

**Distillati**  
Autentico  
e caraibico  
Ecco il rum  
pag. 38

**Vino**  
Nella Gdo  
crescono  
prezzo e valore  
pag. 41

# FOOD & BEVERAGE

**Slovenia**  
Gli chef  
più colti  
e preparati  
pag. 56

**Food**  
Differenze  
e virtù  
del sale  
pag. 78



**Famiglia Valazza**  
**Il Sorriso**  
**di madre natura**

ISSN 1971-7636



Food&Beverage è un prodotto F&B Editoriale srl  
Sede operativa  
via Simor e D'Orsenigo 5  
20135 Milano

Recapiti:  
Centralino 02 47787201  
Redazione 02 47787220  
Commerciale/Amministrazione 02 47787227  
Fax 02 47787201

APRILE 2009

## RUBRICHE

<b>Uomini &amp; Vigne</b>	pag. 14
<b>Novità da stappare</b>	pag. 16
<b>Food Valley</b>	pag. 20
<b>Business News</b>	pag. 24
<b>Lodge &amp; Spa</b>	pag. 28
<b>Colti sul fatto</b>	pag. 30
<b>Shaker Club</b>	pag. 72
<b>A maechia d'olio</b>	pag. 76
<b>Le donne del vino</b>	pag. 86
<b>Misenplace</b>	pag. 94
<b>Mondo Web</b>	pag. 96
<b>Libri</b>	pag. 9

## ITINERARIO

Fra tipico e creativo

Ecco la nuova Slovenia

Giovanni Panzoni

pag. 56

## IMPRESE

Asti, la qualità fa sistema

Beppe Francese

pag. 62

## RELAIS

Charme d'altri tempi a Capannelle

Giovanni Panzoni

pag. 66

## ARTIGIANI

Loison firma la supercolomba

Bibi Monti

pag. 68

## LOCALI

Divertirsi al Lola, gioiello sul mare

Manuela Caspani

pag. 70

## BENESSERE

Royal di Sanremo Spa superlativa

Giovanni Panzoni

pag. 74

## SFIZIOFOOD

Il sale rivendica le sue differenze

Fiorenza Audemina

pag. 78

## AROUND THE TABLE

Roberto Cavalli e le sue sfide

Gianni Mercatali

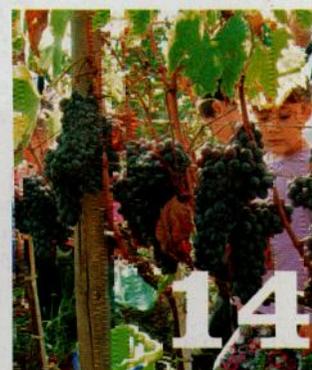
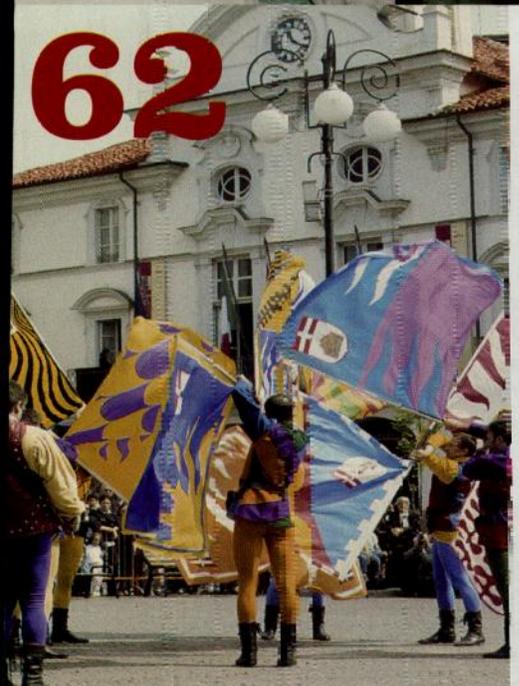
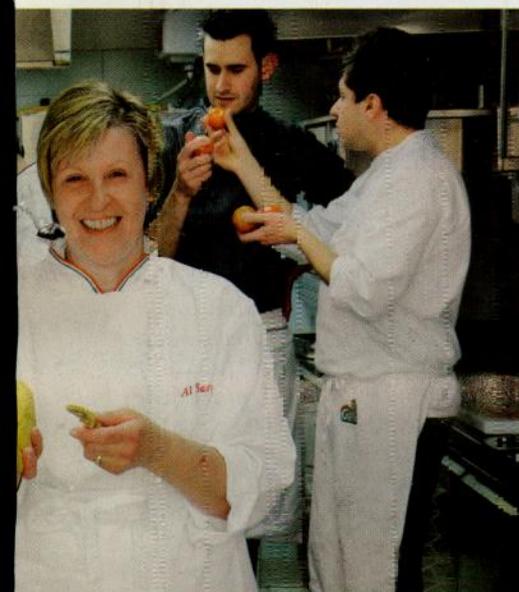
pag. 84

## QUARTIERI ALTI

Coppia vincente al Gran Baita

Giulio Cesare Saviozzi

pag. 92



## Diritto di replica

### Il prosegchista risponde a Maurizio Zanella

Gentile Direttore, con la presente gradirei avere diritto di replica a quanto scritto da Maurizio Zanella nella sua lettera da Voi pubblicata sul numero di gennaio-febbraio di *Food&Beverage*. Mi riferisco in particolare all'affermazione secondo cui "il successo dello spumante italiano, analizzando i numeri, è frutto, salvo pochissime eccezioni, di un prodotto anonimo che deve le sue performance unicamente ai prezzi unitari bassissimi".

Non entro nel merito del numero di bottiglie o dei dati dei quali, personalmente, non conosco l'entità; mi piacerebbe solamente che il sig. Zanella venisse una volta qui a Valdobbiadene, a trascorrere con me una giornata di lavoro nei vigneti, alla fine della quale rientro in cantina con addosso la polvere della mia terra bagnata dal sudore del mio lavoro; forse cambierebbe idea sullo spumante che qui viene prodotto e che non è assolutamente,

come da lui definito, "anonimo". Le scrivo da contadino, che da sempre lavora in Valdobbiadene, ama la sua terra e la sua unica vite: la vite del prosecco, le sue larghe foglie, la sua vigoria, la sua bellezza sono un tutt'uno con questo territorio modellato da secoli di faticoso e dedito lavoro degli uomini di Valdobbiadene. Sto parlando della mia terra, i cui vigneti "aggrappati" alle colline a ridosso delle montagne sono da annoverare tra i più belli al mondo; la mia terra parla il linguaggio di un unico spumante, di un unico metodo di spumantizzazione, di un unico territorio; tutto questo è Valdobbiadene: terra, uomini e storia del Prosecco.

Con questo mi auguro semplicemente che la prossima volta che il sig. Zanella avrà l'occasione di parlare della mia terra e del suo spumante gli dia il nome che ha e il rispetto che merita. La ringrazio fin d'ora se vorrà pub-

blicare questa mia lettera; non so se ho scritto tutto correttamente, ma di sicuro l'ho scritto con il cuore.

Vlady Bortolin  
coltivatore della vite Prosecco in  
Valdobbiadene (Tv)  
tel. 0423.901055

*Ho trasmesso a Maurizio Zanella la sua lettera, vibrante di indignazione per alcune affermazioni sullo spumante italiano, "frutto -salvo rare eccezioni- di un prodotto assolutamente anonimo...". Credo che Zanella non si riferisse certo a chi, nella zona del Prosecco, produce vini rigorosamente di qualità, né a quanti sono sul mercato grazie alla serietà della propria storia, delle proprie tradizioni e della costanza qualitativa rappresentata dai loro prodotti. Mi sento di dire che la lettera del produttore di Ca' del Bosco volesse piuttosto ricordare che, purtroppo, sono ancora in tanti a fare bollicine in modo spesso anonimo e non caratterizzato puntando soprattutto sull'elemento prezzo. Il che, dirà qualcuno, in questi tempi di recessione non guasta: ma (e questa è l'obiezione che condividiamo) come può esserci qualità in quei vini che escono dalla cantina a 1,50 euro? Meno di un banale soft drink! Raccogliamo comunque l'invito del sig. Bortolin a una riflessione più attenta, non solo sul Prosecco e il suo territorio che ben conosciamo, ma anche sul rischio di banalizzazione sempre presente, particolarmente in tempi di vacche magre.*

F&B

## Proposta

### Più spazio ai giovani. Ma anche ai maestri

Con la seguente lettera sono a complimentarvi con voi per l'attenzione che dedicate sulla vostra rivista a quanti, soprattutto giovani, sono fondamentali nella gestione e nella conduzione di molti locali. Spesso -sulla stampa di settore ma anche su quella generalista- queste figure solo apparentemente minori restano nell'ombra, come se dovessero essere sacrificati alla causa suprema della visibilità dello chef o del patron o di chicchessia abbia una maggiore importanza. Alludo all'esercizio di secondi chef, di aiuti, di *commis*, di chef *patissier*, di sommelier, di *maitre*, di semplici camerieri che, con la loro professionalità o semplicemente con il loro sorriso, fanno sì che un'esperienza da normale possa diventare memorabile. Seguo *Food&Beverage* dall'inizio, da quando ero allieva di scuola alberghiera, e devo ammettere

che siete fra i pochi a parlare della qualità del servizio, della cordialità di chi riceve il cliente, delle capacità di chi sta nello *staff* di sala o nella brigata di cucina. Però, consentitemi, non credo che sia sufficiente il vostro approccio: suggerisco di creare rubriche gior-

nalistiche dedicate a queste figure, che sono la vera ossatura dell'offerta e che spesso dimostrano come "il discepolo può davvero superare il maestro". Chiedo troppo?

Angelica Melograno  
Gabicce (PU)

*Facciamo il possibile per dare spazio, nei nostri articoli e nelle nostre cronache, a quanti operano lontano dai riflettori ma in modo serio, minuzioso e spesso mal retribuito. Sappiamo che la passione e l'entusiasmo spesso compensano molte mancanze...Al tempo stesso però sappiamo che, senza maestri, questi giovani avrebbero maggiori difficoltà a crescere professionalmente e a formarsi la loro strada, peraltro piena di ostacoli. Per questo motivo diamo più spazio ai maestri e a quanti, nell'offerta di food e di beverage, nella ristorazione o nelle aziende del settore, dimostrano di essere dei leader, dei trascinatori: uno stage presso uno di questi nomi è un'esperienza importante. E ben lo sanno gli studenti delle scuole alberghiere. E ancor di più i loro insegnanti, che spesso si scervellano per verificare la disponibilità dei "grandi" disposti ad accettare i giovani come stagisti nelle loro attività, spesso come se fosse una "grazia ricevuta". Per quanto riguarda le rubriche, ci stiamo pensando.*

F&B

## laPOST@deiLETTORI

Saranno prese in considerazione solo le e-mail che contengono nome, cognome e recapito dello scrivente (se espressamente richiesto ne ometteremo il nome).

Inoltre, le lettere devono contenere questa dicitura: *Vi autorizzo al trattamento dei dati sensibili ai sensi dell'art. 13 del D.lgs 30/06/2003 n. 196.*

Scrivete a: [segreteria@foodandbev.it](mailto:segreteria@foodandbev.it) citando nell'oggetto *La posta dei lettori*