made in Italy" moderata da Nicola Di Molfetta, Editor in Chief di LC Publishing Group, che ha visto tra gli speaker presenti anche il Consigliere Delegato di Lucano 1894, Francesco Vena. L.T.



JÄGERMEISTER FA SQUADRA CON GRUPPO MONTENEGRO IN ITALIA

Mast-Jägermeister ha scelto il Gruppo Montenegro come suo distributore esclusivo per l'Italia a partire dal 1° gennaio 2022. Gruppo Montenegro accompagnerà il riallineamento strategico di Jägermeister, rafforzando la presenza del liquore a base erbe nel mercato spirits italiano. Il riallineamento strategico prevede il termine della lunga collaborazione distributiva tra Mast-Jägermeister e Davide Campari-Milano, che si concluderà, di comune accordo, il 31 dicembre 2021. «Sono davvero entusiasta di collaborare per questo importante progetto con un partner così rinomato e appassionato come Gruppo Montenegro, con il quale condividiamo numerosi valori» ha dichiarato Patricia Sung, Regional Director Western Europe di Mast-Jägermeister.

«Con Jägermeister – ha aggiunto Marco Ferrari, CEO di Gruppo Montenegro – vogliamo costruire una collaborazione solida, di successo, di fiducia reciproca e basata su valori condivisi. È con grande entusiasmo che metteremo in campo tutta la nostra forza distributiva con l'obiettivo di aggiungere nuovi importanti capitoli all'entusiasmante storia di Jägermeister in Italia». L.T.



TREND E BILANCIO POSITIVI PER LA 33ª EDIZIONE DI SANA



09 | 12
Settembre 2021
BOLOGNA
QUARTIERE FIERISTICO

Dal 9 al 12 settembre scorsi si è tenuto a Bologna, il SANA 2021, Salone internazionale del biologico e del naturale. 50.000 fra buyer, distributori e professionisti hanno partecipato alle iniziative in presenza e digitali, una grande piattaforma espositiva con 1.150 brand – 600 riferiti a SANA – e 10 padiglioni espositivi. Il valore del mercato Bio in Italia si è attestato nel 2020 a 4.573 mln di euro e l'export di bio made in Italy sui mercati internazionali pari a oltre 2.900 mln di euro. A sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese del bio è stata lanciata l'iniziativa SANA BUSINESS DAYS (il 23 e 24 giugno 2022 ad Amburgo) e si è ulteriormente stretta la collaborazione fra BolognaFiere, FederBio e Naturland. Molto apprezzato anche il lancio di SANATECH, come pure la prima edizione di SANA DIGITAL. Prossimo appuntamento a Bologna, dall'8 all'11 settembre 2022. L.T.



NUOVO DISPENSER BOSCHETTI

FIRST for Professionals, Boschetti Alimentare e IDEA PLAST presentano "Il nuovo Dispenser Boschetti", il sistema completo per l'erogazione di confetture, miele e creme spalmabili e per la farcitura facilitata di croissant e brioches, dedicato al canale Hotellerie. Il nuovo Dispenser nasce dalla collaborazione fra First SPA e Idea Plast che hanno sviluppato una personalizzazione dedicata ai prodotti Boschetti. Il dispenser ha un design raffinato, funzionale e pratico che si adatta ai vari allestimenti di buffet della prima colazione negli hotel. È in linea con il regolamento MOCA sui materiali per il contatto di prodotti alimentari e ha un sistema erogante facile da pulire (nel rispetto delle procedure di HACCP). La gamma dei prodotti Boschetti erogabili da flaconi in materiale riciclabile è composta da 6 confetture di qualità, da una Crema di Nocciole e da Miele Millefiori lavorato a freddo. Il Sistema di erogazione Boschetti è un'esclusiva distributiva di FIRST for Professionals per il Canale Foodservice. L.T.

THE WORLD'S 50 BEST RESTAURANTS ANNUNCIA LA CLASSIFICA DEI MIGLIORI RISTORANTI DEL 2021

Lo scorso 5 ottobre si è svolta ad Anversa la cerimonia di premiazione di The World's 50 Best Restaurant Awards 2021, sponsorizzati da S.Pellegrino & Acqua Panna, che ha rivelato i migliori ristoranti del mondo nel 2021. Il primo premio è andato al Noma di Copenhagen dello chef René Redzepi, seguito al secondo posto dal ristorante Geranium di Copenhagen; terzo posto, invece, per lo spagnolo Asador Etxebarri di Atxondo. Il Noma, che ha ottenuto anche il riconoscimento The Best Restaurant in Europe 2021, prende il posto del ristorante francese Mirazur, vincitore della scorsa edizione. La classifica 2021 include locali di 26 Paesi, tra cui è presente l'Italia con 4 ristoranti. L.T.



AFA ARREDAMENTI	45
AIFBM	47
CANTINE RIUNITE & CIV	25
LA MARCA	27
LAVAZZA	II
MENABREA	13
NOSIO CASTEL FIRMIAN	IV
NOSIO FEUDO ARANCIO	35
NOSIO ROTARI ALPEREGIS	31
RISTOPIÙ	15
SALOMON FOODWORLD	7
SERENA WINES	29
TUTTOPRESS GLI SPECIALISTI	61
TUTTOPRESS LE ACCADEMIE DELLA BIRRA	57
ZINI	III



TUTTOPRESS EDITRICE Srl

Redazione, Pubblicità, Direzione, Amministrazione

Sede legale: Via Ercole Oldofredi, 41 - 20124 Milano
Sede operativa: Via Giovanni da Procida, 35 - 20149 Milano
Tel. 02 6691692 r.a. • Fax 02 6695596

www.localitop.com

DIRETTORE EDITORIALE

Paolo Andreatta
p.andreatta@tuttopress.com

DIRETTORE RESPONSABILE

Roberto Santarelli
r.santarelli@tuttopress.com

COORDINATRICE DI REDAZIONE

Daniela Penna
d.penna@tuttopress.com

REDAZIONE

Lorena Tedesco
l.tedesco@tuttopress.com

COLLABORATORI

Vincent Belga • Sebastiano Bonilauri
Giulia Crovetto • Claudio Di Bernardo
Giuliano Lanzetti • Gianluca Massini Rosati
Michele Nogara • Sebastiano Pira
Giuliana Valcavi • Lorenzo Viganò

UFFICIO GRAFICO

Alessandro Malivindi
grafica@tuttopress.com

FOTOGRAFIE

Carlo Anastasio • Cristian Brenna • Paolo Carlini
Archivio Tuttopress

**PUBBLICITÀ TEL. 02 6691692
FAX 02 6695596**

DIRETTORE COMMERCIALE

Roberto Santarelli
r.santarelli@tuttopress.com

RETE VENDITA: ITALIA ED ESTERO

Marco Banfi
Tel. 02 6691692 • m.banfi@tuttopress.com
Alessandra Costanzo
cell. 335 8426058 • alessandra.costanzo@tiscali.it

COORDINAMENTO MATERIALE PUBBLICITARIO

Paola Bertaglia
p.bertaglia@tuttopress.com

ABBONAMENTI

abbonamenti@tuttopress.com

SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE

Conto Corrente n. 25223207

ABBONAMENTI *(INCLUSA IVA)

Annuale Italia 15 euro
Annuale estero 20 euro

FOTOLITO e STAMPA

Seven Seas S.r.l.

TUTTOPRESS Editrice Srl pubblica anche
Il Mondo della Birra, GBI (Organo ufficiale di Italgrob)

Sweet Limited Edition

65° ANNIVERSARY

DOLCI SORRISI[®]

FRAGOLINE E ZENZERO



Zini Prodotti Alimentari S.p.A.
Tel. +39 02 4583546 - info@pastazini.it

Il dessert è servito

Cre moso ripieno di ricotta di pecora arricchito con fragoline intere e piccole scaglie di zenzero candito: Zini presenta i Dolci Sorrisi[®], la versione dessert di uno dei suoi formati più amati. Creatività ed innovazione in questa esclusiva limited edition che celebra il 65° anniversario del pastificio. **Prenota subito la tua fornitura!**

PASTAZINI.IT



MILANO 1956
ZINI
PASSIONE E PASTA

TEROLDEGO ROTALIANO. ENTRARE IN SINTONIA È UN ATTIMO.



Bevi Mezzacorona responsabilmente.

L'armonia si può anche assaporare se a tavola c'è il "vino principe del Trentino". Vitigno autoctono, il Teroldego Rotaliano è coltivato esclusivamente nel territorio della Piana Rotaliana. Il suo bouquet è ricco di nuance che ricordano i frutti di bosco ed è uno dei vini della collezione Castel Firmian di Mezzacorona.

   [mezzacorona.it](https://www.mezzacorona.it)



CASTEL
FIRMIAN