



Editoriale

«AIUTO!!! Stiamo precipitando!»

L'accozzaglia delle amenità

La nostra bella Italicetta dopo un periodo di forte ascesa in tutti i campi, che ha visto salire al vertice numerose Aziende e relativi personaggi, sta ancora una volta imboccando la strada in discesa; una discesa inesorabile che sta toccando tutti i settori, ogni segmento di attività, e pur se tutti consapevoli, nessuno cerca di mettere un freno a questa macchina ormai allo sbando.

Enogastronomicamente parlando non posso fare a meno di far rimarcare queste carenze e principalmente nei casi sottoelencati:

A - TAPPI SUGHERO

Una tragedia a non finire che, se non si corre ai ripari, e subito, devierà il consumatore verso altri prodotti dissetanti (birra, bibite, succhi, ecc.). Trovare una soluzione al tappo è cosa improrogabile se non vogliamo una recessione ancor più repentina del vino.

B - BARRIQUES

Lo sproporzionato uso e abuso ha creato numerosi vini «da falegname» creando un caos indescrivibile sia a livello di etichetta (in evidenza solo il nome astratto, senza nessuna spiegazione di vitigni o altro e l'obbligatoria scritta «vino da tavola») sia a livello di prezzo ormai alle stelle. Tutti tendono ad imitare gli introvabili Sassicaia e Tignanello, ma non tutti sono all'altezza di Tachis, e non tutti hanno fatto investimenti ed esperienze come gli Incisa della Rocchetta, gli Antinori, i Gaja, Zanella, Maculan, Moretti.

C - SPUMANTI

Lo avevamo previsto. Dopo il conclamato «CLASSIMO» e relativa traduzione dal greco, (che vi omaggiamo): il caos. È proprio il caso di dire che è... saltato il tappo facendo... BOOM !!! Il 1993 è alle porte: cosa faremo?

D - RISTORANTI, PIZZERIE, SAGRE PAESANE

I prezzi dei Ristoranti sono diventati cari. Direi troppo. Provate a mangiare in Francia e fate i confronti. Per logica conseguenza, le sale sono sempre più vuote.

Le Pizzerie non sono più pizzerie ma falsi ristoranti o pseudo-tali, dove si va per mangiare una pizza e bere

una birra e si esce spendendo come in un ristorante. In compenso sono sempre piene.

Le «Sagre paesane» e le «feste del partito» sembrano essere la cosa più attraente del nostro Bel Paese. Un mare di gente che mangia di tutto e beve quello che passa il convento; un po' di musica; qualche scontrino fiscale e sempre più persone che boicottano i buoni Ristoranti. «Meditate gente,... meditate».

E - IL VINO AL RISTORANTE

Sempre più caro. E nessuno più beve. Il cliente passa in rassegna la stupenda «Carta dei vini» e alla fine chiede di poter bere una bottiglia di medio prezzo (in quattro), dimenticandosi degli altri 95% dei vini in carta.

I vini diventano così reperti archeologici nelle belle Cantine climatizzate dei ristoratori. Veri forzieri da lasciare in eredità.

F - IL PANE AL RISTORANTE

Hanno finalmente tolto i grissini nei sacchetti e ci propongono il pane fatto in casa. Pane crudo, bruciato, insipido, scongelato ecc. ecc.

Insomma, trovare un buon pane è... una pena.

Fare del buon pane non vuol dire fare un impasto e poi metterlo nel forno a cuocere. Fare pane è un'arte!

Il cuoco faccia bene i suoi piatti e lasci fare il pane ai panifici. Abbia però l'accortezza di scegliere bene diverse qualità di pane da abbinare ai suoi piatti e non si stanchi di cercare tra i panifici quello che gli proponga un pane di qualità. Il pane fatto in casa va bene, ma solo a condizione che si sia capaci di realizzarlo.

Potrei continuare questo elenco di «amenità», ma credo sia meglio fermarsi, per ora, nella speranza che qualcuno si ravveda e migliori facendo buon uso di questi suggerimenti, dettati da un'esperienza vissuta giorno per giorno.

IL SIMPATICO !!!

Vi proponiamo un numero doppio, dove certamente troverete interessanti argomenti per una cultura enogastronomica.

Rocco Lettieri - Direttore Responsabile

Società Editoriale
«IL MELOGRANO» s.n.c.
Via A. da Giussano, 6
22063 Cantù - Como



Sommario

IL SIMPATICO

Trimestrale di cultura enogastronomica
Anno 6° - n. 22-23
2° e 3° Trimestre 1991 (numero doppio)
Stampa a diffusione mirata

Direttore Editoriale
ENRICA MARIA FRIGERIO

Direttore Responsabile
ROCCO LETTIERI

Redattore Capo
FRANCO SOLDAINI

Direzione, Redazione,
Amministrazione, Pubblicità
c/o Rocco Lettieri
Via Fossano 67/c
22063 Cantù - Como
Tel. 031/716502-731376

Autorizzazione Tribunale di Como
n. 22/85 del 6 novembre 1985

Tipolitografia: «La Canturina»
Via S. Francesco d'Assisi
22063 Cantù - Como
Tel. 705021

MACC - Preparazione per la stampa
Via C. Cantù 4
22063 Cantù - Como
Tel. 706558

Fotocomposizione Anzani
Via Brighi 20
22063 Cantù - Como
Tel. 700222

L'Iva di questa Rivista è condensata nel prezzo di vendita ed è assolta dall'Editore ai sensi dell'art. 74, 1° comma, lett. c (D.P.R. 26/10/72, n. 633 e D.M. 28/12/1972). La ricevuta di pagamento del c/c/Postale è documento idoneo e sufficiente ad ogni effetto contabile.

Testi e foto non richiesti non vengono restituiti. Tutti i diritti sono riservati: nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta, fotocopiata o ciclostilata sia essa elettronica o elettrostatica senza il permesso scritto dell'Editore.

Periodicità trimestrale.



Associato all'USPI
Unione Stampa
Periodica Italiana

Editoriale	pag. 1
Sommario	pag. 2
Servizio Speciale: L'irripetibile Asti Spumante	pag. 3
Notizie dalle Aziende: Traditions e Qualité a Cà Del Bosco	pag. 12
Notizie dalle Aziende: Barbaresco Gaja	pag. 14
Il Ristorante Italiano: Ristorate Hotel «LA CORTE»	pag. 17
Un... simpatico Trofeo: Premio all'Originalità	pag. 22
Notizie Pagani: ... È qui la festa!	pag. 25
Colli Piacentini: Vendemmia 90	pag. 30
Il Gutturnio dei VIP	pag. 32
Inchiesta sul tappo: Storia di vino... e di tappo	pag. 33
Inchiesta sul tappo: Il parere di Pino Zardetto	pag. 34
Arcigola Slow Food: Convention Internazionale	pag. 36
Libri	pag. 39
Convegni: L'industria alberghiera	pag. 41
Convegni: Vino Prospettiva 2000	pag. 43
Dalla natura: Il miele tipico di Como	pag. 49
Un marchio da leggenda: La Tenuta degli Angeli	pag. 54
Ristorazione ed Arte: Il Pescatore	pag. 56
I Maestri Cucinieri: José e Nico de la Iglesias	pag. 59
Incontri: Omaggio all'Artusi	pag. 64
Torneo Tennis: Arte Bianca Canturina 91	pag. 65
Convegni: Collegamento Gastronomico tra Brianza e Canton Ticino	pag. 67
La Svizzera in forma	pag. 70
Alta Ristorazione: Al Ronco Grande	pag. 71
Guide Gastronomiche	pag. 72
Taccuino: Spigolature Gastronomiche	pag. 74
Taccuino: Spigolature Enologiche	pag. 76
Camminando, camminando: Da capanna a capanna	pag. 80
Notizie dalle Aziende: Braulio	pag. 81
Notizie dalle Aziende: Azienda Conti Sertoli Salis	pag. 86
La posta di Luciano Salvini	pag. 90
Intervista: Povera marmotta	pag. 91
Intervista: La prudenza della marmotta	pag. 92
Incontri ELMEPE: Il vino ed il consumatore	pag. 97
Ristorazione: Menu Più	pag. 103
La nostra salute: Gli alimenti (Terza parte)	pag. 104

A questo numero hanno collaborato:

Domenico Acconci
Bianca Bosso
Isabella Botta
Giampiero Comolli
Angelo Conti Rossini
Carlito Ferrari
Enrica M. Frigerio
Claudio Giuffrida
Claudio Introini
Mario Giorgio Lombardi

Luciano Salvini
Francesco Spagnoli
Franco Soldaini
Emilia Valli
Nestore Venturini

ed inoltre:

Banca del Gottardo
Centro Informazioni Formaggio
Svizzero

Traditions & Qualité a Cà Del Bosco



Traditions & Qualité rappresenta la più prestigiosa selezione di ristoranti nel mondo, dove la tradizione dell'arte culinaria è espressa ai massimi livelli e nella sua più ampia completezza.

Per la prima volta, quest'anno, i ristoranti di Traditions & Qualité hanno scelto l'Italia per l'Assemblea Generale dei Soci e nell'ampio programma sono previsti numerosi appuntamenti di grande interesse culturale e sociale. A chiusura del programma, la visita a Cà del Bosco, azienda leader nella produzione di vini e spumanti. Questa visita rappresenta un'ulteriore conferma del prestigio che questa azienda gode in Italia ed all'estero.

Maurizio Zanella, chairman dell'azienda, uno dei grandi giovani talenti del vino made in Italy e grande conoscitore della ristorazione e dell'enologia mondiale, aprirà le porte di Cà del Bosco per offrire al «Gotha» dei ristoranti una cena in loro onore.

Cà del Bosco è, da sempre, alla ricerca, nella tradizione, della qualità dei suoi prodotti sforzandosi di mantenerla all'altezza della nostra epoca. Ed è nella tradizione della grande ristorazione che un'autentico capolavoro di cucina trova il suo sublime completamento nel vino.



I ristoratori di Traditions & Qualité nelle Cantine di Cà Del Bosco

La nostra struttura consente di effettuare ai visitatori un giro completo attraverso i vari settori di stoccaggio, di invecchiamento e di affinamento dei nostri prodotti. Al termine, a tutti viene offerta la possibilità di una degustazione dei nostri prodotti nella nuova grande sala appositamente creata nelle Cantine».

Sergio Santi: «Per la nostra azienda non si può sicuramente parlare di industria. In ogni caso i rapporti nostri con il turista che, soprattutto dall'Estero viene in Langa, sono eccellenti. Con prenotazioni, facciamo visite alla nostra azienda e alle altre del gruppo Ceretto (nostro socio) fornendo in questo modo un panorama della realtà vitivivola della nostra zona».

Livio Pavese: «Io faccio moscato e Asti Spumante per amore e contesto che in Italia questi prodotti non occupino il posto che si meritano. Credo sia giunto il momento affinché il piemontese, sempre restio a far conoscere quello che ha, faccia qualcosa di concreto per presentare i prodotti nel modo migliore. Bisogna far presto perché altrimenti ci vedremo costretti ad inseguire tempi ed occasioni perdute. Una via da percorrere è certamente quella della ristorazione. Sino ad ora non si è fatto nulla, assolutamente nulla, per far conoscere un prodotto unico al mondo quale l'Asti Spumante e il Moscato Naturale d'Asti. È arrivato il momento di smetterla di proporre ai turisti spumanti secchi sul dessert, ed ancora di proporre spumantini frizzanti dolci che nulla hanno a che vedere con una eccellente bottiglia di Asti Spumante che sia sui dolci oppure nel tardo pomeriggio è una cosa meravigliosa, irripetibile.

Bisogna cancellare l'idea del consumatore che ricorda ancora l'acquisto di tre bottiglie di vino spumante dolce a mille lire.

L'Asti è un prodotto della tecnica e la tecnica ha alti costi ma sempre molto accessibili per la gioia che da nel berlo».



C'è un rapporto di collaborazione tra la Regione Piemonte e le aziende vinicole piemontesi?

Gianfranco Torrenzo: «Con la Regione Piemonte il Consorzio intrattiene momenti politici intensi per risolvere vertenze sindacali che si scatenano tra l'industria e produttori.

Per quanto riguarda i momenti di promozione, noi partecipiamo attivamente a tutte le loro iniziative, anzi, a volte siamo noi che ci rendiamo interlocutori per alcune manifestazioni specifiche.

Un'altra iniziativa da non dimenticare quale momento di collaborazione con la Regione Piemonte è l'istituzione del «Catastino dei Vigneti» e la pesatura ufficiale delle uve moscato all'atto della vendemmia che noi riteniamo importantissima per fornire garanzie di sicurezza ai consumatori, e lo sdoganamento dell'Asti Spumante che va all'Estero che avviene qui, ad Asti, e non nella dogana dei Paesi importatori».

Livio Testa: «Una realtà come quella dei Tenimenti di Barolo e di Fontanafredda non può non avere rapporti con la Regione.

Pur se la collaborazione è strettamente istituzionale e fiscale riteniamo che rappresenta un momento importante specialmente per la pubblicità e l'im-

magine dei prodotti e tra questi naturalmente il vino piemontese».

Sergio Santi: «La Regione Piemonte sta attivando un servizio promozionale, non solo per i vini, ma anche per tartufi, formaggi e altri prodotti originari della Langa e della provincia di Cuneo. Resta comunque, un discorso generale all'interno del quale le aziende come la nostra devono muoversi singolarmente per diffondere i propri prodotti».

Livio Pavese: «Mi risulta che la Regione Piemonte faccia molto per i prodotti della terra ed in particolare per il prodotto vino, anche perché il vino, in Piemonte occupa una bella fetta di mercato. Dobbiamo metterci in testa una cosa importante: «non pensare che le Regioni siano mucche da mungere». Non dobbiamo sempre pensare di avere contributi dagli Enti Statali, bisogna muoversi o da soli o in compagnia ma muoversi; non si può sempre attendere. Io sono sindaco di questo paese (n.d.r. Triville (AL)) e vivo quotidianamente queste situazioni. Ognuno di noi deve dare il proprio apporto ed il massimo sforzo per fare in modo che anche la Regione possa dare il proprio contributo nella giusta misura, cosa che ritengo che la Regione Piemonte faccia già da tanto tempo e molto bene». ■

NOTIZIE DALLE AZIENDE

*La Tradizione
è un movimento perpetuo.
Avanza, cambia, vive.
Coloro che la cercano nel passato
rischiano di essere trasformati
in statue di sale.
La «Tradizione vivente»
si manifesta ovunque.
Sforzatevi per mantenerla
all'altezza della vostra epoca.
Che governi ogni vostro gesto!*

* * *

*La Cucina è un'Arte
e non esiste nessuna forma d'arte
che non esiga un coinvolgimento
di tutta la personalità.*

* * *

*Un pranzo
può essere un autentico capolavoro.*

Così scriveva il poeta Jean Cocteau, buon amico dei ristoranti **Traditions & Qualité** per cui nel 1959 ha disegnato anche il simbolo, un gallo, anzi un *coq gaulois* dal berretto frigio. L'associazione nasce nel lontano 1954, in Francia, col nome di Grande Restauration e i suoi promotori sono quattro grandi ristoranti parigini: La tour d'argent, Le Grande Véfour, Taillevent e Laserre. La loro filosofia può essere riassunta in una celebre frase di Brillat-Savarin: «Ospitare qualcuno significa incaricarsi della sua felicità durante tutto il tempo che passa sotto il nostro tetto». Tre anni più tardi l'associazione cambia nome, assumendo quello definitivo di **Traditions & Qualité** e precisa i criteri di selezione degli associati. Ne possono far parte solo locali in attività da almeno cinque anni, con un solo proprietario o tutt'al più gestiti da una sola famiglia (ne sono quindi escluse le catene di ristorazione) e che hanno già ottenuto almeno due stelle Michelin o giudizi analoghi per i paesi in cui la guida Michelin non esiste. Non viene presa in considerazione solo la qualità della cucina ma ai fini dell'ammissione sono determinanti anche il servizio, l'ambiente, in breve lo *stile* del ristorante. Inoltre, l'ammissione è sempre reversibile e ogni anno alcuni nomi scompaiono dalla piccola guida bianca che raccoglie indirizzi e specialità degli associati. Oggi di **Traditions & Qualité** fanno parte 76 locali non più solo francesi o europei, ma anche americani e giapponesi: l'associazione è diventata a tutti gli effetti internazionale, così come internazionale è oggi la grande cucina. ■



GAJA

GAJA

BARBARESCO

DENOMINAZIONE DI ORIGINE CONTROLLATA E GARANTITA

ALC. 13% VOLUME IMBOTTIGLIATO DA GAJA BARBARESCO ITALIA R.I.V.226/CN

Quando l'obiettivo non appariva completamente realizzabile a causa dell'avversità delle condizioni climatiche — che avevano ostacolato la buona maturazione delle uve — non abbiamo esitato a sacrificare l'intera annata, come è avvenuto nel 1984, rifiutandoci di mettere il vino in bottiglia ed accettando di venderlo sfuso a prezzi di liquidazione; ed in diverse annate, come il 1987, 1980, 1977, abbiamo sacrificato anche fino al cinquan-

ta per cento della quantità che avremmo avuto disponibile pur di recuperare in bottiglia una qualità che altrimenti sarebbe stata compromessa. Sono stati proprio questi sacrifici, a fianco delle continue attenzioni che da lungo tempo dedichiamo al vigneto ed ai vari passaggi in cantina, a fare crescere la qualità del BARBARESCO GAJA. Alla crescita della qualità ha fatto seguito la crescita dell'immagine. A consolidare all'estero l'immagine del



la

Federico Curtaz