Pasta lovers: 130 ricette del futuro al centro del World pasta day 2019

Cosa mangeremo tra 30 anni? Quasi sicuramente un piatto di pasta. È la domanda a cui prova a dare risposta la 21ma edizione del World Pasta Day. manifestazione, ideata e curata da Unione Italiana Food (già Aidepi) e IPO-International Pasta Organization che ogni 25 ottobre celebra il piatto simbolo della dieta Mediterranea. E quest'anno si concentra su gusto, creatività, attenzione al benessere e passione per il buon cibo che contraddistinguono il modo tutto italiano di mangiarla e condividerla.

Nel mondo il suo crescente successo è un dato di fatto – in 10 anni il suo consumo è quasi raddoppiato, da quasi 9 a 15 milioni di tonnellate. E in Italia, dove la pasta è solida tradizione, il nostro rapporto con fusilli e maccheroni non mostra cedimenti. 9 italiani su 10 (88%) mangiano pasta regolarmente e 1 su 3 (36%) la porta in tavola tutti i giorni, nel segno di un approccio curioso verso le novità del mercato – il 10% degli italiani cambia pasta e passa a sperimentare quella integrale, al farro, al kamut, con farine di legumi, anche se la pasta "gialla" continua a vincere alla prova del gusto e della preparazione. Ma c'è di più: secondo la ricerca "Il futuro della pasta", commissionata da Unione Italiana Food (già AIDEPI) a Eumetra, per gli italiani la pasta è "il vero piatto tipico italiano", "sazia" ed è "simbolo della buona e sana dieta mediterranea".

"Al Dente – The Italian way of Pasta"

Per questo la Giornata della Pasta 2019 regala ai pasta lovers di tutto il mondo un appuntamento imperdibile: la kermesse "Al

Dente – The Italian way of Pasta” offrirà l’occasione di sperimentare per una settimana (18-25 ottobre) gusti e consistenze della pasta del futuro: 130 ristoranti in Italia e nel mondo proporranno in menù un piatto di pasta ispirato al tema #pasta2050, esplorando le 6 principali tendenze che caratterizzeranno il consumo di questo alimento nei prossimi 30 anni.

Gli appassionati che desiderano sperimentare l’interpretazione d’autore del piatto potranno consultare la lista dei ristoranti che aderiscono all’iniziativa sulla piattaforma digitale http://aldente.worldpastaday.org, che fin dal nome racconta la passione italiana per la cottura perfetta.

Pasta, ecco come la mangeremo nel 2050: le 6 tendenze secondo gli esperti

Da un momento di confronto di un panel interdisciplinare di esperti sul futuro della pasta nel contesto dell’evoluzione dell’alimentazione globale, Unione Italiana Food ha identificato 6 tendenze che caratterizzeranno il consumo di pasta nei prossimi decenni: Io Mangio Classico (La pasta al pomodoro, portabandiera della dieta mediterranea nel mondo), Io Mangio Etico (pasta, verdure e sostenibilità), Io Mangio Globale (Pasta fusion, un mondo di contaminazioni), Io Mangio Diverso (Pasta con ingredienti tutti da scoprire), Io Mangio Semplice (La pasta sempre più essenziale e salutare), Io Mangio Consapevole (La sfida della corretta informazione). Le tendenze sono state la mappa che gli chef hanno preso come riferimento per interpretare ai fornelli il tema #pasta2050.

In 130 ricette d’autore un assaggio del futuro della pasta nei ristoranti di 4 continenti

Roma, Milano, Londra, Berlino, New York, Shangai, Parigi, Tokyo, Dubai: sono solo alcune delle “capitali della pasta” dove per una settimana sarà possibile assaggiare al ristorante uno dei piatti di pasta d’autore ispirato al tema #pasta2050 e #WorldPastaDay. Un giro del mondo attorno allo spaghetto a cui hanno aderito molti giovani cuochi accanto a pesi massimi della cucina come Heinz Beck, i Fratelli Alajmo, Rosanna Marziale. A dimostrare che la “sfida della pasta tra 30 anni” piace. Con una curiosità: la maggior parte degli chef che hanno aderito a “Al Dente” crede che la tradizione sarà protagonista del futuro della pasta. E infatti tra le tendenze del futuro a cui si ispirano molti dei piatti che verranno cucinati, le reinterpretazioni di un grande “classico” come la pasta al pomodoro sono le più gettonate.

L’invito di Unione Italian Food e IPO è esteso anche a blogger e pasta lover, che il 25 ottobre animeranno una “spaghettata virtuale” con gli hashtag #pasta2050 e #WorldPastaDay. Tutti potranno postare foto e video della loro idea di #pasta2050 in una giornata piena di tweet up, eventi Facebook, Instagram moment.

Il senso degli italiani per la pasta: ne mangiamo 1,4 milioni di tonnellate all’anno. e quasi 2 milioni vanno all’estero

L’Italia resta il punto di riferimento della pasta mondiale. Secondo i dati elaborati dai Unione Italiana Food e IPO – International Pasta Organisation, nel 2018 i nostri pastifici ne hanno prodotto 3.370.000 tonnellate (+0,3% rispetto al 2017). Siamo il Paese che ne consuma di più (con 23 kg di pasta pro capite) e più della metà della pasta che produciamo è destinata all’export: nel 2018 la quantità di pasta esportata è pari al 58% della produzione. 1 piatto di pasta su 5 mangiato nel mondo e circa 3 su 4 in Europa sono preparati con pasta italiana. I Paesi dove esportiamo di più sono Germania, Regno Unito, Francia e Stati Uniti, mentre i mercati strategici da cui arrivano le performance più importanti di

inizio 2019 sono Arabia Saudita, Emirati Arabi Uniti, Cina e Australia. “Dopo cinquanta anni di lavoro con gli industriali pastai italiani, europei ed a livello internazionale posso affermare con assoluta convinzione che la pasta è stata e continuerà ad essere la regina della tavola – afferma Raffaello Ragaglini, Segretario Generale International Pasta Organization e Segretario Generale Onorario Unione delle Associazioni degli Industriali Pastai Europei (UNAFPA). La pasta è il prodotto che meglio interpreta una cultura alimentare salutare, sicura, consapevole e attenta alle tematiche della sostenibilità ambientale. Possiamo così riassumere la vera essenza della pasta: passione, tradizione, condivisione, qualità, salute e sostenibilità. Il grande regista Federico Fellini amava dire che la vita è una combinazione di magia e pasta. Aggiungo io che questi due elementi si portano dietro il sogno di un futuro migliore per l’intera umanità”.

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

Il mondo della ristorazione vive un momento di grande fortuna e di profonde trasformazioni. Secondo il neonato Osservatorio Ristorazione che racconta i trend del fuori casa, nel 2018 (dati anche di Fipe), con 85 miliardi spesi i consumi hanno toccato i massimi storici, e si sono affacciate tendenze che porteranno a nuove abitudini alimentari. Come la crescita dei ristoranti etnici, dei locali che fanno cibi da asporto e

delle catene. Insieme all’ingresso crescente della tecnologia in cucina, questi fenomeni trasformeranno in modo radicale il concetto stesso di ristorante.

Benvenuta globalizzazione: l’imperativo in cucina oggi è contaminare

Senza rinnegare le ricette del territorio e i prodotti a km zero che finora hanno rappresentato il diktat ai fornelli, la cucina si apre alla contaminazione con tradizioni gastronomiche differenti. E questo vale sia per i prodotti che per le cotture. Le frontiere sono ormai permeabili ed è la cucina che osa quella vincente, perché il consumatore italiano under 35 cucina sempre meno e, quando esce, va spesso in cerca di sapori nuovi e di esperienze insolite.

Non solo sushi. Il giro del mondo nel piatto

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

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

Boom dei piatti «senza» e dei cibi funzionali

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

che esalta la sapidità, permettendo di ridurre il quantitativo di sale.

Verso il piatto unico
Anche il menù cambia: la carta tradizionale lascia il posto a offerte più veloci e leggere, articolate al massimo in tre sole portate, sul modello internazionale: starter (spesso condivisa da più persone), piatto principale con contorni e dessert oppure percorsi degustativi fatti di tante piccole portate. Una tendenza che si sta già vedendo. Il dolce diventerà il momento più conviviale del pasto, in una nuova veste: costruito come un blocco unico “dolce-caffè-amaro”.

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

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

Cresce il cibo da asporto
Sempre più persone preferiscono consumare il pasto a casa invece che al ristorante. Il mercato del food delivery, senza contare il take away, nel 2018 valeva 1,1 miliardi in Italia. Il settore del cibo da asporto on line, secondo le stime di alcuni operatori del settore, è cresciuto in modo costante passando da 121 milioni nel 2016 a 350 milioni nel 2018 (+69%) e si prevede che raggiungerà i 590 milioni nel 2019. Con la

comparsa di numerosi aggregatori e distributori di cibo a domicilio, arriveranno anche in Italia laboratori che producono cibo non aperti al pubblico che operano attraverso le piattaforme o che appartengono alle piattaforme stesse.

Ristorazione ovunque e a tutte le ore

Una volta se si usciva a mangiare la scelta era tra osteria, trattoria e ristorante. Poi sono arrivate le pizzerie. Ora le opzioni non si contano: bistrot, tavole calde, enoteche, agriturismi, senza dimenticare i locali che vendono un unico prodotto: hamburgerie, kebabberie, piadinerie, spaghetterie, prosciutterie. Il cibo inoltre si è spostato in luoghi nuovi e improbabili come librerie, negozi di alimentari, salumerie, pescherie e macellerie che hanno predisposto un angolo con tavoli e che stanno riscuotendo successo.

Il cibo diventa esperienza

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

armi Uruk-hai del Signore Degli Anelli. Ovviamente anche il menù qui è a tema cinema. La pasta alla Carbonara diventa ‘la pasta alla Carbonite’, per un omaggio a Star Wars, e l’Amatriciana si chiama ‘Amatrix’.

La tecnologia arriva in tavola

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

La ristorazione è sempre più sostenibile

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

utilizzare sempre meno plastica e di ridurre la quantità di sacchetti e imballaggi e aumenterà il ricorso a imballaggi che derivano da materie organiche.

Dal passaparola a Instagram, come cambierà la scelta del ristorante

Un'indagine dell'agenzia di marketing RistoratoreTop contenuta nel Rapporto ed effettuata sui clienti di 500 ristoranti distribuiti tra Milano, Roma, Torino, Trento e Firenze, spiega con sorpresa che la scelta del ristorante oggi, come nell'era pre-internet, avviene per lo più con il passaparola (43,5%), seguito da Facebook (13,7%), Tripadvisor (13,3%) e Google (10,7%) e Instagram (7,9%). Ma a osservare ciò che sta avvenendo negli States è probabile che presto sarà Instagram il social network più utilizzato per il food.

Gadget e Playlist

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

Pasti glitterati e app per mangiare bene

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

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

Fenomeno kosher e halal

Kosher e halal sono sinonimi di puro, etico, lecito: alimenti che si possono consumare perché conformi alle severe regole

ebraiche e musulmane che prevedono che il cibo venga cucinato in un certo modo e che gli animali vengano macellati con il rituale Dhabihah per i musulmani, Shechitah per gli ebrei.
Ultimamente però questo stile di vita alimentare si “apre” a un pubblico di consumatori più vasto perché gli alimenti sono oggetti di controlli meticolosi e quindi vengono considerati sicuri.
Non è un caso che quest’anno per la prima volta a TuttoFood 2019 sono stati integrati TuttoKosher e TuttoHalal per rispondere alle nuove domande di consumo.
Scelta azzeccata visto l’aumento dei ristoranti, locali e strutture in Italia che offrono alimenti halal e kosher. Determinante anche la tendenza mondiale: secondo uno studio di Persistence Market Research (PMR) il mercato kosher e halal crescerà dell’11,6% entro il 2025; il dato indica che i consumatori sono interessati, più che al lato religioso, alla sicurezza garantita del cibo.

È in edicola il nuovo numero di Affari di Gola

È in edicola il nuovo numero di Affari di Gola.

In questo nuovo numero siamo andati alla scoperta delle nuove tendenze in tema di cucina, gelati e cocktail.

La chef Antonia Klugmann del ristorante L'Argine a Vencó ci ha parlato della sua esperienza a Masterchef e di come è passata in pochissimo tempo dal fare la lavapiatti alla stella Michelin, quattro food bloggers bergamasche, Spadellatissima, Senzasalemacongusto, Il grande cocomero-blog di cucina e A Thai Pianist – La Mia Storia Thai di Vatinee Suvimol, ci hanno raccontato della loro passione in rete e Daniela Chiari di

Chiari Formaggi specialità alimentari ci ha raccontato la storia della sua famiglia di formaggiai. Troverete inoltre le tecniche naturali per colorare i vostri piatti, nuovi consigli di lettura e tanti indirizzi per mangiare bene a Bergamo.

Buona lettura!

I fiori ideali per un matrimonio primaverile

Quando arriva il momento di organizzare il proprio matrimonio l'entusiasmo molto spesso lascia il posto all'ansia e quello che tutti ingenuamente chiamano "il giorno più bello della tua vita" assume vesti meno rassicuranti. Il pericolo n°1 non è altro che il poco tempo a disposizione per portare a termine i numerosi impegni e seguire tutti gli aspetti di questa giornata memorabile. Se non volete farvi prendere dal panico è bene organizzare il tutto facendo una lista di cose assolutamente da programmare prima del fatidico sì.

Una volta fissata la data, scelta la chiesa e prenotata la location non resta che dedicarsi alla selezione dell'abito e degli immancabili fiori per adornare i luoghi per la cerimonia e la festa. Senza dimenticare il bouquet, il cui lancio diventa un simbolico passaggio del testimone tra la sposa e una futura promessa.

Ma quali sono le tendenze per quest'anno?

Nonostante il colore dell'anno per Pantone sia il Living Coral, più che i fiori dal colore corallo acceso, sono i bouquet tondi e piccoli con rose bianche, o le peonie delicate ed eleganti ad essere un "must" per le cerimonie del 2019.

È tornato di gran moda lo stile bohémien con composizioni floreali semplici tanto che sembrano creati dalla sposa stessa con i fiori di campo. Il risultato naturale è frutto del lavoro di abili professionisti: con la loro preparazione e talento riescono a creare il bouquet perfetto. Basta avere voglia di giocare e combinare la classica rosa o il tulipano – sempre molto chic – con le selvatiche primule, le margherite, i giacinti, o gli iris.

Solitamente vengono scelti i fiori di stagione per il fattore economico e per la durata del fiore. Lo stesso si sceglie anche per i banchi della chiesa e per le tavole del ristorante che insieme alle altre decorazioni formano un puzzle colorato e unico per un giorno indimenticabile.

in collaborazione con il Gruppo Fioristi Ascom

Turismo enogastronomico: Gli italiani scelgono le loro mete in base al buon cibo

Nel film “Mangia, prega, ama” Elizabeth Gilbert, che viene interpretata dalla pluripremiata Julia Roberts, dopo il suo divorzio difficile decide di lasciare tutto, per intraprendere un lungo viaggio. Tra le tappe, che la donna racconta nel suo diario, sceglie l’Italia per il suo soggiorno di quattro mesi in Italia, visitando Roma e Napoli, scoprendo i piaceri della buona cucina italiana e godendosi la vita nel dolce far niente.

Pasta, pizza, carne, pesce, dolci: la gastronomia e pasticceria italiana offre una vasta gamma di prelibatezze che conquistano i palati più esigenti e funzionano da volano per il turismo. E’ quanto emerge dalla seconda edizione del Rapporto sul Turismo Enogastronomico italiano pubblicato sotto la supervisione scientifica della World Food Travel Association e dell’Università degli studi di Bergamo, con il patrocinio del Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo, di Enit – Agenzia Nazionale del Turismo, Federculture, ISMEA, Fondazione Qualivita e Touring Club Italiano, presentato a Milano dall’autrice Roberta Garibaldi.

Si scopre, quindi, che il turismo enogastronomico continua a crescere: +48% di interesse in un anno, percentuale che coinvolge il 45% dei turisti italiani. Sono sposati o convivono e provengono da tutto il Paese, in particolare dall’Italia meridionale: in queste regioni, infatti, la propensione a viaggiare con motivazioni legate all’enogastronomia arriva al 52%, contro un 47% nelle regioni del Centro Italia, un 41% per quanto concerne i territori del Nord Ovest e un 39% del Nord Est. Questo segmento turistico

interessa in modo trasversale tutte le generazioni, in primis gli appartenenti alla Generazione X (ossia i nati tra il 1965 e il 1980) e ai Millennials (1981-1998): il 47% dei primi e il 46% dei secondi ha dichiarato di avere svolto viaggi di natura enogastronomica, con un incremento di interesse dei Millennials dell'86% su base annua, i quali prediligono destinazioni dove quest'offerta è ampia e diversificata e si integra armoniosamente, sia con un contesto di particolare pregio paesaggistico, sia con un'identità culturale forte e radicata nella popolazione residente. Ad affermarsi è quindi il concetto di "paesaggio enogastronomico", ovvero quell'insieme di cultura, persone, ambiente, attività e prodotto tipico, che il turista italiano prende sempre più in considerazione quando sceglie la meta del suo prossimo viaggio.

Il 98% dei turisti italiani ha partecipato ad almeno una esperienza enogastronomica nel corso di un viaggio compiuto negli ultimi 3 anni. Fra le più popolari figurano, oltre al gustare prodotti tipici, visitare un mercato (82%) e il recarsi presso bar e ristoranti storici (72%). Grande interesse suscitano le esperienze di visita ai luoghi di produzione, con in primis le aziende agricole (62%) che registrano un tasso di interesse maggiore rispetto alle cantine (56%), mentre il 68% dei turisti italiani vorrebbe che l'Italia avesse un museo nazionale dedicato alla sua ricchezza enogastronomica.

E l'Italia cosa sa e può offrire? Secondo il Rapporto, 825 prodotti agroalimentari e vitivinicoli ad Indicazione Geografica, 5.056 Prodotti Agroalimentari Tradizionali, 4 beni enogastronomici inseriti nella lista del patrimonio tangibile e intangibile dell'UNESCO, 2 città creative UNESCO dell'enogastronomia, 334.743 imprese di ristorazione, 875 ristoranti di eccellenza, 23.406 agriturismi che offrono servizi di alloggio, ristorazione e altre proposte turistiche, 114 musei legati al gusto, 173 Strade del Vino e dei Sapori. A

ciò si aggiungono una molteplicità di esperienze a tema, quali visite e degustazioni nelle cantine, nei birrifici e nei frantoi, sagre e feste enogastronomiche, esperienze di social eating e cooking class che trovano uno spazio sempre maggiore nell'offerta degli intermediari tradizionali e online. Un'offerta consistente in termini numerici che nell'ultimo anno è cresciuta, anche se in modo non consistente per tutte le tipologie, e che riflette la ricchezza e la varietà del patrimonio eno-gastro-turistico-italiano, da Nord a Sud, nelle maggiori città così come nei luoghi periferici.

Per Roberta Garibaldi, autrice della più completa e autorevole ricerca sul settore: "Si tratta di un dato importante, che non solo certifica la crescente rilevanza di questo segmento turistico tra i viaggiatori del Belpaese, ma che deve diventare un forte elemento di attenzione per tutte le destinazioni italiane, per stimolare un'offerta eno-gastro-turistica sempre più strutturata".

Drink list per il 2019: Quali i cocktail di tendenza

In occasione della Bergamo Cocktail Week ecco qui la drink list di tendenza per il 2019, secondo 130 baristi in 35 città americane ed europee che riporta Forbes magazine.

Tra mocktail, Aperol e curcuma i trends sono intriganti e

invitano a nuove esperienze di sapori anche un po’ alternativi e sorprendenti.

Primo in classifica è l’Aperol frosé, una combinazione di vino rosé frozen e Aperol, che è già molto amato dagli appassionati dei cocktail in tutto il mondo.

Seguono i mocktails, la reinterpretazione di cocktail classici ma privi di alcol. Il 2019, però, è all’insegna dell’originalità anche in questo caso, quindi non si propongono più grenadina e succhi di frutta ma sciroppi fatti in casa e acqua tonica, ingredienti fermentati e bevande come il primo distillato non alcolico Seedlip.

Inoltre, secondo i bartenders stranieri quest’anno prevale il sapore e il profumo della rosa, ma anche del curcuma.

La sostenibilità è un trend che sta guadagnando più spazio a livello globale. Non può, quindi, mancare neanche dal mondo dei cocktails. L’88% dei baristi selezionati cercano di usare in modo più saggio le loro materie prime rispettando l’ambiente: decorazioni commestibili, bevande a temperatura ambiente, porzioni di ingredienti suddivise in più bevande.

Quest’anno però protagonisti sono anche delle sperimentazioni piuttosto originali, come l’utilizzo di topinambur, tomatillo, chorizo, patata messicana (jicama), il frutto esotico zapote nero e addirittura le acciughe! Alquanto originali sono anche gli abbinamenti proposti come: cucina latinoamericana e whisky, patatine fritte e champagne, ostriche e gin.

Contemporaneamente, appaiono nelle liste originali degli esperti anche i funghi: vodka, o vino frizzante con estratti di funghi sono una novità per il 2019.

La linea tra cibo e bevanda diventa ancora più sottile con i cocktails che si ispirano ai piatti famosi: Cacio e Pepe martini, cocktail ispirato al gyros con gin, cetriolo, menta, yogurt e limone.

Come spiegano gli esperti ogni barista può ispirarsi dalle cose che ama di più, tra cui anche un piatto preferito, quindi può provare di riproporlo in un bicchiere.

Bake Off Italia: Un bergamasco eletto “campione dei campioni”

Il bergamasco Carlo Beltrami ha trionfato al torneo “Stelle di Natale” di Bake Off Italia ed è stato incoronato campione dei campioni.

Con la sua creazione originale ha conquistato la giuria della trasmissione di Real Time formata da Ernst Knam, Clelia D’Onofrio e Damiano Carrara, guidata da Katia Follesa, e ha vinto l’edizione speciale del bakery show.

Il pasticcere autodidatta di Casnigo ha preparato dolci per Capodanno in monoporzioni e diversi gusti e una torta molto speciale.

Beltrami ha riscosso tanto successo fin dalla sua partecipazione alla trasmissione nell’edizione 2017 della quale è stato proclamato vincitore.

Dopo la vittoria la sua vita è cambiata, mentre insieme alla sua ex rivale televisiva, Rosalind Pratt, hanno aperto a Paratico la pasticceria “BakeLab Italia”.

Per le feste tulipani bianchi e amaryllis

Un bel paio di calzini colorati a pois viola e rossi, una cravatta con piccoli pupazzi di neve, un libro di ricette per single, o una fantasiosa composizione floreale? Quale sembra la scelta giusta per il regalo di Natale? Senza dubbio i calzini a pois possono sembrare un'alternativa gioiosa, ma un elegante bouquet di fiori sarà apprezzato da tutti.

Quali sono le tendenze e quali i colori che dominano quest'anno nelle creazioni floreali?

L'intramontabile Stella di Natale con i suoi petali rossi che decora le nostre abitazioni da decenni è un opzione valida, ma forse per il Natale del 2018 un regalo che opta sull'originalità sarebbe più adatto.

Primo in classifica, secondo gli ultimi trends, è il fiore reciso in un vaso particolare come centrotavola, o all'interno di strutture originali create dai professionisti che si possono mantenere anche dopo il periodo festivo.

La "tavolozza" del fiorista comprende i colori tradizionali di Natale, come il rosso e il verde, ma quest'anno il bianco è il protagonista in assoluto: tulipani bianchi e amaryllis bianco sono un "must". Anche l'amaryllis rosso, però, con l'esplosione dei suoi fiori eleganti che sembrano tropicali e quelle trombette dal colore intenso che portano allegria sono uno splendido regalo per Natale.
Le varie bacche di stagione, la frutta secca, le spezie come la cannella, l'anice e lo zenzero aggiungono un tocco in più alla composizione.

Per rendere più suggestiva l'atmosfera natalizia si può donare una coroncina con le candele, oppure creando con rami di pino da appendere sulla porta per dare il benvenuto alle festività

e agli ospiti.

C’è, anche, chi opta sulle soluzioni più barocche, ricercate e impegnative come il Cactus di Natale o Schlumbergera che con la sua fioritura spettacolare ruba la scena alla Stella di Natale.
Ma come scelgono le donne e gli uomini i regali floreali per le feste? Le donne, secondo gli esperti del settore, preferiscono l’eleganza, quindi amano i centrotavola con elementi di sfumature verdi, mentre tra i fiori e le piante dicono “sì” ai vari tipi di pino, magnolia, rose bianche, tulipani.

Centrotavola esotici con le protee, o romantici con le eichhornie, oppure bouquet dai colori caldi come il rosso e l’arancione trovano un posto nel cuore degli uomini.

Contemporaneamente anche bucaneve, agrifoglio, i vari bulbi, sono un’idea sempre gradita. Del resto, l’agrifoglio porta in sé lo spirito natalizio e le sue bacche rosse non sono solo considerate portafortuna, ma rendono vivace ogni vaso e inoltre si possono piantare per avere un giardino ancora più colorato.

Rosso, bianco o verde, particolare o classico, con bacche o con foglie, i fiori e le piante danno un tocco magico e trasformano ogni casa in un piccolo e affascinante paradiso di armonia.

Proposte floreali suggerite da Adriano Vacchelli, presidente del Gruppo Fioristi Ascom e titolare dell’omonima Fioreria di Osio Sotto.

Tutti pazzi per il barbecue

Fuoco alle griglie. L’estate è alle porte e si preannuncia rovente. È infatti scoppiata la moda del barbecue all’americana. A trionfare sulle tavole saranno soprattutto brisket (punta di petto di manzo), pulled pork (spalla di maiale sfilacciata), ribs (costine di maiale) e chicken (pollo). Si tratta di specialità made in Usa che negli ultimi tempi hanno solleticato i palati dei carnivori orobici più incalliti. Il termine “barbecue” deriva dallo spagnolo “barbacoa”, parola che i conquistadores appresero nel Nuovo mondo nel Cinquecento. Ancora oggi in America latina rappresenta un atto di comunione alimentare. Da Oriente a

Occidente, cuocere sui tizzoni ardenti è un vero e proprio rito. Un trend che anche in Bergamasca sta prendendo piede, con qualche variante più nostrana.

Sulla griglia domina ovviamente la carne, anche se gli stili vegan e salutisti degli ultimi anni stanno aprendo nuovi orizzonti anche alle verdure, al pane per le bruschette, ai formaggi e al pesce. Ma se pensate che sia sufficiente una griglia, un po' di carbonella e qualche spiedino per dar vita a un party perfetto, siete fuori strada. Il barbecue è una cosa seria. Non si parla di una semplice grigliata ma di cotture lunghe a bassa temperatura per esaltare le caratteristiche della carne, di sonde professionali, di grossi tagli che cuociono per svariate ore e con risultati eccellenti. A dirlo è il grill master-pitmaster Massimo Pitasi di BBQ events che il 16 maggio ha tenuto un corso all'Accademia del gusto di Osio Sopra per svelare tutti i trucchi per un perfetto party rovente all'aperto: *"Se volete sapere quanto tempo ci vuole per preparare un bel pranzetto, allora fareste meglio a dimenticarvi l'orologio – spiega. – Esiste un'enorme differenza tra barbecue e grigliata. Il primo viene identificato come cottura a basse temperature per un tempo prolungato. Il secondo invece è totalmente l'opposto: cottura ad alte temperature in un tempo brevissimo che è volgarmente la classica grigliata che noi italiani siamo abituati a utilizzare. Con il barbecue, insomma, dovete armarvi di molta pazienza. Si va dalle 2 alle 12 ore su carbonella. Le ribs, per esempio, cominciano ad essere pronte a circa 70 gradi, ma per capire quando toglierle dal foil, bisogna sondare la carne con un termometro".*

La tecnica di cottura, l’aroma del combustibile utilizzato e ovviamente la convivialità dell’attesa e della preparazione sono gli ingredienti che rendono speciale un barbecue party. Sul grill si può preparare davvero di tutto, dall’antipasto al dolce: fagioli stufati al bacon, risotto, verdure grigliate come asparagi, patate, carciofi e persino la pizza. Basta avere un po’ di inventiva e stare attenti ad alcune piccole regole. *“Una melanzana sul grill potrebbe assumere le sembianze di una poltiglia informe dalla crosta bruciata* – avverte Pitasi – *E allora perché non trasformarla in uno sfizioso finger food? Basta frullarla con un filo d’olio, qualche foglia di mentuccia, caprino e un pomodorino scottato. Con l’aiuto di un sac à poche mettete la crema in piccoli bicchieri e l’antipasto è pronto”*.

Per stupire i vostri ospiti con un barbecue party di tendenza, Pitasi consiglia di proseguire il menu con gamberi al bacon, una pizza Regina dall’impasto leggero e fragrante, risotto al limone, un must intramontabile come le ribs e bavetta scottata. Ma sul barbecue c’è spazio anche per il dolce. Il grill master suggerisce uno sformato al cioccolato dal cuore caldo e cremoso e fragole grigliate con gelato alla vaniglia. La frutta va passata al barbecue per circa un minuto, giusto il tempo di scaldarla. Attenzione anche alla scelta delle salse, da accostare con criterio a ogni piatto per esaltarne al meglio il sapore. Il bagnet verde alla piemontese, in genere usato per condire la lingua o i tomini freschi, è

ottimo per manzo e agnello. Per chi ama i gusti più speziati e decisi c'è la salsa Worcester. Per il pesce invece è meglio l'aioli che potete preparare con 250 grammi di maionese e quattro spicchi d' aglio. Infine, per un condimento particolare che esalti il gusto della carne di maiale alla griglia, possiamo realizzare la salsa di birra alle mele. *"Tuttavia, le ribs sono già glassate con salsa barbecue quindi è inutile aggiungere troppi condimenti"*, avverte Pitasi. Ottima tecnica per insaporire la carne è il Dry Rub, una pratica americana che letteralmente significa "massaggio a secco" ed è un modo di insaporire la carne prima della cottura con un misto di sale, spezie e talvolta zucchero. *"Il manuale definitivo per i principianti della carbonella e per i serial griller professionisti è "La bibbia Weber del barbecue" –* conclude il grill master di BBQ events – *Il libro contiene tutto quello che serve sapere sull'arte di rosolare, grigliare, brasare, cuocere, arrostire. Le 160 ricette riguardano diversi tipi di carne e pesce, ma anche di verdura e frutta; mentre le 130 tecniche di preparazione permettono di imparare le diverse modalità di taglio e cottura". Insomma, tanti segreti per un risultato perfetto, anche per chi è alle prime armi.*

Cibus, tutti pazzi per il biologico e le farine antiche

Gli stili di vita cambiano e con essi muta anche l'offerta di prodotti alimentari. Dalla pasta ai dolci, siano essi industriali o artigianali, si va incontro alle richieste e alle tendenze imposte dai consumatori, con qualche eccezione legata al mantenimento della tradizione.
La fiera Cibus che si è chiusa a Parma ha messo in bella mostra migliaia di prodotti Made in Italy.

Per la pasta la tendenza è quella di cercare e premiare produttori di qualità che utilizzino grani antichi come il senatore Cappelli (merita una segnalazione il pastificio Barbagallo situato a Fiumefreddo di Sicilia (CT) che dopo più di 30 anni impegnato quasi esclusivamente sui mercati esteri, ha deciso di “tornare” sul mercato italiano con pasta “antica” a ridotto contenuto di glutine). Il sud è il vero granaio d’Italia e seguono la tradizione il Pastificio Feudo Mondello di Palermo, il Pastificio artigianale D’Amicis di Serracapriola (FG) e l’Antico Pastificio Sannita di San Giorgio del Sannio (BN), che compie 90 anni. Tutte realtà che esauriscono il prodotto nel corso della stagione. Su larga scala segnaliamo l’abruzzese Delverde che ha presentato la nuova linea biologica integrale 100 per cento italiana e la linea Millennials con formati più adatti ai single.
Anche sul fronte farine vengono proposti grani antichi e di qualità, sia dai piccoli mulini come i Molini del Ponte di Castelvetrano (TP) che da aziende più strutturate come Molino Grassi di Fraore (PR) che riesce a garantire una produzione di qualità a disposizione di una platea più ampia grazie alla distribuzione nella Gdo. E a fianco delle farine non potevano mancare i lieviti biologici Decori’ eletti prodotto dell’anno per il 2018.
Biologico e salutare sono i termini più diffusi a Cibus 2018 con numerosi consorzi di agricoltori biologici. Citiamo Terra Bio, cooperativa umbra che distribuisce i prodotti tramite la cooperativa Sole e Terra di Curno. Sempre dalle terre che tanto hanno sofferto i terremoti negli ultimi mesi troviamo la Dolciaria Severino che propone una varietà di biscotti farciti prodotti proprio a Norcia con farro biologico e locale.
Prodotti biologici di qualità vengono proposti anche da gruppi più strutturati come Mangiar Sano e Germinal, Probios, Farmo così come Bene Bio. Felicia punta a paste con legumi, molto richieste dai consumatori.
Dopo lenticchie rosse, piselli verdi e lenticchie gialle, Felicia, marchio di Andriani S.p.A, punta sui ceci e su un inedito legume per ampliare la propria gamma: il fagiolo verde Mung.
Punta al bio anche il colosso trentino dei brodi Bauer, prima marca biologica sul mercato, che a Cibus ha presentato il primo dado in grado di generare in pochi minuti il classico

risotto giallo alla milanese, naturalmente con zafferano biologico. La Nicchia di Pantelleria propone invece conserve vegane, mentre Yogi lancia le tisane biologiche e in edizione limitata.
Attenzione alla qualità dei prodotti viene dimostrata da aziende che fanno dell'export uno dei punti di forza, come il Biscottificio Verona di Legnago (VR), così come ricerca e innovazione contraddistinguono l'attività dell'azienda Di Leo situata a Matera, produttrice di biscotti studiati per la salute dei consumatori e il Biscottificio Antonio Mattei di Prato. La Mole di Caselle Torinese (TO) propone una produzione da forno come le schiacciatine.
Segnaliamo poi un'azienda a conduzione familiare che vende più del 90 per cento del prodotto in Italia: i Bibanesi prodotti nel paese che da loro il nome, Bibano di Godega (TV) ogni anno incrementano la produzione senza mai dimenticare l'antica ricetta con ogni singolo bibanese che viene prodotto a mano.
Una segnalazione sugli olii la meritano sicuramente i frantoi Cutrera di Ragusa e Terre Francescane di Spoleto (PG) che acquisiscono ogni anno una quota importante di mercato estero. Andrea Gradassi, direttore commerciale dell'azienda umbra, ha ideato una bottiglia da mezzo litro dinextravergine in vendita nei duty free e un olio speciale griffato Trussardi. Coricelli affianca all'extravergine un prodotto premium destinato alle famiglie come olio di frittura: a Cibus 2018 è stato lanciato Friggiamo, un nuovo blend in vetro con olio di riso e semi di girasole.
A Pianfei (CN) è nata un'azienda a conduzione familiare che lavora e miscela erbe di montagna, officinali, aromatiche,
Te, spezie e con diverse varietà di riso.
A dimostrazione che il Made in Italy propone veri e propri gioielli enogastronomici.
Rizzoli ha invece proposto ricette in scatola in collaborazione con l'azienda Mycookingbox della bergamasca Chiara Rota, destando grande curiosità e interesse anche tra il pubblico straniero.
Passando ai dolci possiamo affermare che vince la tradizione con prodotti come il panettone che vengono esportati 365 giorni all'anno. Qui le materie prime sono di qualità, si sperimentano nuovi prodotti ma fortunatamente non assistiamo a grandi stravolgimenti.

Il pasticciere Nicola Fiasconaro (Guinness World Record’s) dell’omonima azienda di Castelbuono (PA) è orgoglioso dei suoi prodotto che riscuotono successo in tutto il mondo, così come Flamigni di Forlì, Borsari, Giovanni Cova &C e Muzzi di Badia Polesine (RO). Loison Prosegue nel solco della tradizione con prodotti particolarmente apprezzati anche sul mercato estero e presenta la novità del panettone cioccolato e caramello salato “Nero sale”. Creme e cioccolati di Davide Barbero ad Asti sono sicuramente un ottimo abbinamento.
Una segnalazione particolare la merita l’Industria Dolciaria Quaranta di Caravaggio che esporta in tutto il mondo il torrone prodotto in terra bergamasca, con un’importante quota di mercato negli Stati Uniti con nuovi packaging e prodotti accattivanti come i cubi di torrone.
Per quanto riguarda la pattuglia bergamasca presente a Cibus segnaliamo il caseificio Preziosa di Seriate, Arrigoni Battista, Casa del Dolce, Caseificio Defendi Luigi, Grissinificio Zingonia, La Giraffa, La nuova gastronomia e pasticceria, Mylena tortellini, Oscartielle, Star Box, Turani Wood packaging solutions, Dreama, Zanetti formaggi.