Aglio orsino, un’erba spontanea sempre più amata in cucina

Il suo aroma particolare lo rende perfetto nella preparazione di moltissime ricette

Sarà per l’aroma che ricorda l’aglio, sarà perché cresce facilmente in molte zone della penisola italiana, sarà che è facile da riconoscere, raccogliere e lavorare, ma l’aglio orsino sta avendo un grande successo tra cuochi e appassionati.

Cosa è e dove si raccoglie

L’aglio orsino non è nient’altro che una spontanea che cresce bene nei boschi di tutta Italia: la nostra provincia ne è piena, soprattutto in concomitanza dei torrenti e dei corsi d’acqua, dove si creano zone vallive con acqua piovana stagnante. Le zone umide sono infatti quelle perfette per la sua crescita e il suo sviluppo. Passeggiando tra i boschi, quando la si incontra, si viene subito avvolti dal suo piacevole profumo, un po’ come avviene con l’erba cipollina. Le foglie sono larghe e lanceolate, dalla consistenza carnosa e dal colore verde scuro lucente. Si riconoscono molto facilmente perché crescono fitte sul terreno senza lasciare spazio ad altre erbe e, quando si spezzano, rilasciano il piacevole sentore. Per il primo mese le foglie sono soggette a un rapido sviluppo, poi compaiono i bulbi che danno vita a l’infiorescenza. I fiori, piccoli e bianchi, sono perfetti per decorare e guarnire i piatti. Entrambe le parti possono essere utilizzate in cucina (così come il bulbo): oltre all’aroma, le parti fogliari presentano caratteristiche gustative molto simili all’aglio, senza però avere l’inconveniente della

difficile digestione.

È una delle prime specie aromatiche a comparire e già dalla prima metà di marzo si possono osservare le prime foglie spuntare dal terreno e, pian piano, coprire il terreno circostante. La fioritura invece avviene più tardi, verso la prima metà di aprile. Ci sono anche diverse aziende agricole dedite alla coltivazione delle erbe spontanee che stanno iniziando a coltivarlo, al fine di trasformarlo in conserva e renderlo disponibile così tutto l'anno. La sua raccolta è molto semplice: basta tagliare le foglie alla base e pulirle bene prima di lavorarle.

I principali utilizzi in cucina

Sono davvero molte le ricette che è possibile valorizzare attraverso il corretto utilizzo di questa erba spontanea, sia a crudo che cotto. Le sue foglie, ma anche i suoi fiori, si possono utilizzare a crudo, ad esempio, per guarnire un'insalata primaverile, ma anche per aromatizzare il burro da utilizzare in abbinamento a carni e pesci, specialmente dopo la cottura sulla griglia. Si prepara lavorando il burro con uno sbattitore elettrico e, successivamente, bisogna sminuzzare la foglia incorporandola al composto che va trasferito su un foglio di carta da forno, dandogli la forma desiderata. Si conserva in frigorifero e lo si utilizza tagliandone un pezzettino alla volta, secondo necessità: è perfetto, ad esempio, in abbinamento a una bistecca di manzo cotta sulla brace, ma anche a una braciola di maiale oppure a un branzino appena grigliato. È possibile anche insaporire una minestra di verdure, una zuppa oppure una vellutata. Ma anche saltato in padella con fresche mazzancolle dei nostri mari. Le foglie di aglio orsino, precedentemente cotte, sono perfette anche per guarnire la frittata, ma anche una torta salata o delle polpette.

Ma proviamo a pensarlo anche come ingrediente in un risotto, in abbinamento a un formaggio erborinato o ben stagionato, ma anche a uno stracchino stagionato a dovere, dove gli aromi dati dalla proteolisi spinta ben si amalgamano a quello dell’erba. Oltre all’abbinamento con il formaggio, è perfetto anche quello con insaccati e salumi grassi, come una buona salsiccia artigianale oppure la pancetta croccante. La foglia, essendo resistente, è ottima anche per essere utilizzata per la preparazione di gustosi involtini, utilizzando le foglie più grandi che, dopo essere state sbollentate pochi minuti in acqua, sono da disporre a coppie formando una croce, pronte per essere farcite, poi ripiegate, legate e cotte a piacere. Infine, anche l’uovo vuole la sua parte: per un piatto rustico una ricetta di gran gusto potrebbe essere la polenta abbrustolita, con un ovetto perfetto (cotto a bassa temperatura, lasciando il tuorlo liquido) e un poco di aglio orsino, in crema o tagliato a listarelle.

Il pesto di aglio orsino e la crema

La pratica comune per l’utilizzo di quest’erba spontanea in cucina prevede la sua riduzione in pesto o crema. La procedura è molto semplice e può variare in basi ai gusti personali.

Dopo aver raccolto le foglie fresche e averle mondate per bene, sono da pestare o tritare al frullatore con la frutta secca scelta. A differenza del basilico, le foglie di aglio orsino sono meno delicate e non anneriscono, anche se le temperature si alzano durante la lavorazione. È possibile utilizzare mandorle, ma anche pinoli, nocciole oppure noci.
Prima di procedere alla lavorazione delle foglie, è bene tritare la frutta secca che grazie al rilascio degli oli renderà il processo migliore. Infine, è necessario aggiungere abbondante formaggio grattugiato, come del Grana Padano Dop oppure del pecorino, ancora più saporito e aromatico. In questo modo andremo a ridurre la leggera pungenza della crema, rendendola davvero piacevole, soprattutto se abbinata a prodotti grassi, in grado di "arrotondare" e smorzare un po' le caratteristiche gustative dell'erba spontanea.

In Val Brembana una linea di conserve dedicate all'aglio orsino

Dal 2012 in Valle Brembana opera l'azienda agricola Della Fara, nata da un'idea di Italo Della Fara, imprenditore innamorato delle erbe spontanee che ha iniziato il recupero di un piccolo appezzamento a San Giovanni Bianco e si è subito dedicato alla coltivazione del paruch, una spontanea molto diffusa sulle Orobie e notoriamente utilizzata in cucina. Oggi l'azienda ha investito nella coltivazione dell'aglio orsino e nella sua lavorazione. La spontanea, dopo essere stata raccolta, viene trasformata in due conserve, la crema di aglio orsino e l'arrabbiato: un condimento a base di aglio orsino, con l'aggiunta di pomodoro e peperoncino, perfetto per condire una pasta, ma anche per crostini e bruschette. Infine, la conserva leggermente piccante è stata utilizzata anche per la produzione di golosi grissini aromatizzati.

Idee, abbinamenti e ricette

Il risotto con aglio orsino, lumache e arancia

Una ricetta dello chef Edo Codalli della cascina Belvedì di Ubiale Clanezzo unisce l'aromaticità dell'aglio orsino alle lumache trifolate e all'acidità dell'arancia. Per prima cosa è necessario preparare la crema con le foglie di aglio orsino, frullandole con del ghiaccio, un pizzico di sale e poco pepe. Nel mentre, si prepara il brodo per la cottura del riso a base di cipolla e i gambi delle foglie dell'aglio orsino. Quindi è il momento della preparazione del risotto, partendo dalla sua tostatura. Successivamente è bene sfumare con del vino bianco e procedere alla consueta cottura con il brodo preparato. A metà cottura si aggiunge la crema e, alla fine, si manteca normalmente con burro e abbondante formaggio. Al piatto si aggiungono le lumache precedentemente stufate in padella, un poco di polvere di porcini essiccati, della paprika e qualche cucchiaino di marmellata di arancia. In alternativa è possibile utilizzare semplicemente le sue scorze. Una ricetta che valorizza a spontanea e la rende elemento essenziale al fine di dare ulteriore valore a un "semplice", ma non banale, risotto alle lumache.

Cannelloni al farro, cime di rapa, patata e crema aglio orsino

Questa è la proposta vegan dello chef Francesco Locatelli, dell'agriturismo Polisena. I cannelloni sono preparati a partire da una pasta fresca a base di farro al 100% che permette di ottenere una sfoglia rustica che ben si abbina alle caratteristiche gustative dell'aglio orsino. Una volta preparata la pasta, unendo farina, acqua e un cucchiaino di curcuma, è necessario lasciarla riposare in frigorifero, per poi tirarla e ricavarne dei rettangoli della dimensione di 16 cm x10 cm. La pasta va poi sbollentata e fatta raffreddare in acqua e ghiaccio, asciugandola bene. Il cannellone è pronto per essere farcito con un ripieno a base di cime di rapa, patata cotta a vapore e successivamente schiacciata. Le cime

vanno tagliate molto fini a coltello e saltate a temperatura medio alta in una padella. Una volta freddi vanno amalgamati con l’aggiunta della buccia grattugiata di mezzo limone, olio e un pizzico di sale. Per la crema, bisogna sbollentare le foglie, poi raffreddarle e tritarle con l’aggiunta di poco olio. Quindi passare i cannelloni in forno, spolverandoli con della mandorla tostata e olio di oliva extravergine. Quindi infornare per 10 minuti a 170°C. Da servire sulla crema di aglio orsino e da guarnire con le fogliette delle cime di rapa, erbette e fiori a piacere.

E sulla pizza è un perfetto alleato per una proposta fuori dagli schemi

Anche il condimento per la pizza può avere la sua stagionalità. Al fianco dei condimenti classici, sono sempre più i locali che propongono ricette con ingredienti stagionali, giocando sugli impasti ma anche su cotture, forme e colori. Ecco che le erbe spontanee possono quindi essere alleate vincenti quando si vuole proporre qualcosa di diverso.

Il formatore e tecnico del settore pizzeria Pietro Tallarini, professionista presso l’azienda Laura Catering, ha pensato ad abbinamenti particolari partendo da una base pizza preparata con farina multi cereale: una base rustica che ben si presta a sostenere l’aroma intensa dell’aglio orsino. Ad esempio, condita con mozzarella fior di latte in cottura e poi farcita con lo stracchino del monte Bronzone, il pesto di aglio orsino e fiori di pancetta arrotolata. Oppure una base di focaccia rustica farcita con ingredienti a crudo: una fettina di burrata fresca, il pesto di aglio orsino, l’acciuga del Mar Cantabrico e un pomodorino semi dry. Infine, Pietro ha pensato anche a una ricetta tutta primaverile e estiva, a base di asparagi, uova, mozzarella, crema di aglio orsino tutto messo in cottura e – per finire – una polvere di bacon croccante.

Anche l’abito fa il piatto. E non è un vezzo di cucina gourmet

Un corretto impiattamento stimola i sensi, stuzzica l’immaginazione e crea una buona aspettativa. Ecco alcuni suggerimenti per una presentazione ad effetto

Che l’occhio voglia la sua parte ormai lo sappiamo tutti. Basta osservare il mondo attorno a noi per capire quanto l’immagine stia avendo un ruolo cruciale nella quotidianità. E così in cucina. Anche se la sostanza rimane sempre ciò che troviamo nel piatto, la sua presentazione è utile alla corretta percezione della proposta e, perché no, alla

comunicazione vera e propria di un qualsiasi locale che si occupa di somministrazione: dall'alta ristorazione al bar, fino alla pizzeria e ai locali che si dedicano all'asporto come le gastronomie.

Basta scorrere la bacheca di Facebook o Instagram per comprendere quanto lavoro ci sia dietro un piatto ben riuscito. Si parte dalla materia prima, fino alla sua corretta trasformazione, la scelta del piatto giusto, le corrette scelte cromatiche, e così via. Quando ci si trova davanti a un piatto poco attraente, la voglia di metterlo sotto ai denti non sempre è alle stelle, anzi. Anche se può succedere l'esatto opposto, e cioè che una preparazione molto bella da vedere ha creato aspettative talmente grandi da deluderle appena dopo l'assaggio. Però è bene tenere in considerazione che per gli esseri umani, la vista è un senso molto importante e regala tantissime informazioni che inconsciamente guidano le nostre scelte in modo più radicato di ciò che siamo portati a pensare.

L'importante però è anche non sottovalutare gli altri sensi: come è ovvio che sia, il gusto e l'olfatto entrano in gioco nella percezione di sapori e aromi, mentre il tatto ci regala altre sensazioni, tra cui la struttura e la temperatura. L'impiattamento è quindi uno dei tanti aspetti da considerare per la buona riuscita del nostro piatto che ha l'obiettivo di stimolare i nostri sensi, la nostra immaginazione e creare una buona aspettativa. E non è assolutamente vero che è un'arte propria dell'alta ristorazione. Il consiglio è quello di abbandonare questo preconcetto e, a qualsiasi tipologia di locale si faccia riferimento, ricordiamoci sempre che anche il vestito, purtroppo, fa il monaco.

Come nasce un piatto: la creatività

Ognuno ha il proprio processo creativo e tutti coloro che lavorano in cucina o che le dedicano buona parte del proprio

tempo libero lo sanno bene. Non esistono, quindi, regole precise se non quelle relative al corretto abbinamento tra aromi e sapori, ma anche tra colori. È sempre bello stimolare i propri ospiti con nuove proposte, ma non sempre è necessario osare. Basta talvolta modificare ingredienti o metodi di cottura, per trasformare e personalizzare piatti della tradizione. Poi, la creatività non ha limiti e la piccola innovazione può trasformarsi in grandi piatti ben riusciti. In linea generale si comincia sempre da un singolo ingrediente, per poi costruire un piatto. In modo identico si lavora nella re-interpretazione delle ricette classiche: non sono necessari grandi stravolgimenti per rendere una ricetta unica nel suo genere. Basta un poco di voglia di osare.

Gli strumenti necessari: forme e tecniche

In realtà non è necessario avere grandi strumenti per impiattare in maniera creativa. Piuttosto, è fondamentale allenare la manualità. Nelle cucine professionali in genere gli strumenti non mancano. La base è sempre il piatto: è il nostro foglio su cui disegnare. DI conseguenza la prima cosa da fare è scegliere il piatto giusto, sia per la sua forma, che per il suo colore e materiale. Ne esistono di tutti i tipi, innanzitutto bisogna considerare le caratteristiche dell'ingrediente principale del piatto. Forma e dimensione dipendono principalmente da questo. E poi, i colori che saranno presenti per capire se è meglio scegliere una base nera, bianca oppure colorata. In presenza di salse o creme, è possibile utilizzarle per "disegnare" sul piatto creando spirali, punti, strisce o virgole (oggi un poco fuori moda). Ecco che saranno necessari flaconi dosatori in plastica oppure sac à poche per dosarle e definire anche la dimensione di punti o righe da creare.
Un altro strumento utile potrebbe essere un pennello per alimenti, il mestolo (per impiattare gli spaghetti, ad esempio) oppure una spatola per realizzare strisciate o altri segni. Per impiattare una tartare, un risotto, ma anche una

pasta, possiamo dotarci di coppapasta di diverse dimensioni. Infine, la pinza: è davvero essenziale per posizionare gli ingredienti nella posizione corretta con precisione e senza toccarli con le mani. Ecco quindi che con pochissimi euro possiamo contare su strumenti molto semplici utili per le nostre creazioni.

Come impiattare in modo corretto

Ci sono regole che valgono per l'alta ristorazione ma anche e soprattutto per chi si dedica alla cucina tradizionale. Anche un semplice (ma buonissimo) piatto di spaghetti al pomodoro, se ben impiattato, può rendere l'esperienza ancora più soddisfacente.

1. Innanzitutto scegliere dove posizionare il nostro ingrediente principale. Dobbiamo immaginare di dividere il piatto in quattro parti e decentrare leggermente la nostra preparazione. In alternativa, è bene scegliere l'esatto centro, soprattutto se si utilizzano piatti

fondi o se il piatto si sviluppa verso l’alto. Quanto alle decorazioni, per un piatto quadrato è opportuno prediligere forme a parallelepipedo, mentre con piatti tondi forme sinuose, punti, virgole o spirali.

2. Le porzioni non devono essere eccessive, ma nemmeno troppo piccole. Un equilibrio è importante per raggiungere un impatto visivo che non spaventi e che renda confortevole il consumo.
3. La distribuzione degli ingredienti deve essere tale da non dividere eccessivamente gli elementi, anche se a molti chef piace non rispettare questa regola e dividere in modo netto gli elementi.
4. Piatti bianchi o neri aiutano. Si abbinano bene a qualsiasi preparazione, mentre quelli eccessivamente colorati sono più impegnativi.
5. Il piatto deve essere ben pulito, non devono esserci sbavature o impronte. Attenzione nell’utilizzo di parti grasse come l’olio extra vergine di oliva. Qualora dovessero esserci sbavature basta intervenire con della carta assorbente.
6. Non esagerare con i fiori, insalate o altro vegetale e non aggiungere elementi non commestibili. Attenzione con le polveri e le spezie macinate: a parte in rare eccezioni, bisogna evitare di sporcare i bordi dei piatti. Bandito l’uso del prezzemolo fresco sul bordo del piatto.
7. Per distribuire il risotto nel piatto, basta battere sotto con la mano e si distribuisce in modo omogeneo. Possiamo completare il piatto aggiungendo ingredienti, salse o polveri in superficie
8. Gli spaghetti sono stupendi se serviti a nido: basta arrotolarli con l’aiuto di forchettone e mestolo prima di appoggiarli sul piatto. È possibile sviluppare il nido in orizzontale, come fosse sdraiato, oppure in verticale.
9. Prevediamo infine uno sviluppo del piatto possibilmente in altezza, dandogli più volume possibile.

10. Pizze e panini non sono esenti dal seguire queste regole. Un buon panino o una buona pizza devono prevedere una buona distribuzione degli ingredienti, in maniera tale che ad ogni morso o su ogni fetta vi siano tutti gli ingredienti scelti per la farcitura.

Queste poche e semplici regole di base per impiattare a dovere. Ovvio che le regole, in questo caso, sono anche fatte per essere infrante con creatività, partendo sempre dal presupposto che semplicità non è banalità.

I nuovi comportamenti di acquisto dei consumatori in tempi di Covid

Un bergamasco su due nel 2020 ha acquistato anche online: è questo uno dei tanti dati che emergono della ricerca “I nuovi comportamenti di acquisto dei consumatori bergamaschi e i nuovi fabbisogni formativi delle imprese” realizzata da Format Research per conto dell’Ente Bilaterale Territoriale del Terziario di Bergamo e dell’Ente Bilaterale Alberghiero e dei Pubblici Esercizi di Bergamo. L’obiettivo dell’indagine è quello di rilevare il cambiamento degli stili di acquisto e di consumo dei consumatori residenti nella provincia di Bergamo, anche in funzione delle profonde modificazioni in atto nello scenario economico dominato dall’emergenza sanitaria che ha dato una spinta agli acquisti online e alla digital innovation. Tale studio ha permesso di analizzare a partire dal cambiamento degli stili di consumo le nuove esigenze formative (e nuove competenze) delle quali le imprese attualmente debbono dotarsi per restare competitive sul mercato.

L’indagine è stata rivolta ad un campione statisticamente rappresentativo di cittadini di Bergamo, di età superiore ai 18 anni, nell’ambito del quale sono stati profilati quattro cluster di rispondenti che (nel corso di tutto il 2020) hanno effettuato acquisti online almeno una volta alla settimana, almeno una volta al mese, almeno una o due volte nel corso dell’ultimo anno o non hanno effettuato acquisti online nel corso dell’ultimo anno (ma negli anni precedenti li avevano effettuati) o non hanno mai effettuato acquisti online.

Un nuovo approccio al mondo del commercio

«Grazie a questa ricerca abbiamo lo stato dell’arte del mondo del commercio nell’anno della pandemia – aggiunge **Giovanni Zambonelli, presidente di Ascom Confcommercio Bergamo** -. L’indagine mostra come si sono organizzati i nostri associati, i servizi che hanno fornito e quelli che dovranno ancora dare affinché nessuno resti indietro in questa sfida. Alcuni dati che emergono sono positivi altri preoccupanti. Di fatto, un nuovo approccio al mondo del commercio è fondamentale e determinerà la sopravvivenza di tutto il mondo del terziario”.

Per **Enrico Betti, presidente dell’Ente Bilaterale Territoriale del Terziario di Bergamo** “l’indagine fotografa una situazione territoriale molto in evoluzione dalla quale si evidenzia l’esigenza di sviluppare nuove competenze e migliorare quelle già possedute al fine di consentire alle aziende di restare competitive e ai lavoratori di maturare nuove skills da integrare alle capacità già consolidate. Gli enti promuoveranno nel corso del 2021 corsi e aggiornamenti specifici per il settore in modo da aiutare questa evoluzione”.

“In un periodo di grandi trasformazioni, la ricerca commissionata dai nostri Enti centra un obiettivo fondamentale: partire dalle nuove abitudini di consumo sul fronte della clientela e dell’utenza e le relative ricadute percepite dalle imprese per analizzare come queste si possano

attrezzare – afferma **Alberto Citerio, presidente Ente bilaterale turismo** -. Per quanto riguarda il turismo, Pubblici Esercizi e Alberghi, la situazione è particolarmente grave; gli aspetti congiunturali legati alla pandemia distorcono qualunque ragionamento di prospettiva legato anche ai nuovi stili di consumo. I dati ricavabili dalla ricerca dicono, per il turismo, che solamente il 3.5% delle imprese (contro il 9.5% del terziario) si è dotata di nuove figure professionali che possano gestire il cambiamento e che il 12.5% (contro il 28.5% del terziario) ha intenzione di mettere in campo formazione sulle innovazioni. Questi dati meritano di essere approfonditi e compresi al netto della congiuntura attuale. Qualificazione del personale attraverso la formazione, rimane elemento centrale dell'azione che l'Ente del turismo bergamasco intende intraprendere per dare risposte a Imprese e Lavoratori in questo difficile momento".

"Questa indagine è una delle prime in Italia a proporre una doppia prospettiva (consumatori e imprese) di lettura – spiega **Pierluigi Ascani, presidente di Format Research** -. È stata infatti utile non solo per esplorare le tendenze di consumo e quindi le esigenze del commercio e dei pubblici esercizi per rispondere all'impatto della crisi ma anche per capire come le imprese si siano strutturate per fronteggiare un anno orribile come quello appena concluso. Esigenze legate al modo di fare impresa, alle prospettive di business e di occupazione: il mondo del terziario è infatti sempre più complesso e da questa ricerca emerge che la provincia di Bergamo è stata molto attenta a cogliere le dinamiche legate alla vendita di servizi e prodotti, dimostrando quindi un'ottima resilienza e una propensione a trovare nuove soluzioni in una logica di cambio di prospettiva nella relazione coi consumatori".

La ricerca in sintesi

Il cambiamento degli stili d’acquisto
Il 53% dei consumatori di Bergamo ha dichiarato che sulla totalità dei costi sostenuti nel corso del 2020, oltre il 50% è stato destinato a spese obbligatorie (affitto, manutenzione e riparazione casa, bollette, sanità, spese mezzi di trasporto esclusi i combustibili, assicurazioni, servizi finanziari).
Oltre il 45% dei consumatori hanno sostenuto «spese obbligatorie» in misura maggiore rispetto all’anno precedente. Le restrizioni subite e la necessità di risparmiare hanno sicuramente influito sulle spese non necessarie e, infatti, solo il 23% dei consumatori, una percentuale esigua, ha sostenuto in misura maggiore «spese non obbligatorie».

L’acquisto online dei beni di prima necessità
Elevato il ricorso al canale online da parte dei consumatori bergamaschi per l’acquisto di beni di prima necessità nel corso dell’ultimo anno: oltre il 56% ha acquistato online generi alimentari e più del 78% prodotti per l’igiene personale e per la pulizia della casa.
Oltre il 75% dei consumatori di Bergamo ha speso di più rispetto all’anno precedente allo scoppio dell’emergenza

sanitaria per acquistare beni di prima necessità online.

I canali per l’acquisto online dei beni di prima necessità
Le catene della Gdo (52,2%) e Amazon Prime (48,4%) sono risultati i canali online più utilizzati per l’acquisto dei generi alimentari. Il 31,1% dei consumatori si è rivolto anche ai negozi che si erano organizzati con le consegne a domicilio.

I beni acquistati nel corso dell’ultimo anno
Prodotti farmaceutici, abbigliamento e articoli per la casa ma anche prodotti elettronici, elettrodomestici e articoli sportivi sono risultati i prodotti maggiormente acquistati dai cittadini bergamaschi nel corso del 2020.

I canali per l’acquisto dei beni non alimentari
Le piattaforme marketplace e i siti web dei rivenditori sono stati i canali maggiormente utilizzati (85,6%) per effettuare acquisti di prodotti non alimentari. Il 35,5% ha acquistato direttamente dal sito web di un negozio fisico.
Tra coloro che hanno acquistato anche presso i negozi fisici, il 75,2% ha utilizzato i punti vendita presso i centri commerciali. Il 52,2% ha acquistato nei punti vendita tradizionali.

I motivi per i quali si acquista online o in negozio
Il processo di acquisto è diventato «circolare» e la ricerca mette in luce come oggi il consumatore vuole essere parte «attiva» del processo, comparando i prezzi, informandosi. Comodità del servizio online, possibilità di comparare i prezzi e risparmio di tempo sono infatti le motivazioni più comuni. Al contrario, il negozio tradizionale viene preferito perché permette di trovare subito i prodotti, di capire se sono i prodotti giusti e perché svolge una funzione sociale di evasione e aggregazione per i consumatori.

I driver alla base dell’acquisto
Il 54,1% dei consumatori si è informato sull’acquisto più

importante (in valore) con il desiderio di acquistarlo online, come poi ha fatto. Il 22,6%, invece, lo ha desiderato ma poi non lo ha fatto.

L'attività dei negozi tradizionali sul web

Oltre il 66% dei consumatori che hanno effettuato acquisti anche presso i negozi tradizionali, hanno ricevuto assistenza sul web e/o sui social. Questo mette in luce come a Bergamo il consumatore abbiamo trovato assistenza online da parte dei negozi tradizionali.

La resilienza delle imprese di Bergamo

Le imprese di Bergamo hanno vissuto grandi difficoltà durante la pandemia e oltre il 61% ha visto un peggioramento dei propri ricavi. Il 32% ha dichiarato di avere cercato di fronteggiare il calo dei ricavi adottando un qualche genere di soluzione e oltre il 90% delle imprese sono certamente consapevoli del fatto che gli stili di consumo sono cambiati nel corso degli anni (il 65% attribuisce tale cambiamento alla pandemia). Tra le imprese che hanno ravvisato un cambiamento il 55% ritiene che il proprio personale non abbia le competenze giuste ma è disposto a erogare formazione sul tema.

Nuove figure professionali e formazione ad hoc

Anche se solo l'8% delle imprese di Bergamo si è dotato di nuove figure professionali, pronte a cogliere il cambiamento in atto, il 10% ha intenzione di dotarsene nei prossimi due anni. Si tratta in particolare di imprese dei servizi e del commercio. Tra le «nuove figure professionali» le imprese hanno introdotto (o stanno introducendo) in prevalenza assistenti alle vendite, consulenti di marketing e figure legate all'innovazione digitale. Tra le imprese che nei prossimi due anni vogliono introdurre nuove figure professionali, il 24% attiverà anche dei corsi di formazione.

Nuovi modelli di business

Le imprese di Bergamo non si sono fermate durante la pandemia e il 35% delle imprese ha iniziato ad utilizzare l'e-commerce

dall’avvento del Covid. Una variazione percentuale del +134% rispetto al periodo pre-pandemia. Solo il 14% delle imprese che svolgono attività di e-commerce hanno figure preposte alla gestione di tale attività. Inoltre, a seguito dell’esigenza di aggiornare le competenze dei collaboratori e avere del personale dedicato al commercio elettronico, il 42% delle imprese ha fornito formazione apposita ai propri dipendenti. In prevalenza in promozione e comunicazione.

La ricerca completa:

I nuovi comportamenti di acquisto dei consumatori bergamaschi e i nuovi fabbisogni formativi delle imprese

---

Non solo lombate: scegliere le carni è una questione di gusto e sostenibilità

Spesso non si fa troppo caso alla scelta dei tagli carnei da mettere sulle nostre tavole. Si sceglie per abitudine, in base ai tagli più conosciuti (di prima categoria) e che tradizionalmente vengono preparati con determinate parti dell’animale.
«In realtà un poco di conoscenza a riguardo può permettere la scoperta di parti sconosciute ai più, – racconta il macellaio Danilo Cazzamali, una vera istituzione nel mondo delle carni, che ha fortemente stimolato la ricerca della qualità nell’allevamento e la valorizzazione della razza Piemontese e nella lavorazione delle sue carni- con le relative preparazioni». Conoscere l’animale e le caratteristiche dei

tagli specifici può portare vantaggi di diverso tipo. «In primis quelli economici, importanti sia nella cucina di casa che, soprattutto, in una cucina professionale: – sostiene ancora Danilo – è possibile ottimizzare al meglio il food cost non solo del piatto specifico, ma più in generale della carta stessa. L'altro vantaggio è legato alla sostenibilità del consumo di carne, alla sua produzione e al suo allevamento». Ormai è risaputo che è necessario porre molta attenzione all'argomento. Consumando tutte le parti, è naturale che il costo ambientale legato all'allevamento e all'accrescimento non si riduca di certo, ma venga ottimizzato in modo migliore. Ecco che quindi non esistono solo lombate, fiorentine e filetti. Molti sono i tagli spesso poco conosciuti, da utilizzare in modo alternativo.
Oltre al quinto quarto, composto prevalentemente da frattaglie, ci sono parti poco valorizzate che meritano davvero tanto. Uscire un poco dalle convinzioni comuni può anche dare la possibilità di sperimentare e stupire i propri ospiti e la propria famiglia, senza dover necessariamente sostenere grandi spese. Partendo dal presupposto che i muscoli meno soggetti al movimento sono quelli più teneri, è facile capire il motivo per cui tagli come lombate, costate e filetto siano i più teneri in assoluto, mentre i tagli della parte anteriore e posteriore, dediti al maggiore movimento, siano più tenaci e ricchi di tessuto connettivo. In linea generale, si tende ad utilizzare sempre tagli di prima o massimo seconda categoria, dimenticando e non valorizzando tutto il resto.

Classificazione dei tagli di carne di manzo

In base alle caratteristiche, esistono tagli di prima, seconda e terza categoria. La classificazione non riguarda necessariamente il modo in cui vengono poi utilizzate, infatti tra i tagli di prima categoria ci sono i pregiati filetto, controfiletto, lo scamone, la noce, la fesa e la sotto fesa, il girello di coscia e gli altri che comunemente si utilizzano

per preparare bistecche, ma anche arrosti: carni tenere e in genere magre. Poi ci sono i tagli di seconda e terza scelta, in genere provenienti dall'anteriore (i tagli della coscia sono più pregiati) e dalla pancia, come il cappello del prete, il reale, la pancia (o biancostato), il diaframma, ma anche il muscolo di spalla, il petto, il fesone di spalla, il geretto (in genere conosciuto come ossobuco) o la bavetta. Tutti tagli che di norma sono utilizzati per i bolliti, per stufati, brasati oppure tritati e ridotti ad hamburger, polpette o macinata per sugo. Questi tagli hanno anche un prezzo inferiore rispetto ai pregiati, con caratteristiche uniche che, se ben cucinate e trattate, danno grandi soddisfazioni.

Per le lunghe cotture: tagli perfetti, ma poco utilizzati

Ecco che pensando di assecondare familiari o ospiti, spesso si scelgono carni pregiate anche per le preparazioni che prevedono una medio-lunga cottura, come arrosti, spezzatini o brasati. Spesso le carni vengono cotte meno, con il risultato di proporre un piatto eccessivamente asciutto, magro e poco

saporito. Questa è purtroppo ciò che succede spesso, troppo spesso. Ma Danilo Cazzamali consiglia un'altra soluzione: «per preparare brasati, ma anche gustosi spezzatini come il gulash, l'ideale è quello di scegliere tagli di seconda o terza scelta ricchi di tessuto connettivo e grasso di marezzatura. Dal costo inferiore, ma dalla tenerezza e bontà infinita». Unica prerogativa, il tempo: si devono cuocere lentamente e con tanta pazienza. «Per un brasato è perfetto il cappello del prete, ma anche il muscolo, la gallinella o il fesone di spalla oppure il reale sezionato nelle sue aree. Per preparare un gulash perfetto invece è consigliato l'utilizzo del geretto disossato o del muscolo: dopo qualche ora di cottura proporrete un piatto indimenticabile. Oppure, perché non utilizzare la punta di petto (in Italia destinata al bollito) per un perfetto arrosto al forno?» consiglia il macellaio. Nella tradizione del barbecue americano è utilizzata per il famoso brisket, una lunga cottura a bassa temperatura del pezzo intero, che permette lo scioglimento del poco connettivo e grasso, per un risultato da leccarsi i baffi. Anche la coda, cotta lentamente è perfetta per essere mangiata tal quale o come base per dei sughi da far girare la testa.

La bistecca che non ti aspetti

Sono ancora molti quelli che pensano che una buona bistecca al sangue a si possa preparare esclusivamente con i tagli pregiati e teneri come la lombata (fiorentine e costate) o i filetti. Vero che questi tagli, se ben cotti e frollati, sanno regalare grandi emozioni gustative. Ma ci sono anche altri tagli che non godono di successo nella Penisola, ma che potrebbero sostituire di diritto i più conosciuti. Ad esempio, il diaframma di manzo, considerato di terza scelta, è il pezzo ideale per gli amanti della carne rossa al sangue. Basta scottarlo sulla griglia da entrambi i lati e servirlo come una tagliata, magari accompagnata da una buona sala chimichurri, una goduria. E' conosciuta anche come skirt steak. E ancora,

il codone di manzo, famoso in sud America per la picanha cotta sulla famosa spada. Ebbene, è possibile utilizzare questo taglio sia intero che a fette spesse avendo cura di cuocere bene lo strato di grasso che lo ricopre in superficie: un concentrato di sapore e succulenza. E ancora, sempre da oltre oceano, l'Asado, preparato con il biancostato, che si utilizza comunemente per la preparazione dei brodi. Invece di tagliare i pezzi parallelamente all'osso, si tagliano fette perpendicolarmente alle ossa. Pochi minuti sulla brace ed è perfetto per essere gustato. Oppure, la flank steak preparata con la bavetta, un taglio poco pregiato, ma tra i più gustosi e saporiti del manzo. Infine, la flat iron steak, preparata con il cappello del prete, privato della grande striscia di tessuto connettivo e cotto al sangue. In questo caso, il consiglio è quello di fare un reverse searing prima della cottura sulla brace, che consiste nel mettere in forno il taglio intero a bassissima temperatura, fino a quando raggiunge i 50°C interni. A questo punto, lo si griglia bene da entrambi i lati e lo si serve a tagliata: rosa e tenero, dall'aroma "ferroso": una bistecca perfetta per chi soffre di anemia.

La tartare: non solo filetto di manzo

Il presupposto è uno: cosa si cerca quando si sceglie una tartare? La consistenza? Il colore? Il gusto? In relazione all'obiettivo, Danilo ci svela alcuni segreti per preparare una tartare perfetta, in relazione alle aspettative. «Per quanto riguarda la consistenza, dipende sì dal taglio utilizzato, ma anche dalla dimensione del cubetto: più il cubetto è piccolo e più la consistenza del taglio originale viene meno, più il cubetto è grande e più si esalta la tenerezza o la croccantezza del taglio scelto». Tralasciando i tagli più conosciuti come filetto o controfiletto, per tartare croccanti meglio scegliere la bavetta, la punta di codone o il fusello di spalla; mentre per tartare morbide il fesone di spalla, la sottofesa o la fesa. E poi, il colore: «per aver un bel colore rosso, il muscolo utilizzato deve aver *lavorato* quindi deve essere stato utilizzato durante la vita dell'animale. Il filetto serve per far alzare l'animale su due zampe e…. non mi sembra di aver visto tanti bovini in giro eretti sulle zampe posteriori». Per tartare più rosse quindi,

meglio scegliere la bavetta, la punta di codone oppure la parte esterna della sottofesa. Mentre per tartare più chiare, la parte interna della sottofesa, il magatello o il cuore di fesa. Quanto al sapore, tutto dipende soprattutto da cosa ha mangiato l'animale. Ogni tipo di alimentazione dona sfumature diverse alle carni. Per gusti più intensi, meglio scegliere il fesone di spalla, il fusello o il fiocco di punta, mentre per sapori più delicati, la parte interna della sottofesa, il magatello o il cuore di fesa.

I tagli poveri da utilizzare

per brasati: muscolo, gallinella, musone di spalla, fesone, reale

per Gulash: geretto disossato, muscolo,

per arrosti: punta di petto,

per bisteche: diaframma di manzo, codone di manzo, bavetta

per asado: biancostato

per tartare: bavetta, punta di codone, fusello di spalla, fesone di spalla, sottofesa, fesa

---

Alle origini del cioccolato: il ritorno alla torrefazione delle fave di cacao

Se la pressoché totalità del cioccolato – sia industriale che artigianale – in commercio parte da un semilavorato, una massa

che viene plasmata dal singolo scioglitore, negli ultimi anni un piccolo gruppo di cioccolatieri avventurosi ha deciso di opporsi all'omologazione del gusto e di tornare alle origini del cacao. La ricerca della qualità inizia dal campo: dal terreno alla pianta, dalle cabosse (il meraviglioso frutto del Theobroma cacao) alle preziose fave, fino al momento in cui in grandi sacchi di juta prendono la via del mare. Dalla selezione delle fave si passa alla tostatura e torrefazione, procedura fondamentale per esaltare gli aromi del cacao e infondere carattere, la vera firma di ogni cioccolatiere. Ma c'è anche chi, come Claudio Corallo, propone cioccolato crudo, per esaltare al massimo il prodotto e trasforma in loco, in tavolette, il cacao, oltre a proporre sul mercato le *favas de cacao torrado*, le fave semplicemente tostate.

La lavorazione artigianale sovverte i tempi dell'industria per ripiegarli a quelli naturali. Solo così, senza fretta né compromessi, si restituiscono al gusto le sensazioni catturate nelle foreste equatoriali, unitamente alla gratitudine per chi cura piantagioni e *fincas*.Piccole imprese e piccoli produttori sono a fianco in questa battaglia per un cioccolato migliore e anche più equo. Sono diversi i progetti di cooperazione che offrono ai cioccolatieri la possibilità di sviluppare un rapporto diretto con i produttori, tagliando un anello della catena dell'importazione, dai broker alle multinazionali, e riconoscendo agli agricoltori un prezzo superiore. La piccola impresa può arrivare così a controllare tutta la filiera e a disporre di un prodotto di origine certa e qualità eccellente.

Il cacao funzionale e nutraceutico di Silvio Bessone

Il cibo degli dei è più che un alimento per Silvio Bessone (www.silviobessone.it), cioccolatiere per vocazione e scienziato etico per scelta, responsabile scientifico del Fine Cocoa Research Institute degli Stati Uniti. A solide

conoscenze – laurea alla Jean Monnet di Bruxelles e collaborazioni universitarie, a partire dall'insegnamento di microbiologia all'Università di Caracas– Silvio Bessone intreccia la cultura naturalistica ayurvedica, incontrata in Sri Lanka, e l'antroposofia steineriana. «Il cioccolato del futuro oltre a piacere farà anche bene, a patto che si inverta la marcia dai principi di iperproduzione e sfruttamento delle risorse ambientali e manodopera, a partire da quella infantile. Dietro al sorriso di un bimbo che gusta una tavoletta di cioccolato, non ci possono essere le lacrime di un suo coetaneo privato del diritto all'infanzia. Sono cinque i cardini che ispirano Five, l'organismo internazionale che ho fondato: Buono, Sano, Sicuro, Giusto e Sostenibile» racconta dal suo laboratorio di Santuario di Vicoforte (Cuneo), dove produce tutto, perfino il latte in polvere con vacche piemontesi. Qui si lavorano fave provenienti da piantagioni avviate dall'altra parte del mondo, dalla selvaggia foresta pluviale della Mata Atlantica (dove è coltivato in cabruca per evitare la deforestazione) al Perù, alla Tanzania. Quanto al movimento "*from beans to bar*" (dalle fave alla tavoletta), Bessone ha fatto da pioniere, allestendo nel 2004 in Piazza Castello a Torino una vera e propria "fabbrica di cioccolato", ispirazione per una generazione di tostatori e torrefattori di cacao, che in realtà in Italia sono una decina. «I macchinari per la torrefazione sono costosi, le spese di trasporto delle fave anche e la lavorazione richiede pazienza e cura, ma solo così si fa il cioccolato, controllando ogni fase, dalla raccolta alle cabosse, dalle fave alle barrette. E' un investimento in coerenza e in differenziazione, perché ci sono comunque ottimi prodotti sul mercato e i processi di lavorazione sono lunghi e sinceramente non sempre ben riusciti- spiega Bessone- . Cresce la voglia di lavorare il cacao ma ci sono ahimè tentativi artigianali che arrecano più difetti di quanti ne fa l'industria, che però, a differenza dell'artigiano, riesce a coprire con additivi e trattamenti, a scapito ovviamente di aromi e profumi naturalmente presenti». In Ecuador a Babahoyo lo scienziato del cioccolato ha messo a

punto con un pool di ingegneri il “Bessone Method Patent” per un cacao biodinamico: «I metodi di coltivazione rispettano la natura, le persone e l’ambiente e producono cacao nutraceutico, con valori biochimici interessanti alla lavorazione di un cacao funzionale». Nel 2021 si appresta a lanciare una vera e propria linea della salute: barrette da 12 grammi e mezzo, messe a punto con un medico esperto in preparazioni galeniche, promettono di tenere sotto controllo, in diverse versioni, ipertensione, stress, insonnia e cali energetici.

Claudio Corallo, dalla piantagione alla tavoletta nell’isola Principe (Sao Tomè)

E’ l’unico produttore al mondo ad accompagnare il suo cioccolato dalla piantagione, a Terreiro Velho nell’isola paradisiaca di Principe nel Golfo di Guinea, alla tavoletta (*from soil to bar*, dal terreno alla barretta), con un processo di produzione effettuato interamente a mano. Il suo cioccolato -definito il migliore al mondo- sprigiona al meglio i suoi

aromi a temperature tropicali, dai 27 ai 29 gradi. Claudio Corallo (www.claudiocorallo.com), fiorentino, con una specializzazione in agronomia tropicale in tasca, ha preso la via dell'Africa a 23 anni, quasi 50 anni fa, iniziando a lavorare come broker di caffè in Zaire prima di diventarne produttore, avviando una piantagione nella zona fluviale selvaggia vicino al parco Salonga, dove ha esportato la robusta più ricercata (e costosa, pagata il doppio dell'arabica) del globo. Le rivolte degli anni Novanta, l'hanno spinto a trasferirsi, mettendo in sicurezza la famiglia, a Sao Tomè, dove ha avviato piantagioni di caffè, cacao (sull'isola di Principe) e pepe.

«Il cacao Forastero Amelonado venne introdotto sull'isola dal re portoghese nell'Ottocento, che vedeva avvicinarsi la fine della colonia in Brasile- spiega Claudio Corallo, bloccato in lockdown forzato nel Chianti-. Coltivarlo è stato naturale: la pianta del cacao è meravigliosa e la sua potatura mi ricorda quella dell'ulivo, anche se confesso di non avere mai avuto una grande passione per il cioccolato, almeno prima di produrre il mio». Il cacao viene raccolto da maggio a gennaio, lavorato subito, fermentato, accuratamente stoccato ed essiccato in modo lento e progressivo, poi tostato o lavorato a crudo. La fava di cacao viene macinata cruda per andare all'essenza di un prodotto eccezionale, privo naturalmente di asperità e amarezza:« E' il migliore modo per assaporare, dal 75% al 100%, il lavoro fatto dal momento della raccolta allo stoccaggio, con la complicità di un clima ideale- continua Corallo-. Il cacao sprigiona così un'esplosione di sapori e aromi». Da provare le fave di cacao tostate per fare un viaggio ideale, dopo aver rotto e gettato il tegumento, a Terreiro Velho. Tutta la produzione di cioccolato di Claudio Corallo, affiancato dalla figlia Ricciarda, avviene dietro ordinativi e su misura, anche se al momento è bloccata dallo stop ai cargo imposto all'aeroporto di Sao Tomè per il mancato rispetto dei protocolli internazionali di sicurezza. «Un danno enorme- commenta, sconsolato-. Siamo riusciti a imporci sul

mercato mondiale con un prodotto nato e trasformato nella sua terra d’origine, ma ora paghiamo lo scotto dell’insularità e dell’isolamento dal resto del mondo».

Il cioccolato slow e naturale

“From beans to bar” è lo slogan che accompagna ogni creazione della fabbrica di cioccolato di Guido Castagna (www.guidocastagna.it), a Giaveno (To), che ha conquistato l’oro all’Italian Med Chocolate Awards per l’Italia e il Mediterraneo quest’anno con la crema “+55”, i “Giuinott”(sei volte oro agli International Chocolate Awards) e le praline menta e liquirizia, argento per le praline Cardamomo e Malva, Cannella e Calendula e Pistacchio. Per vedere le fave trasformarsi in tavolette, giuinott e praline secondo il “Metodo Naturale Guido Castagna”, codificato punto per punto dal cioccolatiere, bisogna avere un anno di pazienza. Le fave di cacao fine provenienti da cooperative selezionate dal

Madagascar all’Ecuador al Venezuela, vengono lasciate fermentare all’80% circa e riposano per tre mesi in laboratorio. «La torrefazione avviene a bassa temperatura, a 110 gradi per un’ora per ottenere una perfetta tostatura e non a 200 gradi come avviene nell’industria» spiega Guido Castagna. Al bando sali o altri additivi derivanti dalla potassatura o alcalinizzazione del cioccolato. «È il tempo, attraverso l’affinamento delle tavolette, con una maturazione di almeno sei mesi, a smussare le asperità e favorire lo sviluppo di aromi pregiati» continua. L’idea di tostare direttamente le fave di cacao, segue il progetto di ritorno alle origini, con la lavorazione della nocciola Piemonte Igp direttamente dalla pianta. «A Trieste e a Genova trovavo solo cacao industriale di bassa qualità- spiega-. Così ho iniziato a visitare piantagioni in Repubblica Domenicana, Venezuela, Honduras, Salvador e Guatemala e grazie anche a una piccola molassa che infilo sempre in valigia, oltre a prendere accordi con i produttori, abbiamo avviato in loco la lavorazione». All’etica e al rispetto per il cacao e chi lo lavora si abbina l’eco-sostenibilità, con l’utilizzo degli scarti di lavorazione, dalla produzione di birre al compost per agricoltura e dai sacchi nascono originali borse in juta.

Foraging, quando la spesa si fa nel bosco

Avete mai sentito parlare di tarassaco, silene, acetosa, crescione, borragine? Sono tutte erbe spontanee commestibili che si possono trovare – naturalmente – in natura: in montagna, in pianura, nei boschi o lungo i fiumi. Tutti ottimi

ingredienti per la preparazione di minestre, salse e insalate ma anche per accostamenti insoliti, marinature, cotture a freddo, fermentazioni. Provare per credere recita il detto e che il foraging sia un trend del momento è un dato di fatto. Ma non pensiate sia una moda radical-chic, semmai è una filosofia «eco-friendly», una vera e propria frontiera di sperimentazione culinaria per proporre ricette dai contorni nuovi e piatti all'insegna della stagionalità, quella vera. La raccolta, l'utilizzo in cucina e la valorizzazione delle piante spontanee commestibili, il foraging appunto, è infatti il fenomeno gastronomico del momento che mira a contrastare l'omologazione del gusto, dei sapori e delle esperienze.
Tutto merito della nuova cucina nordica, quella del Noma di Copenhagen (più volte in cima alla classifica dei 50 migliori ristoranti del mondo) e dei suoi licheni, bacche e cortecce eletti ad alta cucina ma anche dell'effetto della crisi economica e della ricerca di nuove tendenze più sostenibili. Gli chef scandinavi hanno infatti scosso l'universo della gastronomia e se là si perlustrano le spiagge nebbiose dei mari del Nord, da noi ritornano nel piatto fiori colorati, pratoline croccanti, fiori di acacia profumati e dolci foglie di acetosella. Già perché il foraging porta con sé un approccio alla cucina che si basa su una gamma di sensazioni organolettiche e nuovi ingredienti da scoprire. Nuovi, si fa per dire. Pensiamo, infatti, alle ortiche tanto care alle nostre nonne o all'aglio orsino, versione selvatica dell'aglio comune.

«Siamo di fronte a un trend che di fatto è un ritorno alle origini – sottolinea lo chef Simone Tognetti, docente dell'Accademia del Gusto e chef giramondo guidato proprio dalla passione per il foraging -. I nostri nonni erano abituati a raccogliere erbe spontanee commestibili e la stessa fermentazione è stato il primo metodo di conservazione del cibo». Da cinque anni esperto raccoglitore di erbe e radici in tutta la Lombardia ma anche in Australia e in Portogallo, Tognetti ha ri-scoperto il foraging dopo aver assaggiato un

quadrifoglio la cui esplosione organolettica simile al limone ha aperto allo chef lecchese un mondo di sapori nuovi: «Da allora ho cominciato a sperimentare in cucina riscoprendo tutto il valore del sapore primitivo che, di fatto, è quello essenziale – conferma Tognetti -. Gli ingredienti selvatici sono una parte importante della nostra identità culturale e della nostra tradizione culinaria. Per questo "ci azzeccano" in pieno con la ristorazione. Recuperare queste tecniche e questi ingredienti di origine selvatica, anche nuovi sotto il punto di vista nutrizionale, può essere una scelta contemporanea di recupero dell'identità territoriale e di valorizzazione di concetti attuali come la sostenibilità alimentare, la tutela dell'ambiente e il sapore primordiale degli ingredienti».
Ma fare foraging non è un hobby: bisogna conoscere bene il territorio e qualcuno che ne capisca. Insomma serve un "know how": sapere cosa raccogliere è ovviamente il punto di partenza e ben vengano corsi, libri, figure professionali come l'etnobotanico e, addirittura, un laboratorio di ricerca e sperimentazione, il Wild Food-Lab di Wood*ing. Cosa serve per il foraging? «Bastano una cassettina, una forbicetta e qualcosa per scavare le radici – conclude Tognetti -. Il foraging vero non vuol dire infatti acquistare germogli in serra ma andare sul territorio: in questi anni sono riuscito a catalogare oltre 700 erbe spontanee e il mio obiettivo è proseguire ancora».

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.

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.

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.

L’estate negli alberghi bergamaschi: città e lago battono la montagna

Il caldo record non ha spinto le presenze in quota. Ad attrarre i turisti, secondo l’indagine Ascom tra gli operatori, quest’anno sono i centri maggiori del Sebino, che continuano a godere dell’effetto Christo, e il capoluogo, in entrambi i casi grazie agli stranieri