

GUSTO | SCUOLA DI CUCINA

Alma accetta la sfida

Presentata dalla Fipe la Giornata della Ristorazione

di Chiara De Carli

La forza della cucina italiana nel mondo è una: non esportare ricette ma condividere momenti della giornata. La colazione al bar, il pranzo che si prende il suo tempo, l'aperitivo diventato rito internazionale, la cena come luogo delle relazioni. Sabato prossimo, 16 maggio, la Giornata della Ristorazione proverà a trasformare tutto questo in una grande narrazione collettiva dell'Italia.

A pochi giorni dall'approvazione definitiva del Senato che l'ha istituita come Legge dello Stato, FIPE-Confcommercio ha presentato a Roma il programma della quarta edizione della Giornata della Ristorazione. E Parma, con Alma, sarà tra i protagonisti. La Scuola Internazionale di Cucina Italiana sarà infatti al centro della manifestazione promossa da Fipe-Confcommercio con «La Meridiana del Gusto», un progetto internazionale che punta a trasformare la convivialità italiana in un modello culturale esportabile. «Un binomio inscindibile che fonde l'eccellenza didattica della Scuola e la forza del network Fipe per esportare l'identità italiana» ha sottolineato Alberto Figna Presidente di Alma -. Quattro masterclass trasformano la convivialità Unesco in formazione d'élite per professionisti globali, promuovendo gesti e prodotti in una visione condivisa che ribadisce, con una sola voce, il ruolo internazionale della nostro modo di

fare e insegnare l'ospitalità». I quattro focus saranno sui grandi «tempi» del buon vivere italiano a tavola: colazione, pranzo, aperitivo, cena e ammazzacaffè.

Una declinazione che non è folklore gastronomico, ma tecnica, identità e formazione d'eccellenza. Non è un caso che questa vi-

sione parta proprio da Colorno. Alma, da oltre vent'anni, è uno dei luoghi in cui la cucina italiana smette di essere soltanto tradizione e diventa metodo, studio, reputazione internazionale.

Un campus dove si formano cuochi, professionisti di sala, pastry chef e manager destinati a

portare l'idea più autentica dell'ospitalità italiana nei ristoranti di tutto il mondo. «Il senso delle piazze, i nostri piatti iconici, la tradizione della colazione al bar, la convivialità della tavola, la comunità, l'ospitalità, lo stile di vita, fanno del modello italiano di pubblico esercizio, qualificato e

diffuso, l'espressione più vera del "Sense of Italy" ha dichiarato Lino Enrico Stoppani, Presidente di FIPE-Confcommercio, sottolineando come questo patrimonio rappresenti anche «una infrastruttura immateriale capace di rafforzare il brand Italia, innovare e rigenerare i territori».

I numeri diffusi da FIPE durante la presentazione romana sembrano confermarlo. Il report «The Italian Table Abroad» ha analizzato quasi 1.500 ristoranti italiani in dieci grandi città europee, studiando oltre 115 mila voci di menù. Il risultato è una fotografia potente: Londra e Parigi guidano la classifica dell'autenticità, la Pizza Margherita resta il piatto simbolo, Tiramisù e Spritz completano il podio di un immaginario italiano ormai globale.

Ma il dato forse più interessante è un altro: l'85,9% dei piatti compare in un solo ristorante. Significa che la cucina italiana all'estero non si è trasformata in una catena senz'anima. Continua invece a vivere di differenze, territori, invenzioni, dialetti gastronomici. E dentro questa sfida c'è anche il ruolo di Alma: difendere l'autenticità senza trasformarla in museo. Insegnare che dietro un espresso, una pizza o un aperitivo non ci sono solo ingredienti, ma gesti, ritmo, ospitalità.

In fondo, il vero prodotto italiano che conquista il mondo forse non è un piatto. È l'idea stessa di stare insieme attorno a una tavola.



© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'evento | Alma era presente anche alla Milano Design Week insieme alla prestigiosa rivista

La scuola di cucina di Colorno ha collaborato con Elle Decor

Anche gli chef di Alma sono stati tra i protagonisti della Design Week milanese, confermando una presenza che, per il secondo anno consecutivo, ha saputo animare spazi e contesti sempre diversi della città con una cultura gastronomica capace di farsi progetto. Nella cornice di Palazzo Bovara, per la mostra «Sensory Landscape», si è rinnovata la sinergia tra la Scuola Internazionale e la prestigiosa rivista internazionale Elle Decor, dando vita a un menù firmato dallo chef Federico Vigilante. «Il design ha superato i confini della pura osservazione per trasformarsi in vissuto tangibile, evolvendo oltre i canoni tradizionali di bellezza e utilità - ha spiegato Giacomo Bullo, communications manager di Alma -. L'installazione Sensory Landscape, concepita da Piero Lissoni per Elle Decor Italia con il supporto di



Alma, si è concretizzata in un inedito ristorante immersivo, intrecciando le geometrie degli ambienti e le architetture culinarie in un'unica narrazione, dove progettazione, alta cucina e viticoltura hanno interagito su un piano di assoluta parità, dando vita a un'esperienza multisensoriale completa». Questo itinerario del gu-

sto, esaltato dalla finezza degli champagne Louis Roederer, non è stato quindi un semplice servizio di catering, ma un vero e proprio progetto espositivo. «Abbiamo scelto di attraversare i sensi uno alla volta per costruire un racconto coerente con l'architettura circostante», spiega Vigilante -. Siamo partiti dall'udito,

dove la cialda di riso alla pizzaiola e il fungo alla milanese lavoravano sulla croccantezza come elemento sonoro, quasi percussivo. Volevo che il morso diventasse rumore e presenza, segnando il primo contatto fisico reale tra il visitatore e il percorso». Il viaggio è proseguito con il tatto, con il gesto e la materia messi al centro dell'esperienza culinaria. «La padina con ostrica, yuzu e panna obbligava a entrare in relazione diretta con quello che si stava mangiando attraverso l'uso delle mani, confrontandosi con temperature e consistenze diverse in un piatto semplice solo in apparenza». Con l'olfatto il registro si è fatto più stratificato attraverso la proposta Pasta alla pasta, «un'esplorazione basata su fermentazioni, agrumi e colatura di alici che si costruisce già al naso». La vista è stata invece affrontata «per sottrazione» con il bianco e il ne-

ro: chawanmushi, capasanta, nero di seppia, balsamico e tartufo. «Abbiamo tolto tutto il superfluo, lasciando che la struttura e i contrasti cromatici parlassero da soli», sottolinea lo chef, che ha chiuso la parte guidata con il gusto pieno del capriolo con ribes ed erbe senapate. Il finale è stato affidato alla maestria di Andrea Tortora, componente del comitato d'indirizzo di Alma, che ha saputo tradurre la memoria in un oggetto di design gastronomico. La sua Torta Bella è stata un omaggio alla storica torta delle rose mantovana, immaginata come un ornamento floreale commestibile. Il percorso si è poi aperto al «sesto senso»: una sorpresa finale in cui i commensali hanno potuto scegliere tra topping, granite, spume e gel per «completare» il gelato e creare liberamente l'ultimo passaggio dell'esperienza. Il risultato, a distanza di giorni, resta nitido: in mezzo a tanto design da osservare, Alma ha ricordato che l'eccellenza del saper fare italiano funziona davvero quando diventa esperienza, quando coinvolge e lascia una traccia che non si esaurisce con l'evento.

C.d.C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA