

Grigliare  
Tutti i segreti  
della brace



Birra e Birrerie  
La bionda  
dell'estate



N. 06 – giugno 2011

# buongiorno italia

La rivista per i ristoratori italiani in Germania

A photograph of three tall glasses filled with a vibrant red, bubbly beverage, each topped with a fresh raspberry and a metal straw. The glasses are set against a dark, blurred background.

# Bevande Estive

€ 5,90 (in Germania)

CheMedia Verlag GmbH, Bechsteinstraße 27, 99423  
Weimar PVSt, Deutsche Post AG, Entgelt bezahlt, 61497

[www.buongiornoitalia.de](http://www.buongiornoitalia.de)

### Cari lettori,

benvenuti nel numero di giugno! Da qualche tempo si sente dappertutto il profumo della carne grigliata... e qui in Turingia soprattutto, i grill vengono preparati già al primo raggio di sole! Non è un segreto che i tedeschi mangiano volentieri sotto il sole le bistecche e le salsiccie: sul balcone, sulla terrazza, nel parco, ogni posto è ideale. Anche per i gastronomi italiani è importante essere coscienti di questa tradizione: la preparazione della carne grigliata è un tema fondamentale per aumentare il fatturato. Siccome i clienti tedeschi sono abituati al loro grill casalingo, è importante che voi gli proponiate qualcosa di speciale, come ad es. una griglia all'italiana! Leggete a pagina 9 i consigli di Salvatore Testa, su come potere offrire un grill buonissimo e interessante ai vostri ospiti!

Tutto quello di cui avete bisogno dal punto di vista tecnico lo potete leggere a pagina 11. Qui abbiamo chiesto aiuto ad un professionista della cucina grigliata in Germania! Questo team si è specializzato nel settore della gastronomia e vi può dare importanti e utili consigli su come si può fare, di ogni grill, un evento per il vostro ristorante! Naturalmente vi informiamo anche dei nuovi prodotti che concernono il grill! Che cosa bevono principalmente i tedeschi come accompagnamento della loro bistecca grigliata? Una birra fresca! Nel nostro speciale sulla birra presentiamo varie birre tedesche e italiane, perché anche la nostra produzione non ha nulla da invidiare a quella d'oltralpe.

Ma quali sono le pietanze che vanno con la birra? Lasciatemelo dire: la birra non va solo con piatti grigliati o con una pizza!! Silvia Kopp, sommelièra per birra e membro della giuria del World Beer Cup, vi racconterà tutti i vari modi di godersi questa bevanda!

Ma in estate non si beve solo birra: ci sono moltissime bevande per rinfrescarsi nei mesi estivi; a partire da pagina 18 ve le presentiamo: dai succhi non alcolici agli Smoothies ai caffè freddi, fino ai vini estivi leggeri, Sprizz e cocktails. State attenti a presentare adeguatamente le vostre bevande: quale bicchiere funziona con quale bevanda, lo potete leggere a pagina 25, perché una buona presentazione significa alla fine clienti soddisfatti e un vantaggio economico per voi.

Alla salute e Buona Lettura!



*Alexandra Siuvelter*

**■ Grigliare**

9 | Tutti i segreti della brace

pagina 8



**■ Bevande Estive**

19 | Fresche e dissetanti

pagina 18



**□ Birra e Birrerie**

La bionda dell'estate

Inserto



---

**Rubriche**

---

- 3** | Editoriale
- 6** | Attualità
- 7** | Qualche idea in più
- 15** | **Speciale:** Pesce di prima qualità - METRO Cash & Carry
- 16** | **Speciale:** Coppa REWE
- 17** | **Slow Food:** Slow Fish
- 28** | **Consigli Legali:** Le ferie

---

**Rubriche**

---

- 29** | **150° Anniversario:** L'unità d'Italia in Cucina
- 30** | **Periscopio:** Il risotto al «Grande Milano»
- 32** | **Cucine a confronto:** Italia vs. Giappone
- 34** | **Regione:** Cucina modenese
- 36** | **Pentola d'Oro:** Ristorante Ribaltone
- 40** | **Novità Vinicole:** La costiera amalfitana
- 45** | **Il Belpaese in Germania**

## COPPA REWE

## I vincitori dell'anno 2011

**I**l desiderio di sostenere le nuove leve e di rendere omaggio a opere culinarie straordinarie sono stati i motivi principali che nel 1989 hanno dato vita alla Coppa REWE. Negli anni passati, questo concorso si è poi trasformato in una competizione di importanza e portata nazionale.

Il tema culinario di quest'anno, "Variazioni di pesci d'acqua dolce locali", ha rappresentato, per i finalisti, un'occasione gradita per mettere alla prova le loro idee e le loro abilità artigianali. La cerimonia della premiazione è stata appassionante fino alle battute finali ed ha conferito a una serata già suggestiva uno splendore speciale.

Alla fine è stato Sven Evers di Graal-Müritz, cuoco apprendista presso l'hotel Ahrenshooper Hof di Ahrenshoop, a poter festeggiare sul podio, con una spuma di lucioperca in mantello di seppia, creata magicamente sul piatto insieme a salmerino, carpa e zucca moscata. "Durante il periodo della formazione sono stato supportato con grande forza dal mio insegnante di teoria della scuola professionale e dai colleghi esperti dell'associazione cuochi", dichiara Sven Evers, che già nell'edizione precedente era arrivato in finale come uno dei migliori della sua regione. Per la venticinquenne Gina Geigenmüller, al secondo posto nella classifica generale di quest'anno, si è avverato il "sogno dei sogni". Mentre per la ragazza, nata in Turingia e apprendista cuoca presso l'ospedale di Santa Teresa a Norimberga, è l'ottava partecipazione al concorso per giovani leve, Maximilian Kocher, al terzo posto, ha potuto vivere per la prima volta l'emozione di un concorso, grazie alla partecipazione alla Coppa REWE. Il ventunenne ha impressionato la giuria con le sue decorazioni in filigrana a forma di pesce. I circa 600 ospiti, invitati al gran gala finale di Wiesbaden, hanno potuto farsi un'idea delle doti culinarie di questi giovani talenti e hanno ammirato i piatti in esposizione. La serata di gala, che ha avuto luogo nello stabilimento termale di Wiesbaden, è stata un evento indimenticabile non solo per i finalisti. Tra coloro che si sono congratulati per primi con il vincitore sul palco c'erano Andreas Conrad, amministratore di REWE Foodservice, e Robert Oppeneder, Presidente della Verband der Köche Deutschlands e.V., l'associazione dei cuochi tedeschi. Quest'ultima rappresenta un partner molto importante per il concorso e lo sostiene con tutta la sua professionalità. Nel settore, la partecipazione alla Coppa REWE te-

desca è considerata un eccellente trampolino per una carriera promettente, e non solo per i primi tre classificati. Oltre ai premi di valore e all'esperienza particolare che comporta il prendere parte a questo rinomato concorso, anche il tirocinio presso la Johnson & Wales University di Providence, Rhode Island, rappresenta al tempo stesso una motivazione e uno stimolo per i giovani cuochi. Mentre Sven Evers, Gina Geigenmüller e Maximilian Kocher possono godersi la vittoria felici per la settimana emozionante e istruttiva che trascorreranno negli USA, altri colleghi iniziano già i preparativi per la 24esima edizione della Coppa REWE Deutschland. Quest'autunno inizieranno le semifinali regionali per la finale del 2012, che sarà sicuramente molto importante ed emozionante come quella di quest'anno.

Purtroppo la gastronomia italiana non era rappresentata: questo non dovrebbe più accadere nelle edizioni future, anche considerando l'eccellente stima di cui gode la cucina italiana. Cari chef, offrite ai vostri giovani aiutanti questa chance e parlatene subito con gli organizzatori della vostra regione, così che la culla dell'arte culinaria europea possa essere rappresentata in maniera adeguata anche in questo importante concorso. ■

➔ Per saperne di più

[www.rewe-group.com](http://www.rewe-group.com)



## L'APERITIVO ITALIANO IN GERMANIA: ASPETTANDO FILIPPO A BERLINO

# Può funzionare anche qui!

**G**iacché Italiano, a lei non bisogna spiegare cosa sia un aperitivo; nel Belpaese molti bar lo offrono e già da anni gode di gran popolarità. In Germania, invece, non molti ristoranti o bar italiani osano offrire degli aperitivi. Una giustificazione è sempre la stessa: il tedesco non accetta in modo benevolo ciò che non conosce. Ma, che può andare anche in modo diverso, lo mostrano le esperienze fatte da Gianluca Tedesco, direttore del Café-Bistro "Aspettando Filippo" a Berlino- Friedrichshain.

**BI: Qual è stata la vostra motivazione per lanciare il progetto "Aperitivo" a Berlino? Come vi è venuta l'idea?**

L'idea di lanciare l'Aperitivo ci è venuta poco dopo l'apertura del locale. Volevamo dare un carattere e una personalità ancora più marcata al locale proponendo qualcosa che noi stessi (da buoni italiani) amavamo molto. All'epoca ci trovavamo nel bel mezzo dei mondiali di calcio, così abbiamo avuto anche un po' di tempo per studiare come poter mettere in pratica il tutto.

**BI: Da quando offrite l'aperitivo?**

"So Italienisch...So Aperitivo" (Questo è il nome della serata) è partito ufficialmente il 10 settembre 2010.

**BI: Quante volte offrite l'aperitivo? Dipende anche dalla stagione, così che p.e. lo fate più spesso nella primavera e nell'estate, oppure lo offrite sempre?**

All'"Aspettando Filippo" l'aperitivo c'è sempre il secondo e il quarto venerdì di ogni mese. Fino ad ora siamo contenti di poter dire di non aver mancato un appuntamento se non lo scorso Capodanno. Sinceramente visti gli ottimi riscontri non nascondo che abbiamo accarezzato l'idea di farlo diventare un appuntamento settimanale. Questo comporterà sicuramente qualche piccola modifica anche se per ora non c'è nulla di definitivo.

**BI: Quando fate l'aperitivo, come me lo posso immaginare?**

Offriamo sempre un buffet con varie pietanze, che tendiamo a cambiare di volta in volta. Questo perché ci piace variare con la proposta per non annoiare sia i clienti più affezionati che noi stessi. Per l'ultimo Aperitivo (22.04.11) abbiamo preparato, se la memoria non mi tradisce: Mini-Spiedini con salsiccia e patate, bruschette miste, pizza, calzoncini ripieni (mozzarella e pomodoro, ricotta e salame), insalata di pasta, caprese, omelette al pesto e con patate e cipolla, polpettone, focaccia ripiena con prosciutto cotto e con formaggio ecc.

Cosa offriamo un più rispetto agli altri locali? Beh, una selezione musicale preparata dai nostri Dj che spazia dagli anni 60 al garage dal jazz, al r'n'b, fino ad arrivare all'indie moderno. Questo secondo noi ha dato all'Aperitivo un carattere di festa oltre a creare un'atmosfera, che sicuramente ci distingue dagli altri locali che lo propongono. In questo caso si è trattato di coinvolgere degli amici che suonano spesso in vari club come il Bassy, Lido, Bang Bang Club e farli parte del progetto per fortuna l'idea è piaciuta e la famiglia dell'Aspettando Filippo si è notevolmente allargata.

**BI: Come funziona con il prezzo? Offrite i cocktail allo stesso prezzo come al solito, o costano di più perché offrite anche da mangiare?**

L'aperitivo costa 8 euro inclusivi del buffet e di una bevanda a scelta (da una semplice Afri Cola ad un Long Island Ice Tea). I clienti che desiderano fare l'Aperitivo quindi pagano 8 Euro e tutte le consumazioni successive mantengono il loro normale prezzo.

**BI: Cosa dicono i vostri clienti? Sono entusiasti dell'aperitivo? Avete un specifico gruppo target?**

Fino ad ora (e per fortuna) tutte le persone che hanno avuto modo di fare l'aperitivo da noi sono rimaste entusiaste sia per il cibo che per l'atmosfera che si crea in quell'occasione.

In più c'è anche il fattore sorpresa perché molti non conoscevano questo modo tutto italiano di passare una serata. Non c'è un target specifico di persone anche se potremmo dire che i nostri clienti sono quasi tutti twenty-something o thirty-something d'altronde Friedrichshain era e rimane un quartiere ad alta densità di giovani.

**BI: Quali sono le difficoltà più grandi quando un gastronomo offre o vuole offrire l'aperitivo?**

Beh, è difficile parlare per altre persone. Nel nostro caso la più grande difficoltà è rappresentata dalla preparazione del buffet. Questo perché richiede molto tempo e spazio, e il nostro locale è di modeste dimensioni. In più il concetto di Aperitivo con la sua ritualità è profondamente legato alla quotidianità italiana e non è ancora compatibile con quelle che sono le abitudini tedesche.

**BI: Avete qualche consiglio per i vostri colleghi italiani, specialmente per quelli che stanno pensando di lanciare l'aperitivo nel loro locale?**

Il consiglio che ci sentiamo di dare e di essere costanti, di dare, cioè, una propria impronta alla serata e di non scoraggiarsi alle prime difficoltà. Per esperienza personale abbiamo imparato che ci vuole pazienza, una buona dose di pubblicità, non tralasciando un pizzico di fortuna. ■



Gianluca e Manolo dall'Aspettando Filippo

ANCHE L'OCCHIO VUOLE LA SUA PARTE:

# Come selezionare il giusto bicchiere

L'estate è la stagione dei cocktail! Ma ciò che conta non è solo il contenuto, anzi. Soprattutto per questo tipo di drink, la giusta presentazione ha la sua importanza, dato che alla fine, la giusta (o appunto sbagliata) scelta del bicchiere e della decorazione influisce sia sulla percezione da parte del cliente, sia sul prezzo. Ecco perché vogliamo darvi alcuni suggerimenti, affinché i vostri cocktail diventino un vero magnete per lo sguardo e riescano ad aumentare il vostro fatturato.

## 1. Particolarità dei bicchieri per succhi di frutta, longdrink, cocktail, per quanto riguarda i colori e le forme (percezione e gusto)

Perché una bevanda risalti rispetto al bicchiere, è necessario che questo sia, in primo luogo, chiaro, dunque non deve essere né colorato, né avere stampe o adesivi grandi e variopinti. Anche incisioni, molature e altre decorazioni possono distrarre velocemente l'attenzione dalla bevanda stessa, mentre piccole e delicate molature sul bicchiere possono aiutarla a sedurre il cliente. Molti ristoranti, bar, ecc. fanno imprimere il loro logo sul bicchiere. Se non ha una superficie troppo grande e non è troppo colorato non disturba, anzi nel caso di bevande colorate, il logo favorisce la rappresentazione del locale all'esterno.

Nei drink e nei cocktail il bicchiere sbagliato non influenza il gusto in maniera altrettanto decisiva come avviene invece con il vino. Tuttavia, le bevande che prevedono ghiaccio non possono essere servite in un bicchiere da Martini o in uno da Margarita. Un bicchiere da Martini è adatto esclusivamente ad aperitivi chiari a base di gin, vodka o vermut. Molti baristi giurano però che in un bicchiere da Margarita può essere servito solo il Margarita e nient'altro.

Cocktail schiumosi o cremosi, anch'essi ricchi di contenuto, hanno bisogno di spazio. Pertanto in questo caso è sempre necessario un bicchiere da cocktail grande e panciuto (hurricane).

I cocktail a base di spumante o champagne dovrebbero essere assaporati in un flûte. Le coppe da spumante ormai non sono più attuali, poiché liberano velocemente il perlage nell'aria.

Per i longdrink si usano bicchieri cilindrici stretti e alti, detti tumbler che, a seconda della ricetta, devono avere un'altezza diversa. L'highball è la variante di tumbler più alta. Questi bicchieri sono adatti anche ai succhi di frutta non alcolici. In questo caso è il gastronomo a sceglierne la grandezza. Il gusto rimane comunque lo stesso,

qualunque sia la dimensione del bicchiere.

Il whisky viene servito in tumbler larghi e bassi, però più ghiaccio si desidera aggiungere, più il bicchiere deve essere largo. Se si desidera solo assaggiarlo, esistono anche tumbler da whisky più stretti. Il gusto dovrebbe cambiare in maniera quasi impercettibile tra le diverse grandezze. In questo caso è l'aggiunta di ghiaccio e/o acqua a fare la differenza.

## 2. Stabilità dei bicchieri per gli esterni

I bicchieri che vengono impiegati all'esterno, nella maggior parte dei casi:

- hanno pareti spesse
- presentano un fondo più consistente, mentre il gambo dei calici è corto e grosso sono complessivamente più pesanti
- In questo tipo di bicchieri il baricentro si trova molto spostato verso il basso, così da aumentarne la stabilità sul vassoio.
- Questi bicchieri sono più resistenti alla rottura, ma non sono infrangibili (qualsiasi bicchiere può rompersi).

## 3. Effetto sul cliente

Per far sì che il cocktail abbia un aspetto più prezioso, non è sufficiente scegliere il bicchiere giusto, ma bisogna anche presentarlo nel miglior modo possibile: anche la decorazione sul bicchiere, la qualità delle bevande con cui è preparato, il modo di presentarsi del servizio, l'atmosfera del luogo hanno il loro peso.

Sono tutti questi fattori messi insieme a stabilire il prezzo. ■



➔ Per saperne di più

[www.stoelzle-lausitz.com](http://www.stoelzle-lausitz.com)

LE FERIE

# Un motivo di conflitto?

Con l'estate arriva il caldo e con lui, spesso, la voglia comune di fare una bella vacanza. Per i dipendenti, non a caso, l'estate è il periodo più adatto per fare le ferie e proprio per questo, dal punto di vista del datore di lavoro, diventa difficile organizzare il piano di lavoro aziendale. Se è vero che tutti i dipendenti hanno il diritto irrinunciabile a godere di un periodo di riposo per ricostituire le energie psicofisiche, è, tuttavia, anche vero che il periodo di ferie spettanti al lavoratore viene individuato dal datore di lavoro in relazione alle esigenze aziendali.

L'istituto delle ferie (il cosiddetto riposo aziendale, in tedesco Betriebsurlaub) è previsto dalla legge federale relativa alle ferie, il Bundesurlaubsgesetz (BUrlG), che sancisce il diritto del lavoratore a fruire di un congruo periodo di riposo. Il prestatore di lavoro ha diritto ad un periodo annuale di ferie retribuite non inferiore a 24 giorni (sulla base di sei giorni lavorativi a settimana), consentendo tuttavia alla contrattazione collettiva ed individuale la facoltà di derogare in senso più favorevole, prevedendo periodi più lunghi. È, dunque, lecito stabilire nel proprio contratto di lavoro un periodo più lungo di ferie.

Il legislatore, però, ha preso in considerazione le difficoltà pratiche alle quali può andare incontro un datore di lavoro quando si tratta di organizzare le ferie dei propri dipendenti: è ovvio, infatti, che un ristorante, che impiega dieci lavora-

tori non può fare a meno di tutti e gestire il locale da solo. Il datore di lavoro deve, ovviamente, cercare di ripartire le ferie in maniera equa e soprattutto innocua per la propria impresa. Dunque, la legge sancisce una specie di consenso tra le due parti, in modo che il datore di lavoro può organizzarsi anzitempo, rispettando allo stesso tempo le richieste del dipendente. Ecco perché il momento di godimento delle ferie, per ciascun lavoratore, è stabilito dal datore di lavoro che deve contemperare le esigenze dell'impresa con quelle del lavoratore, salvaguardando il principio di massima della continuità del periodo feriale (almeno dodici giorni del periodo di ferie devono essere obbligatoriamente fruiti dal lavoratore in modo consecutivo). Vale a dire: più presto avviene il dialogo tra datore di lavoro e dipendente, meglio è per entrambi le parti. Da una parte il datore di lavoro deve prendere in considerazione l'esigenza di un dipendente, che – ad esempio – avendo figli che vanno a scuola è “costretto” a prendere le ferie durante un periodo ben preciso dell'anno. Ciò premesso, questo non vuol dire che, in mancanza di alternative, il datore di lavoro è a sua volta obbligato a cedere alle richieste del dipendente: in questo caso bisogna valutare se le esigenze aziendali surclassano quelle personali del dipendente, o meglio se esiste una soluzione che può far convivere entrambi le esigenze.



In ogni caso, se il datore di lavoro nega al dipendente di prendersi uno o più giorni liberi, quest'ultimo non potrà assentarsi senza motivo dal posto di lavoro, altrimenti rischia – dopo un preavviso – una disdetta straordinaria del contratto di lavoro. Se, invece, il datore di lavoro ha già concesso le vacanze, costui non potrà più revocarle (sentenza della Corte federale del lavoro del 14.3.2006). Inoltre – senza il consenso del datore di lavoro – non è lecito “scambiare” le ore di lavoro con altri dipendenti (ad esempio: “Oggi vado a lavorare io per te e domani lavori tu per me”). Poiché le ferie annuali rappresentano un diritto irrinunciabile, la legge stabilisce che il periodo minimo feriale di 24 giorni non può essere monetizzato, mediante corresponsione di una indennità in danaro per ferie non godute, tranne se il rapporto di lavoro termina.

Summa summarum: il dipendente ha sì il diritto irrevocabile e irrinunciabile alle ferie, ma deve rispettare le esigenze aziendali. ■

*Dr. Alessandro Bellardita, Rechtsanwalt  
(Mannheim)*

## Alessandro Bellardita

Alessandro Bellardita si è laureato nel 2005 in giurisprudenza presso l'università di Mannheim, dove in seguito ha lavorato fino al 2008 come assistente in una cattedra di diritto privato e processuale, svolgendo allo stesso tempo il corso di dottorato di ricerca (diritto commerciale e dei trasporti). Dal 2010 è Rechtsanwalt (avvocato) presso lo studio legale Kuntze Mayer Beyer a Mannheim ([www.kmb-partner.de](http://www.kmb-partner.de)).



### CUCINA MEDITERRANEA E GIAPPONESE A CONFRONTO

# Che cosa fa la differenza?

**A**pparentemente la gastronomia giapponese ha ben poco in comune con quella mediterranea, ma del resto è dissimile da tutte le altre cucine del mondo. Il pesce viene consumato crudo, i latticini sono praticamente inesistenti, abbondano invece le alghe marine. Il menu del Sol Levante si differenzia anche da quello cinese cui il Giappone deve l'introduzione del riso o da quello sudasiatico, che facendo un ampio uso di spezie e di olii vegetali non incontra il gusto dei nipponici, più che parchi con i grassi e oltremodo amanti dei sapori autentici delle pietanze.

La gastronomia nipponica si sviluppò durante il regno di Edo (1603-1868) quando l'imperatore Tokugawa chiuse i rapporti con il resto del mondo isolando il paese per duecento anni. Fu allora che i suoi facoltosi mercanti e svilupparono quelle tecniche culinarie e il galateo gastronomico oggi giunti a noi, aprendo miriadi di locali ai quattro angoli dell'impero. L'apertura al mondo occidentale, alla carne e ai latticini avviene solo agli inizi del secolo scorso, con il periodo Meiji (1868). Gli imperatori credevano che in essi si celasse il segreto della statura degli americani.

Ironia della sorte, è proprio l'americano Keys a dimostrare negli anni Sessanta che i giapponesi, grazie al notevole apporto proteico della loro dieta peraltro ipocalorica erano uno dei popoli più longevi del mondo. I suoi studi indicarono nel Giappone e nella dieta mediterranea la soluzione alle malattie della

civiltà. Ecco quindi un primo dato in comune tra dieta mediterranea e giapponese, entrambe sembrano essere le più salutari del mondo. I dati attuali dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (WHO) lo confermano: i giapponesi sono il popolo con l'aspettativa di vita più alta (79 anni per gli uomini e 86 per le donne). Su 100 mila abitanti ben 18 superano i 100 anni, in Germania la percentuale è di 10, in Italia leggermente superiore. I giapponesi l'hanno capito e cominciano a chiedere marchi di protezione per i loro prodotti, mentre la guida Michelin sbarca a Tokyo per registrare ben 16 ristoranti a tre stelle. In Europa del resto il successo dei sushi bar rafforza la convinzione nell'immaginario collettivo che il sushi assicuri longevità, pelle luminosa, assenza di malattie.

Lente di ingrandimento alla mano, le due cucine si equivalgono dal punto di vista nutritivo. L'attenzione ai valori nutrizionali e il loro sano bilanciamento stanno a cuore a entrambe. L'abbinamento di pesce crudo, ricco di omega3 e proteine, con il riso, i cui amidi assimilano al meglio le proteine, è dal punto di vista nutrizionale corretto. Il famoso wasabi, radice di zenzero e simile al cren, è ricco di vitamina C, ha proprietà antibatteriche come l'aglio. Le alghe infine, hanno un'alta concentrazione di sali minerali, superiore a quella dei vegetali terrestri, forniscono vitamine, fibre, ferro, magnesio e zinco per un apporto calorico pari a zero. Il pesce, consumato almeno due volte al giorno compensa l'antico divieto shintoista di cibarsi di carne di mammiferi (esclusa la balena come sappiamo, ma che era considerata un pesce). La cucina mediterranea non bada invece troppo al consumo calorico, ma prevede la riduzione drastica di burro, insaccati, ha molta fibra alimentare, con conseguente riduzione del colesterolo e predilige le carni bianche a quelle rosse. Il pesce è una voce importante e sdoganato dal ruolo di piatto del venerdì, va condito con un po' di limone, assimilatore di proteine o un filo d'olio d'oliva, un toccasana. I pomodori, presenti in molti piatti italiani sono ricchi di antiossidanti. La cucina giapponese non prevede latticini, considerati anticamente alla stregua di medicinali. L'Italia invece, o paesi come la Francia, la Grecia o la Spagna ne hanno fatto un punto di forza, e i loro latticini e i formaggi freschi o stagionati sono oggi all'avanguardia per produzione e qualità. Un percorso diverso quello enologico, anch'esso praticamente assente in Giappone, ma per altri motivi. Gli imperatori avrebbero voluto introdurre la coltivazione della vite, ma proprio nel 1884, anno in cui la importarono, in Europa si abbatté la fillossera.

In comune le due gastronomie hanno anche la semplicità dei piatti portati in tavola. La cucina giapponese richiede una preparazione del piatto quanto più possibile naturale e poco laboriosa. I sapori devono venire esaltati, mai coperti dalle spezie. Il piatto deve restituire i sapori veri delle pietanze, come nel Nigiri-sushi che sta diventando attualmente popolare a livello internazionale. Le sottili fette di pesce crudo vengono adagiate su riso della grandezza di un boccone e aromatizzato in aceto



## Cucine a Confronto

di riso. Finito. Questa parsimonia in parte si giustifica nella tradizionale assenza di carne e latticini nella dieta giapponese, che ha finito col produrre un'avversione per gli olii. L'olio vegetale oggi largamente impiegato, come anche la salsa di soia, sono innovazioni recenti, e attualmente il Governo nipponico sta introducendo l'olio extravergine di oliva nelle mense scolastiche.

Non consumando molta carne, anche l'uso delle spezie non è stato a lungo coltivato dalla gastronomia giapponese, più attenta semmai al gusto della pietanza in sé. Oggi i giapponesi vendono in tutto il mondo la carne del manzo Kobe, che massaggiata a dovere, costa fino a 100 euro al chilo. Non deve stupire questo passaggio repentino dalla quasi assenza della carne nel piatto a una bistecca da 200 euro. Fa parte della consapevolezza culinaria giapponese l'attenzione ossessiva per il grande apporto proteico. Il Kobe è stato studiato a tavolino, come del resto fu uno scienziato giapponese, Idake, a isolare nel 1908 il cosiddetto quinto gusto l'umami, che tra salato e dolce viene venduto in tutti i supermercati giapponesi.

In realtà è sale di sodio dell'acido glutammico, un aminoacido comune nelle proteine, che in italiano si rende con la voce "sapidità".

Ma la scelta di concentrarsi sulla sapidità consente di ridurre drasticamente il consumo di sale.

Cosa possiamo imparare dai giapponesi? Semplificando, che si deve mangiare più frutta, pesce e verdura, servire porzioni più piccole. Ma sarebbe riduttivo. Il Giappone può stimolare la fantasia, come mostra la sperimentazione del sashimi all'italiana di Moreno Cedroni, che ha contribuito ad esaltare la tradizione italiana della cucina legata al pesce. Oppure lo chef Francesco Aprea, che a Roma propone cappellotti di parmigiano in brodo di tonno e sette spezie, queste ultime della regione di Kyoto. Recentemente poi, l'industria alimentare sta prestando l'attenzione alla farina di Konjac, per sostituire l'amido convenzionale, visto che il Konjac ha meno calorie e grassi, senza sacrificare il gusto. Non si utilizzerà il katsuo, ma del tonno nostrano o del branzino, si possono fare accostamenti creativi.

Del resto i giapponesi stanno facendo la stessa cosa con noi e scoperti gli elevati valori nutrizionali del parmigiano li stanno provando nei loro piatti. La collaborazione tra queste due gastronomie "salutiste" potrebbe sorprenderci molto ma molto positivamente. ■

Laura Durante



### VANTAGGI DELLA CUCINA GIAPPONESE

- \* Valori nutrizionali alti e poche calorie, l'ideale contro obesità e sedentarismo. Pasti leggeri.
- \* Permette una dieta vegetariana equilibrata, che apporta proteine e quindi aminoacidi grazie al Tofu.
- \* Le porzioni più piccole dei piatti giapponesi si prestano all'asporto.
- \* Come in generale per le cucine asiatiche, nella preparazione degli accostamenti prevale l'equilibrio tra dolce e salato.
- \* Enfasi riservata all'estetica del cibo. Il gran rispetto per la natura richiede che venga eliminato dal piatto tutto ciò che è artificiale.

### VANTAGGI DELLA CUCINA MEDITERRANEA

- \* Predilezione per carni e pesci cotti, più adatti a chi soffre di intolleranze alimentari scatenabili dal pesce crudo. Considerato poi lo stato di inquinamento dei mari, la tendenza a consumare carni cotte aumenterà in futuro.
- \* Presenza maggiore di formaggi e latticini, quindi maggiore apporto di calcio.
- \* Il pasto prevede l'accompagnamento dei vini, altro settore fiorente in Italia.
- \* Facile reperibilità dei prodotti a differenza degli ingredienti giapponesi, spesso assenti in Europa.
- \* Marketing aggressivo, la cucina italiana possiede un appeal che sta conquistando il mercato giapponese.

## IL LESSICO DELLA POLITICA A TAVOLA

## Ristorante Ribaltone

**I**l gestore e fondatore Marco Prandi ha inaugurato la sua creatura sedici anni fa ed il suo è ormai un angolino discretamente noto nella prestigiosa ma tranquilla cornice di Victoria Louise Platz.

Per nulla intimorito dall'elegante disegno imperiale della piazza, il Ribaltone, già dal nome ostenta un carattere molto ve-race. Chissà che qualche connazionale, pure affamato e in cerca di buona cucina, di fronte a questo nome non abbia storto il naso e tirato dritto, non riconoscendosi nella sferzata polemica, davvero molto nostrana, e non raccogliendone l'ironia.

Come è facile che altri invece lo abbiano scelto proprio per il nome. Questo secondo caso, il più probabile, è ipotizzabile anche nel considerare la clientela tedesca, molta della quale si rivela sorprendentemente informata e interessata alle vicende del nostro paese, che vengono seguite con un misto di apprensione, sbigottimento e divertimento. Il Ribaltone è infatti inequivocabilmente il fortunato nome che fu coniato per una caldissima stagione politica del nostro bel paese. Nonostante generalmente la cronaca non dura fresca più di un pesce, e dopo tre giorni è già carta straccia da scordare, lo spettro del Ribaltone e di quegli avvenimenti, proprio ora, dopo oltre quindici anni, sembra replicarsi con le sue tragicomiche varianti.

E qualcuno direbbe, almeno a tavola non parliamo di politica, ma è una pruderie un po' vezzosa, un pudore malriposto, perché per gli Italiani, ma è così anche per i vivaci Berlinesi, e forse un po' per tutto il MondoPaese, la tavola è un luogo dove la conversazione, senza limiti di tono, di tempo o di soggetto, fa parte quanto la masticazione del misterioso e complesso piacere della cena. Per chi avesse dubbi o non ricordasse bene ciò che riguarda il significato del nome, all'interno del locale, tra le pareti fittamente personalizzate da ricordi e oggetti d'arte varia, può trovare anche in grande evidenza la cronaca politica di quei

giorni attraverso le geniali vignette del celeberrimo Forattini, ridipinte in grande sui muri. E lo stesso Forattini, 10 anni fa a Berlino, ben informato da un amico, approfittò per passare di qui, facendo una vera sorpresa all'allora sconosciuto gestore. Marco poté ricambiare la visita d'onore con la sua cucina, nel caso che fosse proprio per quella che Forattini aveva deciso di cenare con dei suoi estimatori. Probabilmente gradì molto la cena perché decise di aggiungere un suo bel pezzo originale sul muro. È un ritratto dell'allora presidente Ciampi. Fa pensare, tra le tante facce di dubbia fede che poteva disegnare, ha scelto probabilmente la più realmente benevola ed equilibrata, forse l'unica che non finisce in bocca alla gente con qualche insulto. Forse un gesto di cortesia, un elogio della discrezione. E infatti il ritratto se ne sta lì un po' al buio, forse perché l'altrettanto discreto chef Prandi non si aspetta certo di carezzare la clientela con queste amenità. Anzi, paradossalmente, nonostante il nome altisonante e ancora caldo dal punto di vista della cronaca, Il Ribaltone non rientra affatto nell'archetipo di locale politicizzato, con poster e slogan come arredi, no, qui l'ironia la fa da maestra e nessun colore la fa da sfondo. Quà tutto parla di un percorso molto personale e non replicabile. Valga per chi ha naso per capire, questo come uno dei segreti del successo di un locale in una città con vastissima scelta di gusti, prezzi, ambiente e qualità. Fatto salvo che le prime due leggi della gastronomia restano comunque universali e ineludibili: La gente vuole mangiare. E bene.

Qualsiasi Politica deve cedere il passo alle più pragmatiche politiche della conduzione di impresa, tanto più se questa si muove nel capriccioso mare che è l'industria del tempo libero.

A Il Ribaltone, dietro la spessa coltre di ironia e carattere, per l'appunto, c'è evidentemente proprio quello che la gente affamata si aspetta da una trattoria tutta italiana incastonata in un opulento e un po' decentrato scorcio Berlinese. Per questo,



I VINI DELLA COSTIERA AMALFITANATRA - PRIMA PARTE

# I vitigni

*Sebbene la costiera amalfitana rappresenti una piccola parte della viticoltura ed enologia nazionale, le sue caratteristiche, la quantità di vitigni e la storiografia, non permettono una esaustiva rappresentazione in un solo articolo, pertanto, è mio compito descrivere brevemente qui le caratteristiche dei maggiori vitigni coltivati e rimandare al prossimo numero le cantine visitate.*

**L**a configurazione della Costiera Amalfitana ha una sua indiscussa scenografia. Tocca il mare e svetta verso il cielo con le cime dei monti. Dalla costa alla catena dei Lattari, la strada e i terrazzamenti si avvitano in una serie di tornanti scavati nei fianchi della roccia dove la terra è poca e preziosa. E' questo, da secoli, l'insediamento dei vigneti che hanno conquistato la DOC, sotto la denominazione Costa d'Amalfi, con le tre sottozone di Furore, Ravello e Tramonti. Vigneti terrazzati, larghi qualche metro che ospitano quattro filari di viti disposte a pergola.

La zona DOC comprende l'intero territorio collinare della Costa d'Amalfi, da Vietri a Positano, anche se l'area più tradizionalmente vocata è quella delle tre sottozone: Furore, Ravello e Tramonti. Far vino, qui, significa sacrificio, costi, fatica, sudore e magia.



Tintore

Vi sono ancora vecchi vitigni recuperati all'abbandono ma, soprattutto, vi sono viti ultracentenarie che, a Tramonti, unica zona interna della DOC, disegnano un paesaggio incantevole dove ci si immagina facilmente l'arrivo di elfi e gnomi sotto i tralci di viti gigantesche.

Vitigni che hanno fatto la storia e la fortuna di questi vini, di cui molti sono ancora a piede franco e possiedono nomi suggestivi come il Fenile, il Tronto di Furore, il Ripoli, il Pepella, la Ginestra fino, appunto al Tintore di Tramonti. Si tratta di uve strettamente legate al territorio, e in qualche caso esclusive dell'entroterra amalfitano.

## I VITIGNI

**Aglianico** E' il più diffuso vitigno del Sud, base di grandi vini campani e lucani. L'uva non presenta caratteristiche particolari. La sua identità, o meglio, ogni precisa connotazione, nasce solo nel momento in cui diventa vino. L'unico distinguo è dato dalle aree dove in prevalenza è allevata: l'Irpinia, il Taburno, il Napoletano, la Costa d'Amalfi e il Cilento. Uva difficile da governare per la sua decisa potenza, matura piuttosto tardi e la vendemmia tra fine ottobre e i primi di novembre è di certo l'ultima in Europa per le uve rosse. In Costa d'Amalfi l'Aglianico è presente per il 30% nell'uvaggio dei tre Rossi DOC di Furore, Ravello e Tramonti, di volta in volta insieme a Piediroso, Serpentaria e Tintore. E' altresì utilizzato nella composizione dei Rosati.

**Biancolella** Anche se il vitigno è in massima parte monopolio dell'isola d'Ischia ma contribuisce all'uvaggio di parecchi vini DOC: Capri, Campi Flegrei, Penisola Sorrentina e Costiera Amalfitana, dov'è localmente detta Bianca Tenera.

**Falanghina** Presenta da secoli in Campania ha la sua patria d'origine nella provincia di Napoli, e più propriamente nell'area flegrea. E' il vitigno prevalente nell'uvaggio delle più qualificate DOC della Regione, come il Campi Flegrei, il Falerno del Massico, il Capri, il Sorrento, il Costa d'Amalfi.

**Fenile** Non esistono precedenti storici e letteratura, ma circola ancora l'interpretazione contadina del nome, da ricondurre al colore bianco-dorato dell'uva, assai vicino a quello del fieno. Allevato a pergola, con viti disposte in quadro, a gruppi di due/tre ceppi per posta, offre una produzione modesta per il basso peso del grappolo. L'uva matura tra la fine di agosto e i primi di settembre, e va raccolta subito, altrimenti la buccia quanto mai sottile dell'acino tende a marcire. Il livello zuccherino del mosto è piuttosto elevato, mentre l'acidità si mantiene su valori medi. Presente soprattutto nel territorio di Furore, Positano e Amalfi, il Fenile è vitigno complementare della DOC Costa d'Amalfi, sottozona Furore.

**Piediroso** Tra i vitigni più tipicamente campani, il Piediroso trova la sua maggiore diffusione della provincia di Napo-



### Arredamento interni

- I nuovi trend



### Frontcooking

- Consigli e avvisi



### Menù

- Forme classiche e nuove

## buongiorno italia

### Casa editrice

#### Verlag

ChefMedia Verlag GmbH  
Bechsteinstraße 27  
99423 Weimar  
www.chefmedia.de

#### Geschäftsführer

Johann Scheid

### Telefono / Fax

#### Telefon

+49 (0)3643 4158-0

#### Fax

+49 (0)3643 4158-19

### Segreteria

#### Verwaltung

Tel. +49(0)3643 4158-12  
verwaltung@chefmedia.de

### Redazione

#### Redaktion

Miriam Sinnecker  
redazione@chefmedia.de  
Francesca Müller-Fabbri

### Redazione grafica

#### Grafikredaktion

Christoph Hubrich  
grafik@chefmedia.de

### Collaboratori redazionali

#### Redaktionelle Mitarbeiter

Riccardo Vendrame, Alessandro Bellardita, Laura Durante, Luciano Barile, Clara Corona, Tamara Dragus, Paolo Tacchini

### Pubblicità

#### Geschäftskundenbetreuung

Sandra Schelonke: 03643 4158-14  
sandra.schelonke@chefmedia.de

Miriam Sinnecker: 03643 4158-16  
redazione@chefmedia.de

Julia Halbhuber: 03643 4158-11  
julia.halbhuber@chefmedia.de

Maren Röhlinger: 03643 4158-11  
maren.roehlinger@chefmedia.de

### Periodicità

#### Erscheinungsweise

mensile / monatlich

### Prezzo di copertina

#### Heftpreis / Jahresabopreis

uscita singola: € 5,90  
prezzo annuale: € 55,90  
(spese spedizione incluse / einschließlich Versand)

### Coordinate Bancarie

#### Bankverbindung

Konto-Nr.: 3 624 757  
BLZ.: 753 900 00  
Volksbank Nordoberpfalz

