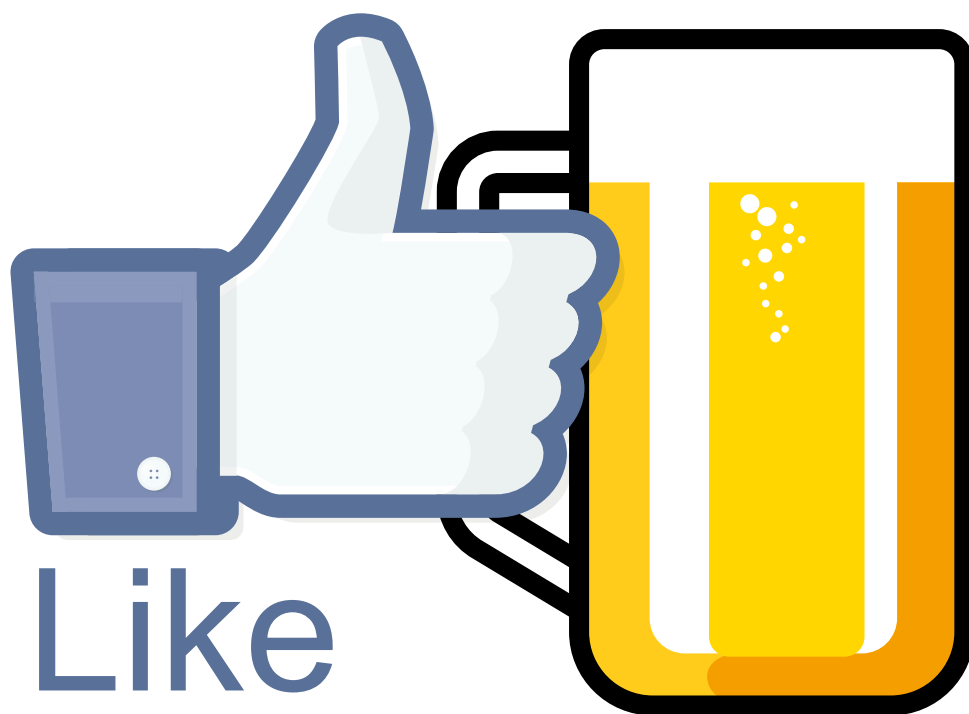


n° 5/2014 periodico bimestrale

B&S

BIRRA & SOUND



EVENTI Oktoberfest HB München **LOCALI** Mastro Titta a Roma, Penny Black a Napoli **IN VETRINA** Brau in Moos, Birra Ingross **ARREDI** General G3 e Le Delizie di Maria **BIRRE ARTIGIANALI** Spigolature, Dentro la cotta, Birradamare **MARKETING** Il social media marketing



WWW.CANTINADELLABIRRA.IT

GLI SPECIALISTI DELLA BIRRA ARTIGIANALE

 CONSEGNA IN TUTTA ITALIA, EVASIONE RAPIDA IN 24H

 SCHEDE BIRRE DETTAGLIATE ED ABBINAMENTI

 CARTA DELLE BIRRE PERSONALIZZATE

Visita il nostro Shop Online oppure contattaci

 n. verde 800 010 935  info@cantinadellabirra.it

OLTRE
400
ETICHETTE
DISPONIBILI

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



FACEBOOK



TWITTER



GOOGLE+



INSTAGRAM



Lungo le nuove strade della tradizione birraia italiana
CERVISIAE CONSULVM

Vieni a trovarci al VINITALY stand 88 Area C SAG



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

TARGET 2000 S.P.A.

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

B&S

ANCHE IL TEMPO NON AIUTA

he siamo in periodo di crisi dei consumi birrai non vi è bisogno che lo ricordi di nuovo su questa rivista, nei numeri prima della estate abbiamo dato speranze per un andamento positivo rispetto all'anno passato, certamente non peggiore, o comunque in leggera ripresa. Non avevamo fatto i conti con il tempo! Mai come in questo periodo il modo di dire conosciuto da tutti, *piove sul bagnato*, è giustamente appropriato, come

dire: calza a pennello. Abbiamo iniziato l'anno parlando di accisa sulla birra e chiudiamo una fredda estate che ci farà registrare un calo significativo dato che i consumi estivi di birra, nel nostro paese, rappresentano circa il 50% dei consumi annuali. Insieme ad un andamento di vendite di birra che alla fine dovremo registrare come inferiori rispetto al 2013, anche il settore della ristorazione è in calo (l'economia delle coste italiane quest'anno tocca un punto di bassa importante insieme a tutto l'indotto turistico), solo citando i dati della Confcommercio toscana si riscontra un meno 80 milioni. I pochi dati positivi sulle vendite di birra sembra che saranno solo quelli dei prodotti più economici e quelli di maggiore qualità come le specialità e le artigianali. Anche la grande distribuzione organizzata (GDO) batte il passo, il tempo ha penalizzato i consumi tipici di stagione facendo flettere le vendite di un ulteriore 2% che nel grande mostro della organizzazione della spesa degli italiani sono veramente tanti. Così sembra essere andata! E pace. Non ci rimane che sperare in un inverno che non comporti squilibri di diversa natura, speriamo in un periodo di andamenti equilibrati, anche noioso purché i nostri locali possano rappresentare sempre più una fonte di distrazione, che la gente nel nostro paese continui ad avere voglia di uscire alla sera, di fare una esperienza e così mantenere i consumi che tutti ci aspettiamo. Sverneremo!



SOMMARIO

12

EVENTI

• VA Monaco di Baviera, dal 20 settembre al 5 ottobre, con **HB MÜNCHEN** per un Oktoberfest che è sempre un'emozione



16

FESTE

• **OKTOBERFEST HB MÜNCHEN IN ITALIA:** a Genova, a Cappelle, nelle Langhe, al Blue Pub di Mentana



18

LOCALI

• A Roma, in via del Porto Fluviale 5D, zona ostiense, un locale storico che ha il sapore e l'anima del pub "autentico": **MASTRO TITTA**



• In via Enrico Alvino 134/B a Napoli, zona Vomero, ma anche in via Partenope 9 a Chiaia e in via Gigante all'Arenella, un locale che si fa in tre: **PENNY BLACK**



26

IN VETRINA

• **BRÄU IM MOOS**, piccolo birrificio artigianale bavarese le cui birre sono distribuite in esclusiva da Comino Fabrizio & C.



• A Belvedere di Tezze sul Brenta, in provincia di Vicenza, un'azienda di distribuzione bevande che nella vasta gamma di brand birrai vanta le birre di Roman Brouwerij: **BIRRA INGROSS**



30

ARREDI

• **LE DELIZIE DI MARIA**, un locale perfettamente interpretato nell'arredo da General G3





10



12



38

32 MERCATO

• Da **ASSOBIRRA L'ANNUAL REPORT 2014**: il 2013 segna il passo con un mercato della birra che si conferma flat ("piatto").



36 BIRRE ARTIGIANALI

• **SPIGOLATURE**

Brevi dal mondo delle birre artigianali

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

• Quando parlare di un birrificio è un po' come parlare dell'evoluzione della birra artigianale in Italia: **BIRRADAMARE**



44 DALLA CUCINA

• **CREATIVITÀ IN CUCINA CON SALMONE KV NORDIC**



• **DEMETRA LINEA GLUTEN FREE**



52 MARKETING



• Il social media marketing: 4ª tappa di approfondimento sul Web Marketing

56 ATTREZZATURE

• Per una "calda" ospitalità **THERMOLOGI-KA SOLEIL PLUS** di Vortice®



58 OSSERVATORIO

• Una istituzione nel mondo della distribuzione di bevande per il canale Ho.re.ca.: **FERRO BEVERAGE&CO.**



• A Castelliri, c'è una pizzeria che sa abbinare pizza e birra: **DRAGO VERDE**



• A Sant'Antonio Abate, si è rinnovato con grande successo uno degli appuntamenti musicali più attesi in Campania: **PUMMA-ROCK MUSIC FEST 2014**





A Genova **Kowalski**

Ha aperto il 24 settembre a Genova, a pochi passi dal Duomo e dal Porto Antico, in via dei Giustiniani 3R, il ristorante pub Kowalski che propone cucina, cocktail e birre originali dell'Est Europa. Situato all'interno di un tipico fondo di un palazzo storico genovese, Palazzo Gaspare Basadonne, il locale dispone di circa 200mq distribuiti su due piani e articolati in zona bar, sale ristorazione, zona pub e spazi utilizzabili per feste ed eventi culturali e musicali. Gli ambienti sono ampi e di altezza rilevante, con soffitti a volta, archi e angoli suggestivi. L'arredo si caratterizza per il gusto vintage che richiama il passato, attraverso citazioni storiche, artistiche e letterarie ma anche con ricordi di famiglia e autentici "affetti" personali. Kowalski offre un servizio che parte dall'aperitivo e arriva fino a tarda sera, con proposte ad hoc per ciascuna fascia oraria. La cucina, rigorosamente basata su prodotti e tradizioni dell'Est Europa, attinge a ricette originali, sempre declinate con estro e personalità dalla kucharka polacca Agnieszka Zareba e dall'oste Pierpaolo Cozzolino. Il menu spazia dai Balcani alla Siberia, passando per Polonia, Ungheria, Romania Ucraina e Repubblica Ceca. E proprio la Repubblica Ceca la fa da padrone per quanto riguarda le birre: Kowalski è infatti Pub ufficiale Malastrana. Tre le varietà alla spina, Pils, Klaster Bock, Merlin, con spillatura da cella frigorifera, più una quarta birra "ospite" proposta per eventi specifici. Alle birre Malastrana fanno da contorno tutte le migliori birre dell'Est Europa, oltre all'immancabile vodka, proposta in una selezione molto ampia; atipica e stuzzicante anche la lista cocktail, frutto della sapiente combinazione di ingredienti rigorosamente est europei.



RODENBACH



Birrificio RODENBACH – storico, autentico, pluripremiato!

RODENBACH Caractère Rouge è una birra esclusiva che viene ottenuta facendo macerare-fermentare per 6 mesi ciliegie, lamponi e mirtilli rossi nella birra, la quale è già stata fatta maturare per 2 anni in botti di rovere. Con il suo retrogusto puro e persistente e l'abbinamento unico di delicatezza e forza, RODENBACH Caractère Rouge fa pensare ad un fresco vino della Borgogna.

Riconoscimenti

- 2012 Brussels Beer Challenge, Medaglia d'Oro
 - Flavoured Beer: Wood Aged
- 2012 European Beer Star Awards, Gold Award
 - Belgian-Style Fruit Sour Ale
- 2013 World Beer Awards – Europe's Best Fruit Flavoured Beer

RODENBACH Vintage 2012 è composta al 100% da birra invecchiata, da cui deriva una RODENBACH Grand Cru superiore. Il suo gusto è complesso, rotondo, intenso e rinfrescante. Il retrogusto morbido-acido e fruttato è persistente e ben equilibrato, proprio come un vino grand cru.

Riconoscimenti

- 2011 World Beer Awards, RODENBACH Vintage 2008
 - Best Specialty Dark Ale
- 2012 World Beer Awards, RODENBACH Vintage 2009
 - World's & Europe's Best Dark Vintage
- 2013 World Beer Awards, RODENBACH Vintage 2010
 - Europe's Best and World's Best Vintage Dark Beer




PALM
BREWRIES

THE AUTHENTIC BELGIAN FAMILY CRAFT BREWER

BrauBeviale2014

Raw Materials | Technologies | Logistics | Marketing

*Anche quest'anno parteciperemo
all'importante fiera
"Brau Beviale 2014" di Norimberga,
venite a trovarci! Saremo nel
Padiglione 9, stand 9-403 e lo stand
9-500 Dall' 11 al 13 Novembre 2014,
Norimberga (Germania)*



CHINOTTO NERI A BORDO DELL'ALTA VELOCITÀ

La storica bevanda Chinotto Neri, distribuita in tutta Italia dalla IBG spa, sarà tra i Welcome Drink serviti ai passeggeri dei treni Frecciarossa, Frecciargento e Frecciabianca di Trenitalia grazie ad un accordo con il Gruppo Elio, leader in Italia nella ristorazione collettiva. Il raggiungimento di questa intesa con Elio, dichiara Rosario Caputo, Presidente di IBG spa, ci consente di entrare in contatto con circa 20 milioni di passeggeri all'anno. La presenza sui treni dell'alta velocità di Trenitalia rafforza il radicamento di Chinotto Neri sul mercato e premia la politica di espansione del nostro brand. Oggi, con la gamma Chinotto Neri, siamo presenti in diversi punti vendita d'eccellenza, sparsi su tutto il territorio nazionale e che ci stanno dando grandi soddisfazioni da un punto di vista commerciale.

Tutto il sapore del Natale in una bottiglia

Come da tradizione, in occasione del periodo natalizio Birra Forst presenta la sua speciale Birra di Natale, **Forst Christmas Brew**, proposta nella ormai classica bottiglia di ceramica da due litri, il cui raffinato e particolare decoro cambia ogni anno. Il motivo della versione di quest'anno riproduce l'atmosfera magica ed accogliente della passata edizione della Foresta natalizia. L'11ª edizione della bottiglia di Natale esce in edizione strettamente limitata e rappresenta un prezioso pezzo da collezione per appassionati e non solo.



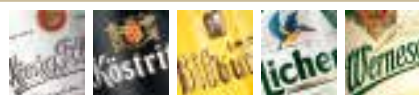
SAHARAS HOTNUTS

Arachidi ricoperte da un guscio croccante, piccanti, appetitose e sempre fragranti sono lo snack ideale per bere in compagnia. Distribuite da **GE.VI. Trade Italia**, sono servite calde in coppette monouso igieniche e pratiche, attraverso un Dispenser dal design curato e accattivante consegnato in comodato d'uso gratuito per il quale l'azienda garantisce la massima assistenza.





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



BITBURGER BRAUGRUPPE
STARKE MARKEN



NUOVO BICCHIERE FABBRICA DI PEDAVENA

Proprio come il vino, ogni birra vuole il suo bicchiere. Ogni bicchiere, grazie alla sua forma, è in grado di esaltare tutte le caratteristiche del tipo di birra che vogliamo degustare.

Zafferano ha accolto l'invito di *Fabbrica di Pedavena* di creare un calice dedicato a sviluppare tutti i profumi e gli aromi delle birre prodotte dallo storico birrificio di Pedavena. **A Federico de Majo**, designer veneziano alla guida di Zafferano, è stato così affidato l'incarico di interpretare le specifiche tecniche indicate dal gruppo dirigente di *Birra Castello* e *Fabbrica di Birra Pedavena* e tradurle nella realizzazione del bicchiere di *Fabbrica di Birra Pedavena*, con l'obiettivo di enfatizzarne la qualità e la genuinità e garantirne un ulteriore valore aggiunto, conferendo quegli elementi di design, innovazione e funzionalità ma anche eleganza e raffinatezza che contraddistinguono il marchio Zafferano.



WINTERBRAU

L'inverno è alle porte e giunge puntuale l'ormai classico appuntamento con Winterbrau, la selezione di specialità brassicole del distributore **Interbrau**. Come ogni anno, la ricerca delle birre che più si prestano ad essere godute durante il periodo freddo ha dato i suoi frutti, con decine di referenze in bottiglia, fusto e nei prestigiosi *gift pack*.



Farsons

www.farsons.com

exports@farsons.com

Sede Malta - Tel: +356 23814240 / 4440

Sede Italia - Tel: +39 370 3003973



Fiera e Riviera di Rimini
21-24 | 02 | 2015



www.beerattraction.com



organizzato da



in collaborazione con



con il patrocinio di



media partner



Beer Attraction International Craft Breweries Show

Craft beer e buon cibo ecco il connubio vincente di **Beer Attraction International Craft Breweries Show**, la nuova manifestazione organizzata da Rimini Fiera insieme a Unionbirrai dal 21 al 24 febbraio 2015.

Cresce l'interesse e l'attesa del pubblico di appassionati e degli operatori italiani ed esteri per un progetto che parte da lontano, dalla tradizione che vede Rimini da sempre in prima fila nell'affrontare le nuove sfide del mercato. E quello dei birrifici indipendenti è un mercato in ascesa, sia in Italia che a livello internazionale. Beer Attraction si candida come punto di riferimento per il grande pubblico di degustatori competenti e appassionati, integrandolo con il mondo dell'Ho.Re.Ca, sulla filiera della produzione e dell'import-export che credono in questo nuovo mercato. Proprio per questo motivo la manifestazione è patrocinata da Italgrob, la federazione italiana grossisti bevande.





E saranno davvero numerosi gli eventi all'interno di Beer Attraction, a cominciare dalla **10ª edizione di Birra dell'Anno**, il più importante concorso birrario italiano, che metterà alla prova i migliori maestri della craft beer, con una giuria di livello internazionale, e che nell'ultima edizione ha visto la partecipazione di oltre 600 birre artigianali, sottoposte al giudizio di 40 giudici di livello internazionale. Tanti gli **abbinamenti** tra le birre e i cibi di qualità made in Italy proposti in una sezione dedicata al **food**, che vanterà importanti collaborazioni con associazioni di categoria e aziende del settore: fra i primi

il Consorzio Piadina Romagnola, Consorzio Mortadella Bologna, Consorzio Salumi Piacentini. Obiettivo è quello di valorizzare i prodotti e l'inimitabile cultura del food made in Italy, uniti al gusto e all'eccellenza dell'artigianalità birraria. A cura di Unionbirrai saranno anche i **corsi di degustazione**, aperti al pubblico, che si terranno nelle giornate di sabato 21 e domenica 22 febbraio. E ancora ecco **l'Homebrewing contest**: con i migliori birrai casalinghi italiani ed europei che si sfideranno a "colpi" di ricette per stabilire chi produce le birre più buone. Buon cibo è anche sinonimo di alimen-

tazione sana: **Beer Attraction** sarà anche l'occasione per scoprire come la birra artigianale si possa unire alle esigenze del **Gluten Free**: se ne parlerà nel corso di alcuni convegni con esperti del settore. Come poi avviene per altre manifestazioni organizzate nei padiglioni fieristici di Rimini, Beer Attraction avrà anche un fuori salone che coinvolgerà le attività commerciali del centro storico e della riviera che diventeranno un palcoscenico naturale del mondo della birra artigianale. Tra i protagonisti, Il Fob di Rimini che ha già annunciato alcune serate dedicate a Beer Attraction.

Segui gli aggiornamenti sul sito:
www.beerattraction.com





MÜNCHEN

Oktoberfest HB München

di Luca Gennaro

Dal 20 settembre al 5 ottobre si è rinnovato uno degli appuntamenti irrinunciabili per gli amanti della birra, l'Oktoberfest di Monaco di Baviera. Sono anni che lo frequentiamo, ospiti di Staatliches Hofbräuhaus in München, per tutti più semplicemente la birreria HB München, ma ogni volta è un'emozione.

Ricordo la prima volta che sono andato all'Oktoberfest, invitato da Luciano Supino, consulente HB München per il Centro-Sud Italia, e mi sono sentito come un bambino nella stanza dei giochi, stordito da un clima festoso che solo vivendolo si può comprendere. Mi sembrava incredibile trovarmi in una vertigine di birra, musica, tradizione, allegria, giocosità appunto, o meglio, gemütlichkeit, quella parola in traducibile che in fondo significa stare bene, con se stessi e con gli altri. Già, perché la prima impressione è proprio quella della familiarità, di una capacità di incontrare gli altri, provenienti da tutti i paesi del mondo, con la voglia di parteciparli, capirli e farsi capire, una capacità

in gran parte perduta nel nostro tran tran quotidiano e che riemerge in questo clima di spensieratezza all'Oktoberfest. Mi direte che è effetto della troppa birra bevuta? Forse, ma la realtà è un'altra. Solo tornando bambini, accantonando pensieri e preoccupazioni, facendosi coinvolgere da chi ci circonda, si trova la gemütlichkeit. Ora, dopo tanti anni di frequentazioni, entrare nel Festzelt, l'enorme tendone di HB München, ospitati come sempre alla grande dallo staff italiano guidato da Giuseppe Lettieri, export manager per l'Europa sud, e dalle più alte cariche dell'azienda bavarese, si rinnova quell'emozione che invito tutti a provare. Sì, l'Oktoberfest di Monaco è veramente simbolo di amicizia fra i popoli,





e non per le innumerevoli persone che vi approdano ma per l'aria che si respira. In particolare, il tendone dell'HB München è preso d'assalto dagli italiani, sarà perché le birre sono molto conosciute ed apprezzate in Italia, sarà perché è così grande da poterci entrare anche senza prenotazione, sarà che si può bere anche in piedi (l'unico tendone con un reparto del genere) sempre comportandosi "a modo", sarà perché è ricco di animazione, sta di fatto che qui si vive davvero la comunione di popoli. Ed ogni volta scopro qualcosa di nuovo, ad esempio non conoscevo la storia dell'angelo che, dal tetto completamente ricoperto di luppolo della regione dell'Holledau (si parla di 12 quintali di luppolo utilizzati per la decorazione), guarda la folla assiepata





MÜNCHEN

nel Festzelt. È il personaggio di una storia scritta e pubblicata nel 1911 da Ludwig Thoma dal titolo "Un cittadino bavarese di Monaco nel cielo". La storia narra di Aloisius che dopo la morte viene portato in cielo da due angeli e gli viene affidato il compito di suonare l'arpa; tanto fa, bestemmie comprese, che Dio stesso gli affida un altro compito perché il cielo non è il posto per lui: gli affida così l'incarico di portare al governo bavarese i consigli e le

indicazioni divine, in questo modo potrà tornare nella sua Monaco almeno un paio di volte a settimana. Aloisius parte con il primo consiglio ma appena messo piede in città si ferma a bere birra nella sua amata Hofbräuhaus, ne beve così tanta che si dimentica di portare il messaggio al governo... ancora oggi sta seduto in birreria! Sono sicuro che nel 2015 scoprirò altre cose interessanti, curiose, particolari che non mancherò di riferirvi. Prosit!

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



MÜNCHEN

Non si contano più le piazze delle città italiane ed i locali birrai che nel nostro Paese rendono omaggio all'Oktoberfest di Monaco, di certo ottobre è diventato il mese in cui le feste della birra "esplodono" ma se la birra proposta è HB München e l'organizzazione della festa è sapiente, allora i nostri Oktoberfest diventano i fratellini della festa della birra più famosa al mondo. In questo numero ne citiamo alcuni ma lanciamo un invito per il 2015: mandateci in tempo utile le foto e le info del vostro oktoberfest 2015, faremo un bel reportage!

FESTE



Oktoberfest HB München in Italia

Oktoberfest Genova

In Italia l'unico Oktoberfest ufficialmente riconosciuto dalle autorità bavaresi è quello di Genova che si è svolto dall'11 al 21 settembre in piazza della Vittoria. Organizzato dalla Birreria Hofbräuhaus Genova, la prima HB in Europa fuori dalla Germania, ha proposto un programma intenso; accanto alle birre e all'eccellenze gastronomiche bavaresi, il pubblico ha potuto ascoltare musica bavarese di tre gruppi diversi, ha fatto acquisti nel mercatino bavarese dove erano esposte merci provenienti dalla Baviera, e nel week-end si è divertito con spettacoli ed intrattenimenti per grandi e piccini. Molto interessante il concorso "Crea il logo per Oktoberfest Genova" votato a maggioranza su Facebook che ha visto vincitrice Liliana Mattia con il suo tributo al pittore e writer statunitense Keith Haring. A Genova c'è un vero Oktoberfest in miniatura!





Cappelle's Oktoberfest

È giunto alla 3a edizione l'Oktoberfest organizzato dalla Pro Loco di Cappelle dei Marsi, frazione di Scurcola Marsicana (AQ), rinnovando il successo che l'ha contraddistinto fin dalle origini. Birra HB München a fiumi per l'unico Oktoberfest della Marsica che non fa rimpiangere di non essere potuti partire per Monaco. Dal 18 al 21 settembre, in via Napoli a Cappelle, accanto alla birra i prodotti alimentari tipici bavaresi e tanta musica per una quattro giorni di puro piacere.

Blue Pub

A Fonte Nuova, in provincia di Roma, un esempio di come un locale possa allestire un oktoberfest di tutto rispetto. Siamo al Blue Pub che, dal 2 al 5 ottobre, ha organizzato una perfetta festa della birra bavarese: panche e tavoli in puro stile oktoberfest, cucina tipica con stinco di maiale, bockwurstel, bratwurst,

brezel, maxiwurstel, tutto rigorosamente originale da Monaco di Baviera, musica bavarese e rock con Dj Raptus from waterproof and lapida, e soprattutto la birra originale di Monaco, HB Oktoberfestbier, doverosamente servita in boccali da litro, con omaggio della prima birra e splendidi boccali di ceramica in palio. Complimenti!



Oktoberfest Langhe in Cherasco

Approda per la prima volta in Piemonte, tra i meravigliosi scenari delle Langhe, nella città di Cherasco, e lo fa in grande stile, con eventi dedicati a tutta la famiglia, che hanno l'obiettivo di elogiare la tipica birra bavarese HB integrandola con le eccellenze culinarie della tradizione langarola. Dal 9 al 12 ottobre, l'Oktoberfest delle Langhe ha proposto un connubio perfetto di sapori locali, tedeschi ed italiani: ad omaggiare i prodotti tipici sono stati allestiti i mercatini in cassette di legno lungo tutto il centro storico di Cherasco e proprio per ricordare il mitico Auer Dult di Monaco sono stati proposti cibi tipici della cultura della Baviera, affiancati però a prodotti ed artigiani langaroli. Dedicato a tutti, con spettacoli anche per i più piccoli, il programma ha esibito deejay set, tavole rotonde, esposizione di moto d'epoca ed auto storiche, raduni di Harley, il concorso "Cucina la birra" rivolto ai ristoratori... ancora una volta un connubio di divertimento e cultura!





PENNY BLACK

In via Enrico Alvino 134/B a Napoli, zona Vomero, ma anche in via Partenope 9 a Chiaia e in via Gigante all'Arenella, un locale che si fa in tre

di Alessio Ceccarini

La tentazione di scrivere sul titolo Penny Black³ è stata forte perchè il Penny Black ha tre location che rispondono a pubblico ed esigenze diverse ma a distinguere tutti e tre i locali è sempre l'atmosfera calda ed accogliente che fa sentire il cliente come a casa sua. Ci soffermiamo sul Penny Black Pub del Vomero e sul gemello Penny Black Waterfront di Chiaia, più simili nell'offerta e nel modello di arredo, mentre il Penny Black Lab dell'Arenella si caratterizza, oltre che per la birra, per la proposta gastronomica gourmet.



Penny Black ha nella birra e nel servizio il denominatore comune, birra interpretata come protagonista di bevute rilassanti e come ideale accompagnamento di ottime cene, sempre accompagnata da quella cura necessaria a farla gustare meglio. Cura evidenziata dagli impianti di spillatura e dalla maestria dello spillatore che permettono al cliente di distinguere tutti i sapori, da quello dolce dato dal malto a quello dell'amaro, più complicato, dato dal luppolo, dai lieviti e dai cereali tostati. Che frequentate il Vomero o Chiaia, la mission

del Penny Black è fare cultura della birra! E come il nome fa intendere, ricordiamo che il Penny Black è stato il primo francobollo emesso al mondo per conto del Regno Unito di Gran Bretagna e Irlanda, rappresentante l'immagine della regina Vittoria, lo stile è english, un english curato nei minimi particolari, così come è curato il servizio e il cibo, veramente di livello, notevoli le carni, eccellente l'hamburger di chianina, altrettanto i panini come tutto ciò che esce dalla cucina. Decisamente Penny Black è un must per Napoli!





www.chin8neri.it

 Chinotto Neri Official

The photograph captures the interior of a rustic pub. The walls are a warm, textured terracotta color, adorned with various memorabilia. A large black banner for Jack Daniel's Old No. 7 Tennessee Whiskey hangs vertically. To its right, a vintage white gas pump with a red top and a 'Route 66' sign stands prominently. The background is filled with Guinness beer posters, including one featuring a duck, and several wooden crates labeled 'Westbieren XII'. A wooden bar counter is visible on the right, with a dark stool in front of it. A large, dark metal pot sits on the floor in the foreground. The overall atmosphere is cozy and nostalgic.

Mastro Titta

A Roma, in via del Porto Fluviale 5D, zona ostiense, un locale storico che ha il sapore e l'anima del pub "autentico"

nella vecchia sede, dal 2005 spostata di un centinaio di metri, Mastro Titta, nome che richiama quello del boia di Roma dei primi dell'800, ha servito fiumi di birra dalle sue numerose spine. Fra queste spicca la Chimay Dorée, la birra trappista che pochi locali in Italia possono vantare di offrire al proprio pubblico: Mastro Titta fa infatti parte di quei locali che per il loro servizio e la diffusione della cultura birraia appartengono al Club Chimay Dorée. Il locale, articolato su 2 piani, di cui uno interrato, ed in grado di accogliere fino a 300 persone, è rustico, direi "ruspante", brilla per il suo "buiore", dire che le luci sono soffuse è un eufemismo, ma straordinariamente

l'arredo non è quello che conta al Mastro Titta bensì conta e prevale l'accoglienza, direi il senso di appartenenza di coloro che lo frequentano... e sono tanti. L'offerta non si limita a birre di altissima qualità, spazia su selezioni molto curate di distillati, parliamo di un paio di centinaia di etichette di whisky e di centocinquanta tipi di rum, ed anche l'offerta food non manca: pizza (cotta in forno a legna), primi e secondi, panini ed ottimi fritti... da gustare anche a notte avanzata! Mastro Titta ha il sapore del pub, genuino e semplice: se cercate un locale chic non fa per voi, se volete bere buona birra e passare una serata all'insegna dell'allegria, allora è il locale per voi.





CHIMAY
• *Pères Trappistes* •



Una birra prodotta con sapienza, va assaporata con saggezza.

WWW.CHIMAY.COM

BRÄU IM MOOS

**Comino Fabrizio & C.
Distribuzione Bevande,
di Osoppo in provincia di
Udine, e il punto vendita
Enoteca La Nicchia
presentano il loro fiore
all'occhiello, un piccolo
birrificio artigianale
bavarese di cui hanno
l'esclusiva in Italia**

L'Azienda Comino Fabrizio & C. nasce nel 1993. Vanta ormai oltre 20 anni di consolidata esperienza nella importazione, vendita e distribuzione di birra, bevande e vini nel settore della ristorazione e dei pubblici esercizi horeca. I capisaldi della filosofia aziendale sono la proposta di uno dei più vasti assortimenti di prodotti di qualità nella regione di appartenenza, con oltre 3.800 articoli; la fornitura di un servizio associato a cortesia e disponibilità mediante uno staff di persone qualificate e pronte a suggerire le migliori soluzioni; il mantenimento di un costante adeguamento alla trasformazione dei mercati ricercando articoli che agevolino i clienti nella crescita e rinnovamento professionali; l'installazione di impianti per la spillatura della birra, vino o altre bevande, garantendo assistenza tecnica costante ed in tempi rapidi (solo in F.V.G.); e per ultimi ma non meno importanti la velocità nella risoluzione dei problemi, la puntualità,

l'entusiasmo e l'impegno. Nel 2003 sono stati ulteriormente implementati i servizi con l'apertura di una bottiglieria/enoteca rivolta al pubblico privato.

L'entusiasmo e la passione del "bere bene" ha portato l'azienda alla ricerca di prodotti di eccellenza ed ecco che negli anni la carta dei vini è diventata una delle più ricche e ricercate presenti sul mercato. Vengono offerte infatti una vastissima scelta di prestigiose etichette e vini di qualità.

I prodotti, selezionati grazie all'esperienza fatta in questi anni, sono costantemente riassortiti con le migliori annate e ciò permette ai clienti di crearsi una propria cantina virtuale senza realmente sostenere oneri aggiuntivi, garantendo così un servizio eccellente che li farà distinguere dai concorrenti. Il negozio Enoteca la Nicchia non è solo vino! Vi si trova anche un'ampia scelta di superalcolici, distillati, whiskies, liquori e birre di qualità e una accurata selezione di prodotti gastronomici in linea con le scelte aziendali.





Fiore all'occhiello dell'azienda è la distribuzione, in esclusiva nazionale, della birra artigianale bavarese Bräu Im Moos.

Il nome Bräu im Moos fa riferimento ad un piccolo birrificio artigianale tedesco nato nel 1871 e localizzato nella zona di Mörnachtal, a Tüßling, Germania.

Le ricette "segrete" della birra, vengono tramandate ormai da quattro generazioni e utilizzate con devozione e passione che si riservano solo per le cose di talento.

Il Mastro Birraio Eugen Münch, conservando queste tradizioni ed utilizzando solo ingredienti naturali,

si è evoluto in maniera costante ed intelligente ascoltando le esigenze del mercato e svolgendo una continua ricerca per elaborare nuovi aromi e soddisfare le curiosità dei consumatori.

Le principali tipologie di birra soddisfano infatti le richieste dei grandi intenditori, appassionati e bevitori di birra donando al loro palato gli aromi essenziali intelligentemente elaborati e resi eleganti da una ricerca meticolosa e finalizzata a durare nel tempo. Questo sapiente intervento gli ha permesso di aggiudicarsi ormai da oltre 25 anni, e per diversi prodotti, il Premio Aureo DLG, rilasciato dalla

Società Agricola Tedesca.

Attualmente vengono prodotte 12 tipi di birra utilizzando prodotti di prima qualità che contribuiscono a rendere le birre uniche nel loro genere: birre per l'esportazione, scura, pilsner, weizen, analcoliche, e le birre delle festività speciali come la birra di Natale, tutte rigorosamente non pastorizzate. L'ultima innovazione per il cliente italiano, considerata anche la crescente richiesta, è la caratteristica e conosciuta Export Hell, la birra con un grado alcolico di 5,3%, dal sapore corposo ma leggero, seducente perché pienamente armoniosa, con la novità del tappo meccanico.



In via Sole 64/A a Belvedere di Tezze sul Brenta, in provincia di Vicenza, un'azienda di distribuzione bevande che nella vasta gamma di brand birrai vanta le birre di Roman Brouwerij

Birra Ingross



IN VETRINA

Dal 1991 Birra Ingross s.r.l. si è proposta sul mercato del settore ho.re.ca. come azienda vocata ad un servizio all'avanguardia per i gestori dei locali; capace di innovarsi costantemente per stare al passo con un mondo in eterna evoluzione, ha fatto della partnership con i suoi clienti un punto di forza. Crescere per far crescere i propri clienti potrebbe essere il suo motto, e per crescita si intende la ricerca di prodotti sempre di altissima qualità, la vasta gamma di referenze per rispondere ad ogni esigenza della clientela, l'assistenza puntuale grazie ad una competente squadra di tecnici sempre a disposizione per risolvere qualsiasi problema ogni giorno della settimana, il know how

acquisito da saper trasferire ai gestori. E su questo ci soffermiamo perché consideriamo particolarmente importante il supporto di formazione che Birra Ingross fornisce e che non si limita ai corsi di spillatura ma affronta la gestione, la comunicazione e il marketing. Come ci dicono in azienda: *Il ruolo e il lavoro del gestore sono mutati radicalmente nel corso degli ultimi anni, trasformando l'oste tradizionale in un vero e proprio piccolo imprenditore. Per questo abbiamo deciso di prendere per mano il cliente, aiutandolo e formandolo tramite un progetto di crescita che gli permetta di affrontare le difficili sfide che il futuro ogni giorno prospetta. Nel nostro corso si affrontano argomenti quali le tecni-*

che di vendita e i metodi di gestione al fine di ottenere un giusto riconoscimento del proprio lavoro nonché meritate soddisfazioni personali ed economiche. E che Birra Ingross sia all'avanguardia è dimostrato anche dall'attenzione alle esigenze non solo dei clienti ma anche dell'ambiente, a partire dai prelevatori di magazzino completamente elettrici, passando per il contributo che ha dato all'iniziativa "Bosco Limite" del comune di Carmignano (PD), fino alla recente importante installazione di un impianto fotovoltaico da 100 KW che evita l'emissione nell'aria di fino a 97.500 Kg di CO2 l'anno.

Ricerca, sviluppo, innovazione ma anche intuizione e capacità di fiutare il mercato, la prova è nell'orientamento che da subito Birra Ingross ha avuto verso le birre belghe, birre complesse e che potevano "stentare" sul mercato italiano, birre che oggi incontrano l'approvazione di appassionati birrofilo e di esperti gourmet, birre da gustare in ogni momento della giornata, dalle leggere lager alle complesse birre d'abbazia perfettamente in grado di accompagnare il cibo di uno chef stellato. E fra le tante birrerie belghe, Birra Ingross si è orientata verso una birreria come la Roman di Oudenaarde, una delle più antiche

fabbriche di birra a conduzione familiare del Belgio, con più di 450 anni di storia e 14 generazioni che si sono ininterrottamente succedute alla guida dell'azienda. Si potrebbe vedere tra le due aziende, Birra Ingross e Brouwerij Roman, un punto che le accomuna: entrambe hanno saputo prevedere i cambiamenti di gusto e di mercato, Non a caso la Roman Brouwerij ha affiancato ai prodotti della tradizione, come la Adriaen Brouwer, birre come la pils Romy e la Sloeber ad alta fermentazione fino alla linea di birre d'abbazia Ename. Birre in grado di soddisfare ogni esigenza del gestore, esattamente come Birra Ingross.



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



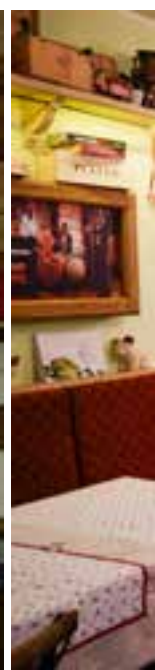
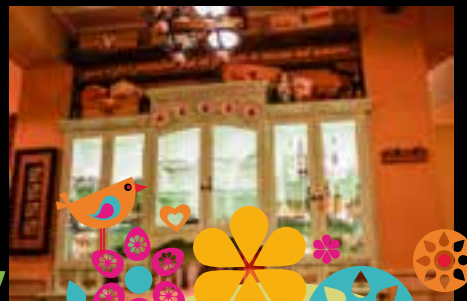
LE DELIZIE DI MARIA

Una proposta di arredo della General G3 di Frosinone che ad Arpino, in località Scaffa, ha allestito un locale poliedrico, pasticceria, ristorante, sala da tè, emporio del gusto, che nel suo stile interpreta la personalità della cuoca e titolare, Maria, e la sua filosofia di cucina

Nel rutilante mondo del design dove le mode si inseguono e susseguono, diventa sempre più difficile essere innovativi nell'arredo di un locale: attenersi troppo strettamente alla moda del momento rischia di rendere l'ambiente privo di personalità e soprattutto esposto ad una veloce decadenza, legarsi a vecchi canoni di stile etnico, che ha caratterizzato i locali degli anni 90, li fa sentire "sorpasati" dal pubblico... quindi? E se il nuovo stesse nel vecchio rivisitato? Se è vero che il consumatore oggi chiede un ambiente eclettico e versatile ma al tempo stesso familiare, in cui gli stili si incontrano in un mix di elementi d'arredo diversi e apparentemente discordanti ma perfettamente armonici tra loro, allora la risposta è nella tradizione che si propone

in altra veste. È quanto è stato proposto dalla nota azienda **General G3, specializzata nell'arredo di locali ho.re.ca.**, ad Arpino, in provincia di Frosinone, nel locale "Le Delizie di Maria"

Un locale che ha uno stile senza rispondere a nessuno stile precostituito perché la linea di arredo è dettata dalla mission di Le Delizie di Maria, simboleggiata dallo slogan "naturalmente buono", ossia "buono, sano, pulito e giusto". Qui tutto buono da mangiare, perché i piatti sono composti da ingredienti selezionati per qualità e preparati con passione ma sono anche ricchi di quei valori che ogni cibo si porta dietro: ricordi e tradizioni che danno un senso di appartenenza e che determinano il piacere complessivo della buona tavola; è sano perché i piatti più gustosi devono



Immente Buono

essere anche salutari: sono banditi dalla cucina coloranti, conservanti, additivi, tutto ciò che è chimico. Tutto è fatto in casa nel rispetto della salute e della tradizione gastronomica del nostro Paese. Insomma, un passo indietro nel tempo per ritrovare il gusto del buon cibo. Poteva l'arredo non rispondere a questi dettami? Così, in una location "fuori porta" ed in un locale ricavato da un appartamento a piano rialzato della campagna ciociara, nasce un nuovo stile, fatto di un succedersi di stanze ognuna arredata in modo diverso dall'altra ma soprattutto, in ogni stanza, tanti elementi di arredo diversi per colore, per epoca, per stile. Intorno ad un tavolo non pretendete di trovare le sedie tutte uguali, forse sono spaiate, forse appartengono ad un altro tavolo... di certo sono di legno massello e

sono molto comode. Linee pulite si alternano a mobili della nonna, vetrinette in stile veneziano con esposti i tanti prodotti del locale, qui infatti si possono acquistare gli sfiziosi prodotti che Maria prepara nel suo laboratorio, e semplici mensole, un lungo divanetto per il tavolo dell'amicizia, forse quello dove una volta in campagna ci si riuniva numerosi, e seggiole con inciso il nome di un appartenente alla famiglia oppure comode poltroncine foderate di tessuti diversi; massima sobrietà nelle tendine alle finestre, grande cura nella scelta del tovagliato, corretto amalgama dei colori alle pareti, rotto da disegni e frasi divertenti, insomma in questo "stile-non stile" domina la fantasia e la creatività che sono riuscite a creare un ambiente unico, un'atmosfera positiva, un locale caldo ed accogliente.



ARREDI



ANNUAL REPORT 2013



MERCATO



Nell'ultimo anno la crisi si è fatta sentire maggiormente, eppure la birra è riuscita a chiudere con un sostanziale pareggio, con produzione in calo del -0,3% ma consumi in salita del +0,3%. L'export, anche se in leggera flessione, si conferma poco al di sotto dei 2 milioni di ettolitri, il doppio del 2007 ultimo anno pre-crisi.

Il 2013 segna il passo con un **mercato della birra** che si conferma **flat** ("piatto"). Risultato migliore rispetto a quello del mercato alimentare, che ha registrato un calo dei consumi del -4%. Un equilibrio che appare, però, fatto di luci e ombre. Se da un lato i **consumi di birra** in Italia **crescono di un +0,3%** la **produzione** scende del **-0,3%**. Ma il dato che preoccupa di più è quello occupazionale: **il 2013 registra una perdita di 8mila posti di lavoro** tra diretti e indotto, per un totale di occupati passati da **144mila a 136mila (-5,6%)**. Una situazione, quella occupazionale, che rischia anche di peggiorare. L'aumento delle accise, deciso dal Governo nell'autunno scorso e scattato

il 10 ottobre 2013 e il 1° gennaio 2014, secondo lo studio REF Ricerche rischia di avere un effetto negativo sui posti di lavoro. Ora AssoBirra è impegnata per fermare l'ultimo aumento previsto il 1° gennaio 2015, che se dovesse scattare porterebbe ad un aumento generale dell'accisa del +30% in pochi mesi. **Come sottolinea, Tommaso Norsa, neo-eletto Presidente di AssoBirra:** *L'anno appena concluso ci ha regalato risultati migliori di quanto sperato, soprattutto se confrontati col resto del mercato alimentare, ma anche uno scenario a forte rischio stabilità considerando l'aumento delle accise in atto. Sta cambiando lo scenario generale e questo colpisce tutta la filiera, come di-*

mostrano il calo dell'occupazione, il fatto che nei primi mesi del 2014 sia diminuito il numero di aperture di micro birrifici, oltre al fatto che si consuma birra sempre più in casa e sempre meno fuori, privilegiando peraltro prodotti a basso costo rispetto ai segmenti top. Avvertiamo una contrazione della fiducia nell'investimento nel settore e questo deve far riflettere, perché si stima che 1 posto di lavoro nel mondo della birra ne generi 24,5 nell'ospitalità (bar, ristoranti, alberghi), 1 nell'agricoltura, 1,3 nella supply chain (imballaggio, logistica, marketing e altri servizi) e 1,2 nella distribuzione (GDO e dettaglio). Credo sia giusto, soprattutto in questa fase, tutelare questo settore e aiutarlo a crescere.

Produzione birra a -0,3%. Italia decima in Europa, ma cresce la produzione di malto (3,8%)

I 16 stabilimenti industriali e i 495 microbirrifici italiani (per un totale di **511 impianti complessivi**) hanno prodotto complessivamente nel 2013 ben **13,2 milioni di ettolitri** di birra (-0,3%). Un dato stabile, che permette all'Italia di confermarsi come 10° produttore europeo, sebbene distante da Germania (93,4mln hl), Regno Unito (41,9mln hl) o Polonia (39,6mln hl). Del totale di birra prodotta in Italia, **1 milione e 927mila ettolitri vengono esportati** (ossia il 14,5% del totale prodotto), mentre il resto ha soddisfatto circa i due terzi della **domanda interna di birra, attestatasi a 17milioni e 502mila ettolitri**.

Molto bene la **produzione di malto**, che come sempre viene interamente assorbita dall'industria italiana, che **sale a 673.700 quintali (+3,8% rispetto al 2012)**, confermando un trend di crescita positivo.

Export "fiore all'occhiello", ma in calo nel 2013 mentre importazioni restano stabili (+0,3%)

La birra italiana continua a rappresentare un fiore all'occhiello del Made in Italy, grazie ai quasi 2mln hl esportati, ma per il secondo anno consecutivo registra una flessione che porta le esportazioni a 1 milione 927mila ettolitri (-3,3% rispetto al 2012). *Quando parliamo di birra parliamo di un prodotto che, laddove possibile, viene realizzato con materie prime nazionali, dichiara Norsa, quindi essere riusciti a mantenere, in questi anni di crisi dei consumi interni, le esportazioni vicino ai 2 milioni di ettolitri ha permesso al settore di restare competitivo e di far conoscere nel mondo l'eccellenza del Made in Italy.*

In termini di destinazioni, il mercato UE ha assorbito il 68% del totale, con la Gran Bretagna a fare la parte del leone con quasi 1mln hl importati dall'Italia. Tra i Paesi extra-europei, Stati Uniti (quasi 170.000hl), Sudafrica (oltre 162.000), Al-

bania (62.000) e Australia (27.000), sono le destinazioni principali del prodotto.

Dall'altro lato, dopo il calo dello scorso anno, **l'import torna a stabilizzarsi (+0,3%). Nel 2013, infatti, sono stati importati 6milioni e 175mila ettolitri**. Il principale Paese esportatore di birra in Italia si conferma la Germania, con 3milioni e 140mila ettolitri (50,8% del totale delle importazioni). L'Italia continua ad importare dagli altri Paesi UE la quasi totalità (96%) del fabbisogno di birra non coperto dalla produzione nazionale. Il nostro Paese resta il mercato con i maggiori volumi di import di birra, complice anche una competizione fiscale sleale da parte di vari paesi europei, fondata su norme nazionali poco rigorose sulla denominazione del prodotto (gradi plato) che permettono di commercializzare a prezzi molto competitivi (e con una tassazione più bassa) birre di minor qualità, che rischiano di mettere fuori mercato gli operatori italiani.

Il leggero calo dell'export e la lieve crescita dell'import hanno fatto aumentare di poco il tradizionale saldo commerciale negativo del mercato birrario italiano, attestatosi nel 2013 a -4,248 mln hl rispetto ai -4,165 mln del 2012 (+2%).

Occupazione -5,6% (indotto compreso) e con aumento accise a rischio altri 2.400 posti

Nel 2013, però, la nota negativa arriva dal fronte occupazionale, con diversi elementi che preoccupano anche per il futuro. Gli occupati, indotto compreso, sono passati da **144mila a 136mila (4.750 diretti, 12.250 indiretti e 119.000 nell'indotto allargato)**. Un dato che, se unito al calo di aperture di nuovi microbirrifici registrato all'inizio del 2014 (-65% rispetto ai primi 4 mesi del 2013) impone una riflessione. *Negli ultimi anni le nostre aziende hanno saputo mantenere posti di lavoro, andando addirittura a crescere grazie anche alla nascita di nuovi piccoli birrifici, spiega Norsa. Purtroppo il contesto generale ha cambiato lo scenario in cui operiamo. L'aumento delle accise de-*

ciso dal Governo secondo lo studio REF Ricerche rischia di incidere anche in termini di occupazione, per questo faremo il possibile per fermare l'aumento del 1° gennaio 2015, come fatto a marzo di quest'anno, evitando così un grave danno per un settore che, per sua natura, è caratterizzato da un'industria non delocalizzabile che va valorizzata al massimo e sostenuta.

Lo studio REF Ricerche stima che, complessivamente, l'aumento delle accise deciso dal Governo potrebbe generare la perdita di circa 2.400 posti di lavoro.

Consumo procapite stabile a 29,2 litri, ma cresce il consumo in casa a scapito del fuori-casa

I **17milioni e 504mila ettolitri di birra consumati nel 2013** hanno segnato un lievissimo aumento (**+0,3%**) rispetto ai 17milioni e 458mila del 2012. Dall'altra parte, però, **il consumo pro capite rimane invariato: 29,2 litri annui contro i 29,3 del 2012**; valore che conferma l'Italia all'ultimo posto per consumi di birra in Europa, distante da Repubblica Ceca (144 litri procapite), Germania (107), Austria (106) ma anche da realtà "mediterranee" come la Spagna (47,5) e la Grecia (38,3). Nel dettaglio, fa riflettere il cambiamento della composizione dei consumi: la crisi economica, combinata con l'aumento dei prezzi provocato dagli incrementi fiscali del 2013, ha comportato l'accentuarsi di due fenomeni. Da una parte **cresce una dimensione più domestica del prodotto**, con consumi di birra che si spostano dal cosiddetto Fuori Casa (On Trade) all'acquisto nella distribuzione moderna e tradizionale (Off Trade): rispetto al 2012, il primo è sceso dal 41% al 40,3%, mentre il secondo è corrispondentemente salito dal 59% al 59,7. Si riduce dunque percentualmente il consumo fuori casa (bar, ristoranti, pub, ecc.) mentre aumenta il numero di coloro che acquistano birra per poi berla fra le pareti domestiche. Altro fenomeno rilevante per il settore è **lo spostamento verso i prodotti più economici**. Relativamente alle tipologie di birra, i segmenti top del mercato,

che consentono marginalità più alte al settore, hanno registrato una evidente flessione: la quota di mercato delle Specialità è scesa di quasi due punti, dal 13,4% all'11,5%, quella delle Premium di oltre tre punti e mezzo, dal 30,3% al 26,7%. Ciò a tutto vantaggio delle birre di minor prezzo, in particolare il Main stream, salito dal 47% al 51%, e le Private Label, passate dal 6,4% al 7,7%.

Accise a +30%, calo dell'occupazione e aumento dei prezzi

L'aumento delle accise del +30% deciso dal Governo nell'autunno scorso rischia di mettere in crisi il settore, aumentare i prezzi del prodotto facendo calare i consumi, ridurre gli introiti per lo Stato e far perdere posti di lavoro. Ad oggi sono già scattati due aumenti, il 10 ottobre 2013 e il 1° gennaio 2014, mentre a marzo è stato congelato il terzo dei quattro previsti, primo segnale concreto di attenzione da parte del mondo politico alle istanze portate avanti da AssoBirra. L'obiettivo dell'Associazione è quello di provare a fermare l'ultimo aumento previsto a partire dal 1° gennaio 2015. Per riuscirci, AssoBirra ha lanciato nei mesi scorsi la campagna "Salva la tua birra" per sostenere una petizione che invittasse il Governo a fermare questo ulteriore aumento. Lo studio REF Ricerche evidenzia come l'aumento dei prezzi e il conseguente calo dei consumi di birra metterebbe a rischio circa 2.400 posti di lavoro. Ad oggi oltre 110mila persone hanno già firmato su www.salvalatuabirra.it la petizione. *La scelta di aumentare le accise sulla birra è a nostro avviso ingiusta oltre che inefficace, conclude Norsa. Ricordiamoci che la birra è l'unica bevanda da pasto tassata con le accise in Italia. Bisogna capire che se il peso fiscale (accisa più IVA) su una bottiglietta di media gradazione da 66cl acquistata al supermercato a 1 euro è oggi pari a circa il 40%, a gennaio sfiorerà il 45%: quasi un sorso su due di quella birra se lo berrà, di fatto, il fisco.* Il settore birrario contribuisce in maniera importante all'economia italiana. Ha **acquistato beni e servizi per circa 1 miliardo**

di euro e tra i beneficiari ci sono il mondo dell'**agricoltura** (100 milioni di euro), di cui il settore birrario assorbe, ad esempio, tutta la produzione di orzo; **l'industria del packaging** (400 milioni); **gli altri servizi** (150 milioni). Nel 2013, il **valore aggiunto complessivo collegato alla produzione e vendita di birra** è stato stimato in circa **3,2 miliardi di euro**, di cui **2,4 provenienti dalla sola ospitalità**, mentre **nelle casse dello Stato** sono entrati **circa 4 miliardi di euro tra accise, Iva, imposte sui redditi e sui salari, contributi sociali nel settore birrario e in quelli ad esso collegati**. Stima REF Ricerche che, **un aumento delle accise di 10 centesimi al litro** (corrispondente all'impatto dei vari innalzamenti dell'accisa programmati da ottobre 2013 a gennaio 2015) porterà dunque **un aumento del prezzo medio di circa il +2%**, con punte del **+7% nel canale GDO**. Con una **diminuzione delle quantità complessive consumate di quasi il -5%, più di 800.000 hl di birra** (la GDO ne risentirà per il -7% e l'ho-reca per il -0,6%). Secondo lo studio REF Ricerche, a fronte **dei 177mln preventivati dall'aumento delle accise, ne arriveranno nelle casse dello Stato appena 116, ai quali vanno però sottratti ulteriori 48mln**, effetto negativo in termini d'introito fiscale per il calo del PIL causato dalla flessione dei consumi. **Alla fine lo Stato si ritroverà ad aver incassato solo 68mln di euro effettivi,**

avendo però prodotto un effetto drammatico sui posti di lavoro (-2400 complessivi), in settori a forte impiego giovanile. E pensare che se il nostro Paese non avesse un peso della fiscalità così alto sulla birra, potrebbe generare occupazione in maniera molto consistente. **Il REF ha stimato gli effetti positivi di un sistema con le accise italiane che scendono (di 3 o 4 volte) fino al livello di quelle spagnole e tedesche:** il risultato, con i suoi **5.000 posti di lavoro generati in più**, è davvero sorprendente.

AssoBirra conferma l'impegno sul consumo responsabile

Nel 2013 AssoBirra ha mantenuto costante l'impegno sul fronte del consumo responsabile grazie al **"Guida Tu la Vita. O Bevi O Guidi Experience Tour"**, che è partito da Torino e ha raggiunto Genova, Verona e Rimini, Roma, Salerno e Lecce, con l'obiettivo di mostrare ai ragazzi i rischi che si corrono a guidare dopo aver bevuto. Un percorso, quello del consumo responsabile, avviato da AssoBirra già nel 2007 con campagne come 2007 "Se aspetti un bambino l'alcol può attendere", destinata alle donne in gravidanza o che stanno provando ad avere un bambino; "Diglielo tu", indirizzata ai giovani; "Le parole per dirlo. Parlare di alcol tra genitori e figli"; oltre alle edizioni precedenti di "O Bevi O Guidi".

IL SETTORE DELLA BIRRA IN ITALIA

13.256.000 - ettolitri prodotti in Italia nel 2013

1.927.000 - ettolitri esportati nel 2013

17.500.000 - ettolitri di birra consumati in Italia nel 2013 (+0,3 rispetto al 2012)

Oltre 136.000 - posti di lavoro, fra diretti, indiretti e indotto allargato (-5,6%)

511 - unità produttive, fra impianti industriali (14), malterie (2) e micro birrifici (495)

Circa € 4.000.000.000 - di entrate annue per lo Stato (tra Iva, accise, contributi, ecc.)

€ 1.000.000.000 - investiti ogni anno in Italia nell'acquisto di beni e servizi

€ 3.200.000.000 - di valore aggiunto

29,2 - litri di birra procapite bevuti in Italia nel 2013

40,3% - birra venduta in Italia nel mercato "fuori casa"

59,7% - birra distribuita in Italia nella GDO e nell'alimentare tradizionale

Birra di Natale

La Birra di Natale FORST è una birra speciale creata per le feste. Dal colore marcatamente dorato, questa birra è gradevolmente luppolata e dall'inimitabile aroma di malto.

Quest'anno per l'edizione 2014, l'illustrazione sulla bottiglia della Birra di Natale rappresenta la magica atmosfera della **Foresta Natalizia di Forst**.

...in confezione regalo

Contenuto 2 litri

In vendita presso tutti i Grossisti FORST,
Mercatini di Natale dell'Alto Adige
e nei Ristoranti-Birrerie FORST.
Fino ad esaurimento scorte.

www.forst.it



FERMENTAZIONI 2014

Soddisfazione per il successo della 2ª edizione del festival Fermentazioni che, come sapete, si è svolto dal 12 al 14 settembre a Roma alle Officine Farneto. Cresciuti i numeri della manifestazione, a partire dai 32 birrifici italiani e dalle oltre 200 birre. Tante le novità, fra cui *on the road again pictures*, interessante lo spazio curato da **BNL** sugli aspetti economico/legislativi dell'*impresa* birraia, molto partecipate le degustazioni guidate, fra cui il *viaggio nell'acido*, incontro condotto da **Leonardo Di Vincenzo**, e i laboratori di **Slow Food Roma**, da sottolineare che l'area food è stata gestita da **Eataly**. Ed ora i birrifici presenti, in rigoroso ordine alfabetico: B94, Baladin, BiRen, Birra del Borgo, Birra dell'Eremo, Birradamare, Birranova, Birra Perugia, Birrificio del Ducato, Birrificio del Forte, Birrificio di Cagliari, Birrificio Indipendente Elav, Birrificio Italiano, Birrificio Lambrate, Birrificio Pontino, Birrificio Sorrento, BirrOne, Brewfist, Brùton, Croce di Malto, Eataly Birreria, Doglie d'Erba, Free Lions, L'Olmaia, Les Bières du Grand St. Bernard, Maltovivo, MC-77, Opperbacco, Piccolo Birrificio Clandestino, Toccalmatto, Turan, Turbacci. Decisamente la "creatura" nata dalla sinergia tra Andrea Turco, esperto di birra e autore del blog cronachedibirra.it, e Sfero srl, società specializzata nella creazione e organizzazione di grandi eventi, si è affermata come evento e a noi non resta che attendere la 3ª edizione nel 2015.



Spigolature

VILLAGGIO DELLA BIRRA 2014

La 9ª Edizione del Festival dei Piccoli Birrifici, per tutti il Villaggio della Birra, si è conclusa con il solito successo il 7 settembre. Tante le presenze di birrifici, Barley, Birra del Borgo, BirrOne, Foglie d'Erba, Loverbeer, L'Olmaia, Toccalmatto dall'Italia, Boelens, Den Hopperd, Cazeau, De Ranke, Janus, Dochter van de Korenaar, Hof ten Dormaal, Rulles, De La Senne, Glazen Toren, Den Triest, Gulden Spoor, Hofbrouwerijke, Struise, Verzet dal Belgio, Guineu (SP), Moor (UK), Nøgne Ø (NO), To Øl (DK) dagli altri paesi europei, Smuttynose (New Hampshire) e Pretty Things (Massachusetts) dagli USA. Inoltre "Belgian Traditional" Corner (curato dal TNT PUB di Buonconvento) e "Germany Traditional" Corner (curato dal Ma Che Siete Venuti a Fa di Roma). Sempre seguitissimi i Laboratori di Degustazione guidati da Kuaska e Tim Webb, così come grande è stata la partecipazione al Meeting Homebrewers, gestito dall'associazione MoBi. Padrino del Villaggio 2014, Marky Ramone, storico batterista dei Ramones, presente al Festival come Testimonial della birra che producono a suo nome e in suo onore i ragazzi della Guineu Cervezas di Barcellona.



GUIDAONLINE® **BIRRE ARTIGIANALI** **MICROBIRRIFICI & BREWUB**

DOWNLOAD GRATUITO DA: WWW.BEVERFOOD.COM

GUIDAONLINE® **BIRRE ARTIGIANALI** MICROBIRRIFICI E BREW PUB ITALIA

EDIZIONE 2014



IL CRESCENTE FENOMENO DELLE BEER FIRM
a cura di Lorenzo Dabove (KUASKA)

LE 4 P DEL MARKETING BIRRARIO
a cura di Lelio Bottero

BIRRA DELL'ANNO: STORIA DI UN CONCORSO
a cura di UNIONBIRRAI

LE ECCELLENZE BIRRARIE CEREVISIA 2014
a cura di CERB

SCHEDE BIRRE E VETRINA CONFEZIONI

LE UNITÀ PRODUTTIVE PER REGIONE

Beverfood.com
Edizioni Srl
EQUISIOBI 2014

rastal

IL BICCHIERE. E non solo.

RASTAL ITALIA s.r.l. Via Angelo Calvi 35
29015 CASTEL SAN GIOVANNI (PC)
Tel. 0523/88 38 05 - Fax 0523/88 19 95

*Teku: l'unico calice
ufficiale per la
degustazione delle
birre artigianali.*



info@rastal.it www.rastal.it

La guida riporta le schede dei birrifici artigianali/brewpub
italiani e delle loro principali birre prodotte.

Articoli di Kuaska, Lelio Bottero e altri esperti.

DOWNLOAD GRATUITO DA: WWW.BEVERFOOD.COM

Beverfood.com Edizioni Srl

Via Marco Aurelio 8 - 20127 - Milano - Tel. (+39) 02283717 edizioni@beverfood.com



DENTRO LA COTTA

32 VIA DEI BIRRAI BIRRA OPPALE

Prima di introdurci sulla genuinità e vitalità della **Birra Oppale** di 32 Via dei Birrai, dobbiamo chiarire cos'è "Cristallizzazione Sensibile". Entriamo in sintesi nel merito. Se è vero che "l'uomo è ciò che mangia!", allora gli alimenti di cui ci nutriamo non possono essere considerati come una semplice somma di componenti. Per valutarne la qualità occorre cercare di capire quale sia la "fonte nutritiva" o, ancor meglio, la "carica vitale" del cibo che nella natura si manifesta in una specifica morfologia. A cosa serve quindi la cristallizzazione? La cristallizzazione sensibile è un metodo per individuare la *carica vitale*, in questo caso, della birra e le *qualità vitali* attive degli alimenti. È quindi una tecnica di laboratorio che permette di delineare le specifiche caratteristiche di *genuinità e vitalità* dei prodotti della natura. È adatta a verificare il grado di persistenza ed integrità delle qualità originarie delle materie prime rilevando le alterazioni subite durante trattamenti tecnologici quali variazione di temperatura,

spremitura, miscelazione, fermentazione, fasi di lavorazione, ecc. Ora che tutto è chiaro, vediamo la cristallizzazione di Birra Oppale: "Molto belle e molto ben espresse le forze vitali della Birra Oppale nelle cui immagini si riconosce ancora, e appieno, la forma tipica dell'orzo (o più in generale delle graminacee). L'impianto e il gesto, nell'insieme, sono armonici, di ampio respiro, di ottimo equilibrio. Vi si leggono con chiarezza la forma tipica del cereale di base e le impronte del processo di trasformazione degli amidi (malto) e di fermentazione. Le ramificazioni principali ben estese, fluide, quelle secondarie ricche di articolazioni e espansioni che si spingono fino all'estrema periferia con "piumaggi" sempre più limpidi e sottili. **Un risultato, quindi, eccellente:** questa birra conserva quasi **intatte le forze vitali degli ingredienti-base** da cui è stata prodotta e si dimostra un alimento di alto livello qualitativo, nell'ambito medio-alto, se non altissimo, tra i prodotti congeneri.





Birrificio Milano

Il progetto del Birrificio Milano nasce nel 2013 in Via Mecenate nell'area ex Caproni Taliedo, bellissima realtà di archeologia industriale Milanese. Il *sogno del volo*, che ha ispirato le iniziative imprenditoriali prodotte in passato negli stessi edifici dalla Caproni, è stato ripreso dal neonato Birrificio che ha reso omaggio all'edificio con i nomi delle sue birre. **La Veloce**, un'italian golden ale, le ambrate **La Picchiata**, italian pale ale, e **Vola Basso**, Milano IPA, **La Virata**, stile blanche. Innovativa l'iniziativa **Un sorso di cultura** del Birrificio Milano che con il QR code stampato sulle bottiglie dà l'accesso al proprio sito per la promozione di progetti tesi alla valorizzazione delle eccellenze del territorio milanese.

Costa Est

Nasce a Pesaro, dalla passione per la birra di Simone ed Alessandro, il birrificio, o meglio la beer firm, Costa Est. Innamorati della birra da tempo, nel tempo hanno approfondito il processo produttivo ed ora si cimentano in vere e proprie produzioni "all grain". Allo stato attuale creano le loro ricette su un impianto pilota professionale che in seguito vengono realizzate con l'aiuto di micro birrifici già avviati ed affidabili, a garanzia di quantità e qualità. Il sogno nel cassetto è aprire il loro "micro birrificio", intanto conosciamo le loro 2 birre. **Pupa**, 5% vol. è una birra ambrata chiara, stile Belgian Pale Ale, in cui le note dolci del malto caramellato si bilanciano con l'amaro secco ed sgrumato conferito dalla miscela di luppoli. **Inachis Io**, stile American IPA, è una birra in cui la generosa miscela di luppoli americani regala al naso ed in bocca intense note di frutta esotica, con un finale lungo ed agrumato.



32. Via dei birrai

Tel. +39.0423.68.19.83
www.32viadeibirrai.it



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

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




PICCOLO[®]
BIRRIFICIO
CLANDESTINO

Via Sordani 40, Lissone - www.piccolobirrificio clandestino.it - info@piccolobirrificio clandestino.it



LA EREMITANI

Il Birrificio Antoniano presenta la propria specialità dedicata alla stagione fredda: Santa Lucia, la *Strong Ale* particolarmente apprezzata lo scorso inverno, diventa La Eremitani. Un legame ancora più stretto con la terra padovana (la Chiesa degli Eremitani è simbolo della storia e della tradizione patavina) e con la cultura locale per una birra che interpreta uno stile nordeuropeo con un carattere autenticamente italiano. **Birra Antoniana La Eremitani** è l'unica specialità ad alta fermentazione uscita dai tank del birrificio veneto: la saggia combinazione tra i lieviti scelti, la base maltata e l'elegante luppolatura la rendono profumata ed aromatica, con una sensazione leggermente calda al palato, perfetta per il periodo più freddo dell'anno. La degustazione presenta un corpo morbido e rotondo, con le note di caramello che evolvono lentamente verso un finale con toni di frutta secca, in primis mandorla, ed appena percettibile tocco di liquirizia a coronare l'esperienza.

Birra Nursia

Nato per condividere con l'esterno la gioia per il lavoro delle proprie mani, come da tradizione monastica, il birrificio del Monastero di San Benedetto di Norcia produce due birre di prestigiosa qualità, capaci di allietare il cuore, come da motto di Birra Nursia, *Ut laetificet cor*. Nel 2012 è nata **Birra Nursia Bionda**, ispirata alla tradizione belga, prodotta ad alta fermentazione, che fa della freschezza la sua caratteristica peculiare. A seguire **Birra Nursia Extra**, una *Dubbel* dal colore scuro e corpo pieno, di grad. alc. 10% vol.



...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



Your Best Choice.

L.a.s.i. s.r.l.

via delle Industrie II°, n. 43, 30020 Meolo, Venezia, tel. +39 0421 345553 fax. +39 0421 345094

www.lasi-italia.com info@lasi-italia.com

Birradamare



Parlare di questo birrificio è un po' come parlare dell'evoluzione della birra artigianale in Italia. Tutto comincia nel 2004 con l'amicizia tra Elio Miceli e Massimo Salvatori che, dopo buona birra bevuta insieme, iniziano a produrla a livello "casareccio", siamo nella fase dell'*homebrewing*; nel giro di un anno fondano la società Birradamare ed aprono ad Ostia il loro *brew pub* a cui danno il nome BOA, acronimo di Birrificio Ostiense Artigianale. L'incontro con il mastro birraio Ioan Bratuleanu allarga il loro raggio d'azione: aumenta e si diversifica la produzione. Sull'onda del successo delle loro birre, nasce la decisione di aprire un vero e proprio *birrificio artigianale*, a pochi km dal BOA, a Fiumicino, e siamo nel 2010. Ancora 2 anni ed un'ultima ed importante trasformazione, Birradamare diventa società agricola, quindi un *birrificio agricolo artigianale*: il 70% dell'orzo utilizzato per brassare proviene dalle piantagioni di Maccarese e Parco di Vejo, prese in affitto dal birrificio. In meno di 10 anni, come vedete, Birradamare racconta la storia della birra artigianale italiana... *artigiani si*, ci dice Elio, *ma sempre con un occhio attento alla comunicazione per far risaltare qualità e valori della nostra birra che si sintetizzano in 6 parole: artigianale, romana, integrale, autentica, schietta ed ironica.*

E che sappiano comunicare è indiscutibile, già a partire dal nome che hanno scelto che, comunque lo si legga, per intero "birradamare" o spezzato "birra da amare" o "birra da mare", trasmette il concetto di birre fatte con il cuore, con passione e divertimento, e, aggiunge Elio, *con tutti i sacri crismi. Per produrre con metodi artigianali birra di qualità e senza compromessi, cioè integrale e non pastorizzata*, prosegue Elio, *amore e fantasia da soli non bastano, servono un forte legame con il territorio, un'attenzione maniacale nello scegliere e verificare la provenienza degli ingredienti, servono competenze, esperienza, macchinari d'avanguardia e processi produttivi rigorosi e controllati. Questa, dichiara Elio, è la filosofia produttiva che ci consente di trasformare i nostri buoni propositi in produzioni d'alta qualità, costanti nel tempo e prive di difetti. E aggiunge: oggi le nostre birre sono distribuite in tutta Italia ed esportate all'estero, soprattutto in Europa, negli USA, in Australia ed in Giappone, a dimostrazione che la strada intrapresa di produrre birre con il cuore e senza "compromessi" ha ripagato i nostri sforzi, il nostro impegno ed i nostri sacrifici.*

Fra birre prodotte tutto l'anno e stagionali, sono ben 18 le birre di Birradamare, proposte in bottiglie da 33 e 75 centilitri ed in fusto, brassate con ricette classiche e ricette ardite e non convenzionali ma tutte contraddistinte dal carattere di semplicità, schiettezza e genuinità che identifica il birrificio di Fiumicino. Illustrarle tutte è impossibile, di certo non mancherà modo di parlarne, ci limitiamo a citarle. Le bionde: *'na biretta Chiara*, pils, *Birra Roma bionda*, lager, *Weisse* (prodotta a giugno), *Onda Bionda*, hell bock (prodotta a febbraio), *'na Bio*, lager biologica; le ambrate: *'na biretta Rossa*, bock, *Birra*

Roma ambrata, marzen, *Kuasapa*, apa, (prodotta a luglio), *Raaf*, rauch, (prodotta a settembre), *Kastagna* (prodotta ad ottobre); le scure: *'na biretta Nera*, schwarz, (prodotta a maggio), *Shock*, strong belgian ale, (prodotta a gennaio), *Nat*, doppelbock, (prodotta per le festività natalizie), *Shockwood*, barley wine, (prodotta ad agosto), *Cacao Cocoa*, chocolate porter, (prodotta ad aprile); le insolite: *LaZiaLe*, ale, (prodotta a marzo), *Wild Yeast*, sour ale, (stagionale), *Bifuel*, birra/spumante (prodotta a novembre).

In questo numero della rivista mi piace soffermarmi su Raaf e Shockwood.

Raaf g.a. 6% vol.

Birra ispirata allo stile Rauch la cui caratteristica è il netto sentore di affumicato derivato dall'essiccazione di alcuni malti con fuoco di torba. Il suo corpo è deciso, morbido e vellutato; di colore ramato, non particolarmente luppolata e con una schiuma fine, ben si abbina con carni alla brace, pesci e affettati affumicati e formaggi di media stagionatura.

Shockwood g.a. 10% vol.

Ispirata allo stile Barley Wine, ha una disponibilità limitata (ahi noi!). Il suo particolare tenore alcolico e la sua struttura, insieme alla complessità e lunghezza gustativa, fanno di questa birra un prodotto di elevato livello. A ciò viene aggiunto un adeguato riposo in bottiglia che la rende ancora più morbida, setosa ed intrigante. Questo "passito" di birra ha tendenza dolce e assenza di schiuma, si sposa egregiamente a dolci con frutta secca e cioccolato o a lunghe chiacchierate tra amici.



CREATIVITÀ IN CUCINA CON SALMONE KV NORDIC

DALLA CUCINA

È vero che il salmone affumicato si trova tutto l'anno ma è altrettanto vero che compare sulle tavole soprattutto nel periodo delle festività natalizie, a cui ci stiamo avvicinando. Se questo è il vostro orientamento, allora bisogna saper scegliere il salmone che volete proporre e poi presentarlo in modo non banale. Vi suggeriamo un marchio controllato e certificato, KV Nordic, brand di proprietà di Eurofood s.p.a, società leader nell'importazione e distribuzione in Italia di importanti specialità alimentari internazionali, e vi proponiamo alcune ricette di grande impatto gustativo e coreografico

KV Nordic seleziona le migliori qualità e provenienze del salmone per garantire un salmone affumicato di alta qualità, dal gusto unico, dalle mille sfumature ed estremamente delicato. Il salmone KV Nordic viene lavorato con grande passione seguendo lunghe e rigorose procedure garantite da una Certificata Tracciabilità di Filiera (CERTIQUALITY). KV Nordic infatti, controlla e certifica tutte le fasi di lavorazione del salmone affumicato, partendo dall'allevamento (acque e alimentazione), dalla pesca della materia prima alla pulitura, attraverso la salatura, per terminare nella delicata fase di affumicatura che rappresenta il vero know how del brand. Il processo di certificazione consente a KV Nordic di esercitare una supervisione continua di tutti gli step produttivi per generare un gusto inconfondibile, carni tenere e saporite e dall'eccezionale

compattezza. Il salmone KV Nordic è tra i primi ad avere ottenuto la Certificazione di tracciabilità della Filiera Agroalimentare UNI ESO ISO 22005. Per gli addetti ai lavori di livello internazionale, questo riconoscimento ha un eccezionale significato: rappresenta sicurezza assoluta ed elevata qualità in tutte le fasi del processo di allevamento, trasformazione e conservazione.

Determinanti per il gusto sono i metodi esclusivi di affumicatura che concludono i cicli di lavorazione. KV Nordic risponde a tutti gli standard BRC, Global Standard e IFS, certificazioni europee sulla sicurezza alimentare. Il salmone affumicato KV Nordic è anche un alleato della nostra salute grazie al contenuto di Omega 3, elemento essenziale di cui il salmone è naturalmente ricco, capace di svolgere un'importante funzione preventiva nei confronti di patologie cardiovascolari



Involtini di salmone scozzese con julienne di verdure

Ingredienti per 4 persone: 100g di salmone, 80g di finocchio, 80g di sedano, 80g di carote, 80g di zucchine, 2 cucchiaini di olio evo, succo di mezzo limone, sale e pepe, Crema di Aceto Balsamico Fini.

Preparazione

Pulite e tagliate a listerelle sottili il finocchio, le carote, le zucchine e il sedano, conditeli con sale, pepe, poco olio e limone. Distribuiteli sopra le fette di salmone e arrotolatele. Disponete gli involtini su un piatto da portata. Decorare il piatto con insalata fresca, qualche sottile fetta di limone e gocce di Crema di Aceto Balsamico Fini.

Tagliatelle integrali con salmone scozzese e crema di zafferano profumata al limone

Ingredienti per 4 persone: 500g di salmone, 600g di tagliatelle integrali, 3 scalogni, 1 rametto di timo, 1 noce di burro, qualche pistillo di zafferano, 200g di vermouth bianco, 50g di succo di limone, 250g di panna, 1 cucchiaino di prezzemolo trito, sale e pepe.

Preparazione

Soffriggere gli scalogni affettati nel burro, unire il timo, lo zafferano, il vermouth bianco ed il limone. Ridurre

il tutto della metà a fuoco moderato, unire la panna ed addensare. Bollire la pasta in acqua salata, scolarla e condirla con la salsa allo zafferano. In un tegame antiaderente ben caldo spadellare per qualche istante i bastoncini di salmone. Versarli sopra la pasta e spolverare con il prezzemolo tritato.

Torta di crêpes al salmone norvegese con aneto

Ingredienti per 4 persone: 500g di salmone norvegese - per le crêpes: 350g di farina, 400g di uova, 100g di burro fuso, 400g di latte, 1 arancio - per la crema all'aneto: 150g di aneto, 650g di mascarpone, sale e pepe, salsa Worcestershire Lea&Perrins.

Preparazione

Per le crêpes: lavorare la farina con le uova e il latte. Unire il burro fatto

spumeggiare e la scorza grattugiata dell'arancio fino ad ottenere un impasto liscio ed omogeneo. Cuocere le crêpes in un tegame antiaderente leggermente imburato. Preparare una quantità di crêpes sufficiente a foderare uno stampo da torte. Affettare il salmone norvegese, foderare lo stampo fino al bordo alternando le crêpes al salmone, insaporendo ogni strato di salmone con gocce di limone, qualche goccia di Worcestershire Lea&Perrins e un filo d'olio. Raffreddare in frigorifero.

Per la crema all'aneto: sbollentare l'aneto per 2-3 minuti, poi raffreddarlo in acqua e ghiaccio. Scolarlo e frullarlo con un filo di acqua fino ad ottenere una crema liscia. Lavorare il mascarpone con la crema di aneto, il sale e il pepe. Servire la torta di crêpes accompagnata dalla crema così ottenuta e insalatina fresca.



BREZEL A CUBETTI PER IL TUO LOCALE

DAL CORTIVO

IL BUON PANE "ARTIGIANO".

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

Sono sempre più gli italiani che soffrono di intolleranze alimentari, e fra queste l'intolleranza al glutine è certamente la più nota e sembra la più diffusa. In Italia le diagnosi crescono con una progressione del 10% annuo, ben 150.000 persone ne sono colpite, ma il dato più impressionante è la valutazione che una persona su 100 possa soffrirne: questo fenomeno riguarderebbe ben 600.000 individui. Demetra ha dedicato una gamma specifica di prodotti che consentono a questa categoria di consumatori di poter creare menu deliziosi e senza rischi, dall'antipasto al dolce.

Demetra linea Gluten Free



È innegabile che l'intolleranza al glutine, o celiachia, sia in espansione ed è altrettanto innegabile che chi opera nel settore food debba prendere atto di questo fenomeno, fornendo soluzioni al consumo per le persone che ne soffrono. In primis se ne deve occupare l'industria, e noi del settore birra vediamo che c'è molto "fermento" in merito, l'ultima arrivata sul mercato è la prestigiosa Tennent's che ha creato la Lager Gluten Free, ma il compito più importante spetta all'industria alimentare che deve offrire prodotti certificati senza glutine. Essenziale poi è la non contaminazione di cui è responsabile la cucina di ogni locale, non a caso solo dopo rigorosi controlli qualsiasi locale di somministrazione può esibire un menu gluten free. Ma cos'è questo glutine: è una sostanza proteica presente in avena, frumento, farro, grano khorasan (di solito commercializzato come kamut), orzo, segale, spelta e tritcale, la cui assunzione è dannosa anche in dosi minime. L'unica terapia che garantisce al celiaco un perfetto stato di salute è pertanto la dieta senza glutine che, contrariamente a quanto si possa pensare, non significa rinunciare al gusto. Anzi, oggi un celiaco ha una dieta molto varia, grazie alla scoperta di cereali alternativi che, fino a poco tempo fa, non godevano di notorietà: è normale infatti trovare pasta senza glutine non solo da riso e mais ma anche da grano saraceno, quinoa, amaranto; è una sorta di ritorno al passato, scoprendo ricette che i nostri nonni usavano abitualmente. Spesso seguendo l'espressione Gluten Free, ci si inoltra in un percorso di antichi sapori che consentono di vivere nuove esperienze gastronomiche, assaporando gusti insospettabili, assolutamente piacevoli. Si è così diffusa l'idea che i prodotti senza glutine siano più sani degli altri, portando all'aumento della richiesta anche da parte di coloro che non soffrono di questo disturbo. Demetra, da sempre attenta alla genuinità dei propri prodotti e vocata ad un servizio efficiente verso la ristorazione, non poteva ignorare questa realtà emergente, così, per aiutare gli chef nella gestione di questa tematica, ha dedicato una gamma specifica

di Daniela Morazzoni

segue a pag. 48

Selezioniamo solo i migliori.



Qualità, freschezza e ampia scelta fanno dei nostri prodotti una vera specialità.



I funghi, elemento principe della cucina Demetra sono disponibili in molteplici specie e ricette, dai Funghi Antipasto per l'elaborazione di piatti freddi, ai Funghi Trifolati per le preparazioni calde ideali per chef e pizzaioli, e infine per i più esigenti sono disponibili i profumati Funghi Essiccati e i Funghi ricettati al naturale da lavorare come prodotto fresco.



*Ingredienti di Qualità
per la Ristorazione Moderna*

www.demetrafood.it

di prodotti che consentono a questa categoria di consumatori di poter assaporare menu deliziosi e senza rischi, dall'antipasto al dolce: sono infatti circa 40 le referenze che rispondono a queste esigenze, in questo numero vi segnaliamo alcune ricette in cui protagonisti sono i funghi porcini freschi Demetra gluten free.

BUDINO AI PORCINI CON SOTTIGLIEZZE DI CARNE SALADA TRENTINA

Ingredienti: 170g di porcini trifolati a fette Demetra senza glutine, timo, cipolla e aglio q.b., 40g di mascarpone, 60g di panna, 1 uovo, 15g di grana, sale e pepe, carne salada.

Preparazione

Dorare la cipolla e aggiungere i porcini con il timo e l'aglio. Raffreddare. Unire tutti gli ingredienti e passare al cutter. Nel frattempo ungere degli stampini con del burro e passarli nel pane grattugiato.

Riempire fino a tre quarti. Cuocere nel forno a vapore a 100°C per 35 minuti. Servire con della carne salada.



PETTO DI TACCHINO RIPIENO CON PORCINI TRIFOLATI

Ingredienti per 4 persone 4 fette di tacchino da 100-120g l'una, 150g carne macinata di manzo, 1 uovo, parmigiano grattugiato, prezzemolo q.b., 150g pancetta arrotolata, 350g porcini trifolati a fette CUV Demetra senza glutine, sale, pepe, olio evo Demetra q.b.

Preparazione

In una vaschetta mischiare il macinato con l'uovo, il parmigiano, il prezzemolo tritato e regolare il sapore con sale e pepe. Battere la carne finemente e farcire con il ripieno preparato, creare dei rotoli e avvolgerli con la pancetta. Legare il tutto con dello spago e procedere alla cottura del tacchino in padella con olio. Una volta rosolato passare al forno per pochi minuti per terminare la cottura. A parte in una padella scaldare i porcini trifolati con del prezzemolo tritato e una volta caldi disporli su un piatto accompagnati dal tacchino.



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

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

DIECI ANNI INSIEME

DEDICATI AI MIGLIORI PROFESSIONISTI



seguici su



www.adhocash.it

adhoc

il Cash & Carry su misura per te

IL NOSTRO PARTNER COMMERCIALE

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

CAPUA-VITULAZIO (CE)

S.S. Appia km 196+900 (a 2 km dal casello autostradale A1 di Capua direzione Capua)

ORTA DI ATELLA (CE)

Via Massimo Troisi, 2/4
(asse di supporto "Nola-Villa Literno"
uscita Succivo a 300 mt seguendo
le indicazioni)

NAPOLI

Via Caserta al Bravo, 208
(direzione Casoria, venendo
da piazza Capodichino)

CASTELLAMMARE DI STABIA (NA)

Via Napoli, 350/B (zona Industriale)
A 2 Km dal casello di Castellammare
di Stabia, direzione Porto Turistico
Marina di Stabia

SAN SEBASTIANO AL VESUVIO (NA)

Via delle Industrie, 9

LOCHER BRAUEREI AG 1886

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

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

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



APPENZELLER PER L'AMBIENTE



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



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

Gran Alpin
(BIO)

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



Certificazione Biologica

You Tube

Appenzeller Beer



APPENZELLER BIER

LE BIRRE ARTIGIANALI BIOLOGICHE DELLA SVIZZERA TEDESCA

*Disponibili
anche alla spina*



GS DISTRIBUZIONE srl

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

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

- 1 - Strategie digitali nella ristorazione
- 2 - La presenza web: sito e canali social
- 3 - Newsletter e Direct Email Marketing
- 4 - IL SOCIAL MEDIA MARKETING**
- 5 - Il mondo delle App
- 6 - Buzz Marketing: il "rumore" della rete

Web marketing
Un approfondimento
in 6 tappe

IL SOCIAL MEDIA MARKETING

di Luca Fagiani

Se dicessimo agli imprenditori una frase del tipo «La tua azienda non è più tua!» - evocheremmo pensieri amari e un dizionario tristemente consueto, che parte da "tasse" e arriva a "banche", passando per "dipendenti pigri" e "soci assenti"... Per fortuna il tono della nostra provocazione non è affatto negativo e nasconde un grande opportunità commerciale, una nuova modalità di interagire con i clienti, che risultano coinvolti nelle politiche di un brand in misura ormai crescente: infatti, a dirla tutta, oggi i valori di un marchio appartengono sempre più a coloro i quali si identificano con essi. Ecco perché l'azienda diventa "proprietà" dei suoi frequentatori più affezionati, che diventano un vero megafono di iniziative, fino a costruire un passaparola strutturato che mediante gli strumenti di comunicazione digitale può garantire esiti esponenziali. Cambia però il modo stesso di comunicare e cambia la relazione, che diventa partecipativa. Il Social Media Marketing è proprio quel settore del marketing specializzato nella selezione e nella gestione dei canali social pertinenti alla tipologia di business aziendale. Facebook con la forza dei suoi numeri e l'ormai definita vocazione all'intrattenimento; Instagram con un pubblico qualitativo e l'opportunità di restituire le atmosfere di luoghi speciali e momenti unici; Twitter esemplare come strumento di informazione sintetico e diretto; YouTube con l'impatto insuperabile dei video; Google+, decisamente meno diffuso ma premiante per indicizzazione e posizionamento sul principale motore di ricerca. Per ogni canale, un metodo, una strategia, una modalità di costruzione della comunicazione che punta su materiali idonei, perfetto tempismo e grande capacità di ascolto della nostra comunità.





Gli errori più comuni...

Il primo errore che dobbiamo evitare, nell'approccio ai Social Media, è proprio quello di utilizzare questi strumenti di relazione come fossero pubblicità a costo zero, da sfruttare in maniera massiccia e continuativa, ingolfando di proposte il nostro pubblico, nella convinzione ancestrale che di più sia sempre meglio. Purtroppo non si tratta solo di stressare la clientela con offerte a ripetizione: il rischio principale è quello di essere percepiti in maniera fastidioso come l'ennesimo volantino in cassetta o sotto il tergicristallo e di ottenere la stessa, scarsa attenzione. La relazione social dovrebbe invece sollecitare partecipazione ed espressione, recuperare consigli e indicazioni, valorizzare la fedeltà a un certo preciso stile del marchio.

Altro errore è utilizzare gli stessi contenuti per i diversi Social: aggregatori sul genere di Buffer (www.bufferapp.com) possono essere certamente molto utili (rispetto a niente!), ma la pubblicazione moltiplicata su tutte le piattaforme perderà di vista le identità e le potenzialità dei diversi canali, con risultati ripetitivi e decisamente artificiali. Infine, la gestione diretta. Se il passaggio tramite agenzia è spesso consigliato, in una fase di apertura profili, primo popolamento di contenuti e progettazione delle attività, sia di marketing che di presidio, è auspicabile considerare tale intervento esterno a termine, formativo ma di indirizzo. Si dovrà pertanto individuare quanto prima una risorsa interna in grado di dare continuità alla relazione con l'utente, che abbia il pregio insostituibile di essere la voce autentica dell'azienda.



...e i punti di forza di una strategia vincente!

Un “manuale di corretta gestione dei Social” avrebbe bisogno di tutte le pagine della rivista, e probabilmente risulterebbe più tecnico che interessante. Ma un elenco sintetico potrà essere utile per un riscontro rapido sulle attività già pianificate e su quelle da integrare. Ecco dunque da dove partire per essere competitivi sulle piattaforme più diffuse: proviamo a individuare lo specialista nel nostro staff e a chiedergli a che punto si trova l'azienda rispetto al questo decalogo.

1. *Analisi e selezione dei Social Media più idonei all'attività e ai valori del brand.*
2. *Monitoraggio dei marchi dei competitor e delle piattaforme più utilizzate*
3. *Definizione di strategie mirate alla costruzione di una Social Identity.*
4. *Analisi delle conversazioni intorno al vostro marchio e della reputazione del brand.*
5. *Realizzazione di un protocollo di linee guida per le attività di Social Media Marketing.*
6. *Produzione di contenuti di comunicazione, con prevalenza di foto e video.*
7. *Aggiornamento delle informazioni aziendali e check delle modalità di contatto.*
8. *Ideazione di attività di partecipazione, quali contest, eventi, promozioni e omaggi.*
9. *Calendarizzazione di campagne a pagamento, con Google Adwords e Facebook Advertising.*
10. *Gestione del calendario di conversazione, condivisione di target e reportistica periodica.*



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.



THERMOLOGIKA

Soleil Plus

Una soluzione per tutti i locali che hanno aree esterne che vogliono riscaldare così da poter aumentare la loro capienza nei giorni di punta o che più semplicemente vogliono offrire una "calda" ospitalità a chi vuol fumare una sigaretta tra una portata e l'altra



Lampada a raggi infrarossi per riscaldamento localizzato, Thermologika Soleil Plus è robusta e leggera, con un elevato livello di protezione per un uso particolarmente adatto all'esterno.

Il calore è diffuso per irraggiamento (come la radiazione solare) direttamente ai corpi da riscaldare senza dispersioni d'aria. L'erogazione dell'apporto calorico è immediato: oltre il 90% del calore emesso viene prodotto in circa 1 secondo, rispetto ai 30 secondi mediamente necessari per completare il ciclo di accensione/spegnimento standard di una lampada al quarzo convenzionale. Assenza di combustione, possibile fonte di odori e agenti inquinanti, elevata efficienza radiante da consentire significativi risparmi sulla bolletta energetica, sicurezza d'impiego (il rivestimento al quarzo dei bulbi alogeni garantisce un'elevata resistenza agli shock termici), queste le peculiarità della lampada a raggi infrarossi prodotta da Vortice®. Installabile a parete o soffitto, orizzon-

talmente e verticalmente, o montata su Palologiko quando non sono possibili altri tipi di montaggio, ad es. nei porticati e nelle verande dei locali, la lampada (bulbo) di cui è equipaggiata è basata sulla tecnologia HeLen e garantisce alta efficienza e lunga durata (5000 h in ambiente esterno). Si può accoppiare in orizzontale o verticale con altra lampada Thermologika Soleil Plus mediante kit accessori, così come, se si dovesse usare il Palologiko, se ne possono montare fino a 3. Ha un sistema di protezione, IPX5, dai getti d'acqua che la rende particolarmente idonea all'installazione in ambiente esterno. Se a muro, 2 staffe in lamiera assicurano l'ancoraggio della lampada alla superficie di destinazione, consentendone anche una corretta inclinazione; se su Palologiko, la sua pedana piatta dotata di piedini di gomma può essere fissata a pavimento ed anche in questo caso le lampade, posizionate ad un'altezza conforme alle normative di sicurezza CEI in vigore, possono essere orientate.



Vortice® si è imposta sul mercato europeo ed extraeuropeo, diventando sinonimo di tutto ciò che riguarda ventilazione, climatizzazione, depurazione e riscaldamento degli ambienti chiusi. Grazie alla serietà e all'esperienza maturate, l'azienda è infatti arrivata a conquistare la leadership per la funzionalità, la sicurezza e l'eleganza che da sempre caratterizzano i suoi prodotti.



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



L'azienda viene fondata nel 1920 da Giovanni Ferro, che al tempo acquistava l'uva, vinificava e serviva le osterie e le famiglie della zona. Da osteria con bottega l'azienda divenne cantina e poi grazie a Gastone Ferro, classe '34, padre di Michela e Giovanni gli attuali proprietari, si trasformò in azienda commerciale. Fin da subito Gastone si distingue per il servizio rapido e particolarmente assortito. Affianca infatti al vino anche altre bevande, specializzandosi in seguito nel commercio degli spiriti; liquori, grappe, vermuth chinati, liquori francesi, marsala. Nel 1990 la sede viene ampliata di 1000 mq e con l'acquisto di una piccola azienda di distribuzione a Cornuda i confini si estendono all'area del Montello e della Pedemontana.

E' a questo punto che entrano in scena i figli di Gastone, **Michela e Giovanni Ferro**, che puntando sui valori cardine della qualità e dell'efficienza del servizio, riescono ad apportare una ventata di ulteriore innovazione. Michela ha il controllo della gestione amministrativa ed informatizza in modo efficiente il reparto; Giovanni, struttura e organizza la distribuzione in modo sempre più strategico, costruendo una rete che oltrepassa il confine trevigiano estendendosi con successo ad altre province venete fino ad arrivare con alcuni prodotti

Una vera istituzione nel mondo della distribuzione di bevande per il canale Ho.re.ca., un'azienda che si dedica alla ricerca e alla selezione di prodotti di alta qualità per offrire ai clienti eccellenze particolarmente ricercate nel settore

esclusivi a servire locali prestigiosi anche a Roma, Milano ed altre città d'Italia.

Il boom dei locali come birrerie, pub, wine e lounge bar, stimola i fratelli Ferro ad attuare una continua ed oculata ricerca sulle birre artigianali ed esclusive che, con soddisfazione, vengono distribuite a clienti sempre più esigenti senza mai perdere di vista i valori fondanti del loro lavoro.

L'attuale sede di Castelfranco Veneto si estende per oltre 5000 mq includendo anche un nuovissimo shop aperto al pubblico. Il negozio, situato a pochi chilometri dal centro storico della città, si presenta come un innovativo spazio di vendita al dettaglio costruito secondo criteri di design di alto standard che combina insieme forma e funzione per esaltare al massimo l'offerta di prodotto. L'illuminazione, la temperatura interna e l'umidità sono appositamente

regolate per garantire la migliore conservazione sia della merce a scaffale, che nei magazzini, che nel caveau, tutto questo per fornire sempre la massima garanzia anche sui vini riserva o da invecchiamento. Il negozio, il cui staff è composto interamente da sommelier professionisti, annovera un ricco assortimento di bevande da tutto il mondo e specialità alimentari italiane ed europee. Sono oltre 4000 le referenze tra birre artigianali, alla spina e in bottiglia, vini e spumanti, champagne, acque minerali, liquori, sapientemente selezionate da due esperti del settore: per i vini **Angelo Sabbadin**, già **miglior sommelier d'Italia del 2011** per la Guida Espresso nonché una significativa esperienza con i fratelli Alajmo del tristellato ristorante Le Calandre, mentre per le birre **Mauro Gobbo**, da sempre appassionato di questo mondo e instancabile viaggiatore nei

paesi esteri celebri per la tradizione birraia, dove ha approfondito la sua specializzazione tramite tasting sessions corsi e laboratori. Due importanti figure professionali di riferimento a disposizione dei clienti nelle loro scelte strategiche, suggerendo orientamenti, tendenze di mercato e interpretando evoluzioni e cambiamenti, insomma, tutto ciò che è importante sapere per la perfetta gestione di un locale.

Lo shop inoltre propone nell'arco dell'anno un calendario di interessanti attività come corsi sul vino e per barman, degustazioni guidate, eventi a tema, incontri produttore-consumatore e una Biblioteca del Vino, area ideale per organizzare presentazioni di libri, incontri con la stampa ed altro.

Ferro Beverage&co., una storia lunga oltre 90 anni al servizio dell'eccellenza nel mondo beverage, ma non solo



È imminente l'appuntamento con la 2a edizione di **Calici e Boccali**, la due giorni di incontro tra produttori e operatori di settore nel mondo del vino e della birra organizzata da Ferro Beverage&co per lunedì 17 e martedì 18 novembre presso il nuovo shop adiacente la sede dell'azienda, in via Borgo Padova 101/a. *Abbiamo pensato di dare continuità a questa formula di evento, spiega Giovanni Ferro, perché la riteniamo un'ottima opportunità per incrementare la nostra visibilità e un'occasione molto utile per stimolare la conoscenza ed il confronto tra i nostri clienti per crescere insieme.* I produttori di birra presenti saranno: **Birrificio Italiano, ScheldeBrouwerij, Fyne Ales, Klosterbrauerei Weissenhohe, Magic Rock Brewing, Thornbridge Brewery, Hawkshead Brewery e Ilkey Brewery**

Condizionati dal “mugnaio” Antonio Banderas che ci tormenta con la frase “c’è pane e pane”, anche noi diciamo “c’è pizza e pizza” e “birra e birra” se si vuol fare un abbinamento di successo fuori dalle solite banalità

Drago Verde

A Castelliri, provincia di Frosinone, in viale Quadra 62, c’è una pizzeria, il Drago Verde che sa abbinare il vituperato binomio pizza-birra. Perché vituperato? È pur sempre il più utilizzato: quanti di voi andando a mangiare una pizza non l’hanno accompagnata con una “chiara” beverina? Di solito una pils o una lager ma per chi non fa cultura birraia è semplicemente una chiara. Esperti e nutrizionisti contestano questo abbinamento che non tiene conto delle tante varietà di pizza e di stili birrai. Senza pretendere di entrare nel merito delle tipologie di impasto della pizza e dell’innumerevole quantità di ingredienti che possono essere utilizzati per la farcitura, dobbiamo riconoscere che di pizze veramente buone se ne mangiano poche, in troppi si dichiarano pizzaioli senza conoscere l’arte, perché di arte si tratta. Dichiariamo quindi senza timore di smentita che se la pizza è degna di questo nome e c’è fantasia ed alta qualità nella farcitura, allora la birra, anzi le birre, di altrettanta qualità creano un abbinamento sopraffino. Il Drago Verde è una classica pizzeria, con arredi semplici ed essenziali, ma credo proprio che nessuno dei frequentatori si soffermi sullo stile, qui su tutto prevale il piacere della pizza e della buona birra.



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. + 39 389.6384632 • +39 335.311258 - Tel. 06.20749014 • info@gsdistribuzione.com - www.gs-distribuzione.com

A Sant'Antonio Abate, provincia di Napoli, il 12 e 13 settembre si è rinnovato con grande successo uno degli appuntamenti musicali più attesi in Campania

PummaRock

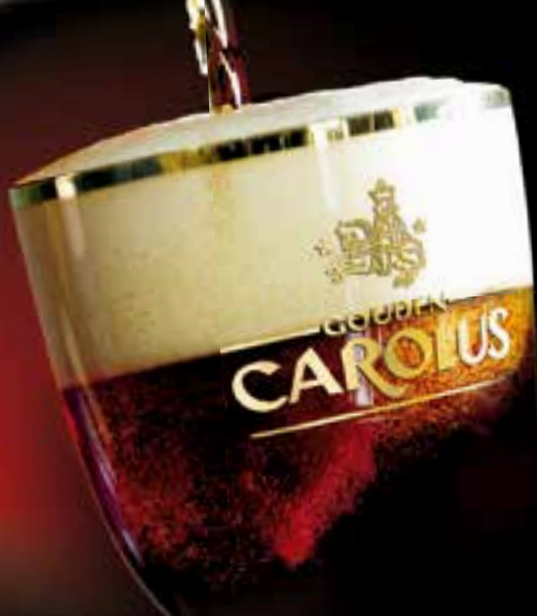
Music Fest 2014

È giunto alla sua quinta edizione il festival ideato da un gruppo di ragazzi del Forum dei Giovani di Sant'Antonio Abate e promosso dal Comune e dall'associazione culturale Up Arte: un festival rock che ha visto l'esibizione di artisti del calibro di Afterhouse, Giorgio Canali e Rossofuoco, Radio Sparta, Freak Opera, Salmo, Jovine, Indubstry, Gli Atleti e Buddha Superoverdrive. Ad aprire le due serate le band emergenti vincitrici del PummaRock Live Contest 2014: Madness Circus, Simon McCandless, Tartaglia & Aneuro e The Marvels.

PummaRock è diventato in pochi anni un evento sempre più importante, fatto di buona musica e di rispetto per una attività

focale della zona, la lavorazione e la trasformazione del pomodoro... da qui il nome. E come sempre, dove c'è musica c'è birra! E la birra che ha "viaggiato" a fiumi era "targata" Villacher, la nota birreria austriaca, leader nel suo paese e sempre più in espansione anche nel nostro. A fornire il festival di ottima birra Villacher è stata l'azienda concessionaria della birreria carinziana, Fontanella Distribuzione, che per permettere la miglior degustazione birraia ha provveduto ad effettuare corsi di spillatura ai ragazzi incaricati del servizio, e dobbiamo dire bravi perché non tutti i fornitori, per una festa popolare, si preoccupano della qualità della spillatura e della capacità degli incaricati.





GOUDEN CAROLUS CLASSIC

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



GOUDEN CAROLUS TRIPEL

PREMIATA
COME LA **MIGLIORE**
TRIPLE
DEL MONDO



GOUDEN CAROLUS HOPSINJOOR

PREMIATA COME LA
EUROPE GOLD
IMPERIAL IPA



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

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





EVENTI Oktoberfest HB München LOCALI Mastro Titta a Roma, Penny Black a Napoli IN VETRINA Birra in Moto, Birra Ingresso ARREDI Generali 03 e Le Delizie di Maria BIRRE ARTIGIANALI Spigolature, Dentro la cotta, Birradamare MARKETING Il social media marketing

Anno 15 n°5 - 2014
Periodico Bimestrale

Direttore editoriale
Piero Ceccarini

Direttore responsabile
Paolo Tosti

Editrice
Extramoenia s.r.l.

Via Piave, 34
03100 Frosinone (Fr)

Fax 0775.019834
amministratore@birraandsound.it

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

Collaborazioni tecniche
Nico Cassetta

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

Stampa
Tipografia Ceccarelli
Via Luigi Galvani - z.i. Campomorino
01021 Acquapendente - 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 49**
www.adhocash.it

Appenzeller **Pag 50 - 51 - 61**
Tel. +39 06 20749014

Beverfood **Pag 37**
Tel. +39 02 283717

Birra Terrona **Pag 40**
Tel. +39 0836 320223

Bitburger Braugruppe **Pag 7**
martin.rederlechner@bitburger.de

Chimay **Pag 25**
www.chimay.com

Chin8Neri **Pag 21**
www.chin8neri.it

Dal Cortivo **Pag 45**
Tel. +39 0444 975050

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

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

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

Farsons Group **Pag 8**
Tel. +356 2381 4240

Forst **Pag 35**
www.forst.it

GG3 **Pag 57**
Tel. +39 0775 224034/35

Gouden Carolus **Pag 63**
Tel. +39 06 20749014

HB **Pag 15**
Tel. +49 8992105/0

Lamb Weston **Pag IV**
www.potatodippers.com

Lasi **Pag 41**
Tel. +39 0421 345553

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

Palm Breweries (Rodenbach) . . **Pag 5**
Tel. +39 0331 958649

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

Rimini Fiera **Pag 9**
www.beerattraction.com

Roman **Pag 29**
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

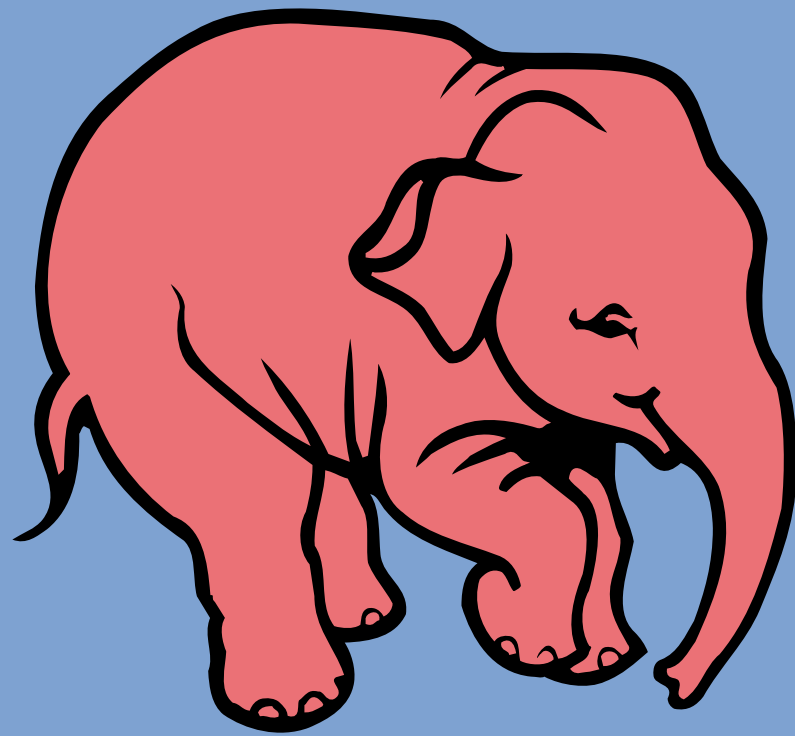
via

cap

città provincia

partita iva

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





ogladvertising.it

Potato Dippers diverte i tuoi clienti!

Le nuove lunette di patate Lamb Weston sono subito pronte da intingere in tante appetitose salsine e arricchiscono di gusto i momenti in compagnia. Sorprendi i tuoi clienti, porta il divertimento in tavola e completa il tuo menu!

Potato Dippers. Il nuovo modo di gustare le patate!

Lamb Weston®



Per informazioni contatta
paolofonzo@lambweston-nl.com
www.potatodippers.com