

n° 1/2015 periodico bimestrale

# B&S

## BIRRA & SOUND

# 3.0

**SPECIALE** Company 3.0 **LOCALI** Granny's Pub a Oderzo, Queen Makeda a Roma **IN VETRINA** Ceres c'è anche alla spina, Birre Ganter Privatbrauerei, Drink's Service e Roman Brouwerij **BIRRE ARTIGIANALI** Spigolature, Dentro la cotta, Summer IPA di Doppio Malto **ATTREZZATURE** Euroimpianti a 360° **DALLA CUCINA** Ma che cavolo!, Partnership Demetra e Wiberg, Irrinunciabile Svevi **IT DIBE® MARKETING** Buzz Marketing: il "rumore" della rete **OSSERVATORIO** Weltenburger Klosterbrauerei by Mutinelli, Bitburger Braugruppe, Novità Zini



[WWW.CANTINADELLABIRRA.IT](http://www.cantinadellabirra.it)

# BIRRE ARTIGIANALI A PORTATA DI CLICK



CONSEGNA IN TUTTA ITALIA



SCHEDE BIRRE DETTAGLIATE ED ABBINAMENTI

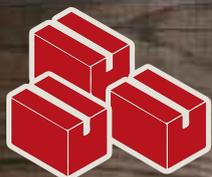


CARTA DELLE BIRRE PERSONALIZZATE



## SPEDIZIONE GRATUITA

PER ORDINI SUPERIORI A 100 EURO (PRIVATI)  
PER ORDINI SUPERIORI A 10 CARTONI (HO.RE.CA.)



## SEI UN RIVENDITORE?

REGISTRATI COME CLIENTE HO.RE.CA E SCOPRI  
LE NOSTRE OFFERTE DEDICATE A TE



Visita il nostro **SHOP ONLINE** oppure contattaci

 n. verde 800 010 935

 [info@cantinadellabirra.it](mailto:info@cantinadellabirra.it)

**SEGUI LA NOSTRA COMMUNITY**

con Notizie, Ricette, Degustazioni ed Eventi

BLOG

BLOG

f

FACEBOOK

t

TWITTER

g+

GOOGLE+

i

INSTAGRAM

**CANTINA DELLA BIRRA**

Uffici e Negozio: Viale Virgilio, 17 47838 - Riccione - Tel. 0541 603811 Fax. 0541 425653

[www.cantinadellabirra.it](http://www.cantinadellabirra.it) - [info@cantinadellabirra.it](mailto:info@cantinadellabirra.it)

# BOS

## BIRRA: AUMENTO ACCISE 1° GENNAIO, ORA 1 SORSO SU 2 LO BEVE IL FISCO

# D

ata la rilevanza dell'argomento, lasciamo l'editoriale alle parole di **Alberto Frausin, presidente AssoBirra**.

*Con il nuovo aumento delle accise sulla birra, scattato il 1° gennaio 2015, è successo quello che temevamo: circa 1 sorso su 2 della nostra birra la berrà il Fisco. E pensare che se la pressione fiscale su questo prodotto fosse analoga a quella di Spagna o Germania, il settore potrebbe generare 7 mila nuovi posti di lavoro in 1 anno. Parliamo di circa 20 posti di lavoro al giorno.... Grazie al lavoro di questi mesi e all'attenzione mostrata da una buona parte della politica, a sostegno dei produttori sono arrivati 9 emendamenti firmati da 100 tra senatori e deputati appartenenti a tutte le principali forze politiche di maggioranza e opposizione nel corso dell'iter di approvazione della legge di Stabilità. Purtroppo tutto questo non è stato sufficiente per scongiurare l'ultimo aumento, il terzo in 15 mesi. Adesso confidiamo nel fatto che il Governo Renzi possa intervenire il prima possibile per ridurre questa tassa ingiusta e iniqua decisa dal precedente Governo Letta. In questi mesi, prosegue Frausin, abbiamo ricevuto il sostegno di tantissimi politici di ogni schieramento, che hanno compreso le ragioni della nostra protesta dovute ad un aumento delle accise del +30% in 15 mesi. Un aumento insostenibile per questo settore e per un prodotto che ancora oggi resta l'unica bevanda alcolica da pasto su cui gravano le accise (senza contare che l'80% della birra viene bevuta proprio a pasto, quindi in maniera responsabile). Un grazie speciale va anche alle oltre 115 mila persone che hanno sottoscritto la nostra petizione per dire "no" all'aumento di questa tassa e che hanno sostenuto la nostra campagna "salva la tua birra" ([www.salvatuabirra.it](http://www.salvatuabirra.it)). A tutti loro mi sento di dire che il nostro impegno per fermare questo aumento continuerà anche nei prossimi mesi.*

Colpire la birra vuol dire colpire un'eccellenza italiana, che vale 3,2 miliardi di euro, una filiera che garantisce 136 mila posti di lavoro e conta più di 200 mila imprese, tra produttori, fornitori di materie prime e servizi e aziende della distribuzione e dell'ospitalità. *Si stima che 1 posto di lavoro in questo settore 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). Insomma, esistono moltissime valide ragioni, conclude Frausin, per togliere questo aumento dell'accisa che di fatto scontenta tutti, produttori e consumatori, e che rischia di penalizzare un settore che è ormai una eccellenza della produzione italiana.*



# SOMMARIO

## 10

• A Rimini per Beer Attraction- International Craft Breweries Show dal 21 al 24 febbraio, Birra&Sound presenta **COMPANY 3.0, Solutions for customers**, iniziativa che vuole affiancare il Distributore nel suo lavoro e sviluppare servizi dedicati al canale horeca



SPECIALE

## 20

LOCALI

• In via Savonarola 6 a Oderzo, provincia di Treviso, un locale che ha mantenuto lo stile del pub, ha percorso i tempi con la selezione di birre speciali e oggi ha un'ottima proposta food: **GRANNY'S PUB**



• In via San Saba, nel quartiere Aventino a Roma, un locale che mette in primo piano una selezione di birre che hanno alla base la ricerca di birrifici emergenti: **QUEEN MAKEDA GRAND PUB**



## 28

IN VETRINA

• **CERES C'È ANCHE ALLA SPINA**. Incontro con Franco Monaco, Area Manager Normal Trade di Ceres spa, e Davide Catalano, Key Account Spina & Beer Specialist di Ceres spa, per conoscere meglio il Progetto Ceres alla Spina



• **BIRRE GANTER**, la tradizione birraria di Friburgo espressa dalla Privatbrauerei Ganter con una gamma in grado di appagare le esigenze di ogni azienda di distribuzione beverage e dei suoi locali clienti



• **DRINK'S SERVICE E ROMAN BROUWERIJ**. L'azienda di distribuzione beverage di Ferginano da sempre ha puntato alla qualità e dal 1995 ha scelto birre Roman



## 04

## 36

BIRRE  
ARTIGIANALI

• **SPIGOLATURE**  
Brevi dal mondo delle birre artigianali

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



• **SUMMER IPA DI DOPPIO MALTO**, birra "a quattro mani" con il birrifico brasiliano Bodebrown



## 42

ATTREZZATURE

• Il know how acquisito ed il coraggio di crescere ci consegnano sul mercato un'azienda che opera a 360° al servizio dei locali horeca: **EUROIMPIANTI A 360°**





# 44 DALLA CUCINA

• Protagonista sulle tavole dell'inverno è il cavolo in tutte le sue declinazioni, in questo numero parliamo del cavolfiore. **MA CHE CAVOLO!**



• **PARTNERSHIP DEMETRA E WIBERG**, aziende accomunate da una filosofia che pone la qualità al centro dell'attività



• Svevi è il fornitore di specialità alimentari tedesche e bavaresi delle migliori birrerie in Italia: **IRRINUNCIABILE SVEVI**



# 50 IT

• Forte di 35 anni di esperienza nell'innovazione digitale per il settore del Beverage, **DIBE®** è oggi una delle voci nazionali più autorevoli per la produzione di software a sostegno dell'operatività delle aziende distributrici.



# 52 MARKETING



• Web marketing: un approfondimento in 6 tappe. In questo numero **BUZZ MARKETING: IL "RUMORE" DELLA RETE**



# 56 MERCATO

• Anche **ITALGROB**, la Federazione Italiana dei Grossisti e dei Distributori di Bevande, è scesa in campo **CONTRO L'AUMENTO DELLE ACCISE** sulla birra



# 58 OSSERVATORIO

• **WELTENBURGER KLOSTERBRAUEREI BY MUTINELLI**, dal 1° gennaio 2015 Mutinelli di Rovereto è importatore esclusivo per l'Italia del prestigioso marchio tedesco



• I servizi di **BITBURGER BRAUGRUPPE** per garantire la qualità della spillatura della birra



• **NOVITÀ** da **ZINI** Prodotti Alimentari

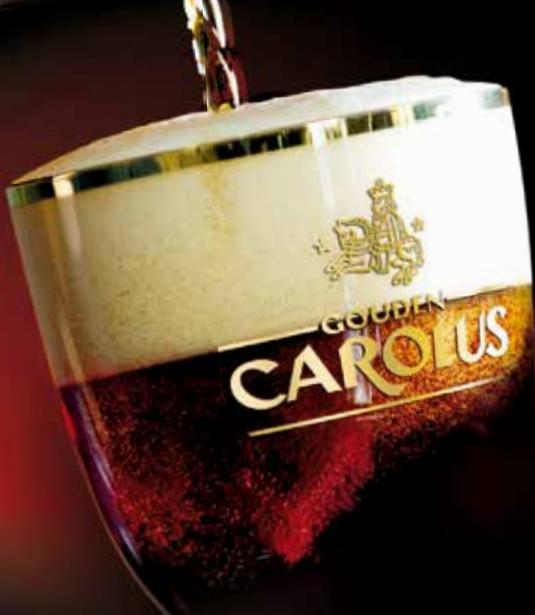




## *A Ponte di Piave (TV)* **Osteria della Birra**

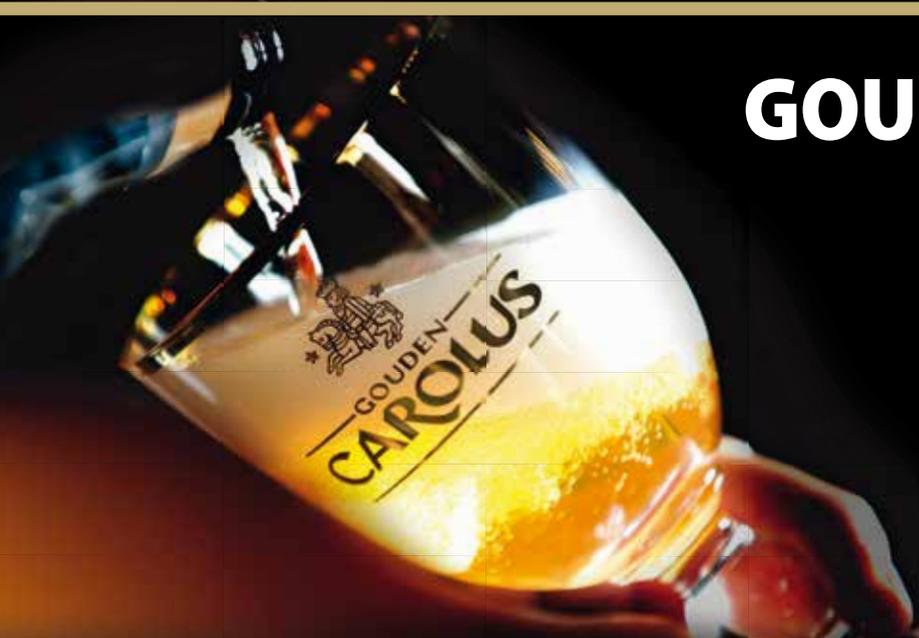
**H**a aperto i battenti a giugno dello scorso anno, in una nuova location, l'Osteria della Birra, **locale di riferimento del Birrifico Artigianale San Gabriel**. La zona scelta è splendida, Borgo Galeazzi a Ponte di Piave, provincia di Treviso, per la precisione in via della Vittoria 2; è qui che, dopo un lungo lavoro di ristrutturazione, è stato ricavato un locale dal carattere tipico dei vecchi casolari veneti, lasciando intatto il sapore di storia e la connotazione naturale della location. L'Osteria della Birra è un locale rustico e caratteristico, ben arredato, caldo e confortevole, la cui offerta food non è inferiore al valore delle birre San Gabriel: qui si possono gustare ottimi insaccati, gustosissimi formaggi, il tipico galletto alla brace così come würstel e stinco di maiale e sorprendenti club sandwich ma non mancano tante altre sfiziosità, fra cui non possiamo non citare il Birramisù, il tiramisù alla birra, ovviamente San Gabriel. Decisamente hanno saputo creare un menu in grado di legare con lo stile bavarese della Birra San Gabriel! Altri punti di forza del locale, che abbiamo potuto verificare in questi pochi mesi dall'apertura, sono lo staff, giovane, cortese e sorridente, e il buon rapporto qualità/prezzo. Tutti elementi che stanno attraendo un pubblico variegato che può scegliere tra un semplice aperitivo alla birra o una cena informale con grande soddisfazione.





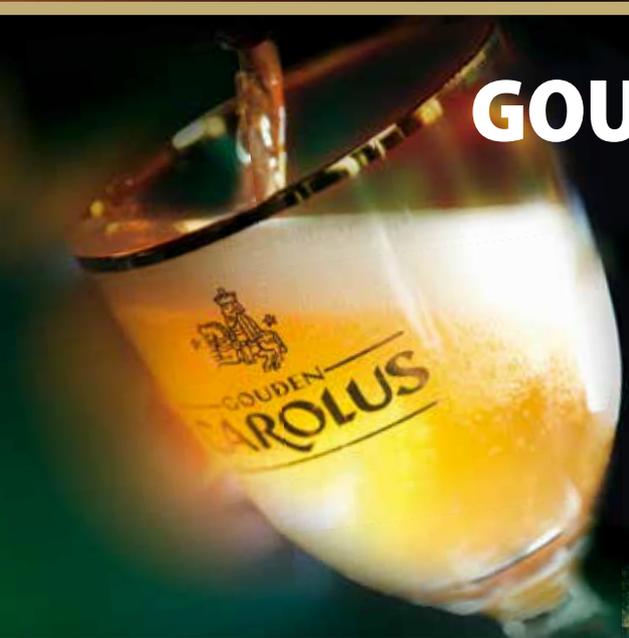
# GOUDEN CAROLUS CLASSIC

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 birrifico Het Anker è un birrifico 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/>





*Creatività*

**DRAUGHT MASTER**  
PRODOTTO ESCLUSIVO  
PER CARLSBERG



**COLONNA PERONI**  
PRODOTTO ESCLUSIVO  
PER SABMILLER



**COLONNA HFEC**  
PRODOTTO ESCLUSIVO  
PER HEINEKEN

## STREET FOOD TRUCK FESTIVAL DIVENTA ITINERANTE

L'unico festival italiano interamente dedicato al cibo di qualità su ruote a partire da marzo farà tappa a Roma, Firenze e Bologna per poi tornare a Milano. Prelibatezze italiane e internazionali dal dolce al salato incontreranno la praticità del cibo di strada. Fast, Cheap, Gourmet, Design e Spirito on the road si fondono e convivono sui camioncini allestiti come vere e proprie cucine itineranti, offrendo un'esperienza gastronomica unica, assolutamente innovativa e al passo coi tempi. In ogni città lo Street Food Truck Festival sarà una 3 giorni dove il cibo sarà il protagonista assoluto: non solo grazie ai piaceri del palato, ma anche ad una serie di eventi collaterali come workshop, presentazioni, musica e intrattenimento. Queste le date: **27, 28, 29 marzo a Roma** (Città Altra Economia); **10, 11, 12 aprile a Firenze** (Piazzale del Parco delle Cascine); **24, 25, 26 aprile a Bologna** (Parco 11 Settembre); **29, 30, 31 maggio a Milano** (Carroponate); **18, 19, 20 settembre a Milano** (Carroponate).



## Birra Smedorato

Nasce a Sommatino, in provincia di Caltanissetta, il primo birrifico industriale siciliano. Il lancio commerciale del nuovo prodotto **Smedorato Lager Premium**, una birra di puro malto di 5 gradi alcolici, con gusto pieno ed aromatico, risale allo scorso agosto e già si pone l'ambizione di diventare la birra preferita dei consumatori dell'area mediterranea. Le caratteristiche ci sono tutte: il birrifico stando ad una prima previsione produrrà circa 10mila hl di birra che sarà commercializzata sia in bottiglia che in fusto, inizialmente in tutta la Sicilia, tramite circa 50 operatori commerciali specializzati nella distribuzione bevande. L'impianto di produzione attualmente occupa circa 900 mq. e ha una capacità produttiva massima di 50.000 hl annui. Il Birrifico Smedorato propone ora la sua seconda birra, **Golden Seed**, una Doppelbock doppio malto, ambrata di 7° gradi.



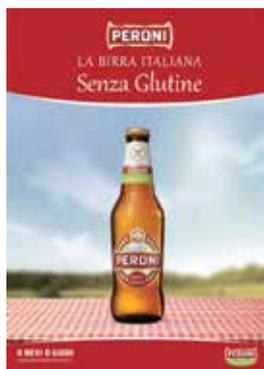
## Peroni Senza Glutine

Presentata a Roma presso la pizzeria Rossopomodoro di Largo Torre Argentina la nuova Peroni Senza Glutine, garantita dal marchio **Spiga Barrata dell'Associazione Italiana Celiachia**. Una gluten free Peroni classica con lo stesso identico gusto rotondo e ben bilanciato di una Peroni classica, nata selezionando ingredienti italiani di primissima qualità, con un contenuto di glutine inferiore ai 10 ppm (parti per milione). *È nata una sinergia tra due marchi italiani di eccellenza: l'abbinamento perfetto tra le nostre 10 varianti di pizze Rossopomodoro Gluten Free con la nuova Peroni Senza Glutine*, ha affermato

Pippo Montella, AD di Rossopomodoro.

*La nuova birra come le nostre pizze rispondono ad una richiesta sempre più crescente di cibo salutare da parte dei consumatori. Cosa manca? Solo il glutine!*

Peroni Senza Glutine è disponibile da gennaio nei ristoranti e shop dedicati.



## GANDHI-BOT DOUBLE INDIA PALE ALE

La **New England Brewing Co.**, birrificio del Connecticut, ha prodotto un'IPA la cui lattina rappresenta l'immagine in versione robot del leader indiano Gandhi, da qui il nome Gandhi-bot. Pubblicizzata su Facebook, ha suscitato polemiche ed una petizione in tribunale perché l'immagine di Gandhi su una lattina di birra è punibile dalla legge indiana. A prescindere dalla diatriba legale e da ogni altro giudizio, c'è una contraddizione: il pronipote del noto leader sostiene che Gandhi *abborriva bere alcolici*.



Dalla più antica Birreria di monastero al mondo...

An advertisement for Weltenburger Kloster beer. The background is a scenic view of the Weltenburger Kloster monastery, a large stone building with a red roof, situated on a peninsula in the middle of a river. The foreground shows two glasses of beer: a smaller one with a thick head of foam and a taller one with a thinner head. Both glasses have the Weltenburger Kloster logo on them. The logo is a red cross with a white cross inside, and the text 'SEIT 1050' above it. Below the logo, it says 'Weltenburger Kloster' and 'Die Weltenburger Klosterbrauerei der Welt'.

[www.weltenburger.de](http://www.weltenburger.de)

Cercasi distributori per zone libere • Mutinelli snc • Tel 0464-431101 • [info@mutinelli.it](mailto:info@mutinelli.it)



### VICTORY PRIMA PILS

Forti di anni di esperienza maturata in Germania, i birrai di Victory Brewing Company hanno gioito con l'esclamazione tedesca "Prima!" una volta assaggiata la loro *Pils*. Una birra prodotta con ingredienti rigorosamente europei, che rinuncia alle materie prime americane, ma non ad un tocco di carattere a stelle e strisce. Il risultato si chiama appunto Victory Prima Pils. Il frizzante sentore erbaceo ed il gusto morbido e maltato, con un finale piacevolmente secco che invita ad un nuovo sorso, sono le caratteristiche peculiari di Victory Prima Pils, uno dei più fulgidi esempi di *Pilsener* americana, distribuita da *Interbrau*

### I BICCHIERINI DI BIRRA FORST PROTAGONISTI IN "UN PASSO DAL CIELO 3"

Birra Forst è presente con un product placement in "Un passo dal cielo 3", la fiction RAI di grande successo con Terence Hill. I bicchierini della campagna di comunicazione sono protagonisti anche in una scena della fiction. Il forte legame che unisce la Spezialbier-Brauerei Forst al suo territorio è parte fondamentale dei valori dell'azienda e viene nuovamente sottolineato anche nel **product placement che vede protagonista Birra Forst e la sua 1857** in alcune puntate della fiction.

Ma la presenza di Birra Forst non si ferma qui e prende quasi vita attraverso i **bicchierini simbolo della campagna di comunicazione**: per l'occasione infatti Birra Forst ha fatto produrre **due esemplari unici del bicchierino, realizzati interamente a mano in vetro di Murano**. "Un regalo speciale per una persona speciale", dice la protagonista, regalando al suo amato una scatolina elegante che contiene il bicchierino Forst in vetro.



### EXPO RIVA HOTEL 2015

Lo storico appuntamento dedicato al mondo dell'Ospitalità e della Ristorazione professionale ha chiuso la sua 39ª edizione registrando, in un momento particolarmente difficile per il settore fieristico, **480 aziende** presenti ed **oltre 20.000** visitatori in 4 giorni. Nata in uno dei principali distretti turistici italiani, quello del Garda Trentino, è oggi una delle **tre fiere di settore più partecipate del Paese**, patrocinata da **Federalberghi e Federturismo Confindustria**.

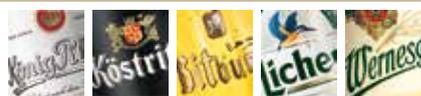
L'edizione 2015 ha visto la nuovissima collaborazione con l'**Università degli Studi di Scienze Gastronomiche** di Pollenzo e **Slow Food Italia** che, ha promosso nelle giornate di fiera, un ciclo di appuntamenti molto partecipati, centrati sulla lotta allo spreco e sull'importanza di attuare scelte che siano sostenibili per l'ambiente.

L'appuntamento con la **40ª edizione di Expo Riva Hotel** è già fissato dal **31 gennaio al 3 febbraio 2016** nel quartiere fieristico di Riva del Garda (Trento).





Martin Rederlechner Sales & Marketing Manager South Europe & Latin America  
Email: [martin.rederlechner@bitburger.de](mailto:martin.rederlechner@bitburger.de)



**BITBURGER BRAUGRUPPE**  
STARKE MARKEN

# Company

# 3.0

Da sempre la nostra rivista ha cercato di essere, oltre che un mezzo di informazione, un soggetto attivo e proponente nel settore del food&beverage. Come occasione di presentazione delle sue iniziative ha scelto sempre la Fiera di Rimini e anche quest'anno sarà così a Beer Attraction - *International Craft Breweries Show* dal 21 al 24 febbraio..

Sotto il marchio **Company 3.0** abbiamo associato un gruppo di aziende e professionisti per svolgere un servizio di supporto e partnership con l'azienda di Distribuzione nel suo territorio di competenza. **Solutions for customers**, ecco il nostro slogan e linea guida, parole chiave che indicano gli intenti di questa iniziativa che vuole affiancare il Distributore nel suo lavoro e sviluppare servizi dedicati alla ristorazione. 3.0 nel web ha diversi significati, volti a descrivere l'evoluzione e l'interazione fra innumerevoli percorsi destinati a creare un miglioramento, più soggetti che interagiscono per avere benefici fra loro redistribuiti. Abbiamo preso in prestito il significato del 3.0 dal web per denominare la nostra Company perché riteniamo sia portatrice sana di una reale innovazione, per i servizi che offre e per come si propone. Prima di entrare nel merito soffermiamoci ad osservare alcuni



cambiamenti nel rapporto fra l'azienda di Distribuzione e il suo cliente. L'azienda di Distribuzione è sempre stata nel suo territorio un punto di riferimento importante per il cliente ho.re.ca. che, con la crisi attuale, rivolge al suo fornitore di riferimento una serie di richieste, domande di aiuto e considerazioni di vario genere che sono inerenti la sua gestione, sempre più difficoltosa e meno soddisfacente. Ecco, come esempio, una serie di esigenze che arrivano dai gestori/titolari di locali ho.re.ca.: *è possibile avere una maggiore dilazione nei pagamenti, il mio locale soffre, guadagna meno; devo rivedere le forniture, spendo troppo in materie prime; ho più difficoltà nelle vendite, il mio personale è impreparato; devo ristrutturare, ho costi troppo alti; ho difficoltà di accesso al credito bancario; ho un calo di clientela, vorrei rivedere l'offerta, fare una promozione.* Tutte queste frasi, che sicuramente voi distributori avrete sentito a profusione, la dicono lunga su ciò che sta cambiando, l'azienda di distribuzione beverage dovrebbe dare risposte su materie e bisogni del cliente per i quali non è preparata né organizzata, dovrebbe intervenire nel food-cost del locale, nell'in-

gegneria gestionale del format, nell'offerta, nella formazione, nella ristrutturazione, a volte nello start-up, nelle soluzioni promozionali come nella organizzazione dell'intrattenimento, nell'informazione nel locale, a partire dai menu... e tanto altro. La forza vendita dell'azienda di distribuzione, oltre che una preparazione sui prodotti che vende, per avere considerazione dal suo cliente o dal nuovo che deve conquistare, ha bisogno di conoscenze nuove, deve essere aggiornata, conoscere i problemi del locale, ha bisogno di saper confrontare l'offerta di quel locale con i nuovi modelli di consumo, con gli stili di vita dei clienti, insomma, deve avere argomenti e formazione per potersi confrontare, per indicare soluzioni, per essere vincente. Oggi il Distributore di Beverage evoluto, che vuole continuare ad essere il punto di riferimento per il cliente, che non vuole essere valutato solo per il prezzo, che non vuole perdere clienti, che ha mire di sviluppo, deve cercare soluzioni per la clientela: deve fare più di un passo verso i bisogni reali del suo cliente per mantenere un ruolo solido ed aggiornato nel suo territorio e nell'organizzazione del suo business.



Company 3.0 può essere il partner dell'azienda di distribuzione per dare risposte altrimenti difficili. Vediamo da chi è formata la Company:

**LA NOSTRA RIVISTA B&S.** Oltre a continuare a svolgere il suo servizio di aggiornamento ed informazione come magazine, a partire da febbraio 2015 si trasforma in portale web che dedicherà molte delle sue iniziative alla collaborazione con il distributore di riferimento sul territorio. Sarà una finestra web aperta sui locali per interagire con loro, per le offerte di prodotti, indicherà servizi, ospiterà dibattito, promuoverà iniziative. Oltre che mantenere un piano nazionale sull'informazione e i servizi in web, sarà la voce e un servizio operativo del distributore sul territorio.

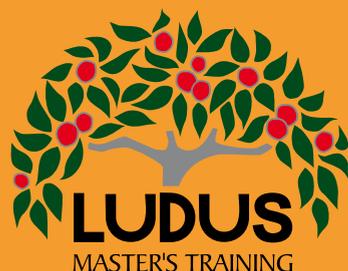
**LUDUS MASTER'S TRAINING.** Scuola di formazione specializzata nel settore del food&beverage. Le materie che propone coprono il più ampio spettro di competenze: dai prodotti alla sociologia dei consumi, dal marketing del locale al food-cost, dall'ingegneria gestionale alla corsistica base nell'organizzazione della sala, nel bar, nella pizzeria, nella cucina. La corsistica si rivolge con sezioni specializzate anche al distributore e alla sua forza vendita. Per questa struttura la formazione è vocata in tutti gli aspetti della ristorazione e hospitality.

**IDEE&SVILUPPO E CMK.** Sono i professionisti del marketing, della creatività, della promozione, della comunicazione e dell'informazione esterna ed interna al locale, ad esempio il menu. Sono specializzati nel settore beverage sugli aspetti di co-marketing che possono specificamente riguardare l'attività del distributore, le sue promozioni, gli accordi con enti/aziende/industria.

**GENERAL G3 ARREDAMENTI.** È una delle aziende leader nell'arredo di locali. Aderisce alla nostra Company per tutti i servizi di ristrutturazione oltre che progettuali nello start up. Partner ideale del distributore per una nuova apertura, per lo studio di un format dedicato, per la ricerca di nuovi materiali e originali soluzioni di arredo dal tematico al fantasy.

Nel nostro stand in fiera dedicato al progetto Company 3.0 affronteremo diverse sezioni di presentazione per l'intera durata della manifestazione, voi distributori sarete i nostri graditi ospiti che ci auguriamo di accompagnare in un percorso di collaborazione sul territorio. Sarete voi distributori il nostro punto di riferimento, noi agiremo sotto la vostra struttura, il vostro marchio, saremo i vostri partner per i vostri clienti, pianificheremo per voi gli interventi: i vostri clienti, attraverso questa partnership, potranno essere forniti di servizi avanzati che saranno la risposta agli interrogativi che oggi vi pongono. Un attento e formale accordo di intenti regolerà il nostro rapporto, tutelerà i reciproci interessi e soprattutto rappresenterà per voi una straordinaria leva di sviluppo del business.

B&S



IDEE&SVILUPPO



**BEER  
ATTRACTION**  
Rimini Fiera  
Pad C7  
Stand 193

Per info o per prenotare il nostro spazio di presentazione in fiera o più semplicemente se desiderate chiarimenti sui servizi offerti dalle aziende della Company 3.0 tel 335 8220472



*La festa comincia con il ritmo giusto.*



# ASSOBIRRA E TUTTOFOOD

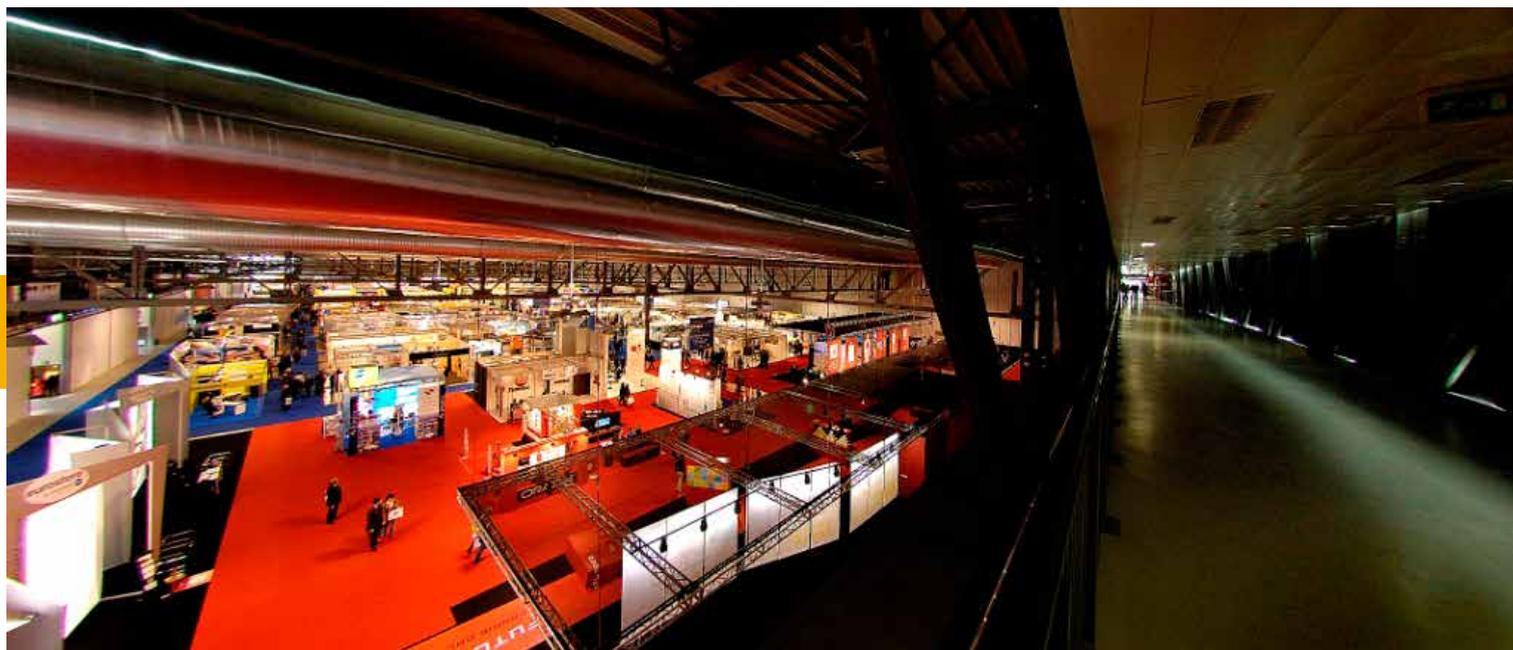
**AssoBirra aderisce a TuttoFood per puntare all'internazionalizzazione di un settore in fermento. L'appuntamento per tutti è dal 3 al 6 maggio 2015 a Fiera Milano**

**I**ncrementare la partecipazione a TuttoFood delle imprese associate e di altre aziende produttrici del settore, oltre che valutare la possibilità di ideare e realizzare progetti e iniziative per lo sviluppo del comparto. E' questo il cuore dell'accordo siglato tra Fiera Milano e AssoBirra, associazione di riferimento per il mondo della birra italiana tout-court. Grandi e medie aziende, marchi storici, malterie, fino ai numerosi microbirrifici nati sul territorio in questi anni, sono infatti rappresentati nell'Associazione che, dunque, riunisce al proprio interno tutte le realtà del settore sotto un unico "tetto". Un'intesa, quella con AssoBirra, che affida a quest'ultima la promozione agli associati delle prossime due edizioni del prestigioso palcoscenico di TuttoFood, sostenendo e agevolando la presenza espositiva delle imprese birrarie all'interno del Salone Internazionale

dell'Agroalimentare, a Fiera Milano dal 3 al 6 maggio 2015. L'attività di AssoBirra troverà nella manifestazione un palcoscenico internazionale per le iniziative a sostegno della cultura della birra in Italia e del settore Ho.Re.Ca. promosse dall'associazione.

*È per noi fonte di grande soddisfazione aver trovato un'intesa con una manifestazione che, nonostante la giovane età, ha saputo trovare un suo spazio nel panorama fieristico italiano, dichiara Alberto Frausin, Presidente di AssoBirra. Questo accordo ci consente di avere una presenza strategica in seno alla più grande fiera del Paese. Siamo lieti di poter mostrare su questo palcoscenico tutte le sfaccettature del nostro universo produttivo e il 'bello' di una filiera che, nell'ultimo anno, sta sostenendo una battaglia contro un ingiusto inasprimento fiscale.*

*Con Assobirra la nostra mostra TuttoFo-*





od acquisisce un partner di primo piano, afferma Enrico Pazzali, Amministratore Delegato di Fiera Milano. *Grazie a questo accordo ci rafforziamo nel comparto del beverage, che abbiamo cominciato a sviluppare con decisione nel 2013, e possiamo offrire un'altra grande eccellenza italiana ai buyer internazionali che verranno a visitare la manifestazione.*

*AssoBirra è la casa italiana della birra, dichiara il direttore dell'Associazione Filippo Terzaghi, che riunisce al suo interno sia produttori industriali che microbirrifici. Grazie a questa intesa contiamo di poter dare un servizio alle imprese agevolando la loro partecipazione fieristica, ma anche dare visibilità all'Associazione e alle nostre iniziative per sostenere la cultura della birra in Italia.*

Un settore in crescita, quello della birra in Italia: sul lato dell'offerta: nel 2013 sono

stati censiti oltre 500 impianti di produzione di birra in Italia, tra stabilimenti industriali e microbirrifici, per una produzione complessiva di 13,2 milioni di ettolitri di birra. La produzione italiana soddisfa circa i due terzi della domanda interna, ma non mancano le esportazioni, che ammontano a circa 2 milioni di litri. In totale, sono 17 milioni e 502 mila gli ettolitri di birra commercializzati nel nostro Paese nel 2013 (comprese le birre di importazione).

La domanda trova oggi in Italia oltre 30 milioni di beer lovers e la birra è la prima bevanda alcolica tra gli under 54 (Dati AssoBirra). 7 italiani su 10 dichiarano di consumarla, mentre risulta in aumento il gradimento del pubblico femminile. Si predilige l'assaggio o la degustazione durante i pasti, una modalità di consumo che ha incoraggiato i produttori ad ampliare l'offerta con nuove tipologie e

con la maggiore valorizzazione dei grandi classici: esistono oggi sul mercato oltre 2000 marche di birra (contro le 800 di 10 anni fa). Di questo grande fermento si è fatto partecipe TuttoFood, una manifestazione attenta ai fenomeni più vitali dell'agroalimentare che, a otto mesi dall'apertura della prossima edizione, può vantare una superficie totale di 180 mila metri quadri distribuita su 10 padiglioni, con tassi di saturazione dei padiglioni al 95%. La partnership con AssoBirra va così ad aggiungersi alle sinergie raggiunte da Fiera Milano con altri importanti e selezionati player e stakeholder del settore food&beverage, volte a valorizzare l'agroalimentare italiano come primario settore di crescita e a promuoverlo in Italia attraverso TuttoFood e all'estero grazie alle otto piattaforme internazionali di Fiera Milano.



Proprio nel giorno, il 20 novembre, in cui il Bosco Verticale di Stefano Boeri è stato proclamato il più innovativo grattacielo al mondo, proprio lì sotto, cuore di un nuovo quartiere sempre più cool, invitati, abitanti della zona e passanti si sono allegramente mescolati, affollandosi per gustare la serata offerta da BIO.IT BIOCUCINA in occasione della sua inaugurazione.

# BIO.IT BIOCUCINA

**I**naugurato con successo il nuovo locale nel Parco De Castillia a Milano il cui intento dichiarato è quello di proporre i **sapori mediterranei nel modo più gustoso ed esclusivamente, autenticamente bio con materie prime di alta qualità**, tutte certificate secondo il regolamento comu-

nitario da CCPB, organismo di certificazione e controllo dei prodotti agroalimentari e "no food" ottenuti nel settore della produzione biologica ed eco-sostenibile. L'interno di BIO.IT è tutto studiato con cura e coerenza (spazi, materiali e colori), e con arredi in materiali naturali con legni





di recupero. Ma la serata inaugurale, complice un clima favorevole, si è svolta quasi interamente nel giardino circostante, dove BIO.IT ha allestito alcuni tavoli. Presenti e passanti hanno potuto provare "in diretta" i manicaretti che uscivano dalla cucina, in un'atmosfera tutta partenopea sottolineata dai giochi circensi e soprattutto dalla musica della Banda Mediterranea stuzzicata simpaticamente da Syusy Blady. Molti degli invitati giunti in metropolitana (fermata Garibaldi) sono stati guidati al locale dalle sagome di persone posizionate sul percorso dalla piazza Aulenti: **una installazione a cura dell'artista Ennio Sitta** che rappresenta abitanti di un vero stile bio, come lo pensa e lo vuole diffondere BIO.IT.

Il progetto si muove su scala internazionale, e vede come soci investitori **Bioitalia, l'Industria Agroalimentare De Vita srl e la società olandese Tigin Group**. *Noi crediamo fortemente in questa iniziativa, per la quale prevediamo a breve altre aperture in Italia e all'estero*, dice **Giovanni Di Costanzo, amministratore di Bioitalia e ideatore di Bio.it**.

Per i più scettici o esigenti, è in arrivo da CCPB anche la certificazione a marchio "Conosci il tuo pasto", che significa sapere chi ha prodotto, dove e come, quello che mangiamo.

Il locale resterà aperto sempre, 7 giorni su 7, dalle 7 del mattino alle 22, anche se la grande richiesta farà forse rivedere con

orari più lunghi l'apertura serale. Questo significa che da subito BIO.IT è ideale non solo per **la prima colazione e il pranzo, ma anche per un ottimo caffè con piccola pasticceria, un estratto di frutta fresca o una tisana**, approfittando del **wi-fi gratuito** in tutti gli spazi del locale, e **l'apericena con vino, birra o uno degli esclusivi cocktail a base di liquori alla frutta, sodati, confetture e mieli, accompagnati dai succulenti "cicchetti"**, deliziosi assaggi delle specialità della casa. BIO.IT è anche **take-away**: dedica infatti, soprattutto alle famiglie, un menu che ripristina il **"pranzo della domenica"** secondo le nostre tradizioni, e **cestini pic-nic** da gustare nei giardini, con **menu dedicati ai bambini**.



A Spoltore, a pochi chilometri da Pescara, il primo dicembre dello scorso anno una eccezionale serata di degustazione delle birre Braufactum all'Osteria La Corte

di Luca Gennaro



# Braufactum alla Corte

Le birre tedesche Braufactum, nel portafoglio di Radeberger Gruppe Italia, meritano di entrare alla corte di un re, in questo caso un re della cucina, appellativo più che meritato per lo chef Maurizio Della Valle dell'Osteria la Corte in via Montani a Spoltore. Tutto è da favola in questa osteria che nell'ambiente e nell'offerta ritrova il piacere della tradizione, a partire dalla location, fuori dai centri cittadini, in una vecchia fattoria a mattoncini in cui legno, cotto e vecchi tavoli la fanno da padroni, insieme a due tocchi vintage molto belli, una bilancia e un'affettatrice, ed in cui la cucina punta alla semplicità ed al gusto, con quel tanto di design e di gourmet in entrambe che la fanno vivere in piena attualità. È qui che Radeberger Gruppe Italia ha organizzato un evento per le sue Braufactum, illustrate da Roberto Parodi, che non esitiamo a definire "superdegustatore", che ha guidato

la serata durante la quale sono intervenuti anche Luca Bonaccorsi, Agente Generale per il Centro-Italia, e Luca Buccella, Area Manager Marche e Abruzzo, di Radeberger Gruppe Italia.

Cinque le birre selezionate per l'abbinamento con i cibi sopraffini della Corte che, solo a nominarli, ne siamo certi, vi faranno venire l'acquolina in bocca: tartare di baccalà agli agrumi ed uova di salmone, maialino croccante con sottoli e germogli, tortino di formaggio su crema di formaggio e patate come entrées, ben più di un semplice antipasto ma autentiche prelibatezze per l'appetito di veri gourmands, un primo semplice ed incredibilmente buono, linguina al cipollotto e menta, un secondo tipico abruzzese ma rivisitato, il cosciotto di agnello alle erbe aromatiche con verdure strascinate e chips di patate, e per finire un dessert di ricotta mielata su salsa di caki.





Il tocco gourmet della cucina della Corte non solo si gustava al palato ma, come potete vedere dalle fotografie, si godeva anche con gli occhi... e ciò che più piace agli avventori del locale è proprio questo mix di alta cucina ed elegante presentazione unito ai piatti della tradizione ed alla semplicità degli ingredienti. Ad accompagnare tanta bontà altrettanta eccellenza birraia Braufactum: **Progusta**, un'ambrata IPA di g.a. 6,8% vol. dal bel colore ambrato, ideale con la tartare di baccalà agli agrumi ed uova di salmone grazie ai suoi aromi dei luppoli e dei lieviti utilizzati, alle note di cedro, ciliegia, lampone, mora, erbe e frutta secca, ed al suo gusto amaro, asciutto, armonioso con note di luppolo e miele; **Marzus**, che come rivela il nome è in stile marzen, birra di g.a. 5,5% vol., è stata saggiamente abbinata al maialino, del resto è ottima con tutte le carni rosse per la sua

morbidezza ed il retrogusto tendente all'amarognolo; **Colonia**, una kölsch di 5,5%, fresca e fruttata, ha accompagnato il tortino di formaggio e il primo piatto di linguina, lasciando così la bocca pulita per il suo gusto amaricante, dovuto alla luppolatura a freddo, e per la sua ottima persistenza retrogustativa; **Darkon**, schwarzbier di g.a. 5,4% vol., è stata abbinata al cosciotto di agnello per il suo aroma intenso di malti raffinatamente tostati e per il gusto perfettamente corrispondente all'aroma, una birra che chiude con un notevole retrogusto amaro; **Indra**, weizen-IPA di 6,8%, ha coronato il dessert, la ricotta mielata su salsa di caki, deliziando il naso con sentori dolci di luppolo, note floreali, agrumi e frutta esotica, banana, pompelmo rosa, noci e mandorle, ed esaltando il gusto della ricotta con il suo amaro intenso mai aggressivo. Davvero una serata di "buon gusto"!



# Granny's Pub

In via Savonarola 6 a Oderzo, provincia di Treviso, un locale che ha mantenuto lo stile del pub, ha percorso i tempi con la selezione di birre speciali e oggi ha un'ottima proposta food



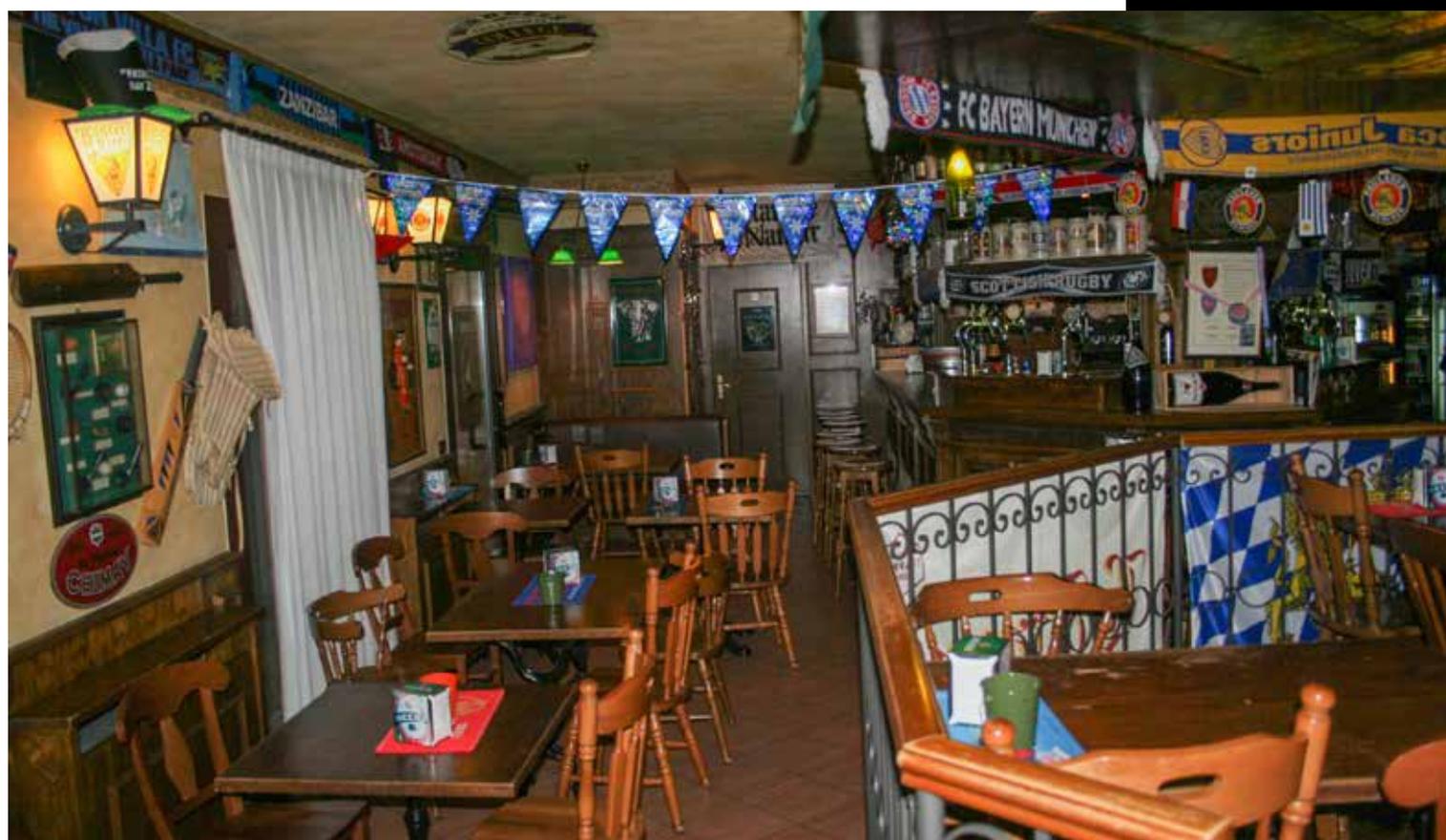


di Roberta Ottavi

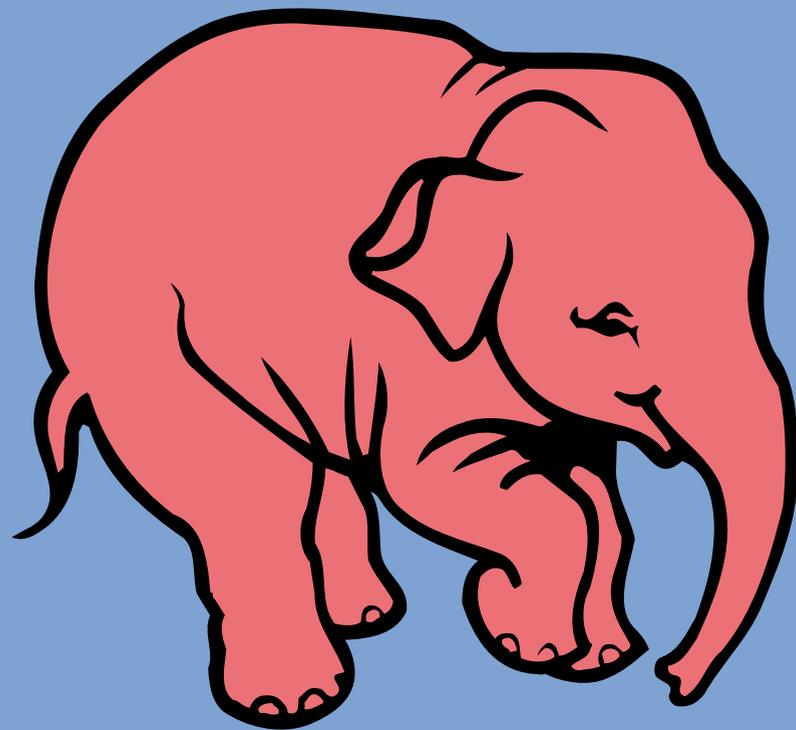
**N**asce nel 1998 con un'impronta "english" riconoscibile nel suo stile a primo impatto e ben presto Mauro, il titolare, dirotta l'offerta birraria verso birre speciali da tutto il mondo; oggi il Granny's vanta 8 spine ma ciò che più piace ai frequentatori del locale è la rotazione che gli sa dare: un'alternanza di stili che incuriosisce gli avventori e stimola quella cultura birraia a cui un pub non dovrebbe mai rinunciare. Chimay e Ganter le trovate sempre ma c'è un carousel legato alle stagionali o alle novità che, soprattutto in un paese rispetto alla grande città, desta stupore. Quando si dice la mano del

gestore! E l'offerta non si limita alla spina, il Granny's propone anche birre in bottiglia, ci dice Mauro circa 300 etichette. Grande lavoro è stato fatto anche nel settore food, con un ampliamento della cucina: non solo snack e panini, ma hamburger di angus, piatti etnici, bavaresi e tex-mex ad esempio, e un irrinunciabile piatto tipico della zona. Birre speciali e ottimi cibi hanno spostato al Granny's un pubblico variegato, famiglie comprese... e per un pub è tanto. Un pubblico affezionato che, quando va all'estero o fa un viaggio o semplicemente segue la squadra del cuore in trasferta, riporta sempre souvenir, ricordi, sciarpe da tifoso di cui il locale è colmo, così come sono colme le pareti di affiches ed etichette birrarie che,

ovviamente in piccolo, ci fanno pensare al Delirium Café di Bruxelles. Chiediamo a Mauro cosa è cambiato in questi 17 anni di attività e la sua risposta la dice lunga sulla sensibilità di questo gestore: *sono repentinamente cambiati i tempi e le richieste del consumatore, oggi più esigente e consapevole; per questo abbiamo puntato alla massima qualità dei prodotti ed alla varietà dell'offerta, e le persone ci hanno seguito, per me è un piacere vedere nel locale ragazzi che ho conosciuto ventenni ed oggi arrivano con i figli.* È evidente che il Granny's ha saputo lavorare bene non solo nella scelta delle sue proposte ma sul valore dei rapporti umani, non tradendo lo spirito del pub che è soprattutto convivialità.



# DELIRIUM



*Welcome into the world  
of the pink elephant*



PER INFO E CONSULENZE:

Walter Pasqualini - *Responsabile Italia*

walter@altafermentazione.com

[www.delirium.be](http://www.delirium.be)

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



# QUEEN MAKEDA GRAND PUB

In via San Saba, nel quartiere Aventino a Roma, un locale che mette in primo piano una selezione di birre che hanno alla base la ricerca di birrifici emergenti

*di Alessio Ceccarini*

**I**l concept del locale, studiato dalla **Laurenzi Consulting**, punta ad una nuova idea di pub, già nella struttura. Al posto del canonico bancone da pub, Dario Laurenzi, scardinando le regole tipiche di questo genere di locali, mette un lunghissimo kaiten, dove girano decine di mini porzioni. Già nell'atmosfera dunque, si parla un linguaggio nuovo, meno polveroso e più lanciato verso soluzioni all'avanguardia. Ma la vera novità sta nella formula. Un importante menu, ricco di piatti che raccontano la gastronomia internazionale, accompagna la selezione di **40 birre artigianali alla spina, in continua rotazione.**



**Valerio Errico** (già con esperienza all'Open Baladin e al 4:20 di Roma), è il direttore, al timone della scelta dei birrifici. La rotazione è il cardine, senza trascurare le birre che arrivano dall'estero, perché se la cucina è internazionale, le birre non sono da meno. Altro punto fondamentale è la ricerca, realizzata con puntigliosità, tra le proposte dei neo produttori, spesso interessanti tanto quanto quelli più noti. Non mancano, anche fra le bottiglie, birre più inusuali, come acide, con passaggi in botte, somiglianti a vini e champagne. Sono invece 15 gli stili sempre presenti in menu, tra cui fruttate Indian Pale, Barley Wine, Weizen, Saison, Lambic.

Fiore all'occhiello, la **Birra Makeda**, realizzata appositamente dalla beer firm **Malarazza** attraverso il birrificio **Arribal** in Toscana. La Birra Makeda è un bitter Ale di 4,8% e racchiude un sapore secco e agrumato grazie all'aggiunta di bucce d'arancia e bergamotto. La birra verrà proposta in diverse varianti che sposano la filosofia del locale, ricca di sfumature internazionali. Anche la cucina si fa stimolare dalle birre per la realizzazione e l'abbinamento dei piatti in menu. Con la selezione di spine attuale, la cheesecake è servita con la Panepot riserva del birrificio De Struise. Alle alette di pollo con salsa barbecue è dedicata la birra Dunkel del birrificio Maxlrainer. Alla Pale Ale di 5 Point è abbinata la pancia di maiale e, chi mangerà costole di maiale e patate affumicate, non vorrà rinunciare alla Shanglilà Fumè di Troll. Azzardando e curiosando, si radunano già in tanti al Queen Makeda, per giocare con abbinamenti tra cibo e bere, disegnando un pubblico incredibilmente eterogeneo.





GRAPHIC\_agenzia@emotioeventi.it



# Wolf

[www.Brouwerijwolf.be](http://www.Brouwerijwolf.be)

Appoggio logistico  
PD DISTRIBUZIONE SRL  
Via Postioma , 53  
Istrana , TV

Responsabile Italia  
Roberto Corazza  
[rob.corazza@virgilio.it](mailto:rob.corazza@virgilio.it)  
3497749079



# Ceres

## *anche alla spina*

La storia di Ceres in Italia inizia nel lontano 1963 con l'importazione di cibi e bevande danesi attraverso la Tulip italiana che, dopo lo sviluppo e la rilevanza conquistata sul nostro mercato con il marchio Ceres, nel 1994 viene acquisita dalla Danish Brewery Group e diventa Ceres spa. È del 2005 la trasformazione della Danish Brewery Group in Royal Unibrew, di cui Ceres spa è una delle filiali estere. Oggi un nuovo progetto accende i riflettori sul prestigioso marchio birraio

Incontriamo a Roma Franco Monaco, Responsabile Progetto Spina Italia; dopo qualche scambio di battute sul nostro settore, che non possono mai mancare, entriamo nel merito di quanto Ceres sta facendo di nuovo nel mondo dei consumi alla spina nei locali, non senza aver premesso che Franco Monaco è un professionista con grande esperienza e carriera focalizzata nel settore birraio a cui, da quando è approdato in Ceres, è stato affidato il ruolo di responsabile del "progetto spina" per l'Italia. Ecco le sue parole: *Ceres con i suoi brand ha sempre avuto una tradizione importante alla spina, almeno fino agli inizi del nuovo millennio, periodo in cui i consumi corrispondevano a circa 40.000 hl. Dal 2000 in poi le attenzioni del gruppo si sono concentrate, e a ragion veduta, verso la bottiglia, la nostra Strong Ale, fino a raggiungere risultati straordinari. Solo recentemente, a metà*

del 2013, con appropriate risorse e con un progetto ben definito, abbiamo iniziato con DOC Roma un test ben riuscito sui fusti e, da quel momento, si è deciso di far decollare il progetto "spina", puntando sull'area centro-nord della nostra penisola che ad oggi ci sta dando più che soddisfacenti risultati". Questo "ritorno" di Ceres sul bancone dei locali birrai, per quanto ci riguarda, si è rivelato evento atteso. In Italia, pur non avendo crescita pro-capite, come più volte abbiamo sottolineato, i consumi sono comunque cambiati redistribuendo la qualità su tendenze numericamente molto più importanti che in passato: il conosciuto ed apprezzato marchio Ceres ha di fronte un futuro importante su tutti i punti di mescolta che vorranno sviluppare più consumi e nuove politiche di vendita. Da questo punto di vista, come ha sempre citato il loro più famoso slogan, "Ceres c'è" al fianco del distributore attento ed evoluto. È sempre Franco a dirci: *Abbiamo raggiunto la quota di 23 partners molto qualificati all'interno del panorama distributivo* (n.d.r.: ne pubblichiamo elenco in queste pagine) *e il posizionamento del marchio ha spinto verso una acquisizione importante di nuovi punti di consumo e oggi, posso dirlo con certezza di numeri, con un ottimo grado di soddisfazione da parte di questi ultimi e dei nostri Partner distributivi*. L'organizzazione e la struttura marketing di Ceres forniscono ai brand proposti un supporto straordinario, degno della tradizione e dei successi nel posizionamento della bottiglia ma a questo punto, per entrare un po' più nel merito, vediamo quali sono i pilastri del Progetto Ceres alla Spina. Tre sono i punti fondamentali sui quali si fonderà il lavoro per costruire un progetto insieme al Partner e con i Punti di Consumo: 1) qualità, 2)

visione distributiva, 3) supporto web. La **Qualità** della birra di importazione danese non è in discussione, le note maltate e il retrogusto unico sono nella storia della Ceres Strong Ale che tutti hanno apprezzato, la salubrità e la freschezza del prodotto alla spina allargano il target anche a consumatori più adulti ed agli estimatori della bevanda di Gambrinus. Per quanto riguarda la **visione distributiva** il rapporto Ceres-Partner distributivo avrà una rigida esclusiva territoriale, a tutela del punto di consumo che si agevolerà dei programmi di sviluppo del marketing della casa madre unitamente all'intervento del suo grossista. Il **supporto web** è la parte più interessante per il locale, a partire dalla proposta di un calendario di feste organizzate e l'aggiornamento poi del sito Ceres che ha una parte dedicata alla spina e assumerà un valore straordinario, sia nella piattaforma web di

Ceres che nelle collegate ricadute sui social media. L'indiscussa forza del marchio Ceres alle spalle è una garanzia nella qualità del posizionamento di una gamma di prodotti completa e ben pensata, flessibile per diverse tipologie di locale, dal bar diurno a quello serale, dalla birreria fino alla pizzeria. Sempre Franco ci aggiorna su come si è concluso il 2014 ed i numeri sono interessanti: i nuovi punti di consumo alla spina attivati dai distributori Partner sono 419. Salutiamo Franco Monaco portando con noi una certezza: il posizionamento della spina Ceres, per come è stato pensato, è uno straordinario vantaggio per il Partner distributivo, ottimamente supportato con nuove idee e, grazie soprattutto con un uso del web lungimirante... sarà un successo! Presto il progetto spina non sarà un progetto ma una realtà in tutta Italia... Ceres c'è anche alla Spina





Qualche scambio di domande e risposte era indispensabile anche con Davide Catalano, Key Account Spina & Beer Specialist di Ceres spa. È lui che si occupa di qualità del prodotto, formazione birraia e dell'implementazione sul territorio del "Progetto Ceres alla Spina". Per presentarlo riportiamo le sue parole: ... *ho 34 anni, la mia passione è la birra ed è per questo che circa 12 anni fa ho scelto di entrare in questo mondo. Sono partito dal marciapiede e le mie esperienze mi hanno permesso di conoscere il mercato da diversi punti di vista: Birrerie/Pub dove ho gestito un locale, Distribuzione, Industria.*

**D. Quali supporti fornite per ora sui punti di consumo?**

*R. Abbiamo realizzato diversi supporti: lo StarterKit e i Kit a supporto per poter sviluppare un calendario di iniziative/serate riservate a Ceres alla spina. La scelta dei materiali all'interno dei Kit mantengono l'originalità e la qualità dei gadget che da sempre sono il segno distintivo di Ceres, ciò che li ha resi sempre molto ambiti dai nostri consumatori e per questo molto apprezzati anche dai nostri locali. Abbiamo inoltre realizzato i "maniglioni all'americana" e le colonnine luminose per rendere visibili i marchi sui punti di consumo*

**D. E la comunicazione WEB?**

*R. Già da diversi anni stiamo sviluppando la nostra piattaforma WEB attraverso il sito Ceres.com e la pagina FB, più di 600.000 fans che animano ed interagiscono con noi costantemente. Ad oggi riteniamo siano gli strumenti più efficaci di comunicazione e più seguiti dal nostro target di consumatori. Forti di questa esperienza, abbiamo realizzato un sito dedicato alla spina al quale si può accedere sia dal sito Ceres.com, all'interno della sezione prodotti, oppure accedendo direttamente alla pagina [ceresallaspina.it](http://ceresallaspina.it), maggiormente dedicata al Trade, in cui dialogare con i punti di consumo ed i consumatori di qualità, relativamente alle materie prime, al processo produttivo e ai prodotti. Nei prossimi mesi andremo ad aggiornare il sito Ceres.com grazie all'inserimento del Geocalizzatore di locali, disponibile anche per dispositivi "mobile", ed altre novità per renderlo sempre di più uno strumento utilizzabile dai Punti di Consumo Ceres alla Spina.*

Davide Catalano decisamente trasmette entusiasmo e determinazione e siamo sicuri di incontrarlo sul campo per degustare una Ceres ben spillata.



## I PARTNER DISTRIBUTIVI DI FUSTI CERES, OGGI.

Anesa: BG-BS-MN-CR/  
Doc: Roma-VT-RI-LT-  
FR/ Delta Bevande:  
MS-LU-PI/ Sibe: FI-  
PO-PT/ Chimenti:  
GR-SI-LI/Cupra: AP/  
Timossi: GE-SV-IM-SP/  
Abruzzo Distribuzione:  
PG-TR-AR-AQ/ Doreca  
Abruzzo: PE-CH-TE/  
Punto Bere: CN-AL-AT/  
Penta Bevande: MO/  
IBG 2001: VC/ Blu Bai:  
BO-CE-FO-RN-FE-  
RA/ Vinicola Mauri:MI-  
SO-PV-LC-CO-MB/  
Bogoni: VI – PD/ Zenato:  
VI – PD/ Birra Ingress:  
TV-VI-PD/ Nord Ovest  
Distribuzione: SS-  
OR/ Doreca Torino:  
TO/ Eurobevande:  
PN-UD-GO-TS/ Zeus  
Commerciale: VA/  
Oscella Bevande: NO/  
P&P: NU-OG.



[www.chin8neri.it](http://www.chin8neri.it)

 Chinotto Neri Official

# LE BIRRE GANTER

La tradizione birraria di Friburgo espressa dalla birre della Privatbrauerei Ganter, una gamma completa che spazia dall'alta alla bassa fermentazione, in grado di appagare le esigenze di ogni azienda di distribuzione beverage e dei suoi locali clienti

di Guja Vallerini

C'è un leitmotiv che caratterizza il birrifico familiare Ganter ed è l'amore per l'arte della birra, la passione per il gusto ed i requisiti di qualità elevatissimi. Sono proprio queste le parole che spiccano sul sito [www.ganter-italia.it](http://www.ganter-italia.it) non appena entrate nella sezione "le birre", e la degustazione di ogni birra lo conferma. Ad un profano la larga gamma proposta può non saltare agli occhi ma per chi della birra oltre che una passione ne fa un mestiere è elemento fondamentale: poter spaziare fra stili e gusti diversi favorisce il posizionamento presso i clienti. Ecco quindi le birre Ganter.

La **Pilsner**, a bassa gradazione alcolica, 4,9% vol., dal gusto finemente amaricante tipico delle pils tedesche, con schiuma densa e persistente. In Ganter la definiscono così: *è come una brezza fresca in una giornata estiva, il fiore del luppolo particolarmente accentuato e l'armonia degli aromi costituiscono la base del piacevole sapore, delicato al primo sorso, forte nel retrogusto*. Una pils di carattere, perfetta per tutti, facilmente abbinabile al cibo, in particolare pesce fritto, pesce bollito, frutti di mare, pollame, arrosti, bistecche e formaggi piccanti.

Per chi ama un gusto insolito, **Special Export**, prodotta a bassa fermentazione di g.a. 5,2% vol., una birra corposa e di colore dorato, dalla fragranza piacevole sin dal primo sorso. Il sapore di malto è sostenuto delicatamente da un corpo distintivo, ma leggero. Dal gusto maturo e finemente luppolato, si sposa magnificamente con spezzatino, pesce fritto, carne arrosto, formaggi piccanti. Tre le versioni della **Badisch Weizen**, Kristall, Hell e Dunkel, tutte create seguendo l'arte della produzione della birra del Baden secondo ricette tradizionali comprovate ed utilizzando gli ingredienti pregiati e di alta qualità della regione. La **Badisch Weizen Hefehell**, g.a. 5,4% vol., ha un aroma pieno e piacevolmente speziato, una birra di frumento particolarmente gradevole al palato grazie alla finezza del lievito naturale. La **Badisch Weizen Hefedunkel**, g.a. 5,4% vol., dona il piacere della birra di frumento fino all'ultimo sorso grazie al robusto acido carbonico,



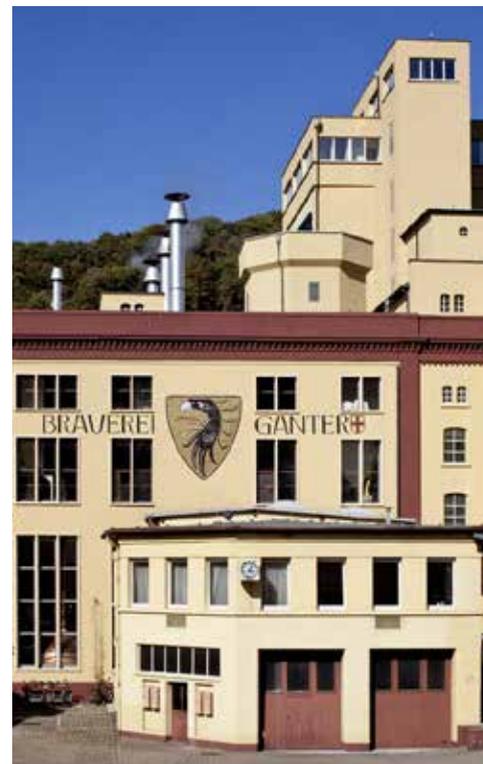
particolarmente persistente, alla schiuma dinamica, alla densità originale del mosto.

**Ganter Urtrunk**, una bionda non filtrata e naturalmente torbida di g.a. 4,9% vol., è una birra dal carattere molto fresco, con gusto fruttato e maltato, accompagnato da un profumo con sfumature diverse. All'inizio robusta e dolce, con retrogusto acidulo, rappresenta la vera arte della birra regionale. La Urtrunk riprende infatti fedelmente la ricetta antichissima e autentica del fondatore del Birrificio, Ludwig "Louis" Ganter.

**Magisch Dunkel**, g.a. 5,2% vol., è una birra per le occasioni speciali... non a caso è "magica". Una miscela di malto d'orzo chiaro e scuro, due luppoli selezionati da Tettngang e dalla Hallertau, quattro settimane di conservazione alla temperatura di 0° C e, non ultimo, il classico metodo di Monaco donano un tocco speciale a questa birra a bassa fermentazione prodotta in una notte di luna piena.

**Wodan**, g.a. 7,5, è una Doppelbock scura a bassa fermentazione, una birra forte e ricca di mosto di malto, di limpidezza cristallina, con cui il birrificio di Friburgo incanta dal 1898. Wodan da allora non è solo il nome del padre degli dei germanici ma il nome di una birra che nel tempo si è trasformata sempre di più in una birra per intenditori, che amano il profumo di componenti di dolci e maltati e leggermente amarognoli. Da gustare nelle giornate autunnali e invernali, si sposa bene con la selvaggina, l'arrosto e con gli alimenti abbondantemente speziati, ma anche con i dolci.

Mancano all'appello birre stagionali, pensiamo alla Maibock, così come manca una birra che oggi vive particolare splendore, la Radler, e almeno la citazione della Pilsner e della Weizen Hell in versione alkoholfrei ma il quadro della vasta produzione del Birrificio Ganter è completo e ce n'è per tutti i gusti!



*L'ORO della  
Foresta Nera*



**A Fermignano, in provincia di Pesaro Urbino, incontriamo l'azienda di distribuzione beverage Drink's Service che sin dalle origini ha puntato alla qualità delle birre proposte ai propri clienti: una scelta a suo tempo difficile e che oggi, con consumatori e gestori horeca più esigenti, la sta ampiamente ripagando**

**C**i dice Loris Ferri, titolare di Drink's Service: *la specializzazione nella distribuzione di marchi pregiati e la professionalità legata ad una esperienza acquisita nel tempo ci hanno permesso di diventare un punto di riferimento esclusivo per birrerie, pub, ristoranti e pizzerie. Cosa significa per la vostra azienda "marchi pregiati"?*

*Quando parliamo di birra la nostra prima selezione è che si tratti di birre prodotte realmente nel paese di origine da birrerie con tradizione secolare, che sappiano lavorare nel rispetto delle regole della natura, utilizzando materie prime scelte, non trattate chimicamente, e acqua di sorgente pura e cristallina. Non è birra*

*quella che viene preparata con succedanei ed ingredienti impropri, che non rispetta i doverosi tempi di fermentazione e di maturazione. In Drink's Service vogliamo offrire alla clientela un prodotto naturale, non pastorizzato, in altre parole per noi la Qualità, quella con la Q maiuscola, è la priorità.*

*Roman Brouwerij risponde a tutti questi requisiti?*

*Assolutamente sì, non è un caso che sono stato fra i primi a farla conoscere in Italia: dal lontano 1995 Roman è nel portfolio dei nostri marchi.*

*Quali "etichette" avete selezionato dalla gamma Roman?*

*Trattiamo quasi tutte le birre Roman; ab-*



# *Drink's Service e Roman Brouwerij*



biamo avuto grandissime soddisfazioni dalla birra Sloeber e Ename, poi, dalla scorsa estate, abbiamo iniziato la distribuzione della Blanche des Flandres... è stato subito un grande successo, con enorme gradimento da parte degli esercenti che hanno acquistato il prodotto. Vorrei poi sottolineare che per noi e su nostra richiesta, Roman ha prodotto la birra Lades, una strong ale che ci sta dando molte soddisfazioni.

Le birre Roman coprono nelle loro tipologie tutto il settore horeca, dal bar al pub? Noi non abbiamo mai suddiviso le birre per tipologia di locale ma per tipologia di gestore, cioè abbiamo dato le nostre birre a chi le sa apprezzare, conservare e

proporre come esse meritano; possiamo vantarci di aver da sempre fatto la battaglia contro il servizio della birra in caraffa, smontando addirittura impianti anche importanti che non si attenevano alle nostre regole, vedo purtroppo che nostri colleghi non lo fanno, pazienza, noi come diciamo sempre io e mio fratello Luciano, "continuiamo a predicare".

Come supportate in Drink's Service i gestori nella formazione e nella divulgazione della cultura della birra?

All'interno della nostra struttura abbiamo predisposto una sala per corsi che noi chiamiamo "A Scuola di Birra", organizziamo poi gite e visite alle Birreria; lo dico e lo ripeto, a noi la passione gioca un brut-

to scherzo, vogliamo veramente troppo bene ai prodotti che con cura scegliamo e pretendiamo che vengano proposti con la massima professionalità. Anche per questo godiamo della fiducia di Roman Brouwerij.

Che la birra di Qualità sia la regina di Drink's Service è appurato, così come è altrettanto chiara la volontà dell'Azienda di trasmettere amore per la birra, non a caso Drink's Service organizza, e quest'anno dal 10 al 19 luglio siamo alla 20a edizione, la festa Birra & Musica, una festa che grazie al numero di visitatori provenienti da diverse regioni, organizzati addirittura con pullman, fa divulgazione birraia, diverte il pubblico e ha dato popolarità a Fermignano.



Locale Birraio Fuori Tema (Urbino): Alessandro Manenti, titolare, con Adriana e Virginia dello staff

## BIRRA DELL'ANNO 2015

Lo storico concorso, voluto e organizzato da **Unionbirrai**, taglia l'importante traguardo dei **10 anni**. La X edizione del contest, ormai promosso evento tra i più importanti sul territorio nazionale, si terrà nei giorni in concomitanza di **Beer Attraction-International CraftBreweries Show**,

qui al suo debutto e al quale prenderanno parte realtà provenienti da paesi come Belgio, Danimarca, Germania, Gran Bretagna, Svezia, Svizzera e Usa. Come per il 2014 tornano le **26 categorie di concorso e una giuria d'eccezione** a decretare per ciascuna i primi cinque classificati. I premi andranno comunque consegnati soltanto ai più alti scalini del podio. Non mancherà il riconoscimento speciale **Birrificio dell'Anno:**

il produttore che avrà ottenuto la migliore sommatoria di punteggi riceverà l'ambito premio. Unica condizione per esservi ammessi l'aver iscritto almeno 3 birre al concorso.

**La cerimonia di premiazione** si terrà **sabato 21 febbraio 2015, alle ore 18 nell'Area Eventi padiglione C7.**



## AUMENTO VENDITA BIRRA ARTIGIANALE NEL 2014

Cresce del + 10% la vendita di Birra Artigianale Italiana nel mercato interno, mentre, nel mercato estero, si riscontra un aumento del + 30%. A trainare le vendite sono soprattutto il numero crescente di aziende produttrici, ma anche di locali e luoghi di acquisto dedicati al prodotto. Da evidenziare che la grande distribuzione ha dato un forte impulso al mercato con una sempre più crescente presenza di birra artigianale sugli scaffali. Sono questi i **dati registrati da FederBirra** nel mese di Novembre 2014, rispetto ai precedenti dati del 2013. L'analisi di mercato, condotta anche per quest'anno dall'agenzia Ipsum, consegna dei dati positivi e in forte crescita che fan ben sperare, soprattutto se paragonati con l'andamento del mercato generale italiano e con la situazione economica di recessione che registra il nostro paese. Sulle esportazioni, a farla da padrone, sono soprattutto i mercati d'oriente e, in particolare, Cina, Giappone e Corea.



# Spigolature

**...LA BIRRA BONA!**

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

telefono +39 0836 320223  
cellulare +39 335 8425904  
e-mail [birraterrona@libero.it](mailto:birraterrona@libero.it)  
[www.birraterrona.com](http://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](http://www.lasi-italia.com) [info@lasi-italia.com](mailto:info@lasi-italia.com)

### One Way TripHell

Nel rutilante mondo di produzioni di Brewfist, se non sbaglio in tutto circa 25 birre, l'ultima nata nel 2014 è stata la One Way TripHell, g.a. 9,5% vol., una tripel brassata con malti Pilsner, Munich e Candy Sugar, e luppoli Mosaic, Sterling, Centennial, disponibile alla spina e in bottiglia.



# DENTRO LA COTTA

### Belzibu

Da Cerevisia Vetus, beer firm e locanda birraria a Ceccano (FR), la novità del 2015, e quarta birra del birrifico, è Belzibu, una American IPA di g.a. 7,1% vol., dal ricco bouquet aromatico, una equilibrata struttura e dalla facilità di bevuta. Presentata il 21 gennaio nella locanda dal birraio Trentino Domenico Iorfida, Belzibu ha poi fatto un tour di eventi in locali del Lazio, della Calabria e della Puglia.



### APEC

La Rinaldi di Bologna presenta la sua nuova birra artigianale, APEC, che prende il nome dalla sua cittadina di produzione: Apecchio, in provincia di Pesaro Urbino. Confezionata in bottiglie da 75cl., è disponibile in due versioni: Bionda e Ambrata. La Bionda è una ale di g.a. 5,6% vol., al naso presenta note agrumate, di fiori gialli caldi (tarasacco, camomilla), di mandorla e di pesca sciropata. Al palato si apre a una sensazione citrica astringente per poi liberarsi da qualunque sensazione amara. La Ambrata è una strong ale di g.a. 7,2% vol. con note di caramello, di frutti di bosco e di marmellata di prugne e dal gusto di caramello sulla metà anteriore della lingua e l'amaro pronunciato sulla metà posteriore.





## GLACIALE

Da Birra dell'Eremo arriva Glaciale, g.a. 7,5% vol., una birra in stile Imperial IPA con aggiunta di miele biologico, dal colore ambrato scuro con schiuma beige fine e persistente. Al naso è complessa con note erbacee e balsamiche, con chiari sentori di agrumi e legno di mandarino. In bocca è subito morbida con note mielate che nascondono una vena amara importante, data dai luppoli continentali di nuova generazione e d'oltreoceano. Una birra elegante con una decisa nota amaricante.

## Birra Vale la Pena

Dal progetto Vale la Pena, cofinanziato dal ministero dell'Università e della ricerca e dal ministero della Giustizia, e ideato dall'associazione Semi di libertà, finalizzato al reinserimento sociale dei detenuti del carcere romano di Rebibbia, nasce un birrifico artigianale che vede la partecipazione come formatori di alcuni tra i più grandi Birrai italiani. Al momento sono 4 le birre prodotte, ci sono poi in maturazione una Chocolate Stout ed una Schwarzbier, e ne seguiranno molte altre, sempre con birrai diversi. Ecco le prime 4: **er Fine Pena**, birraio Marco Meneghin di Birra Stavio, una golden ale fresca, beverina, ben luppolata, la



prima birra prodotta dal birrifico, il cui nome richiama le difficoltà incontrate per avviare la produzione; **a Piede Libero**, birraio Paolo Mazzola del Birrifico Castelli Romani,

una saison al farro biologico coltivato dall'Istituto Agrario Sereni, aromatizzata con arance amare e cannella, secca, dissetante, profumata; **Fa er Bravo**, birraio: Orazio Laudi di Birra Turan, un'american pale ale con generoso utilizzo in bollitura ed in dry hopping di solo luppolo Bravo, equilibrata e di carattere; **Le(g)**

**Ale**, birraio Leonardo di Vincenzo di Birra del Borgo, una session IPA semplice ed elegante in cui i luppoli americani incontrano i lieviti belgi d'abbazia.

# 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 Nicolodi 40, Livorno www.piccolobirrificoclandestino.it info@piccolobirrificoclandestino.it

# Summer IPA di Doppio Malto



BIRRE ARTIGIANALI

**È passato un anno, o quasi, da quando ha visto la luce la Summer IPA, nata dalla collaborazione di Doppio Malto Brewing Company e della brasiliana Cervejaria Bodebrown. A fine febbraio Alessandro Campanini, mastro birraio e patron del Birrificio di Erba, così come familiarmente è chiamato Doppio Malto, andrà in Brasile, a Curitiba dove ha sede Bodebrown, per produrre in loco questa birra "a quattro mani"**

**E**ra il 24 maggio dello scorso anno quando, in occasione del 10° anniversario del Birrificio Doppio Malto, insieme ad un mare di festeggiamenti colmi di musica, animazione, buon cibo ed ovviamente ottima birra, è stata "birrata" la prima cotta di Summer IPA, una birra dal colore giallo dorato con riflessi arancio, schiuma bianca, fine e compatta, profumo intenso e fresco sul quale spicca l'agrumato, fresca al palato e amaricante nel retrogusto, grazie al luppolo americano utilizzato, l'Eldorado. Una birra leggera, g.a. 4,9% vol, e dissetante, così voluta da Alessandro Campanini e i fratelli Samuel e Paulo Cavalcanti, titolari del birrificio Bodebrown, in un "lavoro a quattro mani". La collaborazione tra uno dei più premiati

birrifici italiani, si contano più di 50 medaglie a livello nazionale ed europeo di cui Doppio Malto si può fregiare, e il birrificio Bodebrown, che da tre anni detiene il titolo di miglior birrificio brasiliano, ha portato la Summer IPA ad una presentazione internazionale lo scorso novembre, a Rio de Janeiro, per il 2° Festival Internacional de Cervejas Especiais organizzato dal Mondial de la Bière. E questa collaboration brew si rinnoverà a Curitiba, in Brasile, presso la Cervejaria Bodebrown dove a fine febbraio si recherà Alessandro Campanini. La collaborative beer Summer IPA non è solo simbolo di collaborazione tra mastri birrai ma anche di un'amicizia che lega Campanini ai Cavalcanti, una buona birra ricca di significati.





# BeerAttraction

INTERNATIONAL CRAFT BREWERIES SHOW

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



[www.beerattraction.com](http://www.beerattraction.com)



organizzato da



in collaborazione con



con il patrocinio di



media partner





# EUROIMPIANTI A 360°

di Daniela Morazzoni

**Il know how acquisito negli anni ed il coraggio di crescere in un momento di difficoltà del nostro Paese, elementi che caratterizzano la proprietà di Euroimpianti, ci consegnano sul mercato un'azienda che opera a 360° al servizio dei locali horeca**



La professionalità che contraddistingue Euroimpianti nel settore degli impianti di spillatura è riconosciuta da grandi marchi birrai, industriali e artigianali, e dai gestori dei locali che a questa azienda, con sede a Tolfa (Roma) in via dell'Industria 9, si sono affidati per garantire ai loro clienti una birra a temperatura perfetta in base al suo stile. Inizia proprio con la specializzazione negli impianti di distribuzione bevande, premix, postmix, birra e vino, la storia dell'Azienda che oggi è in grado di progettare e allestire impianti per pub e grandi birrerie, installando impianti a vista e pannelli tecnologici con soluzioni personalizzate per ogni ambiente un gestore voglia creare. La competenza e la conoscenza acquisita negli anni ha determinato la scelta aziendale di espandere il proprio raggio di attività per

dare al gestore del locale un servizio che va ben oltre l'impianto di spillatura della birra, Euroimpianti, infatti, offre al cliente impianti di refrigerazione, di condizionamento e di depurazione acqua. In base alle reali esigenze del locale, quindi con studio della situazione e relativa progettazione ad hoc, un gestore può, da un unico fornitore, avere celle frigorifere di varie misure e per varie necessità, affiancando a tali soluzioni anche le apparecchiature di produzione del ghiaccio, usufruire di una vasta gamma di condizionatori, climatizzatori e pompe di calore ad alto rendimento energetico, così come può acquistare, o noleggiare, impianti di depurazione di nuova soluzione per l'addolcimento, il microfiltraggio e l'eliminazione del calcare, avendo a disposizione anche acqua frizzante alla temperatura richiesta.





È recente l'implementazione del servizio al cliente con la fornitura e realizzazione, non senza uno studio ed una progettazione antecedente, di grandi impianti per cucine, centri cottura e reparti singoli di produzione del food. A parte le opere murarie, con Euroimpianti si può allestire un locale ma c'è una chicca finale, finale per ora... visto il processo di espansione dell'Azienda, ed è un ulteriore supporto per la gestione di un locale horeca. Euroimpianti, in collaborazione con aziende specializzate nel settore dei sistemi gestionali, ha allargato il suo brand di prodotti con hardware e software che risolvono il problema cassa, sia come "spazio", con soluzioni appositamente studiate dal punto di vista estetico e di collocazione, sia come "sistema", dal POS al software più evoluto, per una gestione controllata della propria attività.

Tanta vastità di prodotti ci fa dire che Euroimpianti opera a 360° al servizio dei locali ma quello che noi consideriamo il miglior servizio ai locali è la disponibilità dell'azienda al sostegno post-vendita, non un "tocca e fuggi" ma una continuità di rapporto nell'assistenza e consulenza tecnica che distingue il pre-vendita e non finisce nel tempo. Un locale che sceglie Euroimpianti sa di poter contare su qualità dei prodotti, professionalità degli operatori, continuità di rapporto. Noi, che abbiamo osservato l'Azienda dall'esterno e conosciuto alcuni suoi clienti, siamo convinti che, al di là di quanto appena detto, la forza di Euroimpianti sia nella squadra degli uomini che ha saputo aggregare e nella filosofia che la caratterizza: capire le esigenze del cliente e soddisfarle. Se questo non è servizio a 360°!



Protagonista sulle tavole dell'inverno è il cavolo in tutte le sue declinazioni, cavolo cappuccio, cavolo riccio, cavolini di Bruxelles, broccolo e broccoletto e cavolo nero toscano. Il più consumato in Italia è il cavolfiore che trova il suo apice in cucina in zuppe e minestrone ma che si presta a tantissime ricette, semplici e salutari

Preteso che il cavolfiore si presenta in numerose varietà, la più comune è quella bianca ma si trova facilmente anche quella verde, dal sapore più delicato, e quella porpora, dal sapore più marcato, dobbiamo dire che nella cucina di casa è in genere poco amato per l'odore non proprio gradevole che sprigiona in bollitura... proprio per questo è importante utilizzarlo nei locali, per offrire un'alternativa al solito cibo familiare, e proporre al cliente un prodotto di stagione. C'è da aggiungere, sempre per evitare i cattivi odori, che se per lessarlo lo separate nelle sue cimette e lo fate cuocere poco, il "puzzo" si sente molto meno; inoltre, oggi che va particolarmente di moda il raw food, la cucina crudista, ricordiamo che, se il cavolfiore è particolarmente fresco e te-

di Marcella Fucile

nero, è ottimo anche crudo in insalata, da preparare ad esempio con acciughe, sale pepe nero, aglio e olio.

Gratinato, impanato o fritto, il cavolfiore deve essere sempre scottato prima, se lo lessate fatelo in poca acqua, meglio sarebbe cuocerlo al vapore per mantenerne intatte le proprietà salutistiche, che sono molte. Inutile dire di minestrone e zuppe, vi consigliamo invece una gradevole **vellutata**, semplicissima, basta preparare una base di cipolla, unire cavolfiore, porro e patata, aggiungere acqua e far andare la cottura per 20-30 minuti. A proposito di creme non posso non citare la **crema Dubarry**, molto utilizzata nella cucina francese, che si prepara in un batter d'occhio: cavolfiore, patate, latte, sale, prezzemolo tritato e, a vostro gusto, burro. Da servire

# Ma che cavolo!



## Curiosità sulla Soupe Dubarry

Questa crema prende il nome dall'amante del re Luigi XV, la contessa du Barry, che l'aveva creata per far mangiare il sovrano, goloso e sdentato, e, ma questa è pura illazione, per ridargli quella virilità che non manifestava più nei suoi confronti; si attribuiva infatti al cavolfiore una funzione antesignana dell'attuale pillola blu.

con crostini e guarnizione di prezzemolo. Da provare poi la **pastasciutta al cavolfiore**, e qui il primo trucco è far cuocere la pasta nell'acqua di bollitura del cavolfiore, poi vi potrete "sfantazzare, aggiungendo le cimette con pinoli e uvetta, oppure amalgamando la pasta con la crema di cavolfiore, facilissima da preparare: basterà frullare le cimette di cavolfiore con formaggio, burro, sale e un pizzico di peperoncino (se dovesse essere poco "cremosa" aggiungete un po' di acqua di cottura). Se condite la pasta con la crema non dimenticate di guarnirla con un'erba aromatica, perfetto il dragoncello, sempre in base al principio che l'occhio vuole la sua parte. Per golosi, e vegetariani, suggerisco le **polpette di cavolfiore accompagnate da salsa di capperi**. Ecco la ricetta.

### Ingredienti per le polpette:

1 cavolfiore, 2 uova, briciole abbondanti, 1 cucchiaio di parmigiano grattugiato, ½ cucchiaino di noce moscata, olio vegetale per friggere, sale e pepe

### Ingredienti per la salsa di capperi:

1 mazzetto di cipollotti freschi, 1 cucchiaio abbondante di capperi, 1 filetto d'acciuga, alcune gocce di limone, olio evo, sale e pepe

Pulite accuratamente il cavolfiore, eliminando le foglie e le parti più dure; mettete le cime del cavolfiore a cuocere in una grande casseruola in acqua salata; nel frattempo, preparate la salsa con capperi e cipolle finemente tritate, il filetto d'acciuga, qualche goccia di limone, olio evo, sale e pepe. Lasciate ad insaporire; quando il cavolfiore è cotto, scolatelo bene; mettete il cavolfiore in un frullatore aggiungete parmigiano, pepe e noce moscata, quando il composto sarà meno caldo aggiungete 1 uovo; preparate delle piccole palline con l'impasto, infarinatelo, passatele prima in un altro uovo sbattuto e poi nel pangrattato. Scaldate l'olio vegetale in una padella; immergete le polpette nell'olio bollente, lasciatele friggere circa 2-3 minuti per lato o fino a quando sono ben dorate; toglietele e asciugatele con della carta assorbente; servite le polpette calde con la salsa di capperi a parte.



## BREZEL A CUBETTI PER IL TUO LOCALE

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

Dall'inizio dell'anno l'azienda austriaca Wiberg, punto di riferimento per gli chef che vogliono arricchire le proprie creazioni con pregiate erbe aromatiche, spezie e miscele di spezie, nonché usufruire di un'ampia scelta di aceti, oli e cibi pronti, ha affidato all'azienda valtellinese la distribuzione dei suoi prodotti

# ***PARTNERSHIP*** ***Demetra e Wiberg***

**A**ccomunate da una filosofia che pone la qualità al centro dell'attività aziendale, Demetra e Wiberg hanno dato luogo ad una sinergia che porterà grandi vantaggi per il canale della ristorazione tradizionale così come per pub, trendy bar e pizzerie. Demetra è azienda che ben conosciamo, è interessante conoscere meglio Wiberg e come le due aziende si siano integrate per un servizio ad alto valore aggiunto per il cliente. Qualità e sostenibilità sono due cardini fondamentali su cui Wiberg ha fondato la propria attività commerciale, offrendo così alla clientela prodotti eccellenti e costanti nel tempo; non solo, Wiberg è azienda brillante anche per i servizi offerti, ne è la prova vivente il Team Inspiration, un gruppo di chef professionisti, dotati di un'incredibile sensibilità per le finezze dell'arte culinaria, che provvedono a forgiare idee innovative, donando impulsi sempre nuovi e fungendo da competente punto di riferimento per le questioni

gastronomiche. Il loro compito è creare ispirazioni rivoluzionarie e donare accenti sempre più freschi a ogni piatto, la loro costante collaborazione con i clienti garantisce le consulenze migliori e le soluzioni più innovative per portare ogni locale al successo. La sinergia tra il Team Inspiration di Wiberg e gli Chef Promoter di Demetra nasce così naturale, tanto che i due gruppi hanno immediatamente collaborato

per identificare format e ricette, adattando le proposte austriache al gusto e ai bisogni del mercato italiano, attraverso ricette e presentazioni facilmente replicabili.

*Siamo di fronte a una partnership di business e di valore, dichiara Romolo Verga, Direttore Commerciale & Marketing di Demetra, che nasce dalla perfetta sintonia tra due aziende che hanno in comune l'alta qualità dei prodotti e l'obiettivo di soddisfare al meglio le esigenze dei professionisti della ristorazione moderna.*



Foto di proprietà Wiberg



## Storie di gusto.



La nostra scelta quotidiana è selezionare solo le materie prime migliori; a questa accompagniamo la passione dei nostri chef nel ricercare e realizzare idee sempre nuove. Eccellenza e creatività che per essere esaltati richiedono rigore, quello che applichiamo ai costanti controlli e al supporto che offriamo ai nostri clienti. È questa attenzione al dettaglio che fa nascere la gamma di prodotti Demetra: varietà e genuinità per infinite creazioni.

*Ingredienti di Qualità  
per la Ristorazione Moderna*

[www.demetrafood.it](http://www.demetrafood.it)

# IRRINUNCIABILE SVEVI

Svevi è il fornitore di specialità alimentari tedesche e bavaresi delle migliori birrerie in Italia.



Nata nel 1980, Svevi è oggi una delle aziende più specializzate nell'importazione e produzione di specialità alimentari per il settore food&beverage e vanta una presenza capillare sul territorio italiano, con un servizio eccellente per distributori beverage, ristoratori, alimentari specializzati, gastronomie, supermercati e ipermercati di importanza nazionale, servizi di catering. Dal 2015 Svevi è anche produttore, grazie ad un moderno ed efficiente laboratorio di produzione con marchio CE.

I vantaggi della collaborazione con Svevi sono molteplici e coprono quasi tutti gli aspetti della gestione di un locale in stile tedesco o bavarese: disponibilità di prodotti freschi di prima qualità; studio attento e personalizzato di food cost e menu specifici; spedizione della merce con servizio personalizzato; supporto e consulenza sulla gestione del locale e dei suoi aspetti gastronomici; aggiornamento costante

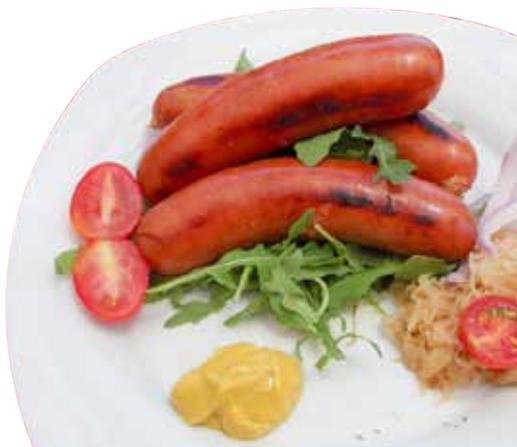
sulle novità ed i trend del momento nel campo del food & beverage, non solo tedesco e bavarese.

Affiancare all'offerta di birre un menu attentamente studiato e ricercato, che vada incontro alle esigenze ed ai gusti di un'ampia fascia di clientela, è oggi un vantaggio

indispensabile per una birreria.

Nel catalogo Svevi ci sono i prodotti irrinunciabili, come lo stinco di maiale grigliato, da quest'anno prodotto direttamente nel nuovo laboratorio CE, i würstel tipici, in tutte le loro varietà, i crauti e le

senapi artigianali ed ovviamente il Brezel. Ma c'è anche l'imbarazzo della scelta tra una vasta gamma di prodotti alternativi e ricercati, curiosi e di sicuro impatto: primo fra tutti l'ormai famoso "Super maxi wurstel" da 43 cm, i salami dalla forma unica (quadrato, cuore, quadrifoglio, maialino), le costole "Texas Ribs", oltre ad una selezione di prodotti "mex", anche questa una novità 2015.



DALLA CUCINA



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

[www.svevi.com](http://www.svevi.com) - [svevi@svevi.com](mailto:svevi@svevi.com) - Tel 050/804683

# Amaro artigianale al Luppolo

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



**APPENZELLER BIER**

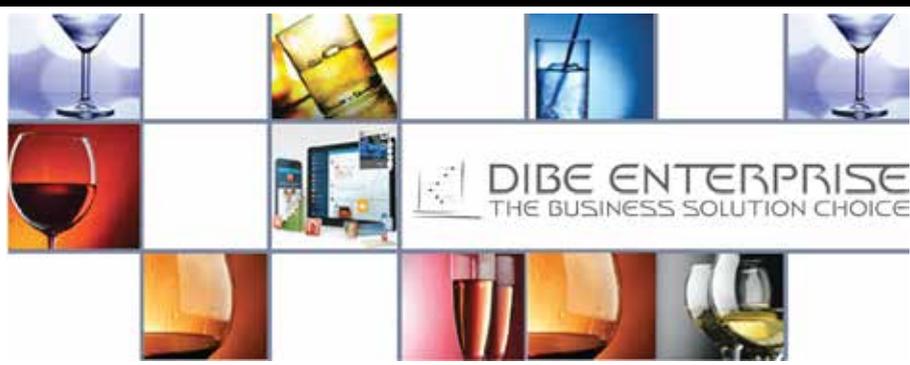
[www.appenzellerbier.ch](http://www.appenzellerbier.ch)

GS DISTRIBUZIONE srl

Informazioni aree libere: cell. + 39 389.6384632 • +39 335.311258 - Tel. 06.20749014 • [info@gsdistribuzione.com](mailto:info@gsdistribuzione.com) - [www.gs-distribuzione.com](http://www.gs-distribuzione.com)

**Forte di 35 anni di esperienza nell'innovazione digitale per il settore del Beverage, DIBE® è oggi una delle voci nazionali più autorevoli per la produzione di software a sostegno dell'operatività delle aziende distributrici. Personalizzazione e Consulenza specializzata sono l'anima di questo marchio, che sostiene le aziende nella loro crescita con passione, attenzione all'innovazione e determinazione. Ce lo racconta Alessandro Verardo, Coordinatore del Progetto DIBE®**

# DIBE®



IT

**I**l mercato ICT per le aziende del settore del food&beverage è uno scenario sempre più complesso e affollato. Solo il 38% dei Distributori di bevande in Italia sfrutta e si avvale già di soluzioni a loro dedicate. Per l'imprenditore fare un investimento è diventato sempre più un rischio da sostenere piuttosto che un investimento controllabile. In un settore caratterizzato da flussi operativi peculiari e da una normativa articolata da gestire, gli imprenditori chiedono tre cose: soluzioni digitali specifiche per la propria realtà, soluzioni per vendere di più e meglio e la libertà di dare fiducia ad un Partner Informatico esperto del settore ma anche multitasking.

*"Siamo diversi dalle altre realtà che seguono questo mercato per tanti motivi. DIBE® nasce e cresce in un'azienda distributtrice, con un unico team coeso e altamente specializzato e questo, in un momento storico in cui i ritmi sono iper-accelerati, per un Azienda significa potersi affidare ad un interlocutore solo ma con risposte multiple su tutti i fronti: software, hardware e sistemi, potenziamento del personale, web e marketing, sviluppati negli anni proprio per il settore food&beverage".* Sono le parole di Alessandro Verardo, che con DIBE® ha alle spalle uno score positivo di più di 1.000 installazioni presso aziende del settore.

*"Raccontare DIBE® è un po' come ripercorrere l'evoluzione del mercato beverage degli ultimi 35 anni".* Storia che vede un'azienda nata nel 1977 come distributtrice, DIBE® è infatti acronimo di Distributori Bevande, diventare oggi il marchio di riferimento per centinaia di aziende in Italia che hanno scelto la strada della competitività digitale. *"Il nostro obiettivo è quello di sostenerle nella scelta di applicativi*

*mirati che rendano più efficiente l'operatività quotidiana, riducano i costi di gestione, potenzino la velocità decisionale e aiutino a proporre ai Clienti finali un servizio che anticipi sempre le aspettative".*

Alla base del progetto c'è la scelta di tecnologie che rendono questo sistema non solo la giusta soluzione gestionale, ma una vera e propria piattaforma in continua evoluzione, capace di adattarsi alle esigenze delle aziende e del mercato tecnologico, per sostenerle con applicativi completi e di facile utilizzo, ormai perfettamente modellati sui flussi operativi delle aziende distributrici. Ne risulta un gestionale verticalizzato e già completo quindi di tutte quelle funzionalità standard proprie di questo settore, attorno al quale gravitano soluzioni satellite in grande espansione nel mondo del beverage: dall'e-commerce B2B all'APP per la raccolta ordini, passando per la Business Intelligence, la gestione dei flussi logistici e le soluzioni di Gestione Documentale e Fatturazione PA accreditate.

*"I dati devono correre sempre più veloci dentro e fuori le aziende. Noi costruiamo l'infrastruttura dove farli viaggiare fluidamente e facciamo sì che ogni informazione possa tradursi in valore. Così un contatto diventa un Cliente, un Cliente diventa ordini e gli ordini diventano merce in movimento e fatturato. Il tutto costantemente governato e processato col supporto proattivo delle nostre tecnologie. La progettazione di DIBE® è realizzata interamente dal nostro team IT altamente specializzato sulle esigenze del mondo beverage. Questo ci consente un'elevata personalizzazione delle soluzioni, perché le aziende - come le persone - non sono tutte uguali e anche all'interno dello stesso mercato le modalità di operare sono diverse. Il nostro*



Alessandro Verardo,  
coordinatore  
Progetto DIBE®

compito è capire di cosa ha davvero bisogno un'azienda per essere più fluida, interconnessa tra i reparti, protetta nella gestione dei dati, efficiente nel flusso dei documenti, leader del suo mercato, per poi intervenire, forti del

nostro back-ground tecnico e funzionale, con soluzioni adatte ma anche create ad hoc. Prendiamo per mano il Cliente e tutti gli attori coinvolti e diamo vita insieme ad un vero e proprio progetto di crescita favorendo i successi aziendali. Oggi i nostri Clienti ci chiedono per esempio di seguirli nell'evoluzione della loro azienda, con strumenti che li supportino nelle scelte imprenditoriali oppure con percorsi di consulenza e formazione sui temi della gestione d'impresa, delle vendite, del potenziamento del personale dipendente e del marketing. Perché la tecnologia digitale quando è valida non può essere fine a sé stessa, ma deve generare efficienza e velocità che si riflettano sulle performances di Tutti".

Alle spalle di DIBE® c'è tutta la forza del Network Eniac, leader nella consulenza per l'innovazione digitale. Questo si traduce per il Cliente nella garanzia di affidabilità tecnologica, fulmineità nelle consegne dei

progetti e nella capacità di seguire in maniera costante e qualificata il Cliente 24h/24, 7g/7. Sempre più spesso DIBE® viene coinvolta in progetti di più ampio respiro, come la Partnership con il Consorzio Horeca Italiana, dove la scelta delle aziende consociate di adottare DIBE ENTERPRISE® ha permesso la nascita del progetto di rilevazione dati "Away From Home", prezioso per sostenere le attività di coordinamento, utilità e promozione del Consorzio.

"Le sfide ci piace affrontarle e vincerle, afferma Alessandro Verardo, per questo abbiamo da poco messo a punto un nuovo sistema di progettazione agile, per essere ancora più veloci ed intervenire efficacemente nelle aziende Clienti, riducendo al minimo l'impatto sull'operatività".

Oggi DIBE® anticipa i trend, continuando a monitorare il mercato ed a investire sull'innovazione. Conclude Alessandro Verardo: "Siamo cresciuti anche grazie ai tanti stimoli che ci arrivano dal dialogo continuo con le Aziende ed i Consorzi. Negli anni abbiamo dato vita ad un vero e proprio network che stiamo estendendo per comprendere sempre più gli attori di questo mercato, in un circolo virtuoso di crescita reciproca".

[www.eniac.it/dibe](http://www.eniac.it/dibe)

**DIBE ENTERPRISE**  
THE BUSINESS SOLUTION CHOICE

**TUTTO IN UN'UNICA SOLUZIONE**

**SHARD**  
Potenza mobile ON e OFFline per la Forza Vendita

**IL DIGITALE AL SERVIZIO DEL BEVERAGE**

**EComm**  
Aumenta le vendite con l'E-Commerce B2B e B2C adhoc per l'azienda distributrice

**binsight**  
Le Performances di Business sempre sotto controllo. Subito e ovunque

**BRYANT**  
Piena tracciabilità dei Flussi logistici del tuo Magazzino

... E MOLTO ALTRO

**DIBE ENTERPRISE**  
THE BUSINESS SOLUTION CHOICE

**DIBE ENTERPRISE®** è un marchio Eniac SpA [www.eniac.it/dibe](http://www.eniac.it/dibe) Contattaci: Tel. 0499318300 email: [dibe@eniatic.it](mailto:dibe@eniatic.it)





## Il ronzio delle api e la salute della nostra azienda

“Quando spariranno le api, all'uomo resteranno solo 4 anni di vita”: la celebre frase di Einstein ricorda a tutti noi come la salute del pianeta e la tenuta dell'ecosistema siano condizioni indispensabili per garantire un futuro all'umanità. Parliamo di api non a caso, perché il termine “buzz marketing” trae il nome proprio dal rumore del loro ronzio e definisce l'insieme di azioni di marketing non convenzionale destinate ad aumentare il numero di conversazioni presenti sul web riguardanti un determinato prodotto, servizio o marchio. Parafrasando Einstein (con minore gravità!) potremmo dire che se dovessero sparire dalla rete commenti, recensioni, apprezzamenti, critiche e suggerimenti sulle nostre attività la nostra impresa potrebbe rischiare la peggiore delle condanne: l'indifferenza del pubblico. Notorietà e reputazione di un'attività devono invece essere incentivate sollecitando pareri, fornendo strumenti veloci ed efficaci, garantendo vantaggi a chi partecipa alla discussione, aumentando infine la reattività di quel gruppo di utenti omogenei solitamente chiamato “community”. I metodi possono essere di vario genere: contest a premi, campagne di lancio sostenute da una strategia di suspense, sostegno di figure chiave della rete, quali blogger e opinion leader, fino addirittura all'invenzione di una controversia. Quello che dovremo riuscire a misurare è il cosiddetto **UGC** (acronimo di User Generated Content), il **contenuto generato dagli utenti**, solitamente in grado di edificare una struttura di comunicazione caratterizzata da:

- 1) passaparola efficace e continuo tra gli utenti; 2) moltiplicazione esponenziale dei contatti; 3) tipologia di comunicazione da utente a utente, dove il marchio diventa oggetto di attenzione e non solo promotore di se stesso; 4) costo/contatto coerente allo sforzo messo in campo. Quest'ultimo punto è decisivo, perché un budget destinato alle attività web può non essere equilibrato se si parametra al riscontro diretto ottenuto da ipotetici 1000 utenti, ma se ciascuno di questi sarà in grado di coinvolgerne agevolmente altri 100 della propria cerchia, ecco che la platea virtuale diventerà straordinariamente ampia e destinata a garantire conversioni reali in termini di fatturato, vendite e presenze nei locali.

## WOW! Anzi, WOM!

Il “Word of Mouth” non è nient'altro che il caro, vecchio e sempre efficace “passaparola”.

Ambito da tutti i marchi, un passaparola positivo può avere dei riscontri eccezionali sul web, dove tuttavia sono anche alti i rischi di feedback negativi, da gestire sempre con procedure che abbassino il livello dello scontro e riposizionino al centro la qualità consolidata del prodotto/servizio offerto. Per poterlo fare è necessario guadagnare la reale soddisfazione del cliente, la cui esperienza appagante sarà moltiplicata dalla naturale fiducia che l'utente di forum, blog e social network ripone nel promotore disinteressato, una garanzia che diventa il perno fondamentale della condivisione tra chi dona periodicamente informazioni a un altro consumatore. Nei casi migliori si generano relazioni virtuose, che vanno dalla fiducia al dialogo, dove passioni ed emozioni spingono le cerchie a conversare senza soluzione di continuità, a promuovere e a raccomandare con ripercussioni significative sullo sviluppo e sulle vendite di un marchio.

Il contributo di opinion leader largamente riconosciuti sarà poi indispensabile per offrire ampiezza e profondità al “buzz” della rete, in una dinamica che tradurrà gli utilizzatori membri di una community, che assimilano e trasferiscono le informazioni, in veri e propri acquirenti, a loro volta in grado di avviare il processo di fidelizzazione al brand, fondato a questo punto su un'esperienza diretta e reale.

# GENERAL G3 ARREDAMENTI



**GENERAL G3 Interiors s.r.l.**

Via Asi Consortile - 03013 Ferentino (FR) - Tel. 0775.224034-35 - Fax 0775.224032  
[www.generalg3.it](http://www.generalg3.it) - [arredointerni@gg3.191.it](mailto:arredointerni@gg3.191.it)



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



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.

INFORMATEVI SULLE SESSIONI DI CORSO DURANTE L'ANNO:

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

**info +39 075 966 06 07**



# ITALGROB

## *contro l'aumento delle accise*

Dopo le prese di posizione di AssoBirra e UnionBirrai, anche Italgrob, la Federazione Italiana dei Grossisti e dei Distributori di Bevande, è scesa in campo contro l'aumento delle accise sulla birra scattato dal 1° gennaio. Di seguito il comunicato stampa di Dino Di Marino, Direttore Generale di Italgrob.

**N**on è la prima volta che scriviamo e pubblichiamo tutta la nostra contrarietà all'indebito aumento delle accise sulla birra e vini liquorosi. Un aumento ingiustificato, direi pure inutile per le finalità che il Governo punta a perseguire; stiamo parlando di qualche milione di euro, quando se ne potrebbero recuperare per venti volte di più se solo mettesse mano seriamente a una rivisitazione della

spesa pubblica eliminando tutti gli sprechi e le inefficienze. Un aumento quindi poco utile alla causa del Paese, ma che diventa del tutto inutile, anzi diremmo deleterio per la filiera Ho.Re.Ca. Conosciamo tutti e bene il valore del mercato della ristorazione extradomestica, il quale seppur condizionato dalla crisi, resta pur sempre uno dei pilastri dell'economia italiana: oltre 300mila punti di consumo che danno lavoro a un milione di persone. In questo mercato, nel quale lavorano autentiche eccellenze, le bevande hanno uno spazio fondamentale. E allora perché in questa Italia che produce e lavora, andare a colpire prodotti popolari come la birra e il vino? La birra poi per gli esercenti Ho.Re.Ca è un prodotto assolutamente strategico; la FIPE (Federazione Italiana pubblici esercizi) dichiara che vale almeno il 12% degli incassi dei locali. Perché andare a fustigare ancor più, parliamo della birra, un prodotto che da luglio a settembre di quest'anno ha registrato vendite in calo del 26% e sul quale già ora più del 30% del suo valore, fra iva e accise, viene "bevuto" dallo Stato? Una tassazione assurda fra le più alte in Europa che per gli alcolici come grappa o brandy erode fino al 60% della marginalità. Per un governo che





parla di rilancio dell'economia, di sostegno alle imprese è un comportamento assolutamente contraddittorio, che stride con una politica che promette un'Italia pronta a ripartire. Un aumento, quello delle accise che inibirebbe la ripresa, e che anzi farà aumentare la disoccupazione: fra industria birraia e vinicola, comprese le aziende di distribuzione sono a rischio almeno 12.000 posti di lavoro. Un aumento che farà calare i consumi e impoverire un intero comparto che certamente e diversamente potrebbe recitare un ruolo importante per quella ripresa che viene promessa da un Governo che parla di alleggerire la tassazione e di fatto, in questo caso, l'aumenta. Va anche sottolineato che tale aumento, oltre ad essere punitivo per produttori ed esercenti, sarebbe un' autentica nefandezza per gli operatori della distribuzione, che la Federazione Italgrob rappresenta. È evidente che una gran parte dei 1700 distributori italiani subirebbe danni notevolissimi dall'aumento delle accise. Con consumi e vendite in calo si metterebbe in ginocchio definitivamente una categoria che è il nucleo vitale, la cinghia di trasmissione del mercato del fuoricasa e che dà sempre crea valore e funge da ammortizzatore

economico della filiera. Una categoria, è opportuno sottolinearlo, che versa fior di milioni in imposte dirette e non ha mai inciso sulle pubbliche casse: tanto per fare un esempio ai dipendenti dei distributori italiani la Cassa integrazione non spetta. Annotiamo con piacere che in questo nostro appello contro le accise sulla birra e bevande alcoliche, non siamo soli. Leggiamo delle prese di posizione di Assobirra, con la quale abbiamo in passato sostenuto con i nostri mezzi di comunicazione, (la rivista specializzata GBI e il portale Italgrob.it) la campagna "Salva la tua birra" e con la quale saremo pronti a sostenere le future campagne; leggiamo il dissenso di Federvini e della stessa FIPE (Federazione Italiana Pubblici esercizi); registriamo anche le rimostranze di importanti industrie liquoristiche e ci conforta pertanto sapere che in questa battaglia contro le aumenti delle accise i distributori Italiani non sono soli. Auspichiamo pertanto, da parte delle associazioni di categoria e dei produttori coinvolti in questo balzello, una maggiore e più sinergica attività per contrastare questo aumento, con la certezza che i 1.700 distributori italiani saranno pronti a fare la loro parte.

## Chi è Italgrob

Italgrob, Federazione Italiana dei Grossisti e dei Distributori di Bevande, è l'associazione nazionale di riferimento per il settore della distribuzione di liquidi alimentari nel canale Horeca. La Federazione, riconosciuta a livello internazionale quale membro dell'associazione europea CEGROBB (Communauté Européenne des Associations du Commerce de Gros en Bières et autres Boissons), riunisce tutti i 14 consorzi italiani del settore e molti distributori indipendenti, per un totale che supera i 930 affiliati. I membri di Italgrob rappresentano da soli oltre il 42% del mercato Horeca italiano per i liquidi alimentari, con un giro d'affari complessivo che sfiora l'80% dei traffici globali. Nata nel 1992 per volere dei presidenti dei consorzi fino ad allora costituiti, Italgrob opera a livello ufficiale come un vero e proprio "sindacato" in grado di rappresentare la categoria e le sue istanze di fronte alle istituzioni e agli altri membri della filiera produttiva, contribuendo nel contempo alla crescita e allo sviluppo del settore.

 **italgrob**

# Weltenburger Klosterbrauerei

## BY MUTINELLI

L'Azienda Mutinelli, a Rovereto in via Fornaci 16, è una solida ed affermata realtà di distribuzione bevande operante nella provincia di Trento e zone limitrofe. All'interno del suo assortimento beverage, la birra ricopre un ruolo fondamentale, e lo dimostra l'accurata selezione dei marchi birrai, così come la divulgazione della cultura birraia, resa evidente dall'aver organizzato, in fase di ampliamento della sede, una sala formazione dedicata ai clienti. La novità più importante dell'anno riguarda il birrificio monasteriale di Weltenburg: dopo una collaborazione durata più di 10 anni per la provincia di Trento, dal 1° gennaio Mutinelli è importatore esclusivo per l'Italia del prestigioso marchio Weltenburger Klosterbrauerei

**W**eltenburg, frazione della città di Kelheim, nella Bassa Baviera vanta tre meraviglie, il monastero omonimo, ricordiamo che kloster in tedesco significa convento, uno dei più alti esempi di barocco bavarese, la bellezza della natura, il monastero si affaccia infatti su un'ansa del Danubio fra quelle romantiche strettoie rocciose chiamate "gole del Danubio", e la terza meraviglia è la birra prodotta fin dai primi dell'anno mille nel birrificio creato dai monaci benedettini. In realtà il monastero è ancora più antico, furono infatti due monaci di San Colombano a fondarlo nel 617, poi, intorno all'800, divenne monastero benedettino e, in base alla regola "ora et labora" di San Benedetto, ben presto i monaci crearono il birrificio interno. È già del 1035 un documento che attesta la morte di un mastro birraio a Weltenburg mentre un altro documento ufficiale, del



1050, certifica l'esistenza del birrificio. Questo significa che ci troviamo di fronte al più antico birrificio monasteriale del mondo. La produzione di birra da allora ad oggi, salvo l'interruzione dovuta al processo di secolarizzazione che caratterizzò gli anni successivi alla rivoluzione francese, periodo storico dal 1803 al 1846 quando i monaci rientrarono in possesso del monastero e ripresero nel 1858 a brassare, è senza tema di smentite millenaria. Non basterebbe però il tempo a fare di una birra una splendida birra se non concorressero tanti altri elementi, a partire dagli ingredienti, acqua povera di nitrato e pompata dal sottosuolo del monastero, malto, lievito e luppolo di produzione propria, non dimentichiamo che il monastero si trova proprio nella zona dell'Hallertau, fino alle tecniche di brassaggio e maturazione (90 giorni nella cantina scavata a 40 metri di

profondità nella roccia, sempre a temperatura naturale e costante di 3°C). Birra di qualità quindi e molto speciale, una birra che oggi possiamo gustare nelle numerose etichette grazie all'importazione e distribuzione diretta dell'azienda Mutinelli. Molte etichette, abbiamo detto, di cui andremo a parlare successivamente, sentendole raccontare anche dall'esperienza diretta dei gestori di locali birrai, e che qui ci limitiamo ad elencare: Weltenburger Kloster Barock Dunkel, Weltenburger Kloster Asam Bock, Weltenburger Kloster Anno 1050, Weltenburger Barock Hell, Weltenburger Kellerbier, Weltenburger Urtyp Hell, Weltenburger Hefe-Weißbier Hell, Weltenburger Hefe-Weißbier Dunkel, Weltenburger Hefe-Weißbier Alkoholfrei, Weltenburger Pils e

Weltenburger Kloster Winter-Traum. Ci piace soffermarci sulla Barock Dunkel, una lager scura, color tonaca di frate, di gradazione alcolica 4,5% vol., dall'aspetto limpido, con schiuma fine, compatta e persistente; di elevata intensità olfattiva con sentori di caramello e tostati. Ha un gusto elegante, che richiama l'epoca barocca da cui non a caso prende il nome, con sottofondo di tostato, sicuramente un gusto spiccato. Ricca la persistenza anche a livello di retrofatto. La Barock Dunkel ci dicono sia brassata seguendo la ricetta originale stilata dai monaci alle origini del birrificio, per certo è una birra pluripremiata, medaglia d'oro al World Beer Cup nel 2004, nel 2008 e nel 2012 per la categoria Münchner Dunkel, premistrameritati!



*I servizi*

# BITBURGER BRAUGRUPPE

*per garantire la qualità della spillatura della birra*

**N**el nuovo centro gastronomico di Licher Privatbrauerei molti gastronomi si sono incontrati, il 9 dicembre scorso, per partecipare alla prima parte del programma di aggiornamento professionale "Ambasciatori di un'eccellente qualità della birra" tenutosi

a Lich. Il gruppo Bitburger intende così fornire il proprio contributo alla garanzia della qualità della spillatura della birra in fusto. *Investiamo nelle tecniche più moderne e nelle materie prime migliori. Inoltre, i nostri collaboratori con il loro grande know-how garantiscono il rispetto dei no-*





Foto: Rolf K. Wegst.

stri elevati criteri di qualità. Vorremmo condividerli anche con i nostri partner nel settore della gastronomia, dato che sono loro a stabilire come spillare e presentare la nostra birra, dichiara Martin Rederlechner, Sales & Marketing Director South Europe e Latin America, del gruppo Bitburger.

Il gruppo Bitburger da sempre mette a disposizione vari servizi volti a garantire la qualità della spillatura della birra. La gamma di tali servizi spazia dalla verifica degli impianti di mescita alla consulenza specializzata nel settore gastronomico in Germania. Il programma a più livelli "Ambasciatori di un'eccellente qualità della birra" è un ulteriore elemento della strategia di qualità del gruppo. La maggior parte della gente preferisce bere birra appena spillata, e questo a casa non è possibile. Una birra spillata alla perfezione può quindi essere un importante fattore di successo per i nostri partner nella gastronomia, come ci insegna la nostra esperienza pratica, continua Rederlechner. Ma non sempre ciò è tanto facile come molti credono, dietro ad ogni ottima birra ci sono molti trucchi del mestiere. Poiché anche nella formazione professionale gastronomica non sono offerti corsi di questo tipo, il gruppo Bitburger ha deciso di agire avviando il programma "Ambasciatori di un'eccellente qualità della birra".

Il programma di aggiornamento professionale si compone di tre moduli: Il modulo 1 è il programma base "Fattore di qualità: qualità della birra". Qui i gastronomi imparano quanto c'è da sapere sulla mescita della birra in fusto, dalla cantina frigorifera al banco. Il seminario tratta inoltre temi quali le misure preventive di sicurezza relative al CO<sup>2</sup> necessario per la spillatura, i consigli sulla vendita

attiva o sulla motivazione dei collaboratori. I gastronomi partecipanti ricevono un certificato e circa tre mesi dopo, nell'ambito del modulo 2, possono farsi certificare quali "Ambasciatori di un'eccellente qualità della birra". A tal fine consulenti del gruppo Bitburger visitano il relativo locale gastronomico e proseguono qui il corso. Le strutture disponibili, come la cantina frigorifera o le impostazioni dell'impianto di mescita, vengono controllate e il personale di servizio viene addestrato. I partecipanti del secondo modulo ricevono una pregiata targhetta valida per due anni da

esporre nel locale. Quindi può avere luogo una nuova certificazione. Il modulo 3 è il Club degli Esperti "Partner d'eccellenza". Si vuole far crescere il club fino a trasformarlo in una piattaforma di scambio per gastronomi e produttori di birra sulle tendenze del settore, le possibilità del marketing e i nuovi prodotti. La partecipazione ai moduli 1 e 2 avviene a pagamento. Ogni corso viene eseguito in conformità del mercato e della rispettiva sede di fabbricazione. A Bitburg hanno già avuto

luogo i primi sei corsi di aggiornamento di base con la presenza di 120 gastronomi in tutto. Anche a Lich e a Bad Köstritz sono disponibili locali adeguati. A Duisburg (König Pilsener) e a Wernesgrün saranno allestiti appositi locali nel 2015. Il programma modulare di aggiornamento è organizzato sotto l'egida di "Simposio birra", entro cui il gruppo Bitburger intende offrire in futuro vari seminari specificatamente rivolti alla gastronomia. *Il termine "Simposio" deriva dal greco antico e significa "banchetto, riunione conviviale". Vogliamo fare di questa un fattore del nostro comune successo,* annuncia Rederlechner.



# Novità Zini



**G**li investimenti che abbiamo sostenuto negli ultimi anni, dichiara Jacqueline Delgado, Marketing Manager Zini Prodotti Alimentari, ci hanno permesso di migliorare le performance in termini di capacità produttiva, versatilità e attenzione all'ambiente. Ciò, associato ad una costante attenzione alla qualità e alla Ricerca & Sviluppo, si è tradotto nel lancio di prodotti innovativi che si caratterizzano per gusto, genuinità, praticità e risparmio di costi energetici in fase di rinvenimento. Si comincia con le **Lasagne Emiliane**, specialità da forno nella quale la proverbiale qualità della pasta fresca all'uovo Zini incontra uno squisito ragù di carne bovina brasata e una cremosa besciamella. Un trionfo di gusto e di tradizione, disponibile in comode teglie da 2.5 kg surgelate, pronte da infornare. Novità anche sul fronte delle Salse Zini, i condimenti in scaglie IQF pronti in 1-2 minuti a bagnomaria, nel forno (a vapore o tradizionale), nel microonde oppure direttamente in padella con la pasta. È nata la **nuova ricetta della salsa Carbonara**. Sebbene le origini di questo condimento siano ancora dibattute, è certo che la ricetta

originale prevede l'utilizzo di uova fresche, insieme a pancetta o guanciale e pecorino. Proprio su questa base, gli Chef di Zini Prodotti Alimentari hanno riformulato la composizione della salsa, utilizzando uova fresche e migliorando le proporzioni degli ingredienti: ciò consente di ottenere anche su

scala industriale il gusto autentico della Carbonara appena preparata e la caratteristica consistenza vellutata che la rende così appetitosa. Da segnalare infine il successo della **nuova gamma ZINI CUP**, pratiche e comodissime confezioni da 300 grammi di pasta surgelata pronte in 5 minuti nel microonde e disponibili in 4 varianti: Penne all'arrabbiata, Fusilli con salsa mediterranea, Sedanini con crema ai 4 formaggi e Tortellini ricotta e spinaci al pomodoro. *Abbiamo presentato le ZINI CUP al Sial di Parigi, aggiunge Jacqueline Delgado, e siamo molto soddisfatti del riscontro che abbiamo ottenuto. Il*

*grande vantaggio è dato dalla possibilità di moltiplicare le occasioni di consumo di un alimento sano e genuino come la pasta, spingendola nell'out of home, nel take away, nel fast food e in altri ambiti che fino ad oggi le erano preclusi.*



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 azzerare 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 Quöllfrisch è stata premiata infatti con la certificazione «Gold Standard».



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



**Anno 16 n°1 - 2015**  
Periodico Bimestrale

**Direttore editoriale**  
Piero Ceccarini

**Direttore responsabile**  
Paolo Tosti

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

Fax 0775.019834  
amministr@birraandsound.it

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

**Collaborazioni tecniche**  
Nico Cassetta

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

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

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

**I servizi fotografici sono stati realizzati dalla redazione**

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

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

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



Questo periodico è associato  
all'Unione Stampa Periodica Italiana

## In Questo Numero

### INSERZIONISTI PUBBLICITARI

- 32 Via dei Birrai** ..... **Pag 39**  
Tel. +39 0423 681983
- Appenzeller** ..... **Pag 49-63**  
Tel. +39 06 20749014
- Birra Terrona** ..... **Pag 37**  
Tel. +39 0836 320223
- Bitburger Braugruppe** ..... **Pag 9**  
martin.rederlechner@bitburger.de
- Chin8Neri** ..... **Pag 31**  
www.chin8neri.it
- Dal Cortivo** ..... **Pag 45**  
Tel. +39 0444 975050
- Delirium** ..... **Pag 23**  
walter@altafermentazione.com
- Demetra** ..... **Pag 47**  
Tel. +39 0342 674011
- Doppio Malto** ..... **Pag 39**  
Tel. +39 031 3334187
- Eniac** ..... **Pag 51**  
Tel. +39 049 9318300
- Forst** ..... **Pag 13**  
www.forst.it
- Ganter** ..... **Pag 33**  
www.ganter-italia.it
- GG3** ..... **Pag 54**  
Tel. +39 0775 224034/35
- Goller Brauerei** ..... **Pag III**  
Tel. +39 06 20749014
- Gouden Carolus** ..... **Pag 5**  
Tel. +39 06 20749014
- HB** ..... **Pag IV**  
Tel. +49 8992105/0
- Lasi** ..... **Pag 37**  
Tel. +39 0421 345553
- Ludus** ..... **Pag 55**  
Tel. +39 075 9660607
- Mutinelli** ..... **Pag 7**  
Tel. +39 0464 431101
- Piccolo Birrificio Clandestino** . . **Pag 39**  
Tel. +39 342 0232522
- Rimini Fiera** ..... **Pag 41**  
www.beerattraction.com
- 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 7**  
Tel. +39 035 672361
- Wolf** ..... **Pag 27**  
Tel. +39 349 7749079

### 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

# Göller zur Alten Fassung Brauerei seit 1514 500 JAHRE am Main & Spinn 1514

## Goller Brauerei da 500 anni l'autenticità bavarese

Birreria artigianale bavarese fondata nel 1514 con lo scopo di offrire, con impegno e passione, prodotti speciali di altissima qualità. Da 500 anni la birreria ha sempre instaurato uno stretto rapporto con gli agricoltori della zona per la scelta accurata delle materie prime più pregiate, assicurando la loro naturalità e garantendo così la genuinità del prodotto finale. Birreria familiare con uno sguardo attivo e costante verso l'investimento e l'innovazione, rispettando i più elevati standard per la salvaguardia dell'ambiente, con l'obiettivo, attraverso l'attenzione per l'acqua, energia, emissioni, rifiuti e riciclo, a raggiungere i più elevati livelli di sostenibilità nel ciclo di produzione della birra. Oggi, dopo tantissimi anni, questo birrificio è sinonimo d'identità tedesca, di artigianalità e di una elevata cultura birraria.

DISPONIBILE ANCHE ALLA SPINA



GS DISTRIBUZIONE srl

Informazioni aree libere: cell. + 39 389.6384632 • +39 335.311258 - Tel. 06.20749014 • info@gsdistribuzione.com - www.gs-distribuzione.com

# 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