

n° 4/2014 periodico bimestrale

B&S

BIRRA & SOUND



EVENTI Club Chimay Dorée 2014 **LOCALI** La Drancia a Saluzzo, Sinè a Porto Viro **ON THE ROAD** Bere Betti "vivere lo stile" **IN VETRINA** Benediktiner Weissbier, Intervista a Lode Roman, Birre stagionali HB München **BIRRE ARTIGIANALI** Spigolature, Dentro la cotta, BSA **DALLA CUCINA** Lamb Weston, Demetra, Svevi **MARKETING** Newsletter e Direct Email Marketing **OSSERVATORIO** Chin8Neri, Nuovo sito Birra Forst, Le nuove Köstritzer



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



TARGET
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

BSS

P

più di una volta siamo intervenuti in osservazione degli andamenti nel nostro settore dell'horeca, mai ci siamo soffermati su uno dei fenomeni che considero positivo e fonte di alternativo ed importante sviluppo: il Franchising. Questa forma di affiliazione commerciale, di cui continueremo a parlare in più approfondimenti nelle rubriche di questa rivista, sembra essere una buona soluzione come risposta al periodo di crisi che ha mortificato la voglia di intraprendere nel settore della ristorazione. Con un minimo di capitali, abbassando i rischi di investimento iniziale, il franchising rappresenta il modo più gettonato per avere una attività in proprio come neoimprenditori e lavoro. Si tratta di una formula, quindi, che risponde sia al mondo giovane come opportunità di inserimento nel mondo del lavoro sia a molti imprenditori come garanzia di successo rispetto ai capitali investiti in qualsivoglia altra iniziativa in proprio. Per franchising si intende una forma di collaborazione fra l'azienda madre e l'affiliato. L'azienda che possiede il marchio e una sua originale formula di distribuzione e/o offerta si lega per contratto al suo affiliato (franchisee) che ha l'opportunità immediata di essere in attività. Il franchisor (l'azienda Madre) concede il diritto di uso del suo marchio, brevetti, manuali, format e formazione, assistenza tecnica e consulenza, pubblicità, insomma, tutto ciò che occorre per avere successo nella impresa e nello start up iniziale. La società che possiede il marchio e il know how ottiene dal contratto royalty, un fee di ingresso nella catena e condivide le spese per la costruzione del locale. Parliamo di cifre! Le affiliazioni nell'ambito horeca sono diverse e, naturalmente, le cifre variano a seconda di cosa si vuol fare (una gelateria, un fast food, un vero e proprio ristorante); diciamo che mediamente l'affiliazione e il locale chiavi in mano spaziano su di un range, sempre proporzionale alle speranze di reddito del locale, fra minimi di 20.000 euro a massimi di 600/700.000 mila. È un settore in crescita (188.222 presenze di affiliazioni con un +2,9% nel 2013), molte nel settore della ristorazione. Sicuramente abbiamo bisogno di più informazione nel settore, più credito dedicato a questo specifico, specializzazioni professionali alle quali potersi rivolgere, ma il franchising rimane in tendenza di sviluppo e noi apriremo qualche rubrica in più che vi possa servire come orientamento o... ispirazione.



SOMMARIO

10

EVENTI

• Visto il grande successo del progetto nato nel 2013, Chimay ed Interbrau celebrano il primo anno di vita del Club Chimay Dorée a Venezia: **CLUB CHIMAY DORÉE 2014**



18

LOCALI

• A Saluzzo, provincia di Cuneo, in piazza Castello, un locale storico che sa fare "cultura della birra": **LA DRANCIA**



• A Porto Viro, in provincia di Rovigo, al civico 21 di Corso Risorgimento, un locale che sa trasferire "emozione": **SINÈ**



26

ON THE ROAD

• **BERE BETTI "VIVERE LO STILE"**, un tour in 3 locali serviti dall'azienda di distribuzione bevande: **Associazione Culturale Andata e Ritorno** a Provaglio d'Iseo, **The Black Sheep** e **Martha** a Brescia



30

IN VETRINA

• Uno dei più antichi monasteri d'Europa, l'Abbazia Benedettina di Ettal, presenta tre novità birraie che si uniscono alla celebrata **BENEDIKTINER WEISSBIER**



• **INTERVISTA A LODE ROMAN**, esponente della 13a generazione della famiglia proprietaria dal 1545 della belga Brouwerij Roman, appartenente alla Belgian Family Brewer



• **HB MÜNCHEN**, espressione della cultura birraia di Monaco di Baviera, e le sue **birre stagionali: Sommer, Oktoberfest, Festbier** e **Maibock**



04

36

BIRRE
ARTIGIANALI

• **SPIGOLATURE**

Brevi dal mondo delle birre artigianali

• **DENTRO LA COTTA**. Rubrica che ci farà conoscere le nuove birre in fermento



• Nasce a Vercelli nel 2010 ad opera di un gruppo di amici capitanati da un bravo mastro birraio, è il Birrifico Sant'Andrea, più semplicemente **BSA BIRRA AL POPOLO!**



Birra al Popolo!



44 DALLA CUCINA

• **A PROPOSITO DI LAMB WESTON**, azienda vocata alle "patate" attraverso le quali regala ai suoi clienti momenti di convivialità ed esperienze sensoriali indimenticabili.



• I consigli degli Chef Promoter Demetra, autentici "appunti di gusto": **FRESCHI DESSERT**



• Creato in esclusiva per Svevi, un hamburger che renderà l'imminente Oktoberfest ancora più "gustoso": **SVEVI PRESENTA FRANZBURGER®**



50 TENDENZE

• Brillante serata di degustazione a La Locanda del Notaio: organizzata da Percorsi di Birra e guidata da Roberto Parodi con le birre **Braufactum**. **QUATTRO STILI PER QUATTRO RICETTE**



52 MARKETING



• 3ª tappa dell'approfondimento dedicato al Web Mktg: **NEWSLETTER E DIRECT EMAIL MARKETING**

56 IT

• **RED BY CUSTOM**. Pratico ed affidabile, l'ultimo nato in casa Custom racchiude tutte le funzionalità dei migliori registratori di cassa in un design essenziale e con un prezzo davvero competitivo!



58 OSSERVATORIO

• La storica bevanda Chinotto Neri, la cui produzione ebbe inizio nel 1949, oggi è anche alla spina: e siccome "non c'è chinotto se non c'è l'8"... **Chin8Neri**



• È online il **NUOVO SITO DI BIRRA FORST**, in cui il "navigatore, trova informazioni sulle tecniche di spillatura, le birrerie di proprietà, gli eventi in cui l'azienda è protagonista e la nuova sezione Forst Chef.



• **LE NUOVE KÖSTRITZER** premiate con il Superior Taste Award





A Belluno **i-Sushi**

Sta facendo molta strada la catena di ristoranti, localizzata al nord est d'Italia, i-Sushi Japanese Restaurant. Take Away & Delivery creata dal designer Faustiliano Tessari, e lo stile e l'eleganza dei locali ne rivelano la mano. Molti i motivi del successo, alcuni generali, legati alla ricerca da parte dei consumatori dell'esotico, altri, specifici, legati al modello i-Sushi. Ambienti di design, arredati con cura e attenzione per i dettagli, che appaiono l'occhio; piatti di qualità realizzati ad arte per soddisfare qualsiasi desiderio culinario, sempre nel rispetto della tradizione giapponese, che appaiono completamente il palato... anche di coloro che si avvicinano per la prima volta a questa cucina. La scelta di prodotti freschi e di alta qualità contraddistingue la filosofia di i-Sushi, che, chicca recentissima, ha voluto lo chef Matteo Grandi, il vincitore della prima edizione di Hell's Kitchen Italia, come responsabile-qualità dei piatti per la sua catena franchising. Ci dicono in azienda: i-Sushi significa continua ricerca e grande passione per tutto ciò che riguarda cibo e cucina, per questo abbiamo deciso di affidarci a Matteo, al suo talento culinario e alla sua esperienza lavorativa, che in passato ha già varcato i confini dell'Oriente. Anche il beverage è molto curato, non a caso i-Sushi ha come fornitore l'azienda Da Pian, a garantire che gli abbonamenti con sushi, sashimi, tempura, ecc. saranno sempre all'altezza.

I-Sushi non è solo ristorante giapponese di qualità ma offre anche servizio take away e a domicilio, per telefono o via web, e, di grande effetto per una serata particolare a casa vostra, chef a domicilio.

Già molte le aperture realizzate, ultima in ordine di tempo il 29 maggio a Belluno, in via Via Medaglie D'Oro, ed imminente, il 31 luglio, l'apertura a Mirano, in provincia di Venezia. Altra apertura programmata per settembre, a Solesino (PD) e il programma "opening" sembra già molto fitto nei mesi a venire.





Caulier

Premium Low Carb Beer



GLUTEN FREE



CAULIER GLUTEN FREE

Grado Alcolico	6,8°
Grado Plato	13,0
IBU	30
Calorie (100mg)	48 kcal
Glutine	<20 ppm
Indice Glicemico	<2

Birra di Alta Fermentazione

Non Pastorizzata

Non Filtrata

Rifermentata in Bottiglia

“La schiuma è bianca, molto fine, compatta e persistente. Il colore è giallo dorato.

Al naso si presenta intensa e persistente con note fruttate e finale speziato.

Al palato ha un ingresso dolce che tende verso un leggero e piacevole amaro.

La secchezza finale la rende molto beverage.

Ottima per accompagnare gli antipasti, piatti a base di pesce o di carne bianca.

Perfetta con formaggi non stagionati.”

Alfonso Del Forno

E-mail: f.scapin@caulier.be • Cell. +39 39 33 27 23 01

Dal 1976
spilliamo le vostre bevande



venite a visitare la nostra
nuova area espositiva



Vinservice s.r.l. via G.Falcone 26/34 - 24050 Zanica (BG)
Tel: 035 672 361 www.vinservice.it - info@vinservice.it

FESTIVAL DELLA CUCINA ITALIANA

Torna a Rimini, Parco Terme Galvanina, dal 5 al 7 settembre, il Festival della Cucina Italiana, giunto alla 14a edizione: tre giorni di degustazioni, lezioni di sfogline, cucine regionali, street food, proposte bio, Bibite Bio e Succhi Vegetali 100% Bio Galvanina, spettacoli. Parallelamente avranno luogo le premiazioni di quattro personaggi a cui sarà assegnato il **Trofeo Galvanina**: quest'anno il premio alla cultura sarà assegnato a *Gualtiero Marchesi*, a cui si iscrive il nuovo corso della cucina in Italia, allo chef *Carlo Cracco* per la carriera, a *Fede e Tinto* di Rai Uno e Decanter per il giornalismo, alla Saclà per l'imprenditoria.



Passaggio di testimone nei Canali Vendite di Birra Peroni



Birra Peroni
annuncia i
nuovi ruoli ai
vertici dei Ca-

nali di Vendita: Luca De Siero (dal 2011 al 2014 Direttore Vendite del Canale On Premise) guiderà il Canale Off Premise (Retail e GDO) e Mauro Marelli (negli ultimi tre anni Direttore Vendite del canale Off Premise di Birra Peroni), assumerà la guida dell'On Premise (Canale Horeca). Una novità in coerenza con le politiche di "job rotation" di Birra Peroni, che prevedono per le migliori risorse cambi di mansioni e di aree di competenza, finalizzati alla crescita e conoscenza di tutte le dinamiche aziendali.



Graniteria Eraclea

Eraclea presenta le **Granite Gourmet**: 6 gusti di granita monoporzione (bustine da 30 g circa) ispirati alla grande tradizione artigianale siciliana. Consistenza e corposità inedite; qualità, artigianalità e genuinità sottolineate dalla presenza di golosi pezzi di frutta; immagine fresca ed elegante, con materiali di servizio dedicati: quadro da banco e menu. Sono questi i punti forti della gamma Granite Gourmet Eraclea, oltre alla varietà ed ampiezza di gamma che propone 6 diversi gusti incredibilmente golosi: **Cioccolata**, **Crema al caffè**, **Mandorla**, **Pistacchio**, **Frutti gialli** (mango, albicocca e pesca), **Frutti rossi** (melograno, carcadè, mirtillo, cranberry)



Farsons
FARSONS GROUP

exports@farsons.com
Sede Malta - Tel: +356 23814240 / 4440
Sede Italia - Tel: +39 370 3003973

www.farsons.com



BIRRAVERA.COM

Tutto il gusto delle migliori birre artigianali ceche? Da oggi è possibile anche online, con Birravera.com, il negozio virtuale che unisce tradizione, tecnologia e semplicità d'uso. **Interpivo Czech**, promotore della birra ceca e leader europeo nell'export delle birre ceche prodotte dai piccoli e medi birrifici artigianali, plaude a questa nuova iniziativa che, grazie alla propria ricercata selezione di birre, aiuta a far conoscere ancora più agli italiani la secolare cultura birraia della Boemia. Birravera si propone come la vetrina italiana di un Paese che da sempre produce le Pilsner migliori del mondo, grazie a ingredienti di una qualità inarrivabile (come il famosissimo e straordinario luppolo di Zatec) e al peculiare metodo di produzione in bassa fermentazione.



PUMMAROCK MUSIC FEST 2014

Giunge alla sua quinta edizione il festival ideato un gruppo di ragazzi del Forum dei Giovani di Sant'Antonio Abate: appuntamento venerdì **12 e sabato 13 settembre** a Sant'Antonio Abate (NA) per due grandi giornate di musica. Al Contest tra band emergenti si affiancheranno grandi nomi della scena musicale nazionale... e l'ingresso è rigorosamente gratuito! Non poteva mancare la birra: partnership della birreria austriaca Villacher con il suo concessionario Fontanella Distribuzione. info su www.pummarock.it



BREZEL & CUBETTI PER IL TUO LOCALE

TEL. 0444.975050 - INFO@DALCORTIVO.IT - WWW.DALCORTIVO.IT



La festa comincia con il ritmo giusto.



Visto il grande successo del progetto nato nel 2013, Chimay ed Interbrau celebrano il primo anno di vita del Club Chimay Dorée. Lo storico birrifico Trappista belga ed il distributore italiano Interbrau hanno premiato i gestori italiani dei locali autorizzati a servire alla spina la trappista belga Chimay Dorée, e pertanto appartenenti al Club, in un esclusivo evento a Venezia.

Club Chimay Dorée 2014

EVENTI

Chimay Dorée è una birra che vanta una storia davvero particolare. Prodotta dall'Abbazia Trappista di Notre-Dame de Scourmont esclusivamente ad uso interno, è rimasta confinata tra le mura del monastero fino al 2013, quando è maturata la scelta di renderla disponibile al pubblico, in bottiglia da 33 cl. Solamente

all'Italia, grazie all'iniziativa del Club Chimay Dorée, è stata data la possibilità di ricevere in modo continuativo anche in **fusto** questa birra decisamente peculiare, una bionda ad alta fermentazione di soli 4,8 gradi alcolici, non filtrata ne pastorizzata e rifermentata in bottiglia, con rinfrescanti aromi speziati e luppolati. Visto il carattere straordinario

di questo prodotto, il birrifico belga ed il distributore italiano Interbrau hanno deciso di dare vita ad un ristretto club di locali autorizzati a servire questa birra eccezionale **alla spina**, in affiancamento a Chimay Triple e al resto della gamma Chimay (composta dalle tre referenze in bottiglia e dai formaggi prodotti dall'Abbazia).





Il **Club Chimay Dorée** viene riproposto a grande richiesta anche nel **2014** seguendo gli stessi criteri, che vedono l'individuazione da parte di Chimay ed Interbrau dei pub in grado di garantire un livello di assoluta **eccellenza nel servire la birra alla spina** e nel rappresentare al meglio lo spirito del Monastero Trappista di Chimay. Ecco quin-

di che i locali ufficiali del Club Chimay Dorée 2014, dove ordinare una Chimay significa vivere una vera e propria **esperienza nel nome della tradizione** birraria Trappista belga, sono stati premiati nella prestigiosa ed affascinante sede dell'Hotel The Bauers, affacciato su Piazza San Marco a Venezia. Nell'occasione, Chimay, nella persona di

Wim Verschueren, Marketing e Sales Manager per il mercati emergenti, ed Interbrau hanno presentato anche il nuovo sito web dedicato al Club Chimay Dorée, raggiungibile all'indirizzo www.clubchimaydoree.it, dove sarà possibile trovare anche la lista aggiornata dei locali appartenenti al Club che qui sotto vi documentiamo.



I locali del Club Chimay Dorée 2014

Il Cetra a Cittadella (PD)
 Mastro Titta a Roma
 Hops 20 a Telesse Terme (BN)
 Shamrock a Montagnana (PD)
 Piccola Abbazia a Roma
 Ein Mass a Montello (BG)
 Mastro Birraio a Trieste
 Birroteca Guelfa a San Benedetto del Tronto (AP)
 Old Station Pub a Tarquinia (VT)
 Torquemada a Genzano (RM)
 Grant Pub a Campobasso
 La Giassera a Ferrera Erbognone (PV)
 Il Santo Bevitore a Venezia
 Officina Gambrinus a Civezzano (TN)
 Enoteca Lipen a Canonica Lambro (MB)
 Thomasbrau a Garlasco (PV)
 La Bugia a Molfetta (BA)
 Birreria Peppo a Colle Brianza (LC)
 King's arm pub a Pordenone
 Shangri-la' a Vignola (MO)
 Caffè del Lago a Ispra (VA)
 Il Corsaro Risto Pub a Marina di Minturno (LT)
 Birreria Hollywood a Messina (ME)
 The Bentley First a Ferentino (FR)
 Nuova Milano 09 a Milano
 Il Santo Bevitore a Bologna
 Caffè Roma a Schio (VI)
 Metheglin pub a Corniano di Bibbiano (RE)
 Nidaba a Montebelluna (TV)
 Tre Effe Irish Pub a Genova Quinto
 Il Santo Bevitore a Lamezia Terme (CZ)
 Il fondo a Recco (GE)
 La Birreria di Como a Como
 Wish Pub a Cremona
 Glenduff House Irish Pub a Reggio Calabria
 La Ginestra a Viterbo
 La Drancia a Saluzzo (CN)
 August Birrodromo a Rimini
 La piana dei lupi a Campobasso
 Birra & Bollicine a Napoli
 Brandi Birre a Bibbona (LI)

The Claymore pub a Savignone (GE)
 Gregory's Inn a Roma
 London Pub a Foggia
 Gambrinus a Levanto (SP)
 La tana del Luppolo a Cavi di Lavagna (GE)
 Cult Room ad Aprilia (LT)
 Pub 38 a Malgrate (LC)
 Oste scuro a Este (PD)
 The Phonogram club a Ugento (LE)
 Birreria Skiathos a Piacenza
 Birrosteria 'Na Volta a Bassano del Grappa (VI)
 Lord Pub a Castelfranco Veneto (TV)
 Oliver Twist Pub a Soragna (PR)
 Veronique Cafè English Pub a Piedimonte San Germano (FR)
 Highlands pub a Nogara (MN)
 Hendrix irish pub a Erchie (BR)
 Edelbier a Rieti
 Mac Kenzie a Fasano (BR)
 Pecora Nera a Cassano delle Murge (BA)
 Birreria Sherwood a Altamura (BA)
 Fronte del Porto a Savona
 Tetley's Pub a Riva del Garda (TN)
 Sloan Square a Milano
 Pub Le Grotte a Grottammare (AP)
 La Nus a Brescia
 Brasserie Arnage a Cesena (FC)
 Antica Birreria Würer a Brescia
 Ludwig a Latina



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

Ogni promessa è debito, vecchio adagio italiano che noi rispettiamo facendovi un reportage fotografico di Brew it, la manifestazione organizzata dall'azienda Da Pian di Ponzano Veneto (TV) che anche questo anno ha saputo riunire in una serata evento tanti produttori e mastri birrai, pronti a far degustare le loro specialità e soprattutto a fornire tutte le informazioni sui loro prodotti perché l'obiettivo della manifestazione è fare cultura della birra

Brew it

THE DRINKING EXPERIENCE by DaPian

di Luca Gennaro

Lo scenario è quello incantevole di Villa Emo, esempio indiscusso della bellezza e dell'armonia dell'architettura palladiana nel territorio trevigiano, il cui antico Borgo di case contadine, antistante la Villa, ritrae alla perfezione l'atmosfera rurale e paesana d'un tempo. È questa la location scelta da Da Pian per il suo Brew it, a Fanzolo di Vedelago, in un luogo bucolico in cui si respirano ancora autentici valori ed antiche tradizioni, come quelli trasmessi dalle tante birrerie presenti, selezione delle migliori birre europee. Folta e nutrita la rappresentanza del Belgio: Brasserie de la Senne, De Glazen Toren, Brasserie de Ca-





zeau, La Rulles, Lupulus, Delirium, Brasserie de Bastogne, Gueuzerie Tilquin, De Ranke, Sainte Helene, Corsendonk, Leffe, Affligem, Slaapmutske, Hommelbier Kapittel. E poi le artigianali italiane Foglie d'Erba, Birra del Borgo, Zoogami, Da Pian 1904, le tedesche Ganter e Chiemgauer Brauhaus, l'austriaca

Schloss Eggenberg, la ceca Malastrana e le inglesi Wells & Young's e Hop Back Brewery. Un autentico parterre di rango per questa edizione di Brew it che, come avevamo annunciato nel 2012, è diventata un punto di riferimento per il mondo della birra di qualità e della sua commercializzazione.



10 ANNI DI PLANET BEVERAGE

La Planet Beverage di Capaccio Paestum ha festeggiato a metà maggio i suoi primi 10 anni e lo ha fatto con un evento organizzato negli spazi esterni della sua struttura con l'esposizione del meglio del food&beverage in una due giorni ricca di attività

Una grande realtà quella della Planet Beverage, l'azienda di grande distribuzione posta a Capaccio Paestum, in provincia di Salerno, alle porte del Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano ed Alburni, sito Patrimonio Unesco. In quest'area famosa per i magnifici templi dorici di Paestum, lambita da un mare ogni anno premiato dalle bandiere blu di Legambiente, patria della dieta Mediterranea, ha sede l'azienda che con orgoglio ha quest'anno festeggiato i 10 anni di attività! L'evento, realizzato il 12 e 13 maggio, riservato al mondo Ho.re.ca, si è svolto negli spazi esterni della struttura, con l'obiettivo di presentare le grandi e piccole realtà aziendali che la Planet Beverage

tratta, con le sue 8000 referenze di prodotti, esposti e collocati nei quasi 6000 mq di area espositiva.

Degustazioni guidate, show coking, intrattenimento, tavole rotonde e conferenze stampa hanno permesso alle aziende di presentarsi al grande pubblico e di farsi conoscere da vicino, accompagnando i visitatori a scoprire il meglio tra le loro produzioni. Grande spazio è stato dato al mondo della birra, core business dell'azienda diretta da Donato Alonzo, direttore commerciale e patròn dell'iniziativa.

È stato infatti dal mondo della birra che il sig. Alonzo è partito negli anni'80, con scelte ardue per il tempo e per il territorio, diffondendo nella provincia di Salerno al-





cuni dei principali marchi di birre belghe e tedesche, che attirarono subito l'attenzione degli operatori dei locali serali. Fondò perciò negli anni '90 la società "Europa 92" specializzata nella distribuzione di birra e soft drink. Con il tempo, la sua tenacia e passione lo hanno portato a creare una nuova realtà, la Planet Beverage, insieme ai suoi soci, Nicola di Fabio e Massimo Letizia, anch'essi provenienti dal settore della spina.

Il mondo della birra ci ha sempre affascinato, ed abbiamo investito molto tempo nella formazione e conoscenza di questo magnifico settore. La mia idea è sempre stata quella di introdurre in questo territorio una cultura del mondo birraio in grado di conquistare un pubblico che per formazione, storia e caratteristiche, aveva sempre e solo visto nel vino la bibita adatta. Con il tempo, con la creazione di varie birrerie dal tipico stile tedesco e belga, anche quest'area si è vocata allo stile birreria ed ha imparato, nel corso degli anni, a bere e riconoscere le varie produzioni.

Proprio per questo i 10 anni dell'azienda

sono stati l'occasione adatta per presentare al pubblico 50 tipologie di birra, tra spina e bottiglie, di origine belga, tedesca, italiana, ceca e danese, senza escludere le produzioni artigianali.

Grande è stato quindi il consenso da parte del pubblico, che grazie alla presenza di esperti spillatori, ha potuto degustare una parte dell'enorme assortimento interno all'azienda, offrendo alla clientela informazioni tecniche e peculiarità produttive. Dieci anni di novità quindi, dove, accanto all'aspetto prettamente tecnico, si sono realizzati momenti divulgativi, come la tavola rotonda con Banche di Credito Cooperativo del territorio o la presentazione delle aziende che fanno parte del grande mondo Planet. Il tutto si è concluso con uno spettacolo dove artisti di fama nazionale come i "Qui si Sona" di Capri e cabarettisti da Colorado Cafè, hanno allietato il pubblico in compagnia della affascinante finalista di Miss Italia 2014, Chiara Cennamo.

Per info sul mondo di Planet Beverage, www.planetbeverage.it oppure la pagina Facebook Planet Beverage





LOCALI



A Saluzzo, provincia di Cuneo, in piazza Castello, un locale storico che sa fare “cultura della birra”



LA DRANCIA

di Piero Ceccarini

Entro le mura dello storico castello dei marchesi di Saluzzo, nel 1994 Norberto Bianco e Luisa Conticello aprono il locale La Drancia. Proprio nel vecchio castello, Norberto porta la sua passione per la birra: inizia con una selezione di trappiste e segue nel tempo la sua selezione facendo divenire il suo locale uno specializzato. La birra, ma soprattutto le specialità, oggi le artigianali, sono nel DNA della offerta della Drancia; impossibile non notare la birroteca appena si mette piede nell'interno (sono più di duecento le etichette esposte); impossibile non farsi catturare dall'atmosfera di un locale che, se pur non grandissimo, si integra perfettamente nella città storica: arredo completamente in legno, un solido stile in arte povera, per settanta posti di ospitalità. Alla spina troneggia sul bancone tutta la linea di Chimay, dalla mitica Chimay Dorée alla spina, non dimentichiamo che La Drancia fa parte del Club Chimay Dorée, alla Triple alla spina fino alle classiche Chimay Rossa, Blu e



Triple in bottiglia; a questa prestigiosa linea si aggiungono la ceca Malastrana e la belga Kwack. Norberto, da 20 anni fa ad oggi, con la sua passione per la birra ha fatto fare tanta strada al suo locale. La Drancia, infatti, è un "tempio" della degustazione, del buon bere e anche del food, a partire dalle proposte, diverse ogni giorno, che sulla lavagna incuriosiscono e soddisfano la sua clientela: oggi leggo Paella e pinzimonio ma domani ci sarà un altro piatto unico e un'altra proposta, sempre con prodotti di stagione di selezionata genuinità preparati da Luisa. Siamo in un territorio meraviglioso dove le tipicità regionali si abbinano ai consigli birrai di Norberto in maniera eccellente: uscire dal locale insoddisfatti è decisamente improbabile. La soddisfazione è anche nel prezzo, lo scontrino medio della Drancia non supera la media dei 15 euro e la sua offerta, anche nel menu alla carta, è

particolarmente interessante: dall'insuperabile risotto alla birra alle insalate di verdure di stagione, dal gulash allo stinco di maiale passando per gli arrosticini fino alle tante altre proposte come il tagliere di prosciutto della Valle d'Aosta, il toscano con la mortadella di Prato, per poi arrivare ad una paninoteca fornita e variegata. Il pubblico che frequenta il locale è un po' di tutti i tipi, ma la clientela più importante si integra nella proposta tradizionale del locale, gli piace bere della buona birra, degustare piatti in abbinamento ma, soprattutto, fare una esperienza nella degustazione che alla Drancia non manca mai. In un bellissimo angolo di storia, la passione e la capacità di proposta di selezioni birraie di Norberto hanno distribuito cultura nel bere e un locale dove intrattenersi è sempre una esperienza che vale la pena, un riferimento di socialità nel territorio. È questa La Drancia.



adhoc

il Cash & Carry su misura per te



IL NOSTRO PARTNER COMMERCIALE



LA TUA NUOVA OPPORTUNITÀ: ADHOC

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

www.adhocash.it



ABRUZZO MOSCIANO SANT'ANGELO (TE)

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

ABRUZZO 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 9699553

CAMPANIA CASTELLAMMARE DI STABIA (NA)

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

CAMPANIA 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

CAMPANIA 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

MARCHE 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



A Porto Viro, in provincia di Rovigo, al civico 21 di Corso Risorgimento, un locale che sa trasferire "emozione"





Sinè

di Alessio Ceccarini

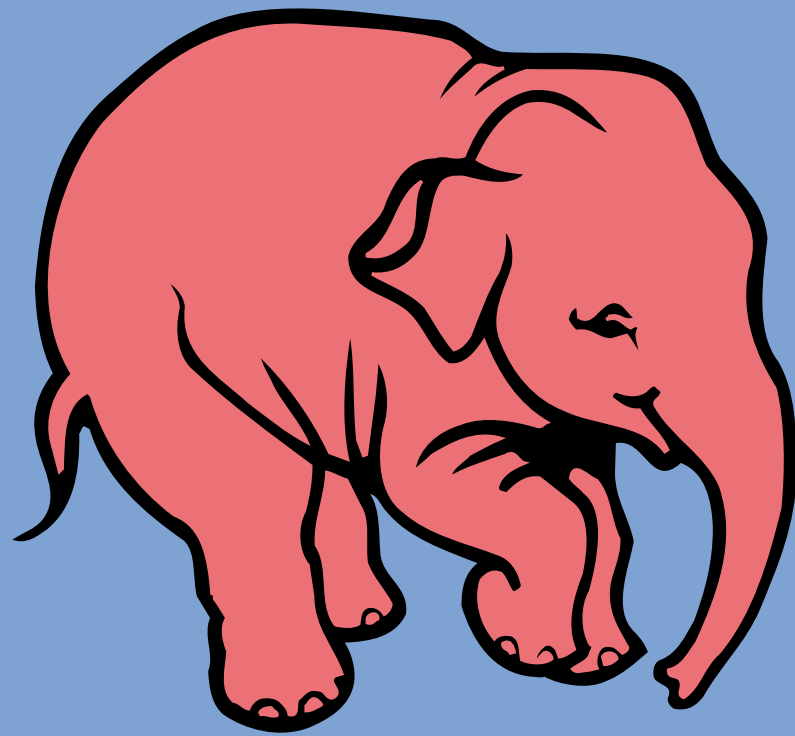
Nasce nel 2005, al posto di un bar, per volontà di Enrico Freguglia ed ha un nome ben particolare per chi non è del posto. Sinè nell'idioma del territorio significa "ecco fatto"! sicuramente il nome Enrico lo ha dato il giorno che ha finito il locale, dopo mesi di fatiche quando ha esclamato sinè! E Sinè fu. Molto simpatico il nome e coraggioso il nostro gestore a metterlo, nessuno può dimenticarlo perché fa parte dei modi di dire del luogo. Siamo appena fuori del centro storico del paese, il locale vive uno spazio di circa 200mq e il suo arredo è in uno stile che si divide fra il classico ed il moderno; entrando, da una delle due porte, non si può far altro che incontrare il grande bancone sferico, ben

15mt. per circa sessanta posti a sedere. Enrico nel 2005 ha coronato il suo sogno, veniva dall'alberghiero e finalmente aveva costruito il suo locale! Le birre rappresentano una selezione in grado di soddisfare i palati più esperti e raffinati; ecco il giro di birre: Malastrana Bohemian, Corsendonk Rousse, Jijlavski Grand del birrifico ceco Jezec, Jan De Lichte di De Glazen Toren, Lupulus, Crest Super di Wells&Young's, spinata a carboazoto come compete ad una birra inglese. Il Sinè inizia il suo servizio alle dieci, in preparazione di un pranzo dove, al menu della sera, si aggiungono i primi piatti o le super insalatone con tante varietà di verdure; sia a pranzo che a cena, oltre una importante proposta di panini, i piatti che spiccano sono i Big Burgers, la tagliata di Black Angus e non manca un tocco di tex mex con una serie di appetitose Fajitas. Il Sinè esercita prezzi democratici, al pranzo si spendono mediamente

intorno ai 10 euro e la media della sera è circa 15. Nulla da dire, il locale, oltre che fare una politica nella offerta di birra artigianale e di birre speciali, propone ottimi cibi. Il Sinè ha un orario lungo e nell'intrattenimento si spinge fino alle 2 del mattino per soddisfare un pubblico giovane che ama tirar tardi, oltre ad un altro pubblico di maggiore età ma più esperto e apprezzatore della offerta birraia del locale. E in tema di intrattenimento non dimentichiamo che il Sinè è anche Music Bar, punto di riferimento di gruppi musicali emergenti: la musica dal vivo ha sempre appassionato Enrico che, ovviamente, appena può si fa venire un po' di idee per divertire il suo pubblico. Mi viene da concludere con una espressione: sinè ! Ecco fatto, vi ho raccontato un locale che rappresenta un modello, attento nel servizio quanto nella offerta, un locale capace di trasferire un ambiente di emozione.



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



Il claim dell'azienda di distribuzione bevande Betti di Cividate al Piano, in provincia di Bergamo, è "vivere lo stile" e il nostro pensiero birrofilo corre ai tanti stili birrari che Betti propone nella sua vasta gamma ma la parola stile ha ben altro significato nel caso specifico. Lo scopriamo nel nostro "on the road" che ci ha portato ad incontrare tre locali clienti: Andata e Ritorno, The Black Sheep e Martha.

Questo "vivere lo stile" ci ha sempre incuriosito e così, appassionati di etimo, siamo andati a cercare l'origine della parola stile: dal latino *stīlus*, la verghetta cilindrica e acuminata di cui gli antichi si servivano per scrivere sulle tavolette cerate; *stīlus*, stile, nel tempo non ha indicato più l'oggetto ma la grafia, poi da forma si è fatto sostanza e ha indicato il modo di scrivere di un autore, ciò che lo distingue dagli altri. Il significato si amplia sempre di più, trascende la letteratura ed oggi, quando si parla di stile, il riferimento è all'estetica complessiva, ciò che individua una persona, o un'azienda... e siccome l'estetica non è solo il bello ma filosoficamente ciò che è morale e spirituale, la parola è complessa. Mi direte, ma per parlare di un'azienda di distribuzione c'era da scomodare anche la filosofia? Sì, perché la scelta di quel "vivere lo stile" è ricca di significati che non possono essere ridotti semplicisticamente. Bere Betti è infatti uno

"stile", fatto in prima battuta di cultura di impresa e di amore per il proprio lavoro, Bere Betti ha tanti "stili"... birrai da proporre ai suoi clienti, e siccome stilo è anche l'asta della meridiana, Bere Betti segna ed anticipa i tempi su tendenze ai consumi, diventando così un orientamento per i locali che vogliono aver successo. L'esperienza maturata in più di 80 anni, la conoscenza del territorio e delle problematiche di un mercato in continua trasformazione, la volontà e la capacità di trasmettere cultura del bere, la consulenza ed il supporto offerto alla clientela unito alla sapiente scelta dei marchi da proporre, fanno di Bere Betti un'azienda di "stile", nel senso più ampio del termine. E se lo stile fosse contagioso? Partiamo per appurarlo con Gian Battista Betti, vedremo 3 locali serviti dall'azienda e ne scopriremo lo stile.

La nostra prima meta è **Provaglio d'Iseo** dove in **via Stazione Nuova 20** ci fermiamo in quello che a prima vista sembra il



Bere  Betti
vivere lo stile



Andata e Ritorno

bar della stazione, salvo poi scoprire che è un'affascinante osteria tipica. **Andata e Ritorno**, non poteva chiamarsi diversamente, anzi, Associazione Culturale Andata e Ritorno è il nome completo; ad accoglierci c'è Alice che insieme ad Angelo, Resy e con il supporto di Claudio gestisce il locale. L'ambiente è rustico e colorato e stupisce per la sua offerta continuata, dalle 7 del mattino alle 24. Sempre disponibili taglieri di salumi e formaggi, panini e altre golosità ma nel fine settimana, e solo su prenotazione, si possono fare squisite cene a base di prodotti tipici, citiamo lo spiedo alla bresciana. L'Andata e Ritorno offre inoltre una terrazza da cui godere mentre si pasteggia lo spettacolo della riserva naturale delle Torbiere del Sebino. Ad accompagnare i cibi, una grande varietà di birre in bottiglia, con stili del ceppo tedesco e belga veramente speciali. Chiediamo ad Alice perché ha scelto Bere Betti, la risposta è semplice: *ha la miglior gamma della zona*

e, l'abbiamo scoperto servendoci da loro, ha una grande disponibilità, credo sia la sua caratteristica. Come siete approdati a questa azienda? Volevamo avere una bella selezione di birre, un nostro cliente conosceva la Betti e ce l'ha consigliata. Loro sono stati bravi, ci hanno ospitato nella loro azienda, ci hanno presentato tante birre, ci hanno suggerito gli abbinamenti con i cibi che proponevamo, insomma ci hanno dato un servizio vero. Aggiungo che sono sempre molto presenti, ci forniscono sempre novità e prodotti stagionali che entusiasmano la nostra clientela. In sintesi, siamo molto contenti di lavorare con Bere Betti. Da questo incontro ricaviamo la sensazione iniziale, tanti stili... di birra ed un unico stile, affascinante: quello caratterizzante di un locale che è una stazione ferroviaria e un ottimo bar-osteria. Lasciamo la Franciacorta e puntiamo dritti **a Brescia**, dove in pieno centro storico, in **via Tosio 15/A**, troviamo uno dei primi

pub in stile anglosassone della città: **The Black Sheep**. È Roberto a fare gli onori di casa e ad accoglierci nel suo locale in stile vittoriano, un locale che è il classico pub nell'offerta gastronomica, panini a profusione, bruschette, fritti a cui, ci dice Roberto, *ultimamente abbiamo aggiunto una sezione steak; è una scelta a cui ci ha guidato l'orientamento del nostro pubblico che sempre più spesso consuma carni alla griglia e hamburger.* Per noi è fondamentale dare soddisfazione ai clienti. E visto che The Black Sheep è aperto a pranzo e cena, e che soddisfare il cliente è la base di un locale di successo, come dargli torto! Si spiega sempre nell'ottica della soddisfazione la grande scelta di birre in bottiglia che proponi? *Seguo molto l'andamento del mercato e dei consumi di birra a livello nazionale, in più ho il parametro, per me un faro, dei gusti della mia clientela. C'è un aumento di richiesta di birre in bottiglia ed io, come pub, devo seguire questa ten-*



The Black Sheep

denza. Ho circa 20 etichette, una scelta quella della bottiglia mi da la possibilità di cambiare spesso, ... offro sempre una novità. Inutile chiederti dopo queste tue parole perché il tuo fornitore è Bere Betti. No, aggiunge Roberto, c'è un motivo in più rispetto alla loro gamma: il rispetto del gestore; non propongo niente senza avertelo fatto degustare nella loro azienda. Voglio dire un'altra cosa, io mi oriento al marketing nel mio lavoro e lavorare a fianco di un'azienda che ha la stessa propensione è quanto mai soddisfacente, c'è feeling. E questo è lo stile di un pub moderno in un modello old pub.

Salutiamo Roberto e, senza spostarci dal centro cittadino, andiamo in **piazza Tito Speri** dove al **numero 11** c'è il **Martha**, ...così, senza aggiunta di descrizioni e con un logo semplice e comunicativo, forchetta e coltello incrociati. Entrando anche il locale possiamo definirlo all'insegna della semplicità ma con molto buon gusto. E il buon gusto viene anche dall'offerta complessiva: piatti semplici, da trattoria, ci dice Andrea che con la sorella Marta, spiegato il nome!, gestisce il locale. Il nostro, ci spiega Andrea, è un locale informale dove trattiamo bene il cliente e a volte lo intratteniamo con la musica. Cosa vuol dire per te "trattare bene"? Qualità del cibo, ottime birre, eccellenza del servizio e calore nell'accoglienza, sono i nostri parametri. Così si spiega perché il Martha da 10 anni è sull'onda del successo, punto di riferimento per la città. Parliamo di birre e di Bere Betti, come vi siete incontrati? L'ho cercato io, volevo inserire le cask beer nel locale, e siccome sono un po' diffidente e anche un "precisino" rompiscatole, ho prima provato le bottiglie poi, appagato dalle risposte, ho messo alla spina la London Ale di Wells & Young's; lavoro a fusto freddo e punto alle birre speciali di qualità, Betti mi da tutto questo. Un ottimo rapporto direi. Senza dubbio, replica Andrea, se dovessi dare un voto darei 10; sono bravi, io tengo tanto al servizio, con loro non ho una birra che non sia servita nel suo bicchiere e con il suo sottobicchiere, e noi spilliamo bene! Bere Betti è azienda attenta a tanti particolari, ad esempio non fa mai mancare il merchandising, essenziale per la promozione dei prodotti. Ancora una volta la conferma di uno stile: fare cultura della birra!

Martha



GOUDEN CAROLUS CLASSIC

PREMIATA
COME LA **MIGLIORE**
BIRRA SCURA
DEL MONDO



PREMIATA
COME LA **MIGLIORE**
TRIPLE
DEL MONDO



GOUDEN CAROLUS TRIPEL



Il birrifico Het Anker è un birrifico 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/>



Non si può dire che i monasteri non abbiano contribuito significativamente allo sviluppo culturale dell'Occidente, nelle scienze e nelle arti come nell'artigianato e nel commercio. E questo vale anche per la birra: sarebbe difficile immaginare la produzione di birra in Europa senza l'attività monastica. Fra i più antichi monasteri c'è quello benedettino di Ettal che produce da più di 400 anni la Benediktiner Weissbier e che oggi propone 3 nuove birre

Novità *Benediktiner Weissbier*

IN VETRINA

Ci sarebbe piaciuto titolare con "Il cielo così vicino", il motto che troneggia nella comunicazione della Benediktiner Weissbier, più semplicemente tradotto in "Ad un passo dal paradiso", perché crediamo che trasmetta un messaggio esplicito ed emotivamente coinvolgente; però c'è preso un dubbio:

e se qualcuno non lo conoscesse e non potesse così associarlo alla ottima weisse prodotta nell'Abbazia di Ettal? Eccone allora la storia. Il monastero di Ettal fu fondato il 28 aprile 1330 dall'imperatore Ludovico IV di Baviera, detto il Bavaro. Già nel XV e XVI secolo i monaci, appartenenti all'ordine di San Benedetto, e così è spiegato

il nome della birra, producevano birra nel vicino villaggio di Oberammergau, in Alta Baviera; poi, nel 1609, la birreria fu trasferita all'interno del monastero. La produzione di birra, oltre all'agricoltura, è l'attività più antica cui da sempre si dedicano i monaci di Ettal che da oltre 400 anni la producono senza alcuna interruzione: ancora oggi la





Benediktiner Hell ha una gradazione alcolica 5% vol., è una classica lager chiara bavarese, “hell” per l’appunto, dal bel colore giallo dorato, poco luppolata e con una piacevole dolcezza di malto.

Benediktiner Weissbier Alkoholfrei, una birra rinfrescante e dissetante che vanta il 40% in meno di calorie rispetto alla Benediktiner Weissbier; si presenta naturalmente torbida per i lieviti in sospensione, come da stile.

Benediktiner Weissbier Dunkel, g.a. 5,4% vol., dal color castagna, piacevolmente opalescente per i lieviti, con aromi fruttati e sentori di malto, al gusto si sentono morbide note di malto tostato. Una birra da godere nella calda stagione e da gustare abbinata a salumi tedeschi, würstel e formaggi freschi; stinco di maiale con patate.

Benediktiner Weißbier per il mercato tedesco e austriaco è birrafatta esclusivamente ad Ettal. La crescente domanda di una birra che dalle origini si è affermata per la sua freschezza e qualità oggi non può più essere soddisfatta dal monastero di Ettal per la sua limitata capacità produttiva, così i monaci hanno cercato un partner capace ed affidabile per far fronte all’aumentata necessità di produzione. Hanno scelto il Gruppo Birraio Bitburger perché è un’azienda familiare basata sul valore, che si distingue per l’imprenditorialità sostenibile, la più alta produzione e qualità dei prodotti, marchi forti e un team di esperti in marketing internazionale di birre tedesche. Così oggi la Benediktiner Weissbier viene brassata presso il birrificio Licher Privatbrauerei, altrettanto ricco di tradizione e dal 2004 integrato al Gruppo Birraio Bitburger che provvede



alla sua distribuzione. Inutile dire che il rispetto della ricetta originale e l’utilizzo dello speciale lievito autoctono, che si trova solo nelle cantine del monastero di Ettal dove matura molto lentamente così da donare alla Benediktiner Weissbier il suo inconfondibile carattere fruttato e frizzante, sono sotto la stretta supervisione dei monaci benedettini di Ettal.

Dopo tanti anni di produzione di Benediktiner Weissbier, una birra di frumento che come avrete capito rappresenta a livello qualitativo il sapere, la passione e l’arte artigiana di quella cultura monastica cui accennavamo all’inizio, oggi sul mercato italiano arrivano 3 nuove birre Benediktiner: **Benediktiner Hell**, **Benediktiner Weissbier Alkoholfrei** e **Benediktiner Weissbier Dunkel**, unite da un denominatore comune, alta qualità e rispetto della tradizione.

“Tre birre che ispirano la citazione latina della suora benedettina Hildegard von Bingen, “cerevisiam bibat”, si beva birra, e, visto che siamo in tema di citazioni, Martin Rederlechner, Sales & Marketing Director South Europe & Latin America di Bitburger BrauGruppe, aggiunge: *manchmal weiß man erst, was man sucht, wenn man es gefunden hat, cioè “a volte si scopre ciò che si sta cercando solo quando si è trovato”. Ora l’abbiamo!*”





Dal 1545 la Brouwerij Roman produce birra ad Oudenaarde nelle Fiandre occidentali e dalle origini la proprietà della birreria appartiene alla famiglia Roman, che infatti fa parte della Belgian Family Brewer. Abbiamo il piacere di intervistare l'esponente della 13ª generazione, l'attuale proprietario Lode Roman

IN VETRINA

INTERVISTA A LODE ROMAN

In base alla sua esperienza, com'è cambiato il mercato delle birre belghe in Italia?

Il cambiamento del modello di consumo in Italia non differisce molto da quello degli altri paesi europei. Il consumatore oggi preferisce più qualità e meno quantità. Non beve più 10 birre, ne può bere anche 3 o 4 ma di alta qualità, ed anche di maggiore gradazione alcolica. Inoltre, non sono più soltanto i maschi, e da soli o con amici, a frequentare i locali birrai, oggi l'uomo esce con la sua donna e con le amiche e nei locali questo porta ad un consumo diverso, l'orientamento è verso le birre speciali, calano infatti i consumi di lager. Considero questa una tendenza generale, ottima per le birrerie belghe perché le nostre birre rispondono proprio ai requisiti richiesti, e devo aggiungere senza presunzione che il Belgio offre oltre alla qualità anche un'enorme varietà di stili. *Alla luce della situazione economica attua-*

le, qual è la sua opinione sul futuro della birra belga in Italia ed in particolare quali strategie sta adottando Brouwerij Roman?

Una situazione di crisi non è mai stata un bene per nessuna azienda di produzione, né lo può essere per chi produce e vende birra. Quando manca la fiducia la gente spende meno, e non solo perché hanno meno soldi in tasca ma anche perché ha paura per il futuro. La birra belga ha un vantaggio, è sempre un prodotto di alta qualità a un prezzo accessibile. E devo dire che anche quando c'è meno disponibilità economica, il consumatore cerca sempre il prodotto di qualità. Con la birra belga trova sempre la birra giusta per bere bene e divertirsi.

Quali sono i progetti di sviluppo di Brouwerij Roman in Italia?

Sviluppare sempre nuovi prodotti per dare un'ampia scelta al consumatore. Negli ultimi anni abbiamo "creato" la Ename Cuvée Rouge, la Gentse Strop e la Roman Blan-



che des Flandres. L'obiettivo di Brouwerij Roman è soddisfare il consumatore che è sempre alla ricerca di novità: per noi, che siamo una birreria familiare, è fondamentale sviluppare novità brassicole, sempre nel rispetto della nostra tradizione birraria. *Con quali strumenti supportate i concessionari e i locali per aumentare le vendite?* Una birreria familiare come la nostra non può fare grandi investimenti in marketing, il nostro budget ha dei limiti. Per questo il nostro compito è più difficile perché dobbiamo lavorare sull'informazione diretta. Siamo spesso in Italia presso i nostri importatori ed i loro clienti. Spesso organizziamo visite alla nostra birreria e vediamo che i gestori dei locali che vengono in Belgio apprezzano la cultura e la lunga storia della nostra famiglia. Crediamo che

il supporto migliore che si possa offrire è far conoscere la produzione e la qualità delle nostre birre, e trasmettere ai potenziali clienti lo stesso rispetto del prodotto che ci muove nella nostra attività. Solo così

loro stessi saranno capaci di comunicare il valore aggiunto della birra Roman che propongono ai loro clienti. Una cosa è certa, un viaggio verso il "paradiso delle birre" è sempre speciale se non dimentica.



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



LE STAGIONALI HB MÜNCHEN

Birre stagionali, lo dice il nome, sono quelle birre che, per caratteristiche di produzione o per gli ingredienti utilizzati, non sono sempre disponibili: si trovano solo in alcuni momenti dell'anno, e proprio per questo sono quanto mai desiderate!

di Guja Vallerini

Per tutti i clienti di un locale birraio trovare una birra stagionale, speciale, è subito una grande attrattiva, è la novità del momento, il più delle volte corrispondente ad un momento di festa. Se vogliamo essere onesti c'è da dire che la birra di stagione nasce più da necessità che da festeggiamenti, basta riferirsi a tempi in cui tecnologie e frigoriferi non esistevano, pensate cosa doveva essere secoli addietro, per rendersi conto che produrre la birra sempre uguale quando cambiavano le condizioni climatiche era autentica impresa. Non solo, erano le stagioni che dettavano i tempi di produzione, orzo e luppolo si raccoglievano in

autunno, la birra si produceva d'inverno, d'estate non se ne ragionava neppure. E gli ingredienti venivano reperiti il più vicino possibile, nel nostro mondo globalizzato oggi si direbbe a km0. Nei paesi in cui si potevano utilizzare spezie, erbe aromatiche, frutta se la cavavano meglio, ma in Germania dove dal 1516 esisteva l'editto della purezza (solo acqua, malto d'orzo e luppolo) c'erano poche chances. Furono proprio i mastri birrai bavaresi che ebbero la felice idea di collegare ad eventi di vario genere il diverso risultato delle loro produzioni; il matrimonio regale, e nacque l'oktoberfestbier, la festa di primavera, e nacque la maibock, l'avvento





dell'estate, e fu creata una birra fresca e beverina, la sommer, il Natale, e fu la volta della festbier. Grande idea e gusti nuovi da godere come piccoli o grandi eventi. HB München, espressione della cultura birraia di Monaco di Baviera, produce ben 4 birre stagionali; ve le descriviamo iniziando dalla birra di stagione, anche se questa estate tutto sembra fuorché "estiva", la **Münchner Sommer naturtrüb**, a cui facciamo seguire, visto che è imminente la festa della birra a Monaco, la **Hofbräu Oktoberfestbier**, poi anticipiamo le feste natalizie con la **Hofbräu Festbier**, e chiudiamo dandovi l'appuntamento a primavera 2015 con la **Hofbräu Maibock**.



Münchner Sommer naturtrüb

Gusto fine, fresco - la specialità originale di Monaco tipicamente estiva

Con la "Münchner Sommer naturtrüb" la Hofbräu München offre una specialità di birra a bassa fermentazione ed a torbidezza naturale, prodotta secondo la tradizionale ricetta, dal gusto così fresco e frizzante da rappresentare un'ideale alternativa alla birra bianca, la Weissbier. Consumata preferibilmente in estate nelle birrerie all'aperto. Nel boccale la "Münchner Sommer naturtrüb" si presenta opalescente, dal colore tipo Maerzen con un cappello di schiuma fine. Questa classica birra a bassa fermentazione con una gradazione di 5,1% vol. ha un profumo fine ed un aroma fruttato. Il gusto è fresco, frizzante, aromatico con una nota finale leggermente amara. L'alternativa alla Weissbier!

Abbinamenti consigliati: antipasti, merende, salumi e formaggi, asparagi, pasta, arrosti, insalate.

Hofbräu Oktoberfestbier

L'Oktoberfest è davvero una festa con la F maiuscola! La più grande festa del mondo che non potrebbe aver luogo in nessun'altra città se non a Monaco di Baviera, la metropoli della birra. Ogni anno sono milioni i visitatori che giungono da ogni parte del mondo per vivere questa singolare atmosfera. Per questa occasione Hofbräu München produce una birra particolarmente abboccata che si sposa alla perfezione con la tradizionale cucina bavarese. Con una gradazione alcolica del 6,3% vol. ed un gusto leggermente amaro, la "Hofbräu Oktoberfestbier" è una birra unica proprio come l'Oktoberfest!

Tipo: birra "della festa" chiara a bassa fermentazione.

Hofbräu Festbier

Elegante, nobile, aromatica

In occasione del Natale, ecco questa birra corposa, di gradazione alcolica 6,3%, prodotta a bassa fermentazione; di un bel colore oro antico limpido, sormontato da un generoso cappello di schiuma bianca e pannosa, al naso sprigiona aromi di malto con leggere note di luppolo. Ha un gusto elegante con un finale leggermente dolce. Una birra di Natale tipicamente bavarese, facile da bere, perfetta per accompagnare il clima di festa natalizio

Abbinamenti consigliati: piatti di arrosto, pollame e selvaggina ripiena.

Hofbräu Maibock

Aroma maltato, corposo - una birra bock esclusiva

La Hofbräu Maibock prodotta per la prima volta nel 1614 è la birra bock più vecchia di Monaco di Baviera. Da allora, questa specialità di birra bock viene prodotta fresca ogni anno in primavera. Puntualmente per il mese della letizia, all'ultima settimana di aprile viene festeggiato come da tradizione l'evento sociale della prima spillatura della Hofbräu Maibock alla Hofbräuhaus al Platzl. La Hofbräu Maibock a bassa fermentazione ed a gradazione 7,2% vol. è di color ambra, con una schiuma cremosa, di puro bianco, aroma barocco, di leggero malto tostato. Il sapore è molto corposo, aromatico, con una delicata nota finale di luppolo. Un momento dell'anno del tutto speciale per gli amanti della birra!

Abbinamenti consigliati: salumi e formaggi, arrosti, stinco, gulasch e dolci

MONTELAGO CELTIC FESTIVAL

La rassegna di musica e cultura celtica più grande d'Italia, seconda in Europa per numero di fan su Facebook, tanto da destare l'attenzione dell'inglese BBC, è alla sua 12ª edizione. Sull'Altopiano di Colfiorito, nel cuore dell'Appennino umbro-marchigiano, l'1 e 2 agosto, a Taverne di Serravalle di Chienti (Mc), tra musica, rievocazione storica, fantasy, sport e attività all'aria aperta, lo spirito gallico rivive come in una vera enciclopedia del mondo celtico. Ben 17 i concerti distribuiti fra palco centrale e Mortimer Pub, per 36 ore di musica no-stop, con la possibilità, quest'anno per la prima volta, di incontrare i gruppi dopo la

performance all'Artist meeting point. Leitmotive dell'edizione 2014 sarà la Francia. Poteva mancare, in un evento che gode del patrocinio dell'Ambasciata d'Irlanda in Italia e che ogni anno riunisce oltre 20 mila persone, dell'ottima birra? impossibile! Dal birrifico "Il Mastio" di Urbisaglia (MC) due birre artigianali realizzate nel rispetto della più antica tradizione birraia, capaci di rivelare i profumi e sapori del territorio di origine ed esprimere nel contempo i sentori di un prodotto semplice e genuino, ricco di ingredienti selezionati con cura e ricercatezza, come i luppoli nobili che regalano al palato emozioni indimenticabili.



Spigolature

FERMENTAZIONI 2014

Torna a settembre, e non è il titolo del film, la seconda edizione del festival prodotto da Sfero e organizzato insieme a Cronache di Birra: da venerdì 12 a domenica 14 settembre, nella cornice delle Officine Farneto a Roma, ecco Fermentazioni 2014. Rilevanti alcune novità rispetto al 2013. La prima: tutta la parte food sarà a cura di Eataly... e su questo basta la parola! La seconda: ancora più grandi gli spazi dell'accoglienza, con una grande area all'aperto di 1300mq. La terza: cresce il numero dei birrifici artigianali presenti rispetto ai 30 dello scorso anno. Confermati i laboratori, anche quest'anno in collaborazione con Slow Food Roma, così come tutti i contenuti collaterali che hanno arricchito il programma della prima edizione: performance artistiche, elementi culturali, musica e tanto altro. Per aggiornamenti sul programma www.cronache-dibirra.it, Facebook e Twitter, e il nuovo sito www.fermentazioni.it



2° Birròforum

Si è chiusa il 30 giugno la 2a edizione di Birròforum, Festival Nazionale delle Birre artigianali e del cibo di strada, con un bilancio più che positivo: 4 giorni di manifestazione, 7.000 mq di villaggio, 10.500 visitatori, 26 birrifici artigianali, 42.000 birre spillate, 21.800 cibi da strada consumati, 13 artigiani del cibo di strada, 12 laboratori di degustazione, 22.000 visite al sito internet, 8 food show, 150 giornalisti accreditati, 130 articoli pubblicati e servizi radio tv trasmessi. Più che ai numeri diamo voce ad alcuni protagonisti.

Dichiara l'homebrewer Ferdinando Lonardo: *L'organizzazione ha rispecchiato la dinamicità del settore birraio e dello street food non dimenticando finestre di approfondimento curate ed estremamente piacevoli.* Continua Fabio Mozzone, Responsabile Marketing **Baladin**: *Abbiamo trovato un pubblico attento e desideroso di informazioni. Birròforum ha le caratteristiche per diventare un appuntamento importante.* E ancora, Andrea Bagnolini Vice Direttore **AssoBirra**: *Il bilancio mi sembra veramente molto buono, non solo per i numeri ma anche per l'atmosfera che si respirava. Un ambiente informale, caldo, partecipato, con un pubblico sempre più qualificato.* Dello stesso avviso Carlo Schizzerotto Marketing **AssoBirra** che definisce *Birròforum un evento costrutti-*

vo. Lo street food di qualità, per lo chef **Francesco Aprea** è stato puro divertimento, eccezionale il connubio tra birre artigianali e alta cucina.



PREMI CEREVISIA 2014

Menzione Speciale Birra dell'Anno

1^a **Invasion di Birrificio Superbum**

2^a Cotta 68 di Mastri Birrai Umbri

Per il Nord

Alta fermentazione

1^a **Super Bitter di Baladin**

2^a Esportazione di S. Gabriel

3^a Strong Ale di Theresianer

Bassa fermentazione

1^a **Altinate di Birrificio Antoniano**

2^a Premium Lager di Theresianer

3^a Affumicata di Sauris Agree Beer

Per il Centro

Alta fermentazione

1^a **Magnifica di Birra dell'Eremo**

2^a American Red Ale di Birra di Perugia

3^a Rifle di Il Mastio

Bassa fermentazione

1^a **My Antonia di Birra del Borgo**

2^a Raaf di Birra Damare

3^a Gradisca Limited Edition di Birra Amarcord

Per il Sud solo Alta fermentazione (non presenti birre a bassa fermentazione)

1^a **Konan di Opus Grain**

2^a Indica di Pinta Siciliana

3^a Tempora di Cantirificio Vittoria



...LA BIRRA BBONA!

BIRRA ARTIGIANALE TERRONA
Zona Artigianale
73022 Corigliano d'Otranto (LE)

telefono +39 0836 320223
cellulare +39 335 8425904
e-mail birraterrona@libero.it
www.birraterrona.com



DENTRO LA COTTA

Lu'Au di Casa Vecchia

Una nuova etichetta per una nuova birra che apre un nuovo progetto nel Microbirrificio di Ivan Borsato. La nuova nata si chiama **Lu'Au**, è una California Summer Ale a bassa gradazione alcolica (3,8% vol) con importante timbro amaro. Una birra per l'estate che presenta due caratteristiche importanti: è disponibile solo nel formato 33cl, e a breve lo sarà anche in fusto, ma soprattutto annuncia che a Casa Vecchia tutte le birre della nuova linea saranno "Collaboration Brew". La Lu'Au è nata in collaborazione con il Birrificio di Quero.



BIRRIFICIO IL MASTIO

Nuova linea di birre Montelago create in occasione del Montelago Celtic Festival dal *Birrificio Il Mastio* di Urbisaglia: **Litha e Mabon**. Litha (g.a. 5,2% vol.), una blanche di una sorprendente limpidezza, colore giallo paglierino carico. Brasata con malto e frumento marchigiano, all'olfatto è caratterizzata da note speziate di coriandolo e cardamomo. Fresca e dissetante come da stile. Mabon (g.a. 5,2% vol.), una extra special bitter armonica al palato. Colore ambrato, bouquet floreale con note di malti caramellati, gusto amaro tipico dello stile.





Cento Volte Forte

Tra le iniziative promosse per il centenario della nascita del Comune di Forte dei Marmi non poteva mancare quella del **Birrificio del Forte** che fin dall'inizio ha stretto un saldo legame con il proprio territorio. Creando un collegamento col passato, il birrificio ha studiato una nuova ricetta utilizzando anche varietà di frumenti antichi che venivano coltivati a inizio secolo, anni in cui le strade erano percorse da buoi che trainavano carichi di marmo. È nata così **Cento Volte Forte**, una birra chiara e di basso grado alcolico. Per l'occasione sono stati prodotti, oltre alle classiche bottiglie, 100 Magnum numerati che riportano sull'etichetta il carro con i buoi con il loro pesante carico.

È un anno che il Birrificio Antoniano di Villafranca Padovana gira a pieno regime. Tante le cotte, tanta la fatica ma tante anche le novità, dalla "portabandiera" Birra Antoniana, specialità in stile Vienna all'innovativa Pale Lager Birra Altinata, dalla Birra Scudata, una specialità strettamente legata alla cultura padovana, alla recentissima Birra Antoniana Bionda. Ora è il momento della celebrativa Birra Antoniana 1° Anniversario, una nuova specialità in edizione limitatissima.



Birra Antoniana 1° Anniversario

È un anno che il Birrificio Antoniano di Villafranca Padovana gira a pieno regime. Tante le cotte, tanta la fatica ma tante anche le novità, dalla "portabandiera" Birra Antoniana, specialità in stile Vienna all'innovativa Pale Lager Birra Altinata, dalla Birra Scudata, una specialità strettamente legata alla cultura padovana, alla recentissima Birra Antoniana Bionda. Ora è il momento della celebrativa Birra Antoniana 1° Anniversario, una nuova specialità in edizione limitatissima.

BIRRA GURU

Torna l'estate e con il sole e la calura torna la voglia di bersi una birra semplice ma di carattere come lo è la **Guru** del **Birrificio I Due Mastri** di Prato, azienda toscana che dal 2009 si impegna a produrre birra con materie prime italiane offrendo prodotti con facilità di fruizione e beva, unite alla personalità della birra artigianale italiana per rappresentare il ponte tra il mondo dell'omologazione dei gusti a quello più estroso e genuino dell'artigianalità italiana. La Guru è una birra bionda da 4° alcolici, rotonda, gustosa e leggermente amara sul finale. Prodotta con malto d'orzo 100% italiano.



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



Compirà a dicembre 4 anni di vita questo birrificio vercellese che stupisce per la sua filosofia, la sua linea di marketing e, neanche a dirlo, per la qualità delle sue birre: già nove tipologie prodotte in pochissimo tempo



BSA Birra al Popolo!

Acronimo di Birrificio Sant'Andrea, nome che è un omaggio alla Basilica di Sant'Andrea, monumento simbolo di Vercelli, il BSA nasce nel 2010 ad opera di un gruppo di amici capitanati da un bravo mastro birraio. Nel suo DNA ha la birra e la musica, e basterà conoscere le sue birre per capirlo. Nasce con un'idea chiara e "rivoluzionaria": creare differenti tipologie di birra che rispecchiano, attualizzano ed innovano le ricette classiche e tradizionali. Niente fronzoli, niente arzigogoli, la massima cura nella scelta degli ingredienti più preziosi e delle materie prime più ricercate, ingredienti puri, garantiti e di altissima qualità importati dai migliori produttori mondiali (UK, Germania, Belgio, Repubblica Ceca, U.S.A., Australia). Cosa c'è di rivoluzionario in questo? Già molto nel rifiutare sperimentazioni ardite ma puntare alla semplicità, attenendosi alle ricette classiche con quel pizzico di fantasia che rende

prezioso il prodotto birra. Ma la rivoluzione è nello scegliere un target giovane, magari con poca tasca, sfatando il concetto che la birra artigianale sia un prodotto d'élite, in altre parole offrire a tutti un prodotto eccellente al giusto prezzo, ecco perché nasce lo slogan "Birra al Popolo!". In questo senso BSA è un'azienda rivoluzionaria. Sentiamo le loro parole: *non vogliamo cambiare il mondo, ma semplicemente regalare nuovi piaceri al modo di intendere la Birra. Essere rivoluzionari ed amare i cambiamenti significa anche cercare di evolvere sempre in meglio i nostri prodotti. BSA è volta al miglioramento continuo dei propri processi aziendali nell'ambito della soddisfazione dei clienti. Il nostro desiderio è unire alla ricercatezza estrema dei gusti e dei sapori delle Birre Artigianali una gran voglia di divertirsi, esplorando tutte le dimensioni del magico universo della nostra amatissima Birra. Scopriamo allora le birre di BSA.*





Fog g.a. 4,4 %vol.

Una witbier dall'aspetto torbido naturale. Molto rinfrescante e poco amara. Un labirinto di gusti. L'infusione di buccia d'arancia e coriandolo la rende leggermente acida e la sua schiuma è compatta e cremosa. Una Birra difficile da ritrovare. Squisita con formaggi delicati, e antipasti di pesce.

Leone g.a. 5,3 %vol.

Una birra stile pils cecoslovacco/tedesco dal gusto secco, pulito, beverino. Una zampata di malti ricercati e luppoli preziosi, tra i quali il pregiato Saaz. Molto dissetante, dal colore giallo oro con una buona carbonatura. Una birra grintosa da accompagnare con la vostra pizza preferita e primi piatti di qualsiasi tipo.

Hei ho! To go! g.a. 6,2 %vol.

Un'ambrata in stile IPA, creata con il metodo di luppolatura continua e con ingredienti che le regalano i caratteristici profumi di frutta esotica. Da consumare con carni di maiale, pesce e cibi affumicati.

Gallo g.a. 6,9 %vol.

Una bitter ale di pura razza inglese dallo spiccato equilibrio fra il morbido gusto dei malti e l'amaro dei luppoli. La compagna ideale di qualsiasi invitante piatto di carni bianche, arrostiti o crostacei.

RiOt g.a. 8,1 %vol.

Una golden strong ale, in puro stile belga, dal corpo medio e dal colore oro carico. Una piacevole giungla di aromi floreali e profumi erbacei. La secchezza dell'alcool diventa più evidente nel retrogusto e la carbonatazione media regala sensazioni veramente strong. Da bere con fritti di pesce, formaggi stagionati, dolci.

Funky g.a. 6,6 %vol.

Una vera porter, le storiche birre scure dei facchini londinesi. Sentori e gusti di caffè e liquirizia, con note tostate e affumicate che possono variare da moderate a intense. In questa versione tradizionale, al palato morbido si coniuga un intenso profumo di luppolo e note di alcool. Birra infaticabile che si abbina a formaggi robusti, piatti tradizionali tipo polenta integrale, carni o pesce al forno e naturalmente alle ostriche.

Mozkito g.a. 4%vol.

Definita una hybrid ale, è la birra ideale per la calda stagione, dorata, ricca di malti floreali e di profumi superluppolati. Da gustarsi con carni bianche, pollo tandoori, risotti alle erbe, risotto ai carciofi.

Blitz g.a. 7,7 %vol.

Una double grab APA semplicemente speciale, una cascata di prezioso luppolo Cascade Original American style. Colore



ambrato, corpo deliciosamente medio. Profumi erbacei e fruttati che regalano un'esperienza vivace ed unica.

Hell Rice g.a. 10,5 %vol.

Una barley wine con note potenti di frutta sciroppata e alcool che scaldano il palato e l'anima. La secchezza donata dalle speciali varietà di Riso (Pilaf, Baldo, Carnaroli, Rosso) unita alla dolcezza di una birra così calda e corposa ne danno un equilibrio straordinario. Si abbina bene con formaggi caprini potenti e strutturati, con tabacco e cioccolato.





APPENZELLER BIER

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 birrifico tradizionale svizzero.

Le birre speciali prodotte da questo storico birrifico 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 birrifico 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 azzerrare le emissioni, il birrifico Locher collabora attivamente con l'organizzazione no profit myclimate.ch, riconosciuta a livello internazionale, per ridurre le emissioni di CO2. La birra Quöllfrisch 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 GranAlpin e i contadini di montagna elvetici, 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 innegabili 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.

www.appenzellerbier.ch



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

Lamb Weston è un'azienda che si dedica interamente ed esclusivamente "alle patate", prodotto attraverso il quale regala ai suoi clienti momenti di convivialità che si trasformano in esperienze sensoriali ed indimenticabili.

A proposito di Lamb Weston

La vision aziendale contempla la creazione di un lungo percorso, intrapreso grazie alla collaborazione di clienti e consumatori, dipendenti, società, fornitori ed azionisti. L'obiettivo principale della multinazionale è quello di dar vita a dei valori che siano condivisi e condivisibili. L'intera dirigenza è convinta che per farlo bisogna innanzitutto rendere il luogo di lavoro un ambiente sereno e stimolante per lo scambio di idee. Questi forti ideali hanno spinto Lamb Weston ad adottare una politica aziendale in cui clienti e consumatori sono sempre posti al centro di tutto ciò che l'azienda pensa, in modo da trarre forza dal loro diretto giudizio quotidiano.

Lamb Weston produce patate dal 1920 con passione, professionalità ed esperienza. L'azienda segue da sempre un doppio binario: da un lato presta grande attenzione ai continui miglioramenti che possono essere apportati ai prodotti già esistenti e dall'altro è alla costante ricerca di nuove idee che riescano a fondere il principio dell'innovazione con quello del benessere e della salute dei consumatori. In novant'anni di attività infatti, Lamb Weston si è sempre battuta per la qualità, la coerenza e l'innovazione tramandando di generazione in generazione la cultura ed il rispetto di un prodotto che è alla base dell'alimentazione mondiale. Oggi, Lamb Weston è tra i primi tre produttori di patate più grandi al mondo, detenendo anche il ruolo di leader nel campo dell'innovazione, sia per le attrezzature utilizzate che per la ricerca di nuovi prodotti.

L'azienda è abituata ai grandi numeri: conta più di 6.200 dipendenti nel mondo e produce 3.1 milioni di tonnellate di patate ogni anno. A conti fatti, si parla di 10 milioni di porzioni di patate al giorno solo in Europa! Lamb Weston è attiva in più di 110 Paesi tra i 5 continenti. Quindi è davvero molto probabile, che ovunque voi siate, da Roma a Londra passando per Sydney e New York, in giro per il mondo vi capiti di mangiare patate fritte Lamb Weston.

DALLA CUCINA





A proposito di Potato Dippers

La ricerca di innovazione e nuovi prodotti di cui si è parlato prima, ha condotto il team di esperti di Lamb Weston ad inventare un nuovo prodotto rivoluzionario, creato per portare entusiasmanti esperienze di gusto a tavola. Studi sociologici affermano che in un mondo sempre più frenetico e virtuale, le relazioni più importanti si sviluppano intorno al tavolo, condividendo pietanze e momenti di vita quotidiana. Il consumo del pasto in comune, fin dall'epoca antica, riveste un ruolo importante in ambito sociale. Il cibo è l'occasione attraverso cui l'uomo consacra riti sacri e profani, discute di questioni civili, filosofiche e artistiche. Le persone si trovano una di fronte all'altra con la propria individualità, con il proprio volto e la propria esperienza ed insieme condividono i beni della terra e della propria vita. La nuova Potato Dippers è un prodotto di alta qualità, piena di gusto di patata e con una forma unica, per offrire una perfetta esperienza di condivisione ed "immersione", pensata per cene informali e divertenti, durante le quali si riscopre il piacere della convivialità, per designare l'atmosfera di piacere e dialogo. La convivialità nel suo duplice significato (il cibo e la socialità) è un elemento indispensabile per il benessere dell'umanità e si può esprimere con grande creatività e con modi differenti nei diversi territori del mondo.

Il country sales manager per l'Italia, Luciano Padrone, afferma che sicuramente le Dippers faranno parlare di sé e che saranno apprezzatissime tra il pubblico che ama i sapori naturali e decisi. Inoltre, permettono ai consumatori di liberare la propria creatività, essendo il complemento ideale per una varietà di salse colorate e gustose.

Le Potato Dippers possono essere utilizzate per essere intinte direttamente nelle salse preferite, senza l'utilizzo delle posate. Condividere questa portata può condurre ad un nuovo concetto di consumo della patata. Infatti è importante non sottovalutare l'aspetto giocoso e fantasioso dei commensali. Offrendo qualcosa che riesca ad essere tanto familiare quanto eccitante, i clienti troveranno nel dipping una nuova strada per rilassarsi e per dare inizio ad una divertente serata con gli amici.

LA VOCE DEI CONSUMATORI

Fine Food Group, leader in Italia per i prodotti Tex Mex, dichiara che ha scelto Potato Dippers per il suo rapporto qualità/prezzo e perché si tratta di una tipologia di patate che mancava nella sua gamma di prodotti. Il successo del prodotto risiede proprio nel suo aspetto "home made" e nella sua indiscutibile versatilità: può infatti essere servita sia come contorno che come finger food all'aperitivo. Si tratta di una patata sfiziosa, originale, che mantiene a lungo calore e croccantezza e che, data la forma, può essere gustosamente "tuffata" in tantissime salse.

Altrettanto entusiasti sono i clienti che le hanno consumate: raccogliendo testimonianze per i pub che già hanno le Dippers nella gamma di prodotti offerti, la maggior parte delle persone ha dichiarato che la loro scelta è ricaduta su tale portata per il loro aspetto particolare, che le fa apparire come un prodotto fresco, riuscendo a riportare alla tradizione i piatti cui facilmente si abbinano. La buccia inoltre esalta il loro gusto, conferendole un sapore che non è paragonabile a nessun'altra patatina fritta.

Un altro motivo che spinge i clienti a sceglierle è la curiosità: abituati alle solite patatine stick, si rivelano poi entusiasti quando sul menù trovano un prodotto tanto particolare. In alcuni casi, la forma non comune e soprattutto la presenza della buccia, suscita nei clienti una diffidenza iniziale, ma chi le ha assaggiate, dopo ha deciso di non volerne fare a meno.

In termini quantitativi, tutto questo entusiasmo e questa curiosità si è trasformata in un incremento delle vendite di patatine pari al 20%. E voi? Correte! Le Dippers vi aspettano!

Freschi Dessert

I consigli degli Chef Promoter Demetra per simpatici dessert di stagione, freschi, veloci e come sempre originali: autentici “appunti di gusto”

Degustare un piatto ben cucinato è sempre un piacere, per questo Demetra ha scelto di far evolvere la propria attività di presentazione dei prodotti, fino alla creazione di veri e propri Show Degustazione: coinvolgenti momenti nei quali gli Chef Promoter dell'azienda propongono ricette e consigli agli operatori interessati a come utilizzare al meglio gli ingredienti che compongono l'ampia offerta di gamma. In questo numero un “assaggio” estivo delle creatività degli Chef Promoter.



MOSAICO DI MASCARPONE ALLA FRUTTA FRESCA

Ingredienti per 16 porzioni: 1 busta preparato per Tiramisu Demetra, ½l panna fresca da montare, ½l latte, 1 busta preparato per Pan di Spagna Demetra, frutta fresca a cubetti (kiwi, fragola, ananas, frutti di bosco) q.b., ½l sciroppo acqua e zucchero, 2,5dl maraschino, gelatina neutra q.b.

Preparazione

Preparare il pan di spagna come da ricetta raffreddarlo e tagliarlo a liste spesse 1 cm, montare la crema tiramisu in planetaria, preparare lo sciroppo di acqua e zucchero ed aggiungere il maraschino. Cubettare la frutta e procedere al montaggio alternando le liste di pan di spagna inzuppato di sciroppo con la crema e la frutta per due giri completi, pareggiare in pirofila e glassare con la gelatina neutra, riporre in congelatore a -18° e lasciare fuori solo alcuni minuti prima del servizio.

BRUSCHETTA DESSERT ALLA CREMA GIANDUIA E ANANAS

Ingredienti: 30g Crema Gianduia, 2 fette ananas a cubetti, Topping allo Zabaione Demetra, zucchero a velo q.b., panna montata q.b., gelatina neutra q.b.

Preparazione

Tostare il pane, spalmare la crema al gianduia ed aggiungere l'ananas in parte intero e in parte a cubetti. Cuocere nel fornetto per circa 3 minuti. Aggiungere lo zucchero a velo e la panna montata alcuni minuti prima del servizio.



Cogli la varietà
delle nostre creme.



Demetra offre oltre 40 tipi di creme per la ristorazione moderna di qualità.



La selezione di salse e creme Demetra si distingue per la varietà e la freschezza delle materie prime, che vengono scelte direttamente sui luoghi di raccolta e lavorate con passione per garantirvi sempre genuinità e alta qualità. I prodotti Demetra estremamente versatili diventano così l'ingrediente speciale per rendere uniche le vostre preparazioni in cucina.

*Ingredienti di Qualità
per la Ristorazione Moderna*

www.demetrafood.it

Creato in esclusiva per Svevi, la nota azienda con sede a Pisa specializzata in prodotti alimentari dalla Germania e non solo, nasce un hamburger che renderà l'imminente Oktoberfest nei locali e nelle piazze italiane ancora più "gustoso".

SVEVI PRESENTA FRANZBURGER®

L'Oktoberfest in Italia avrà un nuovo sapore, l'esclusivo hamburger creato per Svevi da una delle più rinomate aziende bavaresi del settore; si chiama Franzburger ed ha il marchio registrato. Come tutti i prodotti di Svevi è un "originale" che l'azienda pisana ha incaricato ad un ottimo artigiano avendo come obiettivo la creazione di un prodotto innovativo. Franzburger® è infatti un hamburger in cui il manzo, tradizionalmente utilizzato da tutte le hamburgerie, viene sostituito da una specialità che chi è stato all'Oktoberfest di Monaco di Baviera ben conosce: il Leberkäse. Tipico piatto bavarese, conosciuto in tutta la Germania, possiamo definirlo un pasticcio di carne di manzo e di maiale, simile al würstel ma con cui non condivide né la forma, che nel leberkäse è retangolare come quella del nostro pane in cassetta, né il sapore. Svevi ha chiesto all'artigiano bavarese di creare il suo leberkäse fresco con una speziatura esclusiva così che



questo innovativo hamburger acquisti un sapore unico: nasce così Franzburger®. Da servire tagliando una fetta di leberkäse alta almeno 1 centimetro e farcire con senape originale bavarese, insalata, pomodoro, uovo all'occhio di bue (ma è ottima anche la versione senza uovo). Per valorizzare ancora di più il Franzburger® sarà a breve disponibile un panino speciale appositamente creato, con forma tipo rosetta, della grammatura di 65g. Sarà un pane speciale, perfetto anche per una farcitura squisita come la pancetta della Foresta Nera, doverosamente grigliata e servita bella calda dentro il panino, decorato poi con un top di salsa bbq, già disponibile presso Svevi anche in taniche da 4,4kg. Una novità da provare per la quale riconosciamo all'azienda Svevi il merito di essere sempre alla ricerca di novità senza per questo mai dimenticare le abitudini al consumo degli italiani. Franzburger® è veramente favoloso... provare per credere!

Curiosità

La traduzione letterale di leberkäse è formaggio di fegato ma non è un formaggio e non contiene per nulla il fegato, ingrediente utilizzato alle origini del prodotto, circa 200 anni fa. Al fegato rimane l'onore del nome, per l'appunto leber!



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

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

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

Il 21 Giugno, in una elegante struttura il cui ristorante vanta 1 stella Michelin, una serata di degustazione organizzata da Percorsi di Birra e guidata da Roberto Parodi



Ci troviamo a pochi passi dalla Svizzera, tra i Laghi di Como e di Lugano, per la precisione a Pello Intelvi (CO) dove nel verde sorge La Locanda del Notaio: qui si è svolta, con la regia in cucina della chef Sara Preceruti e la guida del Docente e Presidente di Associazione Degustatori Birra

della Lombardia Roberto Parodi, una degustazione che Percorsi di Birra, definisce esperienziale: birre di qualità, parliamo di **Braufactum**, prestigioso marchio tedesco nel portfolio di *Radeberger Gruppe Italia*, declinata in 4 stili per abbinarsi a 4 ricette proposte dalla chef. Prima di entrare nel merito dell'affascinante serata degustativa, vogliamo sottolineare i due aspetti salienti che ci hanno indotto ad inserire questo evento nella rubrica tendenze. Da tempo sosteniamo che noi italiani non saremo mai i grandi bevitori di birra dei paesi del nord e dell'est Europa; per noi bere vuol dire almeno stuzzicare qualcosa di "commestibile" e finalmente, superata l'accoppiata pizza e birra, stiamo evolvendo verso una maggior cultura della birra ed apprezziamo sempre di più il corretto accostamento alle portate gastronomiche. Ogni locale birraio sa che saper proporre la birra vuol dire spiegarla e suggerire l'abbinamento al piatto ordinato dal cliente, molti stanno utilizzando la birra come ingrediente nelle ricette, insomma birra-cibo non è più questo sconosciuto, anzi, se saputo proporre senza essere pedanti, diventa un evento. L'altro aspetto davvero rilevante è che in questa serata a La Locanda del Notaio non eravamo in un locale birraio ma in un ristorante stellato, a conferma che anche gli chef più qualificati non disdegnano più la proposta birra con le loro "creature", purché la birra sia di qualità e l'abbinamento ben valutato. E anche questo è tendenza!

Ed ora il report della serata. Apertura con un antipasto rustico e raffinato, *spiedino di gamberi alla farina di polenta, insalatina di fagiolini con granita all'acqua di mare e purè*



QUATTRO STILI PER QUATTRO RICETTE

di mango fresco. Un incontro tra la terra dell'ortaggio e il mare dell'acqua di ostriche e di vongole. L'esotismo del frutto rinfresca il palato e risulta in perfetta sintonia con il sentore di floreale ed erbe aromatiche. La birra abbinata è una Kölsch, si chiama **Colonia** come la città madre di questo stile. Colore oro, limpida, con schiuma bianca fine e persistente. Pane fresco, erbe aromatiche, sentore floreale, frutta, agrumi, e note di miele al naso, fresca e intensa al palato, amaricante per la sua luppolatura a freddo, con note di torta alla crema di limone ed un'ottima persistenza retrogustativa. Pulita, elegante e delicata, ideale per l'antipasto proposto da Sara.

Primo piatto, **tagliatelle al profumo di liquirizia con lavarello affumicato e fave fresche su crema di burrata**, un'autentica sfida per la chef che ha unito ingredienti di terra e di acqua dal gusto deciso e ricercato ad uno dei suoi ingredienti preferiti, la liquirizia. Un'esplosione di sensazioni olfattive e

gustative in un equilibrato incontro tra sapori distinti e di carattere, dove la liquirizia viene percepita solo come sorpresa finale. Per "tanto" piatto una birra ricca di gusto, **Darkon**, una schwarzbier dall'aroma intenso di malti tostati, fruttato, torta al cioccolato, tabacco Virginia, miele di castagne e note amarognole. Dolce, di buona intensità con note di caffè tostato e cioccolato, frutta matura come fico e susina. Dal notevole retrogusto con finale amaro.

Come secondo, **petto di piccione affumicato, coscette ripiene e germogli tatsoi**, perfettamente preparato e presentato: la morbidezza della carne sorprende e dimostra la cura e il rispetto dei tempi di cottura. Colori, profumi e sapori si dispongono nel piatto conciliandosi in un'unica sinfonia di piacere. Ad accompagnare il piatto una rauchweizen, **Roog**, il cui sapore "fumè" deriva dall'essiccazione su fiamma viva del malto. Ambrata, bruna, velata, con schiuma beige, fine e persistente. Sentori di

pera, scorza d'arancia e banana con note di affumicato, mitigato da note di frutta secca. Nella Roog le note affumicate sono molto equilibrate e il connubio tra malti di frumento, di orzo e gli speciali aromi maltati è armonioso, una birra perfetta per un secondo sorprendente.

Infine il dessert, **semifreddo al cioccolato bianco e polvere di ribes nero su carpaccio d'ananas ai profumi d'Oriente**. Qui la dolcezza del cioccolato si sposa con il sapore agro e deciso dei frutti, con note orientalizzanti che rimandano ad un gusto generosamente fruttato e impercettibilmente amaro. Una IPA ha accompagnato questa ultima portata, **Progusta**, che grazie agli aromi dei luppoli e dei lieviti utilizzati, alle note di cedro, ciliegia, lampone, mora, erbe e frutta secca, e al suo gusto amaro, asciutto, armonioso con note di luppolo e miele, ha concluso alla grande quella che senza esitazione si definisce una grande serata.



- 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

NEWSLETTER E DIRECT EMAIL MARKETING

di Luca Fagiani

Non le sopportiamo. Apriamo la mail e siamo invasi, ci hanno raggiunto anche sullo smartphone. Ci trovano a tutte le ore, del giorno e delle notte. Carpiscono i nostri account nuovi di zecca, ci inseguono, ci tempestano di offerte imperdibili, di sconti, di concorsi, di promesse più o meno plausibili. A volte ci costringono addirittura ad abbandonare un vecchio indirizzo, per disperazione! Eppure continuano a vincere la loro sfida, rimanendo regine della relazione commerciale digitale: sono le newsletter e le DEM (Direct Email Marketing), gli strumenti più diffusi con cui le aziende promuovono beni e servizi, informano sulla natura della propria attività, fidelizzano l'utente con proposte periodicamente aggiornate. Molteplici i vantaggi, in effetti: diffusione del marchio, link building e aumento del traffico del sito, vendita di prodotti e soprattutto ottenimento di nuovi clienti. Come in tutte le attività di promozione web, è bene chiarire subito che l'uso senza strategia corrisponde all'effetto contrario: spese inutili, per poche che siano, e percezione da parte del cliente di un'attività invadente, scoordinata e fastidiosa. Cerchiamo dunque di comprendere le caratteristiche principali di questi strumenti e le corrette modalità di utilizzo.

Web marketing
Un approfondimento
in 6 tappe





Newsletter, notizie interessanti da chi ci interessa davvero...

Locali di successo, ristoranti accreditati, pub storici e nuovi format originali non sfuggono alle dinamiche generali del comparto food & beverage, che si allinea senza troppe differenze alle esigenze di comunicazione e promozione delle attività di altri settori. Nello specifico della newsletter, lo strumento sarà efficace quando avrà garantito: comunicazione del marchio, aumento del traffico sul sito, vendita di beni e servizi. Tecnicamente, questo vuol dire alto tasso di recapito, cura e pulizia del database (mai come in questo caso, meglio la qualità che la quantità!), pianificazione periodica, studio e realizzazione di una linea grafica efficace, attività call-to-action, vale a dire inviti all'azione che siano realmente... invitanti!, sul piano dell'offerta e della linea di comunicazione. Bisogna infatti ricordarci sempre degli interessi dei destinatari, che saranno nostri interlocutori attenti solo se avremo compreso i loro desideri e le loro

aspirazioni, e questo sarà possibile solo se in fase di recupero delle anagrafiche avremo chiesto le informazioni corrette. È importante comprendere che si tratta di una relazione, di uno scambio: a fronte della sua attenzione, l'utente si aspetta vantaggi esclusivi, sconti, coupon, incentivi e notizie in anteprima. Si aspetta insomma che la sua fiducia venga ripagata. Dovremo evitare articoli di stampo divulgativo e troppo autoreferenziali: non abusiamo della pazienza di un lettore online, che concentra tutta la sua attenzione nelle prime 3 righe!, la sfida è coinvolgerlo a partire da quelle... E infine, sempre sul lato tecnico, è necessario utilizzare piattaforme di invio consolidate, evitare di finire con frequenza in spam e blacklist, valutare la responsabilità dei layout scelti, per newsletter che verranno lette sempre più dai device mobili. In sostanza, per un progetto di successo in grado di tracciare i ritorni economici reali, la consulenza strategica di un professionista o di uno staff ci sembra la condizione consigliabile, se non l'unica davvero fruttuosa.



DEM, che sotto sotto vuol dire Devi Essere Mio!

A differenza della newsletter, le DEM sono progettate con uno scopo più preciso, dovendo “colpire” un target selezionato dal database aziendale, secondo precisi criteri di profilazione. Volendo fare alcuni esempi per il settore della ristorazione sono DEM le offerte dedicate ai ragazzi all’apertura o chiusura delle scuole, quelle riferite a precise tipologie di professionisti per convenzioni e servizio pranzo, alle mamme e ai papà per le ricorrenze o per le feste dei propri bimbi, quelle relative a eventi davvero particolari, oppure dedicate ai gruppi sportivi e così via. Si tratta di un biglietto da visita referenziato, utilizzato con misura e precisione chirurgica, indirizzato a un’utenza già acquisita e che per questo dovrebbe essere meglio conosciuta, come gusti, esigenze e inclinazioni all’acquisto. Le DEM possono anche risvegliare utenti inattivi con promozioni molto forti e limitate nel tempo, il cui obiettivo non è tanto la marginalità di fatturato quanto piuttosto riportare il cliente in uno spazio di maggiore coinvolgimento e partecipazione.

Ci dobbiamo domandare, in conclusione, se esistono trucchi o segreti per mandare a segno le nostre email promozionali: in realtà vale la regola del “perché dovrei farlo?”, una interazione istintiva giocata nel tempo di un clic, in cui spingere l’utente a compiere una determinata azione, come prenotare online, stampare un coupon, partecipare a un evento. Una email promozionale dovrebbe accompagnare il destinatario verso l’azione desiderata attraverso un percorso di pochi e chiari passaggi logici, scanditi ciascuno da una conferma di interesse e motivati sempre da un vantaggio, da uno stimolo speciale. Le relazioni digitali si avvicinano a quelle umane: possono mancare i sentimenti, ma non le emozioni!



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.



RED *by* CUSTOM

Pratico ed affidabile: l'ultimo nato in casa Custom racchiude tutte le funzionalità dei migliori registratori di cassa in un design essenziale e con un prezzo davvero competitivo!

Custom presenta RED, il nuovissimo registratore di cassa funzionale ed affidabile, che unisce ai vantaggi dei processori di ultima generazione e delle migliori tecnologie a basso consumo un design dalle linee essenziali e un colore brillante e vivace che lo rendono elemento distintivo e di arredo in punto vendita. RED consente la massima praticità di utilizzo, grazie al sistema che permette di sostituire il rotolo di carta velocemente, con un solo e semplice gesto. Dotato di stampante termica integrata 58mm, è in grado di stampare loghi grafici

in testa o in coda allo scontrino ed è omologato sia per lo scontrino negativo - utile per la pratica di reso - che per la stampa della fattura su scontrino. Grazie al software auto-installante Fiscal RX Configurator, il registratore di cassa RED consente la programmazione completa della stampante con salvataggio e ripristino dei dati tramite pc (sistema operativo Windows). Il software permette inoltre il trasferimento dei loghi grafici e la personalizzazione della tastiera a 42 tasti. Il display grafico - a 2x20 caratteri operatore/cliente - è retroilluminato di colore blu.



Peculiarità di Red

- Sistema di sostituzione rotolo facilitato
- Scontrino parlante
- Omologato per lo scontrino negativo (pratica di reso)
- Logo grafico su scontrino (in testa e in coda)
- Omologato per la stampa della fattura su scontrino
- Collegabile a Pc

Temperature operative da -10° a +45°

RX Configurator

Tool software auto-installante che consente la programmazione completa della stampante con salvataggio e ripristino dei dati tramite PC, oltre la personalizzazione della tastiera e il trasferimento dei loghi grafici. Valido per sistema operativo Windows.



Per info sul registratore di cassa RED e su tutti gli altri prodotti della gamma point of sales progettati e realizzati dall'azienda registratori di cassa, stampanti fiscali, cassa touch screen e soluzioni pos/retail - vedi il sito www.custom.it.

bar
caffè
gelaterie
pasticcerie
ristoranti
pizzerie
piadinerie
enoteche
pub



SOFTWARE PER IL COMMERCIO

Con **HP2 H. PIERRE** scopri **MISIEDO**
l'innovativo sistema di prenotazione
del ristorante in Italia



HP2 H. PIERRE
INFORMATICA PER IL COMMERCIO

Via Pizzoni 12
PERUGIA
Tel 075.527.19.17
www.hpierre.com

Chin8Neri

Nel 2012 la IBG SpA, proprietaria del marchio Chin8Neri ha trasferito la sua produzione a Buccino, in provincia di Salerno, puntando sulla produzione ecosostenibile grazie ad un impianto di produzione di energia fotovoltaica della capacità di 1.270.000 kW/h anno, installato su una superficie di 7.000 mq, per un totale di 4.086 pannelli ed una potenza installata di 980,64 kWp, un impianto che consente una mancata emissione annua di CO2 di ben 673.100 Kg per un equivalente di circa 17.000 alberi piantumati all'anno: modernità e sviluppo per una bevanda storica italiana.



di Luca Gennaro

Era il 1949 quando Pietro Neri, un trentenne "sveglio" e pieno di iniziative, iniziò a produrre una bevanda dissetante capace di contrastare, per la sua originalità, l'invasione di quelle che arrivavano d'oltreoceano nell'immediato dopoguerra. Era l'epoca in cui spume e gazzose viaggiavano alla grande, proporre una bevanda amaricante come il chinotto era un bell'ardire e sfidare i colossi americani lo era altrettanto. Eppure, questa bottiglia in vetro, con il marchio in rilievo ma senza etichetta, dello stesso colore scuro della cola made in USA e con il nome riportante il numero 8 ha segnato la storia del bere italiano: era nato il Chin8. A quei tempi poco si parlava di marketing, gli spot dei carosello erano la "reclame" in una televisione agli albori, eppure gli slogan del Chin8Neri sono un esempio di mktg all'avanguardia, i più vecchi ancora li ricordano: Non è chinotto se non c'è l'8" o "se bevi Neri, ne ri bevi"... e sono ancora vitali. Chin8Neri sul mercato ha rappresentato una vera e propria icona del bere, grazie



ad un gusto intenso ed inimitabile, frutto di una ricetta brevettata che impiega solo ingredienti naturali: l'estratto di chinotto, *citrus aurantium myrtifolia* il suo nome scientifico, un agrume originario della Cina dal gusto amaro di forma e dimensione di un mandarino, oltre a varie essenze ed estratti vegetali che contribuiscono al suo ricco bouquet aromatico.

Dopo un periodo caratterizzato da una distribuzione più settoriale e localizzata, dal 2000 il brand è stato acquisito da IBG SpA, concessionaria per la produzione e la distribuzione per il Sud Italia, di Pepsi, Gatorade, Lipton e Looza, azienda che ha puntato al ritorno sul mercato nazionale del Chin8Neri con linee produttive completamente rinnovate ed un'immagine moderna ed accattivante, ma sempre con l'inconfondibile gusto del vero chinotto. Chin8Neri è lanciato verso un'irresistibile ascesa, un prodotto in grado di conquistare vecchi nostalgici, intenditori gourmet, giovani che si vogliono distinguere dall'omologazione del gusto. Meno dolce e meno

"globalizzato" delle cole, Chin8Neri si presta anche ad essere bevuto miscelato, sia in mix analcolici che alcolici. I suggerimenti della casa per un "chinotto mix" esclusivo spaziano dall'analcolico Chin8Orange, 25cl di Chin8Neri, succo di ½ arancia, 1 bicchierino di rabarbaro, 2 cucchiaini di granita di limone, fettina d'arancia, ghiaccio, all'alcolico Chin8Lemon, 25cl di Chin8Neri, 1 bicchierino di rum bianco, 1 cucchiaino di limoncello, 1 fettina d'arancia, ghiaccio. Avrete notato che nel darvi le proporzioni per un drink mix a base di Chin8Neri non ho indicato la bottiglietta ma i centilitri, il motivo è semplice ed è la novità dell'anno: **Chin8Neri è anche alla spina**. Gli appassionati di chinotto saranno soddisfatti visto che in molti blog si lamentavano di non avere questo modello di servizio. Già, perché forse non lo sapete ma esistono club dedicati al chinotto che finalmente ora avranno la soddisfazione di trovare nel loro locale preferito il Chin8Neri sia in bottiglia che alla spina. Proposto in fusto da 18lt, con chiaramente indicati sull'etichetta gli

ingredienti, sembrerà inutile sottolinearlo ma l'estratto di chinotto e gli aromi di estratti vegetali sono ben leggibili, è la risposta ad un'esigenza di mercato. E cosa c'è di meglio, quando la sete incalza, di bere una buona bevanda frizzante, fresca ed appagante e nella quantità che si vuole? Ora c'è! Chin8Neri, vintage e moderno, simbolo della tradizione italiana, si può gustare in lattina, in bottiglia, in pet e alla spina...e che sia davvero un simbolo della cultura italiana lo dimostra il suo ingresso ad Eataly Puglia, dove avrà un proprio spazio di vendita nella sede Eataly di Bari, presso la Fiera del Levante. Sentiamo le parole del Presidente di IBG SpA Rosario Caputo: *L'ingresso di Chin8Neri in Eataly è un motivo di orgoglio per la nostra azienda. Entrare in quello che in ogni parte del mondo viene indicato come il "tempio del mangiare italiano" è il giusto premio per il nostro prodotto. Chin8Neri è una bevanda, nonché un marchio che hanno fatto storia nei consumi alimentari degli italiani e rappresentano al meglio il nostro immaginario collettivo.*

È online il nuovo sito di Birra Forst, in cui il “navigatore, trova informazioni sulle tecniche di spillatura, le birrerie di proprietà, gli eventi in cui l’azienda è protagonista e la nuova sezione Forst Chef.

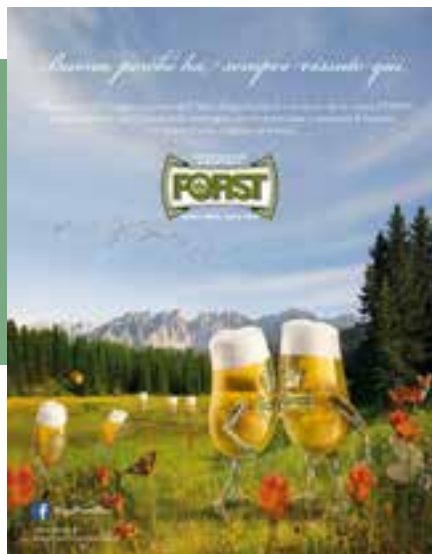
Nuovo sito di Birra Forst

Completamente rinnovato nella veste grafica e nella navigabilità, il nuovo sito di Birra Forst, attraverso le immagini, introduce l’utente in un autentico “viaggio” nel mondo di Birra Forst, con la sua tradizione legata al territorio e alla natura incontaminata dell’Alto Adige. Questo legame con il territorio è espresso chiaramente dalla campagna di comunicazione che è appena ripartita, il cui concept

ruota intorno al posizionamento unico del brand: una birra buona e di qualità perché nasce dalla natura incontaminata dell’Alto Adige/Südtirol. **“Buona, perché ha sempre vissuto qui”** recita la head, sottolineando lo stretto legame con il proprio territorio di provenienza. Ancora presenti i simpatici bicchierini di birra, tanto amati e apprezzati dai consumatori in questi anni, che vivranno situazioni diverse sempre immersi nella

natura, ovvero nel contesto reale in cui la Birra Forst viene prodotta. La campagna di comunicazione, firmata dall’agenzia Cayenne, ha la supervisione di Cellina von Mannstein, Communication & Creative Director di Birra Forst. Di particolare interesse per i nostri lettori sarà lo sviluppo del tema “abbinamento cibo-birra, un tema che sta molto a cuore a Birra Forst e che troviamo ribadito nel nuovo sito. Grande





novità online è infatti la sezione **Forst Chef**, dedicata agli abbinamenti tra cibo e birra, con i suggerimenti per i migliori accostamenti con zuppe, primi piatti e anche dolci e le ricette degli Chef di **So Kocht Südtirol**, (<http://www.so-kocht-suedtirol.it/>) Helmut Bachmann, Heinrich Gasteiger e Gerhard Wieser.

La condivisione e l'interazione diventano protagoniste e gli utenti potranno non solo condividere sui profili personali piatti ed abbinamenti ma inviare anche le proprie ricette che saranno valutate e pubblicate. Interazione e condivisione sono le caratteristiche di questo sito: www.forst.it è uno spazio da esplorare per conoscere in profondità questa azienda e i suoi **prodotti** di alta qualità, dalla gradevole Pils alla particolare Sixtus con le sue calde note di caramello, creati dal mastro birraio con cura e passione, che possono essere condivisi facilmente su Facebook e Twitter per creare divertenti scambi di opinione con i propri amici.

Altra area di grande attrattiva è quella dedicata ai **Locali Forst**, con geolocalizzazione dei ristoranti di proprietà dell'azienda: fa scoprire i caratteristici ristoranti-birrerie dove assaporare piatti tipici della tradizione altoatesina accompagnati dall'intera gamma di birre Forst.

Infine, l'area **Iniziativa** che raccoglie tutti gli eventi e le manifestazioni di cui Birra Forst è partner: dallo sport alla musica fino

alle tradizioni altoatesine. E proprio sullo sport ci soffermiamo perché Birra Forst, da sempre molto sensibile alle manifestazioni sportive più importanti dell'arco alpino, darà supporto agli Internazionali di Tennis di Cortina – ATP Challenger Tour, che si svolgeranno dal 26 luglio al 3 agosto. Sarà il primo torneo ATP Internazionale a Cortina, destinato a diventare in Italia un appuntamento di riferimento per il grande tennis, e vedrà il coinvolgimento di tennisti tra i primi 200 del ranking mondiale. Birra Forst non poteva mancare a questo appuntamento con il tennis mondiale. Lo sport e i suoi valori fatti di passione, professionalità e voglia di stare insieme divertendosi ben si coniugano con la filosofia aziendale della Spezialbier-Brauerei Forst, che durante gli otto giorni degli Internazionali di Tennis del circuito mondiale ATP Challenger darà il proprio contributo come fornitore ufficiale presidiando alcune delle zone più importanti della manifestazione con i suoi prodotti e un banco spillatura in un'area dedicata del campo principale. Un'ultima "chicca" inerente il sito www.forst.it: il sito è disponibile anche nella **versione mobile**, che da all'utente la possibilità di conoscere l'ampia gamma delle birre Forst e le ricette abbinare, inoltre è possibile individuare tramite geotargeting il ristorante-birreria Forst più vicino ed ottenere le informazioni per raggiungerlo.



Birra Forst fu fondata nel 1857, nello stesso luogo ove essa si trova attualmente. Nell'anno 1863 Josef Fuchs ha rilevato l'azienda. Con inalterata dedizione, impegno e capacità imprenditoriali Birra Forst produce oggi già nella quarta generazione birre di eccezionale qualità, realizzando il motto di casa Forst che campeggia sulla torre della birreria "Stetes Ringen führt zum Gelingen", ovvero "Nella dedizione – il successo".

Le nuove Köstritzer premiate con il Superior Taste Award

Agli inizi di giugno è stato assegnato a Bruxelles, ufficialmente, dal Taste & Quality Institute, il Superior Taste Award per la Köstritzer Kellerbier e la Köstritzer Meisterwerke. La premiazione si è svolta al Concert Noble, una delle sale più imponenti e di più grande valore architettonico della capitale belga.

La Köstritzer Kellerbier e la Köstritzer Pale Ale hanno ricevuto tre su quattro "Stelle d'oro" e la massima valutazione. La Köstritzer Witbier ha ottenuto due stelle e può dirsi fiera dell'eccezionale riconoscimento. Il Superior Taste Award è un premio unico nel suo genere che si basa su una degustazione alla cieca da parte di chef di cucina e sommelier, tutti opinion leader ed esperti gastronomici. Siamo fieri che tutti e tre i nuovi prodotti Köstritzer siano stati premiati con l'Award. La giura ha confermato con il suo giudi-

zio la qualità più che unica e il particolare carattere delle nostre nuove birre, ha detto

Martin Rederlechner, Sales & Marketing Director South Europe & Latin America.

La Köstritzer Kellerbier viene distribuita dalla fine dell'anno scorso in tutta la Germania e in Italia solo nella ristorazione.

Con i nostri nuovi prodotti vogliamo dare un contributo a rendere ancora più

varia la gamma di gusti e rispondere ancora meglio alle richieste dei clienti. Siamo rimasti molto soddisfatti delle reazioni, spiega Rederlechner.

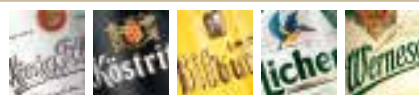


Il premio Superior Taste Award

L'International Taste & Quality Institute (iTQi) con sede a Bruxelles è un'importante organizzazione che opera in ambito di degustazione, premiazione e incentivazione di prodotti alimentari e bevande di gusto eccellente. I prodotti che partecipano alla premiazione vengono valutati in base a cinque diverse categorie: first impression, vision, olfaction, taste e retro-olfaction. Ogni anno vengono premiati con le "Stelle d'Oro" prodotti provenienti da 120 paesi.



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



BITBURGER BRAUGRUPPE
STARKE MARKEN



EVENTI: C.A.E. Chinyo D'oro 2014 LOCALI: La Spianca Saluzzo, Sine la Porta, Mirone THE
PUB: Beer Bell, Yelena la cafe, IN VETRINA: Novello e Novello, Birra senza 3.000,
Roman, Birra stagionale Hill München, Demetra, Sveni, MARETTINO Newsletter e Direct
Email Marketing, RESERVATION: Piacenti, M. Accardi, Birra Fanci, Birra e volentieri

Anno 15 n°4 - 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
amministr@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 39**
Tel. +39 0423 681983
- ADHOC** **Pag 21**
www.adhocash.it
- Appenzeller** **Pag 13 - 42 - 43**
Tel. +39 06 20749014
- Birra Terrona** **Pag 37**
Tel. +39 0836 320223
- Bitburger Braugruppe** **Pag 63**
martin.rederlechner@bitburger.de
- Caulier** **Pag 5**
Tel. +39 393 3272301
- Chin8Neri** **Pag III**
www.chin8neri.it
- Dal Cortivo** **Pag 8**
Tel. +39 0444 975050
- Delirium** **Pag 25**
walter@altafermentazione.com
- Demetra** **Pag 47**
Tel. +39 0342 674011
- Doppio Malto** **Pag 39**
Tel. +39 031 3334187
- Farsons Group** **Pag 7**
Tel. +356 2381 4240
- Forst** **Pag 9**
www.forst.it
- GG3** **Pag 49**
Tel. +39 0775 224034/35
- Gouden Carolus** **Pag 29**
Tel. +39 06 20749014
- HB** **Pag IV**
Tel. +49 8992105/0
- H.Pierre** **Pag 57**
Tel. +39 075 5271917
- Ludus** **Pag 55**
Tel. +39 075 9660607
- Piccolo Birrificio Clandestino** . . **Pag 39**
Tel. +39 342 0232522
- Roman** **Pag 33**
Tel. +32 475 938558
- San Gabriel** **Pag 39**
Tel. +39 0422 202188
- Svevi** **Pag 48**
Tel. +39 050 804683
- Target 2000** **Pag II**
www.cantinadellabirra.it
- Vin Service** **Pag 6**
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

*tutta la storia e la tradizione del Chinotto Neri
nella nuova veste senza zuccheri aggiunti*



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