

B&S

BIRRA & SOUND



LOCALI QBA Craft Beer, Food & Beershop a Genova, Gustavo - Il futuro della tradizione a Giulianova **ON THE ROAD** HB München in Calabria **IN VETRINA** Klosterbrauerei Ettal, Budweiser Budvar Rebranding, Chimay 150, Malù **BIRRE ARTIGIANALI** Spigolature, Dentro la Cotta, Birrificio War **DALLA CUCINA** Birra da mangiare, Cibi pronti, Novità Demetra, Lattine sì ma non di birra! **MARKETING** Il suono di una birra

La birra migliore con il gusto migliore.

Ora anche disponibile in versione senza glutine.



Nuovo 

- ✓ 100% GUSTO
- ✓ 5,1% ALCOOL
- ✓ SENZA GLUTINE

Bitte ein Bit

B&S

G

BIRRE DI TUTTO IL MONDO...UNITEVI!

li italiani non rinunciano ad una buona birra, anche durante questo lungo periodo di chiusure, sia in casa sia nei punti di consumo, questa bevanda è stata la preferita. A conferma di questa affermazione ci sono le vendite on line, gli acquisti in costante aumento nei supermercati, e, notate bene, nonostante non sia così semplice produrla in casa, è aumentata la voglia di fare gli homebrewers, almeno a leggere di quanti italiani si sono informati su come creare un laboratorio casalingo. Insomma, la birra sembra essere al centro dei desideri fra le bevande alcoliche da acquistare e nel nostro Paese sembra che nessuno voglia rinunciare al consumo di una buona birra. Più gli italiani dimostrano di desiderare questa bevanda e più

la politica sembra ignorare questa incontrovertibile tendenza. La birra ha un ruolo importante nella ripresa dei consumi, è certamente uno dei settori più strategici nella ripresa economica del paese ma, per quanto risulta allo stato attuale, questo prodotto, così significativo, non è oggetto delle attenzioni dovute, di proposte di legge mirate o di agevolazioni di sostegno, è bene dirlo in maniera esplicita: per ora, niente di niente! All'orizzonte non ci sono sospensioni o riduzioni di accise, la birra non gioca di ruolo in nessuna strategia della ripresa economica sperata, viene tenuta in panchina, sottovalutata se non addirittura ignorata. In particolare, il mondo dei piccoli birrifici che tanto ha rappresentato nello sviluppo del settore, nella cultura del bere birra degli italiani, oltre che vivere il disagio economico dovuto dalla crisi, deve sopportare l'indifferenza e l'incapacità di un mondo istituzionale che lo ignora. La birra, in generale, non riesce a trovare l'attenzione che meriterebbe come prodotto trainante nei futuri consumi, non sembra interessare le politiche strategiche dei nostri governanti, non rientra in nessun piano o specifica proposta nelle politiche di ripresa del mercato. Mi sono fatto convinto, direbbe il commissario Montalbano, che non stiamo facendo abbastanza. A partire da noi mondo dell'informazione, e a seguire le associazioni, l'industria e i birrifici artigianali e il più largo mondo del commercio... insomma tutti, abbiamo il compito della proposta. Una proposta unita e forte, che vada oltre gli interessi "particolari", che non si limiti al piccolo cabotaggio... dobbiamo arrivare a sintesi e rappresentare, in un'unica voce, la birra in questo paese. Fuori da questa visione, la birra pagherà un prezzo così alto da rendere vano ogni sforzo e ogni successo avuto nel passato, rimarrà declassata in una categoria di prodotto di serie inferiore.



SOMMARIO

12 FIERE

- **IEG: obiettivi centrati per "The digital event for eating out" by Beer&Food Attraction. Start Again, il mondo Horeca riparte da IHM.**



18 EVENTI

- **Theresianer pluripremiata alla New York International Beer Competition 2021.**



20 LOCALI

- **QBA Craft Beer, Food & Beershop, a Genova il primo flagship store di Quality Beer Academy.**



- **A Giulianova, in provincia di Teramo, Gustavo - Il futuro della tradizione.**



26 ON THE ROAD

- **In Calabria con HB München per visitare Dù Spaghi a Rende, Il Giropizza e Negra Tomasa a Rossano, Frida a Lamezia Terme.**



30 IN VETRINA

- **Klosterbrauerei Ettal: dal birrifico monastico le Ettaler importate da Beer Gravity.**



- **Rebranding di Budweiser Budvar, icona della birra lager ceca brassata a České Budějovice in Boemia e importata da K.Kiem srl.**



- **Chimay 150, una birra eccezionale! L'eleganza e la finezza di una birra trappista d'eccezione.**



- **A San Giusto Canavese (TO) Malù, azienda familiare che distribuisce Birra Kühbacher.**



Spigolature 40 - 41

Dentro La Cotta 42- 45



46

BIRRE
ARTIGIANALI

- Spigolature
- Dentro la cotta: le nuove birre in fermento.
- **Birificio War**, a Cassina de' Pecchi, fuori Milano, si distingue per la sua forte identità.



50

FORMAZIONE

- Dalla Doemens Academy arriva in Italia il corso online **Conoscenza di base sulla birra**.



52

DALLA CUCINA

- Ora più che mai occorre adottare modelli di servizio e proposte innovative, fra queste Ad Horeca suggerisce **Birra da Mangiare**.



48

TENDENZE

- Dal "pane alla birra" alla "birra di pane": **Bread Ale**.



- **Cibi pronti. Facili da preparare, facili da vendere.**



- In tempi difficili l'azienda di Talamona non si è fermata: **Novità Demetra**.

- Piatti pronti di alta qualità da Svedi: **Lattine sì, ma non di birra!**



60

MARKETING

- **Il suono di una birra**, come la musica influenza le scelte del consumatore.



62

OSSERVATORIO

- **Kozel arriva in Italia** accompagnata dal claim *La birra con un villaggio dentro*.





PACIFIK POKE A MILANO

Dopo aver conquistato Torino, ben 7 aperture in poco più di due anni di cui tre nel 2020, il food trend più in voga del momento sfidando la pandemia continua a crescere. È approdato in Isola, in via Pollaiuolo 9, rendendo omaggio ai meneghini con tutto il gusto della cucina delle isole più conosciute del mondo, con un tocco di italianità e di stile. L'unicità dell'offerta di Pacifik Poke ruota attorno a tre elementi: ricette ispirate alle eccellenze delle Hawaii, gusti originali ed esotici che rispettano il benessere dei clienti grazie alla ricerca sugli apporti nutrizionali delle ricette curate da dietisti certificati, un menu che unisce alle Poke Bowls una selezione di piatti che rappresentano l'essenza dello spirito hawaiano, declinato in tutti i momenti della giornata, inclusa la sera, attraverso una proposta di cocktails conviviale, divertente, ricca di gusto. Nel cuore pulsante della Milano vivace e dalle diverse anime, fra stampe giganti, piante esotiche e longboard alle pareti, è subito sole e salsedine sulle lunghe coste dell'oceano Pacifico. L'inconfondibile ed ormai ampiamente amato blu oltremare by Pacifik Poke è cornice di oltre 100 posti a sedere, con due ampi dehors esterni perfetti per l'arrivo della bella stagione.





KLOSTER
Andechs
SEIT 1455

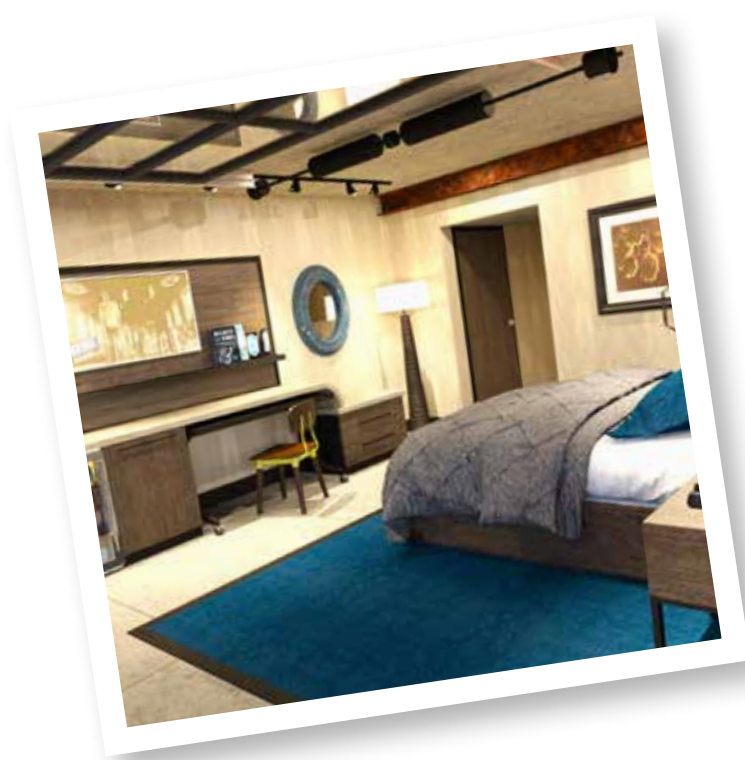
I frati di Andechs
sanno che il bene più prezioso
della nostra vita è il tempo.
Nel loro monastero la
produzione della birra è un
processo lento e calmo.



39011 Lana (BZ) - Italia
birrekiem.com

CRESCONO I DOGHOUSE HOTEL AND BREWERY

Era marzo del 2017 quando il noto birrifico artigianale scozzese BrewDog, che ha al suo attivo mirabolanti successi e più di 50 locali in franchising, annunciò il progetto di creare un albergo-birreria, un hotel "di birra artigianale" accanto al birrifico. Dopo 18 mesi, ad agosto del 2018, apriva le porte a Columbus la DogHouse, ben 32 camere in ognuna delle quali l'ospite disponeva di un minibar di birre ma soprattutto della possibilità di bersi una pinta alla spina spillata direttamente in camera, addirittura di un frigo per birra da doccia nel bagno. Un format che oggi, dopo l'annuncio a novembre 2020 dell'imminente costruzione a Manchester, viene esteso anche ad Edinburgo: dichiarazione su twitter di James Watt, fondatore di BrewDog Brewery. Di questi tempi aperture del genere, dopo il lungo lockdown vissuto nel Regno Unito, non possono che rallegrarci e farci sperare in imminenti tempi migliori!



#ITALIAATUTTABIRRA DI MENABREA

Lo storico birrifico italiano, da sempre espressione dell'attaccamento e della valorizzazione del territorio e delle tradizioni del Bel Paese, ha proposto una linea di 12 bottiglie in limited edition dedicate ad altrettante città: Torino, Milano, Napoli, Firenze, Venezia, Pisa, Roma, Genova, Siena, Verona, Palermo, Bologna per celebrare il bello dell'Italia. La speciale skin della bottiglia della più classica delle birre Menabrea Lager è caratterizzata dalle immagini iconiche delle diverse città e da frasi celebri di poeti, scrittori e personaggi famosi che hanno celebrato quei luoghi. La bellezza e l'unicità del territorio italiano diventano così un "vestito" per la bottiglia di Birra Menabrea. Un invito e un auspicio per ritrovare un #ItaliaAtuttaBirra.





NON C'È 2021 SENZA CHEESE!

Città di Bra e Slow Food confermano lo svolgimento dell'evento e ne annunciano le date: dal 17 al 20 settembre (programma disponibile da luglio su cheese.slowfood.it) torna il più grande evento internazionale dedicato ai formaggi a latte crudo e alle forme del latte. Ad annunciare ufficialmente le date della tredicesima edizione sono gli organizzatori, la Città di Bra e Slow Food, che hanno deciso di dare un segnale di ottimismo e di ripartenza a tutti i soggetti legati a questo evento e a ciò che esso rappresenta. Innanzitutto il mondo del formaggio di qualità, che come ogni due anni si riunirà nella cittadina piemontese, il territorio che da sempre ospita la manifestazione, ma anche i settori della ristorazione e dell'ospitalità alberghiera, tra quelli più duramente colpiti dalla crisi innescata dalla pandemia. La macchina organizzativa di Cheese 2021 è dunque avviata: *Siamo già all'opera per adattare i format storici di Cheese e rendere ogni occasione di conoscenza, degustazione, educazione, un momento da vivere in presenza e in piena sicurezza*, dichiara Daniele Buttignol, direttore generale di Slow Food Italia.



ABDIJ HERKENRODE ABBEY



GLOBO
Beverage

Referente per l'Italia:

Alessio Rasera
Cell. 340 8975748

FORCHETTA E BOCCALE DI DAVIDE ALBANESE, IL VADEMECUM BIRRARIO

Come abbinare una birra a un piatto tradizionale? Trenta irresistibili soluzioni per fare bella figura e godere dei piaceri della buona tavola. "Forchetta e boccale" è un saggio semiserio sulla birra, edito da Panda Edizioni e scritto da un esperto, Davide Albanese, birraio e biersommelier. Il libro vuole essere una sorta di vademecum da bancone, di semplice e leggera lettura, e al contempo un compagno di abbinamenti goduriosi tra piatti tipici dello Stivale e birre artigianali italiane, tutti rigorosamente testati. Suddiviso in due parti, la prima teorica, la seconda da mettere in pratica, "Forchetta e boccale" si propone come una guida sicura e sorprendente per portare la birra in tavola con più quotidianità.



TEBS DRAFT

"Draft is passion"

TECNOSERVICES

BEVERAGE SYSTEMS
"LA SPILLATURA È LA NOSTRA PASSIONE"

*Tebs Draft e Tecnoservices non si fermano mai!
Dalla progettazione, alla vendita fino all'installazione continuano a realizzare impianti innovativi!*

*Colonna personalizzata su misura,
con stafaggio su cella*

*Allestimento interno della cella
su misura per ogni cliente*

*Cella frigorifera su misura e colore
personalizzato con vetro termico.*

Dalla sinergia delle due aziende nascono progetti e impianti incredibili!

**NON SOLO COOLER E COLONNE MA PASSIONE E DETERMINAZIONE AL SERVIZIO DEL CLIENTE!
TEBS DRAFT + TECNOSERVICES: DRAFT IS ONLY OUR PASSION**

INFO@TEBSDRAFT.COM
WWW.TEBSDRAFT.COM

Numero Verde
800 301 335
Chiamata gratuita

Via Cimabue 16
Montesiro di Besana in Brianza

OKTOBERFEST 2021 CANCELLATO

Per la seconda volta consecutiva, non ci sarà l'Oktoberfest nel 2021 a causa della pandemia! La difficile decisione è stata annunciata dal ministro presidente Markus Söder e dal sindaco di Monaco Dieter Reiter in una conferenza stampa congiunta. *La notizia è amara, ma sono sicuro che non sia una sorpresa per i più: il Wiesn deve essere cancellato*, ha detto Lord Mayor Reiter. *Settembre è ancora lontano e in Germania siamo sulla buona strada... c'è luce alla fine del tunnel... ma anche se in Germania e forse in Europa ci sarà una grande percentuale di persone vaccinate, la pandemia non sarà ancora finita in tutto il mondo.* Il sindaco di Monaco aggiunge: *... Il rischio è semplicemente troppo grande... possiamo celebrare una festa popolare solo se possono partecipare le persone... il Wiesn può esistere solo completamente o per niente.*



PERGOLE BIOCLIMATICHE GIBUS

Le due linee di pergole bioclimatiche per ristoranti Gibus, Varia e Twist, offrono un ventaglio pressoché infinito di configurazioni, dimensioni e combinazioni per moltiplicare i coperti, fidelizzare i clienti di sempre, conquistarne di nuovi. In uno spazio protetto da sole, pioggia e vento, ma dalla vista ampia e dal profilo di elegante essenzialità, creano un ambiente ideale, fresco e ombreggiato d'estate, protetto e caldo in inverno. L'idea è semplice e geniale: una copertura di lame orientabili che regola luce e temperatura secondo la stagione, le condizioni atmosferiche, le preferenze dei vostri ospiti. Ora Gibus inventa la pergola bioclimatica fotovoltaica, una nuova linea "e-pergole", di cui i primi modelli sono e-varia ed e-twist. Non più solo spazio outdoor da vivere tutto l'anno, modulabile in funzione della luce e delle condizioni atmosferiche, ma un concentrato tecnologico di eco-friendly grazie ai pannelli fotovoltaici. Per info, anche su detrazioni fiscali, www.gibus.com



Presto disponibile
il nuovo formato
da 33 cl



www.kuhbacher.com

Magazzino & Uffici di Rho

Via G. Di Vittorio, 7/30 - 20017 (MI)

+39 02 28094373

info@kuhbacher.com

SCOPRI LA NOSTRA NUOVA LINEA



SUPER 8

BREWED AND BOTTLED
IN BELGIUM
www.haacht.com

UNA BIRRA FATTA CON SAPIENZA SI DEGUSTA CON SAGGEZZA

RIAPRIRE IN SICUREZZA

Greenova Italia offre una soluzione concreta e di livello elevato in termini di efficacia, di sicurezza e allo stesso tempo di alto valore ambientale per le riaperture in tutti i settori professionali grazie ad una gamma di sistemi per la sanificazione e purificazione dell'aria che permetta di condividere con altre persone la permanenza in ambienti chiusi garantendo la totale sicurezza e osservanza delle regole. **Ai-rforte Aero** è una linea di macchinari per la sanificazione continua e permanente dell'aria in ambienti chiusi e in presenza di persone. L'alto grado di efficacia ed efficienza di questi prodotti è garantito da un fattore distintivo, l'impiego contemporaneo e brevettato di ben 5 tecnologie certificate: ionizzazione bipolare, lampade UVC, filtro rivestito di biossido di titanio, fotocatalisi e filtro a carboni attivi. Questa gamma si distingue quindi per la tecnologia d'avanguardia, l'innovazione e l'unicità, nell'ottica green tipica dei paesi nordeuropei. Greenova Italia dal 2009 seleziona attraverso una capillare attività di scouting, prodotti e tecnologie per l'efficiamento energetico, nel pieno rispetto delle risorse naturali, dell'ambiente e delle persone.



WEB&S

www.birraandsound.it

News
Info Aziende Birrarie
Curiosità
Birra in Cucina
Info Eventi
Video Interviste



Birra and Sound



**SCEGLI I NOSTRI SERVIZI DIGITAL MARKETING
PER PROMUOVERE LA TUA AZIENDA**

SUL NOSTRO PORTALE PUOI TROVARE LE **BIRRIFICI ARTIGIANALI**
E LE **AZIENDE DI DISTRIBUZIONE** PIÙ VICINI A TE.

In attesa dell'edizione fisica, dal 20 al 23 febbraio 2022 alla fiera di Rimini, Italian Exhibition Group ha mantenuto vivo il rapporto col mercato dell'out of home tramite una webinar session di due giorni che ha ottenuto 4.442 visualizzazioni degli eventi proposti in streaming, 6.162 visite agli stand delle aziende sponsor e 2.886 visite ai prodotti in esposizione sulla piattaforma.

IEG: obiettivi centrati per “The digital event for eating out” BY BEER&FOOD ATTRACTION

FIERE



La webinar session, da interpretare come prima tappa di avvicinamento alla prossima edizione in presenza di **Beer&Food Attraction e BBTech expo nel 2022**, ha centrato gli obiettivi: è stata occasione per l'intera filiera dell'Out of Home di presentazione degli scenari futuri e momento di networking in vista di un'auspicata ripartenza di tutto il settore. I numeri parlano chiaro: 4.442 visualizzazioni degli eventi proposti in streaming,

6.162 visite agli stand delle aziende sponsor e circa 2.886 visite ai prodotti in esposizione sulla piattaforma (che, ricordiamo, rimarrà attiva per le visualizzazioni degli eventi fino al 30 aprile). **60 sono stati gli operatori in piattaforma** tra aziende sponsor, associazioni di settore e media partner. Tra le birre spiccavano nomi importanti come Warsteiner Italia, Birra Amarcord, Interbrau, Mastri Birrai Umbri, Bitburger e Brewrise. Da sottolineare la presenza di

alcuni birrifici artigianali, un settore molto provato dalla crisi, ma allo stesso tempo estremamente reattivo. Significativa anche la compagine food, rappresentata da aziende come Barilla, Demetra, Italmill e G.E. Tra le aziende di beverage figurano Redbull e Acqua San Benedetto, mentre le tecnologie annoveravano produttori di impianti come Gai, Della Toffola, TMCI Padovan, Cimec e Spadoni. Tra le aziende di materie prime ABS, Fermentis, Mr.



Malt e, ancora, aziende di fabbricazione di bottiglie in vetro (Bruni Glass).

40 gli eventi tra talk, webinar, demo e presentazioni di prodotto organizzati sia dai partner (in primis l'International Horeca Meeting di Italgrob e gli eventi di FIC-Federazione Italiana Cuochi e Cast Alimenti), sia da associazioni (Unionbirrai), media partner e dalle stesse aziende sponsor. Al centro dei dibattiti, innovazioni del mondo horeca, ibridazione ed evoluzione del mercato, vendite digitali e lotta agli sprechi. **50 i distributori e importatori internazionali** attivi, provenienti da **18 paesi**, soprattutto europei (in primis Spagna e Finlandia). Si trattava in particolar modo di operatori professionali del mercato di birre e bevande, selezionati dalla rete di regional advisor di IEG e dall'Agenzia ICE-Ministero Affari Esteri, che sulla piattaforma hanno incontrato le aziende sponsor. Al centro dei talk, il tradizionale appuntamento dell'**International Horeca Meeting di Italgrob**, di cui vi diamo conto nelle pagine a seguire.

Quali i segnali emersi all'International Horeca Meeting? Per **Luca Pellegrini**, presidente di Trade Lab, il consumo fuori

casa ripartirà tenendo conto di alcuni fattori che nel periodo pandemico hanno assunto contorni sempre più rilevanti, come lo smart working, che porterà a una riduzione del trend di spesa e una geografia dei consumi modificata: sarà maggiore il ricorso al food delivery e ai locali di quartiere. Le attività ricreative spingeranno i consumatori verso un'offerta di semplicità a prezzi contenuti. La ripresa delle attività sociali costringerà a ripensamenti di spazi, più flessibili, e ad una maggior personalizzazione del servizio. A ipotizzare l'andamento del mercato del beverage nell'anno in corso è stato invece **il direttore IRI, Marco Colombo**. Tenendo conto dello stato di avanzamento della campagna vaccinale, di eventuali lockdown e del mutato atteggiamento del consumatore, ha previsto un miglioramento delle performance nel periodo estivo e un andamento ancora migliore nella seconda parte dell'anno, con un +16,7% rispetto al 2020 che permetterà di recuperare volumi, pur rimanendo al di sotto di oltre il 23% rispetto al 2019. All'evento IEG, da sottolineare la presenza di **CAST Alimenti** che, all'interno del palinsesto de-

dicato a talk e workshop, ha presentato la sua iniziativa Beer&Food Lab by CAST. Gli chef e docenti di CAST Alimenti, Angelo Biscotti, Francesco Gotti e Beppe Maffioli, hanno realizzato in esclusiva per l'appuntamento di IEG otto "video pillole" rivolte ai professionisti del food, per fornire loro spunti utili legati a temi quali food delivery, street food, cucina di recupero&sostenibilità, proposte nelle quali la birra era l'ingrediente principe. Vivo interesse ha suscitato anche la maratona contro lo spreco alimentare svoltasi nell'ambito dei Campionati della Cucina Italiana della **FIC-Federazione Italiana Cuochi**, destinata agli studenti delle scuole professionali che hanno aderito al progetto LIFE FOSTER in Francia, Spagna, Malta e Italia. Molto seguito il tema del turismo birrario. In due distinti convegni, **Unionbirrai** e **l'Unione Degustatori Birre** hanno discusso della crescente domanda di esperienza di prodotto e della necessità, anche per i produttori di birra artigianale, di maggiori competenze in ambito di marketing esperienziale.

Dal reale al digitale, con la certezza di poter tornare al reale sin dalla prossima edizione, la decima edizione dell'International Horeca Meeting di Italgrob, in diretta streaming dal Palacongressi di Rimini lo scorso 12 aprile, ha ribadito il suo ruolo di evento strategico per il comparto del fuoricasa italiano.

START AGAIN

il mondo Horeca riparte da IHM



I congresso della Federazione Italgrob, dei veri e propri stati generali dell'Horeca sono stati aperti da **Vincenzo Caso** Presidente Italgrob e da **Corrado Peraboni** Amministratore Delegato di Italian Exhibition Group. Una collaborazione quella fra Italgrob e IEG che è stato ulteriormente rinsaldata con il rinnovato accordo di partnership per le prossime tre edizioni delle manifestazioni. La ribalta di IHM ha visto il saluto del Ministro del Turismo, **Massimo Garavaglia**, che ha dichiarato: *"Voi rappresentate il filo conduttore di tutto il turismo nazionale, senza di voi e senza il lavoro che fate quotidianamente, tutta la filiera si interromperebbe"*. Una filiera la cui importanza è stata ampiamente ribadita dagli autorevoli speaker che hanno offerto spunti e contenuti di grandissimo interesse per il rilancio del comparto dopo la crisi da Covid.

I LAVORI DEL CONGRESSO

"L'Ho.Re.Ca. oltre il Covid, fra sostenibilità e rilancio del

Made in Italy", questo l'emblematico tema al centro dei lavori e delle discussioni moderate dalla giornalista **Paola Rota**.

Lo scenario del mercato è stato illustrato da **Luca Pellegrini**, presidente di TradeLab; **sono seguiti i commenti e le proposte di Marina Lalli**, presidente Federturismo, che ha evidenziato la relazione decisiva tra offerta agroalimentare e turistica come elemento di differenziazione del sistema paese nei confronti dei competitor; **Massimiliano Giansanti**, presidente di Confagricoltura, ha auspicato maggiore attenzione istituzionale all'agroalimentare, primo comparto dell'economia nazionale con un valore di 500 miliardi di euro; **Ivano Vacondio**, presidente Federalimentare, ha tratteggiato con ottimismo il futuro dell'Horeca, grazie alla dinamicità e al contributo delle imprese della filiera dell'alimentare e all'auspicata ripresa dei consumi, che potrà contare su una maggiore capacità di risparmio della popolazione. Infine l'intervento di **Antonio Portaccio**, presidente del Consorzio



Vincenzo Caso e Lorenzo Cagnoni

Beverage Network federato ad Italgrob, il quale ha dichiarato *"Il Covid-19 ha accelerato la necessità che la filiera del F&B operi una sintesi armonica delle molteplici voci che la compongono. Questo processo di unificazione inclusiva permette, infatti, di trovare con più facilità un nuovo equilibrio imprenditoriale che tenga conto dei cambiamenti intervenuti a valle, nei processi e nelle modalità di consumo. Recuperare efficienza, dal punto di vista dell'offerta, venendo incontro alle nuove richieste del consumatore, dal lato della Domanda, dà concretezza al processo di ricerca di un nuovo equilibrio di mercato in grado di soddisfare tutte le nuove istanze direttamente e indirettamente conseguenti a questo periodo di forte perturbazione."*

IL MONDO BEVERAGE HORECA AI TEMPI DEL COVID.

Di grande interesse anche la seconda parte del convegno dove

si è parlato nello specifico del mondo beverage. L'affresco del mercato è stato tracciato dal direttore IRI **Marco Colombo**. Molto interessanti poi gli interventi dei presidenti delle associazioni di categoria dove al centro del dibattito sono state poste le sinergie tra distribuzione e produzione. Sinergia lungo la filiera, semplificazione e sostenibilità sono le direttrici indicate dalle organizzazioni dei produttori. *"Fondamentale riaprire il canale horeca, quello in cui si concentrano le occasioni di consumo che sono mancate nel 2020, ha sottolineato **Michele Cason, Presidente di Assobirra**. È fondamentale per il futuro fare squadra, capire le sinergie, ottimizzare i costi di distribuzione, ridurre gli sfridi di produzione e arrivare così al consumatore finale, potendo essere tutti vincenti"*. Fiducioso **Enrico Zoppas, Presidente Mineracqua**: *"Al termine di ogni crisi si è sempre vista una forte ripresa e il mio stato d'animo non può che essere positivo soprattutto pensando alla creatività e alle capacità dell'imprenditoria*



Corrado Peraboni e Vincenzo Caso

Presidente Leondini

italiana. Indubbiamente dobbiamo avere più chiarezza sulle tempistiche e immaginare più nel dettaglio come il consumatore si comporterà. La sostenibilità sarà una chiave importante della sinergia tra distribuzione e produzione". **Giangiacommo Pierini, Presidente Assobibe:** "L'interesse dimostrato dal ministro Garavaglia per il settore del beverage è un segnale concreto in un momento segnato da forti contrazioni; è necessario sostenere il mercato e non deprimerlo con ulteriori tasse decise pre-pandemia, come Sugar e Plastic Tax. In questo contesto, più che mai, è importante che le aziende del beverage facciano squadra, per definire insieme priorità e strategie da portare all'attenzione del Governo e definire progetti coordinati sui temi della sostenibilità e della digitalizzazione". "Trattiamo prodotti che sono punte di diamante per i nostri territori e l'Horeca è per noi un canale privilegiato non solo per la quantità, ma per la qualità", ha precisato **Sandro Boscaini, Presidente Federvini.** "Il blocco di ospitalità, socialità, convivialità, turismo ha impattato

fortemente e stiamo lavorando sul fronte delle alleanze, per esempio con Federturismo, per favorire la riapertura dei nostri mondi così interconnessi". **Donato Alonzo e Gaetano Aliprandi,** Vicepresidenti Italgrob, hanno sottolineato quanto la vicinanza dell'industria abbia fatto la differenza per tanti distributori: "ora dobbiamo essere vicini al mercato e supportare al meglio i nostri clienti. L'industria dovrà spalleggiare noi distributori con un supporto effettivo e quotidiano sul territorio. Il 2021 sarà l'anno della semplificazione e della concretezza". In chiusura il direttore generale di Italgrob, **Dino Di Marino,** ha doverosamente salutato Giuseppe Cuzziol, dalla cui presidenza nacque l'idea di IHM e Andrea Menici sotto la cui presidenza l'evento è cresciuto, insieme all'attuale presidente Vincenzo Caso. Il direttore ha ricordato l'appuntamento del 20 - 23 febbraio 2022 per l'edizione in presenza di Beer & Food Attraction, che inaugurerà altri tre anni di collaborazione con Italian Exhibition Group per promuovere la cultura del fuoricasa.

TRADIZIONE

PASSIONE



GENUINITÀ

ESCLUSIVITÀ

35 anni di ESPERIENZA al servizio della distribuzione Horeca



BONONIA MARKETING SERVICE, Agenzia Generale specializzata nel settore beverage, viene fondata a Bologna, città cui deve il proprio nome, nel lontano 1986. In questi 35 anni di attività si è sempre occupata della commercializzazione in Italia di birrerie private della Germania ma non solo. Bononia opera a stretto contatto con i propri clienti, **distributori di bevande specializzati nel mercato Horeca.**

📍 Via Venezia 119/B - 35010 **VIGONZA** (PD)
☎ + (39) 049 26 11 051
🌐 www.bononiamarketing.it
✉ bononia.marketing@live.it

THERESIANER PLURIPREMIATA

alla New York International Beer Competition 2021

Theresianer conquista importanti riconoscimenti alla decima edizione della New York International Beer Competition. La competizione, che si distingue per la composizione della giuria costituita esclusivamente da buyers del mondo trade, nell'edizione 2021 ha visto la partecipazione di oltre 800 birre, suddivise in 30 categorie e produttori provenienti da 14 Paesi.

Un panel internazionale di altissimo spessore che ha assegnato a **Theresianer il massimo titolo di Brewery of the Year - Italia:** un premio all'amore per qualità e alla passione per la tradizione che da sempre contraddistinguono l'Azienda.

Le soddisfazioni sono continuate con la **Gold Medal** per **Theresianer Premium Lager** che ha totalizzato 95 punti e la **Bronze Medal** per **Theresianer Vienna** con punteggio 90 punti. Entrambe le birre hanno convinto i giurati grazie alla loro tipicità e alle caratteristiche organolettiche, rispondenti appieno alle aspettative delle categorie in cui gareggiavano.

Un risultato molto positivo per Theresianer a conferma della capacità di mixare con attenzione materie prime e metodi produttivi e che pone l'Azienda tra le eccellenze del panorama brassicolo internazionale.

THERESIANER PREMIUM LAGER

Birra Lager tradizionale caratterizzata da grande morbidezza e da sensazioni gustative ed olfattive molto ben equilibrate.

Gradazione alcolica: 4,8% vol.

Colore: giallo paglierino carico

Profumo: sentori di luppolo e lievito

Gusto: di malto e luppolo ben equilibrati

Temperatura di servizio: 6-8°C

Il tempo scorre lento e prezioso, perché il carattere di questa birra possa fermentare senza fretta, a basse temperature. Solo così la sua personalità può raccontarsi al vostro palato: chiara, profumata, leggera. Avvolta tra la freschezza del luppolo e le note impalpabili dei lieviti. Scopre la sua anima dolce, amara, morbida e seducente perché nata dai migliori orzi distici di primavera.

THERESIANER VIENNA

Birra di carattere, con un perfetto equilibrio tra malto e luppolo. Fresca e delicata, evidenzia note fruttate e sentori di caramello.

Gradazione alcolica: 5,3% vol.

Colore: ramato

Profumo: intenso di caramello

Gusto: pieno con prevalenza del malto

Temperatura di servizio: 8-10° C

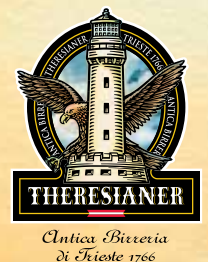
Forse l'avete incontrata proprio là, tra le strade della capitale asburgica dove è nata all'inizio del Novecento. Forse avete già assaporato il perfetto equilibrio che sa creare tra malto e luppolo. Magari siete già stati rapiti dal suo colore: ramato, per via di quelle note fruttate che si abbracciano con la frutta secca e si lasciano sedurre dal caramello. Ora, scoprite la sua dolcezza: così naturale e mai eccessiva.



Italy brewery of the year



Medaglia d'oro per Premium Lager. Medaglia di bronzo per Vienna.
Theresianer è la miglior birreria italiana dell'anno al
"10th Annual New York International Beer Competition" 2021.



QBA

Craft Beer, Food & Beershop



Ci sono situazioni in cui l'immagine conta più della parola, è quanto mi è venuto in mente dopo aver selezionato la fotografia del nuovo format nato a Genova per merito di Quality Beer Academy, il noto progetto di divulgazione e promozione della cultura birraia ideato da Radeberger Gruppe Italia con l'obiettivo di diffondere un consumo consapevole e informato. Il messaggio "Bere meno, bere meglio" trasmesso da QBA, evidenziato da una campagna di informazione mirata, da costanti iniziative direttamente nei locali birrai italiani, da una brillante presenza in fiere di settore di rilevanza nazionale, ora lo possiamo infatti "toccare con mano" in via Malta 15R, angolo via Granello 38R a Genova. È qui che troviamo il primo flagship store di Quality Beer Academy dove è possibile gustare o acquistare birre di tutti gli stili e da tutto il mondo, abbinate ai migliori piatti della tradizione italiana e non solo, seguire corsi di degustazione, approfondimenti su stili e storia della birra, beer&food pairing e molto altro ancora. Sì, avete capito bene, QBA Craft Beer, Food & Beershop è tutto questo! E in una cornice estetica "sopraffina".

I MASTRI BIRRAI



Com'è nata questa idea? Da tante matrici, le esperienze di locali/ bottega già diffuse all'estero sono certamente una componente, il successo riscosso con il primo stand strutturato con il "teatro della birra" al Salone del Gusto è stato l'altro input, l'incremento economico dato dal beer shop con un'infinità di birre speciali e di merchandising di qualità, la partnership con Slow Food che sempre più ha stimolato l'utilizzo della birra come compagna e ingrediente del buon cibo. L'idea si è potuta trasformare in progetto quando è stata trovata la location migliore, c'è voluto il tempo della ricerca, della trattativa, dei lavori ma finalmente il QBA Craft Beer, Food & Beershop ha visto la luce in pieno centro città, in una zona di shopping e di studi professionali, là dove l'azienda ha individuato il target migliore per la sua offerta di qualità. Articolato in tre sezioni, il locale offre una zona beer shop che non si limita alle birre ma a tanto merchandising ed oggettistica, fra cui spiccano i bicchieri ad hoc per le tante tipologie birraie proposte; l'altra zona, che ricorda proprio il "teatro della birra" conosciuto in fiera, è dedicata alla formazione, la parte Academy, un'autentica



aula didattica fornita di tutti gli strumenti multimediali, disponibile anche per meeting aziendali o per professionisti che vogliono un luogo tranquillo in cui poter lavorare. E poi, e volontariamente l'abbiamo lasciato per ultimo tanto è dirompente nella sua organizzazione e proposta, la zona food, il Bistrot, l'ultimo a venire alla luce, curato nei minimi particolari, dall'ampiezza della cucina ai forni della Rational, dalla totale assenza dei congelatori, vera garanzia che in cucina si lavora solo il fresco, ad un ricettario da "acquolina in bocca", e poi un servizio ininterrotto, dal pranzo alla cena, un full time gastronomico. Pochi piatti ma eccezionali, non posso non citare gli spaghetti alle vongole veraci con Steebrugge Blanche, l'impepata di cozze con la Cornet, il filet mignon con riduzione alla Rodenbach Classic, sono solo alcune delle bontà culinarie proposte nel menu che suggerisce anche il miglior abbinamento birraio. 8 le spine che "osano" qualità brassicole che difficilmente si trovano in altri locali, citiamo ad esempio la Geuze Boon Sélection o la Firestone 23 Anniversary Ale... a dimostrazione che anche a tavola si può fare cultura birraia.

*Vuoi un Locale
di qualità e successo?*
SCEGLI NOI

VINE,
A DEAL
MAKE ME
R. SMARTER.



GENERAL G3
INTERIORS

Via Asi Consortile z.i. Ferentino (FR)
Tel. 0775.224034/5 - Fax 0775.224032
Cell. 335 6232222

www.generalg3.it
progettazione@generalg3.it

A Giulianova, in provincia di Teramo, al civico 5D di via Case di Trento, una pizzeria familiare che ha saputo portare la sua "napoletanità" in Abruzzo accompagnandola ad una ottima birra Krombacher.

GUSTAVO

il futuro della tradizione

LOCALI



Mai come in questo caso la frase latina "nomen omen" è veritiera: se infatti nel nome c'è un destino, e qui lo interpretiamo come l'augurio di un bel destino, Gustavo inteso come declinazione del verbo gustare, e quindi come richiamo ai buoni gusti di un tempo, vuol essere non il passato ma il futuro che rispecchia e valorizza le tradizioni. In tre parole Francesco, che ha pensato e progettato questo format, ha saputo esprimere la mission del locale che, insieme al fratello Lucio e alla nipote Martina, ha aperto il 31 luglio dello scorso anno. È stato proprio il lockdown a stimolare nuove scelte di vita, così Francesco, dalla sua Franceschiello Eventi obbligatoriamente ferma per motivi sanitari, ha dirottato sulla ristorazione portando anche in questa le competenze sviluppate nella formulazione di grandi eventi, cioè separazione dei ruoli per i tre che così mettono a frutto le loro peculiari capacità, in una perfetta



complementarità. Così troviamo Francesco alla comunicazione su tutti i media e social, Lucio alla logistica e Martina alla gestione, e tutti e tre al servizio di Gustavo, un locale da gustare, per prodotti, servizio ed immagine. A questa pizzeria va ascritto il merito di aver portato a Giulianova la pizza napoletana, quella vera, che nei pochi mesi di apertura permessi dalla pandemia, ha segnato un successo incredibile. Poi il caos sanitario e l'asporto e il delivery di quest'anno con l'obiettivo di mantenere vivo il rapporto con la clientela. E ora il ritorno al piacere di un locale che in estate è a dir poco magico. A tanta squisitezza gastronomica corrisponde altrettanta qualità birraia, Krombacher, servita da Lanciotti Distribuzione di Tortoreto e declinata in hell, weizen e kellerbier, ogni stile in grado di essere abbinato ad una tipologia di pizza. Come dice Francesco: *un'accoppiata che ha il denominatore comune nella semplicità dei suoi ingredienti.*



HB MÜNCHEN in Calabria



ON THE ROAD

Si riprende finalmente il nostro girovagare per l'Italia! Questa volta il nostro on the road ci conduce in "Punta d'Italia" dove conosciamo ben quattro locali. A consigliarci questa escursione nel meridione è il consulente di HB München per il centro-sud Italia **Luciano Supino**, fine conoscitore di quelle terre ricche di storia ed aperte ad un consumo birrogastronomico di qualità. Ed infatti i locali visitati ci hanno confermato il gusto del pubblico per la buona cucina del territorio ed il piacere di tutti, giovani e meno giovani, di bere una buona birra ricca di tradizioni e declinata in stili diversi che si prestano ad una bevuta dissetante, ad una degustazione unica, all'abbinamento con il cibo. Il nostro "giro" alla scoperta dei locali che hanno scelto la HB München trova tutti in gran fermento per la riapertura dopo questo lungo periodo di sofferenza pandemica, e tutti ci hanno dimostrato che gli uomini di HB München non li hanno lasciati soli anche nei momenti peggiori. Da tutti gli intervistati un grazie particolare va a **Luigi Falbo**, responsabile commerciale per le regioni di Calabria e Basilicata, che è stato unanimemente definito un amico prima ancora che un consulente o un fornitore. Ed è proprio lui che ci ha guidato in questo on the road. Il primo dei nostri locali è a **Corigliano Rossano: Il Giropizza** in **piazza Giuseppe Verdi 7/b**, un ristorante, pizzeria e paninoteca. A rispondere alle nostre domande è Giuseppe Corallino che, maturata la sua esperienza all'estero, circa un anno e mezzo fa apre il suo locale con delle idee molto chiare, evidenti anche dalle sue parole: *"da noi prevale la qualità"*. Il locale con arredi semplici ma tutt'altro che banali, punta su colori molto chiari e sull'atmosfera di un terrazzino che completa un'ospitalità di circa settanta posti. La sua offerta, pur avendo al suo centro una note-





vole varietà di pizze, si apre su un menu più che soddisfacente per un pubblico che pretende la ristorazione, puntando in particolare sugli antipasti che raggiungono le dodici portate. Per accogliere un'ulteriore richiesta di pubblico, il locale è anche paninoteca: propone un pane con l'impasto di pizza farcito da specialità locali e carni selezionate. Un locale che punta sulle eccellenze non poteva che scegliere HB München alla spina: **Original**, la classica chiara, e **Dunkel**, la scura monacense, più importante per abbinamenti e degustazioni. Giropizza, che ha avuto il coraggio di iniziare l'attività nel periodo più difficile della ristorazione nel nostro Paese, ha un'ottima risposta da parte del suo pubblico che trova nella proposta di Giuseppe un ambiente capace di soddisfare più esigenze per stare insieme: un buon panino, un'ottima pizza, una cena casual per amici e famiglie, il tutto sempre annaffiato da HB München. Ci lasciamo alle spalle il locale di Corigliano Rossano per raggiungere a mare **La Negra Tomasa** in **viale Mediterraneo - lungomare Rossano**. Incontriamo il proprietario, Massimo Toscano, che insieme ad altre attività gestisce questo locale prevalentemente estivo e capace di creare particolari atmosfere per serate marinare. La Negra Tomasa, si può desumere dal nome stesso, è un locale totalmente ispirato a quanto si potrebbe trovare nella isola di Cuba. L'ambiente, con un arredamento minimal, punta molto, direi meglio, è totalmente ispirato a musica, luci e ospitalità di cultura cubana. Un'atmosfera tipica di un luogo lontano ed esotico che stimola la voglia di bere in compagnia, di mangiare, divertirsi e tirar tardi la sera. Cuba è un luogo affascinante che, da sempre, cattura la nostra immaginazione. Il locale è prettamente serale e particolarmente i suoi cocktails (sempre tipicamente cubani) lo distinguono

per qualità e professionalità. L'offerta di cibo è molto oltre le attese, dalla pizza agli hamburger fino alla rostitteria la qualità delle materie prime è frutto di una scrupolosa selezione di Massimo. Sulla birra alla spina la scelta è ricaduta sulla HB München, con la **Original** e la **Weiss**, due stili birrai che si adattano anche perfettamente all'abbinamento con i cibi proposti. È l'ampiezza dello spazio esterno che definisce la particolarità e l'identità del locale: circa 370 possibilità di sedute diversamente organizzate fra tavoli e divani, tutto praticamente sul mare. Ci spostiamo per raggiungere a Rende il locale **Du' Spaghi** di Arturo Elia, situato in **viale Verdi 83**. Entrando incontriamo due gigantografie che, inserite in un arredamento essenziale dove i colori del rosso e nero la fanno da padroni, ci annunciano l'offerta che caratterizza questo locale: gli spaghetti. Totò e Alberto Sordi che si abbuffano di spaghetti in queste due grandi foto di scena, oltre che rappresentare la storia del nostro cinema, trasmettono il messaggio più forte di quell'indissolubile legame che gli italiani hanno con la pasta e particolarmente con gli spaghetti. Da ormai sei anni dalla nascita, il Du' Spaghi è considerata la spaghetteria per eccellenza, 50 ricette nel menu per dare soddisfazione ad ogni richiesta e ad ogni voglia di degustare o scoprire un piatto di spaghetti che racconta i sapori del nostro Paese. Aperto a pranzo e cena, questo locale oltre che l'offerta come spaghetteria aggiunge nel suo menu altre soluzioni che lo rendono a tutti gli effetti un luogo dove poter mangiare bene con i prodotti originari della Calabria. Arturo non si è accontentato dei soli spaghetti come attrattiva del suo locale ma ha aggiunto un'eccellenza del suo territorio come ulteriore alternativa per i suoi clienti: le patate della Sila. Si possono ordinare con tutti gli



stessi condimenti degli spaghetti, al ragù, alla carbonara o al pesto, sono un'idea apprezzatissima da parte del pubblico. Il locale si divide fra interno con circa trenta posti e un esterno più godibile di sessanta posti dove passare serate all'insegna del gusto e del buon bere: birra HB München **Original** alla spina e **Weiss** in bottiglia si abbinano perfettamente all'offerta di qualità di questo locale. In ultimo, a completare il nostro giro, approdiamo al **Frida Live Music y RistoPub** di **Lamezia Terme**, in **Piazzetta San Giovanni**. Tre anni fa Antonello Spena, insieme al socio Lucio, aprono un locale che trova la sua originale ispirazione in Frida Kahlo, artista e icona della rivoluzione messicana. È il sud del mondo che il locale vuole rappresentare. Il suo arredo fatto di tavolacci in legno e molti materiali di riciclo, con circa trenta posti interni e cinquanta all'esterno, propone un ambiente semplice e conviviale, musica e ambiente immergono il pub nella cultura e la storia di una parte del mondo che vive un ritmo del tempo e della vita scandito diversamente dal nostro modello post-industriale. In questo ambiente di incontro orientato all'amicizia e allo stare insieme, Antonello propone un'offerta di cibo "in continua evoluzione" ma legato ad una matrice comune: il suo profondo legame con i gusti e i sapori del territorio. Dagli antipasti alle tapas, dal pesce fresco alla carne, tutta l'offerta passa attraverso una ricerca sapiente di prodotti legati alla tradizione e alle eccellenze della meravigliosa e generosa terra calabra. Un Cocktail bar ben organizzato soddisfa la prima serata e annuncia un altro degli elementi distintivi del Frida Pub: il bere bene. La birra HB München è la regina del locale, con le sue vie alla spina di **Original**, **Weiss** e **Urbock**. Salutiamo il Frida e lasciamo la Calabria che rimarrà nella memoria nostra e dei suoi clienti.





MÜNCHEN

Staatliches Hofbräuhaus in München
Hofbräuallee 1, D-81829 München
Tel.: +49 089 921 05-135 . . Fax: +49 089 906 426
giuseppe.lettieri@hofbraeuhaus.com
www.hofbraeu-muenchen.de

Consulente per Centro Sud Italia: Luciano Supino
Tel.: +39 335 311 258 . . Fax: +39 06 207 24 46
supinoluciano@tiscali.it



BEEA
GRAVITY

Klosterbrauerei **ETTAL**

IN VETRINA

di Guja Vallerini

La nascita dell'Abbazia Benedettina di Ettal risale al 1330 ad opera dell'imperatore Ludovico IV di Baviera. Si narra, e qui la leggenda si incrocia con la storia, che di ritorno da Roma dove non si era certo recato in pellegrinaggio dal papa bensì con intenti bellici, e ne era tornato scomunicato, avesse incontrato sulla via del ritorno un monaco che gli aveva consegnato una statuetta di marmo rappresentante la Vergine Maria e che avesse deciso, come voto, di costruire un monastero a cui donarla. In realtà l'effigie della Madonna con il Bambino gli era stata consegnata in Italia dal Vescovo di Pisa e si potrebbe supporre che la costruzione dell'abbazia fosse un modo per rientrare nelle grazie del papato, ma tant'è, a noi piace pensare che qualunque sia stata la realtà, noi oggi godiamo di una delle più belle abbazie benedettine della Germania. Fu solo però nel 1609 che nelle mura del monastero fu organizzato un birrificio, di certo già produttivo ad opera dei monaci nel vicino villaggio di Oberammergau. Da allora, e con tanto di certificazione legislativa sulla birra rilasciata nel 1618 dal duca Massimiliano di Baviera, la produzione brassicola è continuata ininterrottamente... e parliamo di una longevità maggiore di 400 anni.

La birra che ancora ad oggi i monaci producono nell'Abbazia si rifà alle antiche ricette, autentica testimonianza della tradizione brassicola bavarese. Arte sapiente e ingredienti di qualità distinguono le birre Ettaler, a partire dall'acqua, cristallina





e pura proveniente dal Parco Naturale delle Alpi dell'Ammergau, all'orzo per la produzione del malto che cresce nell'area di Augusta e Monaco di Baviera fino al luppolo dell'Hallertau, la più grande area di coltivazione nel territorio bavarese.

Birre speciali, che attingono al territorio e ne sono espressione, che trasmettono, oltre al piacere di un gustare una birra eccellente amorevolmente brassata, una grande emozione.

Un birrificio antico ma dotato di tecnologie moderne, basti pensare che la cantina di fermentazione e stoccaggio è stata completamente ristrutturata alcuni anni fa in modo che tutta la produzione sia svolta secondo gli standard più recenti. L'ultima fase di ristrutturazione è stata completata nel 2016 con la costruzione del nuovo birrificio.

Oggi possiamo gustare le birre Ettaler nel nostro Paese grazie al lavoro di selezione svolto da **Beer Gravity**, qualificata azienda di riferimento per l'importazione di birre speciali in Italia. Dalla vasta produzione monastica abbiamo voluto mettere a fuoco due birre in particolare, una che è riconosciuta come la più classica delle birre a bassa fermentazione bavaresi e che è stata la prima prodotta alle origini del birrificio, la Kloster Hell, l'altra che nasce nei monasteri tedeschi per il consumo durante la quaresima e che, come da tradizione per le doppelbock scure, prende il suffisso "ator", e devo dire che la Ettal Curator rappresenta perfettamente lo spirito monastico che si respira all'interno dell'Abbazia.

ETTALER KLOSTER-HELL

La tradizionale e più antica birra prodotta nell'Abbazia di Ettal. Ha un limpido colore giallo paglierino con schiuma fine e persistente e bassa gradazione alcolica, 4,9% vol. Al naso offre sentori di cereale, di erbaceo e note di miele. Al gusto ottimo equilibrio tra sapore erbaceo e maltato con un carattere speziato. Amaro tenue ma persistente. Una birra di corpo leggero e di indiscussa bevibilità, ottima bevuta da sola per la sua proprietà rinfrescante ma buona sposa di formaggi freschi, salumi magri e carni bianche. La temperatura di servizio consigliata è 8°-9°C.



ETTALER CURATOR

Birra in stile *doppelbock dunkel* dal colore marrone scuro con riflessi rossi e schiuma beige. Birra di gradazione, 7% vol., ben contenuta dall'aroma di malto caramellato, frutta scura (fichi) e un tocco di affumicato, che ritroviamo evidenti anche nel gusto. È una birra forte e corposa dal finale "facile", morbido e caldo. L'amarezza è leggera e piacevole, lascia in bocca una bella sensazione di freschezza. Si consiglia di gustarla a 9°-11°C. Abbinata alla gastronomia bavarese è ottima ma superlativa con dessert a base di cioccolato.



Budweiser Budvar, l'icona della birra lager ceca brassata a České Budějovice (Budweis) in Boemia, ha messo in campo una significativa operazione di rebranding, volta ad aumentare la reputation del marchio che rappresenta l'unica birreria di proprietà di 10 Mio di cittadini cechi, emblema di un patrimonio riconosciuto dall'Unione Europea con il marchio IGP, Indicazione Geografica Protetta, che lega questa birra ai valori di cultura e territorio che la contraddistinguono.

BUDWEISER
Budvar

REBRANDING DI Budweiser Budvar

IN VETRINA

Quando un'azienda ha alle spalle secoli di storia, come nel caso della birra prodotta a České Budějovice (Budweis) fin dal 1265, anno in cui il re Ottocaro II di Boemia fondò la città e le concesse il diritto di produrre birra, corre il rischio di non adeguarsi al nuovo che avanza, ai trend che cambiano, alle diverse esigenze del target che ne ha lungamente caratterizzato i consumi. Non è certo questo quanto avviene nella storica birreria di proprietà della Repubblica Ceca, conosciuta internazionalmente con il nome in lingua tedesca della città, da cui Budweiser Budvar, birra di Budweis. Una birra e un birrificio moderno, rifondato nel 1895 ed oggi adeguato a tecnologie all'avanguardia pur nel rispetto di una tradizione di centinaia e centinaia di anni che hanno permesso di conquistare non solo il mercato interno ma anche quello estero. È fondamentale per capire il successo di questa birra conoscerne la qualità degli ingredienti: l'ottimo malto, per il quale viene selezionato il miglior orzo della Moravia, il luppolo di Žatec (red bine Saaz hops), il migliore della Boemia e tra i migliori al mondo, superbamente aromatico, del quale viene utilizzato l'intero cono del fiore femminile, l'acqua cristallina di 10.000 anni fa formatasi in profonde sorgenti (estratta da pozzi artesiani situati a profondità di oltre 300 metri direttamente sotto il birrificio). A tutto questo si aggiungono caratteristiche climatiche specifiche e la bravura dei mastri birrai boemi, sempre in gara con i bavaresi per strapparsi il primato di migliore regione birraia





del mondo. Non solo, la Budweiser Budvar viene maturata più a lungo di tante altre birre nel mondo, ben 90 giorni di cantina in tank orizzontali prima del confezionamento, e questa procedura apporta alla birra un sapore più ricco. Tutto a České Budějovice contribuisce a dare alla birra un gusto unico, inconfondibilmente ceco, quel gusto che le ha fatto guadagnare la definizione di Beer of Kings, “birra dei sovrani”, perché non fu solo Ottocaro II di Boemia ad apprezzarla ma anche, nel XVI secolo, Ferdinando I, re di Boemia ed Ungheria. Una birra strettamente legata al territorio, per gli ingredienti come abbiamo visto, per il forte legame con i coltivatori ed agricoltori della zona, per essere un birrifico indipendente da potenti multinazionali e soprattutto essere orgogliosamente nazionale... sembra incredibile ma ogni cittadino ceco si sente padrone della Budweiser Budvar!

Tutti questi punti fondanti della Budweiser Budvar sono oggi, in vista della ripresa post-pandemia e in ottica di espansione sul mercato, perfettamente espressi dalla nuova identità visiva sulla bottiglia, dal logo implementato dal sigillo della città, dalla citazione degli ingredienti autoctoni utilizzati, dal claim “Owned by the Czech Republic”, ossia “di Proprietà della Repubblica Ceca”. Così sulla bottiglia il nuovo design si ispira alle etichette dei tempi della fondazione e sfoggia i colori classici dell’antico stemma ceco. Al logo vintage è stato poi unito lo storico emblema della città České Budějovice (Budweis), con le torri e il leone d’argento in campo rosso. Punto cruciale della nuova comunica-



zione è l'inserimento sul collare della bottiglia degli ingredienti della Budweiser Budvar, mentre sulla fascia rossa in basso spicca il claim Owned by the Czech Republic.

E non finisce qui! Alla nuova immagine si affianca un payoff, un tempo avremmo detto "motto", forse "slogan", *Greetings from the Republic of Beer*, Saluti dalla Repubblica della birra, un'affermazione molto forte che identifica la Repubblica Ceca come l'autentica repubblica della birra... e non a caso: è lo stato in cui viene consumata più birra pro-capite che nel resto del mondo, non solo, è il Paese in cui la passione per la birra non è un semplice modo di dire ma parte integrante del modo di vivere ceco. Sia il rebranding che la campagna *Greetings from the Republic of Beer* mirano a far conoscere la Repubblica Ceca come un paradiso unico e fiorente per i beer lovers, mostrando come l'arte birraia sia stata e rimanga il cuore orgoglioso della storia e della cultura del Paese. E in quanto birreria nazionale, la vision di Budvar è quella di condividere quella storia con il mondo.

IL NUOVO BOCCALE

simbiosi dell'arte brassicola e della produzione di vetro

Progettato da Rony Plesl, artista, scultore e product designer, fra i più famosi al mondo proprio per la lavorazione del vetro, il boccale associa estetica e funzionalità unendo in sé le due arti boeme, la brassicola e la produzione del vetro, che godono di lunga tradizione, perfezionate nel tempo e tramandate di gene-





razione in generazione. Pensato e sviluppato per far risaltare le caratteristiche organolettiche della Budweiser Budvar Lager, ha infatti una grande apertura e una forma panciuta per favorire lo sviluppo dei suoi aromi maltati, così come offre ampio spazio per la formazione della schiuma, densa e vellutata, capace di proteggere gli aromi complessi del nobile luppolo di Žatec. L'obiettivo di far rispecchiare al boccale la secolare cultura birraia e la storia dell'arte vetraria del Paese è stato perfettamente raggiunto. Come spiega Rony: *per il bicchiere Budvar mi sono richiamato al lavoro dell'artista ceco Josef Lada* (pittore fra i preferiti da Picasso, "modernista" ceco di inizio novecento famoso per i suoi dipinti satirici della vita ceca, compreso la vita nei locali/bar). *Le forme e i dettagli nei dipinti di Lada sono ancora molto moderni*, continua a dirci Rony, *ma offrono anche dettagli d'epoca. Ho potuto cogliere il particolare dei bicchieri cechi di più di cento anni fa, è stata una grande fonte di ispirazione. Lada è un'icona ceca come la Budweiser Budvar. Questo per me ha dato un senso a tutto il lavoro.* Rony voleva rendere omaggio anche all'arte ceca del tagliavetro, un lavoro delicato e decorativo. E c'è riuscito veramente bene, dal logo Budvar a rilievo ai fianchi rigati di vetro intagliato fino allo stemma della città di České Budějovice sul fondo, questo bicchiere è in ogni dettaglio un piccolo capolavoro, è molto più dei soliti bicchieri di birra! Come Rony stesso dice: *In questo bicchiere c'è tutto. Storia, design moderno e il fantastico gusto di birra Budweiser Budvar! Il bicchiere è proprio fatto per la birra Budvar.*



A partire dal primo giugno tutti gli amanti della birra avranno l'opportunità di scoprire la nuova trappista di Bières de Chimay, una birra chiara e di carattere che si unisce all'assortimento permanente del birrificio.

CHIMAY 150

una birra eccezionale!

L'*eleganza e la finezza di una birra trappista d'eccezione.*

A prima vista, la Chimay 150 si presenta di colore oro pallido, ornata da una schiuma bianca e compatta. Questa birra chiara e forte (10% vol.) offre garantisce armonia ed equilibrio al palato. È fresca e fruttata, gustosa e potente. Al naso presenta sorprendenti aromi di menta, bergamotto, lime ed eucalipto. I suoi sapori delicati, con note di rosmarino e chiodi di garofano, si combinano meravigliosamente con sottili tocchi floreali, ravvivati da un pizzico di rinvigorente zenzero. Il suo corpo rotondo e morbido, il suo gusto leggermente affumicato e speziato, caratteristico delle birre di Chimay, lasciano il palato con un retrogusto meravigliosamente raffinato. Per produrla, il birrificio ha utilizzato due luppoli noti per la loro finezza: Saaz e Hallertau Mittelfrüh, e ha aggiunto una spezia segreta che gli conferisce un gusto davvero unico.



Perché 150?

Chimay 150 è il risultato dell'esperienza di generazioni di veri birrai, che si susseguono da 150 anni all'interno del birrificio Chimay sotto il controllo della comunità monastica. Nel 2012, infatti, per celebrare i primi centocinquant'anni del leggendario birrificio, è stata prodotta per la prima volta la Chimay 150 in edizione limitata (solo 150.000 bottiglie). Fortemente richiesta dai pochi privilegiati che hanno avuto la possibilità di assaggiarla, Chimay ha deciso oggi di inserire definitivamente questa eccezionale birra nel proprio assortimento. Questa birra trappista, seguendo lo "stile Chimay" avrà il tappo e l'etichetta di colore verde, e andrà ad affiancarsi quindi alle famose Chimay Dorée, Chimay tappo rosso (Rouge), Chimay tappo bianco (Triple) e all'iconica Chimay tappo Blu (Grande Réserve). *Siamo davvero orgogliosi di dare il benvenuto a questa nuova birra trappista nel nostro assortimento permanente, ha sottolineato **Xavier Pirlot, Direttore Generale di Bières et Fromages de Chimay**. Si tratta di una birra eccezionale che rafforza lo spirito, la filosofia e i valori che da sempre caratterizzano Chimay. Questa birra è stata prodotta secondo la ricetta sviluppata nel 2012 e riunisce 150 anni di savoir-faire. Con questa grande novità, avremo la possibilità di continuare quella che è la nostra missione, come birrificio trappista e caseificio, ovvero contribuire allo sviluppo economico del nostro territorio e continuare a sostenere con sempre maggiore efficacia le opere di natura sociale che sono uno dei requisiti fondamentali e irrinunciabili dei birrifici trappisti.*

Chimay, molto più di birra e formaggio

I dintorni dell'Abbazia di Chimay sono uno scenario naturale, da visitare se si attraversa la regione. Per la presentazione di questa nuova birra, dall'Auberge de Poteaupré è stato allestito un percorso escursionistico nei colori della Chimay 150. Accessibile tutto l'anno, questo anello di 10 km nei



boschi circostanti riecheggia i 10 gradi della birra. Al termine, per placare la sete degli escursionisti, una fresca birra sarà sempre disponibile presso l'Auberge de Poteaupré. Dal 1 maggio, alcuni privilegiati consumatori della regione di Chimay e i più importanti clienti italiani selezionati dall'**importatore italiano Brewrise srl**, avranno la possibilità di scoprire in esclu-

siva la Chimay 150. Dal 1 giugno poi, questa nuova autentica trappista sarà a disposizione del grande pubblico, inizialmente nel canale Ho.re.ca, anche dei principali mercati export di Chimay. Sarà inizialmente disponibile in bottiglia da 33 cl. Successivamente, nel corso del 2021 sarà imbottigliata anche nel formato tradizionale da 75 cl con tappo in sughero.

In via XXV Luglio 73 a San Giusto Canavese, provincia di Torino, una giovane azienda familiare che si distingue per l'accorto posizionamento di Kühbacher, la birra bavarese dal cuore italiano.

MALÙ

di Daniela Morazzoni

Nasce ad opera di Luca e Martina, dalle cui prime silabe è mutuato il nome dell'attività, e si caratterizza come negozio di panetteria dalla vastissima gamma di tipologie di pani, con una particolarità: avere un corner dedicato a birre e vini. Fin dagli esordi il Malù punta alla qualità e mano a mano amplia la sua offerta che nel mondo beverage si estende anche ai distillati e raggiunge ben 500 etichette di nettare di Bacco. Anche nel food l'evoluzione è notevole, all'arte bianca in tutte le sue forme si uniscono altri prodotti gastronomici, tutti con un denominatore comune, la qualità! Nel mondo della birra è diversa la scelta di questa giovane e intraprendente azienda, un solo marchio di grande prestigio che contribuisca ad aumentare l'immagine di Malù, e la scelta non poteva che ricadere su una birra con grande tradizione storica: Kühbacher, la birra bavarese dal cuore italiano. Ci racconta Luca che l'introduzione del marchio Kühbacher nasce da un suo "innamoramento" quando per la prima volta degustò la potente doppelbock del Birrificio, la Peccator, una birra che lo coinvolse anche emotivamente. Da qui scaturì la decisione che lo differenzia da altre aziende che si occupano di distribuzione birraia, solo Kühbacher nella sua selezione di prodotti: non solo per qualità, ma per vasta gamma di stili che possono differenziare la proposta di Malù su diverse tipologie di locale. Ci spiega Luca che nella sua zona di riferimento il lavoro che svolge è infatti a tappeto e si rivolge al bar come al pub o alla pizzeria. *Aver scelto un unico e grande marchio, ci dice, consente*





alla nostra piccola azienda familiare, di avere un rapporto diretto con i gestori dei locali che ci identificano con quel marchio. La nostra attività commerciale così capillare, e permettetemi la parola, "domestica", ci fa pensare che abbiamo fatto un buon lavoro e che sappiamo rendere un servizio completo ai nostri clienti, compreso l'assistenza agli impianti. Non è un caso se oggi sono i clienti a chiamarci. In termini di servizio è giusto sottolineare che Malù effettua fino a due consegne a settimana, senza così appesantire il magazzino dei clienti; non solo, ai gestori che lavorano soprattutto con le bottiglie, fornisce frigoriferi brandizzati in comodato d'uso. Mi piace, sottolinea Luca, dire che Kühbacher da sempre lavora con il vuoto a rendere, fattore determinante dal punto di vista economico ma fondamentale per contribuire alla salvaguardia del nostro Pianeta. In ultimo, conclude Luca, devo dare a Cesare quel che è di Cesare: i nostri risultati positivi sono resi possibili anche dalla ottima collaborazione con la famiglia Beck-Peccoz, titolare di Birra Kühbacher. Ed anche, aggiungiamo noi, da birre che, oltre ad essere godibili in qualsiasi momento della giornata, ben si prestano all'abbinamento con il cibo, non a caso citiamo la Kühbacher 1862, tradizionale kellerbier che va a nozze con la carne di maiale, la Red, rossa doppelbock che ho gustato in modo estremamente soddisfacente con la crema catalana, e la 9, la super strong lager di 10 gradi che si sposa alla perfezione con una bella bistecca alla brace, magari una fiorentina. Sì, grazie a Malù, nel canavese e nel biellese, qualunque momento è buono per gustare una Kühbacher!



BIRRA DELL'ANNO 2021

Con un nuovo aspetto e tante novità, ma sempre con lo scopo di valorizzare le birre artigianali italiane, Unionbirrai lancia Birra dell'Anno 2021, il concorso organizzato ogni anno dall'associazione di categoria dei piccoli birrifici indipendenti per premiare le migliori birre artigianali italiane. Adattandosi all'emergenza pandemica internazionale, il concorso non si ferma, ma al contrario, nell'anno in cui la birra artigianale compie un quarto di secolo, torna rinnovato e guarda al futuro. Tante novità caratterizzeranno, infatti, Birra dell'Anno 2021. Alla nuova immagine, veste grafica rinnovata con un logo dinamico e moderno e un nuovo sito web dedicato, si aggiungono le nuove date e la nuova location. Il concorso, che quest'anno si svolgerà con tempi più ampi (iscrizioni on line con scadenza al 30 giugno e giuria nei mesi estivi), vedrà la premiazione a fine estate, il 31 agosto, durante la giornata di apertura di Cibus 2021. Novità anche nel regolamento del concorso. Si ampliano le categorie in cui è possibile iscrivere le birre, che passano da 42 a 45, con l'introduzione di Italian Pils, India Pale Lager e Sour Fruit Beer. Una necessità nata dall'aumento delle birre ispirate



a questi tre stili prodotte dai birrifici italiani. Da quest'anno, inoltre, un singolo birrificio non potrà iscrivere più di due birre nella stessa categoria. Una scelta che consente di dare a tutti l'opportunità di conquistare il podio, senza "vantaggi statistici" per chi ha numerose birre iscritte nella stessa categoria. Dopo l'ennesimo record di partecipazione dell'edizione 2020 (2145 birre iscritte testate da una giuria internazionale composta da 108 esperti degustatori), Unionbirrai affronta la 16ª edizione di Birra dell'Anno con lo spirito di fornire un forte segnale di ottimismo e un solido supporto per la ripresa del comparto. *L'ultimo anno ha messo a dura prova il settore della birra artigianale, attualmente ancora fortemente colpito dalle restrizioni imposte al canale Horeca. Proprio per questo e allo scopo di valorizzare le birre artigianali italiane e allo stesso tempo dare un segnale, una spinta alla ripartenza, abbiamo lanciato la 16ª edizione di Birra dell'Anno, ha commentato Simone Monetti, segretario nazionale Unionbirrai. Tanti giudici internazionali hanno già manifestato la voglia di esserci. Dovremo necessariamente adeguarci ai tempi e alle restrizioni della pandemia, ma siamo fiduciosi.*

**DAL 2009
ARTIGIANALE**
RIFERMENTIAMO E LASCIAMO
MATURARE A LUNGO
CON INGREDIENTI
ITALIANI NATURALI

WWW.IDUEMASTRI.IT

FOLLOW US ON  

BIRRA FLEART

Bollicine di Fantasia

Risale a marzo la proclamazione dei vincitori di un concorso ben particolare voluto dalla professoressa di storia dell'arte dell'Istituto di scuola secondaria di primo grado "Franco Storelli", Monica Bozzi, e Maria Cristina Cocchi, in veste di proprietà del birrificio Flea. Perché particolare? Perché rivolto alle alunne e agli alunni della scuola di Gualdo Tadino che sono stati invitati a disegnare a mano l'etichetta di birra Flea. I risultati sono stati semplicemente straordinari! Come in ogni concorso che si rispetti, è stata una giuria qualificata, fatta di imprenditori, graphic designer, professori, dirigenti scolastici e politici, a valutare più di 150 "opere d'arte" fino a definizione delle prime 10 posizioni. I premi, offerti da Birra Flea, sono stati: dal 10° al 4° posto un kit per disegnare, al terzo e secondo rispettivamente un buono da 50 e 100 euro da spendere presso gli esercizi commerciali della città, il vincitore, anzi i vincitori ex aequo, Martina e Paolo hanno ricevuto un buono da 150 euro ciascuno ma il premio più grande è stato vedere i loro due disegni utilizzati per due etichette da collezione: 250 bottiglie di Birra Flea bianche e altrettante per Birra Ma.Ma Ipa. Un'edizione limitata andata a ruba che ha dimostrato l'ottima riuscita del progetto. Ci piace averlo riportato sulle nostre pagine perché è stato un modo per valorizzare una materia meravigliosa come storia dell'arte, ma ha fatto esprimere ai ragazzi la loro idea di un mondo per loro conosciuto.

.. e il tutto senza programmi di grafica, ma a mano, esaltando la loro creatività. Così facendo i ragazzi hanno riscoperto la bellezza di realizzare opere artigianali che finiranno direttamente sul mercato, come Birra Flea fa da qualche anno.



 An advertisement for Birra Flea. On the left, a hand pours beer from a bottle into a glass. The text 'Aperitivo a casa?' is written in a white, cursive font over the scene. On the right, a bottle of Birra Flea is shown next to a glass of beer and some potato chips. The Birra Flea logo, which includes a crown over the 'i' in 'Flea', is displayed in a white circle. At the bottom, the text reads: 'Scopri la nostra promo birra e patatine e tutti i nostri kit su: www.birraflea.com'

OPERA BIRRA GASTONOMICA

Fin dai suoi esordi, Baladin si è proposto come un produttore di birra artigianale rivolta al mondo della ristorazione. Teo Musso pensava a birre equilibrate, gustose e ricche di profumi che potessero essere bevute da sole ma che si accompagnassero, completandosi, con il cibo. Questo lo spinse a presentarsi alla ristorazione, attraverso l'invio di due birre (Isaac e Super) ad una lista di ristoranti con lo scopo di stimolare l'interesse degli chef ad abbinare i loro piatti con due birre che allora si presentavano come "una birra chiara, da abbinare ai cibi chiari" e una "birra ambrata da abbinare ai cibi con una cromia più intensa". Un approccio volutamente semplice ma rivoluzionario. Era il 1997. Oggi con Opera, il messaggio si ripete evolvendosi consapevoli che tanta strada si è fatta in questi anni in termini di presa di coscienza, da parte dei ristoranti e del pubblico, sul tema dell'abbinamento birra-cibo. Opera è un omaggio a questo viaggio. Nel calice si presenta di colore rame intenso, ravvivato da un fine perlage e con un cappello di schiuma leggera ed evanescente, di tonalità bianco velato. Al naso, evidenti sentori di pasticceria e di panettone candito, resi piacevolmente freschi da una nota balsamica di aceto di birra,

delicato e profumato di cereale. Al primo sorso stupisce per la sua pulizia e complessità di aromi. La nota acetica si presenta immediatamente accompagnata da dolci sentori di paste secche e di malto. In chiusura, a completare il percorso, si giunge ad una perfetta e pulita sfumatura amaricata, leggermente tannica e legnosa, riconducibile alle botti in cui l'aceto di malto è stato lungamente affinato. Opera si presta ad una grande esperienza gustativa data dall'unione di due prodotti della terra italiana: la birra artigianale Baladin e l'aceto di malto (da birra Baladin) affinato, in botti di rovere e acacia, nell'acetaia San Giacomo di Novellara. Non chiedetevi perché Opera sia il nome della birra: è ispirato alle sinfonie musicali in cui l'unione di una moltitudine di note, crea un'unica opera armoniosa.

DATI TECNICI

Plato = 20 °P

IBU = 10-12

EBC = 30-34

Alcool = 8,5% vol.

Temp. di Servizio = 10-12 °C



TANTO FERMENTO A BIRRA DELL'EREMO



Fiji la nuova birra che regala un anticipo di estate! È una *Double Dry Hopped Pale Ale* da 5,5%vol, di color arancio con schiuma bianca, fine e persistente. Al naso intense note di frutta esotica (ananas, mango e passion fruit). In bocca entra morbida con sensazioni fruttate per poi far spazio ad un amaro deciso ma mai invadente. Una Pale Ale creata in chiave moderna. **The Scientist**, 6,6%vol., brassata con l'utilizzo del lievito non convenzionale *Kluyveromyces Thermotolerans*, di color arancio tenue e dalla velatura spinta, con

schiuma bianca fine e persistente. Al naso note tropicali di ananas, papaya e mango, arricchite da eleganti sentori di lime e pompelmo. In bocca si ha un'esplosione di aromi, note estremamente citriche di lime, limone e pompelmo donate dal lievito non convenzionale. La parte citrica fa spazio alle rotondità tipiche delle moderne *Neipa* per poi far ritornare al naso una elegante e citrica sensazione sour. **Idioteque**, in stile Oat Cream DDH IPA, creata utilizzando lievito Vermont, luppoli americani di ultima generazione e generose quantità di avena e

lattosio. Si presenta di color arancio con una velatura spinta ed una schiuma abbondante e cremosa. Al naso presenta intense e persistenti note di pesca, albicocca, cocco e vaniglia. In bocca il corpo è avvolgente con sensazioni vellutate e cremose, con un ingresso dolce che viene riequilibrato subito da un'uscita amara in linea con lo stile. Sentori tropicali di mango e cocco si alternano a dolci sensazioni di vaniglia. È una birra che gioca istericamente intorno al contrasto dolce-amaro creando un prodotto unico e nuovo. Grado Alcolico: 6,1%vol.



CRAFTY
STEMLESS

CITY FOLK DI MEZZAVIA

È l'american pale ale del birrificio di Selargius (CA). Dal colore oro carico, è una birra nata per accompagnare le vostre belle abitudini, come una serata tra amici al bancone di un pub o di fronte al barbecue al termine di una lunga giornata. È una birra immediata, con un amaro dalle note agrumate, di frutta esotica e di resina, e un gusto bilanciato che, insieme alla gradazione leggera (5,2%vol.), ne fanno una birra da bevuta disimpegnata e senza pensieri, ma con un gusto fresco e pieno. Abbinata allo street food preferito, a piatti piccanti o a una bella grigliata, saprà allietare il palato.



DAL BIRRIFICIO RENTON: SO LILLO NEIPA 7°

Una birra che è un tributo all'estate e ad un'eleganza mai scontata in birre come questa. Trittico di luppoli Americani fra cui, a grande richiesta, il ritorno di Talus che tanto ha sorpreso nella precedenti "sperimentali" uscite.... Il Bouquet creato dai tre (Azacca, Citra e Talus) è davvero sorprendente. In Aroma si distinguono, inebrianti e precise le sue note tropicali, di frutta matura, pompelmo rosa e tanto agrume. Al palato pungono le spezie, il mango, l'ananas fino a cogliere note di pino, limone e mandarino. La bevuta è piena, avvolgente, strutturata ma scorrevole, appagante più di sempre.



BREWFIST TERMINAL PALE ALE

La birra della casa, creata in origine per il Terminal1, la tap room di Codogno: una American Pale Ale leggera, snella e profumata. Corpo sottile e amaro tenue, ma grande freschezza e carattere agrumato grazie al luppolo americano Citra. Defaticante e accomodante. Gradazione alcolica 3,7% vol. nata anni addietro, qual è la novità? Il confezionamento in lattina da ½ litro!



LA DOPPIA DI DOPPIO MALTO

La Doppia, questo il nome scelto da Doppio Malto per la birra che si va a sommare alle nove già disponibili online, è una dop-pelbock avvolgente e con una gradazione alcolica pari al 7,9%. Si contraddistingue per il suo colore deciso e il colore scuro, quasi nero. A renderla speciale sono profumi e sapori speziati che trasportano in mondi diversi: il caffè e il tabacco parlano di un fine pasto a tavola, mentre cioccolato e liquirizia evocano gli odori dell'infanzia.



GRITZ PRESENTA LA STOUT DELLA CRI

Dopo la Belga della Danda, la Pils della Graziella, la Weiss della Barbara, la IPA della Camilla, dal Birrificio Gritz arriva la Stout della Cri. La Cri, 4,7% vol., è in stile *Dry Stout*. I malti tostati spiccano al naso, dando profumi di caffè e un leggero sentore di cioccolato. Il sapore, accompagnato da un amaro ben bilanciato, è deciso e piacevole al palato. La birra presenta un colore tendente al marrone scuro, con una schiuma cremosa e persistente. È perfetta compagna di carne stufata o grigliata, ostriche, formaggi saporiti e dessert cremosi. Come le altre birre Gritz è totalmente senza glutine grazie al processo *gluten removed*.



LA BIRRA DELL'ESTATE IN PUGLIA

I'M MERIDIONALE

E BEVO ARTIGIANALE

BIRIFICIO BARI

WWW.BIRIFICIOBARI.IT

BEER OF THE YEAR 2020



Siamo in un periodo in cui i disagi derivati dalla pandemia ci hanno messo a confronto con aziende colpite economicamente e psicologicamente.

Non è il caso del Birrificio War che ha continuato la sua navigazione tenendo ben ferma la sua barra sia di produzione che di posizionamento di mercato.

BIRRIFICIO WAR

BIRRE ARTIGIANALI

di Piero Ceccarini

Il birrificio nasce nel 2017 per volontà di **Francesco Radaelli**, anni 33, appassionato fin dai tempi universitari di birra, che decide di dare una svolta all'azienda agraria appartenente da generazioni alla sua famiglia in località Cassina de' Pecchi, fuori di Milano. Sceglie un impianto Eco Brew Tech (5hl di sala cottura, oggi 14 fermentatori da 10,5 e 40 hl per una capacità produttiva di 250 hl al mese), aggiunge un'imbottigliatrice automatica e completa il suo impianto senza indugio con una lattinatrice automatica isobarica (CIME Careddu). Ispirati da stili birrai abilmente rivisitati, in questo birrificio si punta alla qualità. Fin dall'inizio ad animare la produzione di birre War è il mastro birraio Davide Gagliardi, mentre, interprete delle intuizioni di Francesco per *vestire* le birre, è Elisa Previtali, laureata al Politecnico di Milano e specializzata in web design, che fin dagli esordi ha dato vita alla immagine grafica del birrificio e dei suoi prodotti. Francesco Radaelli parte dal profondo legame che ha ritrovato con la terra, le coltivazioni e l'ambiente; la storia della sua azienda agraria e la ristrutturazione di edifici del 1600 non rappresentano un mero corollario estetico all'opificio birraio: rappresentano quella *cultura di appartenenza* che anima l'idea, il progetto e il significato che le birre War vogliono esprimere per il pubblico che sta conquistando con soddisfazione. È questo il punto di partenza della visionaria ispirazione di Francesco: la sua birra artigianale, per essere una eccellenza, deve racconta-





re una storia, fornire al consumatore un'emozione o, per meglio dire, un ambiente di emozioni che si aggiungono come valore indissolubile alla qualità del prodotto e al suo gusto. Anche nel periodo di emergenza sanitaria il birrificio artigianale è cresciuto, ha puntato sulle lattine, molto apprezzate nella fascia di pubblico, dai 18 ai 40 anni, scelta dall'azienda come target preferenziale. Le idee di Francesco sono molto chiare: insieme al suo staff si è concentrato sull'immagine del birrificio; la grafica dei suoi prodotti si propone sia con icone evocative fra storia e fantasy, sia con linee più essenziali, minimaliste, molto legate al mondo della comunicazione digitale. Lo scopo di questa accurata ricerca è semplice: una lattina War fra le mani deve creare un'attesa da parte del cliente, creare le premesse a una consumazione trendy! Una scelta ben diversa da quella tradizionalmente fatta per la birra, ma perfettamente in linea con un pubblico sensibile alla comunicazione, figlio di Instagram, immerso in scelte e stili di vita che lo spingono ad un consumo emozionale. L'attività di marketing del birrificio si orienta ovviamente sulla promozione "social", su mirate campagne digitali ma anche su un'attività commerciale diretta sui luoghi di consumo più esclusivi per la loro selezione di birre. War è un birrificio artigianale che insegue una straordinaria intuizione di Francesco: *non basta produrre ottime birre ma è necessario aggiungere appeal al prodotto per conquistare mercato*, sono le sue parole. Nella realtà di un mercato dove si fa sempre più spazio un pubblico evoluto, esigente, selettivo ed attento, la vera sfida del birrificio artigianale per affermarsi è conquistare uno spazio non sgomitando inutilmente e strillando di essere il più buono, ma distinguendosi per la forte identità.

Voglio dire, per concludere, che in questo mondo artigianale dove sembra trovare spazio solo un dibattito concentrato su tecniche e qualità, talvolta presunta, dove convulse sperimentazioni e spasmodica innovazione sono vissute come soluzione per l'affermazione della birra artigianale sul mercato, la visione e l'operato del Birrificio War mi appare come una corretta lettura sul futuro sviluppo del birrificio artigianale.

ED ORA ALCUNE PRODUZIONE WAR!

Franco, una *Keller Pils* di 4,8% vol., colore tra paglierino e dorato chiaro, gusto prevalentemente maltato con un delicato finale amaro erbaceo.

Amen, *American IPA* di 5,5% vol., colore dorato chiaro e gusto prevalentemente amaro agrumato

Gioia con passion fruit, *Blanche* di 5% vol., colore paglierino, gusto prevalentemente dolce dato dalle spezie e dal passion fruit.

Miami 82, *East Coast Lager* di 5% vol, colore dorato chiaro e gusto bilanciato tra note dolci di frutta tropicale e finale amaro agrumato.

Rage, *West Coast IPA* di 7% vol., colore dorato leggermente opalescente, gusto amaro agrumato ma con una componente dolce da frutta tropicale.

Tutto Fatto, *Double IPA* di 8% vol., colore dorato con riflessi ambra, gusto prevalentemente amaro agrumato.

Mezzo Fatto, *DDH Double IPA* di 4% vol., colore dorato, gusto prevalentemente amaro agrumato.

Cookies, *Ordinary Bitter* di 4% vol, colore ambrato, gusto prevalentemente biscottato e amaro.

Dal "pane alla birra" alla "birra di pane"

BREAD

TENDENZE

di Gianna Cassetta

Quando nelle nostre dispense si accumulano scarti di pane per qualche giorno, polpette e polpettoni riescono a conciliare la buona cucina con la necessità e il buonsenso di non sprecare il cibo. Immaginiamo per un secondo quanti panini e filoni possano avanzare in un supermercato o in una panetteria, nell'arco di una sola settimana, considerando che il pane è un prodotto consumato giornalmente, ma solo se fresco e fragrante. Nasce da qui l'idea di riutilizzare questi eccessi di produzione nella creazione di birre che favoriscono l'economia circolare, senza rinunciare alla qualità. Queste particolari birre, in realtà, affondano le loro radici in tempi molto lontani. Furono i babilonesi, molto probabilmente, i primi a sperimentare preparazioni brascoliche con ingredienti simili a panificati, in cui questi ultimi andavano a sostituire la gran parte del malto d'orzo necessario alla produzione birraia. Numerosi sono i birrifici artigianali, tra cui anche gli italiani, che hanno iniziato a confrontarsi con questo "nuovo" modo di fare birra. Ecco alcune delle birre di pane che abbiamo

trovato interessanti e gustose... da farci la scarpetta! Il primo esperimento, su scala, nasce nella capitale inglese grazie all'associazione **Feedback**. Si tratta di un ente no profit impegnato nella lotta contro lo spreco alimentare, una delle prime realtà a cimentarsi nella creazione di birre di pane. La deliziosa Toast Ale che hanno ottenuto è diventata emblematica del loro scopo associativo, simbolo di un riciclo creativo e "gustoso". Tra i primissimi in Italia a cimentarsi nella realizzazione delle Bread Ale sono stati i giovani imprenditori piemontesi della start up **Biova**, espressione concreta di un progetto di economia circolare. Biova è il nome preso in prestito da un classico pane regionale di tradizione contadina. Grazie alle collaborazioni con i panificatori locali, Birra Biova utilizza per ogni cotta ben 150 chili di pane; pensate inoltre che ogni 2500 litri di birra Biova prodotta si risparmiano 1365 chili di CO2 all'ambiente! Ad oggi sono tre le tipologie di birra ottenute: la Bread Kölsch, la Bread IPA e la Bread Cream Ale. Tre stili che presentano come elemento comune una nota sapida data dalla tipo-





ALE

logia di pane utilizzato. Birra Biova è sempre e comunque una birra fresca di buon sapore, disponibile anche online su Winelivery. Quando il recupero delle eccellenze alimentari, si affianca ad un recupero anche di natura sociale, il progetto assume delle connotazioni non solo di interesse economico, ma anche umano. È il caso di **RecuperAle**, una birra artigianale prodotta dai detenuti del carcere di Rebibbia, all'interno del quale uno dei percorsi di reinserimento è quello operato da Birra Vale la Pena. Grazie ad una campagna crowdfunding e all'operato delle onlus Semi di Libertà ed Equoevento, è nata una bread ale che già nel progetto di tre anni fa prevedeva due linee, una pale ale dalle evidenti note di crosta di pane, di corpo sostenuto, e una bassa fermentazione sullo stile delle Pils, rinfrescante e più facile da bere. Anche al centro dell'operato del Comitato Pollicino di Belluno vi è la solidarietà, oltre al riutilizzo degli scarti. Prendendo spunto dall'omonima fiaba di Perrault, il Comitato, in collaborazione con La Baita Mussoi e il panificio Bertagno, fa preparare al birrifico Acelum la deliziosa

Pane Ale. Il ricavato di questa birra in stile inglese (come evoca il nome) di cinque gradi ad alta fermentazione, viene destinato a circa una settantina di bambini ospitati dalla struttura di Pollicino a Petrosani, in Romania. La birra (5 euro) viene abbinata ad un panino speciale, creato da Patrik del Panificio Bertagno e con la farcitura ideata da Igor Picozzi, preparato dallo staff della Baita: una ciabatta ripiena di chili di carne non troppo piccante e una salsa ai frutti di bosco. Tra novità e tendenze, ispirazioni internazionali e diete sempre diverse, il pane resta un alimento di indiscutibile presenza sulle tavole italiane. Questo, affiancato alla crescita dei consumi di birra e alla forte avanzata dei birrifici italiani sulla scena mondiale brassicola, assicura un connubio di due elementi identificativi della nostra cultura. La Birra di pane è, nella nostra visione, un perfetto esempio di come eccellere nella creazione di un prodotto di qualità, fortemente connesso alla nostra capacità di ridare vesti nuove ad un qualcosa che sarebbe destinato allo scarto, allo spreco.





Dopo l'introduzione, lo scorso anno in Germania, del corso online "Conoscenza di base sulla birra", rivolto agli operatori commerciali del settore bevande, Horeca, Gdo ed appassionati del mondo birra, il successo riscosso ha spinto la Doemens Academy ad allargare il corso anche in Italia.

Doemens



CONOSCENZA DI BASE sulla birra

FORMAZIONE

La risposta al corso è molto positiva, il trasferimento di conoscenze degli argomenti di base intorno al mondo della birra è trasparente, comprensibile ed il successo è raggiunto nei facili auto-test alla fine di ogni capitolo. I principali vantaggi del corso sono :

- Studio individuale programmabile
- Unità di capitoli brevi e liberamente selezionabili
- Esercizi pratici attraverso facili realizzabili sessioni di degustazione

La Doemens Academy sta così ricevendo sempre più richieste di partecipazione da birrifici, pub, ristoranti ed appassionati birrofilo. Per questo il corso online è stato ampliato ed aperto a tutti gli interessati all'affascinante mondo brassicolo. Il corso, non richiedendo alcuna conoscenza preliminare teorica della birra, è l'introduzione ideale all'argomento.

Un divertente connubio fra Teoria e Pratica

La conoscenza teorica di base è combinata con esercizi facili da eseguire al fine di sperimentare ed implementare ciò che si apprende anche nella pratica. Viene trasmessa una conoscenza elementare, in modo divertente, giocosa e molto utile, tale da suscitare l'entusiasmo per la birra in tutte le sue sfaccettature. Ognuna delle lezioni che compongono il corso online consta di una parte teorica, di 20/30 minuti, e di un esercizio pratico; queste che seguono sono le varie lezioni per argomento:

- Introduzione
- Cosa rende la birra così speciale
- Storia della birra
- Materie prime
- Produzione della birra
- Degustazione sensoriale
- Stili di birra tedeschi
- Stili di birra internazionali
- Stoccaggio della birra e data di scadenza
- Mescita ed impianto di spillatura
- Abbinamento di birra e pietanze

Un viaggio essenziale nel mondo della birra, destinato ad ispirare nei partecipanti entusiasmo, apprezzamento e consapevolezza per il prodotto. Un vantaggio inestimabile per lo staff di birrifici, ristoratori e personale di sala, rivenditori e per tutte le persone coinvolte professionalmente nel settore birra che potranno fornire al consumatore finale informazioni qualificate sulla sempre più ampia varietà di birre presenti sul mercato italiano.

**Per ulteriori informazioni, si prega di contattare
la Sig.ra Silvia Gioieni email a gioieni@arte-bier.de
telefonicamente al numero 347-4916388.**



Corso professionale Biersommelier

La formazione per diventare Biersommelier è unica in Europa. Il corso bisettimanale oltre ad arricchire le conoscenze ad altissimo livello scientifico sulla birra è composto da un programma con parti pratiche e teoriche affiancato da un ampio materiale didattico.

La formazione si basa su tre principi:

- Alta qualità
- Indipendenza
- Internazionalità



*Per informazioni
sul corso in
lingua italiana:*



ARTE-BIER

Email:
gioieni@arte-bier.de



www.arte-bier.de

www.doemens.org/
biersommelier



Doemens



THE INSTITUTE OF
MASTERS OF BEER

TUTTO IL MONDO DELLA BIRRA

Ora
anche in
lingua
italiana!

La formazione superiore
per Biersommelier, esperti
di birra e tutti coloro che
vogliono primeggiare!

Nella panoramica universale del mondo della birra il titolo „Biersommelier“ è già noto da tempo. Ma ora c'è l'evoluzione ! Un programma che stabilisce nuovi standard. La formazione per diventare un „Certified Member of the Institute of Masters of beer“ completa la sapienza al massimo livello.

Maggiori informazioni su:



ARTE-BIER

Email: gioieni@arte-bier.de

Web: www.arte-bier.de

www.masterofbeer.org

Per chi opera nella ristorazione non è certo una novità sapere che ogni giorno il proprio lavoro è una sfida per attrarre un cliente sempre più esigente e preparato. Restare ancorati a vecchi modelli di lavoro non è redditizio in un mondo in continua evoluzione come tutto il canale horeca, tanto più oggi alla luce di quanto sta avvenendo.

BIRRA. da mangiare

di Alessandra Agatello

Sempre per rimanere aggiornati, ora più che mai per uscire dalla crisi, occorre adottare modelli di servizio e proposte innovative, fra queste c'è sicuramente l'utilizzo della Birra in Cucina... da interpretare non solo come ingrediente per la pastella di un fritto più leggero o come liquido per sfumare il cibo in fase di cottura. La Birra in Cucina deve diventare un nuovo concetto gastronomico, scopriamo come la scuola Ad Horeca lo interpreta nel suo corso dal nome stimolante "Birra da Mangiare", di per sé già un chiaro messaggio: è finito il monopolio tra cibo e vino, oggi la birra assume un ruolo! È un ingrediente da studiare, e va capito attraverso tutti i nostri sensi. Attraverso un percorso di analisi e studio, delle caratteristiche organolettiche di tutti gli alimenti, dobbiamo ampliare la nostra memoria olfattiva e gustativa. Studio, sperimentazione e utilizzo di diverse tecniche di cottura, come le marinature, il sottovuoto (che grazie all'utilizzo delle basse temperature ci permette di non stressare il prodotto e valorizzarne le caratteristiche organolettiche), tracciano l'identikit perfetto tra cibo e birra. "Birra da mangiare" fornirà le basi per poter approcciare il mondo degli abbinamenti, sia avendo come punto di partenza una specifica tipologia di birra alla quale abbinare un piatto, sia viceversa partendo dal piatto per trovare una birra con le caratteristiche più idonee ad accompagnarlo. Anche le birre dai sentori più delicati possono diventare i nostri ingredienti in cucina, ottenendo così la rotazione del prodotto birra e un'offerta differente e innovativa che permette al ristoratore di regalare al cliente un'esperienza di gusto completamente nuova. Grazie alle birre si sta iniziando a scrivere un nuovo capitolo della storia gastronomica italiana e l'auspicio è che tutti voi, insieme agli Chef Trainer del corso "Birra da Mangiare" di Ad Horeca possiate esserne gli autori. Ecco un paio di ricette estrapolate dal corso.



Rocco Basile, Chef Trainer del corso Birra da Mangiare.

CAPRESE DI MELANZANE ALLA SAISON

Ingredienti: 1 melanzana violetta, 1 burratina, 300 gr di pomodori datterini, 10 cl di Birra Saison, 1 cucchiaio di pesto di basilico, basilico fresco, 25 grammi di pinoli, timo fresco, origano secco, zucchero semolato, aglio, olio evo; sale e pepe q.b.

Procedimento

Lavare la melanzana e tagliarla a stick, friggere in abbondante olio evo, quindi asciugare su carta assorbente; lavare e tagliare i pomodori a metà, mettere su una teglia e condire con olio evo, sale, zucchero, pepe, uno spicchio d'aglio (tagliato in due e privato dell'anima) e origano; infornare a 120° fino a quando i pomodori risulteranno leggermente abbrustoliti (circa due ore e mezza). Tostare pinoli in una padella antiaderente. In una padella mettere due cucchiai di olio evo, uno spicchio d'aglio in camicia, qualche rametto di timo fresco e far rosolare; aggiungere due terzi dei datterini confit; dopo due minuti aggiungere gli sticks di melanzane e metà dei pinoli tostati, continuando la cottura per circa cinque minuti; unire la birra e cuocere per altri 30 secondi. Spegner e aggiungere qualche foglia di basilico spezzettata. Preparare delle chips di pane tostato, condite con olio, sale e pepe. Impiattare.



TARTARE DI GAMBERO ROSSO CON CAVOLO VIOLA E GAZPACHO ALLA BIÈRE BLANCHE

Ingredienti: 6 pz gamberi rossi, 1/4 di cavolo viola, 1 peperone giallo, 1/4 cipolla rossa medio piccola, 1/4 di cetriolo, 6-8 pz datterino giallo, q.b. pane raffermo (opzionale), 33 cl Birra Blanche, q.b. olio extra vergine d'oliva coratino, q.b. curcuma, q.b. cumino, q.b. sale e pepe cuveè.

Procedimento

Pulire il cavolo viola e tagliarlo in pezzi piccoli, in modo da uniformare e ridurre i tempi di cottura; portare ad ebollizione l'acqua precedentemente salata e cuocere i cavoli, che andremo a raffreddare subito dopo in acqua e ghiaccio o abbattitore.

Iniziare a preparare il gazpacho. Con l'ausilio di un cutter pulire il peperone giallo e i datterini, eliminando la parte bianca dei peperoni e i semi di entrambi; tagliare a pezzi piccoli e inserirli nel boccale. Aggiungere la cipolla tagliata e il cetriolo dopo aver eliminato le estremità lasciando comunque parte della buccia; condire con olio, sale, pepe, curcuma, cumino e birra, in base al gusto desiderato. Aggiungere il pane per aumentare la densità. Iniziare a sgusciare i gamberi rossi eliminando testa e coda, senza ovviamente lasciare il filamento di budello. Tagliare a pezzi i gamberi e condirli in una piccola bowl con un po' di blanche, olio e pepe; lasciare marinare per pochi minuti. Impiattare mettendo al centro del piatto il gazpacho di peperoni e blanche (che potremmo anche filtrare prima di servire), aggiungere la tartare di gamberi e i cavolfiori precedentemente salati.



Idea Rational

CIBI PRONTI. FACILI DA PREPARARE, FACILI DA VENDERE.

DALLA CUCINA

La cucina non lavora a pieno regime, ma le celle frigorifere sono piene. Ciò che all'inizio può sembrare un problema, può diventare un'opportunità. Come? Ad esempio preparando cibi pronti. Non è solo un modo eccellente per conservare le scorte esistenti, ma anche per vendere dei prodotti per pasti veloci e già pronti da consumare fuori casa. La pasta fresca confezionata e il ragù in barattolo vengono prodotti in grandi quantità e stanno spopolando. E dove manca l'esperienza nelle tecniche di conservazione, la tecnologia intelligente della cucina arriva in soccorso. La cella frigorifera è piena di peperoni, zucchine e melanzane? Sono perfetti per preparare una salsa a base di verdure. I funghi devono essere cucinati? Sono ideali per preparare una crema di funghi. La lista potrebbe continuare all'infinito, perché **quasi tutti**

gli alimenti possono essere conservati, se preparati correttamente. Sia per essere utilizzati nel proprio ristorante che come pasti pronti da consumare a casa o in ufficio. I cibi pronti offrono un grande vantaggio rispetto ai soliti prodotti da asporto come pizza, kebab e hamburger: essendo necessario effettuare l'ultima fase di preparazione a casa, in tavola arriva tutto caldo. E la scelta dei piatti che possono essere consegnati aumenta perché, nel caso dei cibi pronti, **quasi tutto può essere trasportato facilmente.** Più facilmente che con il cibo caldo: la durata del percorso per la consegna non ha più importanza perché non c'è niente che possa raffreddarsi o perdere la sua consistenza. Recipienti adatti alla cottura contenenti pasta o gnocchi di patate e relativo condimento, kit per hamburger e birra artigianale rendono facile portare il piacere del





proprio ristorante preferito dal locale a casa propria.

*Affinché i prodotti soddisfino le richieste dei clienti, devono avere il sapore a cui i clienti sono abituati, dice Bjoern Pölking, Vice Presidente Culinary Excellence di Rational, spiegando anche quali sono le sfide. Per la produzione, ci si affida completamente al forno combinato iCombi Pro e ad iVario, il sistema di cottura multifunzione che lavora con calore per contatto. I percorsi di cottura memorizzati in entrambi i sistemi di cottura intelligenti assicurano automaticamente il risultato desiderato senza necessità di monitoraggio. Ci sono invece diverse opzioni per la conservazione dei cibi pronti. Con il metodo sottovuoto il prodotto viene condito nel sacchetto, messo sottovuoto in porzioni e poi cotto a vapore nel caso di iCombi Pro, o a bagnomaria nel caso di iVario. Il risultato: pollo tenero come burro, che forma la sua crosta croccante direttamente nel forno del cliente. Oppure le tagliatelle fatte in casa e le verdure croccanti che vengono riscaldate dal cliente a bagnomaria. Inoltre, il cibo può essere conservato per diversi giorni senza problemi. Un'altra possibilità è la **conservazione in vasetto**. Dopo essere stato preparato come al solito in iCombi Pro o in iVario, il cibo viene messo nei vasetti e sottoposto al processo di cottura "semi-conservato" in iCombi. Il processo è automatico, non c'è*

niente da fare se non aspettare. Successivamente basterà chiudere i vasetti e lasciarli raffreddare affinché si crei il sottovuoto all'interno. La maggior parte degli alimenti può essere conservata in questo modo fino a tre mesi, alcuni anche fino a sei mesi. La terza opzione è il **tradizionale barattolo di latta**. Il processo in iCombi Pro è identico alla conservazione in vasetto, ma i barattoli sono sigillati con un coperchio. Pölking ha un buon consiglio per gli ultimi due processi: *Quando si preparano degli involtini, per esempio, va tenuto conto che il processo di cottura "semi-conservato" garantisce già una maggiore morbidezza della carne. I cibi pronti sono quindi un buon modo per incrementare il business dei pasti veloci fuori casa, senza troppi investimenti. I clienti sanno da dove vengono gli ingredienti, quindi si fidano, dice Pölking. Inoltre, si possono evitare molti rifiuti conservando i barattoli: basta introdurre un sistema di deposito per i vasetti. E così aumenta anche la possibilità che i clienti tornino. E quando il ristorante riaprirà, le nuove conoscenze acquisite torneranno utili, perché i prodotti che richiedono tempi lunghi di preparazione possono essere prodotti in anticipo. Il barattolo di salsa di verdure grigliate può essere facilmente preparato e servito anche durante l'ora di punta. Per ottimizzare la produzione e gestire tutto con meno stress e meno sprechi.*

NOVITÀ DEMETRA



DALLA CUCINA

Demetra non si è fermata nemmeno durante il 2020, un anno atipico che rimarrà nella storia ma che non ha impedito alla nota azienda di Talamona di proporre golose novità come il **brasato di manzo**, la **zuppa di fave** e i **pomodori ciliegini secchi**, né sono mancate novità in casa **Wiberg** con il dolce trio composto da **sweet & fruity fragola e lime**, **sweet & salty caramello e salgemma** e **sweet & spicy cioccolato e cardamomo**. Non solo, un tocco di etnico viene dall'estremo oriente grazie al **gomasio** e al **shichimi togarashi**. La panoramica delle novità 2020 è completata dall'**anice intero** e dal **macis**. Se tanto è stato fatto nel brutto anno appena trascorso, cominciamo a guardare le importanti novità del 2021. Prima fra tutte citiamo la **GIARDINIERA RUSTICA** in agrodolce, composta da peperoni gialli e rossi, carote, finocchi e cavolfiori lavorati in stagione, da gustare come contorno abbinata a salumi, lessi e bolliti, pesci al forno. È ideale per farcire insalate composte o semplicemente come aperitivo. Poi il **RAGÙ DI CORTE**, preparato secondo tipica ricetta senza pomodoro e composto da carne 100% italiana di anatra, gallina e faraona esaltate da un fresco soffritto. Ideale per condire e farcire i primi piatti, può essere utilizzato anche per la preparazione di gustose pizze, bruschette e crostini. Infine, almeno per ora, l'innovativa linea **crem-a-poche** si arricchisce di un gusto novità: la **CREMA DI FRIARIELLI** leggermente piccante, ideale per la farcitura di pizze e panini, ottima per arricchire primi piatti. Come sempre vi suggeriamo una delle tante ricette che gli Chef Demetra propongono.

TROCCOLI AL RAGÙ DI CORTE SU CREMA DI FRIARIELLI CON SEMI DI ZUCCA

Ingredienti per quattro persone: 320g troccoli, 240g Ragù di corte Demetra, 200g Crem à poche Friarielli Demetra, q.b. Paprica rubino Wiberg, q.b. semi di zucca

Procedimento

In abbondante acqua salata cuocere i troccoli, scolare e saltare in padella con il ragù di corte. Servire in un piatto ben caldo con alla base la crema di friarielli, guarnire con i semi di zucca e la paprica dolce

PER INFO: marketing@demetrafood.it



AU TH EN TIC

food passion

Tutti i migliori ingredienti più uno...
la nostra autentica passione



Importatore Esclusivo
WIBERG
Italia e Francia

demetrafood.it





LATTINE SÌ, ma non di birra!



DALLA CUCINA

Tra ripartenze, stop, zone gialle e zone rosse è sempre più difficile prevedere in anticipo quanta merce avere in dispensa e soprattutto le quantità da preparare per il servizio! Per i ristoratori, ormai anomali "meteorologi" in questa micidiale pandemia, che non vogliono rischiare inutili sprechi, c'è **Svevi** che corre in aiuto con la sua linea di deliziosi **Piatti Pronti di Alta Qualità!** La nota azienda di Migliarino Pisano ha selezionato per voi una linea di **otto specialità**, preparate con maestria e conservate in comode **lattine monoporzione** che ne garantiscono la **lunga conservazione fuori frigo**. Regina dei piatti del centro Europa è la **Zuppa di Gulash**, ricca di teneri pezzi di carne, un piatto che vi sorprenderà. Se siete amanti dei gusti decisi fanno al caso vostro il **Piatto della Foresta Nera con lenticchie e wurstel** e il **Piatto della Baviera con ver-**





dure e wurstel che vi trasporteranno direttamente nel cuore della Germania! Per rimanere in tema come non menzionare i **Canederli di speck in brodo**, un intramontabile classico della tradizione adatto anche alle sere d'estate. Per chi poi cerca un'opzione vegetariana e una "light" la **Crema di Asparagi bianca** e la **Crema di Funghi Porcini** soddisferanno anche i palati dei clienti più pretenziosi. Infine il **Chili con carne**, speziato e leggermente piccante animerà la vostra **serata in birreria**, un vero e proprio **comfort food!** **Piatti veloci, buoni, ma anche belli**, basterà infatti scaldarli per pochi minuti in **microonde** e guarnirli a piacere con crostini e un filo d'olio per presentare un piatto degno di una **cucina Gourmet!** E se tutto questo non vi basta, **Crauti, Roesti, Bratkar-toffel** e **Wurstel in barattolo** completano la lista di **prodotti a lunga shelf-life...**



Dal 1980 importiamo e distribuiamo con passione le migliori specialità gastronomiche tedesche.

Perché la qualità è garanzia di successo, sempre.



  svevi.1980

www.svevi.com
Tel 050804683

DA OLTRE 30 ANNI NELLE CUCINE DELLE MIGLIORI BIRRERIE IN ITALIA




*Vuoi un Locale
di qualità e successo?*
SCEGLI NOI



GENERAL G3
INTERIORS

Via Asi Consortile z.i. Ferentino (FR)
Tel. 0775.224034/5 - Fax 0775.224032
Cell. 335 6232222

www.generalg3.it
progettazione@generalg3.it



IL *SUONO* DI UNA *BIRRA*



Quando più di venti anni fa abbiamo scelto il nome per la nostra rivista, alla parola birra, per noi simbolo di socializzazione, abbiamo aggiunto sound... e ancora ad oggi qualcuno ci dice “ma voi non parlate di musica”... ed è vero! Per noi sound non solo identificava una delle caratteristiche dei locali birrai, cioè il sottofondo musicale che ancora non veniva diffuso nei ristoranti tradizionali o nei negozi del retail, ma voleva esprimere non solo il suono ma quella vibrazione dell'aria che possiamo “impropriamente” tradurre come atmosfera; non solo, siccome la rivista Birra&Sound è nata per esplorare e descrivere un mondo, quello dell'horeca, forse è bene ricordare che sound in termini medici significa anche sonda, utile per esplorare il corpo umano così come noi siamo in costante esplorazione di novità, curiosità, tendenze che supportino i nostri lettori. Erano tempi, all'inizio del nuovo millennio, in cui ancora non si parlava di esperienza sensoriale nel mangiare e nel bere, i sensi coinvolti nel bere una birra erano vista, olfatto e gusto. Decisamente orecchio e tatto erano esclusi, a meno di non voler attribuire al rumore della birra che scorre nel bicchiere o al piacere di avere in mano una fresca bottiglia il valore sensoriale/ esperienziale. Oggi i cinque sensi sono invece coinvolti in ogni momento gustativo e già da circa un quinquennio ne abbiamo prove scientifiche, almeno per quanto riguarda il sound per certo. È del 2016 una ricerca sull'influenza della musica di sottofondo sull'esperienza di degustazione della birra. Condotta da Reinoso



Carvalho dell'Università Vrije di Bruxelles, la ricerca si è avvalsa di altri contributi scientifici olandesi e inglesi, ed è stata mirata ad individuare il gradimento che packaging e musica avrebbero determinato sul consumatore. La ricerca è nata per studiare l'influenza del packaging e dei gingle musicali destinati ad accompagnare una nuova birra belga nel suo lancio sul mercato. La birra è stata prodotta dal birrifico The Brussels Beer Project, in collaborazione con una band musicale britannica chiamata "The Editors3". Importante definire la collaborazione, cioè come birra e musica abbiano cercato di esprimere corrispondenze tra i gusti di base della prima e gli elementi sonori della seconda. Il metodo seguito è stato quello individuato da Knoeferle e Spence, che riassume i risultati di una serie di studi condotti da diversi gruppi di ricerca: alto equilibrio spettrale, articolazione staccato, ritmo sincopato, tono acuto, tra gli altri, sono elementi musicali /psicoacustici che corrispondono all'acidità. Il suono del pianoforte produce invece effetto sui livelli percepiti di dolcezza. Nella creazione del gingle non sono stati rilevati elementi musicali /psicoacustici predominanti che avrebbero avuto un effetto modulato-

rio sull'amarrezza percepita. L'esperimento ha coinvolto diversi gruppi di volontari, in totale 231 persone, che hanno assaggiato la stessa birra in tre diverse condizioni. Al primo gruppo è stata presentata una birra senza etichetta, al secondo gruppo una birra etichettata e al terzo gruppo una birra etichettata accompagnata dalla clip di una canzone valutata come congruente con il profilo della birra. In generale, l'esperienza di degustazione della birra è stata giudicata più piacevole con la musica rispetto a quando la degustazione è stata condotta in silenzio, ancor più se le persone conoscevano la canzone o la band che l'aveva composta. Questi risultati supportano l'idea che le esperienze di degustazione abbinata al suono possano integrare il processo di sviluppo di nuovi prodotti, sia bevande che, presumibilmente, cibi). Il suggerimento derivato da questo studio è quello di coinvolgere musicisti e ricercatori insieme ai birrai nel processo di sviluppo della birra, un modello davvero interessante per il futuro. Ad oggi è accertata l'influenza del suono sulla degustazione, sul gradimento del prodotto consumato, addirittura sulla disponibilità a pagare di più quel prodotto se saputo offrire con questa caratteristiche





La birra ceca più venduta e apprezzata al mondo è arrivata in Italia. Kozel con i suoi 4,5 milioni di ettolitri venduti a livello globale, è già presente in 48 Paesi. Già dal lancio, sarà disponibile nella versione Premium Lager e Dark Lager, riconosciute universalmente per la piacevole bevibilità, tanto da aver ricevuto oltre 200 premi (fra cui il primo posto all'International Brewing Awards e al World Beer Award) per la loro qualità.

Kozel arriva in Italia

"LA BIRRA CON UN VILLAGGIO DENTRO"

OSSERVATORIO

Kozel si unisce al portafoglio dei prodotti premium di Birra Peroni e mira a diventarne uno dei principali brand. Sarà prodotta in Italia, nello stabilimento di Padova, nel pieno rispetto della ricetta originale che prevede un'attenta selezione delle materie prime e la doppia decozione. Un risultato possibile grazie alla collaborazione tra i mastri birrai e agli alti standard di produzione. Kozel Lager è una birra dal gusto ricco e morbido, con un delicato aroma di malto e luppolo, mentre Kozel Dark è una lager scura e corposa, sorprendentemente rinfrescante. Come tutte le lager premium ceche, anche Kozel ha un gusto ricco ma si beve piacevolmente; caratteristiche che le distinguono dalle altre birre europee. La storia di Kozel, iniziata circa 150 anni fa in Repubblica Ceca, nel piccolo villaggio di Velké Popovice, continua oggi nel nostro Paese, portando i suoi valori di tradizione, ospitalità e collaborazione. *Gli ultimi trend del mercato birrario raccontano come la birra sia sempre più sinonimo di convivialità. Più di 8 italiani su 10 non hanno dubbi: la birra è adatta a qualsiasi occasione (86%) e favorisce la socializzazione (86%). Il gusto rimane il principale driver di scelta (38%), seguito dal legame della birra con la tradizione (22%). La scelta di portare Kozel in Italia risponde ai bisogni e alle scelte dei consumatori che sempre di più sono alla ricerca di un approccio spensierato e divertente, di un'esperienza di consumo nuova e di altissima qualità ma soprattutto fedele ai valori di collaborazione e ospitalità. Il payoff "C'è un villaggio dentro" riassume l'anima più autentica di Kozel fatta proprio di questi valori, afferma Francesca Bandelli, Marketing & Innovation Director Birra Peroni. Diamo dunque il*





benvenuto non a una birra qualunque ma alla birra ceca più venduta al mondo, apprezzata a livello internazionale perché unisce il suo carattere innovativo alla lunga tradizione nella produzione della birra. Per il lancio di Kozel è stata ideata una campagna di comunicazione senza precedenti. Al centro della narrativa, Olda, il caprone simbolo vivente, da oltre 40 anni, del rispetto per la tradizione della birra e dei valori della comunità e il suo partner in crime Frank Matano. I due sono stati complici dell'attività di lancio iniziata sui loro canali social IG e FB. Dal web sono arrivati in TV con la partecipazione di Olda e Frank alla finale di Italia's Got Talent. Fino allo spettacolare coinvolgimento della città di Milano con la comparsa di orme e strani cartelli, attività culminata nell'installazione in piazza Gae Aulenti di un caprone in legno gigante alto oltre 14 metri e che è stato poi teatro di un digital live show di reveal unico nel suo genere. L'obiettivo era raccontare agli italiani i valori del villaggio in cui è nata Kozel: "C'è un villaggio dentro" è il payoff del nuovo brand che riassume l'anima più autentica di Kozel che la rende un prodotto unico sul panorama delle lager premium internazionali. La campagna continuerà in TV con uno spot pubblicitario dedicato che sarà on air a partire dal 2 maggio fino alla metà di luglio: 10 settimane di programmazione continuativa sulle principali reti oltre che sui più importanti canali satellitari pay e digitali. Kozel Lager e Kozel Dark saranno disponibili su tutto il territorio nazionale grazie ad una distribuzione capillare nei più importanti punti di consumo, bar e ristoranti e nelle più grandi insegne di supermercati della grande distribuzione.





Continuate a seguirci su www.birraandsound.it [birraandsound](https://www.facebook.com/birraandsound)

Anno 22 n°2 - 2021

Periodico Bimestrale

Direttore editoriale

Piero Ceccarini

Direttore responsabile

Paolo Tosti

Editrice

Extramoenia s.r.l.

Viale Mazzini 120

03100 Frosinone (Fr)

amministrazione@birraandsound.it

Redazione

Daniela Morazzoni

Piero Ceccarini

Roberta Ottavi

Alessio Ceccarini

Marcella Fucile

Guja Vallerini

Anna Ferretti

Salvatore Ascesa

Gianna Cassetta

Alessandra Agatello

Collaborazioni tecniche

Anna Scognamiglio

Francesco Stufara

Redazione, grafica ed impaginazione

IES

Via G. Di Vittorio, 17

Bastia Umbra (Pg)

075.5292186

redazione@birraandsound.it

Stampa

Graphic Masters

Via Manna, 89

06132 Perugia (PG)

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



In Questo Numero

INSERZIONISTI PUBBLICITARI

Arte-Bier	Pag	51
www.arte-bier.de		
Beer Gravity	Pag	III
www.beergravity.com		
Birra Flea	Pag	41
www.birraflea.com		
Birrificio Bari	Pag	45
www.birrificiohari.it		
Birrificio I Due Mastri	Pag	40
Tel. +39 0574 176 0708		
BitBurger Braugruppe	Pag	II
www.bitburger-international.it		
B&S WEB	Pag	11
www.birraandsound.it		
Bononia Marketing Service srl	Pag	17
www.bononiamarketing.it		
Demetra	Pag	57
www.demetrafood.it		
Diber Bevande - Aldersbacher	Pag	7
www.demetrafood.it		
GG3	Pag	23-59
Tel. +39 0775 224034/35		
Haacht Super 8	Pag	10
www.haacht.com		
HB München	Pag	29
Tel. +49 8992105/0		
Kiem	Pag	5
www.birrekiem.com		
Kühbacher	Pag	9
www.kuhbacher.com		
Radeberger QBA	Pag	IV
www.qualitybeeracademy.it		
Svevi	Pag	58
Tel. +39 050 804683		
Tebs Draft	Pag	8
www.tebsdraft.com		
Theresianer	Pag	19
www.theresianer.it		
VDGlass	Pag	43
www.vdglass.it		

PER IL TUO ABBONAMENTO

Per l'abbonamento annuale alla rivista bimestrale Birra&Sound effettuare un versamento di € 15,00 intestato a:

Extramoenia srl

Viale Mazzini 120 Scala D

03100 Frosinone - FR

Bonifico bancario:

IBAN UNICREDIT

IT 33 H 02008 74630 000500023822

Indicare la causale:

Abbonamento Birra&Sound.

Inviare la seguente cedola, allegando copia del versamento effettuato,

alla mail: redazione@birraandsound.it

o per posta a: Extramoenia srl

Viale Mazzini 120 Scala D

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

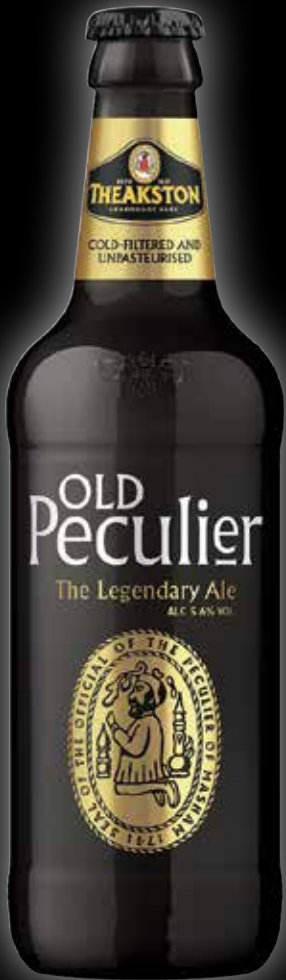
cap

città

provincia

partita iva

BEEA GRAVITY



BISTROT, ACADEMY, BEERSHOP

IL POSTO CHE MANCAVA, ORA C'È.

Quality Beer Academy apre a Genova
il suo primo **flagship store**.
Craft Beer da tutto il mondo abbinate
a grandi piatti e presidi Slow Food,
corsi di degustazione e beershop
con **oltre 100 etichette**.

Partner
**Master
of Food**
Slow Food Italia



Missione rifiuti zero ed energia 100% green.

QBA Craft Beer, Food & Beershop utilizza solo energia rinnovabile grazie alla partnership con **CVA energie**. Le birre di QBA sono disponibili in confezioni riciclabili: bottiglie di vetro e lattine. Inoltre, grazie alla partecipazione con il **progetto PlasTiPremia di AMIU Genova**, promuove e incentiva la raccolta della plastica da parte dei cittadini.

In collaborazione con:



Rinnovabili da sempre



Via Malta 15/R • Via Granello 38/R - GENOVA

www.qualitybeeracademy.it

Seguici su 