

# Rossini a Firenze, come scappare dal turistame

nostro inviato a Firenze

●Penso al ristorante **Rossini**, in riva all'Arno a Firenze, e mi stupisce che la *Michelin* nemmeno lo citi, però anche io, che stimo molto il suo cuoco, **Andrea Mazzoni**, tanto da annoverarlo tra i protagonisti all'ultima edizione di **Identità Golose**, premio **Petra** come giovane d'oro, trovo che la sua cucina e le sue qualità in certi momenti stridano con il locale in cui lavora.

Il capoluogo toscano è così assediato di turisti che mi ricorda una donna bellissima ma vestita di stracci, dalla quale a un certo punto scappi, stufo di vederla buttarla via. E i turisti a Firenze sono così tanti e invadenti che da tempo ne condizionano la proposta a tavola, uguale ovunque.

Ben venga quindi un locale che vuole distinguersi dalla massa con una sincera e autentica cucina d'autore; per di più in un ambiente tranquillo, elegante e pulito, dove non devi attendere il tuo posto in piedi accanto a persone che vorrebbero finire di cenare senza pressioni e dove mangi senza il solito casino vocante per sottofondo. Il problema è che il **Rossini** sembra avere altri difetti grandi come i pregi della sua cucina: visto il nome, non si prescinde dalle opere di **Gioacchino** (e altri); in sala domina il buio per coppie a **San Valentino**, tipologia "lume di candela" che non mi ha mai entusiasmato; e poi ecco un responsa-

**ROSSINI**  
Lungarno Corsini 4  
**FIRENZE**  
**Telefono:** 055.2399224  
**Sito:** ristoranterossini.it  
**Chiusura:** sempre aperto  
**Prezzi medi:** antipasti 19; primi 21, secondi 31 e dessert 12 €  
**Degustazione:** 62/78 €  
**Coefficiente di difficoltà:** buono, cucina d'autore

bile di sala che, non richiesto, ti racconta la sua vita. Morale: perché non provare a essere genuinamente se stessi, specchiandosi in una valida cucina, e non un qualcosa che non si capisce esattamente cosa vuole essere?

Il meglio arriva concentrando sulle creazioni, saporite, geniali e gradevolissime, di **Mazzoni** a iniziare da un antipasto di mare sviluppato in verticale, il Polpo di scoglio con cannellini, fave e piselli, splendido cromaticamente e riccamente pastoso in bocca, per nulla gommoso come spesso accade quando il polpo è battuto poco e cotto ancora meno. Ottimi **Gnudi** (in pratica dei

grossi gnocchi) di ricotta e mozzarella di bufala con pinzimonio di verdure (a julienne), colori vivi, un simpatico giocare su bianco, rosso e verde, con un piatto che si sviluppa in orizzontale, linee da colline basse e arrotondate. Quindi squisito Tonno in infuso di olive nere con brodo di cipolle di Tropea e tapioca, note positive, intense e persistenti, che impongono una meditata pausa prima, nel mio caso, di passare a una deliziosa Macedonia al cartoccio con i cubi di banana, mango e ananas grigliati alla piastra, e a ciliege cotte e abbinate a un sorbetto all'olio d'oliva. Mmm, ottimo.  
E-mail: paolo.marchi@ilgiornale.it

Sempre più persone non si accontentano più di un prodotto generico, ma desiderano conoscerne gusti e tipicità

## Birra, e vuoi sapere cosa bevi

In Italia 170 marchi diversi e una gran voglia di pasteggiare al ristorante con bionde, rosse e nere

Paolo Marchi

●Uno dei più fortunati slogan pubblicitari è legato a un **Renzo Arbore** cinquantenne che si accingeva a bere una bionda pronunciando poche, ma decisive parole: «Birra, e sai cosa bevi». Ero vero, raro caso di pubblicità che non diceva bugie o nascondeva trucchi. Peccato però che a lungo pochi andavano oltre quelle cinque lettere, una b, una i, due erre e una a. Ai più bastava letteralmente sapere che nel boccale c'era della birra, intesa come bevanda dissetante e poco alcolica, e tanti saluti al reale mondo birroso che non è certo riducibile a un qualcosa un gradino sopra la gazzosa e uno sotto il frizzantino da uve ignote.

Era un consumo di scarso spessore, come quei camerieri che, senza nemmeno informarsi su cosa avresti mangiato, ti chiedevano «rosso o bianco, signore?», che se uno era di luna storta rispondeva «un rosato di lungo invecchiamento» e poi si metteva in attesa della reazione. A livello di birra nemmeno questo, al ristorante era già tanto se ne trovavi una generica, al punto che un'eventuale domanda tipo «bionda, rossa o nera signore?» avrebbe rappresentato un passo in avanti. Ma non mancavano le eccezioni senza logica, come la **Corona**, a un certo punto presente ovunque, una moda in una nazione dove nel 1996 erano presenti sul mercato 86 diversi marchi birrai.

E se 86 può sembrare chissà quale abbondanza, per ricredersi basta leggere la ricerca appena ultimata da **Assobirra**, l'associazione degli industriali della birra e del malto, [www.assobirra.it](http://www.assobirra.it), che domani a Milano presenterà una serie di iniziative legate a un più qualificato consumo di un prodotto che merita di essere conosciuto a fondo. In dieci anni la scelta è in pratica raddoppiata, passando da 86 a 170, anche se rimangono i cenerentoli d'Europa quanto a consumi. Fatta la media continentale, 29 litri a testa, valore costante dal '95, ci attestiamo a circa un terzo con 29 litri annui a testa contro i 24 di undici anni fa. Nei tre mesi estivi, i più caldi, ogni italiano ne beve 14 litri. Tanto? Non ci vuole poi molto, bastano due lattine da 33 centilitri e ci siamo senza accorgercene. Crescono i siti dedicati, ad esempio [www.mondobirra.org/micro](http://www.mondobirra.org/micro), le offerte, con i supermercati a farla da padrone (il 53,7%



FRESCHENZA È la prima cosa che in estate si richiede a una birra

della birra è venduta lì, dato in crescita, contro il 38,5% di bar, pizzerie e ristoranti, dato in discesa), escono guide e cresce il collezionismo, riparte la produzione alla **Pedavena**, [www.birrieriapedavena.info](http://www.birrieriapedavena.info), vicino Feltre in Veneto, proliferano i microbirrifici riconducibili a **Unionbirrai**, [www.unionbirrai.com](http://www.unionbirrai.com). L'ultimo è stato inaugurato a fine giugno a San Cassiano di Moriano in provincia di Lucca, il **Bruton**, che tra i padri ha anche un produttore di vino, **Agostino Lenci**, titolare dell'azienda vitivinicola **Fattoria di Magliano** in Maremma. E a Spigno Saturnia, in provincia di Latina, ecco **Top Malto**.

Soprattutto, quando oggi pensi alla birra non ci si accontenta più di sapere che nel bicchiere c'è birra, si vuole sapere che birra è, con i grandi produttori che non possono rimanere fermi e si mettono a correre pure loro dietro ai gusti di una vasta clientela potenziale. Si tenga ad esempio conto che 7 italiane su 10 non bevono birra. I colossi, riuniti in **Assobirra**, si chiamano **Heineken**, 34% della produzione nazionale grazie anche alla **Moretti**, **Peroni** con il 25, **Carlsberg** con il 9 e **Inbev** (sue **Leffe** e **Beck's**) con il 7, quinto associato la **Teresiana** per un totale di 16 stabilimenti sul suolo nazionale che danno la-

### IL PREMIO

#### Moretti d'oro

La **Moretti** è nata nel 1859 a Udine nella Fabbrica di Birra e Ghiaccio fondata da **Luigi Moretti**. Dieci anni fa fu acquistata da Heineken Italia che l'ha fatta conoscere ancora di più nel mondo. L'ultimo exploit la medaglia d'oro e quella d'argento alla **World Beer Cup** di Boulder in Colorado, evento che ha richiamato 2.221 partecipanti provenienti da 540 birrifici di 56 Paesi diversi. La **Moretti** ha vinto nella sezione European-Style Pilsener, dedicata alle birre bionde/oro di corpo medio, realizzate con varietà di cereali, riso, orzo, frumento, e si è classificata seconda La Rossa nella sezione Traditional German-Style Bock, dedicata alle birre scure (non è una contraddizione) prodotte secondo la tradizione tedesca utilizzando interamente malto con bassissima incidenza di aroma e sapore di luppolo. Nella passata edizione invece, nell'aprile 2004, conquistò il terzo posto con la **Moretti Doppio Malto** nella sezione Strong Ale or Lager.

voro a 25mila persone. Siamo i noni produttori dell'Unione Europea dopo Germania, Regno Unito, Spagna, Polonia, Francia, Repubblica Ceca, Olanda e Belgio. Non sorprende, visto che l'inasprimento fiscale negli ultimi due anni ha portato a una contrazione della produzione, scesa da 13,1 milioni di ettolitri del 2004 a 12,7 nel 2005. È aumentata l'importazione, da 4,8 a 5,2 milioni, soprattutto da Germania, Olanda e Danimarca, segno che la birra piace e che non andrebbe tassata, ma assecondata nella crescita per non frenarla.

La **Makno**, in collaborazione con **Assobirra**, ha studiato la realtà confermando quello che è nell'aria, il desiderio degli appassionati di saperne di più, di andare al ristorante e di avere anche una carta delle birre e così via. La decima indagine ha interessato 1.998 persone in maggiore età. Ha detto **Mario Abis**, presidente della **Makno**: «Nel '97 appena il 34,8% diceva che prestava attenzione al valore della birra in sé, ora siamo al 54,5». Questa data va a braccetto con un altro: il 17,4 la beveva per abitudine, adesso appena il 5,1. Insomma, quasi più nessuno procede per forza di inerzia. Addirittura, il 22,1% la beve da solo, la degusta come fosse un grande rosso o un vino da meditazione. E sempre più clienti al ristorante apprezzano il sommelier che va oltre il vino e propone una birra tanto che il 47,5 vorrebbe una carta specifica. Rognone, ricci e birra? Succede da **Cracco-Peck** a Milano così come al **Piccolo Lago** di Verbania c'è una carta che attinge da ben 102 microbirrifici. Un pioniere della birra nella ristorazione è **Lucio Pompili** del **Symposium** a Cartoceto nelle Marche e un fedelissimo **Marco Bistarelli** del **Postale** a Città di Castello in Umbria che, eletto presidente dei giovani ristoratori, [www.jre.it](http://www.jre.it), ha convinto tutti gli iscritti a imitarlo. E **Marco Bolasco**, direttore della guida del **Gambero Rosso**, massimista esperto di birra tra i critici gastronomici, si ricorda come nel '98 **Giorgio Pinchi** gli disse che la birra non sarebbe mai entrata nella sua enoteca a Firenze, cosa invece successa da poco per il semplice motivo che solo gli sciocchi non fanno i conti con la realtà. Ci si può solo augurare che non spuntino i tromboni capaci di distinguere mille e un retrogusto, magari riciclati dal mondo del vino, abbandonato dopo averlo reso insopportabile.

### UN EVENTO SLOW DA NON PERDERE

#### Ottobre è il mese del Salone

Brando Franchi

●Edizione 2006 del **Salone del Gusto**, la sesta, evento di gola intelligente che dal 26 al 30 ottobre prossimi procederà, a Torino e in tutto il Piemonte, a braccetto con **Terra Madre**, kermesse aperta al pubblico la prima a differenza della seconda che avrà per protagonisti circa cinquemila produttori ecocompatibili e biodiversi del pianeta, contadini, pescatori, pastori e via così, di umiltà in umiltà, che discuteranno tra di loro incontrandosi anche con un migliaio di cuochi provenienti dal globo intero. Scopo di **Terra Madre** è quello di dare sfogo commerciale a realtà produttive di nicchia estrema che rischiano di essere schiacciate dalla grande distribuzione e dalle produzioni di massa perché viaggiano, andando al punto centrale, su livelli economici completamente diversi tra loro. Il **Salone del Gusto** dal canto suo, avrà per tema «il Buono, il Pulito e il Giusto», [www.slowfood.it](http://www.slowfood.it), secondo una visione che vede chi acquista non come un consumatore passivo, magari imbottito di pubblicità, ma come una sorta di coproduttore, disposto anche a pagare un po' di più un certo formaggio, un certo ortaggio o un certo caffè perché sa che così può contribuire a preservare più integro (o meno malato) il pianeta, dando anche dignità a lavori che di solito sono all'ultimo gradino della considerazione sociale, più spesso un po' sotto piuttosto che un po' sopra la soglia della povertà. Così «buona, pulita e giusta» deve essere la qualità secondo **Slow Food**, come ha ricordato il nuovo presidente **Roberto Burdese**, molto lucido anche nel fotografare la singolare situazione di «separati in casa» con il **Gambero Rosso** «che forse fatica a capire la dimensione mondiale che il nostro movimento sta assumendo a scapito del peso della sezione italiana, senza contare che è più facile litigare con la moglie che con l'amico che vedi ogni due anni». Tra le innumerevoli situazioni legate al salone, a rientra sotto la voce **Appuntamenti a tavola**, un ricco fuori salone che vedrà tanti chef cucinare un po' ovunque in regione, cene a cui ci si può già iscrivere tramite il sito, momenti unici perché l'alternativa è spostarsi addirittura in altri continenti.

### DOLCEZZE

#### La dispensa di Maria è uno scrigno di bontà

●**Domenico Del Vecchio** è il simpatico titolare in Puglia di **Divi Conserve**, un punto goloso a Mariotto in provincia di Bari, 080.3736182, [www.diviconserve.com](http://www.diviconserve.com). La caratteristica di questa realtà particolarissima, in una regione famosa per i prodotti sottolio o sottaceto, nasce dalla passione del titolare e di sua moglie **Maria**, il cui nome campeggia sull'etichetta di una linea di conserve assolutamente originali e buone: **Dalla dispensa di Maria**. Viene utilizzata frutta del posto, frutteti coltivati in asciutto (i terreni non sono irrigati), poche quantità ma di elevata qualità, vasetti ricolmi di fichi caramellati interi e di uva caramellata intera, nonché zucca, melecotogne e fiori a pezzi da gustare con gocce di rum, gelato fiordilatte o alla vaniglia, formaggi erborinati o di fossa ma anche il più delicato e fresco squacquerone. E ancora la mostarda di mele con lo speck, i fichi con colato sopra il cioccolato, la crostata sempre con i fichi caramellati e all'infinito ogni abbinamento che la mano esperta in cucina sa eseguire.

### CON IL GIORNALE

#### Tutte le squisitezze di Venezia e del Veneto

●Dopo il ricettario dedicato alla Sardegna, con quello in edicola martedì prossimo, 11 luglio, **La Grande Cucina Regionale Italiana** (per informazioni sugli arretrati e le uscite future, per un totale di venti, telefonare allo 02.8566366) torna a occuparsi delle leccornie di una regione del Nord: il **Veneto**. La collana curata dall'editore **Food** e abbinata ogni martedì al **Giornale** al prezzo di 6,90 €, che sta per giungere all'uscita numero 17, tra quarantotto ore prenderà in esame le peculiarità, i prodotti tipici e le ricette che più rispecchiano l'anima veneta, non solo attraverso i piatti e le ricette più acquoline e gradevoli ma anche le sagre e i più importanti appuntamenti che scandiscono il tempo a Venezia e in tutte le province nella terraferma come la sagra del pesce a metà luglio a Chioggia e quella del bollito con la pearà a Isola della Scala in provincia di Verona a novembre. E tra le leccornie da mangiare ecco i Bigoli in salsa e la Pastissada de manzo, le Sarde in saor e la Focaccia di Pasqua, che, attenti, è un dolce.

**CORMONS**  
Cantina Produttori

**A Casa e al Ristorante.**

Via Vino della Pace, 31 - Cormons  
Tel. 0481 60579/62471 - Fax 0481 630031  
[www.cormons.com](http://www.cormons.com) - [info@cormons.com](mailto:info@cormons.com)

