

1986-2011 LE AZIENDE, I PROTAGONISTI



*Sua
Eccellenza
Italia*

ALBO D'ORO

Sua Eccellenza Italia

LE TESTIMONIANZE

da pag 7

Andrew Bell

Giorgio Bertoni

Thierry Desseauve

Gioacchino Bonsignore

Eva Cantarella

Veronika Crecelius

Giacomo Dente

Anna Di Martino

Fiammetta Fadda

Fede&Tinto

Marisa Fumagalli

Bruno Gambacorta

Andrea Granelli

Licia Granello

Paolo Marchi

Giorgio Morelli

Giorgio Mulè

Francesco Occhetta

Gigi Padovani

Barbara Palombelli

Davide Paolini

Paola Ricas

Antonio Romano

Anna Scafuri

Marcello Sorgi

Serena Sutcliffe

Enzo Vizzari

LE AZIENDE

| | |
|---|---------|
| A | pag 34 |
| B | pag 81 |
| C | pag 138 |
| D | pag 243 |
| E | pag 278 |
| F | pag 287 |
| G | pag 330 |
| H | pag 375 |
| I | pag 383 |
| J | pag 393 |
| K | pag 397 |
| L | pag 402 |
| M | pag 430 |
| N | pag 496 |
| O | pag 502 |
| P | pag 515 |
| Q | pag 586 |
| R | pag 590 |
| S | pag 623 |
| T | pag 685 |
| U | pag 720 |
| V | pag 727 |
| W | pag 769 |
| Z | pag 773 |

Andrew F. Bell, American Sommelier

LA MIA EDUCAZIONE SENTIMENTALE

GRAZIE PER AVER INVITATO American Sommelier a partecipare alla cerimonia per il venticinquesimo anniversario del *Gambero Rosso* e di *Vini d'Italia*. Mi sento davvero fortunato ad essere qui. Il *Gambero Rosso* e la sua Guida dei Vini sono stati una parte importante della mia educazione e dei miei studi enologici: la sua lettura, i viaggi e gli assaggi sono stati fondamentali per capire il mondo del vino italiano, e soprattutto è diventato un elemento chiave tra gli strumenti didattici per l'insegnamento del vino italiano nei nostri corsi.

COLGO QUEST'OCCASIONE PER CONGRATULARMI con voi e con tutta la squadra degli assaggiatori per l'alto livello dell'informazione che la guida offre ogni anno al professionista come all'appassionato di vino. Negli ultimi 25 anni la quantità e la qualità dei vini italiani disponibili sul mercato americano sono cresciuti in maniera esponenziale. Oggi è difficile trovare una carta dei vini senza almeno un'etichetta italiana di alto livello.

A NEW YORK, POI, C'È UN UNA FORTE TENDENZA, nei ristoranti che fanno cucina italiana o ispirata all'Italia, a creare dei menù che ruotano esclusivamente intorno al vino italiano, con carte dei vini che offrono continuamente vini di nuove aziende e di zone enologiche emergenti. E questo fenomeno, in continua crescita, è dovuto in gran parte al lavoro del *Gambero Rosso* che presenta, valuta e cataloga i migliori produttori italiani. Il *Gambero Rosso*, insomma, dà la possibilità ai sommelier di ogni paese di accrescere la propria cultura e fare scelte intelligenti e motivate. A nome del mio Comitato Esecutivo, del Consiglio Direttivo di America Sommelier e di tutti i nostri associati, sono eccitato dall'opportunità di collaborare più strettamente e di dare un contributo ulteriore allo sviluppo della conoscenza e all'apprezzamento del vino italiano negli Stati Uniti d'America. Buona fortuna!

Giorgio Bertoni, Italia Oggi

25 ANNI, UN'INIZIATIVA MERITORIA

IN QUESTI ULTIMI ANNI si sono accesi riflettori potentissimi sulla ristorazione: da quella stellata, con i suoi grandi chef assurti a star del sistema mediatico, a quella meno prestigiosa, che propone però, spesso con ottimi risultati, la cucina del territorio, con tutte le sue sfaccettature e con un buon rapporto qualità prezzo. Questa visibilità ha portato l'italiano medio ad avvicinarsi alla cultura del cibo.

TALE NUOVA REALTA HA PERÒ CONFINATO in un cono d'ombra l'industria del food, oscurata anche dalla moda del chilometro zero. L'industria alimentare ha però proseguito sulla sua strada. A riprova che essa resta una colonna portante dell'economia nazionale, basta verificare le cifre dell'export del settore, che nel 2010 si sono attestate, secondo Federalimentare, a 21 miliardi di euro, +10,5% rispetto al 2009, con punte del +23,6% nel lattiero-caseario e del +12,2% in quello enologico. Una crescita destinata a ripetersi nel 2011, anche se con dinamiche forse un po' meno accentuate.

TUTTO QUESTO DIMOSTRA la vitalità delle oltre 6 mila aziende del comparto, grandi e meno grandi, che operano in Italia. È quindi assai meritoria l'iniziativa del *Gambero Rosso*, che finalmente mette in luce anche le eccellenze industriali del made in Italy, le uniche, per altro, in grado di competere sui mercati esteri con la loro forza commerciale, gli accordi di import-export, la capacità di penetrare nei vari canali distributivi. Un'iniziativa che auspico possa aiutare a riconciliare i consumatori con una realtà importante e vitale dell'economia nazionale.

Thierry Desseauve, Le Guide des Vins de France

VERSO L'EUROPA DEL GUSTO

PER TUTTI GLI APPASSIONATI DI VINO, di cibo e, in generale, di tutte le cose buone della vita, l'Italia rappresenta una specie di paradiso dove i sensi sono continuamente stimolati. Per un francese con queste passioni l'Italia rappresenta un paese fratello, per alcuni aspetti molto differente, con il quale condivide però i valori del buono e del ben vivere. Ho scoperto il vostro Paese da quando ho avuto l'età per andare in vacanza senza i miei genitori, e ricordo ancora la felicità che provavo nell'entrare in una trattoria di Bergamo, di Firenze o di Bari, attendendo affamato ed eccitato un piatto di spaghetti alle vongole o delle semplici bruschette accompagnate da una caraffa di Chianti.

IL MIO GUSTO E LA CONOSCENZA DELL'ITALIA si sono affinati nel corso degli anni, grazie, in particolare, alle guide del *Gambero Rosso*, di cui riesco a malapena a decifrare (mi spiace, ma non parlo ancora la vostra lingua!) note e commenti. E come per molti altri, il mio amore per l'Italia s'è costruito con la complicità del *Gambero Rosso*. Più avanti negli anni ho incontrato i giornalisti e i dirigenti di questo bel gruppo multimediale. E allora ho scoperto che il *Gambero Rosso* è anche una bellissima avventura umana, che somiglia molto, per le ambizioni ed i principi cui s'ispira, a quella che ho costruito con Michel Bettane dall'altra parte delle Alpi. Oggi ho il piacere e l'orgoglio di scrivere ogni mese sulle pagine della rivista, e di festeggiare - come ogni anno da due anni - l'alleanza dei grandi vini italiani e francesi il 14 luglio alla Città del gusto. E in questa Europa, che non cessa di costruirsi seppure con difficoltà, ho l'impressione che almeno l'Europa del Gusto, lei sì, stia prendendo forma con entusiasmo e sapore! Bon anniversaire et longue vie au *Gambero Rosso*!

Gioacchino Bonsignore, L'Espresso Canale 5

L'INVASIONE DEGLI ULTRAGUSTI

IN QUEL 1986 ERANO 22MILA I NEOFORCHETTONI iscritti all'Arci Gola che il primo numero del *Gambero Rosso*, allora inserito in *il manifesto*, intercettò come tendenza che si andava affermando nel nostro Paese. Una copertina storica che fotografava in realtà, quello che in Italia accadeva da anni. La copertina e l'intuizione di Stefano Bonilli davano così per la prima volta dignità giornalistica e politica ad un fenomeno che fino a quel momento era rimasto sul piano di una carboneria – o carbonara – golosa. Erano contenuti che da quel momento fecero il loro ingresso trionfale nel mondo dei media. Tutti sappiamo che cosa è accaduto negli ultimi 25 anni, dai giornali alla televisione fino al cinema, il cibo è diventato un elemento centrale della comunicazione. Anzi direi indispensabile.

OGGI CHIUNQUE VOGLIA CIMENTARSI in un'impresa editoriale rivolta al grande pubblico deve tenerne conto. Nell'era della rete e della comunicazione globale tutto questo è ancora più vero, se si pensa cosa muove internet nel settore. Dunque tutti noi che per lavoro o passione ci dedichiamo a questo mondo non possiamo che ringraziare gli amici del *Gambero*. Solo un piccolo rimpianto, prima di quel fatidico 1986 eravamo tutti un po' più romantici e la scoperta di un "posticino" dove cucinano da dio, era condivisa tra pochi amici e spesso tenuta gelosamente segreta. Oggi non è più così.

Eva Cantarella, storica

DALL'ANTICHITÀ AD OGGI

GLI CHEF ERANO PERSONAGGI MOLTO POPOLARI anche nell'antichità.

Nel mondo greco, alcuni erano vere e proprie celebrità. Uno di essi, di nome Mithaeus (di cui parla Platone, nel *Gorgia*), era noto nientedimeno che come "il Fidia della cucina". Ma i cuochi più noti non erano ateniesi, provenivano dalle colonie in territorio italico. I cuochi siciliani, in particolare, furono gli autori dei primi libri di ricette. E i buongustai erano tanti che, si dice, a Sibari venne approvata una legge che dava agli inventori di nuove ricette il copyright per un anno. Sembra anche che i pescatori e i venditori di anguille -il pesce in assoluto più pregiato- fossero dispensati dal pagamento delle tasse.

NON MENO APPASSIONATI DI CUCINA DEI GRECI erano i romani, che tra le tante cose, ci hanno lasciato in eredità anche alcuni dei loro piatti. O meglio dei loro condimenti: spesso infatti, negli ultimi tempi, è capitato e capita a me, come a molti altri, di sentirmi offrire dei cibi (di regola, ma non solo spaghetti) conditi con "colatura": il condimento universale dei romani, allora chiamato *garum*. Per chi volesse i particolari, ecco la ricetta: "salate in un recipiente le interiora di pesci e aggiungetevi pesci di piccola taglia, come sardine, triglie, menole e bavose, dopo aver salato anche queste lasciate seccare al sole, mescolando spesso. Quando il tutto è ben marcito, setacciate e gettate la massa rimasta nel setaccio."

COME È OVVIO, IL GARUM VENIVA VENDUTO a prezzi diversi a seconda della qualità, che dipendeva dal tipo di pesce impiegato, da come questo era stato filtrato e dal fatto che fosse più o meno "puro" (spesso era mescolato con vino, olio e aceto). Ovviamente raffinata, ed eliminate le preoccupanti interiora, la colatura (che oggi si fa con le sole alici) altro non è che il *garum*. Per gustarla senza pregiudizi, meglio non sapere (o dimenticare) che a Roma serviva a eliminare i problemi dovuti alla mancanza di frigoriferi in cui conservare il cibo.

Veronika Crecelius, Weinwirtschaft

UNA CARTOLINA DALLA GERMANIA

IN GERMANIA ABBIAMO CONOSCIUTO il *Gambero Rosso* attraverso la guida *Vini d'Italia*. Non ho la prima edizione, ma quella del 1989, la seconda, e la nascita della Guida coincide con i miei primi passi professionali nel mondo enogastronomico. Alla fine del 1988 entrai nella redazione del mensile *Feinschmecker*. Fresca di università, non mi fu concesso subito l'amato reparto vino, però avevo la stanza a fianco del suo responsabile, e ogni giorno alle 17 si stappavano parecchie bottiglie, si degustava e si discuteva. Bevendo, ovviamente! Ricordo che la prima versione in tedesco è stata una "rivelazione" per noi: si sapeva ancora poco della rinascita del vino italiano ma la nostra curiosità era davvero grande. Potersi informare nero su bianco in un solo colpo su (allora erano) 600 aziende vinicole, con la loro descrizione e la valutazione dei loro vini, fu una cosa straordinaria per noi. Vi può sembrare poco, ma prima del 2.0 è stato un aiuto incredibile avere tutti gli indirizzi a disposizione :-).

INSOMMA, IN GERMANIA LA GUIDA, che chiamiamo ancora oggi *Gambero Rosso* invece di *Vini d'Italia*, ha regalato visibilità al vino italiano e diffuso senza dubbio una conoscenza più profonda, ha informato la stampa specializzata, che al *Gambero Rosso* si è ispirata (e ha rubato "a go-go" da voi), poi gli addetti del settore, con un enorme e indiscutibile influsso sul mercato. Chi lo vuole o lo può negare? Siete sempre la grande nave che resiste alle tempeste e agli ammutinamenti, rimanete coscienti della necessità di rinnovarsi in continuazione... Forse nel vostro Dna c'è un po' del "Bisogna cambiare tutto per non cambiare niente" di Giuseppe Tomasi di Lampedusa, e forse è questo che vi permette di tenere il passo della nuova generazione di appassionati di vino. Un abbraccio e grazie per il vostro lavoro e la compagnia in tutti questi anni.

Giacomo A. Dente, Il Messaggero

QUEL CHE BOLLE IN PENTOLA

È UN LUNGO VIAGGIO INTORNO AL MESTIERE di cuocere quello percorso dai nostri cuochi nell'ultimo quarto di secolo. Lungo la strada, non senza fatica né senza ultime resistenze accanite, si sono spenti i diversi provincialismi esterofilizzanti, da quello pseudo bocusiano – nouvelle cuisine dell'*agneau de pré-salé* e dei piattini civettuoli, a quello delle giapponeserie e delle stoviglie estetizzanti. Rimangono invece ancora reliquati forti del provincialismo catalano ferranadiano, ma passeranno anche quelli, per trovare, come è successo delle mode precedenti, sintesi equilibrate nel piatto. Per cogliere il vero segno di demarcazione tra la cucina degli anni '80 e quella del nuovo secolo bisogna allora muovere lungo due piani paralleli. Il primo è quello della grammatica della ricetta. È qui il discorso tocca la materia prima, oggi più che mai protagonista.

LA PROLIFERAZIONE DI TERRITORI, PRODOTTI, piccole patrie è diventato il vero segno dinamico del piacere gourmet, la base che dà respiro e profondità al talento del cuoco, che può così divertirsi a spingere la sfida al comune senso del sapore fino al livello della variazione sulle diverse tipologie di sale. Basterebbe da sola l'evoluzione della qualità della pasta, il prodotto più comune della tavola di tutti i giorni, per cogliere lo stacco tra i nostri anni e quelli del nascere delle diverse Guide gastronomiche. Il secondo piano riguarda la costruzione della ricetta. E qui il cambiamento profondo non è tanto legato alle nuove tecnologie, alla destrutturazione, al gioco delle consistenze, né sta nel viraggio verso gli stilemi dell'arte concettuale nella presentazione del piatto. La trasformazione rivoluzionaria è invece la nuova interazione cliente-cucina. Nell'ultimo quarto di secolo si è trasformato il cliente, diventato soggetto attivo, portatore di un gusto definito, di esperienze, con un senso preciso del sapore. È nato un "novus homo" che sparglia la staticità di rapporto col creativo in cucina. Da sempre committenze raffinate hanno prodotto momenti felici dell'arte. Forse siamo davvero alle soglie di qualcosa di simile anche per la nostra cucina.

Anna Di Martino, il Mondo

LA FOTOGRAFIA DEL BEL PAESE

QUANDO È NATO, QUEL DICEMBRE DEL 1986, il mercato del vino era in ginocchio, massacrato dallo scandalo del metanolo. Cinque lustri dopo, il *Gambero Rosso* festeggia i suoi primi 25 anni e il vino italiano è la prima voce dell'export agroalimentare nazionale. Rappresenta un giro d'affari di oltre 13 miliardi (escluso l'indotto), coinvolge 450 mila aziende agricole, dà lavoro, considerando l'intera filiera, a 1,2 milioni di persone, è il più esportato del pianeta e alimenta per oltre il 17% la produzione mondiale. Di chi è il merito? Dei vignaioli italiani, naturalmente. Dei tanti uomini e donne che a questo mondo stanno dedicando cuore, soldi e capacità. È anche vero, però, che dietro il rinascimento e la metamorfosi del settore vitivinicolo, c'è anche il decisivo contributo di realtà che hanno colto molto prima di altri le potenzialità del patrimonio enogastronomico nazionale, trasformando in business la propria passione per wine e food. Il pianeta *Gambero Rosso*, in prima fila, con tutti i suoi satelliti. Un passo dopo l'altro, «quelli» del *Gambero* hanno dato una spinta notevole alla formazione della cultura enogastronomica del Bel Paese.

«**A PARTE QUALCHE CENTINAIO DI RARE PERLE**, la realtà del vino da tavola è veramente scoraggiante», si leggeva nella presentazione della guida *I vini d'Italia 1988* creata da Daniele Cernilli e Carlo Petrini, «per dare al consumatore qualche buon consiglio per orientarsi in questo incantevole marasma che è il vino italiano». Era la seconda edizione, si parlava di 1.500 vini di 500 produttori. Distanti anni luce dalle migliaia di cantine e dalle decine di migliaia di etichette protagoniste delle guide degli anni Duemila. Queste fotografano e stimolano un sistema che nel frattempo ha cambiato pelle, passando attraverso momenti di euforia e anni di crisi come gli attuali, i cui effetti sono solo in parte mitigati dal costante progresso delle esportazioni. E confrontandosi con nuove norme operative, nuovi stili di vita, crollo dei consumi (dai 120 litri pro capite dei Settanta agli attuali 40), diversi modi di comunicare il brand e il valore del prodotto, peso dei media. Sfide dure. Wine e food sono oggi due bandiere incredibili del made in Italy nel mondo. E un valore aggiunto per l'economia del Paese. Che ricambia con straordinario disinteresse.

Fiammetta Fadda, Panorama

LE DATE AIUTANO LA PROSPETTIVA

1986: COSTOLA DE IL MANIFESTO, nasce il primo *Gambero Rosso*.

1976: Johann Willsberger, fonda il periodico tedesco *Gourmet*, repertorio di una nuova cucina che assume a modello la haute couture. 1983: con il titolo di *Grand Gourmet* ne arriva l'edizione italiana, che diventa punto di riferimento per la sprovvincializzazione della nostra gastronomia.

DUE UNIVERSI APPARENTEMENTE IN ANTITESI, algido e aristocratico quello di *Grand Gourmet*, vivace e democratico quello di *Gambero Rosso*, che già dava spazio ad artigiani, contadini, allevatori, aiutando il palato degli italiani a precisarsi intorno a una cucina conviviale meno appariscente, ma non meno attenta alla qualità. Tanto che quando sono arrivata alla direzione di *Grand Gourmet* nel '97, all'originario sottotitolo 'periodico di alta cucina' era stato aggiunto 'e bien vivre'. Era il riconoscimento che in Italia era in atto non solo un'evoluzione del palato, ma anche l'inizio di una condivisione consapevole e allargata, di un manipolo di neoinformati e neoappassionati curiosi, attenti, capaci di apprezzare con pari entusiasmo tanto il panino ben fatto quanto il piatto d'autore. Adesso si chiamano foodie, e se sono diventati un fenomeno collettivo è anche merito delle antenne del *Gambero Rosso* che ne ha anticipato e plasmato il gusto sdrammatizzando le etichette e continuando a reinventarsi senza mai perdere di vista i canoni fondamentali del suo successo.

A COMINCIARE DAL LINGUAGGIO delle guide e della rivista, depurato dal frasario pretenzioso che affligge tante pubblicazioni di cucina e di vino. Piacere e scorrevolezza, corroborati dal riscontro dei fatti: ogni appuntamento col *Gambero Rosso* mi conferma che siamo sulla strada del buono.

Fede&Tinto, Radio Rai

L'ARTE DI COMUNICARE IL GUSTO

QUANDO ABBIAMO COMINCIATO L'AVVENTURA di *Decanter* su Radio2, il nome *Gambero Rosso* era a noi molto distante, ci appariva come un' istituzione agiografica ed autoreferenziale e mai e poi mai avremmo pensato di poterla seguire. Il nostro modo di raccontare l'enogastronomia non è rivolto agli esperti del settore, come gli chef, gli enologi, i foodies, punta piuttosto al grande pubblico che ogni sera dopo il lavoro ha voglia di giocare con noi e magari di qualche spunto per la cena. Persone normali, semplici appassionati del gusto che mangiano per vivere e non vivono per mangiare; curiosi che non hanno mai partecipato ad una verticale di vino o comprato una rivista di alta cucina, che fanno la spesa anche al supermercato, gente che ha più dimestichezza col surgelato che con i piatti simili ai quadri di Burri. Agli eventi gourmet alla Città del gusto eravamo quasi in imbarazzo, ci sentivamo degli outsider in quanto non considerati "all'altezza". Come imbucati alla prima della Scala solo perchè ci avevano regalato dei biglietti. Un giorno ad un evento qualcuno esclamò: "ma voi cosa ci fate qui?"

DI ACQUA NE È PASSATA SOTTO I PONTI e la rivoluzione della comunicazione del cibo, che in questi anni ha raggiunto l'apice con i reality di cucina ed i best seller in chiave enogastronomica, ha modificato per sempre il modo di vivere l'enogastronomia. La Città del gusto si è aperta a tutti puntando anche su eventi glamour come il lancio della Range Rover Evoque, nel contempo il canale *Gambero Rosso Channel* è entrato nelle cucine di molti italiani facendoci venire l'acquolina in bocca con idee sfiziose e facili da replicare. La guida si è fatta umana e gli umani leggono la rivista. L'azienda è cambiata grazie all' abilità delle persone che la compongono, professionisti che conoscono profondamente la materia che trattano e amano visceralmente i prodotti che manipolano. Gente capace che non ha bisogno di gettare fumo negli occhi del lettore o del visitatore, al *Gambero Rosso* si parla come si mangia e si comunica come si beve... Auguri al *Gambero Rosso*, e lunga vita all' arte di comunicare il gusto!

Marisa Fumagalli, Corriere della Sera

PER UN PUGNO DI CRITICI. E DI FIRME

STAMPA&CUCINA. O MEGLIO, scrivere di gastronomia (e dintorni) sui quotidiani. Argomento esplosivo, talvolta "scoppiato", oggi: rubriche, personaggi, manifestazioni. Ce n'è per ogni gusto. Niente di ciò, quando cominciai a scrivere sul *Corriere della Sera*, nel 1985. Allora, c'era il mitico Massimo Alberini (scomparso nel 2000, a 91 anni), membro dell'Accademia della Cucina Italiana (Orio Vergani lo volle tra i fondatori) e storico. Un fuoriclasse, che, dalle colonne del quotidiano di Via Solferino, raccontava i fatti e i misfatti culinari. Poche volte l'anno, in occasione delle nuove edizioni della Michelin – allora, unica, autorevole Guida – o per recensire libri, e altro. Alternava le cronache culinarie alle circensi. Alberini, infatti, era un appassionato di Circo. Ricordo anche Edoardo Raspelli, oggi volto noto della tv, che debuttò come critico sul *Corriere d'informazione*, quotidiano del pomeriggio di Rcs, (dissoltosi, negli anni '80), con una rubrica, seguitissima. Giudicava i piatti, il servizio, lo stato delle toilettes dei ristoranti milanesi. Edoardo era un amico e talvolta mi chiedeva di seguirlo nelle avventure gastronomiche. Fu così che mi ritrovai in tribunale, sul banco dei testimoni, in sua difesa, dopo che due ristoratori, trafitti dai suoi giudizi, lo denunciarono. Vinse lui.

QUANTO A ME, CHE DA ALCUNI ANNI SCRIVO anche di argomenti enogastronomici sul *Corriere*, non sono né mi considero una specialista. Il mio mestiere è sempre stato quello di scrivere di cronaca e attualità. L'attrazione per il cibo e il vino ce l'ho da sempre. Da ragazzina, preparavo un'imbattibile zuppa inglese (che preferisco al tiramisù). Cucino volentieri, vantando l'estro e non la precisione dei veri cuochi. Non essendo una giovanetta, ho visto nascere il *Gambero Rosso*, in formato lenzuolo (mi piaceva moltissimo, un po' come il vecchio *Espresso*); ho seguito la crescita di Slow Food. Il mio pezzo enogastronomico d'esordio? La cronaca del primo Salone del Gusto di Torino. Rotto il ghiaccio, ho continuato.

Bruno Gambacorta, Tg2 Rai

UN PO' BREVIARIO, UN PO' BUSSOLA

FINO A QUALCHE ANNO FA, AVEVO LA COLLEZIONE COMPLETA:

i primi numeri del *Gambero rosso* mi hanno portato in giro per l'Italia con mia moglie Luisa, in quegli anni che per noi erano di scoperta del Centronord, dopo il trasferimento a Milano per motivi di lavoro. Abituati a disporre di navigatori, guide online da consultare sugli smartphone, o – in alternativa – di decine di guide turistiche ed enogastronomiche stampate e in grado di coprire ogni segmento di mercato (dalle pizzerie ai locali vegetariani, dai “gluten free” alle birroteche), oggi facciamo fatica a ricordare o immaginare (parlo dei più giovani) che alla fine degli anni Ottanta una coppia in giro alla scoperta dei posti meno noti del nostro paese aveva pochissimi punti di riferimento. Le rare guide erano piuttosto inaffidabili quanto a orari, giorni di chiusura e prezzi, ma soprattutto non permettevano facilmente di costruirsi un itinerario che mettesse insieme arte e cibo, vino e paesaggi. Un mix fondamentale, che trovavo solo in qualche occasionale inserto di *Espresso* o *Panorama*, e sempre nei primi numeri del *Gambero*, che quindi viaggiavano con noi, sul sedile posteriore dell' A112 e poi della Micra, o in originale o in fotocopia (per non sciuparli...).

INSOMMA, PER QUANTO MI RIGUARDA NÉ IL SOTTOSCRITTO

né un'intera generazione di enogastroturisti esisterebbero senza gli articoloni del primo *Gambero*, senza quegli itinerari che ti facevano venir fame solo a leggerli, senza quei suggerimenti sapienti ma *friendly*... che purtroppo sono finiti nel cassetto della carta, durante uno dei numerosi traslochi degli anni Novanta. Che ne direste di una ristampa molto, molto nostalgica?

Andrea Granelli, Kanso

TECNOLOGIE&CIBO, BINOMIO DIFFICILE

L'USO DELLE TECNOLOGIE APPLICATE AL CIBO risale alla notte dei tempi;

tra le varie applicazioni, una delle più interessanti è il suo contributo al gusto, una delle componenti - oltre a sanità, edibilità, nutribilità e digeribilità - della qualità del cibo. È in quest'area che le abilità dei cuochi si integrano con le innovazioni tecnologiche e le nuove frontiere del “design dell'immateriale”. Ad esempio, una qualità del cibo, direttamente collegata alla percezione uditiva, è la sua fragilità, ed è stato recentemente ipotizzato che la friabilità sia uno degli elementi più utili per descrivere i cibi; la sua percezione è definita in modo specifico in termini di variazione nei parametri sonori. Una delle nuove frontiere del cosiddetto “food design” è dunque produrre cibi che “stimolino le nostre orecchie” in modo più efficace. Il tema può divenire critico per le persone anziane, quando, in relazione con l'età, diminuisce la percezione del sapore/aroma (mediata da un declino nel processo olfattivo e gustativo) e la percezione sonora diviene sempre più predominante. Incrementare l'utilizzo di cibi con un'accresciuta sonorità per reintegrare queste perdite multisensoriali negli anziani

INOLTRE LA NEUROSCIENZA STA DIMOSTRANDO che il nostro gusto

dipende solo in parte da ciò che abbiamo in bocca: altrettanto importante è la somma delle esperienze presenti nel cervello, perché questi ricordi sono ciò che struttura la nostra sensazione. Come nota Jonah Lehrer in *Proust era un neuroscienziato*, una prova molto convincente viene dagli esperimenti di Frédéric Brochet dell'università di Bordeaux, dove ingannò una sessantina di esperti facendogli bere vino bianco tinto con un colorante rosso per alimenti; tutti lo descrissero con i termini tipici per i rossi (parlarono di “vischiosità”, di note “di frutti rossi”, ...). Oltretutto poiché nascono di continuo nuovi neuroni e il bulbo olfattivo ne è pieno, sopravvivono solo quelle cellule che reagiscono agli odori e ai sapori a cui siamo esposti; le altre si atrofizzano. Il risultato finale è che i nostri cervelli cominciano a rispecchiare ciò che mangiamo. E il Gambero Rosso tratterà questi argomenti nei prossimi 25 anni?

Licia Granello, La Repubblica

LA NOSTRA PASSIONE QUOTIDIANA

SE VENTICINQUE VI SEMBRAN POCHI... Sono andata a vivere a Milano nel 1986, in arrivo da Roma (dove gli spaghetti con la pajata andavano ancora fortissimo). Scrivevo di calcio, Berlusconi aveva appena comprato il Milan, Scalfari voleva un(a) cronista per raccontare da vicino questa nuova realtà pencolante tra pallone e tv, supportando il lavoro di Gianni Mura (che era già un fuoriclasse sia di calcio sia di enogatronomia). Essendo l'altro "collega" Gianni Brera, il mio destino era segnato!

ARRIVARE A MILANO HA SIGNIFICATO scoprire la gastronomia, alta e bassa, nel laboratorio delle mode di domani. A metà anni '80 andavano le orecchie d'elefante (carne impanata larga e sottilissima, coperta di pomodorini ben conditi). Mura mi portò da Marchesi che le detestava. Oppure i risotti, belli spalmati in piatti formato king size e panna a go-gò. Tutto era sottile, nella Milano da bere, pizza compresa.

FORSE LA CUCINA ITALIANA È CRESCIUTA anche grazie a questi piccoli orrori. Perché quando tutto è parso davvero troppo omologato, giovani cuochi ribelli hanno cominciato a seguire percorsi diversi. Brera e Mura mi hanno introdotto da ospite speciale in un mondo a cui non avrei mai avuto accesso, fornendomi le chiavi per comprenderlo. Gliene sarò grata in eterno. In questo percorso - della cucina intera, ma anche mio personale - il *Gambero Rosso*, con i suoi eccessi colti e i suoi innamoramenti faziosi, è stato un supporto indispensabile e un compagno di viaggio insostituibile. Facile e doveroso augurargli un altro quartino di secolo all'altezza delle sfide che attendono mensile, tv, ma anche tutti noi, che con cibo&vino lavoriamo (appassionandoci) ogni giorno.

Paolo Marchi, Identità Golose

VOI, UN VERO PECCATO DI GOLA

SE PROVASSIMO A CHIEDERE IN GIRO QUALI SONO le tre cose più tristi della vita, molti risponderebbero "mangiare da soli". Ma non sempre è vero, ci sono momenti che uno brama come ossigeno per isolarsi in santa pace con i suoi pensieri, e poi c'è un altro aspetto. I nostri pasti sono figli di tante cose, anche dei consigli che riceviamo. A me capita davanti a un prodotto superlativo o accomodato alla tavola di un ristorante con i fiocchi di pensare a chi me li ha consigliati, chi mi ha portato fin lì. Poi è ovvio che questo valga anche in chiave negativa, ma preferisco pensare in positivo e mettere in un cassetto il peggio per ringraziare chi abita nella mia galleria di suggeritori felici e lì il *Gambero Rosso* c'è.

POSTO D'ONORE FIN DALLA PAGINA IN BIANCO E NERO ne *il manifesto*, quando era difficile nei quotidiani leggere di gola e quel nuovo che saliva da Roma aveva il sapore inebriante della novità, di un andare con mente nuova alla ricerca di grandi prodotti, grandi vini e grandi locali. Non che non vi fossero già guide e critici, ma quella pagina aveva un taglio e uno spirito diversi, e si nutriva anche delle energie di Roma, di una capitale che certo non era mai stata capitale anche gastronomica italiana, ma che allora cresceva mentre Milano iniziava a rallentare.

OGGI CERTEZZE DI ALLORA SONO RICORDI, Milano sta tornando Milano, si sono affacciate altre guide e altre figure, il *Gambero* si è fatto conoscere nel mondo intero, la tivù, il mensile, le guide, ma a differenze di altri prosegue per la sua strada e i golosoni ringraziano.

Giorgio Morelli, Il Giornale

COME VI HO SCOPERTI A NYC

DA GIOVANE BUONGUSTAIO E APPASSIONATO dell'eccellenza della nostra enogastronomia, il mio trasferimento a New York per lavoro nel 1994 mi lasciava molto perplesso sulla qualità del cibo con cui avrei dovuto confrontarmi. Dilagava il fast food e la totalità dei ristoranti che si dicevano italiani lasciavano a desiderare. Erano e sono ristoranti italoamericani con piatti che nemmeno ci sogniamo in una notte da incubo, come le “fettuccine alla Alfredo” (1900 calorie per una porzione americana).

I MIEI DUBBI E TIMORI PER UNA BUONA SOPRAVVIVENZA

gastronomica furono fugati quando decisi di far visita al Culinary Institute of America, che sorge a un'ora a nord di Manhattan, vale a dire la più antica e prestigiosa scuola di chef statunitensi, che si distingue per un campus che conta ben cinque ristoranti eleganti e “stellati” aperti al pubblico, dove gli studenti cucinano e servono cibo gourmet sei giorni su sette. Il Culinary Institute ha il fiore all'occhiello nella Hilton Library, la biblioteca culinaria più fornita al mondo con riviste e libri di cucina che arrivano da ogni continente. E nelle sale ovattate della library trovai in bella vista tutti i numeri del *Gambero Rosso*, in inglese e in italiano. Avevo la teoria e la pratica. Notizie e aggiornamenti culinari dall'Italia. Da quel 1994 non ho perso mai un numero del *Gambero Rosso*. E così mi aggiornavo sulle nuove mode e sui nuovi talentuosi chef del Belpaese che iniziavano a emergere come gli Alajmo, i Cerea, Bottura, Gennaro Esposito, i due gemelli di Senigallia, Mauro Uliassi e Moreno Cedroni, Santini fino al giovane Niko Romito. Una lettura mai abbandonata da allora e ora completata dalle applicazioni del *Gambero Rosso* per iPhone e iPad. Credo di esser stato uno dei primi negli Usa a scaricare l'applicazione del *Gambero* dei vini e quello ancor più interessante di *Berebene low cost*. Un modo, il mio, per sopravvivere all'american food: vivere vicino al Culinary Institute con la rivista del *Gambero Rosso* da poter sfogliare sin dal primo numero e ora con le applicazioni sull'iPhone a portata di ‘touch’.

Giorgio Nulè, Panorama

LA CULTURA TRA I FORNELLI

ERAVAMO NELLA SECONDA METÀ DEGLI ANNI OTTANTA.

Cresciuto in una famiglia siciliana che ha un sacro rispetto della cucina e dei suoi ingredienti, mi ritrovai a vent'anni a vivere da solo a New York per imparare il mestiere di giornalista. A Brooklyn, sulla 18th Avenue a Bensonhurst, c'era una sorta di enclave gastronomica: abbondavano i negozi dei paisà italiani di alimentari, ma bastava “sconfinare” a Manhattan per cadere in un inferno fatto di “spaghetti with meatball” o di tortellini con l'onnipresente Alfredo's sauce, entrambi piatti da non augurare neppure a un naufrago sperduto. L'Italia in cucina, oltreoceano, era questa. E nei food emporium, oltre a pochissime marche, non c'era traccia dei nostri cibi.

UN QUARTO DI SECOLO DOPO MI RITROVO IN AMERICA,

dalla East alla West coast, molto di frequente: ho l'orgoglio di poter cucinare e fare la spesa con mia figlia ormai adolescente come se fossimo in Italia. Ciò che si è affermato, soprattutto negli ultimi dieci anni, è il rispetto per la nostra cucina, per i nostri ingredienti. Si è imposta, definitivamente, la cultura dell'eccellenza che ha soppiantato quella del surrogato. È oramai un dato acquisito che le materie prime della cucina italiana sono uniche e quindi insostituibili, che la nostra capacità di creare cultura tra i fornelli diviene tale perché corrisponde a una sana condotta di vita e di salute. È bello poter raccontare queste differenze tra quello che accadeva 25 anni fa e la situazione attuale. Ed è bellissimo che mia figlia non sappia neppure che cosa sia l'Alfredo's sauce!

Francesco Occhetta, *La Civiltà Cattolica*

L'ITALIA UNITA PARLANDO DI CUCINA

CON QUESTO ANNIVERSARIO CELEBRIAMO il senso del «convivio» (dal latino *cum-vivere*) per ricordarci che, attraverso il cibo, «viviamo insieme». È questa la vera vocazione del *Gambero Rosso* che in questi 25 anni è riuscito a farsi apprezzare anche da quella parte di società che tendeva a privilegiare di più il «gambero» e meno il «rosso». Tra le righe della sua storia è viva la rappresentazione del legame che gli italiani hanno avuto con il cibo e il rapporto tra la tavola, la politica e l'economia. Insomma, se Pellegrino Artusi con la sua opera, *La scienza in cucina e l'arte di mangiar bene* (1891), contribuì a unire l'Italia più dei *Promessi Sposi*, dal *Gambero Rosso* ci aspettiamo che contribuisca a mantenerla unita continuando a parlare di cucina, di gusto e di relazioni.

LA SOCIETÀ ITALIANA, CHE STA RICERCANDO una sua identità, divisa tra i pranzi veloci e consumati in solitudine e l'emergente fenomeno dei *foodies*, ha ancora bisogno di una guida vera che aiuti a coniugare qualità e sobrietà per arginare gli sprechi e le ingiustizie legate al cibo.

QUALCHE ANNO FA ERO IN COLOMBIA in missione. Mentre stavo visitando famiglie di poveri campesinos, un gesuita economista mi disse: «Ricorda, sulla tavola del mondo c'è cibo per tutti, ma sono ancora troppo pochi quelli che riescono a sedersi». Da qui il mio augurio al Presidente del *Gambero* e ai suoi collaboratori: fare diventare stile di vita i valori che la nostra tradizione custodisce sul cibo: la condivisione, il dono, l'ospitalità, la fraternità universale.

Gigi Padovani, *giornalista*

QUANDO LA CRITICA ERA MILITANTE

CHE ANNO QUEL 1986... LA NUBE DI CHERNOBIL, l'attacco degli Stati Uniti alla Libia, la tragedia dei 21 morti causata dal vino al metanolo e per la prima volta un ristorante italiano, quello di Gualtiero Marchesi, riceve le tre stelle Michelin. Da dicembre, ogni mese con *il manifesto*, in edicola si poteva trovare un nuovo inserto che noi appassionati di cibo e di vino aspettavamo con curiosità. Si intitolava *Gambero Rosso*, come l'Osteria inventata da Carlo Lorenzini alias Collodi, figlio di un cuoco, che in *Pinocchio* inventò l'archetipo della cucina nazionale-popolare. In quelle otto pagine formato quotidiano si mescolava la critica militante dell'Arci Gola con qualche recensione chic destinata a «golosi e curiosi». Ci scriveva anche un certo Carlo Petrini, da Bra, che così presentava la sua associazione appena nata: un movimento teso alla «salvaguardia dell'ambiente e per la difesa dei consumatori, il tutto condito con la giusta dose di convivialità, di ben vivere, di godimento e di piacere che l'argomento richiede». Ero da un anno redattore de *La Stampa*, settore interni e ogni tanto scrivevo di vino sulla pagina agricoltura, grazie all'esperienza maturata per qualche anno dirigendo *Barolo & Co*, una delle prime riviste dedicate all'enologia italiana e ai patriarchi del vino. C'era una gran voglia di sapere, di imparare, di discutere di gastronomia in modo nuovo: *La Gola* usciva dal 1982 e ci aveva insegnato la «cultura materiale» attraverso i dotti articoli di Alberto Capatti, Umberto Eco, Antonio Porta e Paolo Volponi. Ma era una rivista decisamente d'élite, per iniziati e letterati. Quelle pagine del *Gambero Rosso* invece erano più ruspanti, si parlava della mia Langa e di Toscana, di vini e di mense aziendali, di ristoranti (c'era pure la firma di Edoardo Raspelli) e di libri.

POI TRE ANNI DOPO ARRIVÒ L'EDIZIONE A COLORI, la rivista patinata, e ci sembrò di sognare. Ma quanta nostalgia, ai primi tempi, per il lenzuolone della prima critica militante e indipendente in Italia. E anche oggi, bersagliati come siamo in una tempesta mediatica di blog, newsletter, comunicati stampa, video, siti, riviste e guide, si finisce per rimpiangere quegli ingenui articoli sulle diete dei detenuti del carcere di Rebibbia o contro un «tartufo più caro dell'oro»...

Barbara Palombelli, giornalista

LA GRANDE RIVOLUZIONE DEI GOLOSI

SEMBRA IERI. NON DAVAMO IMPORTANZA al pane e al vino, a quello che si metteva in tavola o si mangiava al ristorante. Capolavori del gusto e dell'aroma riposavano nelle dispense e nelle cantine di pochissimi fortunati: ci voleva una rivoluzione per portarli alle masse! E a preparare e dare il via a quella rivoluzione furono le prime pagine del *Gambero Rosso* sul *manifesto*, quotidiano comunista ed assieme molto elitario. Le strappavi, quelle pagine, andavi a cercare conferme e verifiche in giro per enoteche vicine al fallimento e salumerie che temevano la marea travolgente dei centri commerciali. Da allora ad oggi, l'educazione nazionale e la distribuzione delle informazioni hanno viaggiato sulle tv satellitari, lungo i siti e le mail, nei libri e nelle guide. Alla radio, nel 2000, ho navigato anche io con la mia *Apparecchiando* (Radio 2) nei paradisi dell'enogastronomia: cento puntate indimenticabili. Il cibo ci ha tenuti uniti più della politica, degli inni, delle ideologie del secolo passato.

CI HA FATTO RISCOPRIRE QUANTO SIAMO BRAVI. A coltivare, a cucinare, ad accogliere. Migliaia di industrie – piccole e grandi – hanno riconquistato l'orgoglio delle tradizioni. Le osterie e le fraschette di una volta hanno rialzato la testa, cuochi e chef italiani hanno girato e girano il mondo. Il sogno della rivoluzione compie ora 25 anni. C'è tanto da festeggiare, c'è ancora tanto da fare. Auguri al *Gambero*, alle sue scuole, alle sue donne e ai suoi uomini. Di oggi e di ieri!

Davide Paolini, Il Gastronomo

CIBO&NEWS. IN MEDIA STAT VIRTUS

ORA L'ECESSO, TRENT'ANNI FA IL DESERTO o quasi dell'informazione enogastronomica. Quando nel dicembre 1983 il *Domenicale* del *Sole 24 ore* nel suo primo numero ha pubblicato il mio primo pezzo nella rubrica "A me mi piace" fu scandalo o quasi per un inserto culturale. Sì, perché in questo paese di poeti, scrittori e artisti, la cultura materiale è sempre stata snobbata dagli intellettuali (o presunti tali). Piano, piano però l'informazione enogastronomica ha preso forza e coraggio grazie all'arrivo sul mercato editoriale del *Gambero Rosso* che, nel tempo, ha saputo allargare il raggio dell'informazione utilizzando canali diversi (guide, tv, libri, corsi, eventi etc) dando vita così ad uno "zoccolo" importante che, di certo, ha permesso poi l'allargamento della conoscenza del cibo e del vino. In un primo tempo colpendo il pubblico degli addetti ai lavori, poi riuscendo a interessare una fascia sempre più allargata e usando sempre nuovi mezzi di comunicazione.

NEGLI ULTIMI ANNI QUOTIDIANI, RIVISTE, RADIO e soprattutto televisioni (nonché internet, blog, social network) hanno concesso sempre più spazio all'enogastronomia, ma l'apporto di chi ha cominciato a portare l'attenzione su produttori di vino, sui giacimenti gastronomici, sui ristoranti e sui cuochi negli anni'80, ha dato un contributo fondamentale non solo all'informazione, ma anche all'economia di questo paese, al turismo e alla cultura materiale del Buon Paese.

Paola Riccas, La Cucina Italiana

DUE MONDI IN CUCINA E IN EDITORIA

C'È UNA CURIOSA COINCIDENZA CHE LEGA DUE TESTATE così diverse come *La Cucina Italiana* e il *Gambero Rosso*: il 15 dicembre 1929 esce il primo numero, 8 pagine in formato quotidiano, di *Cucina Italiana*; il 16 dicembre 1986 la prima edizione del *Gambero*, supplemento di 8 pagine all'interno del quotidiano *il manifesto*. 57 anni li dividono, mezzo secolo in cui sono cambiati la realtà sociale, la politica, il costume, mezzo secolo durante il quale ci sono state crisi profonde, una guerra lunga e devastante, la fame, la volontà di ricostruzione degli anni '50, la contestazione giovanile del '68, gli anni di piombo, il boom degli anni '80, in una parola, sono mutati gli stili di vita ma non l'interesse del pubblico per il cibo. Come eravamo?

DIVERSI, CONCETTUALMENTE DIVERSI: *Cucina* aveva una caratteristica molto più domestica, imperniata sul principio che ogni ricetta veniva (e viene tuttora) provata, fotografata e assaggiata nella cucina laboratorio della redazione; il *Gambero* era più intellettuale, nasceva in una redazione, allora si diceva, "radical chic", tutta al maschile, diretta da Stefano Bonilli, geniale ideatore anche dell'azzeccatissimo titolo che deriva dall'osteria dove il Gatto e la Volpe conducono Pinocchio. Niente concorrenza dunque, temi diversi e affrontati con ottiche diverse. Su *Cucina* campeggiano grandi doppie pagine a colori con piatti scenografici, tavole imbandite, torte sontuose, le rubriche più seguite sono la scuola di cucina per i principianti, l'uso dei surgelati e del microonde per chi ha fretta, la cucina rapida per chi lavora, la salute, i fiori, l'oroscopo, in una parola una rivista "al femminile". Sul *Gambero Rosso* si parla di ArciGola e Slow Food, associazione gastronomica che è diventata il simbolo e la filosofia di un modo di vivere, si approfondisce la conoscenza del mondo dei vini, degli oli, dei distillati, si analizza il mercato della ristorazione, si intervistano chef, si riportano le ricette creative dei locali più alla moda, insomma un giornale "al maschile". Dopo 25 anni eccoli qui tutti e due: La Signora Cucina e il Signor Gambero, vivi e vivaci, attornati dalle loro edizioni straniere e dalle loro numerose guide, pronti per uno scambio di affettuosi auguri!

Antonio Romano, Inarea

I TERRITORI CHE DIVENTANO BRAND

"HO GUSTATO LE PESCHE E LE ALBICOCCHE molto di più di quanto le gustassi prima, da quando ho saputo che si cominciò a coltivarle in Cina agli inizi della dinastia Han; e che i cinesi presi in ostaggio dal grande re Kaniska le introdussero in India, da dove si diffusero in Persia giungendo all'impero romano nel primo secolo della nostra era. Tutto ciò mi rese questi frutti più dolci". Questo pensiero di Bertrand Russell riassume bene la visione del *Gambero Rosso*. In venticinque anni, la rivista è diventata un vero e proprio "sistema" del gusto e ha spostato il punto di vista degli italiani rispetto alle nostre eccellenze alimentari, presenti da sempre ma conosciute da pochi, sia tra chi le produceva, sia tra chi ne fruiva.

È SUFFICIENTE CONSIDERARE ORA LA QUANTITÀ DI MARCHI DOP, IGP, DOCG, DOC, IGT ecc. per capire quanta strada sia stata fatta. Tanti brand sono ormai affermati e familiari anche al grande pubblico ma, accanto a questi, occorre contarne molti di più che, nonostante l'indubbia qualità, stentano a trovare il giusto riconoscimento.

È L'EFFETTO DI UNA VARIETÀ STRAORDINARIA che deve fare i conti con la limitata dimensione delle imprese produttrici e dei relativi investimenti. In un quadro come questo, c'è un fatto nuovo: alcuni attori stanno pensando di fare rete e di dotarsi di un'identità in cui la geografia sposi la storia e, nell'unicum costituito dai singoli territori (veri e propri marchi ombrello), confluiscano accoglienza alberghiera, ristorazione, entertainment, cultura, artigianato, turismo ed enogastronomia. La dimensione meta settoriale e quella della tipicità sono in grado di valorizzare la massa critica complessiva, restituendo visibilità, riconoscibilità e quindi riconoscimento. I nuovi pubblici sono affamati anche di storia e tradizioni: un'informazione "profilata" in maniera intelligente diventa promozione per il territorio/brand, che è sempre parte di un marchio tanto straordinario quanto poco considerato proprio da noi italiani, l'Italia.

Anna Scafuri, Tg1 Rai

IL MIO MODELLO INFORMATIVO

UN MODELLO DA IMITARE, UNA FONTE DI ISPIRAZIONE è un formidabile gruppo di lavoro di colleghi appassionati e competenti. Questo è quello che ho pensato del *Gambero Rosso* quando agli inizi degli anni '90 ho cominciato ad occuparmi di agricoltura ed alimentazione per *Tg1 Economia*. Confesso di aver perso gli anni pionieristici, quando il *Gambero* era solo un inserto del *manifesto*, ma da quel periodo in poi non ho mai smesso di seguirlo con attenzione e curiosità. Al *Tg1* non c'era nessuno che si occupasse specificamente di agricoltura e io iniziai tra mille difficoltà. Il mio sogno era però diventare sempre più specializzata nell'alimentazione, argomento di grande importanza nella mia opinione ma molto trascurato dall'informazione generalista televisiva.

E QUINDI IL GAMBERO ROSSO ERA PER ME IL MODELLO da seguire per portare in tv argomenti legati al buon cibo e al buon vino di cui il nostro paese trabocca. Volevo insomma diventare una giornalista impegnata a tempo pieno nell'informazione alimentare, ma per lunghi anni ho dovuto far convivere questa passione con le altre incombenze del lavoro redazionale e da inviata. Ogni volta che sono venuta alla Città del gusto ne sono uscita arricchita e colpita dalla grande serietà con cui i colleghi del *Gambero* organizzavano gli eventi più svariati e anche dal modo in cui puntavano le loro telecamere sui piatti, sui cuochi e sulle loro ricette, sui racconti così dettagliati di luoghi, cibi, vini.

PER LA PRIMA VOLTA LA GASTRONOMIA di qualità, tutta la cultura gastronomica del nostro paese avevano un luogo dedicato, con strutture adatte ad agevolare il racconto e la comprensione, la messa in valore di questo immenso patrimonio. E al *Gambero Rosso* mi sono sicuramente ispirata nel varare nel 2004, la prima rubrica enogastronomica del *Tg1*, "terra e sapori", perché volevo imprimere al mio lavoro proprio quel rigore, quella serietà, quell'impegno totale.

Marcello Sorgi, La Stampa

UN PIONIERE TRA I PIONIERI

NELL'ANNIVERSARIO DEL GAMBERO ROSSO è d'obbligo levare un pensiero a Cantarelli, la mitica whiskiteca (ma lui non la chiamava così) che a cavallo tra i Settanta e gli Ottanta rappresentava un punto d'arrivo, e insieme un luogo esclusivo, per quella specie di club di ottimati che erano gli amanti del buon cibo e del buon bere. Parlo, ovviamente, non dei ricchi di allora, un giro per forza di cose ristretto, ma di quel circolo di appassionati che si scambiavano in modo un po' carbonaro le informazioni, e anche delle simil-fedi di garanzia, indispensabili per essere accolti nei rarissimi, in quegli anni, templi della gastronomia.

CANTARELLI ERA UNO DI QUESTI. AFFONDATO nella morbida campagna padana, tra Parma e Busseto, l'ideale era arrivarci dopo una serata di lirica, magari al Regio, uno dei pochi teatri con palchi dotati di mensole per affettare il salame, ed entrare nel locale ancora infreddoliti ed eccitati dalle note di Verdi. L'atmosfera era assolutamente iniziatica, anche se introdotti da una buona presentazione era necessario superare l'ultimo esame. In un locale rimasto alle origini, con le bottiglie allineate sugli scaffali, il pavimento di legno e l'aroma secco dei distillati che riscaldava l'aria impregnata di nebbia e di brina argentata, si scambiavano quattro chiacchiere con il titolare, per conoscersi o forse per riconoscersi. Il suo sorriso e l'apertura della piccola porta che collegava la bottiglieria al ristorante introducevano in un piccolo prezioso paradiso.

Serena Sutcliffe, Sotheby's

IL MARCHIO CHE VUOL DIRE FIDUCIA

AUGURI GAMBERO ROSSO! - ma cosa vuol dire? In poche parole, significa qualità e integrità. L'immensa passione e il duro lavoro che fa la squadra di competentissimi appassionati di vino e di gastronomi che sono dietro questa griffe ispira davvero fiducia. Prima del *Gambero Rosso*, sinceramente, la scena italiana era un po' confusa. Una volta uscita la Guida dei Vini potevi essere sicuro che quando loro dicevano che un vino era buono, lo era davvero, e allo stesso modo se la vostra rivista o la Guida esprimeva un giudizio positivo su un ristorante potevi essere sicuro che avresti fatto una cena memorabile.

HA FATTO IMPEGNARE PIÙ A FONDO enologi e cuochi. E ci ha fatto acquistare piena fiducia nei grandi vini e nella squisita cucina italiana, decifrando le diversità regionali e rispettando tutti i diversi stili di vino e di prodotti che ci offre questo grande mosaico di climi e territori. E non azzardatevi a fare un viaggio in Italia senza *Gambero Rosso*!

Enzo Vizzari, L'Espresso

CONCORRENZA SANA E CONTAGIOSA

ABBIAMO CAMMINATO INSIEME, SIAMO CRESCIUTI insieme, viviamo lo stesso mondo e progettiamo, ciascuno a suo modo, un futuro che ci vedrà ancora attori su una stessa scena. Da dieci anni "direttore" de *Le Guide de L'Espresso* (con 28 anni di militanza guidistica su 34 edizioni dei Ristoranti), non ho - sinceramente - mai visto nel *Gambero Rosso* un avversario e neppure un competitore. Come spesso mi capita di dire a ristoratori che sento invidiosi di colleghi a loro contigui, sono convinto che la qualità sia "contagiosa": quanti più soggetti battono, nel loro mestiere, la via della qualità, tanto maggiore diventa il numero di chi la qualità e la professionalità sa riconoscere e apprezzare, e il "mercato" cresce.

DALLE PAGINE DEL MANIFESTO AI PRIMI NUMERI della rivista, alla Guida dei Vini e, la ricordo bene a fine 1990, alla prima edizione della Guida dei Ristoranti firmata Francesco Arrigoni, Stefano Bonilli e Daniele Cernilli, ho sempre tratto beneficio, idee e stimoli dalla presenza di chi come me, come noi, lavorava e lavora per promuovere la cultura del buon cibo, del buon vino, del *bien vivre*. Si è fatto molto cammino parallelo; fu addirittura percorsa una velleitaria ipotesi di fusione, naufragata nel momento in cui si iniziò a trasferire il progetto dalla teoria alla pratica; il *Gambero Rosso* ha esteso il suo raggio d'attività al di là dell'editoria, noi siamo rimasti editori-giornalisti e basta; sono cambiati gli uomini, i direttori, i collaboratori, sono comparsi nuovi soggetti e nuovi modi di comunicare ma credo davvero che la comunità degli amanti del buono e del bello non potrebbe fare a meno di ciò che la variegata tribù del *Gambero Rosso* produce: lo scrivo senza cedere di un millimetro alla retorica che la "celebrazione" potrebbe suggerire.