

LA SETTIMANA DEL GUSTO

2015

settimanadelgusto.ch

con il patrocinio



Slow Food®CH

PADRINO

Paolo Basso, il miglior sommelier del mondo, viaggia per tutto il globo.

LOCARNO

Una Città del Gusto sulla strada verso l'Esposizione universale di Milano.

AOP-IGP

Tre produttori presentano le deliziose specialità che li hanno fatti conoscere.





Blancpain e la Settimana del Gusto:
autenticità, passione ed emozione

Villeret Collection



JB
1735
BLANCPAIN
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

BLANCPAIN BOUTIQUES
RUE DU RHÔNE 40 · 1204 GENEVA · TEL. +41 (0)22 312 59 39
BAHNHOFSTRASSE 28 · PARADEPLATZ · 8001 ZÜRICH · TEL. +41 (0)44 220 11 80
www.blancpain.com

SOMMARIO



PREAMBOLO	3
LOCARNO Città del Gusto 2015	5
SLOWFOOD un movimento che nasce dal basso	16
LIBRI	20, 37, 75
POSTER tutti pazzi per gli agrumi	21
LA CARTA della Settimana del Gusto	92
COMITATI QUALITÀ	93

Ritratti

PAOLO BASSO padrino della Settimana del Gusto 2015	8
PEOPLE il piatto preferito di...	12

Ricette

FILETTI D'ANATRA in crosta di Sale delle Alpi	33
IL COUSCOUS DI VERDURE	83
LA MILLEFOGLIE DI CALINE® alla verbena	87
UNA RICETTA FRESCA, CEVICHE DI POLLO	88
GÂTEAU DE VULLY SALATO	91

Regioni

VAUD la caverna di Ali Babà dei prodotti tipici	52
UFAM marchio Parchi svizzeri e marchio Prodotti dei parchi svizzeri	66

Prodotti

AOP-IGP strumenti di successo	25
IL SALE DELLE ALPI e i suoi ambasciatori	32
CONCORSO SVIZZERO DEI PRODOTTI REGIONALI	34
AGRICOLTURA frutta e verdura, qual è il loro giusto prezzo? il punto di vista di Uniterre	70 74
CALINE® il frutto divino	84

Inchieste e reportages

LA SCUOLA ALBERGHIERA DI PASSUGG sotto il segno del rinnovamento	38
BIOSUISSE selezione di prodotti d'eccezione	44
ZÜRICH ISST tutti a tavola	48
DSC consulenza rurale: un sapere per la vita	58
SV SUISSE ristorazione collettiva di qualità	62
DICHIARAZIONE DI BERNA come vi piace il cioccolato?	64
BLANCPAIN quando la precisione orologiera incontra la grande performance culinaria	76
PREZENZA SVIZZERA i menu dell'Expo: dietro le quinte	78
FOURCHETTE VERTE cereali e leguminose	82



Nous défendons
une alimentation saine
à la portée de tous.
rejoignez-Nous!



**FÉDÉRATION ROMANDE
DES CONSOMMATEURS**
LE POUVOIR D'AGIR

MOUVEMENT CITOYEN SUISSE ROMAND CRÉÉ EN 1959
100% LIBRE, 100% INDÉPENDANT
CHAQUE COTISATION COMPTE [FRC.CH/REJOIGNEZ-NOUS](https://www.frc.ch/rejoignez-nous)

La gioia del chilometro zero



Sono quindici anni ormai che la Settimana del Gusto si diffonde sempre di più. Festa del cibo «buono, pulito e giusto» secondo Slow Food, è il momento di incontro degli amanti della buona tavola - ogni giorno. È l'affermazione che la nostra alimentazione ci appartiene, nonostante la volontà dell'industria alimentare di sottrarcene il controllo.

In tutto il paese prenderanno vita iniziative locali, di associazioni, di appassionati. Il loro punto in comune: rimettere il cibo al centro della nostra vita quotidiana. Ritrovare il tempo per mangiare insieme, in famiglia. E sapere che è tempo guadagnato, non perduto. Il tempo della gioia e dell'amicizia condivisa.

Lo sapete che la maggior parte dei cibi che mangeremo la settimana prossima non ha ancora varcato il confine della Svizzera? L'industria agro-alimentare è maestra nella gestione «just in time», e cereali, frutta, verdura, percorrono centinaia, migliaia, di chilometri.

Alla Settimana del Gusto vogliamo privilegiare la produzione locale, farvi conoscere una comunità di produttori che si batte per nutrirci. È la sfida della sovranità alimentare. Speriamo che le tre iniziative popolari dell'Unione svizzera dei contadini, dei Verdi

e di Uniterre siano presto sottoposte a un dibattito pubblico, prima che la Svizzera diventi un deserto alimentare.

Allora un grazie di cuore a tutti quei produttori, ristoratori, insegnanti, cuochi, che ci propongono eventi «fatti in casa» (come il marchio che sarà lanciato il prossimo autunno)! È un punto d'onore per loro lavorare con artigiani dell'economia locale, quella che permette di vivere e lavorare restando nel proprio paese.

Tutti i nostri fedeli partner e i nuovi amici che si sono uniti a noi da poco svolgono un ruolo importante contribuendo alla difesa del gusto. Grazie a Paolo Basso, migliore sommelier del mondo, Padrino della manifestazione, e a Locarno, Città svizzera del Gusto 2015! In loro compagnia prendetevi il tempo di assaporare la gioia del chilometro zero. •

Catherine David
Direttrice amministrativa
della Settimana svizzera del Gusto

Josef Zisyadis
Direttore
della Settimana svizzera del Gusto



Locarno, Città del gusto 2015

*Nell'anno dell'Expo Milano,
Locarno è « Città del Gusto 2015 ».
Gli eventi in programma tutto l'anno e in particolare
dal 17 al 27 settembre, sono pensati per promuovere
il Locarnese quale punto di partenza
e di arrivo per l'ospite svizzero che intende
recarsi all'Expo.*



Testo, Alessandro Pesce / Foto, DR

I laghi, il territorio, il clima, i tratti culturali e linguistici: a rendere il Ticino e il Locarnese, così diversi dal resto della Svizzera, è però anche una ben radicata tradizione culinaria, che affonda le proprie radici nella cultura lombarda e in quella contadina, ricca di sapori genuini. Una tradizione sempre più valorizzata attraverso la riscoperta di antiche ricette, di piatti locali, di pietanze a lungo quasi snobbate come la polenta e di specialità come i «cicitt» di capra della Vallemaggia, diventati presidi di Slow Food. Un rinnovato interesse per il territorio che si manifesta anche attraverso progetti come il Parco Nazionale del Locarnese, che punta molto sulla messa in valore di prodotti tipici, come ad esempio la «farina bona» della Valle Onsernone. Ci sono poi i prodotti tipici, il lavoro di aziende innovative come i Terreni alla Maggia, che hanno successo con produzioni di nicchia come il riso o il whisky, senza dimenticare la grande tradizione legata alla produzione di salumi, di rinomati formaggi, ortaggi, farine, di distillati e di vini, che si sono oramai affermati a livello nazionale e internazionale.

Dalla cucina innovativa di grande richiamo a quella nostrana, dal ristorante stellato al caratteristico «grotto», il Locarnese e le sue valli contano anche un gran numero di ristoranti di qualità.

Il Comitato organizzatore (formato dalla Città di Locarno, l'Organizzazione turistica Ascona-Locarno, GastroLagoMaggiore, GastroTicino, hotelleriesuisse Ascona-Locarno) ha deciso di candidarsi quale Città

del Gusto 2015 proprio perché si riconosce nei valori della «Settimana del Gusto» volti a incoraggiare le attività che valorizzano il piacere di nutrirsi con prodotti di qualità, le riunioni conviviali attorno alla tavola e le produzioni artigianali. La Settimana del Gusto e le attività ad essa associate si iscrivono, inoltre, in un progetto di sviluppo durevole e di salvaguardia del patrimonio culinario promuovendo un'alimentazione basata sul rispetto dei prodotti per la quale l'uomo e la genuinità hanno ancora tutta la loro importanza. Si ha sempre meno tempo per mangiare, i prodotti sono sempre più standardizzati e spesso i giovani non conoscono più il sapore dei prodotti tradizionali. Il gusto merita dunque di ritrovare la sua corretta collocazione nella vita di tutti i giorni.

Vi è, però, un altro elemento che ha convinto Locarno a sottoporre la propria candidatura. Oltre all'importante visibilità nazionale e internazionale, e alle ricadute d'immagine e turistiche, si è tenuto conto della concomitanza con l'Expo di Milano che tratta proprio il tema dell'alimentazione con il motto «Feeding The Planet, Energy For Life». Vista la vicinanza con Milano sarebbe stato un peccato non approfittare di presentare al mondo le caratteristiche del Locarnese. Essere la «capitale svizzera del gusto» a pochi chilometri da Expo 2015 (dove la Città si è presentata il 16 maggio nel padiglione svizzero) è insomma un sicuro valore aggiunto. Come valore aggiunto è il fatto che quest'anno il «padrino» nazionale della Settimana del Gusto sia il ticinese Paolo Basso, che nel 2013 conquistò in Giappone il titolo di

*Locarno desidera offrire ai ticinesi
e ai turisti un programma variegato e avvincente
con manifestazioni ed eventi che sapranno
emozionare ma anche far riflettere su tutto quanto
ruota attorno ai concetti di turismo
e alimentazione.*

«Campione del Mondo». Paolo Basso terrà una conferenza a Locarno durante la Settimana del Gusto, inaugurando il primo «Wine Festival».

Così, grazie ai già citati Wine Festival e all'itinerario del gusto fruibile tutto l'anno, durante i dieci giorni della Settimana del Gusto i buongustai potranno scoprire il meglio della gastronomia ticinese nei ristoranti della regione. Mercatini, esposizioni, conferenze animeranno Piazza Grande, la Città Vecchia e gli angoli più suggestivi di Locarno. Uno degli eventi più attesi sarà il «Festival del risotto» con rinomati cuochi e gruppi di carnevale che si affronteranno sino all'ultimo chicco di riso. Ma in serbo ci sono altre sorprese che non mancheranno di stupire ed emozionare grandi e piccoli gourmet.

Per sottolineare l'importante appuntamento locarnese è stato allestito un itinerario del gusto alla scoperta del territorio, con visite guidate e proposte di luoghi genuini legati alla ristorazione. La guida interattiva permetterà a visitatori e popolazione di scoprire e riscoprire prodotti e ricette indigeni. Essa verrà ampliata e aggiornata anche negli anni a venire, fungendo da piattaforma privilegiata per la diffusione delle peculiarità culinarie della nostra Regione.



L'offerta nell'ambito della «Città del Gusto», ricordano gli organizzatori, si aggiunge alle molte iniziative turistiche, culturali e ricreative già consolidate, contribuendo a diffondere un'immagine positiva della Città, del Locarnese e dell'intero Ticino, con importanti ricadute dal punto di vista turistico, commerciale e culturale. È inoltre un'opportunità per rinforzare i già ottimi rapporti collaborativi tra i vari enti e associazioni di categoria che si occupano direttamente o indirettamente dell'accoglienza e della promozione turistica; collaborazione che sicuramente potrà essere potenziata anche in futuro.

Non resta, quindi, che scegliere Locarno per vivere non solo i dieci giorni della settimana

«a tutto gusto», ma anche altri periodi dell'anno (ad esempio in occasione delle rassegne gastronomiche dell'autunno), ammirando l'affascinante paesaggio che può contare su attrattori naturali quali il Lago Maggiore e i suoi porti, fiumi, torrenti, laghetti alpini, dighe, lidi e centri balneari.

Seguite l'evento sul sito cittadelgusto.ch e... vi aspettiamo a Locarno! •

Paolo Basso

Padrino della Settimana del Gusto 2015, Paolo Basso, il miglior sommelier del mondo, percorre il globo in lungo e in largo per trasmettere la sua passione per il vino. Tra un viaggio e l'altro ama tornare a casa, in Ticino, dove ha appena lanciato un mélange di rossi che porta il nome di sua figlia Chiara.

Incontro.

Testo, Pierre-Emmanuel Buss / Foto, DR

Un grido di gioia e i pugni levati verso il cielo. Il 29 marzo 2013, a Tokyo, Paolo Basso è stato eletto miglior sommelier del mondo davanti a 4000 spettatori entusiasti. Un titolo che ha cambiato tutto per un candidato che era diventato il Poulidor del concorso dato che pareva sempre destinato al secondo posto, ottenuto nel 2000, nel 2007 e nel 2010. «Non riesco a far fronte a tutte le richieste», confida il ticinese dagli occhiali dalla montatura fine, molto richiesto in Giappone, dove la sua consacrazione è stata tramessa in diretta dalla televisione nazionale.

Grazie al suo successo nel prestigioso concorso, il sommelier oggi quarantottenne ha avuto l'onore di diventare il primo non francese a firmare la carta dei vini del gruppo Air France. E chi più di lui poteva averne diritto, dato che da due anni a questa parte moltiplica i voli intercontinentali? «A lungo mi sono chiesto perché esistevano hotel negli aeroporti», dice sorridendo. «Ora l'ho capito: permette di guadagnare molto tempo. Un tempo che è davvero prezioso soprattutto quando si viaggia soli».

Piccione viaggiatore, Paolo Basso ama più di ogni altra cosa ritornare a casa, a Ligornetto, nel cuore dei vigneti, circondato dalla moglie e dalla figlia. Nato a Besnate, in Lombardia, da ormai 20 anni ha messo radici in Ticino dopo aver lavorato in diversi locali stel-

« Il ruolo del sommelier è quello di trasmettere la storia che c'è dietro una bottiglia di vino. »

lati della Svizzera romanda. Un modo per ritornare alle proprie origini. «Sul piano culinario il Ticino è molto influenzato dall'Italia. Vi si ritrova la tradizione del mettersi a tavola insieme a tutta la famiglia e dei piatti tipici come il risotto o i salumi. E il vino, naturalmen-

te, che ci rende allegri e sinceri, come ho spiegato ai giapponesi».

UN RUOLO DI INTERMEDIARIO

Paolo Basso si definisce un intermediario tra produttori e consumatori. «Se un viticoltore fa bene il suo lavoro nella vigna e in cantina ha raramente il tempo di occuparsi della comunicazione. È così soprattutto in Svizzera dove ci sono molte piccole tenute famigliari. Il ruolo del sommelier è quello di trasmettere la storia e l'emozione che stanno dietro una bottiglia di vino». E naturalmente di proporre accordi particolari tra cibi e vini. «Per me l'apice è rappresentato dall'incontro tra la carne d'agnello e un Syrah. Il Syrah è un vitigno nobile e seducente che sa dare grandissimi vini nel Vallese e nella regione della Côte-Rôtie».

Ambasciatore della Settimana del Gusto sulle sue terre ticinesi, Paolo Basso è nel suo elemento. Durante le scuole medie in Italia fu il secondo ragazzo della sua classe a partecipare a un laboratorio di cucina. «Sono sempre stato molto interessato al gusto e all'alimentazione. All'epoca facevo gare di ciclismo e stavo molto attento a quello che mangiavo»: un'in-





LAUSANNE
PALACE SPA



1915-2015




LEADING
HOTELS*


LEADING
SPAS


SWISS DELUXE HOTELS

GRAND-CHÊNE 7-9 > CH-1002 LAUSANNE
T. +41 21 331 31 31 > F. +41 21 323 25 71
RESERVATION@LAUSANNE-PALACE.CH
WWW.LAUSANNE-PALACE.COM

clinazione che lo ha spinto a iscriversi alla scuola alberghiera di Vallesana, in Valtellina, premessa di una carriera fruttuosa che si è svolta tutta in Svizzera.

Paolo Basso è arrivato per la prima volta nel Vallese nel 1986, subito dopo il servizio militare a Torino. «Volevo imparare il francese, la lingua della gastronomia, e già che c'ero anche sciare un po'» dice scherzando. «Allora ho fatto qualche ricerca e mi sono reso rapidamente conto che Crans-Montana presentava tutte le caratteristiche che mi interessavano. Molti hotel e ristoranti cinque stelle e un magnifico comprensorio sciistico».

Ha approfittato del passaggio in Vallese per sviluppare una predilezione per le curve strette, in inverno, e per la vigna, in primavera e in autunno. Un'iniziazione che trova molto utile oggi, una volta diventato ambasciatore di Swiss Wine Promotion. «Quando giunsi a Crans, le specialità svizzere in questo campo, come la Petite Arvine, il Païen, l'Amigne o il Cornalin, cominciavano appena a farsi notare. In 20 anni sono stati fatti progressi spettacolari sul piano qualitativo, e questo vale per tutte le regioni della Svizzera. I nostri vini non hanno più nulla da invidiare a quelli dei grandi viticoltori internazionali».

La svolta nella carriera di Paolo Basso arriva nel 1993. Si ferisce in un incidente di sci e il medico gli consiglia di smettere di sciare o almeno di rallentare molto. «Una cosa terribile. Ho accusato il colpo però, e mi sono detto che bisognava seriamente mettersi al lavoro». Un collega a conoscenza della sua passione per i vini gli consiglia di candidarsi per un posto al Cygne, il ristorante stellato del Noga Hilton, a Ginevra. «A quell'epoca vi lavoravano tre dei migliori sommelier della Svizzera», precisa. «Era dunque il luogo ideale per fare progressi in questo campo. Ho seguito il suo consiglio e non me ne sono mai pentito».

IL VIRUS DEI CONCORSI

Al Cygne, il sommelier italo-svizzero impara a conoscere i più grandi vini del pianeta e a contatto con Eric Duret, miglior sommelier d'Europa nel 1998, comincia ad appassionarsi ai concorsi. «Ho fatto il mio primo concorso per il miglior sommelier svizzero nel 1994», racconta con gli occhi che ancora gli brillano per l'entusiasmo. Nel 1995 mi sono qualificato tra i 18 semifinalisti. Nel 1996 sono arrivato secondo. Nel 1997, ho vinto il concorso. Da allora non mi sono più fermato. È come un virus».

Amante della competizione, ha sempre cercato di migliorarsi leggendo testi specializzati e immergen-

dosi nelle degustazioni. Dai suoi primi campionati svizzeri fino al titolo mondiale ottenuto nel 2013 si è sempre allenato almeno due ore al giorno. E molto di più nei mesi che precedono le gare. «Programmavo le vacanze in regioni viticole per fare nuove scoperte e utilizzavo i miei giorni liberi per degustare vini. C'è voluto molto tempo e ho avuto la fortuna di avere una moglie molto comprensiva che mi ha sempre sostenuto».

Ora che ha conquistato il titolo mondiale Paolo Basso si sente «appagato». Il suo nuovo statuto gli permette di realizzare «un vecchio sogno», diventare lui stesso produttore di vino. Con il sostegno di Freddy de Martin, enologo delle case Gialdi e Brivio, ha realizzato un mélange di merlot (80%), cabernet sauvignon (10%) e cabernet franc (10%) da uve del Mendrisiotto. Il vino lo ha battezzato Il Rosso di Chiara, in omaggio alla capigliatura fulva della figlia di 10 anni. E ha avuto successo: le 5000 bottiglie del millesimo 2012 sono state vendute in pochi mesi. Con una leggera ironia ci assicura che i prossimi millesimi «saranno ancora più riusciti».



«FORMAGGIO D'ALPEGGIO E MERLOT»

Paolo Basso ama gli accordi tra cibi e vini regionali. Ecco due delle sue proposte.

Risotto al tartufo bianco d'Alba. «Suggerisco un nebbiolo, un vitigno del nord Italia, vinificato in maniera tradizionale e invecchiato per 5-6 anni in bottiglia. Tecnicamente, un bianco sarebbe più adatto. Ma mi piacciono le associazioni regionali. Con il grasso e l'untuosità di questo primo piatto sono necessari dei tannini e dell'alcol. E gli aromi di violetta e di spezie del nebbiolo si sposano molto bene con il tartufo».

Formaggio d'alpeggio ticinese. «Come per l'accordo precedente: mi piace privilegiare un'associazione regionale. Un merlot affinato in barriques con 4-5 anni di invecchiamento in bottiglia è perfetto per questo tipo di formaggio. Soprattutto in Ticino dove il merlot presenta tannini morbidi – che sono un elemento importante. In linea generale propongo del vino bianco in associazione con i formaggi. È il più adatto».

Il piatto preferito di...

UMORISTI, GIORNALISTI, ANIMATORI, SPORTIVI: TUTTI I NOSTRI VIP AMANO LA BUONA TAVOLA. E DECANTANO LE DELIZIE DEL NOSTRO TERRITORIO PUR APPREZZANDO LE MERAVIGLIE CULINARIE DELLE CUCINE PIÙ ESOTICHE.

Testo, France Massy / Foto, DR

Illustrazioni, Dora Formica

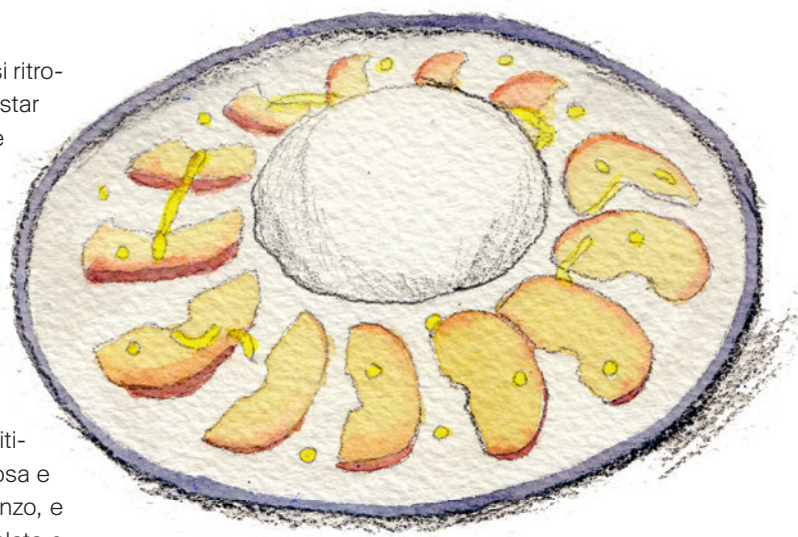


Darius Rochebin

Presentatore della Svizzera romanda

La sobrietà raffinata

L' La sobria eleganza di Darius Rochebin si ritrova anche nel suo piatto. Il giornalista, star della televisione svizzera romanda, è stato allevato da una mamma «buona cuoca ma che preparava piatti molto semplici: zuppa di prezzemolo, risotto ai porri...» Proprio per questo retaggio della sua infanzia conserva dunque il gusto per le cose semplici e naturali. «Amo i piatti che rispettano il prodotto. Le ricette sofisticate non fanno per me». Il suo piacere più grande: preparare il pranzo con prodotti freschi al rientro dal mercato. «Sono molto ripetitivo, quasi ossessivo», confessa. Una pera succosa e un buon formaggio bastano a fare un buon pranzo, e a più riprese! E lo stesso vale per una bella insalata e un magnifico prosciutto. Questo esteta però sa anche giocare la carta dell'originalità sposando una gustosa pesca a una mozzarella di bufala...





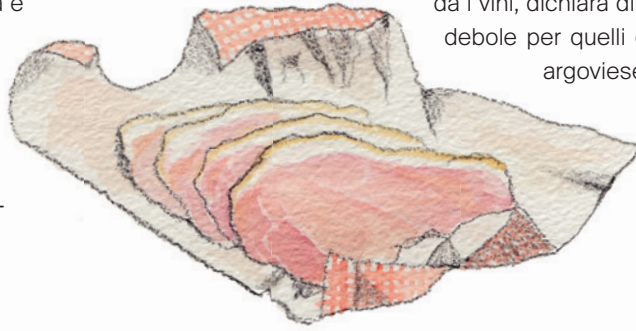
Nik Hartmann

Presentatore della Svizzera tedesca

L'autenticità

La sua consacrazione è avvenuta nel 2010, con il conferimento del Premio della televisione svizzera che ha fatto di lui il più popolare dei presentatori della Svizzera tedesca. Nik Hartmann ama la vita. Adora gli artigiani che trasformano l'atto di nutrirsi in vera e propria emozione, degna di un buongustaio. A casa sua, la tavola è il punto d'incontro familiare. A Nik Hartmann piace la convivialità e apprezza sia i piaceri semplici che quelli più sofisticati: «il purè di patate di mia madre resta una delle cose più buone della mia vita, come il prosciutto che mangiavo la domenica dai nonni». Ma attenzione, spesso è proprio nei più mo-

desti piatti regionali che si scopre il cuoco. «Colui che sa trasformare dei semplici Hörnli und Ghackets (dei cornetti con un ragù alle erbe, ma senza pomodoro) in una vera leccornia è un autentico chef!» Confessa di avere un debole per le spezie del Maghreb, ma sa apprezzare tutte le cucine del mondo, purché siano autentiche. Per quanto riguarda i vini, dichiara di avere un debole per quelli del Giura argoviese.



Massimo Rocchi

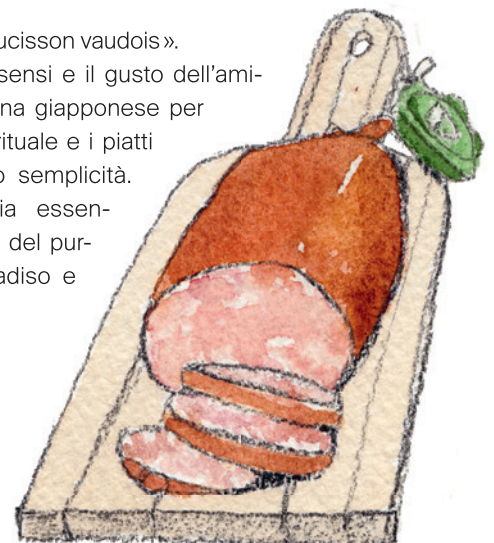
Attore

L'uomo dai mille gusti

Italiano e svizzero germanofono, Massimo Rocchi è soprattutto europeo. Il suo ultimo spettacolo, «EUä», che riflette sulla Svizzera e il suo posto in Europa, sarà presto tradotto in francese. Allora quando si parla di cibo con Massimo è tutta l'Europa a essere invitata a tavola.

«Per me, mangiare bene è molto importante perché il mio lavoro di attore è basato sul corpo. Il corpo è il mio capitale. Vado sempre alla ricerca di ristoranti di qualità. E che usano tovaglioli veri... È l'arte della tavola». Quando gli si chiede qual è il suo piatto preferito, risponde senza esitare «gli spaghetti aglio, olio e peperoncino». E quando si parla di piccoli peccati di gola ci dice: «l'erotismo e la cucina hanno lo stesso colore, il

rosa! Dunque il saucisson vaudois». A tavola coltiva i sensi e il gusto dell'amicizia. Ama la cucina giapponese per il suo aspetto spirituale e i piatti italiani per la loro semplicità. «Una straordinaria essenzialità. È la cucina del purgatorio, tra il paradiso e l'inferno».





Promettiamo a Giosua di aumentare del 30% entro la fine del 2016 il nostro assortimento per allergici.

Alla Migros sono sempre più numerosi i prodotti su cui è chiaramente indicata l'assenza di lattosio, glutine e di altri allergeni. **Con questa e altre numerose promesse concrete ci impegniamo per la generazione di domani.**

Di più su generazione-m.ch

GENERAZIONE M



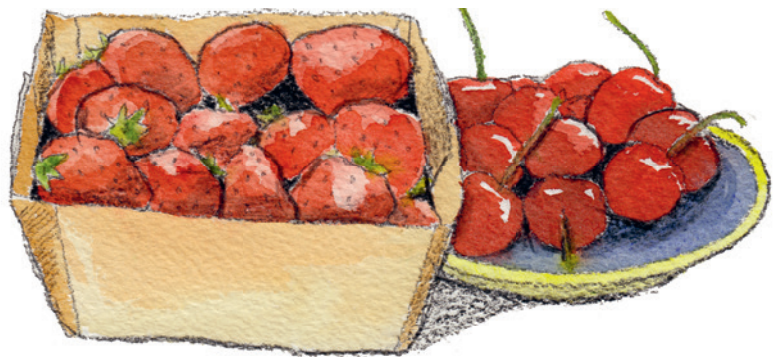
Stéphane Lambiel

Pattinatore artistico professionista

Lo slancio gustativo

Si può essere un grande sportivo, lanciarsi in vertiginose piroette e non disprezzare i piaceri della tavola. Stéphane Lambiel ha sempre fatto attenzione alla propria alimentazione per mantenersi in forma, ma ammette di non essere mai stato drastico in questo campo. «Mia madre cucinava molto bene e mi ha trasmesso delle buone abitudini alimentari. A Saxon, abbiamo un giardino pieno di alberi da frutto e di verdure. È magnifico potersi servire direttamente dell'insalata dall'orto, o andare a raccogliere fragole o le ciliegie dall'albero... Ho sempre mangiato in modo sano. E per me la tavola è sinonimo

di piacere». Quando la nonna arrivava dal Portogallo preparava ottimi piatti lusitani. «Era festa tutti i giorni! Avevamo la migliore cuoca del mondo in casa. Cucinava molto pesce, gamberi e naturalmente il merluzzo in tutti i modi possibili!»



Karim Slama

Attore

Il colore nel piatto

Iromandi lo conoscono per i suoi numerosi spettacoli, come l'ultimo, «A part ça, globalement, ça va plutôt bien». Gli svizzeri tedeschi per «Welsch ein Slamassel». Da quando è stato in

tournee con il circo Knie, nel 2009, nessuno svizzero ignora più il suo nome. Meno noto è il fatto che con una madre svizzera tedesca e un padre tunisino il cuore di Karim Slama vacilla tra pastilla e torta di mele.



«Quando ero piccolo mia madre, appena rientravo dalla palestra, mi dava un pezzo di torta di mele e un bicchiere di latte. Per me era il regalo più bello di tutti. Anche oggi mangio sempre un pezzo di dolce accompagnandolo con un bicchiere di latte!» Il grande umorista tuttavia sa anche variare i suoi piaceri culinari. «Amo mangiare di tutto e una cucina troppo monotona mi stanca. Mi piace la cucina mediterranea e soprattutto le verdure. Ci deve essere un po' di colore nel piatto!»



Slowfood, un movimento che nasce dal basso

Testo, Stephanie Rebonati / Foto, Filipa Peixeiro

Dietro Slow Food Youth ci sono giovani donne e uomini per i quali non è indifferente da dove proviene il cibo che si trova nel loro piatto e che cercano sempre di scegliere prodotti locali, stagionali e la cui coltivazione e fabbricazione sia equa. Organizzano seminari, tavole rotonde e visite a produttori durante le quali non si tratta tanto di spiegare o giudicare il mondo quanto di cercare il dialogo e di nutrire così il discorso. Spreco di cibo, formazione del gusto e modalità di produzione sono temi centrali per questo giovane movimento urbano. Tre soci parlano del loro impegno.

L'entusiasta

Era un paradiso culinario, il miglior pranzo della settimana! Allora, durante il campo di nuoto. Timothée Olivier si abbandona ai ricordi mentre parla del buffet di mezzogiorno dell'ultima giornata al campo. C'erano tutti i resti dei cinque giorni precedenti, dessert incluso. Per il piccolo Timothée, a differenza degli altri bambini, non era un castigo, anzi, vedere tutti quei diversi tipi di cibi lo faceva sentire ancora più affamato. Del resto, ci era abituato, i suoi genitori ogni tre giorni portavano in tavola i resti dei pasti precedenti. E il piccolo romando aveva imparato presto che allo spreco globale di alimenti si poteva reagire nella propria vita quotidiana. Oggi, per il ventitreenne losannese questo atteggiamento è diventato una filoso-

fia di vita. «Voglio diffondere il tema dello spreco di cibo», dice. Timothée Olivier siede in cucina, il suo posto preferito, in casa. Quando ha un paio di giorni liberi va in campagna da piccoli produttori e contadini e si fa spiegare perché i pomodori hanno delle macchie, chiede come si fa a distinguere i differenti tipi di zucche e in che modo bisogna cucinare l'arrosto di manzo perché rimanga morbido e sughoso. Studente di storia e germanistica, cerca il contatto con le fonti della vita. Perché la «madre Terra è importante per me». Ed ha un progetto. Vuole mobilitare i giovani di Losanna, avere un luogo in cui mangiare insieme, discutere e immaginare delle «Disco Soupes», delle feste in luoghi pubblici durante le quali si preparano zuppe con i resti di verdure. Ne ha già organizzate due. Sono una ricetta contro lo spreco di cibo? Timothée Olivier, questo

giovane uomo dai grandi progetti, alza le spalle, sorride e dice di no..., ma aggiunge che ha una ricetta contro lo spreco di pane. «Per fare qualcosa di buono del pane vecchio basta tagliarlo a cubetti, cospargerlo di olio d'oliva ed erbe poi metterlo in forno per venti minuti in modo che diventi croccante». È una semplice ricetta per riutilizzare il pane secco, ma si tratta sempre di integrare il discorso contro lo spreco di cibo nella vita quotidiana.

***I consigli di Timothée
verdure dal Marché Cuendet,
Bremblens (marche-cuendet.ch),
lenticchie e cereali della Ferme Iseli,
La Sarraz (ferme-iseli.ch), menu del
giorno all'Elephant Blanc, Losanna
(elephantblanc.ch).***



*I consigli di Flurina
soppressata e liquori di frutta di Berg
und Tal, Zurigo (berg-tal.ch), un buon
pranzo da Wii am Rii, Schaffhausen
(wiiamrii.ch), «Pariserfladen» della
panetteria W. Motzer, Gonten.*

La comunicatrice

Dice di non essere idealista, e neanche romantica. Ma neppure una militante per la protezione della natura. Che cosa allora? Ride. Attraversa con passo prudente il prato perché non vuole schiacciare i tantissimi crochi e sostiene di essere soprattutto una «curiosa». Flurina Gradin ha 32 anni, ha studiato design ed è responsabile dei laboratori della scuola d'arte di Zurigo in cui insegna ai giovani le tecniche della sua materia. È coautrice di una guida ai villaggi della Svizzera e di un calendario stagionale con 100 tipi di verdure e frutti locali. Attualmente sta seguendo una formazione in ornitologia. Flurina è affascinata da determinate connessioni: se si compra un prodotto fatto con

frutta da alberi ad alto fusto si promuove la conservazione dell'habitat della civetta, che è a rischio di estinzione. Si può quindi mangiare marmellata e sciropo e contemporaneamente aiutare un piccolo uccello notturno – è questo che Flurina Gradin vuole trasmettere ai giovani attraverso nuove forme di comunicazione elaborate insieme ad altre persone che la pensano come lei. Con i più piccoli mette in primo piano i giardini delle spezie, con gli alunni delle scuole elementari va alla scoperta dei mercati di frutta e verdura, con gli studenti delle medie produce burro. E sempre pone delle domande. Quali saranno le nostre abitudini alimentari tra dieci anni? Quale posto deve avere il cibo nella nostra vita quotidiana? Poco tempo fa è stata in giro con un gruppo di ragazzi e ragazze che in quell'occa-

sione hanno assaggiato per la prima volta il finocchio crudo. Se ne è stupita, ma ha anche ricordato: «avevo quindici anni ed ero con degli amici in Piemonte quando ho mangiato per la prima volta la rucola». La formazione del gusto a casa dei genitori e fuori è importante. Racconta della torta ai mirtilli della nonna svedese e dello spezzatino di vitello della nonna svizzera. Sta ancora camminando sul prato, tra i crochi. Si ferma sotto un albero, osserva la grande chioma rotonda e chiede, raggiante: «sentite gli uccellini cantare?».



L'imprenditrice

Valentina Bosia vuole produrre cioccolato. Non appena avrà un capitale sufficiente intende fondare la propria azienda, acquistare il cacao da amici dell'Ecuador e qui in Svizzera, dove il cioccolato è una tradizione, fare opera di sensibilizzazione. Vuole rendere visibile il processo di produzione. «Noi svizzeri mangiamo così tanto cioccolato che sembra a volte che l'abbiamo inventato noi, ma gli ingredienti vengono da paesi lontani dove qualcuno li pianta e li fa crescere. Questa è la storia che voglio raccontare», dice. Perché la conosce molto bene, la storia del frutto giallo-arancio che cresce nel sottobosco delle foreste dell'America latina. Valentina Bosia ha 25 anni, è ticinese, e ha studiato scienze gastronomiche a Pollenzo, una piccola università fondata nel 2003 da Slow Food in collaborazione con le regioni Piemonte ed Emilia-Romagna. In Messico ha visitato un'impresa in cui si produce vaniglia, nel nord Italia ha conosciuto anziane donne che preparano i tortellini e a New York

giovani che piantano pomodori sui tetti delle loro case. In Ecuador si è tuttavia fermata: a nord di Quito, tra le montagne, dove una piccola impresa con pochi mezzi e macchinari produce cioccolato. Per quattro mesi e mezzo ha lavorato lì. Fermentare, tostare, sgusciare le fave di cacao... Da adolescente avrebbe voluto diventare pasticciera, ma i genitori, allevatori di api a Stabio nelle vicinanze di Mendrisio, avevano voluto che la figlia studiasse. Valentina Bosia sorride e dice: «adesso che ho finito gli studi posso finalmente dedicarmi a produrre cose dolci». La motiva sapere di essere parte di un grande movimento, un «movimento che nasce dal basso»; che è in corso un ritorno alla produzione artigianale, che cresce la diffidenza nei confronti delle grandi multinazionali, che le informazioni si scambiano in modo democratico. Valentina Bosia vuol fare parte di questo movimento. Con il cioccolato, «perché rende felici». «Ho sempre pensato, afferma, di seguire una formazione in ambito gastronomico, ma in effetti ho studiato politica». •

*I consigli di Valentina
ricotta affumicata di La Tõira,
Olivone (caseificiotoira.ch),
cioccolato di Mashpi, Ecuador
(chocomashpi.com), laboratorio
al Festival dei sapori etici,
Losone (festivaldeisaporietici.ch).*

LA RETE LOCALE E GLOBALE

Slow Food Youth Svizzera è un'associazione fondata nel 2011 con l'obiettivo di rendere i giovani consumatori consapevoli dell'importanza dei prodotti alimentari locali, stagionali e coltivati e fabbricati in maniera equa. È costituita da giovani produttori, cuochi, studenti, attivisti e palati fini per i quali non è indifferente da dove proviene il cibo che finisce nei nostri piatti. Ogni mese organizza un pranzo in un luogo diverso, visite a imprese in tutta la Svizzera, laboratori nelle scuole e tavole rotonde pubbliche. Slow Food Youth è legata a Slow Food, fondata nel 1986 dal pubblicitario italiano Carlo Petrini come risposta alla diffusione del fast-food e dell'industrializzazione del settore alimentare. Slow Food ha 80.000 iscritti in 150 paesi.

AGENDA

Dal 13 al 15 novembre 2015 durante la fiera di Zurigo avrà luogo il quinto mercato svizzero di Slow Food. L'anno scorso è stato visitato da più di 12.000 persone: un record. Anche quest'anno vi prenderanno parte circa 200 espositori provenienti dalla Svizzera e dall'estero.
slowfoodmarket.ch

DIVENTARE SOCIO
per chi ha meno di 30
anni, l'iscrizione a Slow
Food Youth Svizzera
costa 30 franchi,
slowfood.ch,
slowfoodyouth.ch



UNA VECCHIA CASA SU RUOTE IL PROGETTO PIÙ RECENTE

Slow Mobil CH è un'associazione indipendente, ma si sente parte del movimento di Slow Food in Svizzera. La Slow Mobil è una vecchia casa su ruote che percorre nuove strade: visita le scuole per parlare ai giovani dei temi legati al cibo a livello globale. Slow Mobil CH organizza corsi di cucina, pianta orti scolastici e tiene incontri su tematiche quali il fast-food, l'industrializzazione e gli ingredienti artificiali. La Slow Mobil può essere prenotata sul sito: slowmobil.ch

AGENDA

Dal 1° al 30 settembre 2015 la Slow Mobil sarà in giro per la manifestazione « Zürich isst », il **19 settembre 2015** visiterà il Naturama ad Aarau e **dal 9 al 12 ottobre 2015** la Gourmesse al Kongresshaus di Zurigo.





ANGOLO LETTURA



Prodigioso caffè

Il caffè è una bevanda molto apprezzata, ma può essere degustata anche in tante altre forme. La giornalista Manuella Magnin firma un libricino di ricette semplicissime, dolci e salate, in partnership con il torrefattore della Chaux-de-Fond La Semeuse.

Quello del caffè è un universo affascinante che ci spinge a immergerci in libri di storia e geografia, ci fa fare belle scoperte botaniche e ci apre soprattutto le porte di un mondo di gusti delicati e raffinati che comincia a suscitare un notevole interesse tra i grandi chef.

Sollecitata da La Semeuse, Manuella Magnin ha inventato 20 ricette salate e dolci a base di caffè di diversa origine e le ha raccolte in un piccolo libro, illustrato dalla fotografa Corinne Sporrer. Un bel modo per mostrare il magnifico lavoro fatto dalla casa della Chaux-de-Fond che miscela e torrefà con grande passione diversi crus di arabica e robusta a 1000 m di altitudine.

Prodigieux Café, Edition La Semeuse, 2015.
In vendita al prezzo di 18.90 fr sul sito
www.lasemeuse.ch



Perché accontentarsi della bistecca ?

Basta con la solita routine! È ora di riscoprire la varietà delle carni svizzere: i tagli, le consistenze, i diversi modi per cucinare parti quasi dimenticate. Con golosità, creatività e qualche segreto da macellaio, «Y a pas que le steak dans la vie» vi propone 35 ricette non particolarmente costose per risvegliare le vostre papille e stupire i vostri commensali. La Federazione romanda dei consumatori elabora consigli e suggerimenti per un'alimentazione equilibrata e di qualità giorno dopo giorno. Alcuni chef e personalità della Svizzera francese vi aggiungono un pizzico delle loro specifiche competenze. Tutti condividono con voi i loro piatti preferiti, teneri e gustosi.

L'opera offre solo qualche spunto. Ma innanzitutto ricorda che una carne di qualità si ottiene soltanto con un lavoro quotidiano attento, dalla stalla alla tavola. La si riconosce al primo sguardo, anche se l'occhio deve essere un po' esercitato: il macellaio di fiducia è lì per aiutarci a imparare come si fa. Con «Y a pas que le steak dans la vie», scoprirete quali sono gli ingredienti necessari per influenzare la filiera di produzione, dall'allevamento al banco di vendita. E domani, sulle vostre tavole, potranno tornare i buoni sapori di una volta.

Y a pas que le steak dans la vie, ed. FRC, 2015.
Prezzo al pubblico : 22.- Prezzo soci FRC : 17.-
In vendita su frc.ch/boutique



Pazzi per gli agrumi

Testo, Manuella Magnin

Illustrazioni, Dora Formica

Conoscete la combava, lo yuzu, il caviale di limone? Se siete tra i più inguaribili amanti degli agrumi avete senza dubbio già sentito parlare di questi frutti dal sapore così delicato. Gli chef dei locali più alla moda delle nostre grandi città li usano spesso nelle loro creazioni per stupire le nostre papille gustative.

Ma da dove viene questa moda e perché parlarne in una rivista che celebra i prodotti del nostro territorio? Semplicemente perché anche in Svizzera gli agrumi hanno i loro aficionados e sono inoltre all'origine dell'amicizia tra un residente ticinese, Reto Eisenhut, che possiede un magnifico giardino botanico a San Nazzaro, dall'altra parte del lago, proprio di fronte a Locarno, e Niels Rodin, pro-pronipote di Auguste Rodin, lo scultore, che appaga la propria passione per gli agrumi a Borex, nel cantone di Vaud.

Piantando il suo primo albero di yuzu in giardino a Gland, nel 2009, Niels Rodin non pensava affatto di diventare uno dei più grandi conoscitori di questo agrume in Svizzera. Era inoltre ben lontano dall'im-

maginare che avrebbe coltivato lui stesso, in serra, sopra Nyon, più di 80 varietà di rutaceae.

Niels Rodin, di mestiere fiscalista e agrumicoltore per hobby - ma molto attivamente - ha incontrato Reto Eisenhut su Internet. Eisenhut è specializzato in agrumi rustici di cui coltiva in pieno campo numerose varietà e ibridi rari nel suo immenso giardino botanico. Oggi i due compari si fanno visita regolarmente, scambiano conoscenze e informazioni sulle loro sperimentazioni e di recente hanno gestito in comune uno stand a «Jardins en fête», a Coppet, per diffondere la loro passione.

Niels Rodin punta a sviluppare le proprie coltivazioni su più larga scala in Svizzera,

e in particolare tra i vigneti del Vallese, per offrire maggiore varietà di sapori agli chef e ai consumatori locali.

Da secoli ormai gli agrumi suscitano la golosità degli esseri umani, per i loro aromi seducenti che permettono di esaltare ogni piatto. Oggi, a parte i frutti freschi dai nomi esotici che provengono dalla sua serra o che acquista da altri coltivatori, Niels Rodin propone una vasta scelta di prodotti agli agrumi rari, tra cui liquori distillati in Ticino, un olio prodotto al Moulin de Sévery, alcuni tipi di senape preparati nel cantone di Neuchâtel... Incroci estremamente gustosi tra i nostri sapori regionali e quelli, divinamente aciduli, degli agrumi più delicati.

Per saperne di più su questi frutti squisiti, ecco gli schizzi di alcune delle varietà più stupefacenti mostrate da Niels Rodin alla nostra disegnatrice, Dora Formica (pagine seguenti): da mangiare con gli occhi!

E inoltre, non perdetevi i siti www.nielsrodin.com e www.eisenhut.ch

Gli schizzi

Coltivati in Svizzera

Citrus limonimedica di neggia

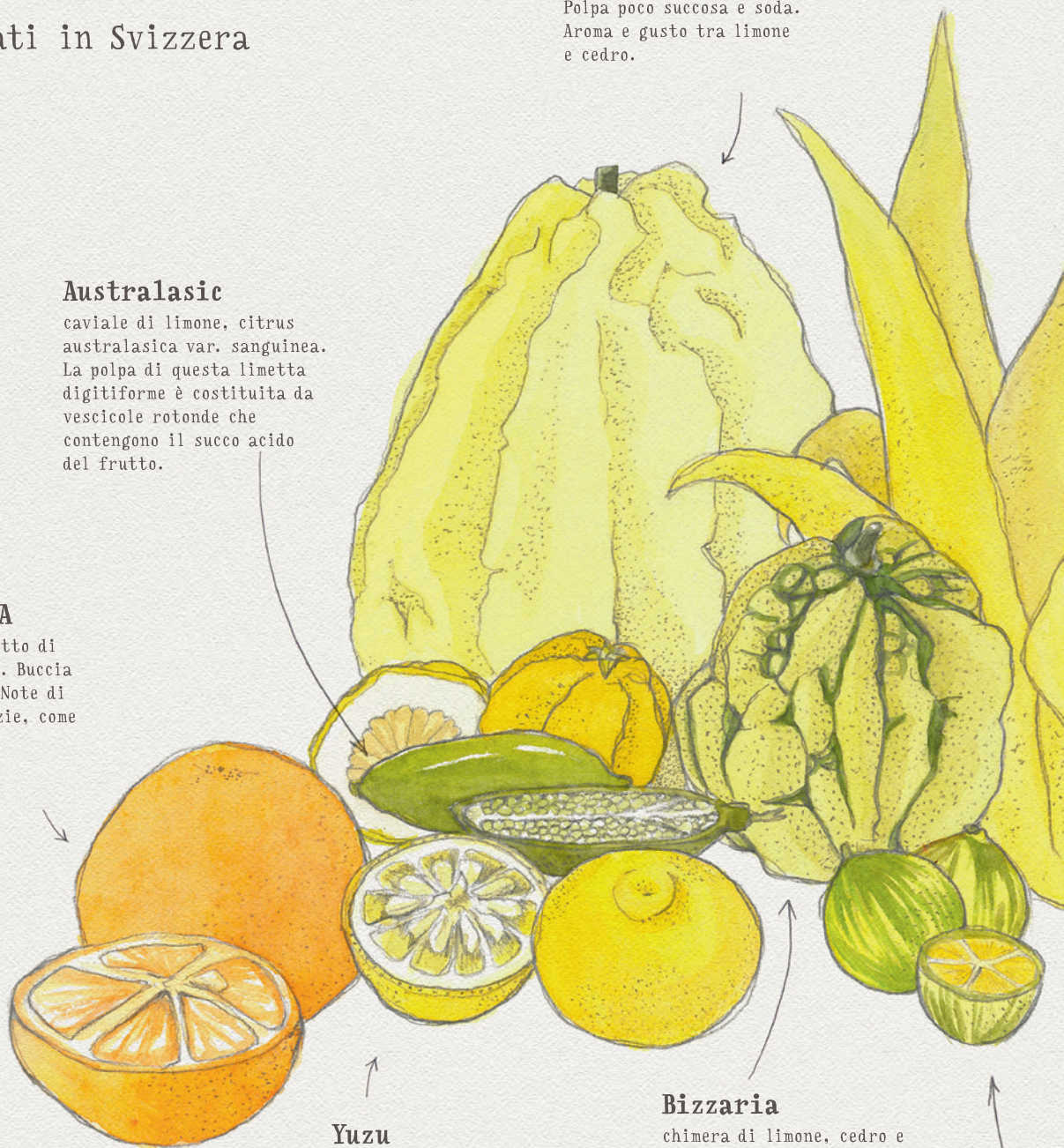
ibrido di limone e di cedro della collezione dei Medici. Polpa poco succosa e soda. Aroma e gusto tra limone e cedro.

Australasic

caviale di limone, citrus australasica var. sanguinea. La polpa di questa limetta digitiforme è costituita da vescicole rotonde che contengono il succo acido del frutto.

Ichangensis IVIA

citrus ichangensis frutto di una selezione spagnola. Buccia dolce e polpa acidula. Note di pomelo giallo e di spezie, come lo zenzero e il pepe.



Santa barbara

citrus limonia o limetta di Rangpur. Ibrido di limone e mandarino. Molto profumato e aspro.

Yuzu

ibrido di citrus ichangensis e di mandarino sunki. Note di pompelmo e di limetta con una dominante di mandarino.

Bizzaria

chimera di limone, cedro e arancio amaro proveniente dalla collezione dei Medici. Antico ibrido di tre sapori e aromi, aspro e succoso.

Mano di Bouddha

cedro *sarcodactylus*. Frutto privo di polpa, succo e semi, caratterizzato da aromi floreali. Da degustare in carpaccio, marinato nel sale grosso e con un filo di olio d'oliva.

Ichang lemon sanguyan

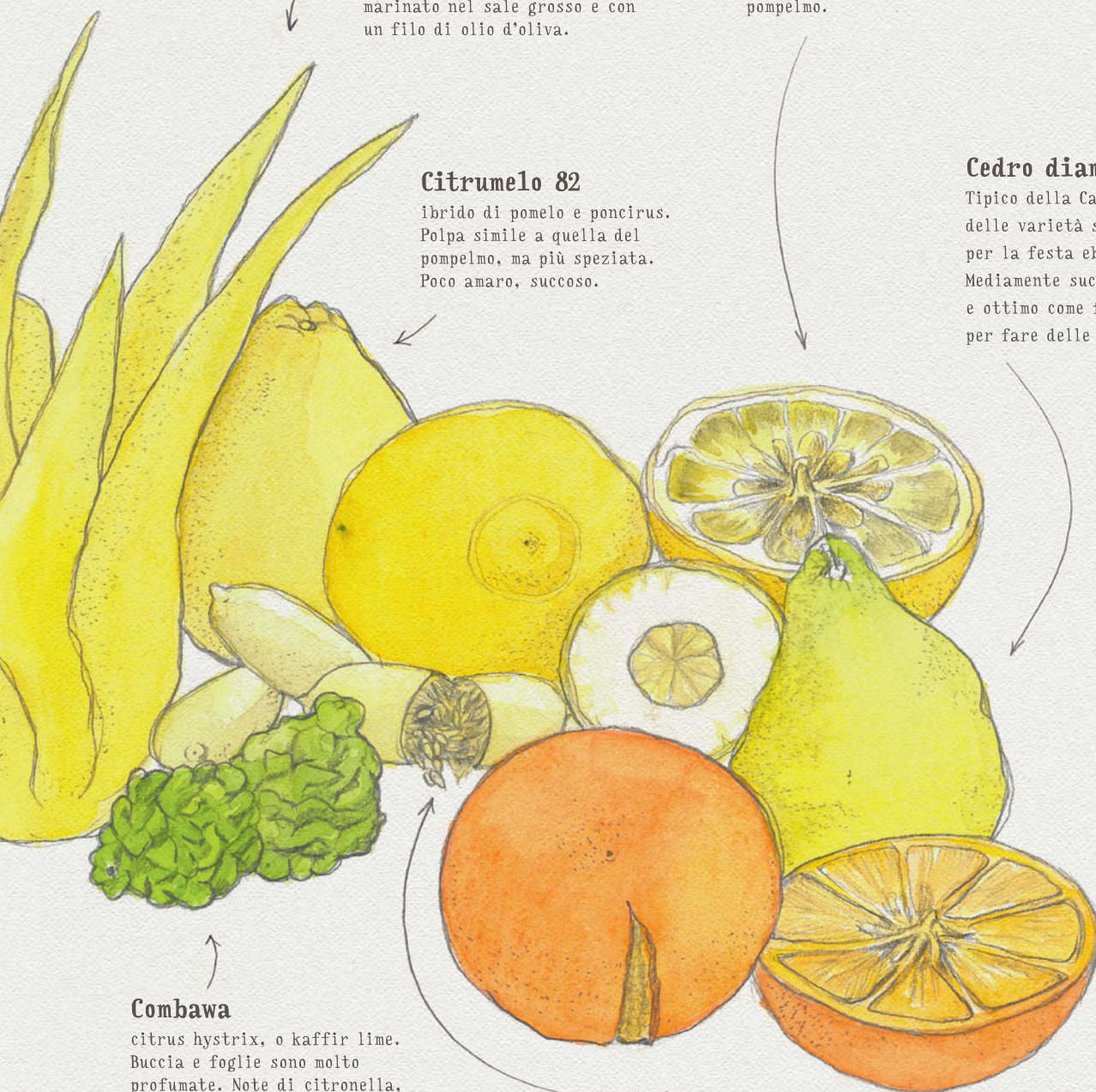
ibrido di *citrus ichangensis* e pompelmo. Cugino dello yuzu e in più succoso. Note di limetta e di mandarino, con una dominante di pompelmo.

Citrumelo 82

ibrido di pomelo e *poncirus*. Polpa simile a quella del pompelmo, ma più speziata. Poco amaro, succoso.

Cedro diamante

Tipico della Calabria, è una delle varietà sacre utilizzate per la festa ebraica del Sukkoth. Mediamente succoso, è profumato e ottimo come frutto candito o per fare delle marmellate.



Combawa

citrus hystrix, o kaffir lime. Buccia e foglie sono molto profumate. Note di citronella, zenzero e limetta.

Faustrime

ibrido di caviale di limone e di limequat. Sapore molto intenso e profumo di citronella.

Centennial

kumquat variegato, probabile ibrido naturale di kumquat e mandarino. Frutto striato molto bello e in più buono da mangiare. Buccia dolce, fine, polpa aspra e succosa con note di mandarino.

US-119

ibrido di citrumelo e di arancio. Gusto di banana e mango.



La qualità è insita nella mia natura.

Si lasci guidare dal suo buon gusto se volete dire pane al pane e formaggio al formaggio. E se è formaggio, scegliete quello svizzero. Fatto con amore, passione e secondo norme severe. Senza compromessi.



AOP-IGP

strumenti di successo



Testo, Knut Schwander / Foto, DR

Una seccatura amministrativa in più, i marchi AOP-IGP? Non agli occhi di un numero sempre maggiore di consumatori e di produttori per i quali al contrario indicano la via del successo.

Grazie a precisi elenchi degli obblighi le denominazioni d'origine protetta (Appellations d'origine protégées, AOP) e le indicazioni geografiche protette (Indications géographiques protégées, IGP) garantiscono il rispetto delle tradizioni e l'identità dei prodotti. Danno inoltre una risposta efficace alla globalizzazione mettendo in evidenza prodotti di nicchia, che altrimenti rischierebbero di essere destinati all'oblio. E lo fanno con successo! La produzione di pane di segale vallesano è raddoppiata dal 2004, anno in cui ha ottenuto il marchio AOP.

Una carta vincente dunque per il produt-

*I marchi AOP-IGP
svolgono oggi un
importante ruolo nel
mantenimento di una
tradizione in movimento.*

tore, ma anche per il consumatore che dispone grazie ai marchi AOP-IGP di loghi identificabili e di informazioni sul sito www.aop-igp.ch. Informazioni affidabili, che beneficiano di una garanzia statale fondata su un costruttivo partenariato tra l'Ufficio federale dell'agricoltura e le filiere di produzione.

I marchi AOP-IGP svolgono inoltre un importante ruolo nel mantenimento di una tradizione in movimento non escludendo

affatto il ricorso a tecnologie all'avanguardia: «un robot in una cantina di affinamento può dare un grande contributo all'elaborazione di un autentico prodotto tipico», dice Alain Farine, direttore dell'Associazione svizzera AOP-IGP, che precisa: «naturalmente purché l'innovazione si adatti alla tradizione, frutto di lunghi anni di pratica e di esperienza. Se il casaro mescola da sempre il suo latte descrivendo degli otto, la macchina dovrà fare la stessa cosa».

Finora in Svizzera sono 21 i prodotti a marchio AOP e 10 quelli a marchio IGP, ma i candidati sono sempre più numerosi! Dal «jambon de la borne» (il tipico prosciutto friburghese) all'olio di noci di Sévery passando per l'Appenzeller Mostbrökli (carne di manzo affumicata ed essiccata), la tradizione culinaria elvetica nasconde ancora molti tesori da riscoprire. Anche con l'aiuto dei marchi AOP-IGP!



Un eccellente «Saucisson neuchâtelois»

In autunno, la cottura sotto le braci di un fuoco all'aperto esalta il gusto del « saucisson neuchâtelois IGP ».

Ma i fratelli Montandon di Les Ponts-de-Martel lo producono tutto l'anno.

Terza generazione della famiglia Montandon, i fratelli Pierre e Olivier dirigono con successo la loro impresa a 1000 metri di altitudine. La macelleria si trova a Les Ponts-de-Martel, su un altipiano del Giura di Neuchâtel. Da 80 anni vi si fabbricano « saucisses » e « saucisson neuchâtelois », prodotti insigniti del marchio ufficiale di qualità IGP, con lo stesso amore e lo stesso rispetto della tradizione.

«Prima, tutti potevano fare una salsiccia di Neuchâtel. Dal 1997, è necessario lavorare sul territorio del cantone e rispettare un preciso elenco degli obblighi», spiega Pierre Montandon, incaricato delle vendite nell'azienda che fa di questi prodotti il proprio cavallo di battaglia e il proprio slogan: «Tradition du saucisson». Su 120 tonnellate prodotte annualmente nella regione da una dozzina di macellerie, più della metà sono fabbricate qui. Per un totale di 400.000 pezzi all'anno.

La fabbricazione di « saucisses » e « saucissons » IGP è tuttavia restata artigianale. Nonostante l'uso di enormi tritattutto e di impastatrici giganti, l'elaborazione resta in parte manuale.

Tradizionale è anche la provenienza della carne, obbligatoriamente svizzera e prioritariamente regionale: «noi lavoriamo con produttori delle vallate vicine, della Brévine, della Sagne e di Les Ponts-de-Martel», afferma Pierre Montandon. In effetti gli allevamenti di maiali nella regione sono numerosi. Storicamente si trovano in questa zona a causa della grande disponibilità di laticello proveniente dai numerosi caseifici... di cui i maiali vanno matti.

Dagli allevamenti, gli animali sono trasportati, in pochi minuti e con uno stress minimo, ai macelli di Les Ponts-de-Martel. I locali della Montandon SA sono collegati al macello. I pezzi di carne vengono tagliati e tritati. Quelli riservati alla produzione di salsicce tipiche devono

rispettare il rapporto di un terzo di grasso e due terzi di carne magra.

Ma qual è la differenza tra la « saucisse IGP » e il « saucisson IGP »? La prima è curva, il secondo è dritto, una forma determinata da quella del budello di manzo utilizzato al momento della preparazione. Per ottenere il marchio IGP, è necessario lasciar riposare entrambi per un giorno prima di iniziare l'affumicatura. Affumicato a freddo, il « saucisson » è poi pronto per la vendita. A questo punto basta cuocerlo per 40 minuti nell'acqua o avvolgerlo in un pezzo di carta solforizzata e poi in un foglio di giornale inumidito prima di infilarlo sotto la brace durante un fuoco all'aperto tradizionale. Un'altra eccellente specialità di Neuchâtel.



La prima annata AOP dello Zuger Kirsch e del Rigi Kirsch

Da 500 anni nella regione di Zugo e del Rigi si produce kirsch, ma da questa primavera sarà disponibile in commercio il primo kirsch con marchio AOP!

«Non sapevo che un kirsch potesse essere così buono»! ha esclamato una parigina dal palato fine davanti a Hans Etter, il proprietario di Etter Soehne AG a Zugo, durante una recente degustazione nella ville lumière, dando ragione allo slogan della casa Etter: «La fine eau de vie». Troppo spesso considerato buono solo per dare un po' di tono alla fonduta, il kirsch merita in effetti un maggior interesse.

Innanzitutto perché è il prodotto di una regione magnifica. I prati di un verde intenso, le sponde del lago di Zugo, i pendii del Rigi, questa montagna consacrata «Regina Montium» (la regina delle montagne) dai turisti inglesi del XIX secolo, creano un paesaggio dalla poesia unica. In particolare in primavera, quando 400 specie diverse di ciliegi sono in fiore e spargono sui campi un turbine di petali madreperlacei.

Poi perché si tratta di un autentico prodotto del territorio, che esiste da più di

500 anni. Dal XVII secolo, quando il kirsch suscitava le ire delle autorità locali che lo consideravano uno spreco di generi alimentari, al XIX, questo prodotto ha conosciuto uno sviluppo straordinario. In particolare con la nascita delle prime distillerie industriali: Fassbind nel 1846, Dettling nel 1867, Etter nel 1870 e Räber nel 1877. Il kirsch regionale merita dunque il suo marchio AOP, tanto più che può far leva sul suo passato. Fondata nel 1870, la «Kirschwasser-Gesellschaft in Zug» fu la prima organizzazione di vendita del kirsch di Zugo. A questa associazione si devono le esportazioni nel mondo intero, persino a Cuba.

Non è nella Svizzera romanda, né in Francia, che l'acquavite di ciliege ha i suoi più grandi estimatori: «per fortuna che c'è la fonduta...», scherza Hans Etter, 65 anni, terza generazione alla testa dell'impresa familiare con il genero Gabriel Galliker-Etter. Nella Svizzera tedesca, in Germania, in Austria, in Italia e in Belgio, invece, il kirsch di Zugo ha un'aura tutta

particolare. E là i consumatori ne sanno apprezzare l'intera gamma: millesimi, vecchio kirsch, nobile e vecchio...

Queste varie declinazioni spesso poco conosciute offrono una grande varietà di aromi e di sapori. Perché il kirsch evolve nel corso degli anni: «dopo la distillazione, bisogna attendere per 12-18 mesi prima di mettere in commercio il prodotto», spiega Hans Etter. Ecco perché solo quest'anno si potranno apprezzare le prime acquaviti di ciliegia «Zugerkirsch» e «Rigikirsch» AOP del raccolto 2014.

Bottiglie da collezione? Non sarà certo Hans Etter a escludere questa possibilità: «nel 2011, ho avuto il privilegio di aprire una bottiglia centenaria: un sogno! Un kirsch di una finezza incredibile, penetrante ma di grande eleganza. Un piacere inedito!» «La fine eau de vie», come già detto...



LA MIA
TERRA

PER LE MIGLIORI SPECIALITÀ REGIONALI.



La frutta del giardino

dove giocavo

sempre a

nascondino.



La mia Terra propone più di 2300 prodotti regionali selezionati realizzati dagli agricoltori e dai produttori della tua regione. Vieni ad assaggiare i sapori della tua terra. Per ulteriori informazioni www.coop.ch/lamiaterra

coop

Per me e per te.

Spinoso ma buono questo cardo!



Chi dice gastronomia ginevrina, pensa al cardo: ma non a un qualsiasi cardo. Perché è proprio il « Cardon épineux genevois », il tipico cardo spinoso della regione, ad aver ottenuto il marchio AOP nel 2003.

È un cugino del carciofo. Ma quasi nessuno lo sa perché in cucina non si usa la sua infiorescenza bensì le sue coste. Nel corso dei secoli Ginevra ne ha fatto la propria specialità, al punto che il cardo spinoso argentato è oggi indispensabile nei pranzi ufficiali e fa la gioia dei buongustai nelle locande di campagna come nei ristoranti più quotati.

Il cardo è arrivato a Ginevra nel XVI secolo con gli ugonotti in fuga a causa dell'editto di Nantes. E se lo si chiama a volte « cardo di Plainpalais » è perché su questa spianata, all'epoca fuori dalla cinta muraria, veniva coltivato. Difficile immaginarlo oggi, quando in questo spazio, ormai divenuto urbano, si va al circo o al mercato delle pulci! Difficile anche capire la perseveranza nel coltivare questa pianta che non è affatto facile...

Pierre Boehm ne sa qualcosa. A Confignon, incarna la quarta generazio-

ne di una famiglia di coltivatori di cardo. È anche il principale produttore del cantone, con 100-150 tonnellate all'anno, sulle 250 in totale, coltivate solo da sei produttori locali. La sua produzione è triplicata dall'ottenimento del marchio AOP! Da allora ha fatto dei cardo la sua specialità.

Dalla semina, in maggio, al vasetto o al piatto a Natale: il savoir-faire e la cura richiesti sono davvero tanti. Le foglie del cardo si slanciano in graziosi fasci che ricordano l'acanto delle colonne greche, anche se ne sono la versione pungente... L'ortolano può lasciare che le piante si sviluppino con calma per tutta l'estate. « Ma in settembre, tutto cambia », spiega Pierre Boehm, perché « la pianta comincia a crescere a vista d'occhio ».

Quando ha raggiunto un metro e sessanta di altezza bisogna innanzitutto legare questa bella selva di coste spinose di diversi centimetri di lunghezza (è più o meno come fare un mazzo con del filo

spinato). Poi ci sono due possibilità. O lasciare la pianta sul campo e chiuderla in un cilindro impenetrabile alla luce. O, come si faceva un tempo, trasportarla insieme alla zolla in una cantina perché non sia toccata dal sole. « Lo scopo è mantenere la sua bianchezza e soprattutto il suo gusto: lasciata semplicemente al sole diventa verde e terribilmente amara ». Sapendo che questa pianta pesa sui 30 chili, che in seguito bisognerà ancora « pelarla » e tagliarla a pezzi, a mano, per trarne alla fine solo 2-3 chili di fibre commestibili, si capisce perché una simile delicatezza ha il suo prezzo. Un vaso da 500 grammi costa circa 15 franchi. Ma quando si ama il cardo non si contano né gli sforzi, né i soldi. •



Concorso

PARTECIPATE E VINCETE

in palio un cesto pieno di deliziose specialità AOP-IGP o, dal 2° al 5° posto, un duo di queste specialità.

Entro il 31 ottobre 2015

TAGLIATE, COMPILATE E SPEDITE

QUESTO TAGLIANDO A:

Association suisse des AOP-IGP
 Concorso Settimana del Gusto
 Belpstrasse 26
 3007 Berne



1. Qual è la differenza tra questi due marchi di qualità?



- Una specialità con marchio AOP deve essere integralmente elaborata nella regione d'origine con materie prime che provengono da altri cantoni svizzeri. Una specialità con marchio IGP può essere fatta con materie prime provenienti dai paesi confinanti.
- Una specialità con marchio AOP è interamente elaborata nella sua regione d'origine. Una specialità IGP può essere affinata a partire da materie prime provenienti da altre regioni della Svizzera.
- Una specialità con marchio AOP porta il nome della sua regione d'origine, ma può essere fabbricata in altre regioni della Svizzera. Una specialità IGP può essere elaborata in un paese confinante in base alla ricetta tradizionale svizzera.

2. Nel 2015, la torta al kirsch di Zugo IGP festeggia quale anniversario?

- 50°
- 100°
- 25°

3. In quale anno è stata inventata la « girolle » che serve per tagliare la Tête de moine AOP?

- 1950
- 1871
- 1694

Desidero abbonarmi gratuitamente alla rivista AOP-IGP « Tradition & Terroir » Tedesco Francese

Cognome:

Nome:

Indirizzo:

NPA, Località:

I PRODOTTI AOP E IGP IN SVIZZERA

REGISTRO AOP

(Appellation d'origine protégée)

data di pubblicazione

1. L'Etivaz AOP	02. 03. 00
2. Rheintaler Ribel AOP	14. 08. 00
3. Tête de Moine AOP	08. 05. 01
4. Gruyère AOP	12. 07. 01
5. Eau-de-vie de poire du Valais AOP	21. 12. 01
6. Sbrinz AOP	24. 04. 02
7. Formaggio d'alpe ticinese AOP	14. 02. 02
8. Abricotine AOP	06. 01. 03
9. Vacherin Mont-d'Or AOP	16. 05. 03
10. Cardon épineux genevois AOP	10. 10. 03
11. Pain de seigle valaisan AOP	27. 02. 04

12. Berner Alpkäse AOP, Berner Hobelkäse AOP	02. 04. 04
13. Munder Safran AOP	02. 07. 04
14. Vacherin Fribourgeois AOP	28. 02. 06
15. Emmentaler AOP	06. 10. 06
16. Poire à Botzi AOP	05. 10. 07
17. Raclette du Valais AOP	26. 02. 08
18. Werdenberger Sauerkäse AOP Liechtensteiner Sauerkäse AOP	18. 02. 10
19. Damassine AOP	09. 03. 10
20. Zuger Kirsch AOP Rigi Kirsch AOP	02. 09. 13

REGISTRO IGP

(Indication géographique protégée)

data di pubblicazione

21. Glarner Alpkäse AOP	30. 01. 14
22. Bündnerfleisch IGP*	29. 09. 00
23. Saucisse d'Ajoie IGP	07. 11. 02
24. Viande séchée du Valais IGP	29. 01. 03
25. Saucisson neuchâtelois IGP Saucisse neuchâteloise IGP	06. 06. 03
26. Saucisson vaudois IGP	11. 10. 04
27. Saucisse aux choux vaudoise IGP	11. 10. 04
28. St. Galler Bratwurst IGP, St. Galler Kalbsbratwurst IGP, St. Galler OLMA-Bratwurst IGP	26. 08. 08
29. Longeole IGP	02. 04. 09
30. Glarner Kalberwurst IGP	25. 11. 11



* Non essendo prodotta obbligatoriamente con della carne svizzera, la carne dei Grigioni IGP non può utilizzare il logo con la croce svizzera.

Ambasciatori rinomati per il «Sel des Alpes»

Da questa primavera Philippe Ligrón, chef di chiara fama, non solo mediatica, e insegnante presso la Scuola alberghiera di Losanna, è l'ambasciatore romando di questo tesoro del nostro territorio vodese, a fianco di Rebecca Clopath, ambasciatrice per la Svizzera tedesca. Il Sel des Alpes è anche presentato al Padiglione svizzero all'Expo Milano 2015.

Testo, Manuella Magnin / Foto, Elise Heuberger

I fortunati visitatori dell'esposizione universale di Milano faranno senza dubbio un salto al Padiglione svizzero. Nella torre del sale scopriranno allora delle piccole saliere inedite «Sel des Alpes» concepite specificamente per Milano 2015. I piccoli contenitori a forma di cubo, in equilibrio su uno degli spigoli, esibiscono la scritta «It's all about balance». Uno slogan che fa evidentemente riferimento a un consumo responsabile e giusto di questo esaltatore del gusto, prodotto essenziale per la vita.

AMBASCIATORI RINOMATI

L'opportunità di far conoscere questo marchio elvetico agli stranieri e agli svizzeri in visita a Milano ha entusiasmato il direttore della Salina di Bex, Julien Hoeffliger, il quale ha risposto immediatamente alle richieste della Confederazione. La «Saline de Bex» ha deciso di approfittare di questa occasione e cavalcare l'onda scegliendo due ambasciatori d'eccezione per promuovere il sale delle Alpi: Rebecca Clopath per la Svizzera tedesca e Philippe Ligrón per la Svizzera romanda.

Rebecca Clopath, giovane cuoca, pratica la sua arte a fianco di Stefan Wiesner al Gasthof Rössli di Entlebuch. Ben noto ai

romandi, Philippe Ligrón è un grande appassionato di prodotti del territorio. «Mi sono arrivate tante richieste, dall'ambito dell'orologeria a quello del prêt-à-porter. La scelta di associare il mio nome al «Sel des Alpes» si è imposta tuttavia in modo del tutto naturale. Si tratta di un prodotto del territorio, indispensabile in cucina. Il mio ruolo consiste nell'informare sul suo miglior utilizzo, in particolare attraverso una serie di ricette».

UN SALE «VERDE»

Il sale delle Alpi è naturale al 100%. Viene estratto nel più rigoroso rispetto dell'ambiente. La salina di Bex possiede una propria centrale idroelettrica che copre i suoi consumi di energia e le permette di immetterne una parte nella rete.

Alla fine del 2011, l'impresa è stata certificata EcoEntreprise, un marchio che attesta le sue ottime performance nell'ambito dello sviluppo sostenibile. Gli imballaggi da 500g e 1kg di sale fino di Bex sono etichettati climatop, un marchio che garantisce che il consumo di energia necessario per la loro fabbricazione è nettamente inferiore a quello richiesto da altri prodotti disponibili sul mercato. •

IL SALE SVIZZERO, UNA LUNGA STORIA

Senza sale, la vita sulla terra non sarebbe possibile. Il sale, non solo modifica la percezione del gusto e mette in risalto il sapore dei nostri piatti, ma è anche un elemento costitutivo delle nostre cellule e contribuisce alla buona idratazione dei nostri tessuti. La storia del sale svizzero comincia duecento milioni di anni fa quando l'oceano primitivo si ritirò lasciando dietro di sé questo famoso prodotto imprigionato nel suolo. Il sale è oggi una delle rare materie prime estratte in Svizzera. Le saline svizzere sono di proprietà dei cantoni e del principato del Liechtenstein.

Il sale viene estratto da più di 175 anni nella regione di Basilea, a Schweizerhalle e a Riburg. Per quanto riguarda la salina di Bex, è in attività dal 1554. Inventato nel 1877 a Bex, il procedimento per termocompressione permette di ridurre di quasi il 90% l'energia necessaria alla produzione del sale.

Le miniere di sale di Bex, il museo e le visite guidate a Riburg e Schweizerhalle, richiamano ogni anno circa 80.000 visitatori.



Filetto di anatra in crosta di «Sel des Alpes» Salsa celeste

Una ricetta di Philippe Ligron

Per 10 persone
Preparazione, 20 min
Cottura, 30 min

- 1500 g di filetti di anatra freschi
- 20 g di «Sel des Alpes» – sale alle erbe bio «Oriental»
- 20 g di «Sel des Alpes» – sale alle erbe bio «Fort»
- 50 ml di olio d'oliva
- 5 g di erbe di Provenza o altre erbe aromatiche
- 10 macinate di pepe a mulino
- 6 albumi
- 300 g di farina
- 1500 g di «Sel des Alpes» – «Sel à l'Ancienne»
- 20 g di pepe nero frantumato
- 5 g di erbe aromatiche (timo o santoreggia ecc.)
- 500 ml di vino rosso da cucina

PER LA SALSA CELESTE

- 20 g di scalogno tagliato finemente
- 50 g di more ben mature
- 10 ml di agresto (in mancanza dell'agresto sostituirlo con 8 ml di vino bianco e 2 ml di aceto di vino)
- 10 prese di «Sel des Alpes»
- 10 macinate di pepe bianco a mulino
- 10 g di burro

Far restringere il vino rosso di un terzo e mettere da parte.

Preparare i filetti liberandoli da nervi e grasso e mettere da parte.

In una insalatiera, mescolare i due tipi di sale alle erbe con le erbe di Provenza, l'olio d'oliva e un po' di pepe bianco. Spennellare i filetti e farli riposare per qualche ora al fresco.

Incidere la pelle dei filetti per permettere al calore e al condimento di penetrare meglio.

Far dorare i filetti da entrambe le parti in una padella senza salarli ma pepandoli. Far raffreddare in frigorifero.

In una terrina, disporre il «Sel à l'Ancienne» e aggiungere la farina, il vino rosso, il pepe, le erbe essiccate e l'albume.

Disporre un pezzo di carta da forno su una piastra di cottura e coprire con uno strato di pasta di sale.

Disporre i filetti uno sull'altro dal lato della carne per proteggerla. Se i filetti non sono in numero sufficiente per fare delle coppie, coprire il filetto singolo con un po' di carta da forno sul lato della carne. Ricoprire completamente i filetti con il composto a base di «Sel à l'Ancienne».

Cuocere al forno preriscaldato a 200°C per 20 minuti e lasciar riposare 10 minuti prima di servire.

Mentre i filetti cuociono preparare la salsa celeste. Far soffriggere lo scalogno nel burro.

Deglassare con l'agresto e aggiungere le more. Portare rapidamente a ebollizione. Passare poi nel mixer con il succo di cottura dei filetti. Condire.

Procedere alla preparazione del piatto.

Pulire i filetti con cura prima di tagliarli affinché non siano troppo salati. Servire con la salsa celeste. Accompagnare a seconda dei gusti con un purè di melanzane, una giardiniera e chips di riso Venere.

NOTE DELL'AUTRICE

La crosta di «Sel à l'Ancienne» protegge i filetti durante la cottura.

La salsa celeste è una ricetta del tardo Medioevo (XIV secolo), che ci dimostra, una volta di più, l'importanza delle salse di gusto agrodolce per accompagnare una carne gustosa. Questa salsa celeste ci dice anche molto dell'interesse per i colori nei piatti di quell'epoca.

Tutti al Concorso svizzero dei prodotti regionali!

Testo, Manuella Magnin / Foto, DR

Dal 2005, ogni due anni, Courtemelon, nel Giura, vive al ritmo dell'ormai famoso concorso e del mercato dei prodotti tipici locali. La 6a edizione, assolutamente da non mancare, avrà luogo il 26 e 27 settembre prossimi.

L'ambiente è splendido, l'aria divinamente pura, l'evento imperdibile per tutti gli amanti dei sapori autentici. È in mezzo alla natura del nostro magnifico Giura che ogni due anni si tiene il «Concours Suisse des produits du terroir», il Concorso svizzero dei prodotti regionali. La prossima edizione avrà luogo l'ultimo week-end di settembre. Basilea Città, Basilea Campagna e il Baden-Württemberg saranno gli ospiti d'onore.

Nel 2013, 1000 prodotti sono stati messi alla prova nelle cinque categorie previste (latticini, prodotti di panetteria e pasticceria, prodotti a base di carne, prodotti a base di frutta, verdura, miele e altro, bevande alcoliche). 1000 delizie per 100 giurati, 75 medaglie d'oro, 83 d'argento, 82 di bronzo e 20 nominati per il Premio d'eccellenza.

Per i produttori medagliati, il concorso, organizzato dalla Fondation rurale interjurassienne (FRI), è un vero e proprio strumento promozionale. Olivier Boillat, responsabile della comunicazione, e il suo collega Lionel Gilliotte, che si oc-

cupa della giuria, notano che l'effetto di questi premi sui consumatori è più che palpabile. In media questi prodotti registrano un aumento delle vendite del 27%.

RICONOSCIMENTO

Tutti i produttori presenti al grande Mercato dei territori svizzeri che si svolge il sabato e la domenica vedono sfilare quasi 20.000 visitatori alla ricerca di un contatto diretto con chi li nutre.

La Fondation Rurale Interjurassienne ha colto nel segno mettendo in piedi in 10 anni questa manifestazione di portata nazionale, i consumatori, infatti, nello stesso periodo, hanno iniziato sempre più di frequente a mettersi alla ricerca di alimenti che possiedono un vero plusvalore, a livello sia di gusto che del tipo di fabbricazione. Tramite il Concorso, i produttori possono farsi conoscere e soprattutto far riconoscere il proprio savoir-faire. I consumatori, da parte loro, scoprono anche i volti che si nascondono dietro i cibi che acquistano e hanno l'occasione di partecipare a laboratori gratuiti animati da famosi chef svizzeri.

IL PROGRAMMA

Mercoledì 9 e giovedì 10 settembre

Concorso delle categorie «prodotti a base di carne e prodotti a base di frutta e verdura»

Mercoledì 16 e giovedì 17 settembre

Concorso delle categorie «latticini e alcolici»

Venerdì 25 settembre, 9.30-17.00

Conferenza internazionale: accesso al mercato da parte dei prodotti regionali, quali strategie?

Iscrizione: www.asiat.ch

Concorso della categoria «prodotti di panetteria»

Sabato 26 settembre, 11.00-18.00

Mercato dei territori svizzeri

Laboratori del gusto

Animazioni e ristorazione. Concorso della categoria «prodotti di panetteria»

19.00

Proclamazione dei vincitori del Concorso svizzero. Grande festa finale e ristorazione

Domenica 27 settembre, 9.00-17.00

Mercato dei territori svizzeri

Laboratori del gusto. Animazioni e ristorazione

INFORMAZIONI PRATICHE

Ingresso buongustai valido 2 giorni: 10 fr. Studenti, AVS: 7 fr.

Bus navetta gratuito in partenza dalla stazione ferroviaria di Delémont e dai parcheggi della città. Percorsi pedonali e ciclabili dalla stazione ferroviaria di Delémont.

Uscita autostrada: Delémont ovest

Pernottamenti e hotel:

www.juratourisme.ch

Per saperne di più:

www.concours-terroir.ch



SCHWEIZER WETTBEWERB
DER REGIONALPRODUKTE
CONCOURS SUISSE
DES PRODUITS DU TERROIR
CONCORSO SVIZZERO
DEI PRODOTTI REGIONALI



Come si svolge la degustazione



IL GIURA ESPORTA IL PROPRIO SAVOIR-FAIRE

Dal 2014 il Concorso svizzero dei prodotti regionali ha cominciato ad avere degli imitatori all'estero.

La Fondation Rurale Interjurassienne ha dato il suo contributo in qualità di esperta nell'organizzazione del 1° Concorso marocchino dei prodotti regionali che si è svolto a Rabat il 19 e il 20 novembre 2014.

La manifestazione è stata organizzata nell'ambito del progetto PAMPAT (Projet d'accès aux Marchés des produits agro-alimentaires et de terroir) messo in opera dall'ONUDI, l'Organizzazione delle Nazioni Unite per lo sviluppo industriale, allo scopo di migliorare l'accesso al mercato dei prodotti agroalimentari e regionali.

372 prodotti di tutte le regioni del Marocco sono stati sottoposti ad un gruppo di 84 degustatori provenienti a loro volta da tutte le zone del paese e riuniti in tavoli di degustazione formati da tre persone. Alla fine delle due giornate, ai produttori sono state conferite le medaglie.

Questo primo concorso marocchino è stato sostenuto a livello finanziario dalla Segreteria di Stato dell'economia svizzera (SECO), dal Ministero dell'agricoltura e della pesca del Regno del Marocco e dall'Agenzia marocchina per lo sviluppo agricolo (ADA).

Quali sono i criteri di valutazione?

Risposte di [Olivier Boillat](#) e [Lionel Gilliotte](#).

Quali sono i criteri a cui deve rispondere un prodotto per ottenere la denominazione di prodotto regionale?

I prodotti trasformati fabbricati con materie prime provenienti dalla regione riconosciuta dal comitato organizzativo del Concorso sono ammessi automaticamente. Gli altri prodotti regionali devono soddisfare una serie di requisiti definiti nel regolamento di ammissione e sono sottoposti al giudizio di una commissione di omologazione. Sono previste alcune eccezioni, per quanto riguarda l'origine, per il cioccolato, le spezie e l'alcol.

Che cosa differenzia il Concorso svizzero dei prodotti regionali da un concorso di settore?

Il Concorso presenta due aspetti, uno più edonistico e l'altro tecnico. Noi partiamo dal presupposto che i prodotti che ci vengono sottoposti devono piacere ai consumatori finali. Tutti sono capaci di distinguere tra un prodotto buono e uno cattivo. Non c'è bisogno di fare approfondite analisi sensoriali per dire di un prodotto « mi piace » o « non mi piace ».

Come lavora la giuria e chi ne fa parte?

La giuria comprende un centinaio di degustatori. Le singole giurie per le varie categorie di prodotti sono composte da uno specialista, un produttore e un consumatore seduti intorno ad un tavolo per la degustazione. I giurati seguono una mezza giornata di formazione. Le degustazioni si svolgono alla cieca e riguardano un lotto di 5-10 prodotti. Ogni giurato valuta individualmente il prodotto con l'aiuto di uno schema di valutazione specifico a seconda del tipo e attribuisce un voto. Il voto finale (da 4 a 20 punti) è ottenuto alla fine con il metodo del consenso dopo approfondita discussione con gli altri giurati. A ogni lotto possono essere assegnate delle medaglie (d'oro, d'argento o di bronzo). •



La mia cucina con le verdure autunnali e invernali

Questo appassionante volume presenta oltre 40 verdure (incluse varietà antiche, Presidi Slow Food, ProSpeciaRara) e 150 ricette, cotte e crude, molte delle quali vegetariane o vegane. Dalle barbabietole ai cavoli, dalle zucche alle castagne, dalle pastinache alle spezie, ogni ingrediente è accompagnato da utili suggerimenti e da splendide fotografie. Costellato di «pillole» informative e di reportage sul lavoro di piccole e medie aziende di agricoltura biologica, questo libro alimenta il dialogo tra produttori e consumatori, che scoprono insieme il valore di un'agricoltura ecosostenibile e di un consumo critico e consapevole.

Meret Bissegger, cuoca appassionata di spezie, verdure e piante selvatiche commestibili. Organizza corsi di cucina e speciali «tavolate» nella sua Casa Merogusto.

Hans-Peter Siffert, fotografo, esperto di foto enogastronomiche e reportage di viaggio.

Degli stessi autori: *La mia cucina con le piante selvatiche* (Edizioni Casagrande).



Piccola storia dell'alimentazione in Svizzera

Yvan Schneider ci racconta la storia della gastronomia, dal mesolitico a oggi. Con in più 10 ricette d'epoca rivisitate, aneddoti originali e ritratti di cuochi celebri.

La storia dell'alimentazione umana è una bella e lunga avventura che testimonia di un'evoluzione pragmatica sempre oscillante tra piacere e necessità, carestia e abbondanza, risorse e savoir-faire. La cucina e il comportamento a tavola sono la traccia di un'importante eredità storica e sociale. Mostrano la dimensione culturale dei pasti attraverso la quale ha preso forma il nostro patrimonio culinario, di ispirazione romanda.

Divisa in dieci periodi di evoluzione culinaria, dalla preistoria a oggi, quest'opera propone un panorama dell'alimentazione e delle abitudini domestiche delle varie epoche includendo date importanti, succosi aneddoti, immagini di oggetti d'uso comune e gustose ricette illustrate di involtini o di specialità al cartoccio che fanno venire l'acquolina in bocca.

Questo libro è un invito a ogni lettore curioso del nostro mondo a guardarsi intorno, con tutti i sensi all'erta, per esplorare un territorio irto di numerosi interrogativi.

Editions Loisirs et pédagogie
72 pagine, 25 fr.



La Scuola alberghiera di Passugg

Testo, Knut Schwander / Foto, DR

A Passugg, la Swiss School of Tourism and Hospitality (SSTH) dà vita alla nuova formazione degli albergatori di domani. In collaborazione con la Scuola alberghiera di Losanna introduce nuove passerelle tra apprendistato, formazione professionale superiore e bachelor, e lancia programmi di studio che guardano al futuro. Il tutto nella magica cornice di un antico palazzo incastonato in una romantica valle, nelle immediate vicinanze di Coira.

Knut Rupprecht è decisamente molto fiero della scuola che dirige. Da un anno è il direttore della Swiss School of Tourisme and Hospitality, a Passugg, e bisogna dire che questo dinamico cinquantenne non è proprio capace di seguire un solo progetto per volta. Nato a Soletta, è cresciuto nella Svizzera romanda. Perfettamente trilingue (tedesco, inglese, francese), e di formazione albergatore, professore esperto, specialista di risorse umane e imprenditore nell'animo, sta gettando le basi delle formazioni del futuro in questo campo. Nuove possibili strade che hanno preso forma in collaborazione con la prestigiosa Scuola alberghiera di Losanna (EHL) e trovano ora una realizzazione concreta qui, in una cornice davvero magica.

Il venerabile edificio della «Kurhaus Passugg» appare all'improvviso dopo una curva. Appollaiato su un romantico promontorio immerso nel verde, l'ex Grand Hôtel Des Bains sfoggia la sua architettura Belle-Epoque piena di cupole e torrette

proprio poco sopra la principale impresa locale, le acque minerali «Passuger». Siamo a cinque minuti dal centro di Coira, davanti alla scuola alberghiera del futuro.

È mezzogiorno e gli studenti – in tailleur le donne, in giacca e cravatta gli uomini – escono dalle aule ultramoderne per attraversare i grandi saloni dai soffitti intagliati di legno di pino. Si dirigono verso la sala da pranzo che ha ancora tutta la nobiltà dei palazzi di un'altra epoca. Una cornice storica per una formazione del futuro.

UN PASSAPORTO PER IL FUTURO

Come i locali in cui è ospitata, anche la Swiss School of Tourism and Hospitality (SSTH) può vantare un po' di storia, nel 2016 festeggerà i suoi primi 50 anni di esistenza ed è orgogliosa della sua rete di più di 5000 ex allievi diventati manager in hotel di tutto il mondo. È qui che nascono le formazioni del futuro. La scuola di Passugg è il perfetto pendant della Scuola alberghiera di Losanna (una scuola universitaria professionale, SUP) per

le formazioni delle scuole specializzate superiori (SSS): «Losanna ha fama di essere la migliore scuola alberghiera del mondo, a livello universitario. A Passugg, noi saremo la migliore scuola professionale per quanto riguarda le professioni alberghiere e della gastronomia», spiega Knut Rupprecht.

A Passugg, due terzi degli studenti sono svizzeri e seguono i due programmi di apprendistato proposti dalla scuola o il programma per ottenere il diploma di albergatore/ristoratore. Un terzo infine è composto da stranieri che seguono una versione anglofona del programma della scuola specializzata superiore. Nel primo gruppo, il 25% dei diplomati desidera proseguire la propria formazione per ottenere un bachelor, una percentuale che sale all'80% tra i partecipanti al programma in lingua inglese. Dal 2016 potranno farlo, con l'introduzione di un programma-passerella a Passugg costituito dai 3 ultimi semestri del bachelor dell'EHL. La SSTH diventerà così la sola istituzione in





Esalta il gusto dal 1893

Zum Wohl Salute! Santé

Les Vins du Valais.
Assaggiandoli li amerete.



Svizzera a formare sotto lo stesso tetto, apprendisti, allievi SSS e studenti SUP.

La scuola alberghiera di Passugg servirà dunque da trampolino ai giovani che, dopo aver seguito un percorso professionale, desiderano ottenere l'ambito «bachelor» SUP rilasciato dall'EHL. Oltre ai loro diplomi di Passugg, avranno anche quello di Losanna. Un duplice biglietto da visita molto prestigioso che sarà un vero passaporto per il loro futuro professionale.

UNA FORMULA UNICA

Contrariamente a quanto si potrebbe temere, questo nuovo percorso non allunga in maniera smisurata il periodo dedicato allo studio: 3 anni di liceo, seguiti da 1 anno preparatorio e da 3 anni di bachelor per chi segue la strada accademica (SUP): 7 dunque in totale. E 3 anni di apprendistato, 3 anni di SSS e 3 semestri di bachelor per gli apprendisti: 7 anni e mezzo in tutto, di cui 4 in un posto di lavoro. Una carta in più da giocare di non poco conto. «Formeremo dei super albergatori!» esclama Knut Rupprecht che parla delle tre strade rese possibili dai nuovi programmi rispondendo a tre domande, «che cosa?», «come?» e «perché?». Mentre l'apprendistato si situa su un piano operativo e mira soprattutto a sviluppare competenze pratiche – il che cosa –, la formazione SSS si colloca a un livello di management e punta alla gestione concreta delle operazioni – il come. Il bachelor infine si situa al livello dell'impresa e sviluppa un approccio più concettuale e strategico alla gestione di un hotel.

Come tutti i diplomi di formazione professionale, il diploma SSS nell'ambito delle professioni alberghiere sta passando attualmente per un processo di classificazione all'interno del «quadro nazionale delle qualifiche» (QNQ) che permette di ordinare le diverse formazioni secondo criteri internazionali e di rendere più visibili i punti forti della formazione professionale duale svizzera nel mondo. Il diploma SSS della SSTH dovrebbe rientrare, fin dal 2016, tra le formazioni terziarie di livel-

lo bachelor, ma con un approccio professionale. Il riconoscimento professionale e la ricerca di un impiego ovunque nel mondo ne saranno notevolmente facilitati.

SPECIALIZZAZIONI SEMPRE PIÙ RICHIESTE

Tra gli altri progetti in corso della Swiss School of Tourism and Hospitality (SSTH): due specializzazioni in campi molto richiesti sul mercato del lavoro e che sono in linea con la prospettiva originaria dell'antico hotel. La prima, «gastronomia e arte culinaria», approfondirà le questioni legate ai prodotti tipici, all'evoluzione della tradizione, a un approccio sostenibile nella produzione dei cibi e nella fusione dei sapori. La seconda, «Wellness & spa», mirerà a preparare alla gestione specifica di queste strutture di benessere in pieno sviluppo.

Attualmente la scuola alberghiera di Passugg conta 220 studenti sul campus e 70 in stage. Ma con tutte le nuove formazioni, il numero di studenti salirà a 500 entro il 2020. Una prospettiva che mette le ali alla fantasia del direttore che progetta la creazione di un ristorante aperto al pubblico e addirittura di un hotel in cui gli allievi potranno fare pratica: del resto già oggi è possibile prenotare una camera nell'ex hotel termale diventato hotel-scuola. Un'ottima occasione per sognare la «Belle-Epoque» del turismo svizzero incoraggiando il dinamismo delle nuove leve in formazione. •

SSTH Swiss School of Tourism
and Hospitality
Hauptstrasse 12
CH - 7062 Passugg
t. +41 81 255 11 22
www.ssth.ch

Un duplice biglietto da visita e un passaporto per l'avvenire professionale.



Bio Suisse seleziona ogni anno prodotti d'eccezione

Testo, Véronique Zbinden / Foto, DR



Mettono al primo posto il rispetto della natura e del vivente e hanno una visione a lungo termine. Ma al di là di questa filosofia, sono soprattutto alla ricerca del meglio. Reportage in Ticino da qualche appassionato artigiano.



Biasca, porta d'ingresso della regione più meridionale del cantone. La Festuca - fattoria Bortolotti è stata fondata a metà degli anni settanta da un gruppo di idealisti che acquistando i loro primi vitelli sognavano di fare dell'agricoltura biologica. Quarant'anni più tardi, la Festuca - chiamata così in omaggio alle erbe selvatiche foraggiere - è un'azienda biologica certificata di una trentina di ettari di cui un terzo in zona di montagna. La piccola comunità degli inizi si è intanto trasformata in una famiglia, gestita da Vincenzo Bortolotti, suo figlio Vito e la sua compagna Sara, e sua figlia Ebe che si occupa della trasformazione del latte, a cui si aggiungono, durante la bella stagione, quattro persone per la cura degli animali sull'alpeggio gestito in comune con altre sei fattorie.

Tra i prodotti proposti per la vendita diretta, cinque eccezionali formaggi e una quindicina di yogurt i cui gusti cambiano a seconda delle stagioni. Due sono stati premiati con la Gemma Gourmet di Bio Suisse: il buscion, formaggio fresco al latte crudo tipico del Ticino, e lo yogurt alla zucca, una creazione molto originale e deliziosa...

ADDOMESTICARE IL FARRO

A un'ora di distanza, nei meandri selvaggi

e vertiginosi della Verzasca, si nasconde un altro appassionato. Il panettiere della valle Eros Mella si è stabilito a Brione nel 1987. Lavora essenzialmente con prodotti bio - «devo comunque rifornire tutta la vallata», dice - e parla con passione del pane, alimento vivo e magico più di qualsiasi altro. Eros Mella ha scelto di utilizzare il farro, un cereale ritenuto poco docile, difficile da addomesticare, per il suo gusto straordinario. Propone anche dei grissini, vari biscotti e una pasta sfoglia alla farina di farro.

Ma il suo prodotto principale è sicuramente il panettone, che prepara solo sotto le feste, come vuole la tradizione ticinese, e per il quale riceve ordinazioni da tutta la Svizzera. Un panettone dorato, ben lievitato e voluttuoso come un soufflé, dalla pasta ariosa costellata di frutti canditi e di uvetta. Nel 2013 questo eccezionale dolce bio ha ottenuto il voto massimo (diciotto su diciotto) e il marchio Gemma Gourmet di Bio Suisse.

«Negli anni del mio apprendistato si faceva spesso ricorso alla chimica», osserva Eros Mella: la farina era arricchita con vari additivi e colorata per apparire più scura. Ricordo che anche la crema inglese, profumata alla vanillina, conteneva un colorante. Il mio ritorno al bio-

logico, l'esclusione di tutti gli additivi e il processo di certificazione si sono fatti strada a poco a poco, ma in modo del tutto naturale. Ho cominciato a fare della pasticceria bio su richiesta di un cliente. Lavoro quantità limitate e privilegio la lievitazione lenta, perché il lievito è fondamentale per il gusto del pane, la sua struttura, la sua consistenza».

BURRO BIO DELLA VALLE

Questo panettiere ora sulla sessantina ricorda che ai suoi inizi il pane bio sembrava spesso un pesante mattone compatto. «Ho cercato di ritrovare i buoni sapori del passato, utilizzando cereali antichi e gli ingredienti di sempre: l'acqua, la farina, il sale e il tempo». Il segreto del suo panettone? «Molto burro, una lunga lievitazione naturale e il sapore del burro biologico della valle e quello delle uova bio, che fanno davvero la differenza...»

Da notare che la treccia al burro bio di Eros Mella ha a sua volta ottenuto, lo scorso giugno, il voto più alto e la Gemma Gourmet di Bio Suisse.

Quanto ai Bortolotti, che fin da subito hanno abbracciato la filosofia bio, hanno deciso dopo qualche anno di occuparsi direttamente della trasformazione e della vendita di quasi tutti i loro prodotti. Vincenzo e la compagna Tosca sono

I nostri concimi speciali: Sole, acqua e letame.

Preferiamo lavorare con la natura.
E la differenza si sente.



Gemma Bio. Riporta il gusto in tavola. BIOSUISSE



Trovate bio nelle vostre
vicinanze con l'app
Azienda Gemma.



Svizzera. Naturalmente.

SWISS CHAMBER OF COMMERCE FOR BELGIUM AND THE GRAND DUCHY OF LUXEMBOURG

Founded in 1898, the Swiss Chamber of Commerce for Belgium and the Grand Duchy of Luxembourg has its headquarters in Brussels. It is a platform for meetings between Belgian, European, Luxembourg and Swiss circles in the economic, political and cultural fields.

Its Board comprises representatives of major Swiss companies and associations with a presence in Belgium and the Grand Duchy of Luxembourg. Becoming a member allows easy access to these different circles.



The activities of the Chamber of Commerce consist mainly of lunches and dinner/conferences. A summer cocktail bringing together a significant number of people is held annually in June. Members receive Swissnews, a quarterly newsletter highlighting the activities of the Chamber of Commerce and dealing with subjects closely related to the interests of members.

The Swiss Chamber of Commerce for Belgium and the Grand Duchy of Luxembourg receives no public subsidy. It is funded by contributions and donations from its members.

JOIN US

I, the undersigned, hereby request to join the Swiss Chamber of Commerce for Belgium and the Grand Duchy of Luxembourg as :

- an individual member (annual fee of €100)
- a patron individual member (annual fee of €250)
- a member company (annual fee of €250)
- a patron member company (annual fee of 1500 euros)

And I agree to pay an amount equal to my annual fee to bank account no. 435-2251751-73 (IBAN BE27 4352 2517 5173 KREDBEBB BIC) held at the KBC Bank Bruxelles Congrès branch.

Please return by fax to +32(0)2 649 80 19 or post - to 24 Square des Nations – 1000 Brussels

Name & first name or company name and person to contact :

Address :

Tel. : Fax:

E-mail :

Occupation and main sector of business activity :

Date : Signature :



stati i soli ad andare fino in fondo in questa avventura, seguiti poi dalla giovane generazione che ha preso ora le redini della Festuca. Vito assicura la gestione del bestiame e della fattoria; Ebe ha imparato l'arte casearia con il padre e si è perfezionata seguendo i corsi dell'istituto di agraria di Mezzana, nelle vicinanze di Mendrisio, e fabbricando per cinque anni formaggi d'alpeggio.

I Bortolotti hanno rinunciato al foraggio concentrato e durante l'inverno nutrono i loro animali solo con il fieno dei loro pascoli. È una scelta che si iscrive in una visione più globale: «diamo solo alimenti di qualità ai nostri animali, ma cerchiamo anche di correggere l'impatto maggiore che questo può avere sull'ambiente preoccupandoci di tutelare la biodiversità», dice Vito Bortolotti. «Abbiamo ripiantato delle siepi e curiamo la vegetazione di protezione per equilibrare e contrastare eventuali effetti negativi sull'ecosistema. Durante l'estate l'alpeggio è seguito da quattro persone. Abbiamo scelto razze antiche e rustiche, adatte a vivere a una certa altitudine, dalla vacca bruna originale alle highlands a pelo lungo provenienti dalla Scozia». Una quarantina di capi in tutto che passano la maggior parte del loro tempo all'aperto, sugli alpeggi. Per Vito, si tratta di «prendere ciò

che la natura ci dà di buono e trasformare nel modo migliore e più giusto le risorse a nostra disposizione».

SAMBUCO, ROSA E DENTE DI LEONE

La carne viene venduta solo direttamente, come più della metà dei latticini

Il famoso yogurt alla zucca ha sorpreso la giuria di Bio Suisse.

prodotti nella fattoria. Ebe prepara sorprendenti yogurt artigianali senza additivi. Oltre ai classici gusti albicocca, ciliegia, fragola, alcuni di questi yogurt sono fatti con lo sciroppo di sambuco, di rosa o di dente di leone. Altri sono ottenuti aggiungendo al latte fermentato uno strato di marmellata fatta in casa. È il caso del famoso yogurt alla zucca, che ha «sorpreso la giuria di Bio Suisse che lo trovava strano. L'idea degli yogurt alla zucca è nata 4 o 5 anni fa», racconta Ebe, «perché una vicina che coltiva zucche utilizzando il nostro compost ce ne ha date una montagna per ringraziarci e

non sapevamo più cosa farcene... Da qui la decisione di preparare una marmellata con l'aggiunta di zenzero e arancia e in seguito quella di fare uno yogurt con la stessa marmellata».

Un premio all'originalità e all'equilibrio! Lo stesso anno, nel 2013, anche il buccion – il formaggio fresco tradizionale ticinese – è stato premiato per la qualità eccellente.

Bio Suisse, la Federazione delle imprese agricole biologiche svizzere, attribuisce ogni anno il marchio Gemma Gourmet a prodotti ritenuti eccezionali. Una giuria di esperti indipendenti seleziona e valuta le specialità in base a sei criteri: aspetto, aroma, gusto, struttura, armonia e persistenza. In dieci anni, 357 prodotti hanno ottenuto questa medaglia d'oro del buon gusto. Le specialità scelte vengono presentate e possono essere degustate in occasione del grande mercato biologico di Zofingen che si tiene all'inizio dell'estate.

Fondata nel 1981, l'associazione mantello Bio Suisse rappresenta più di 6800 aziende del settore agricolo e agro-alimentare ed è proprietaria del marchio Gemma. •

La grande tavolata di Zurigo

La città di Zurigo e la Fondazione Mercator Svizzera organizzano in settembre «Zürich isst»: un mese dedicato alla cultura alimentare urbana, ricco di eventi e stimoli per riflettere sulla sostenibilità.

Testo, Esther Kern / Foto, DR



un progetto di:



Stadt Zürich



Stiftung
Mercator
Schweiz

Come mangia una città? Naturalmente non è possibile rispondere in modo univoco a questa domanda. Perché l'alimentazione è qualcosa di molto individuale ed è impossibile trovare due persone che abbiano abitudini identiche. Nonostante questo la manifestazione «Zürich isst» cerca di individuare possibili elementi comuni e di affrontare questo importante tema. Decine di eventi invitano il pubblico a mangiare bene, discutere e informarsi mostrando che cosa può significare un'alimentazione sostenibile. In programma ci sono corsi di cucina, escursioni, visite a orti e giardini, conferenze e tavolate aperte a tutti (vedere riquadro).

«Zürich isst» si rivolge sia a privati cittadini sia a fondazioni e imprese e mette in evidenza la molteplicità di progetti, persone, idee che in città si riferiscono al tema centrale dell'alimentazione. «Zürich isst» vive dell'impegno di tutti i suoi partner.

La condizione per prendere parte all'evento è l'approccio sostenibile. «Le potenzialità di un'alimentazione sostenibile in relazione al consumo di risorse sono immense e costituiscono un passo fondamentale verso una società a 2000 watt», dice Bruno Hohl, direttore dell'Ufficio dell'ambiente e della tutela della salute della città di Zurigo (Umwelt- und Gesundheitsschutz Zürich, UGZ). La città ha delle buone ragioni per sostenere la manifestazione, «il nostro obiettivo» afferma Hohl, «è ridurre le emissioni di CO₂ dalle attuali 5,2 tonnellate a 1 tonnellata entro il 2050. Il che significa diminuire il consumo di energia nel settore dell'alimentazione dagli attuali 750 ai 250 watt a persona».

L'iniziativa «Zürich isst» è stata lanciata dalla Fondazione Mercator Svizzera che si assume i costi del coordinamento. Uno dei suoi scopi è mostrare in che modo ognuno può contribuire ad affrontare le importanti sfide che l'umanità si trova di fronte se vuole garantire la sicurezza alimentare a livello globale e preservare le risorse naturali. Grazie a numerosi progetti «Zürich isst» si occupa dell'intera

gamma di problemi legati a un'alimentazione sostenibile: dalle sementi alle tecniche agricole fino allo spreco di cibo. E naturalmente offre ai visitatori anche la possibilità di trascorrere un momento piacevole.

Alla domanda, perché proprio nella città di Zurigo, Nadine Felix, co-responsabile generale del progetto e direttrice di Mercator risponde: «la Fondazione Mercator Svizzera ha sede qui e fin dall'inizio abbiamo avuto nell'UGZ un partner disposto a impegnarsi nel progetto. Questo contri-



buto è stato fondamentale per decidere di lanciare l'iniziativa a Zurigo».

La città del resto non sostiene la manifestazione mantenendosi solo in secondo piano ma presenta direttamente molti progetti:

→ L'associazione «NahReisen», co-finanziata dalla città di Zurigo, organizza ogni anno una ventina di gite in mezzo alla natura e nei giardini urbani. Nel 2015 il tema era la produzione di generi alimentari.

→ Le mense scolastiche zurighesi utilizzano frutta e verdura fresca e di stagione, coltivata sul campo o in serre non riscaldate, e l'offerta per le scuole durante «Zürich isst» è molto varia: dai laboratori per imparare a coltivare un orto, ai film, le

pièce teatrali, le conferenze, i corsi di cucina e tanto altro.

→ Nel 2012 il comune di Zurigo ha elaborato con l'associazione eaternity un «Menu Plus» per le mense del personale che riduce della metà le emissioni di gas a effetto serra rispetto ad altri menu comparabili. Un ulteriore sviluppo di questa iniziativa è la «essbare Terrasse», l'orto sulla terrazza della mensa per il personale del comune al numero 19 della Lindenhofstrasse che produce mais, patate e molte altre verdure per le proprie cucine. Durante la manifestazione «Zürich isst» una serie di visite

guidate permette di scoprire questo interessante progetto.

→ Gli ospedali cittadini, le case di cura e le case di riposo puntano a loro volta a un'alimentazione che tenga conto dell'ambiente. Le case di riposo hanno introdotto le giornate vegetariane e l'ospedale Triemli organizza in settembre quattro settimane sul tema agricoltura e sostenibilità.

→ Durante «Zürich isst» i ristoranti hanno la possibilità di comparire sulla «Gastrokarte» di zuerich-isst.ch proponendo menu dall'impronta ecologica ridotta, prodotti Bio Suisse o altre idee che si iscrivano nel progetto di un'alimentazione sostenibile. Più di dieci caffetterie e ristoranti gestiti dalla città di Zurigo e mol-

Genuss '15

dal 21 agosto al 13 settembre 2015



Das Beste
der Region

regionalprodukte.ch/genuss

Più di 100 eventi nella vostra regione
per andare alla scoperta dei prodotti regionali

Svizzera. Naturalmente.

Lo chef Pascal Haag si è specializzato nella creazione di piatti vegetariani. I partecipanti al concorso fotografico di «Zürich isst» possono vincere un corso di cucina diretto dal famoso cuoco.



ti altri locali zurighesi partecipano a questa campagna con menu creativi ed ecologici.

→ Per mostrare quanto è elevato il consumo di energia pro capite nel campo dell'alimentazione la città di Zurigo ha sviluppato una mostra interattiva che attraverso cinque moduli permette di esplorare da questo punto di vista i campi dell'abitazione, della mobilità, degli apparecchi elettrici, del consumo e dell'alimentazione. Nel quadro di «Zürich isst» sarà ospitata, dal 5 al 25 settembre 2015 nello ShopVille della Stazione centrale. Quale impatto vuole avere la città sui suoi abitanti con questa iniziativa? «Vogliamo far riflettere e mostrare che basta molto poco per cambiare qualcosa nella nostra vita quotidiana in modo da rispettare i principi di un'alimentazione sostenibile», dice Sonja Gehrig, collaboratrice di UGZ e co-responsabile generale di «Zürich isst». «E naturalmente speriamo che questo mese resti nella memoria della gente con i suoi profumi e i suoi sapori». Che la ristorazione zurighese sia molto attiva lo mostra l'interesse dei partner: sono decine le persone che si sono dichiarate pronte a lanciare dei progetti nell'ambito di «Zürich isst». «Gli abitanti della città hanno già a disposizione molti luoghi ed eventi attraverso i quali possono trovare ispirazione per uno stile di vita piacevole ed ecologico», aggiunge Sonja Gehrig. «Durante il mese di settembre la manifestazione rende più visibili i progetti esistenti ed è l'occasione per avviare nuove iniziative nel segno della sostenibilità». E tutta la città si trasforma in una grande tavola che invita a mangiare bene, discutere e sperimentare. ●

ZÜRICH ISST HIGHLIGHTS



«Zürich isst» funge da piattaforma per progetti sul tema di un'alimentazione rispettosa dei principi di uno sviluppo sostenibile. Per tutto il mese di settembre hanno luogo pranzi e cene aperti a tutti, conferenze, corsi di cucina, proiezioni di film, visite guidate e mostre. «Zürich isst» propone poi alcuni eventi particolari:

→ La grande manifestazione di apertura, che ha luogo il **5 settembre 2015** in collaborazione con lo Street Food Festival di Zurigo. I visitatori non solo possono assaggiare le specialità artigianali proposte dagli stand mobili ma anche familiarizzarsi con il tema dello spreco (di cibo e di imballaggi).

→ La festa dei pomodori del **6 settembre 2015** durante la quale è possibile assaggiare 80 diverse varietà di pomodori di ProSpecieRara. L'evento propone anche una grande borsa di scambio delle

sementi e un dibattito sul tema «A chi appartengono le sementi?», moderato da Mona Vetsch.

→ Il tram «Zürich isst» – curato da Slow Food Youth – con il quale chi vuole imparare a conoscere meglio la propria città può farsi trasportare sulla nuova linea del gusto affrontando i temi della produzione e del consumo sostenibile. Altre informazioni su contadini, produttori, orti cooperativi e negozi si possono trovare infine sulla guida «Zürich by Food».

Già prima del mese di settembre, i promotori dell'iniziativa invitano gli abitanti della città a partecipare a un concorso fotografico online (hashtag #ZHisst) inviando le proprie ricette preferite. I premi comprendono un cesto di prodotti del negozio «Berg und Tal», un corso di cucina con lo chef vegetariano Pascal Haag o la partecipazione a una delle tavolate mensili di Anna Pearson.

Per ulteriori informazioni:
www.zuerich-isst.ch

EXPO MILANO

«Nutrire il Pianeta. Energia per la Vita» è il motto dell'esposizione universale che si svolge a Milano fino al **31 ottobre 2015**. La città e il cantone di Zurigo e il suo Ufficio del turismo saranno

presenti dal **17 giugno al 12 settembre** al Padiglione svizzero per mostrare l'importanza dell'acqua potabile per la forza innovativa e la qualità di vita di una regione.
www.zuerich.ch

CHARCUTERIE



La caverna di Alì Babà dei prodotti tipici

Nel cuore di Losanna, la Halle è piena da scoppiare di prodotti di artigiani vodesi e romandi. Dalla sua apertura nel 2011, i banchi non sono mai stati vuoti. E il dinamismo del marchio Terre Vaudoise incoraggia i contadini a seguire la sua filosofia: prossimità e autenticità.

Testo, Sophie Dorsaz / Foto, Corinne Sporrer

Non ha mai lo stesso aspetto né lo stesso sapore. La Halle, bottega di prodotti del marchio Terre Vaudoise cambia a seconda delle stagioni. Qui le fragole fanno la loro apparizione solo quando la primavera è davvero arrivata. Sui banchi della frutta e della verdura, mele e kiwi sono disposti fianco a fianco per tutto l'inverno, una volta finita la stagione delle prugne e dell'uva. «A volte la gente mi chiede se ho delle banane o delle arance. No, non le ho. Questo non è un supermercato. I contadini garantiscono prodotti freschi, coltivati e trasformati nella regione», spiega Suzanne Gabriel, responsabile della Halle.

A Losanna questo spazio è stato recentemente riorganizzato. Una parte è ora esclusivamente dedicata alla presentazione dei prodotti (frutta e verdura, carne, pesce, latticini, panetteria, conserve, marmellate ecc.), un'altra ai servizi di rosticceria e agli spazi per i grossisti.

A Pully dal 2013, il secondo negozio del marchio Terre Vaudoise propone quasi esclusivamente prodotti del cantone ed è entrato a farvi parte anche un macellaio locale.

LOCALE PRIMA CHE BIOLOGICO

Trasformati o no, i prodotti disponibili alla Halle rispettano tutti gli stessi criteri di prossimità, autenticità, tracciabilità e qualità. Ognuno è ottenuto attraverso procedimenti rispettosi dell'ambiente e degli anima-

li, dice la carta del marchio Terre Vaudoise. Obiettivo bio? «I prodotti biologici sono sempre di più e ne siamo contenti, tuttavia mettiamo al primo posto il locale. Un prodotto biologico che arriva dalla Svizzera tedesca e ogni settimana fa 300 chilometri di strada non ha senso. Ma se i produttori che si trovano dietro l'angolo hanno una certificazione bio per noi è l'ideale», dice Suzanne Gabriel. La Halle sostiene una politica di raggruppamento dei trasporti. «Mettiamo in contatto i commercianti in modo ecologicamente ed economicamente proficuo».

PIÙ PROFESSIONALITÀ

Dei 150 produttori che forniscono i loro prodotti ai negozi di Pully e Losanna alcuni sono stati scoperti da Suzanne Gabriel e altri si sono presentati spontaneamente. «Si specializzano sempre di più nella promozione. Le scuole di agraria includono oggi nei loro programmi corsi sulla vendita e il marketing». Anche Terre Vaudoise offre formazioni specifiche per imparare a valorizzare le proprie merci, elaborare una politica dei prezzi ecc. «Diamo anche una mano ad aprire nuovi mercati. Se un prodotto viene scoperto da una catena della grande distribuzione è positivo!» Durante l'estate i prodotti vodesi che rispettano i criteri della carta espongono uno specifico marchio. «Un marchio di qualità che non cancella le specificità dei singoli prodotti: ognuno di essi mantiene la propria identità con il nome e la sede del fabbricante», conclude Suzanne.

I SEGRETI DEI PRODUTTORI

Alla Halle, ogni prodotto ha la sua storia. Dalle ricette artigianali e famigliari alle idee che arrivano a noi dall'altro capo del mondo passando per un artigianato legato a un luogo d'eccezione: tre produttori ci svelano i loro segreti.

Gli infusi e gli sciroppi del Jardin des Monts

Tutto è cominciato con un colpo di fulmine sull'alpeggio del Mont-Dessous, nel Pays-d'Enhaut. Una vecchia costruzione abbandonata in mezzo ai pascoli e in seguito classificata monumento storico. Che cosa ci voleva di più per spingere Charlotte Landolt, orticultrice, a decidere di piantare proprio lassù il proprio giardino di erbe aromatiche e medicinali? Con l'amica erborista, Laetitia Jacot, comincia con il seminare una ventina di erbe diverse ed effettua test di coltivazione e di adattamento. Oggi, dieci anni dopo quell'inizio, sono una trentina le specie coltivate su queste piccole terrazze a 1350 metri di altitudine seguendo i metodi previsti dal marchio di qualità Gemma di Bio Suisse.

Il raccolto è sempre fatto a mano, poi le piante destinate agli infusi vengono fatte seccare e impacchettate sul posto. «La nostra abilità consiste nell'associare le erbe in base alle loro proprietà e al loro gusto per ottenere mescolanze armoniose», spiega Sandy Menoux, responsabile marketing del

Jardin des Monts. Ne sono risultati sei in-

fusi dalle virtù ben distinte: tonificante, digestivo, rilassante, purificante, dissetante e benefico. «La cosa importante è mettere insieme piante le cui qualità convergono verso lo stesso scopo, come la melissa, il tiglio e la verbena dagli effetti rilassanti che si trovano nell'infuso Du Soir». Gli sciroppi invece sono il frutto dell'infuso di una sola pianta a cui si aggiunge zucchero di rapa bio. Una gamma di sei prodotti (timo limone, timo selvatico o serpillio, menta piperita, menta verde, nepeta citriodora e sambuco) che possono essere consumati freddi o diluiti in acqua bollente.





Il gelato al latte di pecora di Puidoux

Quando Sylvain Chevalley, agricoltore della fattoria di Praz Romond a Puidoux, racconta la genesi dei suoi gelati al latte di pecora la sua espressione si fa sognante. Ripensa con gioia alla scoperta di questo prodotto dall'altra parte del mondo, in Nuova Zelanda, avvenuta nel corso di un viaggio alla fine degli studi.

Di ritorno alla sua fattoria ne parla innanzitutto con il fratello per capire se è possibile introdurre i gelati per diversificare la produzione, costituita allora soprattutto da formaggio di pecora. I due con l'aiuto di una piccola macchina da soli cinque litri, si lanciano nell'elaborazione della formula perfetta. L'esperienza dà buoni risultati, ma mai molto regolari. Sarà la collaborazione con Paolo Gervasi, membro di terza generazione di una famiglia di artigiani gelatai, a dar vita alla ricetta della Brebisane. Un gelato al latte di pecora in dieci gusti diversi. «I gusti alla frutta sono preparati con frutti autentici, tutti sono certificati senza coloranti né conservanti», assicura Sylvain Chevalley. «Più cremoso e ricco del latte di mucca, quello di pecora dà una consistenza diversa ai gelati». La Brebisane alla gelatina di succo d'uva ha addirittura ottenuto la medaglia d'oro al Concorso svizzero dei prodotti regionali nel 2013.



L'olio di noci del Moulin de Sévery

Entrando in quello che oggi è l'ultimo oleificio artigianale della Svizzera si è colpiti dal caratteristico profumo, quello della noce torrefatta proveniente del laboratorio di produzione che si trova proprio accanto all'ingresso. «La torrefazione è la fase centrale della spremitura all'antica. La pasta dei gherigli di noci tritati viene scaldata per venti minuti a 220 gradi. Questa operazione concentra gli aromi e fissa i valori nutritivi nell'olio», racconta con entusiasmo Jean-Luc Bovey, direttore dell'oleificio del Moulin de Sévery. La tecnica è decisamente ben roduta: al mulino la si utilizza da sei generazioni! Alcuni documenti attestano che un oleificio era già attivo in questo luogo nel 1598. Anche se nel corso del tempo il mulino non è più stato utilizzato nello stesso modo e non produce più farina, a Sévery la produzione di olio non si è mai interrotta. Nel cantone di Vaud si trova il maggior numero di noci della Svizzera. L'olio di noci è dunque il prodotto principale della casa, circa 36.000 litri estratti sul posto ogni anno. «Noi di solito lavoriamo su ordinazione, a portarci i gherigli sono dei privati. Teniamo separati i lotti di noci, e le persone possono assistere alla lavorazione e andarsene con il proprio olio», conclude Jean-Luc Bovey. •

**QUESTI PRODOTTI VODESI AUTENTICI
SONO IN VENDITA NEI NEGOZI
LA HALLE - TERRE VAUDOISE :**

- La Halles - Terre Vaudoise / Rue du Genève 100, 1004 Lausanne
- Terre Vaudoise / Grand Rue 9, 1009 Pully
- www.terre-vaudoise.ch



eldora



*un Chef dans
votre Entreprise*

www.eldora.ch

PARTENAIRE



La gastronomia per i giovani

Nel 2007 il comitato vallesano della settimana del gusto ha lanciato l'idea dei buoni pasto gastronomici per i giovani.

In questo modo i giovani tra i 16 e i 25 anni possono scoprire grandi ristoranti e cibi raffinati con una spesa di soli 60 franchi.

Il successo è stato immediato e continua a crescere. I giovani, che così hanno un accesso facilitato alla gastronomia, e i ristoratori, che accolgono una nuova clientela, sono entusiasti dell'operazione, che si rinnova a ogni edizione della Settimana del Gusto. Nel corso degli anni il Vallese è stato seguito da altri cantoni. I buoni pasto gastronomici saranno così disponibili, durante la Settimana del Gusto, anche nei cantoni di Vaud, Neuchâtel, Friburgo e Ginevra, e saranno accettati in una quindicina di ristoranti in ogni cantone. Poiché su una buona tavola non può mancare un buon vino, le associazioni viticole cantonali sostengono questa esperienza: l'IVV per il Vallese, l'OVV per il Vaud, i Vignerons du Vully per Friburgo, l'OVPT per Neuchâtel e l'Opage per Ginevra.

Un buono dà diritto a un menu gastronomico di quattro portate accompagnato da 2 dl. di vino, i 60 franchi devono essere versati direttamente al ristorante. È obbligatorio prenotare presso il locale scelto e comunicare di voler utilizzare il buono (che va consegnato al ristorante).

**I BUONI SI POSSONO ORDINARE
SU WWW.GOUT.CH/BONSJEUNES**

Fribourg – Neuchâtel – Valais – Vaud – Genève.



Consulenza rurale, un sapere per la vita

Per migliorare la produzione e aumentare il loro reddito, i piccoli contadini dei paesi in via di sviluppo hanno bisogno di consulenza. La Direzione dello sviluppo e della cooperazione (DSC) propone interventi concreti che dimostrino la validità di nuovi approcci. Due esempi: i progetti « Plantwise, cliniche per le piante » e Agri-Fin Mobile.

Testo, Sophie Dorsaz / Foto, DR

Entro il 2050 sulla Terra vivranno più di nove miliardi di esseri umani. Per garantire il sostentamento di questa popolazione, l'ONU stima che sarà necessario aumentare del 70% la produzione agricola e l'accesso alle derrate alimentari. Uno degli approcci della Direzione dello sviluppo e della cooperazione nel quadro del suo programma globale sicurezza alimentare prevede di promuovere forme di consulenza rurale adatte per i piccoli agricoltori nei paesi in via di sviluppo.



«Oggi il mondo rurale, in Svizzera come in ogni altra parte del pianeta, è in costante trasformazione. Il mestiere di agricoltore implica un apprendimento quotidiano», osserva Peter Bieler, direttore del programma globale sicurezza alimentare della DSC. All'inizio degli anni Novanta, tuttavia, in molti paesi, i sistemi pubblici di consulenza agricola, che fornivano informazioni tecniche ai contadini, sono stati smantellati a causa della mancanza di fondi. «Attraverso i servizi di consulenza rurale, la DSC incoraggia i governi a ripristinare questo legame tra la ricerca e la realtà del mondo contadino. Perché l'innovazione agricola è frutto dell'interazione di tutti gli attori coinvolti, su scala regionale, nazionale e internazionale».

Per garantire un durevole sostegno professionale agli agricoltori, la DSC agisce su più fronti. Partecipa da

una parte al Global Forum for Rural Advisory Services (GFRAS), la principale piattaforma di scambio attiva nella promozione e nell'organizzazione di sistemi di consulenza a livello globale, e dall'altra sostiene finanziariamente concrete azioni innovative, come Agri-Fin Mobile e Plantwise, due progetti che rendono la consulenza agricola accessibile nei paesi in via di sviluppo.

IL TELEFONO CHE AVVICINA

Nelle pianure ugandesi un contadino riceve per SMS le previsioni meteorologiche del-

la settimana e informa i suoi vicini. In Indonesia, un altro ordina le sementi con un messaggino, mentre nello Zimbabwe un piccolo agricoltore vede sul suo telefono che sul mercato è disponibile un nuovo concime. È il progetto Agri-Fin Mobile, lanciato dall'ONG americana Mercy Corps e finanziato esclusivamente dalla DSC. Il suo scopo è riunire vari attori privati – società di gestione della telefonia mobile e banche – e pubblici per riuscire a diffondere informazioni tecniche ai coltivatori che vivono lontani dai centri urbani e permettere loro di avere accesso ai mercati finanziari. «In questo caso l'uso del telefono assume una dimensione completamente diversa. Diventa uno strumento che permette all'agricoltore di informarsi sui prodotti che coltiva e di aumentare la produttività stabilizzando il proprio reddito», spiega Peter Bieler, responsabile del progetto. Dall'altro capo del filo ci



MEMOIRE VIVE

AGITATEUR DE RESEAUX

Tous mes Mac à 0% avec
un contrat d'assistance.
C'est ça l'intérêt!

Timea Bacsinszky



N'ACHETEZ PLUS
LOUEZ À
0%*

* Mac/iPhone/iPad + logiciels + maintenance +
garantie sur 12 ou 36 mois sans intérêt.
Offre soumise à conditions



Lausanne Rue St-Laurent 29, 1003 Lausanne
Fribourg Rue de l'Industrie 10, 1700 Fribourg

T. +41 (0)21 320 89 15
T. +41 (0)26 425 88 00

lausanne@memoirevive.ch
fribourg@memoirevive.ch

www.memoirevive.ch
Apple Revendeur Agréé Apple

sono agronomi formati dai servizi pubblici che elaborano messaggi ai quali i contadini possono rispondere per chiedere maggiori informazioni.

Lanciato tre anni fa, il progetto è stato attuato in tre paesi pilota: Uganda, Zimbabwe e Indonesia. «Questi paesi avevano tutte le caratteristiche indispensabili: società private stabili nel campo della telefonia mobile e della micro-finanza e un governo in grado di fornire consulenza agricola», spiega Peter Bieler. «A lungo termine cerchiamo di fare in modo che il progetto sia in grado di autofinanziarsi. Una cosa assolutamente possibile se tra gli attori si crea un vero partenariato. Si tratta di dimostrare loro che tutti ne trarranno beneficio». I primi risultati di Agri-Fin Mobile mostrano che i contadini che hanno accesso a questa consulenza a distanza fanno ampio uso del programma e in più diffondono le informazioni tra i vicini aumentando la produzione, il benessere generale e la sicurezza alimentare delle regioni in cui vivono.

«PLANTWISE», ANCHE LE PIANTE HANNO LE LORO CLINICHE

Se uomini e animali hanno bisogno di dispensari e medicine, non bisogna dimenticare le piante! Lanciato dal Center for Applied BioSciences International (CABI) di Delémont, Plantwise punta a creare una rete di cliniche per le piante, riducendo le perdite dei raccolti, nelle regioni rurali di quaranta paesi in via di sviluppo. Dal 2011, la DSC finanzia il progetto con 1,5 milioni di franchi all'anno. Le cliniche sono itineranti e vanno in cerca dei piccoli agricoltori sulle piazze dei mercati. Le consulenze fornite da questi «medici» riguardano le misure da prendere contro i parassiti o i trattamenti specifici in caso di malattie. «Il valore aggiunto di questo progetto è il suo sistema di divulgazione che risponde in maniera concreta ai bisogni dei contadini nelle loro regioni di provenienza», commenta Carmen Thönnissen, responsabile del programma Plantwise per la DSC. «Inoltre il concetto è facilmente trasponibile ad altri paesi e realtà, cosa che via via aumenta la sua efficacia». Tutte le informazioni raccolte in queste cliniche vengono in effetti registrate in seguito all'interno di banche dati nazionali disponibili online. In futuro sarà fondata una banca dati mondiale. «Oggi siamo in grado di raggiungere più di 600.000 contadini in una trentina di paesi diversi. Abbiamo già ampiamente superato l'obiettivo che ci eravamo prefissati per il 2016, che era la creazione di 1000 cliniche. Il successo di Plantwise ci ha sorpresi. I ministeri dell'agricoltura hanno subito manifestato interesse

per il progetto e integrato la formazione di medici per le piante nelle loro politiche», aggiunge Peter Bieler. A lungo termine, Plantwise intende far sì che la consulenza si diffonda maggiormente tra i contadini migliorando anche la formazione globale di questi ultimi. Le informazioni sul modo in cui si propagano i parassiti e le malattie saranno messe a disposizione del maggior numero possibile di agricoltori. •

A lungo termine Plantwise mira a diffondere le consulenze tra i contadini.



TRE MINUTI NEI PANNI DI UN CONTADINO L'APPLICAZIONE PLANTWISE ALL'EXPO DI MILANO

Il Padiglione svizzero all'Esposizione universale di Milano dispone di varie postazioni interattive che invitano il visitatore a mettersi nei panni di un agricoltore in un paese in via di sviluppo. Attraverso l'applicazione mobile di Plantwise, i visitatori hanno tre minuti di tempo per affrontare le sfide della produzione alimentare. Dove piantare i semi? Le piantine sono malate, che fare? Il medico fa una diagnosi, quale prodotto usare? In modo ludico l'applicazione si prefigge di rendere tutti più consapevoli dell'importanza di sostenere i piccoli agricoltori per migliorare la sicurezza alimentare mondiale.



**SCANNERIZZATE
IL CODICE QR E
PROVATE!**

Quando la ristorazione collettiva è sinonimo di qualità

Da più di cento anni SV Svizzera ha reso la ristorazione collettiva un prodotto d'eccellenza. Per superare le aspettative diversificate dei propri consumatori nei circa 300 ristoranti disseminati in tutta la Svizzera, la società, dinamica e all'avanguardia, rinnova ogni giorno il concetto di mensa di impresa. Grazie a partenariati regionali, atelier culinari e un'attenzione al miglioramento costante della propria offerta, SV Svizzera ha fatto delle mense per il personale un luogo in cui salute, freschezza e sapore si conciliano, regalando ai propri ospiti una vera esperienza gastronomica.

Testo, Knut Schwander / Foto, DR

«**T**utti i sondaggi sono positivi, anche tra i nostri clienti più esigenti», afferma con soddisfazione Gilles Pettolaz, direttore delle operazioni in Svizzera romanda di SV Svizzera. Con più di 300 ristoranti e 22 milioni di pasti serviti all'anno, il gruppo è uno dei protagonisti della ristorazione collettiva in Svizzera. Una quantità che si spiega con la qualità dei servizi forniti. In costante evoluzione, SV Svizzera cerca continuamente di adattare la propria offerta alle aspettative dei consumatori – o ancora meglio, di anticiparle.

*Bruno Rossignol, direttore
esecutivo, è un ex
insegnante della Scuola
alberghiera di Losanna.*

I 32 ristoranti romandi del gruppo fungono da apripista nel mercato Svizzero: «Siamo ormai diventati un punto di riferimento grazie alle nostre proposte fresche, saporite e sostenibili. E continuiamo a svilupparci e a migliorarci», afferma Gilles Pettolaz. A questo scopo, SV Svizzera ha cominciato rafforzando le sua équipe romanda: due «Meilleurs Ouvriers de France (MOF)» sono stati appena assunti per garantire la qualità del pane (vedere riquadro qui sotto). Allo stesso tempo viene offerta una formazione di punta agli chef di SV Svizzera, i quali vengono costantemente accolti nella cucina di Edgard Bovier, chef del Palace di Losanna (17/20 punti Gault&Millau),

Dal 2011, Bruno Rossignol, in precedenza insegnante alla Scuola alberghiera di Losanna, ha assunto la direzione per la regione romanda cominciando col fare un bilancio della situazione seguito dalla messa in atto di una serie di progetti. Una strategia pionieristica che sta dando i suoi frutti come dimostra l'evoluzione dell'offerta romanda di SV Svizzera (170 cuochi e 3000 pasti quotidiani): «Ci concentriamo sui prodotti locali approvvigionandoci presso fornitori di qualità come Suter viandes e Léguriviera», spiega Bruno Rossignol.

La vicinanza ai produttori garantisce non solo un adeguamento alle diverse aspettative del pubblico, ma anche un funzionamento migliore: «Una gestione di prossimità non soltanto ci permette di tenere conto dei gusti regionali, ma è al contempo più precisa e più flessibile».

STRATEGIA NAZIONALE

Forte del successo romando, SV Svizzera pensa di applicare simili modelli regionali anche nel resto della Svizzera. Un adeguamento che non impedisce lo sviluppo di una strategia nazionale, dove si punta in particolare a instaurare solidi partenariati con operatori di riferimento. Collaborazioni che provano



la serietà delle scelte del gruppo, tra le quali quella con Fourchette verte, per quanto riguarda la salute, e il famoso ristorante vegetariano di Zurigo, Hiltl, per la formazione dei cuochi. Inoltre, in collaborazione con WWF Svizzera, SV Svizzera ha elaborato il programma personalizzato «ONE TWO WE» che fissa obiettivi concreti e ambiziosi per una ristorazione rispettosa dell'ambiente. Il gruppo si impegna così a ridurre le sue emissioni annuali di CO₂ del 10% a partire dal 2015.

INIZIATIVE REGIONALI

Nella Svizzera romanda si prosegue con iniziative innovative che promuovono l'impiego di prodotti

ATELIER CULINARIO PER CHEF IN ERBA

Il 25 settembre 2015, nell'ambito dell'annuale Settimana del Gusto, SV Svizzera organizza un laboratorio di cucina che permetterà a due classi delle scuole di Monthey (VS) e di Ecublens (VD) di imparare a conoscere e a degustare prodotti freschi quali pane, verdure ecc., e di preparare una ricetta salata e una dolce. Alla fine dell'attività, i bambini riceveranno un grembiule, un cesto di prodotti e schede didattiche per riproporre le ricette a casa.

regionali e stagionali. Asparagi, frutta, funghi sono valorizzati, per esempio, durante settimane tematiche, nel corso delle quali piccoli mercati vengono installati presso i clienti. Un passo in più verso il successo, come dimostrato dal fatturato di SV Group, cresciuto del 7,7% nel 2014. Gilles Pettolaz lo constata con piacere: «è un buon segno che ci incoraggia a proseguire sulla via della qualità». •

PANE E PASTICCERIA: BONTÀ QUOTIDIANE

A lungo trascurato, il pane è diventato un prodotto principe della ristorazione moderna. Oggigiorno numerosi chef si occupano personalmente di preparare il pane servito nei loro ristoranti, una prelibatezza da far venire l'acquolina in bocca. Di conseguenza hanno fatto la loro comparsa prodotti industriali pronti da scaldare all'ultimo minuto. Un mercato interessante ma al tempo stesso un inganno a spese del consumatore finale che crede di mangiare pane fresco. Una politica incompatibile con i valori di SV Svizzera, che al contrario si assicura di offrire pane di qualità grazie alle competenze di Thomas Marie, «Meilleur Ouvrier de France». A tal proposito, sette varietà di pane sono state appositamente ideate, ottenendo fin da subito un grande successo.

Come vi piace il cioccolato ?

Il mercato mondiale del cacao è segnato da profonde disuguaglianze e da forme di lavoro forzato. La Dichiarazione di Berna (DB) lotta per cambiare questa situazione.

Testo, Véronique Zbinden / Foto, DR

Nero o al latte, fondente o cremoso, tutti ne andiamo pazzi al punto di mangiarne dieci chili all'anno... Il cioccolato è uno dei cibi preferiti degli svizzeri, intimamente associato alla storia della Svizzera, alla sua immagine e alla sua economia. Purtroppo però viene spesso prodotto nel più assoluto disprezzo dei diritti dei bambini e dei lavoratori. Il Barometro del cacao 2015* pubblicato dalla Dichiarazione di Berna (DB) presenta dati allarmanti.

Il 70 % circa del cacao mondiale è prodotto nell'Africa occidentale, in piccole aziende agricole familiari. Nelle piantagioni della Costa d'Avorio e del Ghana lavorano quasi 530.000 bambini in maniera abusiva. In questi due paesi il reddito dei coltivatori si è ridotto della metà nel corso degli ultimi trent'anni. In Costa d'Avorio dovrebbe essere qua-

druplicato per raggiungere i due dollari al giorno, che per l'ONU rappresentano la soglia di povertà...

Le misere condizioni dei produttori sono poi alla base di un'altra minaccia: le piantagioni sono poco curate, poco rinnovate e l'assenza di prospettive provoca l'esodo delle giovani generazioni. Alcuni esperti predicono una notevole penuria nel 2020.

FILIERA COMPLESSA

Chi guadagna con il cioccolato? La filiera del cacao è lunga, complessa e opaca. Si stima che alla fine solo il 5-7% del valore del cacao contenuto in una tavoletta vada al produttore. Torrefattori e trasformatori si spartiscono un altro 7-8%, mentre la parte del leone la fanno i grandi produttori di cioccolato di copertura e il commercio al dettaglio.

Otto giganti controllano l'80 % del mercato mondiale. Un mercato paradossale, sottolinea Andrea Hüsler, responsabile di questo settore alla DB: «nonostante l'aumento della domanda, il prezzo della materia prima resta così basso da non permettere ai produttori di vivere in maniera dignitosa».

La quantità di cacao certificato aumenta tuttavia regolarmente ed è passata dal 2 a quasi il 16 % del cioccolato in commercio, in particolare con le etichette Fairtrade e Rainforest Alliance. A parte i giganti svizzeri come Nestlé e Mondelez, la maggioranza delle grandi società si è impegnata a fabbricare entro il 2020 solo cioccolato ottenuto con cacao interamente certificato o il cui approvvigionamento sia sottoposto a un organo di controllo.

Questi sistemi di verifica presentano però notevoli lacune e le decisioni vo-



lontarie non bastano a far uscire i produttori dalla povertà più estrema né a impedire la violazione dei diritti umani lungo la catena di approvvigionamento. Per questo motivo la Dichiarazione di Berna chiede l'introduzione di norme vincolanti che obblighino le società a una maggiore trasparenza sull'origine della materia prima e ad assumersi infine le loro responsabilità.

La DB ha anche lanciato, insieme ad altre 66 organizzazioni, un'iniziativa popolare per multinazionali responsabili che intende garantire il rispetto dei diritti umani e delle norme ambientali da parte delle imprese svizzere in tutte le loro relazioni d'affari. •

*Ulteriori informazioni su: ladb.ch/chocolat



CHE COSA PUÒ FARE IL CONSUMATORE?

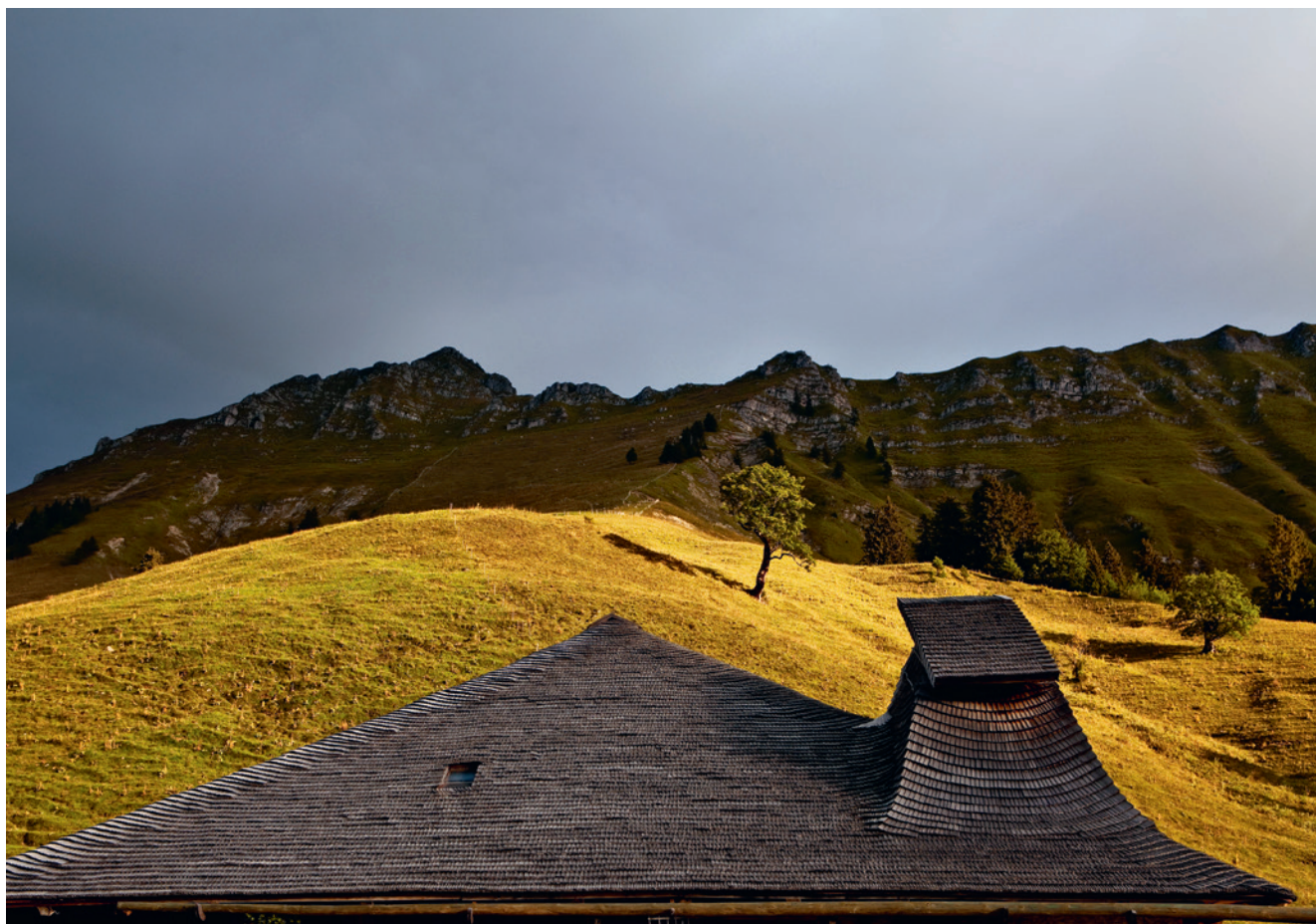
Risposta di Géraldine Viret, responsabile comunicazione della Dichiarazione di Berna.

I consumatori devono essere ben informati** e potersi orientare nella giungla dei marchi perché non tutti esigono il

rispetto degli stessi requisiti, soprattutto dal punto di vista del prezzo pagato ai produttori. Le imprese fanno molte promesse, ma è importante andare oltre le belle parole. Ecco perché la DB effettua periodicamente una valutazione dell'impegno dei fabbricanti e pubblica una piccola guida.

I consumatori possono agire comprando prodotti del commercio equo e solidale, ma anche facendo sentire la loro voce. Bisogna far sapere alle imprese che le condizioni di vita dei produttori sono un criterio importante quando si sceglie il proprio cioccolato.

** La guida pubblicata dalla DB può essere ordinata, in francese e in tedesco, sul sito: www.ladb.ch/shop.



Marchio Parchi svizzeri e marchio Prodotto



CONOSCETE IL QUADRATO VERDE E BIANCO
CHE VALORIZZA LE REGIONI E I PRODOTTI
DEL PATRIMONIO NATURALE E CULTURALE
ELVETICO ?

Nel 2007 a oggi la nozione di **Parco svizzero è stata sancita dalla legge. Dal 2011 esiste un marchio già attribuito da allora a più di 700 prodotti. Prodotti di qualità per i quali non è importante solo la provenienza geografica, ma anche il riferimento alla cultura, alla storia, al rispetto dell'ambiente e di determinati procedimenti di fabbricazione. Una promozione efficace e una notorietà in aumento portano il grande pubblico a fidarsi sempre di più di questo marchio bianco e verde. Un progetto appassionante e ricco di futuro.**

Esistono indicazioni geografiche protette, prodotti premiati, marchi che fanno riferimento al territorio... Vengono attribuiti a formaggi, salsicce, legumi e altri prodotti tipici di un certo angolo del paese. Ma in Svizzera abbiamo solo un marchio federale per designare un prodotto regionale, realizzato nel rispetto di una tradizione e con, in più, la volontà di rispettare l'ambiente naturale e umano, passato e presente, del suo luogo di produzione. È il marchio Prodotto dei parchi svizzeri. Un marchio certificato da un organo indipendente accreditato. Un marchio affidabile, anche se talvolta ancora poco conosciuto.

Bisogna ammettere che il nome parco svizzero evoca più facilmente l'idea di un luogo in cui fare un'escursione che la provenienza di un prodotto. Ed è ovvio, dato che tutto è cominciato con il Parco nazionale svizzero istituito nel 1914 per proteggere la fauna e la flora all'interno di un perimetro ben delimitato. Da allora sono nati tre tipi diversi di parchi e un marchio sostenuto dalla Confederazione. Si tratta dei parchi naturali periurbani, che definiscono una zona da proteggere intorno a un agglomerato, dei parchi naturali regionali, che tutelano paesaggi rurali e coprono una superficie di almeno cento chilometri quadrati, e naturalmente dei parchi nazionali che mirano a proteggere un'area del

paese escludendo ogni intervento umano. Per estensione, il marchio dei parchi svizzeri può essere attribuito a prodotti elaborati tradizionalmente all'interno dei loro confini.

UN MARCHIO: UN'EVIDENZA

Questo marchio verde e bianco non intende solo preservare il patrimonio naturale, ma anche il paesaggio culturale e storico che vi si associa. Oltre a tutelare l'armonia tra l'ambiente rurale e quello costruito protegge anche le attività sostenibili che si svolgono in un certo territorio. I

*Tutto è cominciato
con il Parco nazionale
svizzero istituito nel 1914
per proteggere la fauna
e la flora.*

prodotti fabbricati almeno per l'85% all'interno del parco sono allora considerati parte integrante dell'eredità vivente della regione interessata.

Facciamo un esempio: grazie al marchio Prodotto dei parchi svizzeri, il Parco naturale regionale Gruyère-Pays d'Enhaut diventa indissociabile dai suoi prodotti più tipici, caseari in particolare. E ci si rende conto che perderebbe la sua identità se i pascoli venissero all'improvviso sostituiti da altri tipi di coltura o da una forma di allevamento intensivo. I prodotti a marchio parco in questa regione sono dunque, come si può ben immaginare, il Gruyère AOP, l'Etivaz AOP, altri formaggi a pasta dura e molle e naturalmente l'indimenticabile doppia panna della Gruyère! Retrospectivamente, il marchio, ottenuto solo nel 2012, appare come qualcosa di evidente e che non poteva mancare.

UN SUCCESSO RICCO DI FUTURO

Questo del resto spiega ampiamente il successo del marchio dei Parchi svizzeri. I nostri vicini francesi e tedeschi ci hanno preceduti su questa strada, ma la Svizzera ha rapidamente recuperato il tempo perduto. Il quadro legale risale al 2007: allora si contava sulla creazione di dieci parchi. Attualmente sono già quindici! «Siamo ottimisti e vediamo che il lavoro fatto sta dando i suoi frutti», dice con soddisfazione Christoph Grosjean, responsabile del marchio e della comunicazione dei parchi di importanza nazionale all'Ufficio federale dell'ambiente, «così, dal 2016, grazie a una decisione delle Camere federali, il sostegno finanziario della Confederazione ai parchi svizzeri passerà dai dieci milioni di franchi attuali a venti milioni di franchi».

PROSPETTIVE PROMETTENTI

Ed ecco qualche candidato al marchio Parco: due parchi nazionali nei Grigioni e in Ticino (Adula e Locarnese), e un parco periurbano a nord di Losanna, nel Bois du Jorat. Ma allo stadio di progetto c'è anche un primo parco naturale regionale transfrontaliero a Sciaffusa che potrebbe prendere forma nei prossimi anni.

Come spiegare questo successo? Anche in questo caso: è evidente! Lo scopo del marchio protetto dalla Confederazione concesso alle persone e ai prodotti che elaborano consiste soprattutto nella valorizzazione degli usi, di un savoir-faire e dell'impatto che hanno sul paesaggio. Grazie a un lavoro di comunicazione a livello del parco, ma anche dei cantoni interessati e delle Confederazione, le specialità che hanno ottenuto il marchio conquistano automaticamente maggiore notorietà tra i consumatori, che le considerano affidabili.

UNA PRECISA OPERAZIONE DI MARKETING

Ciò si traduce naturalmente in ricadute commerciali per i produttori e per la re-

Genusswoche

August - September
2015

th

Transhelvetica

Schweizer Magazin für Reisekultur

PROBEE XEMPLAR
GRATIS

Email mit
Kennwort
«Genuss»
an
genuss@transhelvetica.ch





gione. Un incoraggiamento concreto ai diversi attori interessati a proseguire su questa strada. I numeri lo dimostrano: mentre nel 2011 solo il 3% della popolazione conosceva il marchio Prodotto dei parchi svizzeri, nel 2014 questa percentuale era già salita al 12%. Questo grazie soprattutto al lavoro e al successo dei parchi e dei loro produttori, a campagne di marketing organizzate dalla rete dei parchi svizzeri, alla campagna di informazione dell'UFAM per il marchio Parchi svizzeri, ma anche grazie all'invito a scoprire i parchi con l'AutoPostale promozionale, per esempio, oppure con l'applicazione per iPhone e Android.

L'applicazione informa sulle attività di ogni parco, sulle offerte per le famiglie, sugli itinerari escursionistici o per biciclette, le ricette di cucina e gli indirizzi di hotel e ristoranti in ognuna delle regioni interessate. Come il marchio apposto sui prodotti, offre al pubblico la garanzia di scoprire luoghi, persone, usi e costumi e prodotti di qualità, che implicano inoltre la prospettiva di uno sviluppo regionale a lungo termine. Un progetto irresistibile, per prodotti da non perdere! •

**WWW.PAERKE.CH/FR:
UN SITO INTERNET, UNA RETE**

Per sapere tutto sui Parchi svizzeri, tenersi aggiornati sulle attività dei parchi, le escursioni, le offerte e i prodotti in vendita, www.paerke.ch è una vera miniera di informazioni! Soluzioni di alloggio, luoghi per fare una sosta e mangiare qualcosa, itinerari pedestri e dell'AutoPostale: tutto a portata di mano. Cartine interattive permettono di preparare la visita, o di sognare... Ci sono anche ricette che fanno scoprire come si possono valorizzare al meglio le specialità che espongono il marchio Prodotto dei parchi svizzeri.



Un sito di autoraccolta
a Bois-Bougy nei
dintorni di Nyon.

Frutta e verdura, qual è il giusto prezzo ?

Quanto costano un'insalata, un chilo di pomodori o di zucchine, di melanzane, di peperoni, di fragole o di lamponi? Non lo sapete? E come potreste del resto! Nei mercati e sui banchi dei negozi si trova di tutto. Spiegazioni.

Testo, Manuella Magnin / Foto, DR

Vi siete mai chiesti se il venditore del mercato all'angolo non si sia magari sbagliato presentandovi il conto, un po' salato, dei vostri ultimi acquisti? Confessate di averlo pensato almeno una volta tornando verso casa con in mano la borsa della spesa. Quel famoso chilo di pomodori che avete pagato 5 franchi e cinquanta, 6 o magari 9 franchi, avreste forse potuto comprarlo per soli 4 franchi e cinquanta in un supermercato. Come si formano i prezzi della frutta e della verdura che mangiamo? Qual è il loro giusto prezzo? Per rispondere a questa domanda ci vorrebbe un'enciclopedia perché il prezzo finale comprende tutta una serie di variabili.

C'È POMODORO E POMODORO

Prendiamo per esempio i pomodori. Per valutare il prezzo di un pomodoro alla cassa bisogna farsi molte domande: dove è stato prodotto? Si tratta di una varietà standard a elevato rendimento e coltivata «hors sol» (40 kg al m²) o di una varietà antica coltivata sul campo (max 8kg al m²)? Da quale azienda proviene (grandezza), da chi e come è venduto (vendita diretta o intermediari)?

Prendiamo ora un pomodoro marocchino o spagnolo. Sarà senza dubbio meno caro di un pomodoro svizzero, senza parlare poi del gusto, molto diverso, perché i pomodori stranieri vengono raccolti prima di arrivare all'ultimo stadio di maturazione in modo da poter sopportare il trasporto.

Le condizioni salariali e sociali dei lavoratori che sgobbano per nutrirci all'altro capo dell'Europa o nell'Africa del nord non sono neanche lontanamente simili a quelle elvetiche. E con l'abbandono del cambio fisso tra franco svizzero ed euro da parte della Banca Nazionale, questo tipo di produzione è diventata ancora meno cara. A tal punto che stanno per essere lanciate campagne mediatiche per ringraziare i consumatori che ancora comprano prodotti svizzeri.

MOLTE VARIABILI

Bisogna dire che comprare prodotti svizzeri ha il suo prezzo e che in più questo prezzo può variare molto a seconda del venditore e del metodo di produzione. Un piccolo produttore produrrà per forza in maniera meno meccanizzata rispetto a uno più grande e le sue spese fisse saranno proporzionalmente più alte. Dovrà far ricorso a più manodopera per il raccolto e per tutto il lavoro successivo. A seconda dei rispettivi contratti collettivi di lavoro, il salario e la durata del lavoro stesso variano da un cantone all'altro. Un dipendente in un'azienda che si occupa di orticoltura a Ginevra lavora per un periodo di tempo più breve di un suo omologo in un altro cantone. In certe zone frontaliere, le verdure coltivate su territorio straniero da una manodopera pagata secondo una tariffa europea possono fregiarsi dell'appellativo «produzione svizzera», un ulteriore elemento che falsa la prospettiva. Non sono poi soltanto i costi della mano-

dopera a essere diversi, ma anche quelli della terra. E un'altra variabile pesa per finire sul prezzo al consumatore: alcune aziende possono ricorrere a una manodopera familiare non remunerata. La signora ha un lavoro fuori casa, poi aiuta il marito senza farsi pagare. E i figli danno una mano durante le vacanze.

UN PICCOLO AIUTO ALLA PRODUZIONE INDIGENA

Per i prodotti di stagione la produzione svizzera è privilegiata perché può beneficiare di un sistema di tasse applicate all'importazione di frutta e verdura straniera. È il caso per esempio, fin dall'inizio di giugno, dei pomodori carnosi e rotondi. La maggior parte dei produttori riceve inoltre un aiuto sostanziale da parte della Confederazione attraverso il ben noto sistema dei pagamenti diretti che nel 2014 hanno raggiunto l'ammontare di 2,809 miliardi di franchi. Nel 2013 le aziende agricole che ne hanno beneficiato sono state 55.207.

Questa sovvenzione, pagata dal contribuente attraverso le imposte, permette alla maggior parte dei produttori di sopravvivere.

In conclusione, tutti questi elementi rendono il calcolo estremamente difficile per il consumatore che non sa più qual è il vero valore delle cose anche se oggi spende tre volte di meno per la sua alimentazione di quanto non facesse alla fine della seconda guerra mondiale!



Un pomodoro della Ferme des Pralies a Arnex-sur-Nyon.

I «GALLI» DELL'ORTICOLTURA

Sono sempre meno numerosi e cercano di sopravvivere, giorno dopo giorno, senza alcun aiuto, per offrire ai loro clienti prodotti di qualità. Sono i piccoli produttori che non hanno diritto ai pagamenti diretti, sia perché la loro azienda è troppo piccola sia perché non hanno un CFC come agricoltori.

Degli appassionati, come alla Ferme des Pralies di Arnex-sur-Nyon (VD) o alla Ferme de Budé del Petit-Saconnex (GE). Fanno parte dei «Galli» dell'orticoltura, che militano per quella che chiamano sovranità alimentare, in particolare coltivando antiche varietà rare. Propongono prodotti di grande qualità dal punto di vista del gusto al loro prezzo reale di produzione.

Per quanto tempo riusciranno ad andare avanti? Finché i consumatori li sosterranno, e finché la loro fede resterà salda e potranno permettersi di accontentarsi

di un salario che arriva a 4000 franchi circa al mese per un lavoro che richiede un impegno di settanta ore settimanali – quando va bene. E naturalmente quando si parla di questi orari e di queste cifre, si intende il lavoro e il salario del proprietario dell'azienda.

UNA LISTA PER CAPIRE MEGLIO

Ogni settimana, l'associazione Marché Paysan propone una lista di prezzi indicativi per la vendita diretta in collaborazione con i settimanali AGRI e «Terre et Nature» che permette ai produttori di farsi un'idea dei prezzi applicati dai colleghi e delle differenze. Per i consumatori è una buona fonte di informazione sui prezzi praticati in ogni stagione. La lista riguarda la vendita al dettaglio di frutta e verdura. Possono essere fatti sconti in base alla quantità e i prezzi possono essere adattati alle diverse condizioni di coltivazione nelle varie regioni della Svizzera romanda. •

Come fare i propri acquisti



Al mercato

- + ampia scelta. Atmosfera simpatica. Contatto diretto con il venditore.
- i venditori non sono tutti dei produttori e devono avere un loro margine di guadagno.

L'autoraccolta

- + il contatto diretto con la terra. Il prezzo di solito meno elevato. Non si paga il servizio.
- il tempo. L'autoraccolta ne richiede tanto!

Direttamente dal produttore

- + il contatto diretto con il produttore che vi spiega quale gusto hanno i suoi prodotti e come li ha coltivati e preparati.
- bisogna spostarsi e questo richiede tempo.

Il paniere consegnato a casa da una società

- + si evitano gli spostamenti, un aspetto importante soprattutto se si ha poco tempo per fare la spesa.
- nessun contatto con il produttore. Si paga in più il servizio e la logistica necessaria. E non si sa che cosa realmente guadagna il contadino.

L'agricoltura contrattuale di prossimità

- + contatto con il produttore, che si assicura un certo volume di vendita. Un contratto lo lega al consumatore per un determinato periodo di tempo.
- il contratto è un vincolo. La scelta è limitata a una specifica produzione.

Nei supermercati

- + i prezzi sono di solito più bassi perché i grandi distributori hanno la possibilità di fare delle economie di scala su tutta una gamma di prodotti.
- nessun contatto con il produttore o il rivenditore. Meno varietà. Prodotti spesso standardizzati. Non si conosce il prezzo pagato al produttore.



Partenaire de vos projets de vie

Retraites Populaires s'engage en faveur du sport et de la culture dans le canton de Vaud. Proche de vous, elle soutient plus de 100 événements chaque année.

www.retraitespopulaires.ch



Offre découverte



RECEVEZ
TERRE&NATURE
GRATUITEMENT
PENDANT
1 MOIS!

Je souhaite recevoir **Terre&Nature** dans ma boîte aux lettres durant

1 MOIS GRATUITEMENT (soit 4 éditions papier)

En plus de mon essai gratuit, je désire m'abonner à **Terre&Nature**:

3 mois pour Fr. 30.- (soit 12 éditions papier)

1 an pour Fr. 204.- (soit 50 éditions papier)

Merci de cocher l'offre de votre choix

Mme M.

Nom

Prénom

Rue/No

NPA/Localité

Date de naissance

Tél.

Email

Date

Signature

Bulletin à renvoyer par courrier à: Terre&Nature, Abonnement, Rue Pépinet 1, 1003 Lausanne ou par courriel à marketing@terrenature.ch ou par fax au 021 966 27 20.

Ces offres sont réservées aux nouveaux abonnés résidant en Suisse uniquement et limitées au 31.12.2015. Ce coupon ne peut être utilisé pour prolonger ou renouveler un abonnement déjà existant. Prix pour la Suisse, TVA comprise.

www.terrenature.ch



« Il giusto prezzo : il prezzo equo ! »



Testo, Valentina Hemmeler Maïga, Segretario del sindacato Uniterre / Foto, DR

Quanto dovremmo spendere per un prodotto alimentare? Fondamentalmente, il prezzo dovrebbe permettere di coprire tutti i costi di produzione. Per il latte, ad esempio, le stazioni di ricerca agronomica stimano che al contadino dovrebbero andare circa 80 centesimi-1 franco e 20 a litro – altrimenti produrlo non è conveniente. A questo importo si devono aggiungere i margini di guadagno del trasformatore e del distributore, tra 30 e 40 centesimi ognuno. Ora, nella primavera del 2015, molti agricoltori guadagnavano, in media, solo 50 centesimi al litro. Questa attività, che è il cuore dell'agricoltura svizzera, non è dunque più redditizia per nessun tipo di azienda. Per il grano, Uniterre ha calcolato che un prezzo giusto dovrebbe

aggirarsi sul franco al chilo anziché gli attuali 53 centesimi.

Siamo spesso pronti a cercare i prodotti in promozione nei supermercati o a scegliere il banco meno caro al mercato di quartiere. Eppure la parte di reddito familiare spesa per l'alimentazione è bassa: tra il 7 e il 13%. Particolarmente bassa anche rispetto alla media internazionale! Spendiamo soprattutto per l'alloggio e per assicurazioni di tutti i tipi. Nel caso delle assicurazioni malattia o dell'abitazione sono previsti aiuti statali rivolti alle persone che hanno un reddito basso. Non esiste nulla del genere per l'agricoltura che è costretta, suo malgrado e probabilmente all'insaputa dei consumatori, a svolgere il ruolo di «servizio sociale»

in un paese che fa fatica a garantire una giusta ripartizione della ricchezza mentre molti contadini sono già considerati dei «working poor».

Dietro ogni prodotto ci sono donne e uomini che lavorano e un ambiente che deve sopportare l'impatto della produzione. Acquistare al prezzo giusto significa contribuire a far sì che il sistema alimentare divenga resiliente e non finisca col distruggere esseri umani e natura. L'iniziativa di Uniterre «Per la sovranità alimentare» chiede una politica agricola che rimetta gli esseri umani e la natura al centro della discussione sull'alimentazione e permetta di ottenere prezzi e salari remunerativi. •



BLANCPAIN



BLANCPAIN
Joël Robuchon



Quando la precisione orologiera incontra la grande performance culinaria

Testo, Flavia Giovannelli / Foto, DR

Difficile oggi sfuggire alla generale infatuazione per la gastronomia e gli chef stellati. Ogni canale televisivo ha la sua trasmissione culinaria in cui si vedono amatori e professionisti mettere alla prova la loro ingegnosità per incantare gli occhi e le papille gustative dei telespettatori e del pubblico presente in sala.

Da sempre un precursore, Blancpain non ha atteso questa moda per interessarsi ai piaceri della buona tavola. Già nel 1989 l'incontro con Frédy Girardet, allora chef del ristorante dell'Hôtel de ville a Crissier, segna la nascita di molti partenariati con rinomati cuochi. È il periodo in cui Frédy Girardet, Paul Bocuse e Joël Robuchon sono designati «chef del secolo» dalla celebre guida Gault&Millau e Blancpain festeggia l'evento donando a questi artisti del gusto un orologio con inciso il loro nome. Questa scelta porta la più antica casa orologiera e i più grandi cuochi del momento a diventare più consapevoli dei punti che hanno in comune le loro due arti. L'amore del bel gesto, la cura per il dettaglio, la pazienza infinita per riuscire a innovare rispettando la tradizione sono solo alcuni di questi punti in comune.

AMICI CHEF

La storia che lega Blancpain all'affascinante universo del gusto si è in seguito nutrita delle relazioni privilegiate con i più famosi chef del mondo – Joël Robuchon,

Frédy Girardet, Philippe Rochat, Michel Troisgros, Daniel Humm, Marc Haerberlin, Anne-Sophie Pic, Benoît Violier... In totale, tra i suoi amici Blancpain conta più di 100 stelle Michelin! Ma nel corso del tempo l'avventura ha preso anche altre strade e Blancpain ha legato il suo nome agli hotel e ristoranti delle catene Relais &

*Blancpain non ha atteso
la moda dei reality televisivi
per interessarsi ai piaceri
della tavola.*

Châteaux e Leading Hotels of the World. Il marchio ha poi sostenuto la compagnia Swiss quando quest'ultima ha lanciato il suo programma di ristorazione gastronomica a bordo il cui obiettivo era far scoprire le migliori specialità elvetiche attraverso menu ideati da chef stellati provenienti da regioni diverse via via messe in primo piano.

LE NUOVE LEVE

Per Blancpain la continuità è importante. Non dimentica mai dunque di sostenere le nuove leve, per esempio attraverso la selezione svizzera del Bocuse d'Or, un concorso mondiale di cucina creato dal famoso cuoco francese, o la Gastro Union Challenge di cui è padrino Benoît Violier. L'anno scorso è stato inoltre par-

ter di una cena prestigiosa all'Hôtel de ville a Crissier, preparata dai tre chef che si sono succeduti alla guida delle cucine di questo celebre ristorante, diventando così «chef degli orologiai» per lo spazio di una sera. Perché Blancpain, come già detto, sostiene i grandi della prima ora e quelli di domani. Del resto è il mutuo riconoscimento a far nascere simili amicizie. Quando è andato a visitare la manifattura di Blancpain, a Brassus (Giura vodese), Joël Robuchon ha notato subito queste affinità e l'ha definita il «sancta sanctorum» dell'orologeria...

Blancpain contribuisce infine alla diffusione dei piaceri della tavola anche attraverso la sua rivista, «Lettres du Brassus», che esplora i tre punti forti intorno a cui ruota tutto il suo universo: l'arte di vivere, l'automobile e le immersioni subacquee. Gli articoli sulla gastronomia, sulla scoperta di ristoranti ai quattro angoli del mondo, sui grandi vini e sui prodotti tipici sono sempre molto apprezzati dai lettori. Ma soprattutto, tutti coloro che una volta nella vita hanno avuto la fortuna di partecipare a un evento organizzato da Blancpain, a titolo privato o meno, sanno molto bene che cosa vuol dire «cultura dell'accoglienza» e savoir-vivre per la casa orologiera svizzera.

La ricerca dell'eccellenza, la passione, il savoir-faire e la minuzia del lavoro sono altrettanti valori comuni che danno vita a un'emozione unica. •



I menu dell'Expo di Milano: dietro le quinte

All'Esposizione universale di Milano, il ristorante del Padiglione svizzero propone specialità culinarie delle regioni e delle città partner. Un menu che vuole essere rappresentativo della produzione alimentare svizzera, tra tradizione e innovazione.

Testo, Sophie Dorsaz / Foto, DR

Con la sua esposizione universale dedicata a «Nutrire il pianeta, energia per la vita», Milano ha puntato su una questione fondamentale: il cibo. Il cibo ritma le nostre vite, è parte delle nostre tradizioni e si impone come una problematica globale capace di unire e di appassionare. Il tema dell'alimentazione è al centro dunque di questa gigantesca fiera internazionale in cui si ritroveranno circa 145 paesi. «E per la Svizzera è un'occasione unica perché in termini di immagine la nostra identità passa per alcuni alimenti chiave. Ancora di più che per i nostri orologi, le montagne o le banche, i turisti ci conoscono per i nostri formaggi e il cioccolato. Non tutti i paesi possono vantare prodotti così simbolici», dice Nicolas Bideau, direttore di Presenza Svizzera. «Con il Padiglione cercheremo di trarre il massimo profitto da questi prodotti molto noti per far scoprire tutta la ricchezza della gastronomia svizzera». All'interno del Padiglione, il take-away e il ristorante invitano alla degustazione di piatti regionali, tra tradizione e innovazione.

SVIZZERA DA MANGIARE

Al primo piano del Padiglione svizzero, il ristorante attende i visitatori curiosi che vogliono assaggiare le specialità elvetiche. Sul menu, cinque antipasti e snack, sei piatti principali e altrettanti formaggi e dessert. Senza dimenticare una quindicina di specialità regionali presentate durante le settimane speciali organizzate dai partner: i quattro cantoni del Gottardo - Vallese, Ticino, Uri e Grigioni - e tre città - Ginevra, Basilea e Zurigo. Durante tutto il mese di settembre per esempio Ginevra proporrà la sua «Longeole IGP» con lenticchie di Sauvigny e gratin di cardi spinosi ginevrini AOP. «Abbiamo chiesto alle regioni una lista dei loro piatti tipici e in seguito le abbiamo messe in contatto con gli chef di Palexpo, responsabile del ristorante del Padiglione, per verificarne la fattibilità, e con Agro-Marketing Suisse che è incaricata di mettere in evidenza i prodotti dell'agricoltura svizzera nel nostro stand», aggiunge Nicolas Bideau. Per Laurence Bovet, direttrice del progetto Milano 2015 per Agro-Marketing Suisse, «il nostro ruolo

è stato prima di tutto quello di garantire la provenienza svizzera dei prodotti presentati allo stand e utilizzati per preparare i piatti. Desideravamo poi mostrare al pubblico proveniente da altri paesi ma anche agli svizzeri la varietà della nostra cucina. Sono sicura che molti visitatori in arrivo dalla Svizzera saranno sorpresi di scoprire piatti e specialità di altri cantoni, come le luganighe ticinesi». Nel ristorante, prodotti dell'agricoltura tradizionale e prodotti trasformati sono presentati fianco a fianco per mostrare «la piccola e la grande Svizzera in tutta la sua diversità», conclude Nicolas Bideau.

VICINI ALLE TRADIZIONI

Poiché si prefigge di conquistare sia i visitatori stranieri sia gli svizzeri, il menu deve essere fedele alle tradizioni culinarie delle diverse regioni. «Il nostro chef, Pascal Glorieux, lavora da 35 anni a Palexpo e conosce benissimo la Svizzera e i suoi cibi grazie ai numerosi eventi a cui partecipiamo», assicura Pierre-Igor Cusnir, responsabile del progetto Expo Milano per Palexpo. «Tuttavia alcuni piatti hanno ri-

Preparato a mano. (da noi)



Mangiare bene.

MIGROS
M per il Meglio.

chiesto un certo lavoro e una serie di test per riuscire a riprodurre nel modo migliore possibile la ricetta originale. Un esempio sono i pizzocheri della Valposchiavo, per i quali abbiamo contattato i responsabili dei prodotti tipici del cantone dei Grigioni». Un perfezionismo che si ritrova anche nel servizio. «I responsabili della preparazione della raclette al Padiglione hanno seguito una formazione presso il formaggio Eddy Baillifard a Bruson, nel Vallese, affinché il loro gesto fosse perfetto».

I cuochi dello stand, sotto la direzione dello chef Jean-Yann Fuchs, hanno a loro disposizione circa 100 metri quadrati di cucina per preparare sul posto il maggior numero di piatti possibile.



Gli italiani apprezzano i nostri salumi, i nostri formaggi e i nostri vini.

L'IMPORTANZA DEL GIRO DEL GUSTO

Con il «Giro del Gusto», organizzato prima dell'apertura dell'Esposizione universale, l'anno scorso, a Milano, Roma e Torino, la Svizzera ha raccolto informazioni preziose. La presenza della «Swiss Mobile House» in queste tre città ha permesso di accumulare preziose esperienze che hanno consentito a Presenza Svizzera di impostare al meglio l'organizzazione del Padiglione. «Ne è emerso chiaramente che l'amore degli italiani per il buon cibo non si riduce al tempo che passano a tavola. Amano conoscere la storia dei prodotti, scoprire i piccoli segreti di fabbricazione e incontrare i produttori», spiega Nicolas Bideau. «Per quanto possa apparire sorprendente, l'anno scorso gli italiani hanno mostrato un grande interesse per i nostri salumi e insaccati, i formaggi e i vini: insomma verso tutto ciò che si avvicina di più alla loro cucina. Il panino al «saucisson vaudois», la raclette e il tour dei vini svizzeri hanno avuto un enorme successo». Anche le «foodbattles», sorta di duelli tra prodotti italiani e svizzeri condotti dai produttori (per esempio il parmigiano contro lo Sbrinz), saranno riproposte. «Funzionano, perché i prodotti così vengono messi in scena e vi si aggiunge una dimensione emotiva legata alla difesa delle tradizioni».



IL PRIMO PARTENARIATO CON SWISSWINE PROMOTION

Per elaborare la carta dei vini, Presenza Svizzera e Swisswine hanno dato vita al loro primo partenariato. «Lo scopo è proporre una vetrina che mostri la varietà e la qualità dei nostri crus in occasione di ogni evento organizzato da Presenza Svizzera», dice Gilles Besse, presidente di Swisswine Promotion. Cinque bianchi, cinque rossi e sei specialità sono stati selezionati tra i cantoni partner. In primo luogo è stato pubblicato un bando che prevedeva una gamma di prezzi fissi per garantire l'attrattività dei vini svizzeri sul mercato europeo. Il prezzo al bicchiere varia da

3,5 a 6 euro, quello delle bottiglie parte da 15 euro per il Fendant del Vallese Pierrafeu AOC di Provins e arriva ai 29 euro del Pinot nero Jenins AOC dei Grigioni delle cantine Volg. La selezione ha in seguito previsto una degustazione alla cieca con un'enologa indipendente, il rappresentante di Palexpo, il presidente di Swisswine Promotion e Nicolas Bideau. «Sono stato sorpreso dal rapporto qualità-prezzo al momento della degustazione alla cieca», racconta quest'ultimo. La sua preferenza? «Assaggiando il Completer AOC dei Grigioni ho praticamente scoperto un nuovo vino. È stato un vero piacere».

Cereali e leguminose

Per questa edizione della « Settimana del Gusto », il marchio di qualità Fourchette Verte omaggia questi componenti del piatto, la cui modestia non deve far dimenticare né i loro sapori né il loro valore nutrizionale.

Testo, Blaise Guignard / Foto, DR

Per questa edizione della «Settimana del Gusto», il marchio di qualità Fourchette Verte omaggia questi componenti del piatto, la cui modestia non deve far dimenticare né i loro sapori né il loro valore nutrizionale.

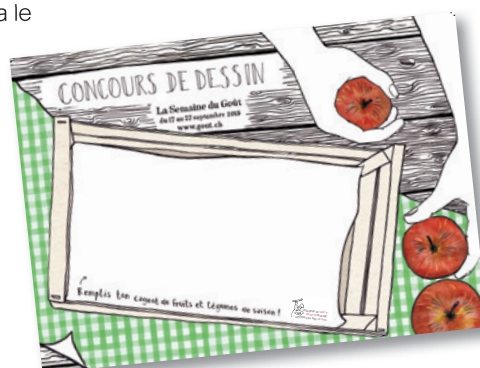
A Fourchette Verte abbiamo come emblema il colore degli spinaci o dei piselli, eppure siamo nella posizione adatta per sapere che il gusto non è sempre accompagnato da un'apparenza splendente e che un'alimentazione equilibrata – alla base dell'impegno del marchio presso asili, mense scolastiche, ristoranti del personale e stabilimenti pubblici dal 1993 – è protagonista tra i mille colori del mercato. Quest'anno, le differenti sezioni dell'associazione celebrano la Settimana del Gusto rendendo onore a cereali e leguminose.

In materia di cereali, la scelta non si limita a riso e pasta, così come i legumi non si riassumono nelle lenticchie, sorride Murielle Gander, dietista diplomata e coordinatrice di Fourchette Verte Friburgo. Far scoprire ai bambini il frumento e le sue varietà, ma anche il sapore della spelta, l'avena, la segale, l'orzo, il grano saraceno, il miglio, il quinoa, e per quanto riguarda le leguminose, gli innumerevoli tipi di fave, i piselli gialli, i ceci, ecc., permette in seguito di meglio integrarli nell'alimentazione quotidiana.

Oltre a fornire delle buone basi per una cucina equilibrata, saporita, ricca dal punto vista nutrizionale e a basso costo, associare cereali e leguminose nello stesso piatto fornisce un apporto in proteine completo, e dunque una reale alternativa alla carne. «Molti piatti vegetariani tradizionali propongono quest'accoppiata,

come per esempio il couscous di legumi», sottolinea Murielle Gander.

Un'alternativa che offre molte possibilità per tutti i golosi, che siano grandi o piccini; per aiutare gli stabilimenti con il marchio di qualità a proporre questa tematica, Fourchette Verte ha creato un kit pedagogico con all'interno ricette e idee d'animazione e l'ha distribuito a tutte le sezioni. A Ginevra, per esempio, circa 40 asili, 100 mense scolastiche e 25 mense delle scuole post obbligatorie (Università, Scuole Universitarie professionali, ecc.) hanno pensato al miglior modo di ingolosire attraverso la tematica «cereali e leguminose». «È un piacere constatare che gli stabilimenti Fourchette Verte che partecipano fanno uno sforzo per creare dei menu attraenti», precisa Marie-Pierre Theubet, collaboratrice al Servizio della salute dell'infanzia e dell'adolescenza del cantone e dietista. Tra le attività in programma, un concorso di disegno ha permesso ai bambini di dare libero sfogo alla loro immaginazione e di valorizzare ancora di più cereali e leguminose. •



Concorso di disegno sul sito della Settimana del Gusto: www.gout.ch

Il couscous di verdure

Una ricetta di Michel Thentz,
presidente di Fourchette verte Svizzera
e ministro della salute del Giura



4 persone
Preparazione, 20 min
Cottura, 60 min

- 2 cipolle affettate
- ½ cucchiaino da caffè di zenzero grattugiato
- 160 g di ceci messi a bagno per 12 ore in acqua e scolati*
- 150 g di carote tagliate a dadini di 1 cm.
- 200 g di zucchine, zucca o finocchio tagliati grossolanamente
- 1 melanzana tagliata a dadini
- 3 pomodori tagliati a dadini
- ½ cucchiaino da caffè di pepe di cayenna
- 2 cucchiaini da caffè di paprika
- 2 cucchiaini di coriandolo o di prezzemolo finemente tritate
- 1-2 cucchiaini da caffè di harissa
- 2 cucchiaini di olio di colza HOLL
- sale, pepe
- 450 g de couscous (grana media)
- 250 g di Blanc battu

*per una preparazione più rapida utilizzare 400 g di ceci in scatola

Utilizzare una pentola per couscous o una casseruola. Far appassire le cipolle con lo zenzero e l'olio di colza HOLL.

Aggiungere i ceci, tutte le verdure, il pepe di cayenna, la paprika e pepare. A seconda dei gusti, si può aggiungere un po' di uvetta.

Versare 250 ml di acqua e lasciar cuocere a fuoco lento per 60 minuti, aggiungere acqua se necessario. Aggiungere eventualmente un po' di sale. Se si utilizzano ceci in scatola, il tempo di cottura diminuisce di circa 20 minuti.

Preparare il couscous a parte o nel colino della pentola per couscous seguendo le istruzioni sull'imballaggio.

Per la salsa, versare 6 cucchiaini del liquido di cottura in una tazza e aggiungere 1-2 cucchiaini da caffè di harissa. Mescolare bene e servire la salsa a parte.

Versare il couscous in un piatto e collocare le verdure al centro. Decorare con il coriandolo o il prezzemolo e servire con il Blanc battu.

Caline®

il frutto divino

Testo, Manuella Magnin / Foto, DR



Questa prugna dal gusto assolutamente eccezionale è nata a sud delle Alpi francesi. Christophe Marmy è stato soggiogato dal fascino di questa delizia fuori dal comune coltivata ora anche a Noville, nel canton Vaud.

Forse l'avete vista mentre sgomitava per farsi notare tra le altre prugne sui banchi di certi supermercati nell'agosto dell'anno scorso. La sua forma e il suo colore vi avranno senz'altro colpiti. Bardata di un piccolo adesivo cercava di attirare la vostra attenzione e di convincervi a prenderla per metterla nel vostro paniere nonostante il prezzo un pochino più alto di quello delle sue simili.

Se non avete ceduto alla tentazione nel 2014, dopo la lettura di questo articolo non avrete più nessuna scusa. La Caline® è un frutto diverso da tutti gli altri. La sua forma a cuore è unica. Il colore oscilla tra un giallo aranciato e un violetto scuro, passando per il rosso intenso. Il gusto farebbe dannare un santo! Dare un morso a una Caline® è in effetti un'esperienza gustativa totalmente inedita. A ogni boccone, la gamma dei sapori si arricchisce del gusto di pera, di banana, di melone, di albicocca e naturalmente, di prugna. Con o senza pelle, il suo delizioso profumo cambia.

UN LUNGO CAMMINO

Questo dono della natura è giunto solo lentamente fino a noi. La sua scoperta la si deve alla tenacia di una famiglia di arboricoltori della Drôme, e all'entusiasmo senza limiti di Christophe Marmy, un abile seguigio del gusto, ben noto ai grandi chef della Svizzera romanda. «Questa prugna dal cuore d'angelo ci appassiona da molti anni ormai», dice. «È stata un'avventura e ci sono volute tante energie per farla scoprire e condividerla!»

Tutto è iniziato durante una passeggiata nei dintorni di un vecchio convento dell'XI secolo a Vernaison, nella Drôme. Laurent Clut, appassionato di botanica, raccoglie dei noccioli nella zona, li pianta nel suo giardino e li innesta su giovani germogli di altri alberi da frutto.

Nel 2003, ecco la famosa prugna dal gusto squisito. L'entusiasmo è immediato.

«All'inizio l'abbiamo venduta come prugna, poi, di fronte al suo sapore e alla sua consistenza così particolare ho pensato che fosse necessario distinguerla in qualche modo. Abbiamo allora deciso di registrare un nome», ricorda Christophe Marmy.

DALLA DRÔME A NOVILLE

I sei arboricoltori producono oltre un centinaio di tonnellate di Caline all'anno, vendute in Francia, in Svizzera e in Italia. Dall'anno scorso, i primi prugni Caline® piantati a Noville, nel canton Vaud, tre anni fa, hanno cominciato a dare i primi frutti. «È stato difficile», dice il proprietario di HFL. «Abbiamo avuto dei problemi a causa della grandinata del 2013, che ha danneggiato gli alberi. Ma abbiamo tenuto duro e ci siamo riusciti. Noville ha prodotto circa 2500 kg di Caline® nel 2014 grazie alla competenza e all'impegno instancabile di arboricoltori di talento».

UN FRUTTO «PULITO»

La Caline® prodotta a Noville ha i marchi Swiss Gap e PER. I frutteti vengono ispezionati da organismi indipendenti accreditati. Un monitoraggio è inoltre effettuato nei punti vendita alla fine della filiera. La certificazione dei prodotti esige questa procedura. E i prodotti SwissGAP sono venduti ai consumatori solo una volta ottenuta la certificazione.

Anche se la Caline® non ha il marchio bio, tutti i trattamenti a cui è sottoposta sono i più naturali possibili. La cura delle piante segue i principi della lotta integrata (PER).

200 tonnellate di questo frutto eccezionale, 12 delle quali prodotte a Noville, dovrebbero giungere sul mercato quest'anno, principalmente nei negozi Manor, Culturefood e Migros Valais per quanto riguarda la Svizzera, e Grand Frais per la Francia. Per prolungare poi il piacere per tutto l'anno i consumatori possono provare lo squisito nettare Caline® e il non meno delizioso sorbetto preparato dal grande maestro gelataio di La Conversion, Paolo Gervasi.

ANIMAZIONI

Convinti dal sapore di questo frutto, dodici locali gestiti dall'impresa di ristorazione collettiva SV Svizzera hanno deciso di dargli un posto di primo piano.

Ogni sede riceverà dei flyer con una ricetta a base di prugna Caline® e dei set per vassoi su cui è stampata l'immagine del prodotto. Gli ospiti potranno inoltre acquistare delle confezioni da portare a casa per sperimentare la ricetta personalmente.

L'animazione principale avrà luogo martedì 8 settembre 2015 al ristorante dell'SV Group alla stazione di Losanna (CFF Lausanne Voyageur).

Christophe Marmy sarà presente dalle 11 alle 14 con uno stand di presentazione e in quell'occasione sarà organizzata anche una degustazione del nettare e del sorbetto. •



IL NETTARE

Non è un succo come gli altri, ma una bevanda indispensabile per tutti gli amanti del gusto. Il nettare di Caline®, venduto a 5.95 franchi in bottiglie da 5 dl, viene confezionato nel Vallese. Il suo sapore cambia a seconda degli anni e del tasso zuccherino del frutto. Ecco perché si è deciso di attribuirgli un millesimo, come si fa con i vini.

IL SORBETTO

Il sorbetto Caline® è un prodotto di gamma alta la cui realizzazione è stata affidata a Paolo Gervasi, artigiano gelataio di La Conversion. Il frutto viene trasformato in purea alla quale si unisce uno sciroppo di zucchero. Al sorbetto si aggiungono infine pezzetti di Caline® essicata. Presto dovrebbe essere messo in vendita un gelato Caline® al latte di pecora della Brebisane® a Puidoux.



Con voi per la 
Settimana del Gusto 2015 !



 www.facebook.com/reitzelsuisse



REITZEL (SUISSE) SA | ROUTE D'OLLON 14/16 | CH-1860 AIGLE | WWW.HUGOREITZEL.CH

Millefoglie di Caline® alla verbena

Una ricetta di Martial Stok



Per 4 persone
Preparazione, 45 min
Cottura, 10 min

PER LA PASTA SFOGLIA

- 1 rettangolo di pasta sfoglia

Cuocere la pasta sfoglia al forno a 185°C tra due piastre avvolte in carta solforizzata per 10 minuti. Togliere la piastra superiore. Lasciar raffreddare su una griglia e tagliare in rettangoli della grandezza desiderata. Mettere da parte.

PER LA PANNA COTTA

- 200g di latte
- 40g di tuorli d'uovo
- 35g di zucchero
- 20g di farina
- 1 foglio di gelatina
- 2g di verbena odorosa

Portare il latte a ebollizione e immergervi la verbena odorosa lasciandola in infusione. Mescolare i tuorli d'uovo con lo zucchero e la farina. Versare il latte sul composto e completare la preparazione come per una crema pasticcera. Aggiungere la gelatina reidratata alla crema a 60°C (verificare con l'aiuto di un termometro da cucina) e versare in una forma. Lasciar raffreddare e tagliare in rettangoli della grandezza desiderata.

PER IL CONFIT DI CALINE®

- 200g di purea di Caline® zuccherata (10 %)
- 100g di zucchero
- 10g di pectina (settore pasticceria)

Portare il tutto a ebollizione e versare in una forma. Lasciar raffreddare e tagliare in rettangoli della grandezza desiderata.

PER IL COULIS DI CALINE®

- 200g di Caline®
- 20g di zucchero
- 10g di succo di limone

Passare nel mixer a freddo, filtrare con un colino a maglie molto fini.

PER LE CALINE® ALLO SCIROPPO

- 200g di Caline®
- 100g di zucchero
- 200g di acqua
- 10g di succo di limone
- 2g di verbena odorosa
- 1 bastoncino di vaniglia

Preparare uno sciroppo con lo zucchero, l'acqua, la verbena odorosa e il bastoncino di vaniglia tagliato per la lunghezza. Tagliare le Caline® in quattro parti uguali. Cuocerle nello sciroppo vanigliato bollente e lasciar raffreddare.

PER IL MONTAGGIO

- Pasta sfoglia già cotta
- Scorzette di limone verde grattugiato
- Pistacchi puliti
- Foglie di verbena

Montare la mille foglie alternando gli strati, come nella foto. Finire con alcune Caline® allo sciroppo, qualche foglia di verbena, scorzette di limone verde grattugiato, pistacchi e il coulis.

Il pollo alla griglia

Una delizia sempre molto apprezzata

Testo, Manuella Magnin / Foto, Corinne Sporrer

Chiudete gli occhi e ispirate profondamente! Li sentite questi effluvi? Il profumo rassicurante del pollo alla griglia vi fa ritornare all'infanzia e improvvisamente avete l'acquolina alla bocca? Allora, ai fornelli e tenete pronti i taglieri! Per aiutarvi a cuocere in maniera perfetta il vostro volatile, Florence Porignon, responsabile della Table d'Edgard del Palace di Losanna, ci svela i suoi segreti. Per prima cosa farcite il pollo, dopo averlo preventivamente svuotato e pulito, con un miscuglio di erbe aromatiche e due spicchi d'aglio schiacciati. Salate e pepate. Scaldate un po' di buon olio d'oliva in una pa-

della e fate dorare ogni coscia per 15 minuti appoggiandole su un piccolo pezzo di patata. Questa fase è importante: le cosce infatti cuociono più lentamente del resto. Procedendo secondo i consigli di Florence, si evita di cuocere troppo il pollo e di far asciugare eccessivamente le carni bianche. Preriscaldare il forno a 180°C. Introducete il pollo e lasciatelo cuocere per un'ora bagnandolo ogni dieci minuti. Per il taglio, Jean-Louis Foucqueteau, direttore della ristorazione del Palace, ha impugnato i suoi strumenti per mostrarci passo dopo passo come si deve procedere. Non resta altro da fare che degustarlo. Buon appetito!

1 — Con l'aiuto di una forchetta e di un coltello affilato disporre il pollo su un tagliere.



2 — Rivoltare il pollo su un fianco e infilare la forchetta nella coscia.



3 — Tagliare sotto l'osso della coscia.



4 — Con la forchetta, tirare la coscia verso sinistra senza romperla. Terminare il taglio con il coltello facendo attenzione a non rovinare la pelle. Procedere nello stesso modo con l'altra coscia.



GLI SVIZZERI AMANO LA CARNE DI POLLO

L'elvetico medio nel 2013 ha consumato 11,42 kg di carne di pollo. Anno dopo anno, Proviande, l'associazione di categoria svizzera della filiera della carne, constata un aumento sempre più marcato dell'interesse per i volatili a carne bianca.

I produttori svizzeri riescono a soddisfare poco più del 54% della domanda indigena, il resto viene importato, principalmente dal Brasile, dalla Germania, dalla Francia e dall'Ungheria.

La carne migliore è quella del «pollo ruspante» come il Cou Nu Noir della Gruyère (80 giorni di allevamento) o di altre razze di Bresse con marchio di qualità.

IP-SUISSE

Come per qualsiasi altro alimento è meglio privilegiare la qualità invece della quantità. I polli IP-Suisse (produzione integrata), meno costosi dei cugini ruspanti, incontrano il favore dei consumatori che li identificano grazie alla coccinella sull'imballaggio. Sono allevati secondo regole molto rigorose, la loro alimentazione è composta al 100% da cereali svizzeri, senza OGM e senza grassi animali e possono uscire all'aria aperta.

Gli allevamenti vengono periodicamente ispezionati. L'Ufficio federale dell'agricoltura autorizza solo 30 kg di polli al m² contro i 50 kg dell'Unione europea.

5 – Incidere con la punta del coltello dalla parte alta del petto fino all'attaccatura dell'ala.

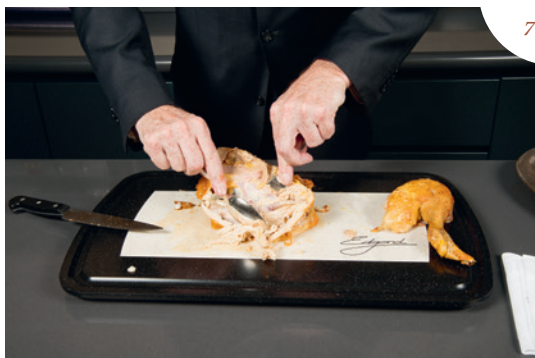


5

6 – Staccare il filetto aiutandosi con la forchetta. Concludere l'operazione con il coltello per non strappare la pelle. Procedere nello stesso modo con il secondo filetto.



6



7

7 – Staccare la carne con l'aiuto di un coltello e di una forchetta.



8

8 – Dopo aver liberato le ali, togliere il «boccone del prete» con il cucchiaio.

Una ricetta fresca, ceviche di pollo

Una ricetta di Manuella Magnin



Per 4 persone
Preparazione,
20 min

- 300 g di resti di pollo (preferibilmente petto)
- 1 peperoncino rosso non troppo piccante
- 1 cipolla rossa
- I chicchi sgranati di una pannocchia di mais cotta
- 3 fette di patata dolce cotte a dadini
- 1 mazzetto di coriandolo
- 6 dl di succo di limone verde
- 3 cm di zenzero
- 3 spicchi d'aglio
- 1 cucchiaino di sale
- Un goccio di latte
- ½ dl di fondo di pesce
- 3 cubetti di ghiaccio

Togliere la pelle al pollo. Tagliare la carne a lamelle sottili.

Tagliare la cipolla a fette con la mandolina. Tagliare il peperoncino a dadini.

Passare nel mixer la metà del coriandolo con il succo di limone verde, lo zenzero, l'aglio, il sale, il fondo di pesce, un goccio di latte e 3 cubetti di ghiaccio. Continuare fino a quando non si ottiene una consistenza liquida e omogenea.

Disporre il pollo in piatti fondi con i chicchi di mais, i dadini di patata dolce e di peperoncino, la cipolla e il resto del coriandolo tagliato fine.

Versare la metà del preparato liquido sul pollo e servire come antipasto leggero e rinfrescante. Il resto del liquido può essere conservato per qualche giorno nel frigo per condire, per esempio, un carpaccio di pesce.

Gâteau de Vully salato

Una ricetta dell'Associazione
delle contadine vodesi,
Gruppo di Constantine

Per 8 persone
Preparazione, 20 min
Cottura, 15-20 min



PER LA PASTA

- 1 kg di farina
- 19 g di sale
- 7-8 dl di latte
- 40 g di lievito fresco
- 100 g di burro
- 40 g di strutto

Mescolare la farina e il sale. Formare un buco nel mezzo. Diluire il lievito in 1 dl. di latte. Lasciar intiepidire il resto del latte, aggiungervi il burro e lo strutto e far sciogliere senza cuocere.

Incorporare il lievito diluito alla metà del composto di latte e burro, versare sulla farina e impastare per qualche minuto. A poco a poco aggiungere il resto del liquido e impastare per circa 10 minuti fino a ottenere un impasto liscio e morbido.

Lasciar lievitare coperto per circa 30 minuti in un luogo al riparo da correnti d'aria.

Dividere la pasta in quattro parti uguali e disporla su piastre da forno imburrate senza aggiungere farina. Lasciar riposare ancora per un'ora.

Formare i bordi prendendo la pasta tra due dita e girare tutto intorno fino a ottenere una specie di merletto. Bucherellare il fondo con una forchetta.

PER LA GUARNITURA

- 3,5 dl di doppia panna
- 600 g di pancetta a dadini
- Cumino
- Sale

Distribuire sul fondo la doppia panna. Salare.

Aggiungere una-due manciate di dadini di pancetta e cospargere di cumino in base al proprio gusto.

Preriscaldare il forno a 230°C e cuocere per 15-20 minuti. Il tempo di cottura può variare leggermente a seconda del tipo di forno. Selezionare la funzione calore superiore e inferiore che non asciuga troppo la pasta e la mantiene leggera e morbida. Le torte devono essere solo dorate. Servire tiepide: sono migliori!

La Carta

Perché la settimana del gusto?

si ha sempre meno tempo per mangiare, i prodotti sono sempre più standardizzati, e spesso i giovani ed i bambini non conoscono più il sapore dei prodotti tradizionali. Il gusto merita dunque di ritrovare il suo giusto posto e la settimana che gli viene dedicata desidera incoraggiare le attività che valorizzano i piaceri relativi al mangiare con dei prodotti di qualità, il piacere per le riunioni conviviali intorno alla tavola e per le produzioni artigianali.

Scopi ed etica della settimana del gusto

La Settimana del Gusto si iscrive in un progetto di sviluppo sostenibile e di salvaguardia del patrimonio culinario. Le attività che la costituiscono riflettono la ricchezza del gusto e di tutto quanto fa riferimento a un'alimentazione basata sul rispetto per i prodotti e in cui l'uomo e la genuinità hanno ancora tutta la loro importanza. Esse ci invitano a riunirci per nutrirci, ci fanno capire che il mangiare è un momento in cui si ritemprano le proprie forze e una fonte di piacere.

Comitato qualità

2015 Paolo Basso
2014 Carlo Crisci
2013 Vréni Giger
2012 Gérard Rabaey
2011 Martin Dalsass
2010 Philippe Rochat
2009 Marie-Thérèse Chappaz
2008 André Jaeger
2007 Georges Wenger
2006 Irma Dütsch
2005 Fredy Girardet

La Settimana del Gusto desidera :

- Valorizzare la diversità dei gusti e delle culture alimentari.
- Favorire gli scambi fra le professioni del settore alimentare.
- Sensibilizzare le giovani generazioni ai piaceri del gusto.
- Rendere i consumatori più attenti alla qualità e alla stagionalità dei prodotti.
- Valorizzare le conoscenze e le tecniche di tipo artigianale
- Promuovere un'alimentazione sana.
- Favorire la scoperta di prodotti di qualità.
- Preservare la tradizione e incoraggiare le innovazioni culinarie.
- Rivalorizzare l'arte culinaria casalinga. Essa si rivolge a bambini, giovani, uomini, donne, famiglie, insegnanti e a tutti coloro che amano mangiare, scoprire prodotti di qualità, prendersi il tempo per gustarli e assaporarli e si preoccupano inoltre dell'ambiente e della propria salute.

Ogni organizzatore si impegna a :

- Creare un evento specifico per valorizzare un prodotto, una ricetta, un savoir-faire o le riunioni conviviali.
- Lavorare con prodotti di qualità.
- Dare un aspetto pedagogico al proprio evento.



Abplanalp Lucienne	Enseignante	Gay Madeleine	Oenologue		
Allenspach Andreas	Komitée Ostschweiz	Gex Philippe	Gouverneur du Guillon		
Alcala Thomas et Eleuterio	Affineurs de jambons	Geyer Jean-Luc	Cuisinier chef		
Amrein Olivier	Epicurien	Gianettoni Claudio	Presidente GLATI		
Auf der Maur Jost	Journalist	Gollner Edgar	Slow Food		
Ayer Pierre-André	Cuisinier chef	Gottraux Martial	Slow Food		
Bachmann Christophe	Apiculteur	Graff Noémie	Vigneronne		
Baeriswil Bertrand	Président Slow Food Fribourg	Grandi Paolo	Sociogastronomo	Ott Lukas	Stadtpräsident Liestal
Baermann Peter	Cuisinier chef	Guidoux Serge	Pêcheur	Paccot Raymond	Vigneron
Bailly Martine	Agence d'information agricole Agir	Guignard Philippe	Cuisinier chef	Paganell David	Chocolatier
		Haenni Frédéric	Gastro-Vaud	Pasotti Marco	Ispettore di tirocinio
Barthassat Luc	Pays romand pays gourmand	Hamdaoui Mohamed	Journaliste	Pedrioli Elena	Consulente alimentare
Beausoleil Denis	Directeur de Genève-Terroir	Hauser Muriel	Gastro-Fribourg	Pesce Alessandro	Giornalista
Benedetti Marc	Journalist	Helg Pepi	Slow Food	Pfaff Rolf-Peter	Pfaffconsulting
Bessire Jean-Marc	Cuisinier chef	Heyraud Marc	Professeur d'université	Pfarrer Raphael	Slow Food Bern
Bezençon Nicolas	Uniterre	Higi Michael	Slow Food Ostschweiz	Pfister Richard	Oenoparfumeur
Biennerth Martin	Sennerei Andeer	Hobmeier Elsbeth	Chefredaktorin	Pfister Thomas	Kulturvermittler
Bissegger Meret	La cucina naturale	Hofmann Anna	Slow Food	Philipona Jean-Nicolas	Produits du Terroir du Pays de Fribourg
Blanc Daniel	Restaurateur	Humbel Lorenz	Brennerei		
Blanc Roland	Restaurateur	Imhof Paul	Journalist	Piazzoli Brigitte	Responsable del servizio alberghiero del EOC
Blaser Max	Maître boucher le Cochon d'Or	Jagues-Dufour Martine	Fondation Promotion du Goût	Piffaretti Giuseppe	Consulente SMPPC
Boillat Olivier	Fondation rurale interjurassienne	Jenni Martin	Journalist	Pittet Jean-Luc	Gastro Jura/Jura-Bernois
		Joris Jean-Maurice	Cuisinier chef	Porchet Jean-Louis	Producteur de film
Boisseaux Stéphane	Chercheur	Joss Nicolas	Office des vins vaudois	Raboud Isabelle	Ethnologue
Bolay Charles-Bernard	Président Uniterre Vaud	Jost Esther	Coordinatrice Fourchette Verte	Raboud Marie-Joséph	Cuisinière cheffe
Böniger Daniel	Journalist	Juillerat Edy	Restaurateur	Ravet Bernard	Cuisinier chef
Bösia Luigi	Giornalista	Kalandranis Gianni	Cuisinier chef	Rembault Necker Edmée	Directrice OVPT (NE)
Boverat Jean-Louis	Finale Jeunes Confiseurs	Kaufmann Franz	Winzer	Reynaud-Bestenheider Franck	Cuisinier chef
Bovier Edgard	Cuisinier chef	Kilcher Lukas	Landwirtschaftliches Zentrum Ebnrain	Riedi Rainer	Slow Food
Bratschi Isabelle	Journaliste		Chimiste cantonal	Rochat Michel	Ecole Hôtelière Lausanne
Briguet Conrad	Ecole d'Ingénieurs de Changins	Klein Bernard	Cuisinier chef	Rod Christophe	Cuisinier chef
		Kondratowicz Frederik	Epicuriels	Rosset Patrick	Spécialiste épices
Brunier Alain	Directeur général EHG	Kotarski Nathalie	Ambassadrice Prosper Montagné	Roversi Alessandra	Slow Food
Buchwalder Florian	Biohof	Kunkler Evelyne	Cuisinier chef	Rueggsegger Elisabeth	Région Lac de Morat
Buss Pierre-Emanuel	Journaliste	Labrosse Serge	Présidente de la Semaine du Goût VS	Rupprecht Knut	Swiss School of Tourism SSTH
Cassis Ignazio	Medico	Lafarge Patricia	Cuisinier chef	Ryser Dominique	Fromager
Castella Romain	Produits du Terroir du Pays de Fribourg	Lampart Reto	Restaurateur	Said Bucher Yasmina	Alpinavera
		Lehmann Daniel	Coordinatrice Fourchette Verte	Savary Géraldine	Conseillère aux Etats
Cerf Cédric	Ch. mission Ville de Delémont	Lehmann Tania	AOP/IGP	Schaub Silvia	Redaktorin
Chenaux Serge	Cuisinier chef	Leuba Sabine	Conseiller national, enseignant	Schindler Ingrid	Journalistin
Chevrier Philippe	Cuisinier chef	Leuenerberger Ueli	Slow Food und Telebasel	Schlager Aloïs	Fleischtröcknerei
Comte Claude Victor	Oenophile	Liechti Walter	Insegnante e consulente per la refezione USC	Schlumpf Annagret	Köchin
Conconi Davide	Direttore Ticinowin	Lischetti Isabella	Cuisinier chef	Schlup Michel	Historien de la gastronomie
Cornut Didier	Oenologue	Lonati Bernard	Restauratrice	Schmid Heinz	Journalist
Cosandey Anne-Sophie	Restauratrice	Lonati Chantal	Expert en développement durable	Schmitz Martin	Geschäftsleiter Ueli Hof
Couplan François	Ethnobotaniste	Longet René	Regione Valposchiavo	Schneider Yvan	Enseignant
Cramer Robert	Président Fondation Promotion du Goût	Luminati Cassiano	Journaliste	Schnyder Eliane	Paysanne
Crettenand Gilles	Addiction Valais	Magnin Manuela	Das Beste der Region	Schorderet Nicolas	Directeur de GWS aux Services du Vin SA
Crettenand Nicolas	Valais-Wallis Promotion Vigneron	Marbach-Jund Theresia	Fourchette verte Vaud	Schorderet Marie-Laure	Cuisinière
Cruchoen Raoul	Cuisinier chef	Margot Laurence	Spécialiste des plantes sauvages	Schröter Melina	Journaliste
de Courten Didier	Cuisinier chef	Marmy Françoise	Gastronomie à domicile	Schwab Franziska	Schweizerischer Ziegenzuchtverband
Décorterd Stéphane	Journalist	Martin Benoît	Journaliste/vins	Schwarzenbach Hermann	Weinproduzent
De Schepper Werner	Ing. Agr. ETH	Massy France	Vigneron	Semmler Karin	Consulente alimentare
Doerig Eschler Gaby	Slow Food	Mathier Diego	Paysan-horloger	Simon Jean-Charles	Journaliste
Domeniconi Guiseppa	Epicurien	Mathieu Bruno	Ecole de Changins	Soldati Jean-Marc	Cuisinier chef
Droz Louis	Président des oenologues suisses	Mayor Jean-Philippe	Gastro Suisse	Spengler Simon	Journaliste
Dufaux Daniel	Vigneron-encaveur	Meier-Schmid Brigitte	Gastronomin	Stangl Michel	Cuisinier chef
Dumoulin Frédéric	Fromager	Mégroz Michèle	Association des Marchés paysans	Steiner Thomas	Union fribourgeoise du tourisme
Duttweiler Jacques	Baselland Tourismus	Meldem Martine	Thurgau Tourismus	Storni Roberto	Guida Osterie d'Italia
Eggimann Tobias	Notaire	Meo Nathalie	Ristoratore	Suter Massimo	Gastro Ticino
Emery Jean-Marc	Slow Food	Merlo Luca	Gastro Vaud	Suter Pierrick	Cuisinier chef
Ewald Jürg	Fourchette verte et Service de santé de la jeunesse	Meystre Gilles	Redaktion und Übersetzungen	Tarnowski David	Cuisinier chef
Fabbi Sidonie	Secrétaire Général Swiss Wine	Miller Christina	Journaliste	Tanca Piero	Cuisinier chef
Fabbi Sébastien	Chambre neuchâtoise d'agriculture	Moginier David	Gastronome	Tettamanti Francesco	Direttore operativo Agriloro
Favre Laurent	Journaliste	Monnerat Philippe	Fédération Fourchette Verte Suisse	Thomas Pierre	Journaliste spécialisé
Fazan Daniel	Schweiz Tourismus	Montangero Stéphane	Presidente del CF dell'EIC di Changins/VD	Thüring Georges	Commune de Grellingen
Feier Eveline	Chambre valaisanne d'agriculture	Moresi Gianni	Cuisinier	Tièche Maryline	Diététicienne dipl. ES
Felley Pierre-Yves	Swiss School of Tourism and Hospitality	Morgenthaler Laurent	Journaliste	Tisserand Philippe	Restaurateur
Fetz Gion Martin	Spécialiste viande séchée	Morier-Genoud Patrick	Commerçant	Truffer Alexandre	Journaliste
Fléury Louis	Secrétaire général de la FRC	Mottini Donato	Alimentation et Mouvement	Valpiani Marco	Cinéaste
Flückiger Stefan	Hochschule Angewandte Wissenschaften	Moulin-Roth Catherine	Sommelier e idrosommelier	Violler Benoît	Cuisinier Chef
		Mozzini Elena	Président Gastro St. Gallen	Von Felten Albi	Gastgeber
Forel Olivier	Musicien	Müller-Tschirky Josef	Organisatrice	Vouillamoz José	Spécialiste ADN de la vigne
Frehner Rita	Projektleiterin	Müller Irene	Domaines Ville de Lausanne	Vuillaume Blaise	Epicurien
Freymond Diane	Chef à domicile	Munoz Tania	Chefredaktor	Wagner Véréna	Enseignante et restauratrice
Frôté Claude	Cuisinier chef	Naef Ruedi	Geschäftsführerin Schützenstube	Walz Thierry	Cave Cidis/Üvavins-Cave de la Côte
Fromm Georg	Winzer	Nyffeler Regula	SSAT Bellinzona	Wannaz Gilles	Vigneron
Fuchs Fabian	Cuisinier chef	Orrù Tiziano	Epicurien	Wilhelm Peter	GastroFacts
Gabriel Suzanne	Prométeure vaud	Orsat Auguste	Chargée d'enseignement, diététicienne	Wunderlin Donnik	Slow Food
Gallais Véronique	Marchande de thé	Orsat Evelynne		Wyss Katia	Appenzellerland Regionalmarketing
Galli Novella	Slow Food Genève			Zahno Bertrand	Cuisiniste et Laitche-Potches
				Zbinden Véronique	Journaliste



**JACQUES
DUTTWEILER**
FROMAGES DE QUALITÉ
Présent aux marchés de Lausanne et Vevey

SIÈGE 1410 Thierrens
T. 021 905 68 78
F. 021 905 68 79

Château de Prangins. MUSÉE NATIONAL SUISSE.



Déjeuner sur l'herbe

dimanche
27 septembre 2015
10.00 – 17.00
entrée libre

Musée national suisse | Château de Prangins
Av. Général Guiguer 3 | 1197 Prangins | +41(0)58 469 38 90



La culture passe aussi par le goût

« Apprendre, créer, se dépasser, au menu des ateliers, des saveurs qui raviront toutes les papilles des élèves de la Fondation de Verdeil. »

La cuisine, un bien pour tous!



svrestaurant

SVRestaurant et Culturefood s'associent
à l'occasion de la semaine du goût,
pour la formation du
" bien manger " de notre jeunesse



www.sv-group.ch - www.verdeil.ch - www.culturefood.ch

«Le salon du bon goût»

**SLOW
FOOD
MARKET**



13 – 15 novembre 2015
MESSE ZÜRICH | Halle 9
www.slowfoodmarket.ch
Ve 12h - 21h, Sa | Di 10h - 19h



Promoteur et partenaire :



Presenting sponsor :



Partenaire médias :



unibat

SUISSE GARANTIE Svizzera. Naturalmente.

Giornata della mela

«Quando è la giornata della mela?»

«Il 18 settembre 2015!»

www.swissfruit.ch

plaisirs GASTRONOMIE & VOYAGES

CHRISTINE BÜHLER TOKYO LE MEILLEUR CHOCOLAT... SUISSE OU BELGE? L'ASPERGE... À TOUTES LES SAUCES!

LES SUISSES À TABLE!

LE CHOCOLAT SUISSE... face au chocolat belge

Abonnez-vous!

plaisirs GASTRONOMIE & VOYAGES Fondé en 1956

Abonnez-vous ou offrez un abonnement de 1 an au prix de Fr. 80.- plus Le Guide La Suisse Gourmande

Plaisirs Gastronomie & Voyages
Ch. de la Plage 12 • 2072 Saint-Blaise
Tél. 032 841 72 53
www.plaisirmagazine.ch

Le magazine est très apprécié pour sa qualité gastronomique. Idéal pour une fête, une journée de détente ou tout simplement un moment de plaisir. Les plats de saison, les recettes de nos chefs, les conseils de nos membres, les idées de plats, pour rendre votre repas encore plus savoureux. Que faire? Où aller? À quel moment? Avec qui? C'est ce que nous vous proposons. Il y a une grande différence entre l'Asperge... avec toutes les sauces et la promotion de Suisse qui est à la portée de tous.

Le magazine est très apprécié pour sa qualité gastronomique. Idéal pour une fête, une journée de détente ou tout simplement un moment de plaisir. Les plats de saison, les recettes de nos chefs, les conseils de nos membres, les idées de plats, pour rendre votre repas encore plus savoureux. Que faire? Où aller? À quel moment? Avec qui? C'est ce que nous vous proposons. Il y a une grande différence entre l'Asperge... avec toutes les sauces et la promotion de Suisse qui est à la portée de tous.

Le magazine est très apprécié pour sa qualité gastronomique. Idéal pour une fête, une journée de détente ou tout simplement un moment de plaisir. Les plats de saison, les recettes de nos chefs, les conseils de nos membres, les idées de plats, pour rendre votre repas encore plus savoureux. Que faire? Où aller? À quel moment? Avec qui? C'est ce que nous vous proposons. Il y a une grande différence entre l'Asperge... avec toutes les sauces et la promotion de Suisse qui est à la portée de tous.

Il mio vantaggio sulla salute: complementare

Assicurati in modo sano

www.egk.ch

La EGK è a favore delle pari opportunità per la medicina tradizionale e quella complementare. Vi offriamo consulenze individuali. Contattateci per richiedere un'offerta: EGK-Cassa della salute, Tel. 061 765 51 11

Aarau | Basilea | Bellinzona | Berna | Coira | Laufen | Losanna | Lucerna | Soletta | San Gallo | Zurigo

EGK

Fourchette verte

Il marchio dell'alimentazione equilibrata

il marchio dell'alimentazione equilibrata

Fourchette Verte

Fourchette verte è sostenuta da Promozione Salute Svizzera e dai Cantoni

www.fourchetteverte.ch

I NOSTRI PARTNER:



CON IL SOSTEGNO DEI CANTONI DI:



IMPRESSUM

Giornalisti

Pierre-Emmanuel Buss, Sophie Dorsaz, Flavia Giovannelli, Blaise Guignard, Esther Kern, Manuella Magnin, France Massy, Alessandro Pesce, Stephanie Rebonati, Knut Schwander, Véronique Zbinden.

Grafica

Formaz – Andenmatten, Marika Zisyadis.

Traduzione

Monica Fiorini, Christina Miller, Jean-Pierre Ammon, Régine Buxtorf.

Editore

Fondation pour la Promotion du Goût Avenue Dapples 21/CP 99

1001 Lausanne
Tél. 021 601 58 03

www.gout.ch
contact@gout.ch
presse@gout.ch
sponsoring@gout.ch

Responsabile editoriale

Catherine David

Caporedatrice

Manuella Magnin

Editore

Fédération romande des consommateurs CP 6151, Rue de Genève 17

1002 Lausanne
Tél. 021 331 00 90

frc.ch / info@frc.ch

Responsabile editoriale

Laurence Julliard

Copie

120'000

Stampa

IRL plus SA
Chemin du Closel 5
CH-1020 Renens



Le livre sur/ les quais.



Fondation suisse pour la diversité patrimoniale et génétique liée aux végétaux et aux animaux

SALINE DE BEX
DEPUIS 1554



SEL DES ALPES 

Ai vertici
della purezza

Il gusto delle Alpi.



Dal cuore delle Alpi vodesi ai
vostri piatti: Sel des Alpes conserva la sua
purezza originale. Un prodotto rispettoso
dell'ambiente ed autentico, capace di
esaltare i sapori di tutte le vostre pietanze.

seldesalpes.ch



Partner ufficiale:





Le radici



i mestieri



il carattere

Scegliere una specialità AOP o IGP significa innanzitutto puntare sulla bontà dei sapori. E al tempo stesso promuovere la tradizione artigiana e l'agricoltura sostenibile. Perché i prodotti svizzeri AOP e IGP fanno parte del ricco patrimonio culinario e culturale del nostro Paese.

Svizzera. Naturalmente.



Appellation d'origine protégée / Indication géographique protégée

www.aop-igp.ch



www.facebook.com/aopigp