

n° 3/2014 periodico bimestrale

B&S

BIRRA & SOUND



LOCALI Kapuziner Keller a Trieste, Palabrauhaus a Palazzolo sull'Oglio **ON THE ROAD** HB München e DOC Roma **QUESTIONE DI STILE** Delirium Village a Bruxelles **IN VETRINA** Engel Biermanufaktur, Blanche des Flandres by Roman, Bad Brewer **BIRRE ARTIGIANALI** Spigolature, Dentro la cotta, Doppio Malto Brewing Company **ATTREZZATURE** Tempo di barbecue **MARKETING** Web Mktg per la ristorazione: sito e canali social **ARREDI** Sotto l'ombrellone



WWW.CANTINADELLABIRRA.IT

GLI SPECIALISTI DELLA BIRRA ARTIGIANALE

 CONSEGNA IN TUTTA ITALIA, EVASIONE RAPIDA IN 24H

 SCHEDE BIRRE DETTAGLIATE ED ABBINAMENTI

 CARTA DELLE BIRRE PERSONALIZZATE

Visita il nostro Shop Online oppure contattaci

 n. verde 800 010 935  info@cantinadellabirra.it

OLTRE
400
ETICHETTE
DISPONIBILI

LA COMMUNITY DELLE BIRRE ARTIGIANALI
con Notizie, Ricette, Degustazioni ed Eventi



FACEBOOK



TWITTER



GOOGLE+



INSTAGRAM



Lungo le nuove strade della tradizione birraia italiana
CERVISIAE CONSULVM

Vieni a trovarci al VINITALY stand 88 Area C SAG



T A R G E T
D U E M I L A

TARGET 2000 S.P.A.

Viale D'Annunzio, 1 - 47838 - Riccione (RN) Tel. 0541/660553 Fax. 0541/663861 Website: www.target2000.net

B&S

FORZA AZZURRIA TUTTA BIRRA!

La birra e lo sport sono una coppia che va d'accordo da tanto tempo. Fin dagli inizi del secolo, quando le importazioni e la produzione di birra in Italia erano un mito e un consumo privilegiato di pochi, la bevanda bionda veniva considerata una "bevanda energetica per sportivi". Il terzo tempo nel rugby è rigorosamente a base di grandi bevute delle squadre che fino a qualche minuto prima se le davano di santa ragione e che, bevendo birra, si ritrovano come compagne ed amiche... fino al prossimo incontro. L'idea che la birra dia forza è contenuta in diversi luoghi comuni come "andare a tutta birra"; sono certamente dei modi di dire ma contengono qualche verità. Ad esempio bere un buon bicchiere di vino è diverso che farsi una birra insieme. Vediamone le diversità, rilevabili nei nostri comportamenti. Potremmo dire intanto che il vino è slow e la birra è rock? credo di sì. I due momenti di consumo prevedono nel primo una certa formalità, o impegno, mentre nel secondo l'informalità è di rigore e, di norma, è un modo di riaffermare l'amicizia e la voglia di stare insieme. Un cocktail è una vetrina e la birra, possiamo dirlo, è un disimpegno, la birra si beve in pubblico e a "canna" senza problemi, attaccarsi ad una bottiglia di vino on the street è da barboni. Non sto tentando nessun paragone con il vino o qualsiasi altra bevanda, cerco solamente di individuare nei nostri comportamenti qual è la bevanda che in genere preferiamo. Nello sport vince la birra sopra ogni altra, per quanto sia vietata negli stadi (come qualsiasi altro alcolico), in tutti gli altri momenti dove ci si incontra per praticare, tifare o godere dello sport la birra si abbina ai nostri gusti più di ogni altra bevanda. Anche in questo momento di mondiali di calcio, i consumi di birra di fronte alla nazionale saranno preferiti da almeno un italiano su tre. La birra, quindi, oltre ad aver intrapreso una strada di apprezzamento per importanti piatti di altrettanto importanti cuochi, oltre ad essere la più fedele compagna delle nostre pizze, oltre che essere considerata la bevanda dell'amicizia, potrebbe essere eletta la bevanda dello sport?



SOMMARIO

10

BACK

- A Verona per **VINITALY** nel padiglione dedicato a Sol&Agrifood e a Parma per **CIBUS** nello stand di **Assobirra**



16

LOCALI

- Nel centro storico di Trieste vive un angolo di Baviera: **KAPUZINER KELLER**



- A Palazzolo sull'Oglio, un brew-pub con cucina: **PALABRAUHAUS FABBRICA BIRRA PALAZZOLO**



24

ON THE ROAD

- Insieme a **DOC ROMA** per scoprire il perché del successo delle birre **HB MÜNCHEN** in due locali, **Sha Bar** e **Blue Pub**



26

QUESTIONE DI STILE

- **DELIRIUM VILLAGE** a Bruxelles, un'autentica istituzione per birrofilo con le sue 3162 birre



38

IN VETRINA

- **ENGEL BIERMANUFAKTURE** a Crailsheim, Birreria con un assortimento ampio e differenziato di birre speciali e... vincenti!



- La novità dell'estate da Roman Brouwerij: **BLANCHE DES FLANDRES**, dal sapore fruttato e agrumato come da tradizione



- Nuovo marchio di birra "designed in Italy", **BAD BREWER**, birre inedite firmate da mastri birrai "gipsy"



38

BIRRE ARTIGIANALI

- **SPIGOLATURE**

Brevi dal mondo delle birre artigianali

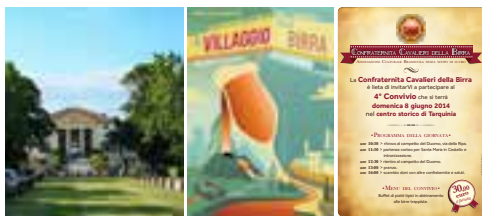
- **DENTRO LA COTTA.**

Rubrica che ci farà conoscere le nuove birre in fermento



- **DOPPIO MALTO BREWING COMPANY**, il "birrifico di Erba" compie 10 anni





14



38



42

46 DALLA CUCINA

• Ricetta per l'estate proposta da Demetra:
CALAMARO DEL VESUVIO, OLIVE KALAMATA E POMODORI TUTTOSOLE



• **SEMPRE PIÙ SVEVI**: ora anche produzione di specialità alimentari dalla Germania.



50 ATTREZZATURE

• **TEMPO DI BARBECUE**, tempo di Weber-Stephen, uno dei principali produttori americani di barbecue a carbone, a gas ed elettrici



52 MARKETING



• Prosegue l'approfondimento in 6 tappe sul **Web Marketing per la ristorazione**; in questo numero **LA PRESENZA WEB: SITO E CANALI SOCIAL**

56 TENDENZE

• Il franchising di **TOASTERIA ITALIANA**



58 ARREDI

• **SOTTO L'OMBRELLONE** con i modelli dell'Ombrellificio Parola di Castel San Giorgio di Salerno



60 OSSERVATORIO

• **FRA TAGLI D'ITALIA DALLE CORNA ALLA CODA**, il nuovo lavoro di Bruno Bassetto



• **BIRRA MENABREA AL SALONE DEL LIBRO** di Torino presso la Lounge del Circolo dei lettori





A Bra un nuovo 50's Ristoburger

Continuano le aperture dei punti in franchising del 50's Ristoburger (Gruppo Bam Bam Italia). L'ultimo dei locali è approdato in Piemonte a Bra, provincia di Cuneo, in via Piumati 207. Il nuovo affiliato della catena è Fabio Valente. Innamorato degli anni '50 americani e di una hamburgeria di qualità si è immedesimato in questo format che, fin da subito, gli sta dando soddisfazione per il successo di pubblico. Il rapporto qualità/prezzo è il punto di forza di questo modello, oggi nuovi e gustosi hamburger si sono aggiunti ad un menu già apprezzato negli altri punti vendita e, prossimamente, il 50's di Bra vedrà anche l'apertura per l'orario del pranzo, con lo stesso menu della sera e qualche primo per tutti coloro che non sanno rinunciare ad un buon piatto di pasta. Il locale si presenta con qualche colore in più dei suoi gemelli, le immagini e il bric à brac sono particolarmente curati, si ispirano agli anni del rock, ma particolarmente alla Route 66 nel suo percorso da costa a costa dell'America del Nord. Al centro del locale, dove il banco bar padroneggia per dimensione e luci, due vecchie *gasoline pump* stanno a ricordare lo spirito di uno street food che in questo momento non ha rivali nella proposta di carni nazionali e internazionali. Nulla da dire su un servizio cortese e veloce che, soprattutto al sabato, permette un'efficace rotazione del tavolo. A Bra il locale è ben collocato rispetto alla viabilità e già conquista una parte importante dell'hinterland. Buon viaggio!



HOFBRÄU MÜNCHEN

WWW.HOFBRAEU-MUENCHEN.DE



Staatliches Hofbräuhaus in München

Hofbräuallee 1 • D-81829 München • Tel. +49 89 9 21 05-0 • Fax +49 89 90 64 26

www.hofbraeuhaus.com • E-mail: giuseppe.lettieri@hofbraeuhaus.com

Consulente per CENTRO SUD ITALIA: L. SUPINO

Cell. 335 311 258 • Fax +39 06 207 24 46 • E-mail: supinoluciano@tiscali.it

BIRRA PERONI per i nuovi manager del food

Birra Peroni investe nella formazione di nuovi imprenditori nel settore gastronomico, affiancando come partner il **Master in "Restaurant Management e Marketing: Nuove Imprese nel Food and Beverage"**, realizzato dallo Chef Antonello Colonna, che partirà l'8 settembre 2014. L'azienda contribuisce così alla creazione di **nuovi profili professionali, sia tecnici che manageriali**, che abbiano una preparazione ampia e trasversale in tutte le aree funzionali dell'industria alimentare. Anche per consentire il superamento delle barriere di competenza che caratterizzano oggi le figure tecniche – tecnologici alimentari, chimici, biologi, etc. – rispetto alle figure manageriali – marketing, ricerca e sviluppo, logistica, etc. – che operano nella filiera. Il Master si rivolge a diplomati di tutto il mondo intenzionati a intraprendere una carriera in questo settore, ma anche a persone che desiderano realizzare il sogno di aprire un'attività redditizia e di successo con solide basi di economia e management.



WHITTINGTON ICE TEA

Perfetto Night & Day



Leggerezza, consapevolezza, benessere... sono alcune delle parole che si ripetono più frequentemente tra gli operatori del settore horeca per descrivere le nuove tendenze

di gusto e di consumo. E Whittington, fedele allo stile inglese nell'arte di offrire e degustare il tea, parte da questi concetti per rilanciare la sua gamma Whittington Ice Tea creando una nuova proposta notturna. Con i nuovi cocktail a base di tea, Whittington cavalca il trend del momento con la nuova immagine serale, per servire drink sempre nuovi: nascono così 24 proposte esclusive di shakerati a base di tea. Facili e rapidi da preparare, da servire negli eleganti bicchieri Whittington Ice Tea, secondo l'estro del barman con alcol e tanto ghiaccio.

Farsons

exports@farsons.com

www.farsons.com

Sede Malta - Tel: +356 23814240 / 4440
Sede Italia - Tel: +39 370 3003973

CACHAÇA PITÚ

L'aguardente de cana più esportata del Brasile e market leader nella sua categoria in Europa è pronta per festeggiare l'anno dei mondiali brasiliani con un packaging in limited edition che riprende proprio i colori della bandiera del Brasile, il verde e l'oro. Una grafica festosa, estiva e moderna abbellisce la bottiglia, rendendola adatta anche per fare visibilità e colorare i locali più alla moda. OnestiGroup S.p.A., distributore per il mercato italiano di Pitú, si prepara per organizzare serate di visibilità presso i suoi migliori clienti del canale Ho.Re.Ca. A supporto, sono stati creati diversi materiali promozionali, come t-shirt e bandane a tema brasiliano, utili per animare le feste estive.



Darkon di Braufactum by RADEBERGER

Si è tenuto a Denver, Colorado, uno dei più prestigiosi eventi nel mondo della birra. Da 58 Paesi ben 1403 produttori hanno presentato agli assaggi 4754 birre per cercare, nelle varie categorie, di ottenere un prestigioso premio. La World Beer Cup Silver Award 2014 nella categoria Schwarzbier è stata vinta dalla Darkon di Braufactum. La passione artigianale che caratterizza e contraddistingue le birre della linea Braufactum ha ottenuto questo importante riconoscimento. L'attenzione per le ricette tradizionali, l'uso esclusivo di malti d'orzo scuri (Münchener e caramello), la scelta di luppoli come il Magnum e il Saphir hanno premiato Darkon, una birra a bassa fermentazione, con un grado alcolico di 5,4% Vol ed un aroma intenso di malti tostati, cioccolato fondente e toffee. Una birra unica ed esclusiva come tutte le creazioni dei mastri birrai di Braufactum.



MyCoco e Guaranà Antarctica

Pizza, patatine, popcorn non mancheranno per accompagnare le lunghe serate di partite "mondiali". Per portare un tocco di Brasile al nostro beverage ecco due bevande proposte da Eurofood: **MyCoco e Guaranà Antarctica!** MyCoco è la sana bevanda 100% naturale rinfrescante e di alta qualità senza conservanti, senza additivi e senza zuccheri aggiunti. Solo dalle noci di cocco verdi, quelle molto giovani, coltivate esclusivamente in Brasile, viene estratta l'acqua di cocco che appena raccolta viene subito confezionata e spedita in tutto il mondo.

Guaranà Antarctica è invece la bevanda analcolica al sapore di guaranà, definito dagli Indios della foresta amazzonica "elisir di lunga vita", dal gusto unico, leggermente frizzante e dolce simile alla cola. Due bevande per spegnere la sete e accendere il tifo!



DAL 1976... VINSERVICE
...LA SPILLATURA

FLUTE
LUCKY
SHIELD

CARBO NATONE RAFFREDDATO
CARBO NATONE

COMPATTO 3000

LINEA HE

QUIX

www.vinservice.it
Via G. Falcone 26/34
24050 - Zanica (BG)
Tel. 035 672361
info@vinservice.it

NUOVE ETICHETTE PER CHIMAY



Il birrificio dell'Abbazia di Notre Dame de Scourmont presenta una gradita novità che è, in realtà, un vero e proprio ritorno alla tradizione. Le nuove etichette delle bottiglie richiamano infatti quelle delle origini, per trasmettere la tradizione secolare e l'autenticità trappista del birrificio belga. Esse sottolineano infatti il forte legame con il patrimonio storico di Chimay ma anche il senso di appartenenza alla famiglia delle autentiche birre Trappiste belghe, ben rappresentata dal logo di Autentico Prodotto Trappista che passa sul fronte dell'etichetta, adagiato sulla bandiera del Belgio.

Chimay Blu o Grande Réserve, birra che si presta all'invecchiamento grazie alla positiva evoluzione dei suoi sapori e dei suoi profumi nel corso del tempo, presenta sul fronte anche l'anno di produzione, mentre la **Triple** e la **Rossa**, conosciute rispettivamente anche come **Cinq Cent** e **Première**, evidenziano lo stile della birra. Chimay ha realizzato un **video che narra la storia e l'evoluzione** delle proprie etichette, visibile cliccando su: <https://www.youtube.com/watch?v=XKWysSauchE>. Una novità particolarmente gradita dal **distributore italiano Interbrau**, che oltre a vantare una partnership sempre più solida con Chimay, condivide con l'Abbazia di Notre Dame de Scourmont la *mission* di conservazione e promozione della cultura brassicola belga in Italia

NUOVO CALICE PER BIRRA KWAK

Arrivano i nuovi bicchieri marchiati Kwak da 20cl. La forma è ovviamente sempre la stessa, quella che ha contribuito al mito della "birra del cocchiere" creata dal locandiere Pauwel Kwak nel 1791. Il lungo bicchiere, detto "della staffa" perché permetteva di servirlo ai cocchieri

senza che questi scendessero dalle loro carrozze, caratterizza la birra Kwak prodotta dal birrificio Bosteels. Ora il birrificio Bosteels ha deciso di far entrare in gamma il bicchiere da 20cl a fondo "piatto", già apprezzato per degustazioni e così elegante da sposarsi bene anche alla ristorazione di qualità.

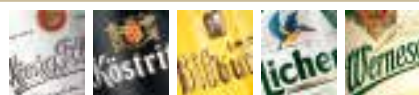


BREZEL A CUBETTI PER IL TUO LOCALE

DAL CORTIVO
IL BUON PANE "ARTIGIANO".
TEL. 0444.975050 - INFO@DALCORTIVO.IT - WWW.DALCORTIVO.IT



Martin Rederlechner Sales & Marketing Manager South Europe & Latin America
Email: martin.rederlechner@bitburger.de



BITBURGER BRAUGRUPPE
STARKE MARKEN



A Verona per Vinitaly nel padiglione dedicato a Sol&Agrifood e a Parma per Cibus eravamo presenti nello stand di Assobirra: tanti birrifici per far conoscere nel regno del vino ed in quello della gastronomia la qualità della birra “nostrana”.



Reportage da **VINITALY** *e* **CIBUS**



Bilancio positivo dei quattro giorni di Sol&Agrifood, la Rassegna dell'agroalimentare di qualità, fitti di degustazioni e contatti business tra aziende e operatori specializzati in arrivo da tutto il mondo. Tra pasta, salumi, prodotti da forno dolci e salati, salse e condimenti, cioccolate e caffè, formaggi, conserve di frutta e verdure, olio di oliva, spiccavano le birre artigianali italiane ed estere di cui vi diamo reportage fotografico. Sottolineiamo che il premio Golosario, i cui criteri di valutazione sono qualità e attenzione all'origine e ai metodi di produzione, nella categoria birre è stato attribuito a: Birra Amarcord di Rimini per Birra Midòna bionda doppio malto, Birrificio Giulia di Cividale del Friuli (Ud) per Birra Grecale bionda speciale, Birranova di Triggianello (Ba) per Birra Negramara Extra e Birrificio I Peuceti di Bitonto (Ba) per Birra Murgiana.



Grande crescita di Cibus, la fiera internazionale dell'alimentare che si tiene a Parma ogni due anni, che fa registrare un + 12% di visitatori, toccando la cifra record di 67.000 visitatori, 2700 aziende espositrici e 950 giornalisti accreditati. Importante il messaggio che arriva da questa 17a edizione: è possibile una ripresa delle vendite sul mercato interno (è questo il significato della presentazione a Cibus di centinaia di novità di prodotto) ed è possibile fare molto di più sul fronte dell'esportazione. Notizia confermata da uno studio presentato a Cibus dalla quale risulta che il valore dell'export alimentare ha le potenzialità per passare da 26 a 70 miliardi di euro nei prossimi dieci anni. In questa proiezione si inserisce la nostra birra artigianale, fortemente presente a Cibus sia in associazione con Assobirra sia autonomamente. La partecipazione dei nostri prodotti brassicoli in fiere nazionali ed internazionali si fa sempre più massiccia, a dimostrazione di un mondo in crescita, anzi "in fermento".





La festa comincia con il ritmo giusto.



BirraForstBier

www.forst.it
www.beviresponsabile.it

BREW IT

La storica azienda Da Pian 1904 ha organizzato per il 26 maggio la 2ª edizione di Brew it – The Drinking Experience presso l'antico Borgo della palladiana Villa Emo a Fanzolo di Veduggio. Dalle 18.00 una serata di degustazione di una selezione delle migliori birre artigianali prodotte in Europa, abbinate ad uno speciale percorso gastronomico a buffet, in compagnia dei mastri birrai e produttori. Ve ne daremo conto più dettagliatamente nel prossimo numero.



CONFRATERNITA CAVALIERI DELLA BIRRA

4° Convivio organizzato dalla Confraternita Cavalieri della Birra che questo anno li vedrà sfilare nel centro storico di Tarquinia. Appuntamento l'8 giugno con un intenso programma che vede partire il corteo alle 11.30, seguito dal pranzo e infine dallo scambio di doni con altre confraternite. Quasi inutile sottolineare che il menu del Convivio, organizzato a buffet, è composto di piatti tipici in abbinamento alle birre trappiste.



VILLAGGIO DELLA BIRRA 2014

La 9ª Edizione del Festival dei Piccoli Birrifici sarà ospitata nel Parco della Fattoria di Piana (tra Bibbiano e Buonconvento) ed inizierà il 5 Settembre con il Pré-Villaggio e proseguirà il 6 e 7 settembre 2014. Organizzato dal TNT PUB di Buonconvento con il Patrocinio dell'Ambasciata Belga in Italia e del Comune di Buonconvento ed il supporto logistico di DaPian di Treviso, il Villaggio è un evento a 360°: birrifici e mastri birrai italiani e stranieri, Laboratori di Degustazione, beershop, stands gastronomici, musica dal vivo, Homebrewers e molto più ancora...



La Rulles

BIÈRE DE GAUME
WWW.LARULLES.BE



PER INFO E CONSULENZE:

Walter Pasqualini - *Responsabile Italia*

walter@altafermentazione.com

www.altafermentazione.com

Nel centro storico di Trieste, a pochissimi passi da piazza dell'Unità d'Italia, in via Pozzo del Mare 1, nel cuore della città, con questo locale vive un angolo di Baviera



The background image shows the interior of the Kapuziner Keller restaurant. It features a long wooden table in the foreground with a blue and white checkered tablecloth and several white plates with blue patterns. The walls are made of stone and decorated with various items, including a mounted animal head, a brass instrument, and a beer sign. A chandelier hangs from the ceiling, and a red tassel is visible. The overall atmosphere is rustic and traditional.

KAPUZINER KELLER

LOCALI

di Roberta Ottavi

Si fa un gran parlare di Baviera ma in pochi locali si trova ciò che noi italiani immaginiamo sia questa regione delle Germania, cioè un mix di musica, balli, canti, serate folkloristiche, giochi, eventi, birra e gastronomia; questo mondo allegro il Kapuziner Keller di Trieste lo propone ogni sera ai suoi clienti da 14 anni che solo lì potranno staccare la spina dal tran tran quotidiano e proiettarsi nell'evasione e nell'emozione. Tutto qui ricostruisce il nostro immaginario bavarese, gli arredi, incantevoli e mai banali, le divise dello staff, rigorosamente in costume tirolese, le tipiche musicchette bavaresi e poi le specialità gastronomiche tradizionali, artigianali, uniche. Il Kapuziner Keller è in primis un ristorante dove gustare le prelibatezze bavaresi, una scelta ricca, varia, con piatti preparati con cura e meticolosità, nel pieno rispetto della tradizione. Dai canederli fatti in casa, accompagnati dal goulasch di manzo, agli spatzle verdi di spinaci con ragù d'anatra, dai diversi tipi di salsiccia ai contorni tipicamente tedeschi, squisite le salsicce originali di Vienna con crauti, fino



ai piatti unici con carne grigliata alla brace. Ci dice Gianni, il gestore, *tutte le nostre carni, accuratamente selezionate e controllate nella rintracciabilità d'origine e genetica, vengono grigliate alla brace di pietra lavica, per garantire quell'inconfondibile aroma della cucina bavarese che riesce a soddisfare anche le persone dal palato più esigente.* E non si può chiudere un pranzo o una cena bavarese senza la tentazione della mitica torta Sacher o dell'impareggiabile strudel di mele con crema alla vaniglia. Ma il Kapuziner Keller non è soltanto un

ristorante, è un locale in cui gustare birre speciali, debitamente spillate alla tedesca, dalla Kulmbacher pils alla Kapuziner weisse, dalla bionda Mönchshof alla nera Kloster Schwarzbier, in un tripudio di stili e di gusti per un perfetto abbinamento al cibo. Come ci dice sempre Gianni: venire a cena al Kapuziner Keller significa scegliere una serata diversa, entrare in un altro universo ricco di tradizione, magia e, soprattutto, sapori squisitamente bavaresi.

Il Kapuziner Keller è veramente un piccolo frammento di Baviera nel cuore di Trieste!



BIRRI[®]ITALIA 2014/15

Tutte le informazioni sul mondo della Birra

BIRRI[®]ITALIA 2014/2015

**BEER
DIRECTORY**

ANNUARI DEL BERE[®]
Beverfood.com
Edizioni S.r.l.

Mercati



Prodotti e Marche

Birrai e Birrerie

Importatori

Microbirrerie

Fornitori

Specializzati

Distributori e

Grossisti



Prezzo:

€100 Cartaceo, €48.8 file .pdf

L'Annuario **BIRRI[®]ITALIA** 2014-15 ricostruisce ed aggiorna l'intero mosaico settoriale con riguardo a: mercati e competitori, birre e marche, produttori birre italiani ed esteri che operano in Italia, importatori, microbirrifici e brew pub, beershop, fornitori specializzati per la produzione e la distribuzione, grossisti e gruppi distributori, enti e associazioni, ...

Per la completezza delle informazioni **BIRRI[®]ITALIA** rappresenta uno strumento fondamentale di documentazione e consultazione per tutti gli operatori professionali che vogliono avere sempre a portata di mano tutte le informazioni sul settore e sulle aziende che a vario titolo vi operano.

Beverfood.com
Edizioni S.r.l.

Via Marco Aurelio, 8 - 20127 - Milano MI - Tel. 02.283717 - edizioni@beverfood.com
per saperne di più, visita il sito www.beverfood.com

In via Kupfer
57 a Palazzolo
sull'Oglio, in
provincia di Brescia,
un microbirrificio
e brew-pub con
cucina, 500 posti a
sedere, tante birre
crude a caduta da
accompagnare a
buon cibo

PALABRAUHAUS

Fabbrica Birra Palazzolo



di Alessio Ceccarini

Un nome quanto mai "difficile" per questo brew-pub che abbiamo scoperto tutti nella zona chiamato con l'acronimo FBP, del resto Palabrauhaus è un acronimo "allungato" in lingua tedesca: Pala sta per Palazzolo, Brau indica la produzione di birra, Haus casa, edificio, cioè Fabbrica Birra Palazzolo. Comunque decidiamo di chiamarlo il succo dell'attività è chiaro, siamo di fronte ad un microbirrificio con servizio di mescolta della propria birra a cui si possono abbinare tanti prodotti di cucina e, su prenotazione, autentiche specialità. Aperto la sera, e a pranzo dal lunedì al venerdì per il brunch, il Palabrauhaus, con i suoi 500 posti a sedere, è un grande locale climatizzato con ampio parcheggio,

perfetto anche per feste di compleanno, di laurea o feste private. Dotato di maxi schermo, offre agli avventori tutte le partite dei Campionati di serie A e B e di Champions League, e chi è capitato durante le partite clou racconta di "sentirsi in curva". A quel che dice Nicola Vitali, mastro birraio e titolare del Palabrauhaus, l'atmosfera del brew-pub è sempre amichevole, *mi piace che i miei ospiti si sentano a casa quando vengono qui*. Da questo capiamo il motivo per cui il Palabrauhaus è sempre pieno di gente: buona birra, buon cibo, bell'ambiente, tre ingredienti chiave per il successo;

se poi si aggiunge l'atmosfera tipica dei locali in cui si beve ma in cui c'è anche un forte rapporto con chi segue il prodotto birra, in questo caso direttamente con il mastro birraio, il gioco è fatto. 5 le tipologie birraie sempre disponibili nel menu, **Bionda**, una helles di g.a. 4,6% vol., adatta ad ogni occasione, semplice e pulita, **Weiss**, una weizen di g.a. 4,8% vol., fresca e dissetante così come intensa e saziante grazie all'alta presenza dei lieviti, **Doppio Malto**, una bock di g.a. 6,5% vol., decisa e caratterizzata da un ampio spettro di sapori e profumi e dal corpo intenso, **Berlinerweiss**, g.a. 4,8% vol.,

dominata dagli aromi del lampone, dolce ma controbalanciata da una lieve acidulità che la rende piacevolmente bevanda, e **Dunkel**, una dunkles bayrisch di g.a. 5,2% vol. A queste si aggiungono le stagionali Doppel Bock, Oktoberfest, Fest Bier 1960 e Bierliebe e tutte non filtrate, non pastorizzate e spillate a caduta, cioè senza l'utilizzo di gas che possono alterare le caratteristiche e la qualità del prodotto. Ad accompagnarle panini, bruschette, focacce, taglieri di salumi e formaggi, frittura mista, spianate, torte e tanto altro... come, solo su prenotazione, stinchi di maiale al forno e wurstel.



adhoc

il Cash & Carry su misura per te

www.adhocash.it



IL TUO PARTNER COMMERCIALE

NEGOZI ALIMENTARI - ALBERGHI - BAR - COMUNITÀ - PIZZERIE - RISTORANTI - PUB



Al fianco dei professionisti per soddisfare ogni esigenza, con soluzioni, offerte e servizi all'insegna della scelta, della qualità e del risparmio.

La tua nuova opportunità: Adhoc

10 Cash & Carry in diverse regioni d'Italia:

ABRUZZO

MOSCIANO SANT'ANGELO (TE)

Uscita A14 a 500 m. - dir. Giulianova / Tel. 085 807901

PESCARA

Villanova di Cepagatti Uscita A25 dir. Villanova
di fronte al mercato ortofrutticolo all'ingrosso / Tel. 085 9772767

CAMPANIA

CAPUA - VITULAZIO (CE)

S.S. Appia Km. 196+900 a 2 km dal casello autostradale A1 di Capua direzione Capua
Tel. 0823 969515 - Fax 0823 969553

CASTELLAMMARE DI STABIA (NA)

Via Napoli, 350/B (Zona Ind.le) / Tel. 081 5391735 - Fax 081 5391745

NAPOLI

Via Caserta al Bravo, 208 direzione Casoria, venendo da piazza Capodichino
Tel. 081 7365979 - 081 7364666

CAMPANIA

ORTA DI ATELLA (NA)

Via Massimo Troisi, 2/4 asse di supporto "Nola-Villa Literno" uscita Succivo a 300 m
seguendo le indicazioni / Tel. 081 8910886 - Fax 081 8916475

SAN SEBASTIANO AL VESUVIO (NA)

Viale delle Industrie, 9 / Tel. 081 7718805 - Fax 081 7714502

MARCHE

CIVITANOVA MARCHE (MC)

Via G. Pirelli Uscita A14 dir. Macerata Zona Industriale "A" / Tel. 0733 803801

SAN BENEDETTO DEL TRONTO (AP)

Via Valle Piana, 80 Uscita A14 dir. San Benedetto del Tronto nel Centro Agroalimentare
Tel. 0735 654101

MOLISE

TERMOLI (CB)

C/da Rivolta del Re SS 87 Bifernina Zona Industriale "A" / Tel. 0875 726107



HB MÜNCHEN E DOC ROMA

In zona Prati a Roma e fuori del Grande Raccordo Anulare, nel comune di Fonte Nuova, insieme a DOC Roma per scoprire il perché del successo delle birre HB München in due locali con struttura, ambiente e target completamente diversi

di Daniela Morazzoni

Il modello di locale bavarese è certamente uno fra i più apprezzati dal consumatore italiano, sarà perché ama la birra tedesca, sarà per il mito dell'Oktoberfest, sarà perché nella gastronomia bavarese trova gusti e sapori vicini alla nostra cultura ma, e c'è un ma, per essere originale deve avere una autentica birra di Monaco di Baviera e cibo altrettanto originale. Nel nostro on the road incontriamo due locali clienti di DOC Roma che offrono birre HB München, e su questa originalità non ci sono dubbi. Inutile ricordare infatti che HB München, come tutti la chiamano visto l'impegnativo nome per esteso di Staatliches Hofbräuhaus in München, è una delle due birrerie tradizionali di Monaco di Baviera rimaste in mano bavarese; è invece importante dire che le sue birre sono prodotte con la qualità di una birreria tradizionale di Monaco tanto che la Hofbräu München si può considerare portavoce internazionale dell'arte di produzione e della cultura della birra a Monaco di Baviera. Curiosi di vedere come nei locali di Roma e provincia lavorino questo prodotto eccellente, partiamo

da via Melibeo, dove ha sede la DOC, ed insieme ad Erica Supino ci dirigiamo in **zona Prati** dove, a pochi passi da piazza Mazzini, **in via Pietro Borsieri 7**, incontriamo Giorgio che insieme al socio Helmut gestisce lo **Sha Bar**. Il locale, nato nel 2004, ha la caratteristica di "coccolare" il cliente, grazie a importanti scelte fatte dai titolari. Pochi posti a sedere, una quarantina, e, dal 2008, una svolta decisiva nell'attività: essere un originale locale bavarese. Grazie a DOC, con cui negli anni il rapporto è diventato fiduciario ed amichevole, così ci dice Giorgio, viene inserita la gamma HB München che oggi si presenta al pubblico con la Original, Doppel Bock, Urbock e Weisse alla spina più le birre stagionali Maibock, Summerfest e Oktoberfest; entra prepotentemente la ristorazione bavarese, quella originale con prodotti di Svevi; ma ciò che rende il locale unico è la proposta di piatti con prodotti che Svevi "personalizza" per lo Sha, citiamo qui lo stinco da 1 kg che viene cotto alla birra HB e i minibrezel alla Nutella, un'autentica chicca. Uno staff molto accorto, che sa consigliare il cliente



DOC Roma è un'azienda di distribuzione leader, non solo per la vasta gamma di prodotti ma per la sua organizzazione, la sua efficienza, i suoi servizi. Operativa da oltre trent'anni nel territorio di Roma e Provincia e riferimento sul territorio per la distribuzione della birra, Doc ha da molti anni ampliato l'offerta con vini, liquori, prodotti alimentari, caffè ed elementi per l'arredamento del locale di alta qualità. L'obiettivo aziendale è quello di offrire al cliente un servizio completo, proponendo iniziative di business vincenti tramite la consulenza, tenendo sempre fede ai valori di trasparenza, onestà, difesa del territorio, delle comunità locali e qualità dei prodotti. Il mercato di DOC punta a prodotti di nicchia, capaci di far distinguere i suoi clienti dalla massa. In altre parole siamo di fronte ad un'azienda che offre un servizio di distribuzione a 360°, in grado di soddisfare ogni esigenza del cliente.



sugli abbinamenti, ed un locale "fisicamente costruito" dai titolari, a partire dal tavolo della socialità fatto con i fusti di birra, a cui si aggiunge la cura di tanti particolari, ad esempio posate e piatti personalizzati HB, rendono lo Sha un locale "di nicchia" che lo stesso gruppo dirigente di HB München ha definito "originale". Tutto questo significa coccolare il cliente, cioè offrirgli qualcosa che difficilmente può trovare altrove.

La nostra seconda tappa è a **Fonte Nuova**, poco fuori Roma, dove in **via Cicerone 64** c'è il **Blue Pub**, locale nato nel 1995 e che, grazie alla nuova proprietà e allo sviluppo della clientela, dal 2011 si trova in questa nuova location. Ad accoglierci Diego, il gestore, che ci spiega come il cambiamento di sede sia corrisposto ad una svolta verso la ristorazione ed al matrimonio con HB München. *Le tendenze ci indicavano di puntare alla ristorazione, ci dice Diego, per cui abbiamo scelto di proporre cucina mediterranea e cucina bavarese, e le garantisco che il nostro menu è molto ricco; avevamo bisogno, prosegue, di una linea di birre facilmente abbinabili alle nostre*

proposte gastronomiche. Doc ci ha aiutato proponendoci un marchio di prestigio come HB München, birre tutte abbinabili e di qualità. Il Blue Pub, che vanta 7 spine, oggi offre HB Original, Doppel Bock, Urbock e Weisse e tiene libera una via per le specialità stagionali di HB München. Chiediamo a Diego di dirci quale, secondo lui, è il motivo del successo del Blue Pub. *Aver mantenuto le caratteristiche di socialità delle autentiche "public house", offrire un ambiente informale ma curato, dare qualità e servizio, ecco la risposta. Non dimentichi quello che è il nostro motto, aggiunge, my beer, my friends, my style.* Un'ultima domanda, qual è il contributo di DOC Roma al successo del locale? *Notevole, risponde Diego, non è il solito fornitore che consegna i prodotti ma un'azienda che dà servizi e consulenza e grandi marchi, come HB München.*





Chi è stato a Bruxelles ed ama la birra non può non aver messo piede in quella che possiamo considerare un'autentica istituzione per birrofilo. Parliamo del **Delirium Cafè**, il locale dei record che ad oggi vanta 3162 birre da tutto il mondo, non a caso ha il Guinness dei primati

Delirium Village

di Luca Gennaro

Era dicembre del 2003 quando in una stradina a 100 metri dalla Grand-Place, siamo nell'area di Ilot Sacré famosa per il suo labirinto di ristoranti e bar, in una cantina del 18° secolo apriva un locale con l'insegna dell'elefantino rosa della Birreria Huyghe di Melle, la Delirium Tremens; nasceva il Delirium Cafè, Impasse de la Fidélité

10 a Bruxelles, oggi un vero e proprio villaggio, su tre piani e con **8 bar** dedicati: l'**Originale**, con il suo Guinness World Record del 2004, quando le birre erano "soltanto" 2004 contro le 3162 degustabili oggi, la **Tap House**, con 27 birre alla spina, **Monasterium**, con birre d'abbazia e trappista ma anche vodka, **Hoppy Loft**, con birre artigianali fra cui



le "made in USA" trionfano, **Little Delirium Cafè**, con 30 birre alla spina, spirits e cocktails, **Floris Bar**, con assenzio e whiskyes, **Floris Garden**, con rum e cocktails, **Floris Tequila**, con 500 fra tequila e mezcal. 8 bar che permettono di passare dall'uno all'altro con il proprio bicchiere in mano, di scegliere quello che più piace, di scoprire ambien-

tazioni diverse, tutte in un'unica location. Diversi orari permettono di accogliere target differenziati, durante il giorno non mancano famiglie con bambini, la sera è una bolgia... nella quale tuffarsi volentieri. Il Delirium Village è comunque sempre affollato, non solo di amanti della birra ma anche di turisti profani che lo considerano una tappa d'obbligo,



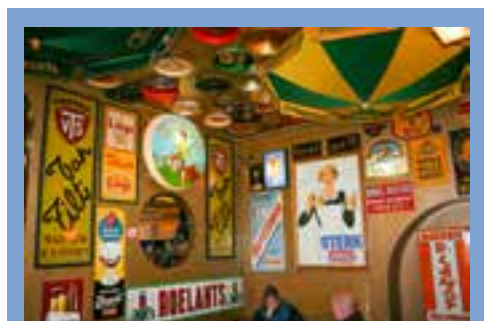


come l'Atomium e la Grand-Place. L'emozione nell'andare al Delirium Village comincia dal vicolo in cui si trova, caratterizzato dall'alternativa femminile del Manneken Pis, il famoso bambino che fa la pipì simbolo di Bruxelles, la Janneke-Pis, statua in bronzo realizzata da Denis-Adrien Debouvrie nel 1985 e inaugurata nel 1987 in onore alla fedeltà... siamo o non siamo nel vicolo della fedeltà! Poi si arriva alla porta, da fuori sembra un pub come altri, si varca la soglia e scopri un mondo... di birra. Bottiglie incastonate nelle pareti, soffitti tempestati di targhe e vassoi birrai, barili di birra come tavoli, un bancone gigante, luci soffuse, odore di birra e un brusio infernale di voci, Delirium Cafè non ha uno stile, è la birra! E se avessimo qualche dubbio basta chiedere la "carta delle birre", roba da diventare scemi in un secondo, sembra un'enciclopedia, con tanto di descrizione della tipologia, delle caratteristiche organolettiche, del produttore e degli ingredienti che ha usato: Noi abbiamo

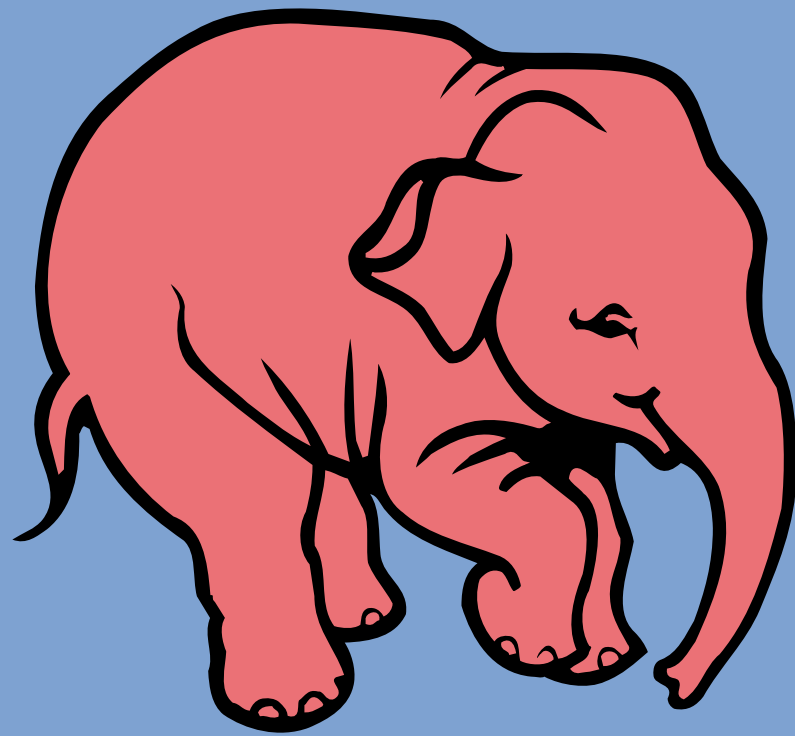
in redazione la carta delle birre del Quebec, quelle che saranno presentate da 4 micro-birrifici canadesi il 20 giugno per continuare a celebrare i 10 anni del Delirium Cafè, una settimana di festa tra birre e jam session... un dispiacere non esserci.

Al Delirium Cafè sembra enciclopedica anche la cultura di chi la birra te la serve, un servizio impeccabile, nel bicchiere appropriato, e soprattutto la disponibilità a dare una consulenza all'avventore meno preparato, ed è facile non essere preparati di fronte a 3162 birre provenienti da tutto il mondo. A proposito, a breve la Guinness World Record dovrebbe ufficializzare il nuovo e secondo record mondiale.

Capite che è impossibile descrivere l'atmosfera di questo locale cult, bisogna andarci; noi possiamo solo offrirvi una carrellata fotografica tanto per essere preparati alla vostra futura visita, soprattutto alle prossime ottime bevute... cominciate sempre dalla Delirium Tremens e il mondo vi sembrerà "rosa".



DELIRIUM



*Welcome into the world
of the pink elephant*

PER INFO E CONSULENZE:

Walter Pasqualini - *Responsabile Italia*
walter@altafermentazione.com

www.delirium.be



Prodotta da **Brasserie Huyghe** - Geraardsbergsesteenweg 14 B
9090 Melle, Belgio



A Crailsheim c'è una delle poche birrerie tedesche in grado di offrire un assortimento ampio e differenziato di birre speciali che per le loro caratteristiche ricevono ogni anno dalla DLG tedesca la medaglia d'oro e tanti altri premi, tra i quali l'European Beer Star

Engel Biermanufaktur

Potrebbe tranquillamente definirsi birrificio artigianale eppure, se parlate con i membri della famiglia Fach, proprietaria della Engel di Crailsheim dal 1877, o andate sul sito www.engelbier.de che potrete tranquillamente consultare perché anche in versione italiana, noterete che la definizione è "manifattura di birra". Se le parole hanno un significato, e lo hanno, anzi sono pesanti come pietre quindi dovrebbero sempre essere correttamente utilizzate, è bene ricordare cos'è un manufatto: opera della mano dell'uomo, sia a mano sia anche con l'aiuto di macchine, e di solito con l'impiego o per trasformazione di materie prime. Una parola arcaica che però ben definisce la differenza tra un prodotto di massa e un prodotto speciale. Ecco, la Birreria Engel produce le sue birre, in un assortimento ampio e differenziato, con la stessa cura con cui un artista produce un manufatto, rigorosamente

secondo la legge tedesca sulla purezza della birra del 1516 e sempre rivolta alla ricerca della massima qualità. Situata nella cittadina di Crailsheim, nel land del Baden-Württemberg, dove a metà dell'800 la popolazione contava poche migliaia di abitanti ma ben 13 birrerie, la Engel esisteva già dal 1738 come albergo-birreria, oggi forse si direbbe brew pub, lo attestano documenti che ne valutano la produzione annuale in "150 secchi". È del 1877 l'acquisto da parte di Georg Fach della microbirreria Engel che produceva solo per il proprio consumo. L'avvento della seconda generazione della famiglia Fach con Wilhelm dà l'avvio alla modernizzazione che, con l'arrivo in azienda anche del fratello Friedrich, prosegue grazie a nuove tecnologie, per quei tempi; la crescita implica un parco clienti esterni al locale e quindi porta all'acquisto di mezzi per la consegna. Il trend di

Engel Gold g.a. 5,4% vol.

Siamo di fronte ad una birra artigianale prodotta a bassa fermentazione, dal colore oro luminoso, brillante alla vista, e dal profumo di luppolo in fiore e malto. Il sapore è forte e corposo, si sente il gusto del malto ed un piacevole retrogusto amaro con una leggera nota dolce. Un'ottima lager, prodotta con malto chiaro, ottenuto da selezionato orzo estivo, e da una miscela di luppolo aromatico ed amaro dell'Hallertau.



sviluppo subisce una botta di arresto dopo la 2a guerra mondiale, Crailsheim è rasa al suolo, la birreria distrutta. La famiglia Fach si rimbocca le maniche e ricostruisce la birreria in Haller Straße, esattamente dove si trova tuttora. Da quel momento la Engel è in continua innovazione tecnologica ed in continua espansione, oggi ha 35 collaboratori/dipendenti, produce 65.000 hl di birra e bevande analcoliche, di cui il 60 % di birra alla spina. Arrivata alla 5a generazione, la famiglia Fach tiene vivo un principio assoluto: produrre seriamente e costantemente ottima birra. Le specialità

Engel vengono brassate con l'utilizzo di materie prime particolarmente ricercate, con una fermentazione tradizionale di 7 giorni senza pressione e un periodo di magazzinaggio di almeno 6 settimane a 0°C. Ciò porta ad una maturazione completa particolarmente gustosa e ad una naturale formazione di acido carbonico delle specialità di birra Engel nelle profonde cantine di immagazzinamento. Quattro gli ingredienti di tutte le birre Engel, acqua purissima di fonte, malto, lievito e luppolo. Niente altro, né additivi né conservanti, fresche e vivaci perché non pastorizzate.

L'attuale proprietario Wilhelm Fach è riuscito a coniugare le antiche ricette del fondatore con la nuova tecnologia di produzione della birra.

Tante le birre prodotte, vogliamo soffermarci sulla Engel Gold che, come del resto avviene con tutte le birre di questa manifattura di birra, ha vinto dal 2002 al 2008 la medaglia d'oro per la qualità, riconfermata nel 2010 dalla medaglia d'argento, dalla DLG, acronimo di Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft ossia Società Tedesca per l'Agricoltura, il cui esame è considerato uno dei più selettivi del mondo.



La novità dell'estate di Roman Brouwerij, storica Birreria familiare di Oudenaarde nelle Fiandre occidentali, è una birra stile blanche che si presenta sul nostro mercato in bottiglia da 33cl e da 75cl con tappo di sughero, un packaging particolarmente adatto alla ristorazione, e in fusti da 20 l

BLANCHE DES FLANDRES

IN VETRINA



La stagione che volge all'estate segna un maggior consumo di birra, almeno questi sono i dati nazionali; in particolare si cercano birre meno "robuste", più dissetanti. Anche chi non nutre particolare passione per la birra, quando arriva il caldo, la scopre e chiaramente si orienta verso stili dal sapore delicato, non amaricanti, di bassa gradazione alcolica. Decisamente l'estate è il momento d'oro delle birre di frumento, leggere e fruttate, è il momento delle tedesche weisse e delle belghe blanches. Quest'ultimo stile birraio, bière blanche o witbier in fiammingo, si distingue dalle cugine tedesche pur appartenendo alla stessa categoria di birre di frumento. Qual è la differenza? I mastri birrai tedeschi utilizzano frumento maltato per le loro weizen, i mastri birrai belgi invece scelgono frumento non maltato per produrre le loro blanches, ed è questo che conferisce caratteristiche olfattive fruttate alla birra, e prediligono l'utilizzo di spezie, coriandolo e arancia curaçao, sacrificando il luppolo. Inoltre la legge belga impone che la percentuale di frumento sia almeno del 50% ma permette l'uso di altri cereali, cosa assolutamente inconcepibile in Germania; il cereale preferito è l'avena che, usata in piccole proporzioni, conferisce una morbidezza quasi vellutata al prodotto. Non ultimo, le bières blanches prevedono la rifermentazione in bottiglia, assente nelle weizen.

Le primissime blanches, che risalgono al medioevo, erano prodotte con un mix di erbe aromatiche chiamato "grut" a cui venivano aggiunte spezie quali chiodi di garofano, noce moscata, cumino ed altre. Dopo la scoperta dell'America, la buccia d'arancia seccata Curaçao entrò a far la parte del leone in questo mix che oggi si unisce al coriandolo, già conosciuto fin dai tempi dell'antica Roma, ed è proprio questo mix che dona alla bière blanche un sapore più fruttato e acidulo della cugina tedesca. Non si può dire che la birra "bianca" non abbia una grande tradizione! Ma perché bianca,

visto che seppur velata per i lieviti in sospensione non è certamente di colore bianco? Il motivo risiede nel colore della schiuma che si genera durante la fermentazione.

Storia e tradizione appartengono a questo stile birraio che, incredibile a dirsi, ha rischiato l'estinzione a metà del XX secolo: oggi invece è molto apprezzato e in gran voga. Una blanche è da godersi sempre, estate e inverno, il suo tripudio è però la calda stagione proprio per le caratteristiche che abbiamo appena descritto.

E proprio in primavera la Birreria Roman ha

presentato la sua nuova blanche, Roman Blanche des Flandres, in perfetto stile cioè ad alta fermentazione, rifermentata in bottiglia, con una alcolicità di 5% vol., dal classico sapore fruttato e agrumato ma con scarsa acidulità dovuta alla sua produzione con acqua di grandissima qualità. Sentori olfattivi orientati alle spezie dolci e agli agrumi, mentre al palato propone un gusto leggermente "pungente" e speziato ma comunque leggero grazie alla scorrevolezza del prodotto. Questa ottima bière blanche viene prodotta secondo la tradizione secolare che carat-

terizza le birre Roman, ricordiamo che le origini della birreria risalgono al 1545, ma ha un quid in più nel packaging della bottiglia, in particolare nell'etichetta. Contrariamente a quanto normalmente avviene, qui a predominare è il nome Roman, un marchio di garanzia per il consumatore: garanzia di qualità, tradizione, specialità. Chi beve la Blanche des Flandres deve capire che alle spalle del prodotto c'è la tradizione di una famiglia che da generazione produce birra, senza aver mai tradito la cultura originaria seppur proiettata nella modernità.



Prodotto da 14 generazioni da Birreria ROMAN in Belgio (www.roman.be)
Responsabile Export: Walter Van Nieuwenhove, Cell.: 0032 (475) 938558, E-mail: walter.vannieuwenhove@roman.be

Nuova label birraia che vuole essere un punto di riferimento, una bevanda autorevole per i giovani che esplorano il gusto della vita e sempre vicina alle loro tendenze, anche quelle che ritornano dal passato. Frutto di una filosofia birraia che si sta diffondendo basata su un aspetto nomade, intelligente e colto di Brewing Process che fa capo alle figure di mastri birrai indipendenti italiani, che forniscono il proprio know-how a birrifici esistenti internazionali, per edizioni esclusive e "irripetibili" di birre.



di Daniela Morazzoni



È un nuovo marchio di birra "designed in Italy" ma prodotta in Europa. Le ricette sono firmate da famosi mastri birrai italiani che scelgono le materie prime e producono la birra Bad Brewer presso impianti tecnologicamente avanzati. Il risultato è una birra eccellente, di tendenza e pensata per il più largo pubblico possibile, una grande birra **da bere**, non da degustare.

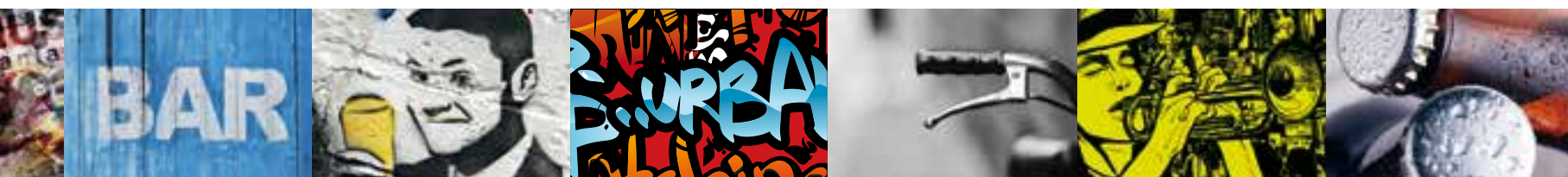
Bad Brewer è una street beer!. Una birra che nasce per essere abbinata elettivamente allo street food delle città, soprattutto il cibo della tradizione popolare: semplice ma sempre irresistibile.

Bad Brewer raccoglie birre inedite firmate da maestri birrai detentori di ricette particolari:

non prodotti di birrificio ma prodotti di veri artisti della birra! E di arte si parla anche nelle etichette, personalizzate con disegni realizzati da artisti italiani. Ogni nuova birra che verrà presentata avrà la firma di un nuovo mastro birraio ed un nuovo artista. Il progetto è stato presentato al Cibus di Parma e le due prime tipologie di birra sono già acquistabili sul sito www.cantinadellabirra.it, aperto a gestori e distributori specializzati.

Le birre sono Amber Ale e Pale Ale, firmate da Andrea Pausler, mastro birraio di birra Amarcord, lanciano con chiarezza il messaggio appena descritto: la birra va bevuta in strada e la sua estetica deve essere legata alla Street Art. Le città cambiano, le strade cambiano e gli stili cambiano in una pul-





sazione vitale, mai uguale a se stessa e in continua evoluzione. La stessa dinamica la troverete nel genio dei Gipsy Brewer, i birrai gitani divenuti birrai cattivi, Bad Brewer appunto, che firmeranno le varie miscele, nel risultato apprezzabile sorso dopo sorso e nella creatività "cangiante" di chi si occuperà dell'art-work. Le etichette della Amber Ale e della Pale Ale partono con una "gabbia editoriale" quasi invisibile, dove interagiscono simboli e caratteri di natura eterogenea, contaminata, aperta. Ma la vitalità e lo spirito "globe trotter" delle birre Bad Brewer porterà nell'evoluzione del progetto al coinvolgimento di artisti di strada ed illustratori che vorranno personalizzare una birra così buona, così sensibile e così di tutti.



Amber Ale g.a. 4,9% vol.

Dal colore arancio con riflessi rosso rubino, schiuma moderata e leggermente dorata, fine con una media persistenza. Al naso rileva immediatamente fragranze agrumate e fruttate, date dall'utilizzo del luppolo americano (Magnum, Willamette e Centennial + Galaxy e Cascade in "dry hopping"), a cui si aggiungono note floreali e resinose. In sottofondo leggeri aromi di malto tostato, caramello e cacao amaro. Al palato vengono riproposti i sentori olfattivi e man mano che la birra si riscalda emergono anche delle leggere note torbate/affumicate. Ha un finale secco e luppolato. Una birra estremamente fresca, ideale nelle calde giornate estive, lascia la bocca desiderosa subito di un altro sorso.

Curiosità: l'utilizzo del luppolo Galaxy in dry hopping accentua le note resinose, floreali e fruttate.

L'acqua utilizzata è stata accuratamente trattata con carbonati e sali per replicare, nel modo migliore, l'acqua utilizzata in questo stile di birra, ovvero quella di "Burton on Trent". Gli appassionati e gli intenditori di birra la chiamano acqua "burtonizzata".

Abbinamenti consigliati: antipasti e primi piatti di pesce, frittura di pesce, primi piatti non particolarmente strutturati tipo la classica tagliatella al ragù romagnolo. Affettati e formaggi freschi anche a pasta molle, petto di pollo, insalata di pollo, verdure alla griglia o al vapore, carne ai ferri e patate fritte. Con la pizza Margherita è eccezionale. Ottimo aperitivo!

Pale Ale g.a. 6% vol.

Dal colore dorato antico con schiuma bianca, fine, compatta, abbastanza persistente. Lascia sul bicchiere i classici merletti di Bruxelles. Il naso viene colpito da un effluvio di note agrumate, floreali, erbacee, luppolate e resinose. In sottofondo si possono rilevare leggeri aromi di miele di acacia e millefiori ed un moderato profumo di caramello e tostato dato dal malto. In bocca si presentauntuosa e vellutata. I luppoli utilizzati (Magnum, Centennial, Chinook e Ahtanum + Galaxy e Cascade in "dry hopping") regalano una sapidità floreale, terrosa, fruttata ed erbacea, classica dello stile. La componente maltata è bassa ma sufficiente per donare note biscottate e di caramello. Il finale è medio secco. Una birra estremamente fresca, ideale per l'estate.

Abbinamenti consigliati: ottima da aperitivo. Per quanto riguarda gli abbinamenti gastronomici: antipasti e primi piatti di pesce, frittura di pesce, primi piatti non particolarmente strutturati, formaggi nostrani, formaggi stagionati tipo il formaggio di fossa di Sogliano e salumi stagionati.

LOCHER BRAUEREI AG 1886

La qualità non è un dato scontato, ma va conquistata con il duro lavoro, unito alla cura, alla dedizione e alla passione.

Questa è la filosofia della famiglia Locher, che ormai produce birra da cinque generazioni ed è rinomata in tutta la Svizzera e a livello internazionale come produttori di birre speciali di alta qualità. Anche se gli amanti della birra stranieri apprezzano sempre più spesso il gusto della Appenzeller Bier, Locher ha scelto di rimanere un piccolo birrificio tradizionale svizzero.

Le birre speciali prodotte da questo storico birrificio presentano un carattere peculiare e inconfondibile, che deriva dalla maestria artigianale, dalla tradizione birraia, da elevati standard qualitativi e dalla cura che viene dedicata a tali prodotti.



APPENZELLER PER L'AMBIENTE



Primo birrificio svizzero a ricevere la certificazione di qualità Knospe da Bio Suisse. Il malto d'orzo e il luppolo utilizzati per la produzione della birra provengono esclusivamente da coltivazioni biologiche controllate.



Pur essendo consapevoli che, malgrado l'impegno a favore della sostenibilità, non si può azzardare le emissioni, il birrificio Locher collabora attivamente con l'organizzazione no profit myclimate.ch, riconosciuta a livello internazionale, per ridurre le emissioni di CO₂. La birra Quölfrisch è stata premiata infatti con la certificazione «Gold Standard».



Brauerei Locher AG ha molto a cuore la promozione dei prodotti svizzeri. Grazie alla collaborazione con Gran Alpin e i contadini di montagna elvetica, sono riusciti a riportare in Svizzera la coltivazione commerciale dell'orzo e a promuoverla in modo sostenibile. Sui campi d'orzo più alti d'Europa, tra 1200 e 1700 metri di altezza sul livello del mare, si semina nel vero senso della parola per raccogliere un prodotto speciale, l'Appenzeller Bier. Con la promozione dell'orzo sulle montagne svizzere si garantisce la qualità costante dell'Appenzeller Bier con ineguagliabili vantaggi. Infatti nelle regioni montane l'orzo da birra matura più tardi, beneficiando quindi di una lunga e grande quantità di luce solare e le forti variazioni di temperatura conferiscono all'orzo da birra un vigore particolare.



Certificazione Biologica

You Tube

Appenzeller Beer



APPENZELLER BIER

LE BIRRE ARTIGIANALI BIOLOGICHE DELLA SVIZZERA TEDESCA

**Disponibili
anche in Keykeg**



GS DISTRIBUZIONE srl

Informazione aree libere: cell. +39 335 311258 - +39 389 6384632 - Tel. 06 20749014

info@gsdistribuzione.com - www.gs-distribuzione.com

Spigolature



BIRRA DELL'ANNO 2014

Il concorso che premia le migliori birre artigianali italiane per la prima volta protagonista assoluto a Rimini Fiera. Questa la giuria internazionale con i più noti critici e degustatori a livello mondiale: Flavio Boero (Quality Assurance Manager per Carlsberg Italia e Presidente di Giuria) Evan Rail, Carl Kins, Jos Brouwer, Fulvio Giublena, Derek Walsh, Marco Giannasso, Luca Giaccone, Andrea Camaschella, Simone Cantoni, Andrea Turco, Sergio Riccardi, Alessandro Coggi, Andreji Olkowsky, Luca Celoria, Francesca Morbidelli, Giorgio Marconi, Daniele Merli, Ivan Chramosil, Mirko Jacovino, Yves Paneels, Adrian Tierney-Jones, Alessandra Agrestini, Marco Piraccini, Hervé Loux, Sylvia Kopp, Eugenio Pellicciari, Michael Adamik, Eduardo Villegas, Alfonso Del Forno, Luca Gatteschi, Manila Benedetto, James Davies, Gianriccardo Corbo, Renato Nesi, Paolo Celoria, Danilo Cippolini, Alessio Facchini, Marco Degli Esposti, Daniele Fiorini, Enrico Lovera. *Ognuno di loro diventa, almeno per un giorno, ambasciatore della birra italiana artigianale all'estero, così* **Simone Monetti, Direttore Generale di Unionbirrai**, l'associazione nazionale organizzatrice dell'evento che aggiunge, *fuori dai confini italiani il mercato dimostra senza dubbio di essere molto interessato al nostro prodotto e la partecipazione a titolo gratuito di esperti internazionali ne è la riprova.*

Il contest ha visto la partecipazione straordinaria della coppia **Fede e Tinto**, animatori della famosa trasmissione radiofonica **Dencanter**, a cui è stata affidata la "conduzione" della cerimonia finale del concorso con la premiazione. Ecco le medaglie d'oro di ciascuna delle 26 categorie stilistiche ammesse:

categoria 1 Chiare, bassa fermentazione, basso grado alcolico, "Italian lager": **La Grigna** del Birrificio Lariano

categoria 2 Chiare, alta fermentazione, basso grado alcolico, Golden Ale: **Gassa d'Amante** del Birrificio del Forte

categoria 3 Chiare, alta fermentazione, basso grado alcolico, Kolsch: **Auria** di Croce di Malto

categoria 4 Ambrate e scure, alta e bassa fermentazione, basso grado alcolico, d'ispirazione tedesca: **Scubi** del Birrone

categoria 5 Bassa fermentazione, alto grado alcolico, d'ispirazione tedesca: **Doppel Bock** del Birrificio Birra Elvo

categoria 6 Ambrate, alta fermentazione, basso grado alcolico, d'ispirazione anglosassone: **Lilith** di Brùton

categoria 7 Chiare e ambrate, alta fermentazione, basso/medio grado alcolico, luppolate, d'ispirazione anglosassone (IPA): **Re Ale** di Birra del Borgo

categoria 8 Chiare e ambrate, alta fermentazione, basso/medio grado alcolico, luppolate, d'ispirazione americana (APA): **Gaina** del Birrificio Lambrate

categoria 9 Chiare e ambrate, alta fermentazione, alto grado alcolico, luppolate, d'ispirazione angloamericana: **Ratio** del Birrificio dei Castelli

categoria 10 Scure, alta fermentazione, luppolate, d'ispirazione angloamericana: **2 di Picche** del Birrificio Menaresta

categoria 11 Strong Ale d'ispirazione angloamericana: **Negramara Extra** del Birrificio Terranova

categoria 12 Scure, alta fermentazione, basso grado alcolico, d'ispirazione angloamericana: **Nocturna** di Kamun

categoria 13 Scure, alta e bassa fermentazione, alto grado alcolico di ispirazione angloamericana: **Brixia Nera** del Birrificio Curtense

categoria 14 Alta fermentazione, alto grado alcolico di ispirazione angloamericana (Barley Wine): **Terre 2010** di Baladin

categoria 15 Birre con frumento maltato, di ispirazione tedesca: **Cibus** del Birrone

categoria 16 Chiare, alta fermentazione, basso grado alcolico, di ispirazione belga: **Seta** del Birrificio Rurale

categoria 17 Chiare, alta fermentazione, alto grado alcolico, di ispirazione belga: **Blondie** di La Gastaldia



categoria 18 Score, alta fermentazione, alto grado alcolico, di ispirazione belga: **Panela** di Dada

categoria 19 Spezie e cereali, alta e bassa fermentazione: **Sofronia** di MC77

categoria 20 Affumicate, alta e bassa fermentazione: **Preda** di Statalenove

categoria 21 Affinate in legno, alta e bassa fermentazione: **Lune** 2012 di Baladin

categoria 22 Birre alla frutta, alta e bassa fermentazione: **Rubus** di Birra del Borgo

categoria 23 Birre alla castagna, alta e bassa fermentazione: **La Brusatà** di Aleghe

categoria 24 Birre acide: **Chrysopolis** del Birrificio del Ducato

categoria 25 Birre al Miele: **Melita** di La Gastaldia

categoria 26 Birre con mosto di uva, alta e bassa fermentazione: **Moscata** del Birrificio Birranova

Il premio speciale **Birrificio dell'anno**, che va al produttore con la migliore sommatoria di punteggi, è stato attribuito al **Birrificio Baladin**.



Premio CEREVISIA 2014

Anche per quest'anno, il **Comitato Promotore del Banco Nazionale di Assaggio delle Birre**, formato dalla **Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Perugia**, dal **Centro di Eccellenza per la Ricerca sulla Birra dell'Università degli Studi di Perugia (CERB)**, dalla **Regione dell'Umbria**, dal **Comune di Deruta** e dall'**Associazione degli Industriali della Birra e del Malto (AssoBirra)**, indice il **Concorso Nazionale** per l'assegnazione del Premio "CEREVISIA Ed. 2014". Il premio, alla sua seconda edizione, è riservato alle **birre di qualità** ottenute da birrifici con impianti produttivi e sede legale situati sul **territorio italiano**.

Saranno premiate le prime diciotto migliori birre, suddivise in base alla provenienza geografica (nord, centro, sud e isole) ed al tipo di fermentazione (bassa o alta fermentazione).

Inoltre sarà prevista la Menzione speciale di "**Birra Italiana dell'anno**", riservata ai birrifici entrati in produzione a partire dal 1° gennaio 2012.



Birra Expo a Piacenza

Oltre 18mila visitatori hanno affollato la grande sala di Piacenza Expo che è stata adibita ad accogliere birrifici artigianali italiani e stranieri per la 1a edizione di Birra Expo, il Salone Nazionale della Birra Artigianale. *Come prima edizione siamo più che soddisfatti, ha dichiarato Cesare Rusalen che con la sua Estrela sas ha organizzato la rassegna, la gente ha risposto bene con un'affluenza importante soprattutto nella giornata del sabato. Sono contento anche per i contenuti offerti da Birra Expo: dai convegni agli incontri tecnici, dai laboratori di degustazione agli happening serali. Abbiamo creduto fin dall'inizio in un contenitore d'idee e di scambio d'informazioni e non solo nella ricchezza, davvero importante, dell'offerta birraria e gastronomica. Quindi, a manifestazione conclusa, siamo contenti. E l'anno prossimo faremo ancora meglio.*

Oltre al numero di visitatori appassionati, Birra Expo ha visto anche una buona affluenza di operatori del settore e di comunicatori. Diversi gli incontri di business nell'atmosfera di grande festa, ottima partecipazione ai laboratori di degustazione tenuti da Kuaska, il più noto esperto italiano di birra, applausi a scena aperta per il Live Show della Big Jazz Band di Paolo Tomelleri e per il sipario comico con Dario Vergassola e lo stesso Lorenzo Dabove.

Grande interesse infine per il "Popolo di Brig", associazione che dal 2004 si occupa di studiare e divulgare la civiltà dei Celti e dei Liguri, che per l'occasione ha offerto ai visitatori la possibilità di assaggiare una birra prodotta secondo gli antichi metodi di un tempo partendo da un ritrovamento nella necropoli celtica del VI secolo a.C. di Pombia (Novara).

Ricordiamo alcuni dati di Birra Expo: circa 60 birrifici italiani, oltre una decina di rappresentanze straniere (dagli Stati Uniti alla Germania, dalla Gran Bretagna ai Paesi Scandinavi), stand di attrezzature e impiantistica per la produzione della birra, stand gastronomici che hanno saputo valorizzare la cucina etnica e lo street food passando per i prodotti tipici italiani.

Siamo convinti, ha concluso Cesare Rusalen, di aver offerto una panoramica a 360 gradi di quello che è il mondo della birra artigianale oggi in Italia e di tutto ciò che gli ruota intorno. Questo, in una cornice come quella di Piacenza Expo, che si è rivelata strategica sia per i servizi offerti sia per la collocazione geografica, così come per la facilità d'accesso e la comodità dei parcheggi.



GOUDEN CAROLUS CLASSIC

PREMIATA
COME LA

**MIGLIORE
BIRRA SCURA
DEL MONDO**

WBA¹²
**WORLD
BEER
AWARDS**
WORLD'S BEST
DARK

PREMIATA
COME LA

**MIGLIORE
TRIPLE
DEL MONDO**

WBA¹²
**WORLD
BEER
AWARDS**

WORLD'S BEST
PALE
BELGIAN
STYLE TRIPEL

GOUDEN CAROLUS TRIPEL



Il birrificio Het Anker è un birrificio a conduzione familiare che già da 5 generazioni fabbrica la birra nel Gran Beghinaggio di Mechelen (Belgio), incluso nella lista del Patrimonio dell'umanità dell'UNESCO. Su questo sito si fabbrica la birra già dal Medioevo (1471). Ancora oggi le birre speciali Gouden Carolus Classic e Gouden Carolus Tripel, premiate diverse volte, sono prodotte nelle caldaie di rame della autentica sala di brassaggio.

GS DISTRIBUZIONE SRL: Informazioni aree libere: Cell.+39 335311258/+ 39 3896384632 – Tel. 06.20749014 –
E-MAIL: info@gsdistribuzione.com – <http://www.gs-distribuzione.com/>





DENTRO LA COTTA

Delia

Per chi non la conoscesse, si tratta della pilsner estiva del **Birrificio Italiano**: fresca e profumata, dai soli 4,3 gradi alcolici. Birra originale, leggera ma di grande e sorprendente "spessore", che i suoi creatori ebbero a definire "chiara, leggera e inusuale. Il fruttato e l'erbaceo di uno straordinario luppolo tedesco, ancora in fase di sperimentazione "sul campo", incontrano il leggero abboccato e le note mielose di un malto lavorato a terra (floor malt) secondo l'uso antico. È l'alternativa estiva alla intramontabile Tipopils, per chi cerca allo stesso tempo leggerezza e gusto.



NOVITÀ PER L'ESTATE DEL BIRRIFICIO GJULIA

Il Birrificio friulano Gjulia ha presentato le novità per la stagione 2014. Le nuove nate sono **Strong** della linea Toz, caratterizzata da un'immagine fresca con il logo a fumetto, e **Nostrana** della linea Gjulia, dedicata ad un pubblico più esigente. Strong è una bionda speciale ad alta fermentazione, di 6 gr.alc., che ricorda lontanamente una American Pale Ale, ha un colore giallo intenso, al naso si ha una buona percezione luppolata che ricorda i luppoli americani e in bocca il cereale si combina bene con questi sentori. L'amaro è ben percepibile ma non invadente. Nostrana è una birra in stile Golden Ale ed è caratterizzata dal colore giallo oro. Possiede una bassa alcolicità (5% vol.) e la sua nota fondamentale è l'uso di malti e luppoli biologici, tra i quali la varietà Nelson Sauvin che la caratterizza sotto il profilo aromatico. L'uso insistito di questo luppolo in dry-hopping ne conferisce il particolarissimo aroma, difficile da riscontrare in qualsiasi altro prodotto. Al gusto si scopre fresca e dissetante e conserva anche nel sapore il profumo di frutti tropicali.



BIRRA MATELDA

È nata ad aprile la prima Birra Artigianale Casentinese D.O.C. che trae il proprio nome dalla Contessa Matelda vissuta a Poppi nel XIII secolo. Tre le birre prodotte, tutte ispirate nel nome alla leggenda della contessa che si narra ricevesse tutte le sere amanti diversi e li facesse uccidere per mantenere il segreto... alla fine fu murata viva nella Torre dei diavoli. Ecco spiegato il logo del nuovo birrificio ed i nomi delle birre, **Ribelle**, **Amante** e **Passione**. Tutte ad alta fermentazione, Ribelle è ottenuta con farro coltivato nella vallata del casentino e si presenta di color giallo tenue con riflessi aranciati, schiuma fine con finale piacevolmente fresco, agrumato e aromatico; Amante è in stile ale, di colore giallo oro, schiuma persistente e compatta, aroma di note fruttate con finale fresco e beverino; Passione, doppio malto ottenuta da una miscela di malti e luppoli speciali, ha colore oro carico, schiuma compatta e profumata di sentori floreali, gusto rotondo e deciso, elegante al palato.



Birra Antoniana Bionda

Il birrificio padovano presenta la nuova Bionda in bottiglia da un litro con tappo meccanico, per preservare la fragranza di questa novità che va a coronare la gamma di specialità *made in Italy* targate Birra Antoniana. La nuova arrivata è una lager dal corpo morbido e vellutato, scorrevole in bocca e rinfrescante, ma capace di conquistare il gusto e l'olfatto grazie all'impatto sensoriale dato dalle note maltate. Una specialità capace di farsi ricordare, così come gli altri prodotti del Birrificio Antoniano: chi le ha assaggiate, non può scordare velocemente la dolcezza maltata della stile *Vienna* **Birra Antoniana**, gli aromi intensi ed esotici dati dal luppolo a **Birra Altinate**, il profumo di caramello, liquirizia e mandorla di **Birra Santa Lucia** o, per finire con l'ultima nata, la rinfrescante scorrevolezza di **Birra Scudata**.



32. Via dei birrai

Tel. +39.0423.68.19.83
www.32viadeibirrai.it



Via della Vittoria, 2 - Levada di Ponte di Piave (TV)
tel. 0422.202188 - fax. 0422.0247384

FABBRICA BIRRA ARTIGIANALE
ERBA (CO)
www.doppiomalto.it




**PICCOLO
BIRRIFICIO
CLANDESTINO**



Doppio Malto *Brewing Company*

di Roberta Ottavi

Per tutti è il “birrificio di Erba”, la città del comasco dove ha iniziato la sua attività esattamente 10 anni fa. Sono proprio di questi giorni i festeggiamenti per il decennale e nell'occasione Alessandro Campanini, anima del birrificio, creerà una birra “a due mani” con l'amico Cavalcanti del birrificio brasiliano Bodebrown... non mancherà occasione di rendervene conto.



Doppio Malto nasce dalla passione e dai viaggi verso l'America del Nord di Alessandro Campanini dove ha imparato a conoscere il mondo delle birre artigianali. Formatosi come mastro birraio presso il Niagara Falls Brewing Company in Canada, inutile dire che si trova vicino alla cascata del Niagara e che è un birrificio che ha fatto la storia del movimento artigianale canadese, Alessandro Campanini al suo ritorno in Italia convinse tre amici, oggi soci, a fondare un birrificio artigianale a Erba, provincia di Como. Nasce come brew pub, con la produzione di birra e l'offerta gastronomica, le due passioni di Alessandro, e cresce in breve tempo; oggi le birre Doppio Malto esaudiscono le richieste del locale che ha, fra interno ed esterno, 550 posti a sedere, e sono commercializzate, in bottiglie da 50cl e 75 cl così come in fusti da 20 e 25 litri, in Italia e all'estero. Le birre sono tutte prodotte nella sede di Erba, dove viene svolto l'intero ciclo di produzione: dalla preparazione del mosto alla fermentazione e maturazione, usando

solo acqua, malto d'orzo, luppolo, lievito ... e niente altro. *Una cosa la aggiungiamo, ci dice Alessandro, la nostra passione e la professionalità che ci accomuna. E prosegue: ho già avuto modo di dirti che amo il buon cibo, infatti all'interno del locale, oltre alla mescita diretta delle birre prodotte, facciamo ristorazione, organizziamo cene e/o riunioni aziendali con sala a disposizione per l'intera giornata, addirittura diamo un servizio con fornitura di birra e banchi frigoriferi di spillatura adatto per feste private e associazioni... ma l'anima del birrificio rimane sempre la birra artigianale prodotta grazie anche agli altri mastrobirrai, Manolo e Alex. Sottolineo che l'intero staff, che si occupa della produzione di birra, si è formato presso il birrificio senza mai avvalersi di birrai esterni. Le gratificazioni per il lavoro fin qui svolto e i premi ricevuti, conclude Alessandro, ci invogliano a sperimentare, continuando a miscelare materie prime di ottima qualità per nuove birre da proporre ai nostri clienti. Andiamo quindi a conoscere le birre di Doppio Malto Brewing Company.*



Mahogany Ipa g.a. 6% vol.

Birra ramata stile india pale ale che in Birrificio amano chiamare coloniale. Sprigiona un intenso profumo con note fruttate di prugna, sentori di agrumi tipici di luppoli made in U.S.A. La generosità della gradazione alcolica rende questa birra piena e calda al palato, note amaricanti dei luppoli rendono l'amaro persistente anche nel retrogusto con un finale secco e dissetante.

Oak Pils 4,8% vol.

Birra chiara stile pils, dal profumo intenso, persistente, fine e gradevole all'olfatto, note di cereale ed erbaceo, accompagnate da sentore di pane. Anche nel gusto si ritrovano le note di cereale. Si distingue per il suo amaro ben integrato di lunga durata.

Brass Weiss 4,5% vol.

Birra chiara e velata stile weizen, quindi di frumento in stile tedesco. Al naso è fruttata, con sentori di lievito, banana e pera williams, al palato si sentono note dolci che si accompagnano alla frutta matura. Vivacemente frizzante, leggera e rinfrescante.

Rust Ale 5,5% vol.

Birra ambrata stile ale, si distingue per il moderato tenore alcolico ed il colore ambrato carico. Ha un profumo fine, note fruttate prugna e uva sultanina, sentori caramellati di zucchero di canna, sfumature di frutta matura. Il gusto è amaro e morbido, rotondità che riempiono il palato. Ritroviamo tutti i sentori fruttati che si percepiscono nel profumo. Retrogusto con note di mandorla e rabarbaro.

Stone Ale 6,5% vol.

Birra ambrata doppio malto stile ale (chiariamo per l'en-

nesima volta che per la legge italiana sono chiamate doppio malto le birre con più di 6° gradi alcolici). Profumo intenso, note di malto, caramello, e miele, calore tannico dato dall'alta fermentazione. Ben strutturata, gusto armonico e maltato con note di mandorlo, che conferiscono a questa birra un piacevole retrogusto amarognolo.

Old Jack 6,3% vol.

Birra scura tipo chocolate stout, moderatamente luppolata, lascia spazio al malto chocolate che ne evidenzia il sapore tostato e la rende più fruttata. Gusto amabile, morbido, la generosa gradazione alcolica la rende calda al palato. Cioccolato e liquirizia prevalgono nel retrogusto su tutto, conferendogli un retrogusto persistente e amaro.

Bitterland 5% vol.

Birra dorata stile bitter, prodotta con cinque luppoli americani selezionati in due anni di viaggi negli U.S.A. del mastro birraio. Ha un profumo intenso e fresco, tra cui spicca su tutti l'agrumato; al palato ritroviamo l'intensa freschezza del bland di luppoli americani. Una birra secca e dissetante con note di amaro persistente.

Zingibeer 7% vol.

Birra ambrata tipo ginger ale, prodotta usando zenzero fresco che le conferisce proprietà rinfrescanti e digestive. Appena si avvicina il naso al bicchiere sprigiona un intenso profumo di ginger (zenzero), sentori di caramello dati dalla generosità del malto usato in produzione. Nel palato ritroviamo intensamente il ginger che scalda la bocca producendo un effetto quasi balsamico, note di caramello che anticipano il retrogusto amaro di nocciole e mandorle da attribuire alla speziatura del ginger e del luppolo americano utilizzato.

A un anno dalla sua uscita, il volume "Demetra. Interpretazioni d'autore", realizzato da Demetra in collaborazione con l'Associazione Professionale Cuochi Italiani, continua a riscuotere interesse. In questo numero vi proponiamo una ricetta dello Chef Antonio Arfè perfetta per la stagione.

Calamaro del Vesuvio, olive kalamata e pomodori tuttosole

Ingredienti per 4 porzioni: 4 calamari di media grandezza; per la farcia: 200g di patate lesse, 1 busta di purea di patate in fiocchi, 20g di prezzemolo tritato, 150g di pomodori "Tuttosole" Demetra, 120g di olive kalamata Demetra, sale e pepe q.b.; per la salsa base: 360g di pomodori "Tuttosole" Demetra, 400g di misto mare per insalata, ½dl di olio extra vergine d'oliva, 1

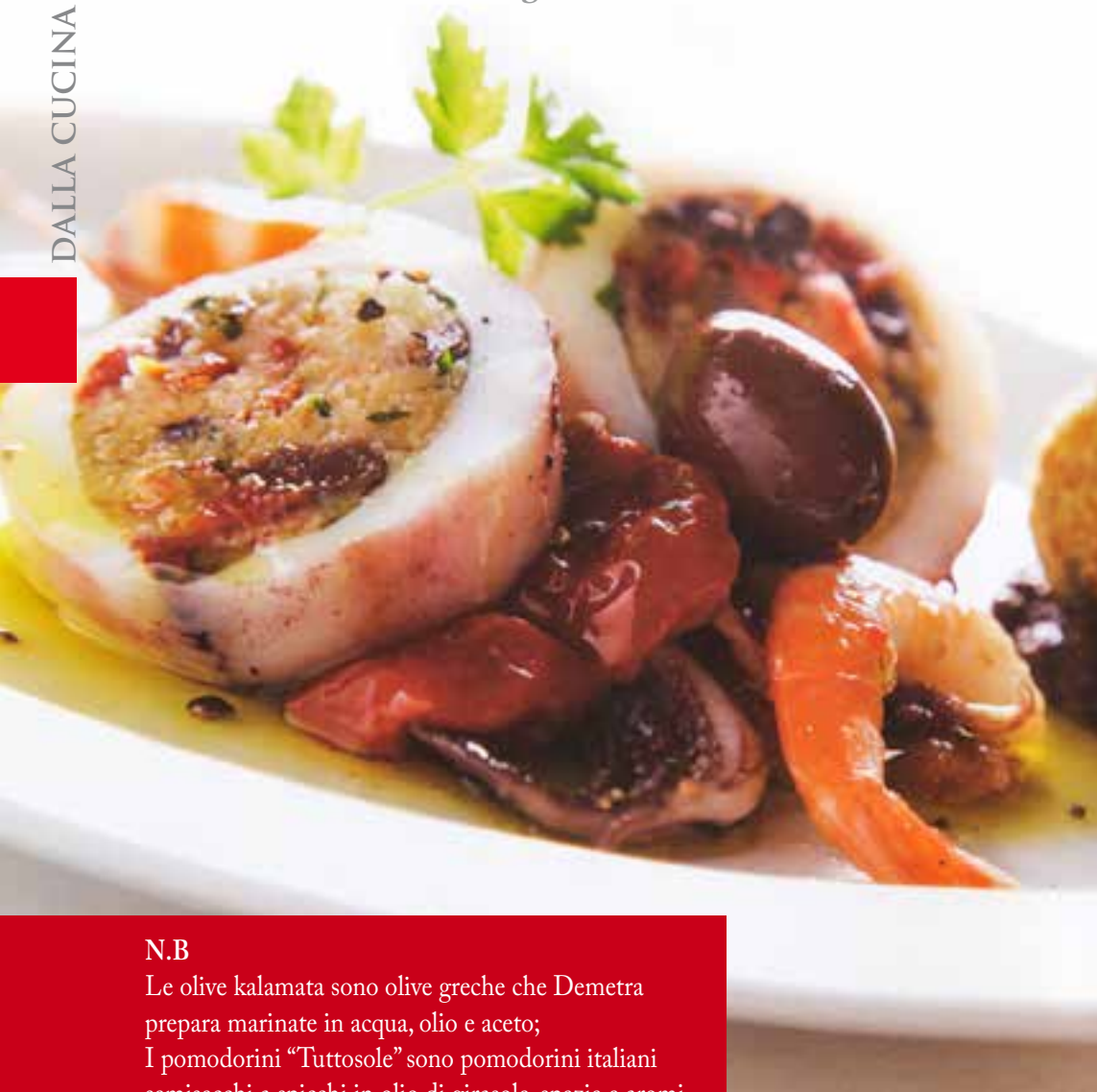
spicchio d'aglio, ½dl di vino bianco, sale e pepe q.b.; per la pastella: 50g di farina, 60-70g di acqua, sale q.b., ¼dl di olio di arachidi (da usare per frittura); per l'impanatura: 150g di pane grattugiato, 50g di farina gialla; per guarnire: 1 ciuffetto di prezzemolo riccio, 8 gamberi di media grandezza; per la crema di olive: 150g di olive kalamata Demetra, 1 cucchiaino di olio.

Procedimento

Eviscerare i calamari. Per la farcia: Schiacciare le patate lesse, aggiungere una busta di patate in fiocchi, condire con un trito di prezzemolo, olive e pomodori tagliati a brunoise, salare e pepare. La farcia deve risultare molto consistente e asciutta.

Per la salsa: Soffriggere l'aglio nell'olio bollente, aggiungere il preparato misto mare, le teste intere dei calamari e i gamberi; sfumare con il vino bianco, aggiungere i pomodori ridotti in dadolata e cuocere a fiamma moderata fino a completa asciugatura dei liquidi, salare e pepare. Con la farcia rimasta formare due noci, passare nella pastella e impanare nel composto di farina gialla e pane grattugiato.

Per la crema di olive: Mettere tutti gli ingredienti nel cutter e frullare. Farcire i calamari, disporre uno ad uno in un foglio di carta, condire con qualche pomodoro e olive snocciolate. Chiudere a forma di caramella e cuocere a vapore per circa 15 minuti; raffreddare in modo da poter ricavare degli anelli. In un piatto da portata stendere un po' di salsa come base, adagiare gli anelli di calamaro e guarnire con due gamberi, la testa e il pomodoro unitamente alla polpa di oliva. Friggere in olio bollente le due noci di farcia e disporre nel piatto coperte da pochissima crema di olive.



N.B

Le olive kalamata sono olive greche che Demetra prepara marinate in acqua, olio e aceto; I pomodorini "Tuttosole" sono pomodorini italiani semisecchi a spicchi in olio di girasole, spezie e aromi.



La freschezza
che conquista.

Demetra offre oltre 24 tipi di carciofi selezionati e cucinati con amore.



Demetra seleziona e cucina i migliori carciofi basandosi sulle tradizionali ricette della cucina italiana e utilizzando le migliori tecnologie. A disposizione di tutti gli operatori della ristorazione Demetra offre un'ampia scelta di carciofi ricettati, al naturale, sott'olio oppure trifolati con prelibate spezie ed aromi per soddisfare tutte le esigenze in cucina e in pizzeria.



*Ingredienti di Qualità
per la Ristorazione Moderna*

www.demetrafood.it

Abbiamo annunciato a suo tempo che la nota azienda di specialità alimentari Svevi aveva cambiato sede, sempre restando a Migliarino Pisano, ed ingrandito il suo stabilimento che oggi vanta un'area di 1500mq con un magazzino in grado di ospitare 400 bancali di merce ed avendo a disposizione 5 grandi celle frigorifere. Oggi giunge in redazione un'altra novità!

SEMPRE PIÙ SVEVI

L'obiettivo dell'espansione della Azienda Svevi, oltre a quello ovvio di avere più spazio per lo stoccaggio e migliorare così il servizio logistico, ricordiamo che dalla sede partono corrieri per tutta Italia con grande puntualità di consegna... non a caso le origini sono tedesche, l'obiettivo, dicevamo, era quello di poter

sporzionare e produrre a richiesta del cliente così da offrire confezioni personalizzate sulle più varie esigenze. Finalmente l'obiettivo è raggiunto perché è arrivato il nulla osta per la produzione e quei 400mq adibiti a questa lavorazione entreranno in funzione al 100%. *Siamo molto soddisfatti*, ci dice Camillo Tubak, responsabile commerciale e socio dell'Azienda, *perché il nostro vanto da quando abbiamo aperto l'attività, ed era il 1980, è sempre stato il servizio, dato dalla gamma di prodotti "originali" e di qualità, ed oggi la nostra gamma è veramente ampia e variegata, a cui si è sempre unita la precisione e la rapidità di consegna; nel tempo abbiamo sempre più sviluppato altre forme di supporto alla clientela, dalla consulenza ad azioni di marketing. Oggi, potendo produrre noi stessi per il cliente, siamo in grado di dare un quid in più che è molto importante, un autentico valore aggiunto per i nostri concessionari e per i gestori di un locale: dosi, quantità, confezioni potranno essere personalizzate. Ci siamo sempre vantati di dare servizio a 360°, questo nulla osta che abbiamo ottenuto dimostra che non ci culliamo sugli allori ma quella che è la nostra filosofia, soddisfare il cliente in tutto e per tutto, non ha mai un suo punto di arrivo ma mira sempre più in alto, per affrontare il futuro con sempre maggiori servizi e qualità. Da sempre Svevi annovera questi due elementi come un fiore all'occhiello e questa novità legata alla produzione ne è la conferma.*



Dal 1980
il punto di riferimento
per le specialità
tedesche e bavaresi

www.svevi.com - svevi@svevi.com - Tel 050/804683

Amaro artigianale al Luppolo

La nobiltà di 3 diversi luppoli, l'armonia delle spezie, la forza di 30 erbe.




APPENZELLER BIER
www.appenzellerbier.ch

GS DISTRIBUZIONE srl

Informazioni aree libere: cell.+39 335.311258 • + 39 3896384632 - Tel. 06.20749014 • info@gsdistribuzione.com - www.gs-distribuzione.com



Con la bella stagione, cosa simboleggia di più il piacere di mangiare all'aperto se non un braciere ardente su cui cuociono succulenti carni, ghiotti pesci, fresche verdure, prelibati formaggi? Per tutti i locali che hanno il giardino estivo o una terrazza, il barbecue diventa un evento da promuovere per attrarre clienti.

C'è un'infinità di cose da dire sulla cottura al barbecue, i più curiosi possono "sfantazzarsi" sul portale BBQ4All creato dallo chef Giancarlo Lo Cascio, ambasciatore di Weber-Stephen, uno dei principali produttori americani di barbecue a carbone, a gas ed elettrici. E proprio su questo marchio vogliamo soffermarci perché punta ad un design innovativo, crea dei barbecue facili da utilizzare e soprattutto garantisce prestazioni ottimali per la cottura degli alimenti. Con una propria filiale in Italia, in provincia di Vicenza, aperta nel 2008 e guidata da Alessandro Radin alla Direzione Generale, Weber-Stephen si presenta sul nostro mercato con una capillare distribuzione supportata da personale competente in grado di consigliare nella scelta di acquisto di un barbecue, nel migliore utilizzo dello stesso e nelle opportunità d'uso della vasta gamma di accessori in commercio. Che siano a carbone, a gas o elettrici, i barbecue Weber offrono una cottura sana e

TEMPO DI BARBECUE

GRILL ACADEMY

Si alzano i sipari sulle prime tre Grill Academy italiane di Weber-Stephen, queste le location prescelte per il lancio di quelli che diventeranno i luoghi di incontro favoriti dagli appassionati di cucina alla griglia, professionisti o liberi cultori: Milano, al garden Agri Brianza in località Concorezzo, Vicenza, presso l'Università del Gusto, e Torino, presso il ristorante del Peraga Garden Center. Coordinata dallo chef e grill master di Weber Gianfranco Lo Cascio, la Grill Academy di Weber si trasforma da itinerante a realtà stabile ubicata presso sedi qualificate in tutta Italia dove propone eventi, attività e corsi per migliorare le abilità al barbecue degli iscritti. Tre i principali format di insegnamento previsti. Con il corso **We Show** i neofiti potranno apprendere le basi della cottura al grill, con **We Cook** i corsisti sperimenteranno sul campo situazioni più elaborate, con la formula **We Experience** sarà invece possibile usufruire di veri e propri corsi di cucina su misura, a richiesta, oltre a utilizzare la Grill Academy per iniziative aziendali di team building e formazione.

una cucina saporita senza l'aggiunta di grassi. Sono ideali per ogni tipo di ricetta: carni aromatizzate o marinate, pesce al cartoccio, crostacei e frutti di mare... ottime anche le pizze! Il sistema di cottura con coperchio chiuso permette di controllare l'omogeneità del calore e la temperatura di cottura. La carne così come il pesce, le verdure o i piatti più delicati conservano le proprietà nutritive, i profumi e i sapori. Le brevettate barre Flavorizer dei barbecue a gas Weber, in particolare, consentono di sfruttare i succhi di cottura degli alimenti che, entrando in contatto con

le barre, vengono restituiti ai cibi sotto forma di vapore. Realizzate in acciaio smaltato o inox, le barre Flavorizer riducono il rischio di fiammate improvvise ed eliminano i grassi, diffondendo allo stesso tempo un profumo delicato e gradevole.

La gamma dei barbecue Weber è talmente vasta da permettere di soddisfare qualsiasi esigenza. Ogni serie di barbecue è caratterizzata da un design distintivo, dalla qualità e dalla finitura elegante. Linee fluide, materiali preziosi e colori giocosi: un modo per regalare serenità e piacevolezza fin dalla vista.

A carbone, a gas o elettrici, la scelta è solo una questione praticità d'uso perché test dimostrano che non vi è alcuna differenza tra i tre metodi di cottura. Possiamo dire che agli amanti dell'immagine tradizionale del barbecue, un rito che prevede l'uso del carbone e la gestione delle braci, è dedicata la gamma a carbonella; agli utilizzatori abituali del barbecue, a quanti prediligono un sistema semplice e veloce per grigliate frequenti è pensata la gamma a gas; a chi dispone di piccoli spazi aperti o terrazzi va invece la versione elettrica. Il gusto non cambia!



NOVITÀ 2014

**ONE TOUCH ORIGINAL
CON TERMOMETRO INTEGRATO.**

Dimensioni griglia: 44,5 cm;
Numero coperti: 6. prezzo € 179

CARATTERISTICHE: braciere e coperchio in acciaio smaltato; impugnature in nylon rinforzato con fibre di vetro; termometro integrato; valvola d'aerazione in alluminio; griglia di cottura in acciaio cromato e griglia focolare in acciaio; coppetta portacenere in alluminio; supporto per il sostegno del coperchio; ruote in plastica termoisulata resistente alle intemperie.

- 
- 1 - Strategie digitali nella ristorazione
 - 2 - LA PRESENZA WEB: SITO E CANALI SOCIAL**
 - 3 - Newsletter e Direct Email Marketing
 - 4 - Il Social Media Marketing
 - 5 - Il mondo delle App
 - 6 - Buzz Marketing: il "rumore" della rete

Web marketing
Un approfondimento
in 6 tappe

LA PRESENZA WEB: SITO E CANALI SOCIAL

di Luca Fagiani



Siti internet e social media parlano linguaggi in continua evoluzione, da monitorare e interpretare, per anticipare le tendenze e programmare le attività di marketing connesse. Esperienza comune a molte aziende, attente a proporre un profilo moderno della propria comunicazione e a trarne i relativi vantaggi in termini commerciali, è l'intensa attività di aggiornamento delle proprie piattaforme digitali, spesso oggetto di lunga progettazione e faticosa realizzazione, ma che in breve tempo possono risultare obsolete e superate dalle nuove linee guida imposte dal web, in termini di stile, interfaccia utente,

infrastrutture tecniche e soprattutto abitudini d'uso dei "navigatori".

Un'efficace campagna di web marketing distingue anzitutto tra sito e canali social, progettando il primo come elemento istituzionale, in grado di potenziare l'attrattiva del marchio e raccontare i valori aziendali, e valutando i media sociali come unico grande ambiente in cui scegliere le applicazioni più adatte alla propria tipologia di attività, instaurando con il cliente una relazione che si aggiorna, si verifica con stimoli di partecipazione (dagli sconti ai contest), si lascia orientare sui temi e premia la fedeltà degli utenti più coinvolti.



Il sito: una galleria con i quadri alle pareti e una porta alla fine del corridoio...

Sito internet vuol dire nella percezione comune disporre di una brochure digitale da sfogliare al click, raccontare la mission della propria avventura imprenditoriale ed essere facilmente contattabili, potendo gestire con immediatezza le diverse richieste di informazione. Nella ristorazione in particolare un sito è molto di più: è insieme l'accoglienza, il menu, la capacità di orientare la scelta fino alla possibilità di prenotare un tavolo. Per comprendere gli aspetti fondamentali, procederemo per punti, certi che le indicazioni fornite possano e debbano essere interpretate e adattate alle specifiche esigenze di ogni attività.

1. L'accoglienza. Indispensabile come in tutti i locali, perché anche un sito internet accoglie e indirizza nelle scelte, in questo caso di navigazione. Ambiente confortevole vuol dire toni, colori e descrizioni in linea con l'esperienza che si concretizzerà nel locale, ampia photo gallery delle sale e dei dettagli di arredo, con immagini di qualità realizzate da professionisti. Sarà bene considerare anche un suggestivo virtual tour (il migliore è quello offerto da Google Business Photo, che contribuisce all'indicizzazione del sito sui motori di ricerca) e un video istituzionale di atmosfera, nel quale titolare e gestore sappiano raccontarci chiaramente almeno tre motivi per preferire il proprio locale agli altri.

2. Il menu. Le statistiche dimostrano che nei siti dei ristoranti oltre il 60% delle pagine viste sono relative alla descrizione dell'offerta gastronomica, dai pdf dei menu (meglio senza prezzo) alle gallery dei piatti più rappresentativi, che vanno arricchite da video di preparazione, piccole clip con montaggi vivaci, non superiori a due minuti e possibilmente "embeddati" da un canale

Youtube, gratuito e indispensabile per gestire flussi di traffico alti senza intasare le infrastrutture.

3. Agganciare il cliente. I modi sono molteplici, ne segnaliamo due facili da gestire: anzitutto un form di registrazione che garantisca un vantaggio reale (coupon sconto, limitato nel tempo) e poi un widget di prenotazione, con servizi tecnici forniti da piattaforme esterne, che a un piccolo costo percentuale (circa 1 euro a coperto) consentono all'utente di riservare in un click il proprio tavolo. È importante specificare che nel caso in cui l'accesso al sito derivi da campagne pubblicitarie, l'utente dovrà essere indirizzato in una landing page, la pagina di atterraggio che farà lasciare al cliente traccia di sé, per essere poi ricontattato, informato e stimolato. Inutile, al contrario, pensare che sia la home page il luogo dove iniziare la navigazione proveniente da campagna: avremmo al contrario alte frequenze di rimbalzo e utenti che si "perdono per strada".

4. Contatti. Molto importante infine il pannello dei contatti, per gestire le richieste con tempestività. Sarà necessario filtrare le esigenze con form divisi per sezioni, dalle informazioni generali alla prenotazione eventi, dalla ricerca del personale fino alla collaborazione con partner commerciali ed eventuali affiliati. E certamente dovrà essere individuato un responsabile web, anche tra i collaboratori, che si distingua per velocità, precisione e stile comunicativo. Come anticipato, il sito di un brand di ristorazione ci apparirà come una preziosa galleria di informazioni, che sappia restituirci l'atmosfera coinvolgente del locale e condurci alla porta alla fine del corridoio... l'accesso integrato ai social network, la finestra su una comunità da incentivare e che garantirà quel passaparola online così ambito e desiderato.

I canali social: nessuna terapia, perché virale vuol dire successo...

Concetto cardine della gestione dei social media è l'assenza di protocolli standard di comunicazione: in realtà, più che vera e propria assenza si tratta di comprendere che ci sono procedure, tempi e modalità ma non regole fisse, perché è sempre la novità, unita alla strategia, a premiare. Di conseguenza emerge la necessità per ogni marchio di creare il proprio "stile", lavorando sulle caratteristiche dei diversi canali.

Per la ristorazione consigliamo certamente Facebook e Instagram, i più idonei per messaggio e tipologia di utenti. La pagina Facebook sarà una pagina azienda (non personale), con le info di apertura, i menu, le foto dei piatti, i post quotidiani sulle attività, l'attivazione degli eventi per le festività e per le serate degustazione. Importante inserire immagini, link e video, brevi e divertenti, seguire con i Mi Piace altre pagine del settore intrattenimento, postare le informazioni nella tarda mattinata dei giorni feriali, dove il flusso di presenza e ricerca è più elevato. Instagram premierà soprattutto i locali di atmosfera, la capacità di restituire online il fascino delle ambientazioni, la movida del fine settimana, il piacere degli occhi come premessa a quello degli altri sensi.

Nei progetti più ambiziosi l'area social sarà incorporata al sito, con i frame (finestre dove scorrono in tempo reale i post aggiornati) e modalità di registrazione attraverso gli account degli stessi social, per garantire quella viralità che è la chiave del successo, dove il cliente racconta per noi l'esperienza del nostro brand e coinvolge i propri contatti, con un effetto esponenziale sorprendente. Per convertire poi i contatti in risultati commerciali sarà necessario integrare l'azione di comunicazione con applicazioni social che consentano prenotazione, vendita coupon e download sconti: tutti concetti che tratteremo nei prossimi articoli...





FORMAZIONE SPECIALIZZATA PER IL SETTORE **FOOD & BEVERAGE**

INFORMATEVI SULLE SESSIONI DI CORSO DURANTE L'ANNO:

- STILI DI VITA E MODELLI DI CONSUMO •
- IL MARKETING NELLA RISTORAZIONE •
- SOLUZIONI APPLICATE NELLA GESTIONE •

TEL. +39 075 966 06 07

Tutti noi (**le Api**) nel nostro lavoro affrontiamo ogni giorno il mercato (**la Melagrana**) allo scopo di produrre utili (**il Miele**) per le nostre Aziende. All'ombra del nostro albero (**Ludus Master's Training**) si preparano i pochi e privilegiati uomini che ne raccoglieranno i frutti.





Franchising TOASTERIA ITALIANA

TENDENZE

Sta aumentando, a ritmi che possiamo definire vertiginosi, l'offerta di ristorazione in franchising nel nostro paese, un fenomeno da osservare perché, stando ai dati del rapporto di Assofranchising, a fine 2012 si registrano ben 133 catene presenti in Italia, con un incremento rispetto all'anno precedente del 20% ...ed il trend si mantiene alto. Sempre più imprenditori decidono di affiliarsi ad una catena di franchising in un momento di crisi come questo, per l'ovvio vantaggio di usufruire del know-how e dell'esperienza maturata da formule già sperimentate e di successo.

L'importante, nella scelta di una catena di franchising, oltre alla serietà del franchisor, è che alla base del progetto ci sia un'idea vincente. È il caso di Toasteria Italiana che, partendo da un prodotto conosciuto ed apprezzato in tutto il mondo come il toast, punta alla creazione di un'eccellenza gastronomica. Come si capisce dal prodotto principe della catena, siamo nel settore della ristorazione veloce ma di qualità. Toasteria Italiana si pone come alternativa ai classici fast food, alle pizzerie, piadinerie e quanto altro sta emergendo nel nostro paese: una nuova formula per evadere dal pranzo e dallo spuntino tradizionale o saziare la fame di mezzanotte. Molti i vantaggi di questo modello di franchising, sicuramente in prima battuta un **marchio identificabile con il prodotto "italiano"**, particolare che ne

permette lo sviluppo anche in un contesto internazionale, visto il successo che continua a riscuotere il "made in Italy": qualità dei prodotti, fantasia negli abbinamenti dei sapori, atmosfera dell'ambiente (il layout del locale è sicuramente accattivante e innovativo), uniti alla indiscussa capacità di accoglienza e cura del cliente, che caratterizza questa catena di ristorazione, sono parte integrante del concetto più elevato di "italianità" ed uno degli obiettivi primari di Toasteria Italiana. Di altrettanta rilevanza la **semplicità di realizzazione** e la **facilità di gestione** per l'affiliato. In merito alla realizzazione 3 sono le soluzioni proposte dal franchisor Toasteria Italiana: modello **Take Away**, per il quale è richiesto uno spazio minimo di 30mq più 20mq di magazzino, il modello che, vista la forte espansione sul territorio e la continua richiesta di af-





filiazione, viene definito **Classic**, a partire da 100mq e **King Size** in cui le proporzioni crescono a 300mq minimo. Molte scelte quindi per il franchisee che sarà supportato da un team di professionisti nella ricerca, selezione ed aggiudicazione di una location idonea, sia da un punto di vista di fattibilità tecnico-economica sia di posizionamento commerciale, per il raggiungimento del successo. Team di professionisti che seguirà l'affiliato in ogni aspetto dell'avviamento, dello sviluppo e della gestione dell'attività, ecco perché parliamo di facilità di gestione. Non a caso Toasteria Italiana prevede nel contratto di franchising anche la **formazione per l'affiliato ed il suo staff** nonché la presenza di responsabili di zona che lo seguono costantemente nell'attività. Sicuramente siamo di fronte ad una formula collaudata, ricca di know-how e soprattutto in continuo aggiornamento che permette, in poco tempo, di acquisire competenze tecniche e manageriali che determinano la buona gestione e il successo dell'attività. Non ultimo per il franchisee, anzi estremamente importante, il format richiede **investimenti importanti, ma tra i più bassi** dell'intero comparto della ristorazione e garantisce **margini di redditività elevati**. Siamo di fronte ad un "chiavi in mano" destinato al successo!

Le immagini che vi proponiamo illustrano il layout del format, affidato ad un grande architetto, che alla linearità degli arredi unisce forti richiami all'arte italiana, al Rinascimento in particolare. *Un format che unisce funzionalità ed eleganza, per il quale Toasteria Italiana fornisce tutto, dal pavimento alle attrezzature, ci dice Ferdinando Simioni, responsabile sviluppo franchising Toasteria Italiana, dove il toast assume a un ruolo diverso, caratterizzato da una scelta di ben 35 differenti ricette, tutte realizzate con prodotti italiani di alta qualità e biologici. Unica eccezione la birra, tedesca e comunque di grande qualità. Non mancano, prosegue, dolci di alta pasticceria, centrifugati, colazioni salate, una scelta accurata di vini ed è prevista anche la possibilità della vendita dei prodotti utilizzati per le preparazioni. Il tutto proposto al pubblico a prezzi in linea con i normali bar e locali e in un format flessibile, adattabile alla location e alle esigenze dell'affiliato.* È del 12 aprile scorso l'apertura di Toasteria Italiana a Milano in piazza Argentina 1



Sotto l'ombrellone

di Guja Vallerini

L'estate è in arrivo, i locali che possono usufruire di uno spazio all'aperto si devono organizzare per offrire questa preziosa alternativa al locale invernale perché, si sa, anche se talvolta fa più caldo fuori che dentro con l'aria condizionata, il cliente ha l'esigenza di vivere l'estate all'aria aperta.

Per quanto uno voglia essere previdente ed organizzato, nella realtà, oberati dal lavoro e vittime del tempo tiranno, spesso tutti ci troviamo ad intervenire su quanto è necessario all'ultimo momento. Così capita che molti gestori di locali non abbiano provveduto all'allestimento del loro spazio estivo o addirittura, visti i tempi di crisi, abbiano pensato di rinunciarci. Poi, con l'arrivo dei primi caldi, bisogna correre per adeguarsi: chi ha già le strutture pronte magari scopre che qualcosa si è danneggiato o è stato mal conservato, altri invece non hanno proprio niente e rischiano all'ultimo momento di fare una cosa "abborracciata" che non darà valore al proprio locale. Come agire in queste situazioni per riuscire a non spendere una cifra e al tempo stesso offrire alla clientela un estivo gradevole ed attrattivo? Il dehor, il

giardino, la terrazza, qualunque sia il vostro spazio, deve in ogni caso rispondere ad un'uniformità con l'arredo interno, accogliere i clienti su brutte sedie e tavoli e con un ombrellone che ricorda quello che ci portiamo sulle spiagge libere non aiuterà di certo ad aumentare il business. E proprio sugli ombrelloni ci soffermiamo perché, rispetto ad altre strutture più impegnative da tutti i punti di vista e per le quali si sarebbe dovuto aver già provveduto, anche in extremis sono un'ottima soluzione, soprattutto se belli, pratici, sicuri e di giusta economia, come quelli dell'Ombrellificio Parola di Castel San Giorgio di Salerno. Partiamo dalla sicurezza, obbligatoria per legge e garantita dall'azienda Parola, e dalle tante installazioni effettuate in Italia e all'estero in particolare negli States, per poter offrire alla clientela un ombrellone che, qualunque evento atmosferico si presenti, non metta a rischio la sua incolumità né quella degli operatori dello staff. L'estetica è l'altro aspetto particolarmente curato, sia per le tante linee proposte sia per la scelta dei colori che permettono ad ogni locale di scegliere quello più idoneo al proprio stile di arredo. Da non dimenticare che gli ombrelloni possono essere personalizzati con il logo del locale. Poi la praticità, perché parliamo di coperture facili e veloci da smontare, e altrettanto facilmente pulibili. Ed anche i costi sono interessanti!





In questo numero vogliamo farvi conoscere due modelli che, diversi tra loro per il tipo di materiale impiegato e per le caratteristiche della struttura di supporto, una con fusto centrale, **Prestige**, l'altra, **Patio**, con braccio laterale che sorregge il telo dall'alto.

L'ombrellone «Prestige» rappresenta quanto di meglio può essere realizzato nel settore. La colorazione del fusto permette il perfetto inserimento in qualsiasi ambiente, con l'abbinamento di qualsiasi mobile da esterno. Ha il fusto centrale in legno, color noce, su cui 8 stecche intercambiabili, anch'esse in legno, reggono il telone (gr. 350 al mq), in cotone/poliestere impermeabile 100% con trattamento antimuffa di colore ecru o in acrilico. Ha carrucole in ottone per apertura e chiusura e la tasca per lo sfogo del vento. A seconda delle esigenze, la copertura può essere quadrata o rettangolare, arrivando

ad un massimo di 4mx4m o 4mx5m, oppure circolare con diametro fino a 4m. L'ombrellone «Pensile Patio» permette di sfruttare completamente lo spazio coperto. Con la sua solida struttura esterna rappresenta l'ideale per coprire grandi superfici. L'arganello, con carterino di protezione e frizione di sicurezza a norma CEE, lo rende pratico e funzionale. La struttura laterale è in ferro sabbiato, è verniciata a forno con polvere epossidica ed è disponibile nei colori verde, marrone, grigio, bianco e a richiesta anche altri colori. Pensile Patio ha la barra antivento, la base in ferro da cm 103x114 (zavorrabile con 8 mattonelle da cm 50x50) e 8 stecche intercambiabili in legno. Il telo è in cotone/poliestere impermeabile 100% con trattamento antimuffa di colore ecru o in acrilico. Copre fino a 5mx5m nella forma quadrata. Ha la tasca per lo sfogo del vento.

L'azienda Parola nasce nel 1981 ma vanta una tradizione che affonda le sue radici nel lontano 1950. Specializzata nella progettazione e nella costruzione di grandi ombrelloni, ideali per il settore food & beverage, rappresenta un'azienda leader grazie alla qualità dei suoi prodotti, sintesi di praticità ed eleganza.



Ombrellificio Parola s.r.l.
Via Crocinola, 4
(Uscita A/30 Castel S. Giorgio)
Castel San Giorgio (Sa) - Italy

Tel. +39.081.5176604
Tel. e Fax +39.081.5176606

www.ombrellificioparola.com
info@parolasrl.it

A qualche anno di distanza dal successo del primo libro, esce ora il nuovo lavoro di Bruno Bassetto, macellaio trevigiano celebre per la sua battuta al coltello nonché Guinness dei Primati per aver realizzato la salamella più lunga del mondo, nel '98 con 3.680 metri, nel 2000 con 5.083 metri e infine nel 2009 con ben 7.018 metri.



Fra Tagli d'Italia dalle Corna alla Coda

Tra le pagine di Bassetto dove la gran protagonista è la carne rossa, trovano posto non solo filetto, roast-beef e fiorentine, ma i tagli del bovino considerati meno nobili, carni che, se adeguatamente preparate, non hanno nulla da invidiare a quelle di più largo consumo. Sono i "piatti dell'amicizia" come lui li definisce, quelli serviti nelle occasioni conviviali: da quelli invernali che utilizzano le carni del quarto anteriore del bovino, che richiedono una cottura prolungata, a quelli più veloci preparati coi tagli del quarto posteriore, dalle preparazioni tipiche con le frattaglie al piatto universale, l'hamburger, proprio in questi giorni Bassetto sta lavorando ad una nuova versione preparata a mano con carne di scottona italiana, passando poi per il bollito, la griglia, fino allo spiedo, specialità tipica della fascia pedemontana del trevigiano, in onore della provincia di origine.

È una vera e propria lezione di macelleria quella che Bassetto in queste pagine vuole offrire ai lettori, insegnando anzitutto come riconoscere le carni e i diversi tagli, e trasmettendo quello che è il messaggio-slogan del libro, che **si può mangiare sano anche spendendo meno e rispettando le tradizioni**. Solo dopo vengono le ricette, 160 in tutto, realizzate con la consulenza di amici ristoratori, accompagnate dalla spiegazione anatomica del taglio e dalla denominazione che questo assume a seconda della località, in Italia e all'estero, e da 195 scatti inediti realizzati da Federico Zattarin e Renato Vettorato appositamente per far percepire al lettore il gusto dei testi, mentre di Andrea Pancino è l'immagine di copertina ambientata al Teatro Comunale di Treviso. L'introduzione è curata da tre autorevoli voci: quella del "re delle carni" il cavaliere Luigi Cremonini, di Arrigo Cipriani, nome di eccellenza della ristorazione italiana, del prof. Ulderico Bernardi dell'Università Ca' Foscari di Venezia per la cultura, mentre la prefazione è del giornalista Luca Pinzi.

IL VOLUME 270 pagine con 160 ricette, curato da Grafiche Tintoretto è acquistabile al costo di € 19.

Villacher sorgente di birra



Villacher
EIN BIER WIE WIR

Birra Menabrea

al Salone del Libro

Presso la *Lounge* del Circolo dei lettori al Salone del Libro di Torino, evento svoltosi a Lingotto Fiere dal 10 al 14 maggio, si è rinnovato l'appuntamento con Birra Menabrea, la celebre azienda biellese, protagonista negli aperitivi.

Ottimo riscontro anche quest'anno per Birra Menabrea al Salone Internazionale del Libro di Torino. Durante le pause aperitivo, gli ospiti della Lounge del Circolo dei Lettori hanno infatti potuto degustare ed apprezzare la celebre birra biellese. Un momento di degustazione che è stato molto gradito da parte del pubblico. Incontrare, leggere, conversare e concedersi una sosta all'insegna della qualità, questo l'obiettivo di Birra Menabrea che con la sua presenza testimonia il crescente impegno nell'ambito delle più prestigiose iniziative di carattere culturale. Una degustazione volta a promuovere l'eccellenza italiana e valorizzare ulteriormente, anche in un evento di respiro internazionale, i ricchi contenuti proposti dal Circolo. La conferma di una partnership ormai consolidata con il Circolo dei Lettori di Torino, all'insegna della cultura e della qualità.

Birra Menabrea

Fondata a Biella nel 1846, Birra Menabrea rappresenta uno dei più celebri marchi di birra presenti sul mercato. Grazie ad una politica lungimirante ed intelligente, Birra Menabrea ha consolidato la propria posizione di primario player dell'industria birraria diventando sinonimo dell'eccellenza italiana nel mondo. Oggi Birra Menabrea è riconosciuta e apprezzata soprattutto per la qualità dei suoi prodotti, grazie alla quale si è aggiudicata, nel corso degli anni, prestigiosi e numerosi riconoscimenti internazionali. Impegnata nella promozione della cultura del gusto, del piacere della tavola e del bere responsabile, Birra Menabrea si contraddistingue anche per le numerose iniziative nell'ambito dell'arte, del design e della gastronomia, promosse attraverso mirate collaborazioni con primarie realtà di settore.



BIELLA
G. MENABREA & FIGLI
CASA FONDATA NEL 1846

Locali di SUCCESSO



GENERAL G3 Interiors s.r.l.

Via Asi Consortile - 03013 Ferentino (FR)

Tel. 0775.224034-35 / Fax 0775.224032

www.generalg3.it - arredointerni@gg3.191.it



Anno 15 n°3 - 2014
Periodico Bimestrale

Direttore editoriale
Piero Ceccarini

Direttore responsabile
Paolo Tosti

Editrice
Extramoenia s.r.l.
Via Piave, 34
03100 Frosinone (Fr)
Fax 0775.019834

amministratore@birraandsound.it

Redazione
Daniela Morazzoni
Piero Ceccarini
Roberta Ottavi
Luca Gennaro
Alessio Ceccarini
Luca Fagiani
Marcella Fucile
Guja Vallerini

Collaborazioni tecniche
Nico Cassetta

Redazione, grafica ed impaginazione
Idee&Sviluppo
Via G. Donizetti, 91/H - Perugia (Pg)
Tel. 075.9660607 - Fax 075.9661036
redazione@birraandsound.it

Stampa
Pignani Printing
Via Cassia km 36,300 - z.i. Settevene
01036 Nepi - Viterbo

Per la vostra pubblicità:
info@birraandsound.it
Luca Gennaro +39.335.82.20.472

I servizi fotografici sono stati realizzati dalla redazione

Ai sensi dell'art. 10 della L. 675/96 le finalità del trattamento dei dati relativi ai destinatari del periodico consistono nell'assicurare una informazione specializzata a soggetti identificati per la loro professione. L'Editore, titolare del trattamento, garantisce ai soggetti ai sensi dell'art. 13 il diritto in qualsiasi momento e del tutto gratuitamente di consultare, far modificare o cancellare i suoi dati.
Tale diritto potrà essere esercitato scrivendo all'Editore

Tutte le fotografie e i materiali ricevuti in redazione rimangono esclusiva proprietà di Extramoenia s.r.l.

Aut. del Tribunale di Perugia
n°43/2000 del 10/10/2000



Questo periodico è associato
all'Unione Stampa Periodica Italiana

In Questo Numero

INSERZIONISTI PUBBLICITARI

32 Via dei Birrai **Pag 43**
Tel. +39 0423 681983

ADHOC **Pag 23**
www.adhocash.it

Appenzeller **Pag 36 - 37 - 49**
Tel. +39 06 20749014

Beverfood **Pag 19**
Tel. +39 02 283717

Bitburger Braugruppe **Pag 9**
martin.rederlechner@bitburger.de

Chimay **Pag III**
www.chimay.com

Dal Cortivo **Pag 8**
Tel. +39 0444 975050

Delirium **Pag 29**
walter@altafermentazione.com

Demetra **Pag 47**
Tel. +39 0342 674011

Doppio Malto **Pag 43**
Tel. +39 031 3334187

Farsons Group **Pag 6**
Tel. +356 2381 4240

Forst **Pag 13**
www.forst.it

GG3 **Pag 63**
Tel. +39 0775 224034/35

Gouden Carolus **Pag 41**
Tel. +39 06 20749014

HB **Pag 5**
Tel. +49 8992105/0

La Rulles **Pag 15**
walter@altafermentazione.com

Ludus **Pag 55**
Tel. +39 075 9660607

Ombrellificio Parola **Pag 59**
Tel. +39 081 5176604

Palm Breweries **Pag IV**
Tel. +39 02 38343453

Piccolo Birrificio Clandestino . **Pag 43**
Tel. +39 342 0232522

Roman **Pag 33**
Tel. +32 475 938558

San Gabriel **Pag 43**
Tel. +39 0422 202188

Svevi **Pag 48**
Tel. +39 050 804683

Target 2000 **Pag II**
www.cantinadellabirra.it

Villacher **Pag 61**
(Vereinigte Kärntner Brauerein AG)
Tel. 0043 4242 27777-0

Vin Service **Pag 7**
Tel. +39 035 672361

PER IL TUO ABBONAMENTO

Per l'abbonamento annuale alla rivista bimestrale Birra&Sound effettuare un versamento di € 15,00 intestato a:
Extramoenia srl
Via Piave, 34 - Frosinone

Bollettino postale

c/c P.T. 73985681
oppure

Bonifico bancario

IBAN BancoPosta:
IT 88 C 07601 14800 000073985681

Indicare la causale:

Abbonamento Birra&Sound.

Inviare la seguente cedola, allegando copia del versamento effettuato, al numero di fax 0775.019834

o per posta a: Extramoenia
Via Piave, 34
03100 Frosinone (FR)



LOCALE

nome del locale

via

cap

città provincia

tel.

e-mail

nome del/i titolare/i

RAGIONE SOCIALE

nome dell'azienda

via

cap

città provincia

partita iva



CHIMAY

• *Pères Trappistes* •



Una birra prodotta con sapienza, va assaporata con saggezza.

WWW.CHIMAY.COM



CON IL LUPPOLO DI NOSTRA COLTIVAZIONE.

PALM Hop Select

è una birra da degustazione complessa ma bilanciata ad alta fermentazione con un tasso di alcol moderato. Il suo aroma luppolato specifico deriva dalla variante di luppolo aromatico Hallertau Mittelfrüh. Il lievito PALM accuratamente selezionato conferisce a questa birra un gusto fruttato con note di banana e gli speciali malti PALM le sue note sottili di caramello. La rifermentazione in bottiglia assicura un fine perlaggio e una conservazione ottimale.

Caratteristiche

- Alta fermentazione
- Colore ramato (leggermente ambrato)
- Luppolo belga
- 6 Vol. % Alc.



THE AUTHENTIC BELGIAN FAMILY CRAFT BREWER