

La rivista del *Bere Bene* di



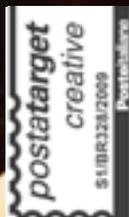
# DRINK *Style*

Bimestrale di informazione sul mondo del beverage

Anno 5 - n°29 - Set/Ott 2011

[www.udial.it](http://www.udial.it)

In caso di mancato recapito inviare al CPO di Brindisi per la restituzione al mittente previo pagamento Resi



**EDITORIALE**  
**VARIETÀ E FLESSIBILITÀ**

**REPORTAGE**  
**FUORI CASA: BILANCI E**  
**PREVISIONI**

**UDIALITO**  
**U.DI.AL. SICILIA E NON SOLO**

**Si** alla vita, **DOLCE**, bella,  
 MERAVIGLIOSA o da strega,  
 tanto sarò sempre  
 come una scatola di cioccolatini.

**Si** A CHI SI LASCIA  
 CON UN BACIO. **si** A TUTTE  
 LE SUPERCATTOLE  
 MA SOLO QUELLE FATTE  
 DAI MIEI AMICI.

**Si** AI ROMANZI CHE DIVENTANO GRANDI FILM,  
 QUELLI ROSA, E ANCHE QUELLI  
 QUELLI NOIR, CRIMINALI.

**si** A QUEI FILM  
 CHE VORRESTI  
 RIVEDERE ALL'INFINITO  
 CON I TUOI AMICI. **si** A CHI VA  
 AL CINEMA DA SOLO  
 E HA IL CORAGGIO  
 DI SCEGLIERE  
 IL FILM CHE GLI PIACE.

**si** A CHI AIUTA IL  
 CINEMA  
 INDIPENDENTE,  
 PERCHÉ DA QUALCUNO  
 DEVE PUR DIPENDERE. **si** A VENEZIA,  
 PERCHÉ  
 TRA TUTTE  
 LE SUE PASSERELLE,  
 CE N'È UNA DEDICATA  
 ALLE STELLE.

**si** a chi ha sete di **GRANDE CINEMA** e di passioni.

**E SI A CHI BEVE NASTRO  
 PER SODDISFARLE  
 FINO IN FONDO**

**NASTRO  
 SAY YES**

SPONSOR UFFICIALE



MOSTRA INTERNAZIONALE  
 D'ARTE CINEMATOGRAFICA  
 la Biennale di Venezia 2011

**O BEVI O GUIDI**  
[www.alcolparliamone.it](http://www.alcolparliamone.it)



a cura di **Giuseppe Rotolo**

## Varietà e flessibilità

E anche l'estate 2011 è andata. Resterà indimenticabile (ma in negativo) per i balletti che hanno mostrato la nostra classe politica, nel bel mezzo del ferragosto, chiamata d'urgenza a fare gli straordinari (poveri loro) per metter mano a una manovra economica che consentisse al Paese di non precipitare nel burrone nel quale, complici speculatori e un debito pubblico record (1900 miliardi di Euro), pareva destinata.

È difficile stabilire se le misure prese possano sul serio risollevare le sorti del Paese, nel frattempo si va avanti alla giornata, senza programmi certi e chiari e soprattutto senza entusiasmo. Se a questo generale grigiore ci aggiungiamo poi, per chi si occupa di beverage e di ristorazione, che l'estate con i suoi chiaroscuri climatici è passata senza grandi picchi di vendite, ecco che il quadro complessivo non è certo dei più rosei.

Un'altra estate di passione quindi che sta lì a confermare agli operatori del settore, grossisti del beverage ed esercenti Horeca che la bella stagione non è, e non sarà, più quella "cassaforte"

nella quale trovare le risorse di un intero anno. Ma questo non deve essere un problema e gli addetti ai lavori devono cominciare a mettere in moto tutta una serie di meccanismi e iniziative atte a far fruttare al meglio anche gli altri momenti dell'anno.

Una delle regole d'oro dell'imprenditoria è infatti quella di diluire il rischio, oltre a ricercare, lì dove possibile, altre fonti di incasso. In altri termini variare e diversificare, insomma, flessibilità. In un mercato fluido e dinamico, chi non è capace di assecondarne tempi e modi è praticamente fuori gioco.

Inoltre varietà e flessibilità sono anche le indispensabili prerogative per fare al meglio "distribuzione".

Valori questi che sono diventati gli elementi portanti delle politiche del consorzio U.DI.AL.

Un gruppo che ha sempre fatto e fa dell'assortimento, del contenuto di servizio, flessibile e tarato sulle esigenze della propria clientela, i punti di forza della sua strategia, indispensabili presupposti, dopo un'estate in grigio e un'Italia che stenta a ripartire, per guardare al futuro con un po' più di fiducia ed entusiasmo.



Anno 5 - Numero 29  
Settembre/Ottobre 2011

Rivista specializzata di:



72021 Francavilla Fontana (Br)  
C.da Carlo Di Noi Inferiore  
Via per Ceglie Km 1  
Tel. 0831.815906 - Fax 0831.811050  
www.udial.it - udial@libero.it

**Direttore Responsabile:**  
Giuseppe Rotolo

**Editore:**



Iscrizione al R.O.C. n°6648  
V.le Aldo Moro, 44 - 70043 Monopoli (BA)  
Tel. 080.9306460 - Fax 080.9373100  
input@inputedizioni.it - www.inputsr.it

**Testi e collaborazioni:**

Marianna Iodice, Angela Svezia,  
Maria Vittoria Petrosillo, Valeria Todisco.

Tutti i diritti di riproduzione di testi e foto, in qualsiasi forma, compresa la messa in rete, sono riservati. Per qualsiasi utilizzo è necessaria un'autorizzazione scritta dell'editore.

Ai sensi dell'Art. 10 della L. 675/1996, le finalità del trattamento dei dati relativi ai destinatari del presente periodico consistono nell'assicurare un'informazione tecnica, professionale e specializzata a soggetti identificati per la loro attività professionale. L'Editore, titolare del trattamento, garantisce ai soggetti interessati i diritti di cui all'Art. 13 della suddetta legge.

Reg. Trib. Bari n°49 del 10/12/2007

La rivista Drink Style è di proprietà del consorzio U.DI.AL. - Consorzio fra distributori indipendenti di bevande. La pubblicazione ha il compito di trasferire e implementare, attraverso l'informazione puntuale, credibile e professionale, il sapere e la cultura del fuoricasa italiano.

La rivista è edita bimestralmente e postalizzata in modo mirato verso i locali altovendenti ho.re.ca. e superhoreca, clienti dei soci del consorzio.



Grand Hotel Rimini

02.14 am



Valdobbiadene Prosecco Rive di Colbertaldo DOCG della linea Maschio dei Cavalieri, è un vino di particolare pregio e raffinatezza, pensato appositamente per il mondo della ristorazione e delle enoteche.



**MASCHIO DEI CAVALIERI**

All'origine della Passione

## Fuori casa: bilanci e previsioni

Passata la stagione calda incalza la consueta domanda d'obbligo: com'è andata l'estate per i pubblici esercizi e di conseguenza per i loro fornitori? Che numeri sono stati registrati in questi mesi che, complici le ferie, nonché l'arrivo di turisti stranieri, sono importanti e strategici per il business di bar, pub, ristoranti, discoteche?

Le aspettative sono sempre molto alte, ma hainoi, i segni della crisi si fanno sentire in modo incisivo. Tuttavia, l'estate ha portato coperti e incassi, il cassetto s'è riempito, ma per le grosse performance di vendite degli anni d'oro bisogna aspettare tempi migliori.

## Pochi vacanzieri in giro?

I dati diffusi dal Ministero del Turismo ad agosto erano molto ottimistici: gli ultimi indicatori sull'andamento del settore segnavano aumenti di arrivi negli esercizi ricettivi, sia di italiani che di stranieri. I dati diffusi dal Ministero, per voce di Michela Vittoria Brambilla, indicavano una ripresa del mercato interno, dato che oltre il 20% dei turisti italiani avrebbe optato per un last minute agostano in territorio nazionale.

Buoni anche i dati dell'Osservatorio nazionale del Turismo, che rileva mensilmente i flussi turistici: ben 19,3 milioni gli italiani (il 38,4% della po-



polazione) avrebbe prenotato una vacanza ad agosto e la maggior parte di questi scegliendo di rimanere in Italia. Sarebbe aumentata anche la loro spesa media: da 817,6 euro spesi nel 2010 a 859,2 previsti per il 2011. Questi buoni dati sul turismo sono confortanti per i pubblici esercizi dato che i turisti non rimangono alloggiati in albergo, ma girano per le città e le spiagge fermandosi a fare break in bar, pizzerie, trattorie e ristoranti.

Fin qui tutto sembra roseo.

Ma Agriturst avverte che non bisogna cantar vittoria troppo presto: i dati diffusi sono solo previsioni, i dati veri saranno i consuntivi. Agriturst fa notare che c'è differenza fra intenzioni, prenotazioni e presenze effettive. Ad esempio, nel 2010 si prevedono 22 milioni 606mila vacanzieri ad agosto, ma il consuntivo deluse: i vacanzieri effettivi furono solo 15 milioni 764mila. Insomma, bisogna aspettare i dati sulle effettive presenze prima di dire che il settore turismo è in ripresa. Inol-

***I numeri registrati in questi mesi sono importanti e strategici per il business?***

*A respirare, in questo periodo poco florido, sono stati soprattutto i locali aperti nelle località di mare e nelle città d'arte, cioè quei locali che si trovano in luoghi ad alta densità turistica.*



tre, fa notare sempre Agriturismo, le percentuali di incremento diffuse sono calcolate su confronti non omogenei, cioè i consuntivi (dati reali) 2010 con le previsioni 2011. Per Agriturismo tutti i "+" diffusi sulla stampa potrebbero non essere confermati.

## Il mondo horeca attrattore turistico

Per ora, aspettando i consuntivi, si può ragionare sulle previsioni. Secondo Fipe le vacanze estive sono state più brevi e anche la spesa dei vacanzieri si sarebbe ridotta, a dispetto delle previsioni diffuse dal ministero.

A respirare, in questo periodo poco florido dove la cappa della contrazione generale dei consumi si abbatte in una certa misura anche sul fuori casa,

sono stati soprattutto i locali aperti nelle località di mare e nelle città d'arte, cioè quei locali che si trovano in luoghi ad alta densità turistica. Sempre Fipe, infatti, conferma che, sempre secondo le previsioni, il 77% dei vacanzieri italiani s'è diviso fra mare e città d'arte. Il mare è sempre in pole position: sette su dieci hanno scelto località balneari.

Sicuramente il cibo rimane al centro delle passioni dei vacanzieri, e questo fa tenere il comparto: in vacanza si dedica più tempo alla tavola fuggendo dai ritmi lavorativi e la gastronomia è uno dei valori più apprezzati dai turisti, si tratti di connazionali o stranieri.

## Le aspettative future

Se finora abbiamo parlato dell'estate che è giunta al termine, è ora di guar-



Milioni di clienti hanno sempre ragione.  
Chi beve Ferrarelle vuole solo Ferrarelle.



Chi beve Ferrarelle ama trovarla anche al ristorante. Chi conosce davvero i clienti lo sa.  
5,4 milioni di famiglie Italiane\* rispondono Ferrarelle alla domanda: liscia, gassata o Ferrarelle?  
perchè la bevono quotidianamente a casa per le sue caratteristiche uniche che la rendono  
ideale per i pasti.

Per informazioni e per essere contattati scrivere a: [info.ferrarelle@ristoranti.it](mailto:info.ferrarelle@ristoranti.it)

**Secondo Coldiretti tra i beni alimentari di largo consumo, l'aumento dell'imposta sul valore aggiunto interessa soprattutto il vino che è consumato dal 53% degli italiani, ma anche sulla birra.**

dare al futuro, di capire quali prospettive ci sono per l'horeca e dunque per i grossisti di bevande che servono i pubblici esercizi.

La prima importante considerazione da fare riguarda l'aumento dell'Iva. Questa imposta definita dagli esperti "una tassa poco democratica" perché essendo imposta sui beni di acquisto è uguale per tutti, a prescindere dal reddito, è aumentata al 21%. Gravare con un'Iva più alta significa per tanti economisti appesantire ancora di più i consumi. Secondo Coldiretti tra i beni alimentari di largo consumo, l'aumento dell'imposta sul valore aggiunto



interessa soprattutto il vino che è consumato dal 53% degli italiani, ma anche sulla birra.

Fipe, che da tempo si batte per un abbassamento dell'Iva sulla ristorazione, dichiara che "nel caso dei pubblici esercizi un aumento dell'Iva avrebbe effetti pesantissimi: per non venire assorbito interamente dalle imprese, il suo costo dovrebbe essere scaricato su listini e menu, con effetti certi sull'inflazione e con conseguente compressione dei consumi in gene-

rale e in particolare dei pubblici esercizi. Tale compressione si rifletterebbe sui canali ristorativi non solo nei confronti di consumi "di evasione/intrattenimento" (cene serali), per loro natura "voluttuari", ma soprattutto su quelli altrettanto rilevanti dei consumi "di necessità" che riguardano ogni giorno milioni di persone.

Per Confcommercio il rischio è che «l'Italia paghi, tutta insieme, un conto davvero troppo pesante. Ogni aumento dell'Iva si va tra l'altro a sommare ai recenti rialzi delle materie prime che a sua volta stanno surriscaldando l'inflazione».

In un mare magnum di notizie poco piacevoli per gli esercenti, arriva una piccola luce, una seconda novità positiva: si tratta della liberalizzazione degli orari di apertura e

chiusura dei pubblici esercizi, una riforma che potrebbe dare impulso al settore, perché permette in teoria ai locali un "non stop" di attività, compreso il giorno di chiusura obbligatorio e le festività.

Più ore e più giorni di lavoro possono significare più incassi. Insomma, la strada è ancora in salita, ma con sforzo e lavoro il settore, che ricordiamo rimane uno dei più forti e solidi nell'economia italiana, riuscirà a concludere l'anno senza lividi.

# BE 4 MIX



## Derby Blue Night Collection

presenta  
**BE4MIX**

Sapore allo stato puro.  
Polpe di frutta adatte a tutte  
le preparazioni: cocktail, granite  
e frappé. Un concentrato  
di sapore dalla grande resa,  
capace di legarsi in modo  
perfetto ad ogni ingrediente.  
Un formato maneggevole  
dal design ergonomico  
e dotato di un praticissimo  
teppo dosatore.  
La bottiglia 750 ml  
è perfetta per il flair!  
Derby Blue BE4MIX trasforma  
una semplice preparazione  
in un momento acrobatico  
affascinante e ricco di bontà.

### Derby Blue BE4MIX

Bottiglia da 0,75 litri

Fragola, Cocco, Sweet & Sour,  
Cranberry, Zucchero di Canna,  
Granatina, Passion Fruit, Kiwi.

DIETRO  
AL BANCONE  
NON TEMO  
NULLA  
PERCHÈ SERVO  
LA QUALITÀ

Marco Cognigni  
Flair Bartender AIBES  
Firenze

**Derby**  
blue

UNCONVENTIONAL FRUIT

[www.derbyblue.it](http://www.derbyblue.it)





Nella foto un incontro di lavoro nella sede U.DI.AL. in Sicilia, da sinistra: **Francesco Giambro-ne** responsabile territoriale U.DI.AL., **Lorenzo Libè** Direttore Generale della Tomarchio, azienda leader in Sicilia per le bevande gassate, il General Manager U.DI.AL. **Luigi Cetrangolo** e **Francesco Nicotra** Area Manager Tomarchio.

## U.DI.AL., Sicilia e non solo

Continuano sempre con grande determinazione e chiarezza di idee i programmi di sviluppo del consorzio U. DI.AL.

Già nel numero scorso di Drink Style abbiamo dato notizia dell'apertura di una sede distaccata del consorzio in Sicilia, in Via G. Pascoli 16 a Capaci - Palermo, tel. 091/8674057.

La sede è oramai del tutto operativa e dispone di personale qualificato ed è diretta da **Francesco Giambro-ne** responsabile in Sicilia per il consorzio. Si sono già svolti diversi incontri con i soci siciliani e soprattutto con le aziende del beverage, sempre molto interessate al mercato siciliano. Un mercato che U.DI.AL., con i suoi soci sempre più numerosi e in costante aumento e soprattutto qualificati, rappresenta molto bene.

«Ma nei nostri obiettivi di crescita - precisa **Luigi Cetrangolo** General Manager U.DI.AL. - non c'è solo la Sici-

lia, alla quale comunque dedichiamo particolare attenzione, dimostrata dall'apertura della nostra prima sede distaccata, la prima a livello consortile, che rappresenta per noi un impegno giustificato dall'importanza del mercato siciliano e dalle sue potenzialità. Grazie alle sue politiche e strategie il consorzio U.DI.AL. negli ultimi anni è visto con sempre maggior interesse da parte degli operatori del settore, anche per questo puntiamo ad implementare la nostra presenza in tutta l'area Nielsen 4 (centro-sud) per offrire ai distributori che operano in questo mercato risposte convincenti e vincenti in funzione delle loro esigenze. Esigenze che sono sempre più stringenti, considerando il momento di criticità che attraverso il mercato. Siamo già al lavoro peraltro - conclude **Cetrangolo** - per tracciare le linee guida per il 2012, giochiamo d'anticipo, come sempre, per offrire in modo puntuale e professionale i migliori servizi ai nostri soci e alle industrie partner».

*La sede siciliana è oramai del tutto operativa e ha visto già diversi incontri con i soci siciliani e soprattutto con le aziende del beverage sempre molto interessate al mercato siciliano.*

## Verso Dubai

Tutto ormai è pronto per la convention U.DI.AL. 2011. L'esclusiva crociera nel Golfo Persico/Emirati Arabi, che avrà luogo dal 5 al 13 novembre, ha destato interesse ed unanimi consensi: è prevista infatti una partecipazione da record che potrebbe arrivare fino alle 300 presenze.

A bordo della MSC Lirica saranno visitate le località più esotiche, affascinanti e allo stesso tempo moderne. Prima tappa Abu Dhabi e da qui l'imbarco sulla MSC Lirica alla volta di Muscat, mistica città con il suo tradizionale mercato e la sua immensa Moschea. Seguiranno gli scali a Al Fujayrah e Bahrain, per giungere poi al 5° giorno a Dubai.

La crociera avrà poi termine ad Abu Dhabi da dove si rientrerà in Italia.

## Le escursioni

Di grande interesse le escursioni previste di cui vi diamo un piccolo anticipo.

Nella prima il gruppo visiterà il pittoresco Khasab Fort, edificato dai portoghesi nel XVII secolo e costruito in legno di teak indiano, mentre per il tetto sono stati utilizzati diversi tipi di foglie di palma e argilla. L'edificio che oggi si ammira è il frutto di un lungo e intenso lavoro di ristrutturazione condotto negli ultimi decenni del secolo scorso. Il forte si trova in una posizione panoramica da dove si aprono splendidi panorami dei quali scattare bellissime fotografie. Lasciato il mastio, il gruppo proseguirà per circa un'ora lungo la strada costiera fino a



Bukha, al confine con l'emirato di Ras al Khaima da dove ammirare un panorama assolutamente unico e molto suggestivo.

Poi sarà la volta di Dubai City, il tour alla scoperta di Dubai avrà inizio con una sosta fotografica presso l'edificio emblema della moderna Dubai, il Burj al Arab, l'unico hotel a sette stelle del mondo. Proseguirà con una visita a Palm Jumeirah, uno straordinario arcipelago di isole artificiali a forma di palma, e all'imponente Atlantis Hotel con una vista mozzafiato.

La sosta successiva sarà presso la splendida Dubai Marina, progettata per essere la più grande marina artificiale del mondo, da dove proseguire verso i quartieri più rinomati di Dubai come il Jumeirah Beach Residence, l'Emirates Hills e il The Springs. E poi Al Bahar, dove visitare il bazar. In un'atmosfera eclettica e variopinta, il souk ospita oltre 100 negozi. Il Souk Al Bahar, che significa letteralmente "il mercato del marinaio", prende il nome dall'architettura tipica del souk con corridoi in pietra, alte arcate e luce soffusa, oltre che dalla sua ubicazione davvero peculiare su un'isola nel Burj Lake.

Immane la cena di gala che sarà vissuta, la sera del venerdì a Dubai in uno dei più lussuosi hotel in un'atmosfera da mille e una notte.

***Tutto è pronto  
per la  
convention  
U.DI.AL. 2011.  
L'esclusiva  
crociera nel  
Golfo Persico/  
Emirati Arabi  
che avrà luogo  
dal 5 al 13  
novembre ha  
destato interesse  
ed unanimi  
consensi.***



***Oggi in Italia  
vino e birra nel  
fuori casa si  
contendono lo  
scettro di  
bevanda con cui  
pasteggiare.  
Nel 2011  
secondo  
Assobirra i  
neoconsumatori  
di birra sono ben  
7 milioni.***

## **Birra e Ristorazione**

### ***Qualificare l'offerta con la carta delle birre***

Sta prendendo piede anche nei ristoranti italiani la carta delle birre al fianco della carta dei vini, fenomeno che cresce con l'aumentare dei birrofilo: oggi in Italia vino e birra nel fuori casa si contendono lo scettro di bevanda con cui pasteggiare, e nel 2011 secondo Assobirra i neoconsumatori di birra sono ben 7 milioni.

Per questo motivo la carta della birra nel ristorante è uno strumento che soddisfa il consumatore più attento ad esplorare nuovi abbinamenti e qualifica quindi l'offerta.

A consigliare l'abbinamento giusto fra una birra e un piatto è sempre il sommelier che, profondo conoscitore degli stili e delle singole etichette, può proporre accostamenti che esaltino sia le sfumature aromatiche della birra che il gusto delle varie portate.

Come per i vini, le birre sono molto diverse tra loro, le caratteristiche organolettiche sono spesso rese più complesse dagli ingredienti aromatici (erbe, frutta etc) che ogni birrifico può aggiungere in fase di lavorazione.

Una carta delle birre può arrivare a contare anche 400 etichette, una vasta gamma in cui il cliente può perdersi un po' per l'eterogeneità delle tipologie di birra, un po' perché ancora il consumatore italiano non ha una solida cultura, non essendo l'Italia una nazione storicamente votata alla produzione e al consumo di birra.

### ***Birra tutto il giorno***

La birra può prestarsi ad accompagnare i diversi momenti della giornata, dall'aperitivo precedente al pranzo fino alla cena o al dopo cena. Per l'aperitivo mattutino è consigliabile una birra leggera di bassa gradazione, come una Pils. A pranzo la scelta varia in base alla portata. Per un arrosto di carne si può proporre una trappista, dal sapore più robusto e dalla gradazione alcolica più consistente. Oltre alle celeberrime birre belghe, austriache, tedesche o britanniche, una carta delle birre che si rispetti non può non considerare anche le produzioni italiane, sia a livello industriale che artigianale, dato che, pur essendo l'Italia la nazione del vino è vero che nel nostro territorio si sono diffuse realtà birrarie molto valide e apprezzabili.



## DM FLEX 20

GUSTO E INNOVAZIONE IN PERFETTA ARMONIA  
=  
FRESCHEZZA INALTERATA DAL BIRRIFICIO AL BICCHIERE

### DRAUGHTMASTER™ FLEX 20

È L'INNOVATIVO SISTEMA DI SPILLATURA, CHE ASSICURA ALLA BIRRA ALLA SPINA UNA FRESCHEZZA E UNA QUALITÀ INALTERATE DAL PRIMO ALL'ULTIMO BICCHIERE, SENZA CO<sub>2</sub> AGGIUNTA



#### QUALITÀ SUPERIORE

- PRODOTTO 100% NATURALE SENZA CO<sub>2</sub> AGGIUNTA
- BIRRA FRESCA COME APPENA PRODOTTA
- SCHIUMA PERFETTA E COMPATTA



#### FACILITÀ DI GESTIONE

- FUSTO USA E GETTA, PRATICO E LEGGERO
- FUSTO IN PET RICICLABILE
- SOSTITUZIONE DEI FUSTI SEMPLICE E RAPIDA
- MASSIMA IGIENE: FUSTO E CAPILLARE MONOUSO
- PUNTO DI SPILLATURA MOBILE
- NESSUN RISCHIO DI RESTARE SENZA CO<sub>2</sub>



#### VANTAGGI ECONOMICI

- GUSTO INALTERATO PER ALMENO 31 GIORNI
- NESSUNO SPRECO DI BIRRA PER PRODOTTO AVARIATO/VECCHIO
- NESSUNA NECESSITÀ DI LAVAGGIO IMPIANTO
- NESSUNA CAUZIONE SU FUSTI
- NESSUN ACQUISTO DI BOMBOLE DI CO<sub>2</sub>



#### + IMPATTO AMBIENTALE

LO SAPEVI CHE SE CARLSBERG ITALIA SOSTITUISSE TUTTI I SUOI FUSTI IN ACCIAIO TRADIZIONALI CON IL NUOVO SISTEMA DI SPILLATURA AVREMMO UN RISPARMIO DI CO<sub>2</sub> EQUIVALENTE A CIRCA 250.000 NUOVI ALBERI?

	CO <sub>2</sub> (kg)	Acciaio	PET
FUSTI IN ACCIAIO	100	-31%	-21%
BOTTIGLIE IN VETRO	100	-45%	-38%

Fonte: Carbon Footprint 2010

www.environdata.com

# TUBORG

La vivacità,  
l'equilibrio  
e il gusto.

Tuborg è una birra a bassa fermentazione, appartenente al segmento Lager. Si caratterizza per la sua purezza e bevibilità. Le note di cereale ed il suo gusto secco, determinato anche da un amaro ridotto ma presente durante l'intero assaggio, la rendono particolarmente dissolante. Queste caratteristiche la rendono ideale con pizza e saponi della cucina mediterranea.

ALC. 5,0% VOL



**ORIGINALE AI 4 LUPPOLI**  
È UNA LAGER A BASSA FERMENTAZIONE CHE SI DISTINGUE PER UNA SPOCCATA ARMONICA AL GUSTO CON NOTE AROMATICHE FRUTTATE CHE NE ADDOLCISCONO L'AMARO MODERATO. LA BICCHETTA AI 4 LUPPOLI È IDEALE CON PIATTI DAL GUSTO ROTONDO, MOBBITO E FORMAGGI DI ENOVA STAGIONATURA.

ALC. 5,5% VOL

# 4 LUPPOLI

### TUBORG DRAUGHTMASTER™ FLEX 20

si adatta a diversi tipi di locali:

**BAR DIURNO:** Bar - Caffetterie - Paninoteche - Pizzerie

**RISTORAZIONE:** Ristoranti - Mense - Catering

**INTRATTENIMENTO - VIAGGI:** Hotel - Cinema

BIRRIFICIO ANGELO PIRETTI  
E PARTNER DI



**ALMA**  
La Servizio Professionale  
di Cucina Italiana

### BIRRIFICIO ANGELO PIRETTI

### DRAUGHTMASTER™ FLEX 20

È LA SOLUZIONE IDEALE PER:

- RISTORAZIONE DI QUALITÀ
- TRATTORIE
- CATERING/BANQUETING PER CERIMONIE
- AGRITURISMI

NOVITA'

SAN BENEDETTO

batti  
il ritmo  
della vita!

# AQUAVITAMIN

LA BIBITA ANALCOLICA CON VITAMINE  
IN ACQUA MINERALE SAN BENEDETTO

AQUAVITAMIN 100% GOOD

GUSTO  
LIMONE

Un aiuto per mantenere  
in forma le tue difese.

AQUAVITAMIN READY TO GO

GUSTO  
ARANCIA

Una piacevole pausa  
rinfrescante per  
ritrovare il tuo sprint.

AQUAVITAMIN BEAUTY 24

GUSTO  
FRUTTI ROSSI

Un alleato per la tua  
idratazione e tonicità.

AQUAVITAMIN GENIUS

GUSTO  
KIWI-MELA  
MELAGRANO

Con te per ritrovare  
energia e vitalità.



frutta e vitamine

Bibita ad alto  
contenuto  
di vitamina C.

+ altre  
vitamine  
25% FDR\*  
e sostanze  
nutritive.

+ tutto  
il gusto  
della frutta.

\*azione giornaliera  
naturalizzata

Senza  
conservanti

fredda  
è più  
buona!

Pratica, piacevole, trendy, nel formato 0,5 L

La novità in grado di creare  
un nuovo segmento nel  
mercato beverage in Italia

Pensata per soddisfare le  
nuove tendenze di un mercato  
in continua evoluzione

Un piccolo "alleato" contro  
la vita frenetica di tutti i giorni.

Scopri di più su [www.sanbenedetto.it](http://www.sanbenedetto.it)

### **Qualche proposta di abbinamento**

Per un antipasto di pesce si può optare per una Blanche o una Lager leggera, mentre il gusto leggermente amarognolo delle Pils può bene accostarsi con i piatti a base di verdure crude e croccanti.

Passando ai primi piatti di pasta, la scelta diventa più complessa perché la gamma di sapori del condimento è maggiormente articolata.

Si può provare una Weizen un po' fruttata con le tagliatelle al ragù bolognese, una delicata Blanche con il risotto al limone, le Lager dal gusto leggero con primi piatti conditi con verdure. Il pesto alla genovese può essere pasteggiato con l'amarognola Pils Le Ale sfidano invece il carattere deciso di piatti come il risotto alla milanese.

Le zuppe di legumi si sposano bene con le birre d'Abbazia le quali ben si prestano anche agli accostamenti con i formaggi saporiti.

Più semplice l'accostamento birra-carne, dato che si può, in questo caso, affidarsi alla tradizione nord europea: le Weizen si possono bere bene insieme alle carni di maiale, per le carni bianche sono consigliabili le Lager. Le Pils non disdegnano pollo o tacchino, magari se condito in modo ricco. Uno spiedino di carne mista alla brace troverà come perfetta birra una Bock maltata.

### **Birra e gastronomia italiana**

A concretizzare l'unione tra birra e gastronomia è la prima edizione del Premio Birra Moretti Grand Cru, concorso nazionale rivolto ai giovani Chef e Sous Chef italiani under 35 "con la

passione della birra in cucina". Il concorso è promosso da Birra Moretti in collaborazione con Identità Golose e chiede ai partecipanti di sbizzarrirsi nell'inventare ricette da "innaffiare" di birra.

A valutare le loro prove c'è una giuria composta da 8 chef pluristellati (Massimo Bottura, Andrea Berton, Cristina Bowerman, Gennaro Esposito, Davide Oldani, Claudio Sadler, Davide Scabin, Emanuele Scarello), da un sommelier di fama mondiale (Marco Reitano) oltre che da **Alfredo Prato-longo** per Birra Moretti e da **Paolo Marchi**, il noto giornalista eno-gastro-nomico nonché patron di Identità Golose.

Il concorso è l'ultima idea nata in un percorso iniziato cinque anni fa, percorso attraverso il quale Birra Moretti vuole promuovere in Italia una nuova cultura della birra, ideale come bevanda durante il pasto e ideale ingrediente per realizzare nuove ricette.



## L'Aglianico del Vulture DOC protagonista di Cantina di Venosa

**Cantina di Venosa**, azienda vocata alla produzione di vino di valore, nasce nel 1957 ed oggi, con i suoi 900 ettari di vigneti, è una florida realtà. Per questo 2011, Cantina di Venosa sta collaborando con il consorzio U. DI.AL. per offrire ai soci del consorzio la concreta possibilità di arricchire la loro offerta con vini di pregio e interesse, su tutti l'**Aglianico del Vulture DOC** che Cantina di Venosa produce in modo eccellente grazie alla sua storia e alla collocazione geografica. Il paese di Venosa, infatti, famoso per aver dato i natali ad **Orazio** e al principe **Carlo Gesualdo da Venosa**, sin dall'epoca romana è stato un centro importante nella produzione di vini.

### I prodotti

Cantina di Venosa produce vini da uve selezionate coltivate e vendemmiate con la cura che solo la grande esperienza di un'azienda radicata sul territorio sa dare, inoltre ogni vino è imbottigliato in bottiglie dal design di grande impatto.

La gamma di prodotti per il canale

ho.re.ca. conta bottiglie inconfondibili come quelle della linea **Carato Venusto** che propone le migliori annate dell'**Aglianico del Vulture DOC**. Rinomate anche le altre linee, come Il **Madrigale di Gesualdo**, un **Aglianico del Vulture DOC** affinato in botti di rovere per 9 mesi; **D'Avalons di Gesualdo**, un **Basilicata I.G.T. Bianco** ottenuto dalla pressatura immediate di uve malvasia; **Terre di Orazio**, un

**Aglianico del Vulture DOC** ottenuto da vecchi vigneti in agro di Venosa e un **Basilicata I.G.T. rosato** ottenuto da uve aglianico dopo breve macerazione e un **Dry Muscat Basilicata I.G.T.**, affascinante vino da medita-

zione con un buffet aromatico intenso e coinvolgente; **Vignali**, un **Aglianico del Vulture DOC** con uvaggi provenienti da vigneti ubicati in altura (500 mt circa di altitudine) e un **Basilicata I.G.T Rosso**, dal gusto fresco e immediato.

**Cantina di Venosa S.c. ar.l.**

**Via Appia - C.da Vignali, Venosa (PZ)**

**Tel. +39 0972 36702**

**Fax +39 0972 35891**

**info@cantinadivenosa.it**



CANTINA DI VENOSA



"NUNC VINO PELLITE CURAS"

(ORA CACCIATE COL VINO GLI AFFANNI)

ORAZIO. ODI. I.7.31



CANTINA DI VENOSA

C.da Vignali, Via Appia  
85029 Venosa (Basilicata)  
Telefono e fax 0972 36702  
[www.cantinadivenosa.it](http://www.cantinadivenosa.it)

# BIANCHI

*Distillatori in Sicilia  
dal 1950*

**Giuseppe Bianchi Distillati srl: amore per la grappa di qualità**

## L'azienda

**Giuseppe e Claudio Bianchi** portano avanti con successo e sviluppo la società che fu di Leone Bianchi, grossista di vini che trasferitosi negli anni '50 dalla Toscana in Sicilia, a Marsala, iniziò ad occuparsi della vendita di vini e della produzione e commercializzazione di distillati, brandy e grappe. Giuseppe Bianchi Distillati srl è una delle anime nate in seno all'azienda ed oggi è curata da Claudio Bianchi con un grande spirito di innovazione. Le tecnologie sempre più efficienti (come la tecnologia grappa system) permettono oggi all'azienda di creare prodotti che conservano il meglio dell'aroma durante la fase di distillazione.

## I prodotti

Le linee di grappe e distillati esprimono già dal packaging e dal nome il fascino di questo mondo fatto di profumi, aromi, lavorazioni attente, cura e passione. Le Grappe Bianchi Arte sono, ad esempio, tre pregevoli grappe (La **Grappa Marsala Classico**, la **Grappa Moscato Pasito di Pantelleria** e la **Grappa Cerasuolo di Vittoria**) provenienti da

zone a denominazione d'origine, terre storiche della Sicilia.

Ci sono poi, nella loro bottiglia affusolata ed elegante, le grappe monoviti-gno, il cui profumo deriva dal profumo tipico di ogni vitigno. Superbe le grappe di Zibibbo e Nero d'Avola. Per gusti più giovani c'è la linea Grappa di Sicilia, distillati provenienti dalla macerazione di vinacce bianche come Grillo e Inzolia, tipiche del territorio, prodotta sia Bianca che Barrique affinata 6 mesi in rovere sloveno della preziosa linea Distilli Selected che propone 3 grappe monovarietali Zibibbo, Nero d'Avola, Sirah.

I prodotti Bianchi sono frutto della terra di Sicilia, calda, forte, fertile: ogni goccia contiene tutto il profumo delle uve di questa terra unica.

## I premi

La qualità Bianchi è stata premiata in diverse occasioni: **Brandy Leone** premio **Best Gold** al concorso **Acquaviti d'oro** sia nel 2010, sia nel 2011; **Grappa di Nero d'Avola** Anno 2009 medaglia di argento al concorso **Acquaviti d'oro**; nel 2009 **Grappa di Marsala Classico**, medaglia d'argento al concorso **World Spirits Award by Wolfrang Ortener** tenutosi a Klagerfurt; anno 2009 3 stelle al concorso **Premium Selected Spirits International**; anno 2010 premio **Alambicco d'oro** al **28° Concorso Nazionale delle grappe** tenutosi ad Asti con il patrocinio dell'A.N.A.G. associazione nazionale assaggiatori grappe;

**Bianchi distillatori dal 1950**  
Via Filippo Noto 2 - 91025 Marsala (Tp)  
[www.distilleriabianchi.it](http://www.distilleriabianchi.it)



# BIANCHI

Distillatori in Sicilia  
dal 1950

LEONE BIANCHI

leone bianchi, giuseppe bianchi, claudio bianchi



## PASSIONI di VITE

Arte  
LA PRIMA GRAPPA  
DI MARSALA



*I distillati hanno radici profonde che affondano in cinque secoli di storia italiana, ed il loro fascino antico è ancora vivo nelle abitudini alimentari e negli stili di vita odierni.*

*La tradizione, ossia le conoscenze e le esperienze che si tramandano di generazione in generazione, portando con sé i prodotti della terra e dell'ingegno dell'uomo, è, e rimane, un valore reale ed insostituibile anche per la civiltà contemporanea e per la produzione dei distillati.*

*Ciò che viene richiesto alle nuove generazioni è di preservare la forza di tale patrimonio culturale, rendendolo allo stesso tempo compatibile con le nuove tecnologie e le recenti esperienze.*

*Con questo spirito attento alla cultura ed alle tradizioni, di generazione in generazione la distilleria della famiglia Bianchi, tra le più antiche e rinomate in Italia, ha saputo affermare i propri valori.*

### le Selezioni

#### BIANCHI ARTE

- Grappa di Marsala Classico
- Grappa di Cerasuolo di Vittoria
- Grappa di Moscato Passito di Pantelleria

### i Monovarietali

#### DISTILLI - Selected

- Grappa di Nero d'Avola
- Grappa di Syrah
- Grappa di Zibibbo

### Cuvée

#### GRAPPA DI SICILIA

- Barrique
- Bianca
- Vinacce Bianche di Sicilia

LEONE  
BIANCHI  
Distillatori in Sicilia

CERTIFICATO  
MIRABELLA  
1927

UNILIBRO  
REGISTRA

VIRTUS

BIANCHI

[www.distilleriabianchi.it](http://www.distilleriabianchi.it)

showroom  
via Lungomare Mediterraneo 31  
91025 Marsala (TP)  
info e prenotazioni: 0923.95.12.88  
[info@distilleriabianchi.it](mailto:info@distilleriabianchi.it)

Rubrica di informazione giuridico finanziaria a cura dello STUDIO GIORDANO

### **Novità sul “regime dei minimi” per le nuove imprese**

Al fine di favorire la costituzione di nuove imprese ed in particolare da parte di giovani o di coloro che perdono il posto di lavoro, è confermata l'introduzione di un nuovo regime delle “nuove iniziative” che prende spunto dagli attuali regimi delle nuove iniziative di cui all'art. 13, Legge n. 388/2000 e dei minimi di cui all'art. 1, commi da 96 a 117, Legge n. 244/2007.

Dal 2012 l'attuale regime dei minimi è applicabile, per il periodo d'imposta di inizio dell'attività e per i 4 successivi, esclusivamente alle persone fisiche che:

1. intraprendono un'attività d'impresa o di lavoro autonomo;
2. l'hanno intrapresa dal 2008.

In sede di conversione in legge è stata aggiunta la previsione che il nuovo regime in esame è applicabile anche oltre il 4° periodo d'imposta successivo a quello di inizio dell'attività, fino al compimento del 35° anno di età.

Il nuovo regime è applicabile alle seguenti condizioni:

- a) il contribuente non abbia esercitato, nei 3 anni precedenti, attività artistica, professionale o d'impresa, anche in forma associata o familia-

re;

- b) l'attività da esercitare non costituisca, in nessun modo, mera prosecuzione di altra attività precedentemente svolta sotto forma di lavoro dipendente o autonomo, escluso il caso in cui tale attività costituisca un periodo di pratica obbligatoria ai fini dell'esercizio dell'arte / professione;

- c) qualora l'attività sia il proseguimento di un'impresa esercitata da un altro soggetto, l'ammontare dei ricavi del periodo d'imposta precedente non sia superiore a Euro 30.000.

L'imposta sostitutiva dell'IRPEF e relative addizionali dovuta sul reddito conseguito da tali soggetti è pari al 5%.

Ai soggetti che, pur avendo i requisiti per aderire al regime dei minimi, non possono accedervi sulla base delle nuove condizioni sopra descritte ovvero ne fuoriescono (es. apertura partita IVA prima del 2008), il Legislatore riserva comunque un regime contabile semplificato definito degli EX-MINIMI per il quale i vantaggi vengono drasticamente ridotti rispetto ad oggi. Per loro restano l'esonero dall'IRAP, dall'obbligo di registrazione e di tenuta delle scritture contabili sia ai fini IVA che II.DD., nonché dalle liquidazioni e dai versamenti periodici IVA.

**Pubblicità comparativa tra alcune delle migliori acque minerali italiane.**

**Il progetto Sant'Anna Bio Bottle nasce con lo stesso principio con cui è nata Sant'Anna: l'attenzione alla qualità della vita e al benessere delle persone. Per questo Sant'Anna ha scelto una bottiglia che non contiene petrolio: non solo per rispettare l'ambiente, ma per il benessere di tutti, a partire dal tuo bambino.**

Sant'Anna Bio Bottle nasce dai vegetali, non dal petrolio: così riduce i gas serra e abbatte l'emissione di CO<sub>2</sub> nell'ambiente. Prima al mondo nel formato da 1,5 litri e unica in Italia, Sant'Anna Bio Bottle è biodegradabile in soli 80 giorni e può essere conferita nella raccolta differenziata dell'organico\*. **Sant'Anna Bio Bottle. Sostiene la salute di tutti, compresa la natura.**



Marca	Volume (litri) negli negli	Costo medio (centesimi)	Emis. CO <sub>2</sub> (g/l)	Emis. CO <sub>2</sub> (g/l)	Emis. CO <sub>2</sub> (g/l)	Biodegradabile
<b>Sant'Anna Bio Bottle</b>	<b>22,3</b>	<b>1,9</b>	<b>1660</b>	<b>0,6</b>	<b>1,0</b>	<b>Si</b>
Levissima	80,5	1,9	N.D.**	5,9	1,6	No
Vera	160	2	N.D.	N.D.	3,7	No
Bocchetta	177,8	4,61	536	N.D.	1,29	No
San Benedetto	272	5,9	15	N.D.	6,5	Si
Vitasnella	394	3	220	N.D.	1	No
Lilla	389	N.D.	105	N.D.	6,8	No
Uliveto	752	74,4	12	N.D.	6,9	No
San Pellegrino	948	33,6	370	N.D.	2,9	No
Ferzanillo	1296	50	111	N.D.	5	No

Fonte: dati forniti dal produttore sull'etichetta e desunti da "Acque Minerali Biotte e Soda 2007/2008" Beverfood Edizioni s.r.l. N.D.: dati non dichiarati. \*Biodegradabile in 80 giorni negli appositi siti di compostaggio industriale. Levissima N.D. \*\*Miscela di diverse sorgenti ricomprese tra 1.150 e 1.850 metri s.l.m. - Procedimento di rinnovo della concessione pubblicato sul G.U.R. Lombardia del 25.3.2005 e Rapporto sullo stato dell'ambiente - Provincia di Sondrio, Anno 2003, ARPA Lombardia, p. 47. \*\*\*I tappi della Sant'Anna Bio Bottle sono in PE e devono essere conferiti nella raccolta differenziata della plastica. \*L'abbandono al suolo è da preferire, nei casi ove ciò non sia possibile, questa acqua minerale è indicata per la preparazione degli alimenti dei neonati.



[www.santanna.it](http://www.santanna.it)

facebook.com/santannabiobottle

## Nerea raddoppia l'impianto d'imbottigliamento



*Nasce in Sicilia il cioccolato che promette di accontentare gusto e salute con la speciale ricetta "light" solo due ingredienti (pasta di cacao e zucchero) più aromi di vaniglia o cannella.*

L'azienda Nerea raddoppia l'impianto d'imbottigliamento, entrato a regime durante l'estate. Grazie a questa nuova linea, la produzione di Nerea vedrà un notevole incremento, passando da 13.000 bt/ora a circa 43.000 bt/ora. Oltre all'aumento di produttività il nuovo impianto migliorerà la qualità degli imballaggi (bottiglia, fardello e palettizzazione del bancale). Nerea può vantarsi di essere la prima azienda d'acqua minerale ad aver adottato una soluzione per la manigliatrice delle confezioni con sistema termoretraibile nel forno. Questa tecnica permette alla maniglia di essere applicata insieme al termoretraibile del fardello contemporaneamente; in questo modo l'imballo risulta

più saldo, resistente e sicuro. Altra novità consiste nella nuova soffiatrice, capace di distribuire al meglio la quantità di PET sull'intera bottiglia rendendola più solida a parità di grammatura. Per quanto concerne la palettizzazione, grazie al sistema dell'applicazione di un cordino, il bancale risulterà più stabile. Questi miglioramenti garantiranno maggiore qualità al prodotto ed un servizio superiore per il cliente.

## Il cioccolato "light" di Modica

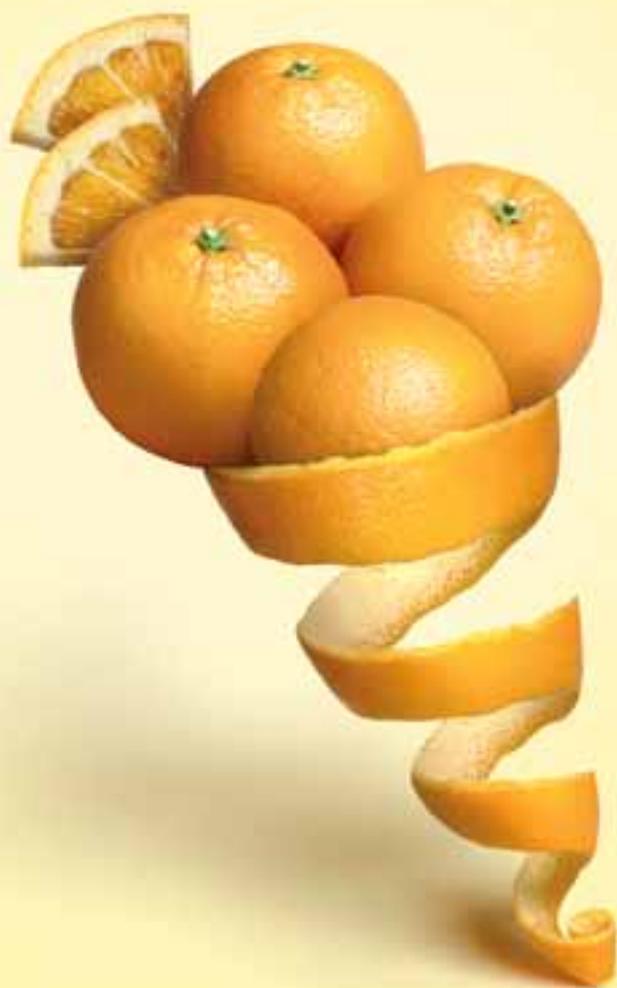
Nasce in Sicilia il cioccolato che promette di accontentare gusto e salute: lo presenta a "Chocobarocco" (28 ottobre - 1 novembre) il Consorzio di tutela del cioccolato artigianale di Modica che ha inserito nella speciale ricetta "light" solo due ingredienti (pasta di cacao e zucchero) più aromi di vaniglia o cannella.

Questo cioccolato d'altissima qualità farà bene alla gola, allo spirito e al corpo perché segue le linee guida della cardiologia internazionale che, al recente congresso europeo di Parigi, ha confermato lo studio pubblicato dal British medical Journal: il cioccolato è un toccasana perché riduce di



# DOLCE DI NATURA.

**NUOVO SANTÀL  
100% ARANCIA A BASSA ACIDITÀ.  
IL PRIMO E L'UNICO.**



- Nasce da un'accurata selezione delle arance naturalmente più dolci e mature.
- 40% meno acido delle normali spremute e succhi d'arancia.
- Senza zucchero aggiunto e naturalmente ricco di vitamina C.
- Esclusiva innovazione, unica nel mercato.

Santal ha selezionato per te le migliori arance bianche, capaci di garantirti il 40% in meno di acidità, offrendoti un gusto dolce per natura. Puro succo d'arancia ricco di vitamina C, senza zuccheri e ingredienti aggiunti, ideale per tutti i tuoi clienti.

N° VERDE 800-848020 dalle ore 10 alle 13,30

**Santal**

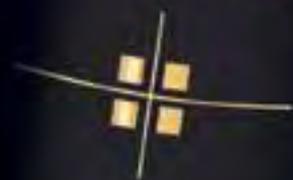
POTERE ALLA FRUTTA.

[WWW.SANTAL.IT](http://WWW.SANTAL.IT)

# RIGHI

IL PIACERE DEL BERE FRIZZANTE!

QUATTRO VILLE



PIGNOLETTO  
VINO SPUMANTE  
BRUT

RIGHI

QUATTRO VILLE



LAMBRUSCO  
SORBARA  
DOC  
SECCO

RIGHI

un terzo il rischio di malattie cardiache. L'unico problema è l'apporto calorico. Ma con il cioccolato di Modica quest'aspetto è stato risolto perché non usa grassi. Come spiega Antonino Scivoletto direttore del Consorzio «i flavonoidi per il loro forte potere antiossidante, l'epicatechina e i suoi metaboliti, che fanno da scudo alle cellule cerebrali proteggendole direttamente dal danno dei radicali liberi, fanno del cioccolato a freddo modicano un ottimo cardioprotettivo, riducendo (...) sia gli attacchi cardiaci che il pericolo di ictus».

## Pixie Dust, concentrato di salute

Gli States tentano la svolta salutistica nella dieta nazionale e propongono una novità in fatto di drink: è Pixie Dust, bevanda dedicata ai più giovani che si posiziona in aperto antagonismo alle bevande gassate. La bevanda, distribuita in tutti i parchi di divertimento Disney del mondo, è prodotta con polvere liofilizzata di frutta da mescolare ad acqua oppure latte e da sola copre il fabbisogno giornaliero di frutta. Ad inventare Pixie Dust sono stati due ricercatori del programma di scienza alimentare della University of Wisconsin di Madison. I due ideatori, grazie a questo prodotto salutistico, hanno ottenuto il primo premio di un concorso per giovani scienziati promosso dall'IFT (Institute of Food Technologists) in collaborazione con la Disney e tenutosi di recente a New Orleans.

## Shaker d'oro al femminile

Nel mondo dei bartender le donne hanno già da anni fatto il proprio ingresso, ma poche sono le donne che s'affacciano ai concorsi e che li vincono. Una delle ultime bartender d'oro è la barlady slovacca Eva Kottrova, vincitrice, insieme ad altri 16 colleghi uomini, dello Shaker d'oro 2011, ambito premio di settore assegnato al Grand prix top barman Marche-Abruzzo. Eva s'è distinta con una ricetta scenografica di sapore italianissimo: lo "Speziato al Caffè". Gli altri Shaker d'oro 2011 sono stati assegnati a Jorge Alberto Soratti, Luciano Capomasi, Massimo Castignani, Dario Ciarlantini, Simone Di Leonardo, Valter Di Matteo, Vladimiro Foddi, Samuele Iachini, Luca Incicco, Peppino Manzi, Loris Merlonghi, Paolo Morresi, Francesco Pecora, Pino Piccioni, Demis Aloisi e Stefano Renzetti.



*Una delle ultime bartender d'oro è la barlady slovacca Eva Kottrova, vincitrice, insieme ad altri 16 colleghi uomini, dello Shaker d'oro 2011, ambito premio di settore assegnato al Grand prix top barman Marche-Abruzzo.*

*La caffetteria continua a far registrare una variazione dei prezzi all'insegna della moderazione con un sostanziale assorbimento dell'incremento del prezzo di acquisto del caffè torrefatto da parte del bar.*

## Money? No baratto

Un ristorante di Chicago porta avanti una geniale soluzione per pagare pranzi e cene senza denaro: è il Fireside Restaurant e Lounge di Richard Wohn dove si può desinare pagando con il baratto. Il titolare non si accontenta però della vecchia lampada in disuso.

Il ristorante, infatti, si serve di due siti intermediari, l'ITEX e l'International Monetary System, piattaforme

## Aumenti: la tazzina al bar è virtuosa

L'International Coffee Organization (Ico) annuncia che le produzioni di caffè in Brasile registreranno un calo sostanziale (43,54 milioni di sacchi contro i 48,1 milioni della precedente stagione). Sembra che i chicchi di caffè saranno più piccoli a causa del pessimo clima che ha così compromesso i raccolti. Ci si attende perciò



di transazione dove è possibile contrattare il baratto. Il pasto è acquistato sul sito su cui si offre la propria proposta in cambio: se Wohn accetta lo scambio i clienti possono andare al ristorante a mangiare.

Solitamente lo scambio è a vantaggio di Wohn: con questo escamotage s'è, per esempio, fatto le vacanze, ristrutturato il locale, curato i denti.

Attualmente per Wohn il baratto rappresenta il 10% degli incassi di ogni serata.

che il prezzo del chicco di caffè salga: tuttavia, in Italia, la tendenza è quella di mantenere il prezzo della tazzina a valori moderati, come spiega Fipe: «la caffetteria continua a far registrare una variazione dei prezzi all'insegna della moderazione con un sostanziale assorbimento dell'incremento del prezzo di acquisto del caffè torrefatto da parte del bar». Dai dati Fipe appare chiaro che la tazzina è il prodotto del bar che aumenta meno, al fine di mantenere fedele la clientela che così continua a godersi l'amato e insostituibile caffè al bar.

*Giovani fin da Giovani*



## Villa Colonna

### Distillati di Qualità

*Una storia di eccellenza, un valore per il Made in Italy*

Nel mondo il nostro Paese è visto come la Patria del buon gusto e dell'eccellenza enogastronomica. Tradizione e fantasia, unite alle nuove tecnologie, hanno consentito all'Italia di consolidare il concetto del "buon vivere" sia attraverso il mantenimento di antiche consuetudini, sempre gradite al consumatore, sia con un sapiente aggiornamento d'immagine e di raffinamento della qualità.

**Villa Colonna**, distilleria nella zona della **Francia-corta**, terra di grandi vini e da alcuni anni anche di grandi distillati, segue pienamente questa filosofia. Da oltre 60 anni, prima con lo storico marchio **Sari**, e poi con la denominazione attuale di **Villa Colonna**, ha saputo seguire ed anticipare i gusti e le tendenze, creando una gamma tanto ampia e completa che oggi Villa Colonna è tra le più grandi aziende che producono, imbottigliano e commercializzano liquori e distillati in Italia, con centinaia di prodotti a listino. Punta di diamante della produzione sono le **grappe monoviti-gno Levitrasparenze**, distillati di

grande qualità, creati da vinacce accuratamente selezionate di anno in anno per creare grappe di straordinaria purezza, di vellutato equilibrio e confezionate in bottiglie di grande impatto visivo.

Accanto alle produzioni proprie Villa Colonna ha poi aggiunto, negli anni, liquori e distillati d'importazione di assoluto pregio, come i Cognac **Davidoff** e gli Scotch Whiskies **Tomintoul**, e ha anche l'eclusiva della produ-

zione della **"Batida de Coco"** a marchio Mangaroca.

La grande propensione verso la qualità totale dei distillati, garantita anche dai costanti controlli dei laboratori interni d'analisi, è testimoniata dal crescente successo che i Distillati Villa Colonna riscuotono anche fuori dai confini italiani: quasi il 40% della produzione è infatti attualmente venduta all'estero.

Qualità garantita e costante nel tempo, grandi distillati selezionati in anni di sapiente ricerca, materie prime provenienti da aziende certificate e eticamente orientate, distillati per veri cultori, prodotti in piccole quantità insieme ad un vasto listino per ogni desiderio, fanno quindi di Villa Colonna una vera eccellenza del Made in Italy e un partner perfetto per il settore Horeca.





VILLA<sup>®</sup>  
COLONNA



VILLA<sup>®</sup>  
COLONNA

Grappa di  
Brunello di  
Montalcino

# la Guardiense

## Il meglio del Falanghina e dell'Aglianico

*Seguendo iter scrupolosi, che legano clima, territorio e vitigni a protocolli e tecnologia, si ottengono prodotti superiori che con orgoglio l'azienda propone alla propria clientela dai gusti più raffinati.*

**La Guardiense**, una delle cooperative vinicole più grandi d'Italia, nasce nella zona di Benevento, a Santa Lucia di Guardia Sanframondi, nel 1960. Oggi la cooperativa conta più di mille viticoltori associati che curano, nei duemila ettari di collina coltivata, le uve che **La Guardiense** trasforma in vini e spumanti di grande qualità.

Raccolte le uve saggiamente coltivate secondo le migliori tecniche che uniscono tradizione e innovazione, La Guardiense passa alla vinificazione, processo fatto con maestria attraverso appositi protocolli in grado di esaltare le caratteristiche peculiari dei diversi vitigni.

Per la vinificazione delle uve a bacca bianca La Guardiense vanta la disponibilità di ben 10 presse soffici e di oltre 2,5 milioni di frigorifici per il controllo delle temperature di fermentazione e crio-macerazioni. Per la lavorazione delle uve a bacca rossa l'azienda si avvale di un estrattore dei polifenoli, di tinelle tronco coniche per crio-termo-macerazioni, di vinificatori a temperatura controllata con impianti automatizzati per il rimon-

taggio dei mosti e lo scarico delle vinacce. L'azienda poi si avvale da anni di un concentratore a freddo, di un impianto per l'osmosi inversa, di un filtro tangenziale, di una batteria di autoclavi per la produzione di vini spumanti e frizzanti.

Solo seguendo questo iter scrupoloso, che lega clima, territorio e vitigni a protocolli e tecnologia, si ottengono i prodotti superiori che l'azienda propone con orgoglio alla propria clientela dai gusti più raffinati.

Falanghina, Fiano, Greco, Aglianico, DOP e IGP Sannio, vini legati alla cultura e alla tradizione locale, selezionati per il marchio **Fremondo**, rappresentano un'eccellenza dell'enologia italiana.

**Cooperativa Agricola La Guardiense**  
Guardia Sanframondi (BN) Italia  
Sede e stab.to Soc.: Contrada Santa Lucia, 104-105  
tel. +39 0824 864034  
fax +39 0824 864935  
info@laguardiense.it  
www.laguardiense.it

# la guardiense



## fremondo



## Qualità e Tradizione

Fondata nel 1960 da 33 soci, oggi l'azienda conta più di mille soci viticoltori ed è diventata il simbolo del progresso tecnologico ed economico dell'intera provincia beneventana, riuscendo a coniugare l'antico dato dall'esperienza con il moderno dato dalle più avanzate tecnologie, operando sui mercati nazionali ed esteri grazie alla sua produzione di vini e spumanti di qualità eccelsa.

Sede: Contrada Santa Lucia, 104/105 - Guardia Sanframondi (BN) Italia

Uffici: tel. +39 0824 864034 - fax: +39 0824 864935 - [www.laguardiense.it](http://www.laguardiense.it) - email: [info@laguardiense.it](mailto:info@laguardiense.it)



# NEW STRONGBOW® GOLD SIDRO DI MELE.

Heineken Italia S.p.A. - tel. 02.270761



Arriva il drink più esplosivo dell'anno. Per la prima volta in Italia, con un lancio senza precedenti, arriva Strongbow Gold, il nuovo sidro di mele da gustare "Over ice". Frizzante, rinfrescante, piacevolmente dolce, sorprendente, Strongbow Gold è la novità perfetta per ogni occasione, dall'aperitivo al dopocena. L'alternativa alcolica per tutti i night bar, beach bar, hotel di design e discoteche più trendy d'Italia.



APPLE CIDER  
**5%**  
ALCOHOL

Enjoy Responsibly

THE EXPLOSIVE TASTE OF NATURE