

«Progetto condiviso da Domori, Baratti e anche da Ferrero»

Il segretario Borra: «Per ottenere il bollino dobbiamo essere uniti e non escludere nessuna azienda»

Non è nuova l'idea dell'Igp del gianduotto. Vent'anni fa alcuni produttori, Baratti e Gobino per citare i più famosi, intrapresero inutilmente la battaglia per il riconoscimento. «Fecero l'errore di individuare il disciplinare a tavolino. Noi abbiamo scelto i parametri dopo una lunga ricerca e una campionatura di 30 prodotti». L'avvocato Antonio Borra è il segretario del consorzio del (possibile) «Gianduotto di Torino Igp».

Perché analizzarli?

«Per coinvolgere molte realtà produttive».

Perché i grandi produttori dovrebbero scendere a patti con gli artigiani?

«Perché un aumento dell'appel del prodotto su scala mondiale inciderà più sulla loro produzione che ha volu-

mi maggiori».

Avete contattato anche la Ferrero?

«Sì, abbiamo parlato con il professore Medica. Loro non producono gianduotti, ma si sono offerti di aiutarci con le analisi».

E gli altri big?

«Hanno aderito Venchi, Pastiglie Leone, Domori. Con noi c'è anche Baratti e Gobino, anche se lui non fa parte del gruppo di promotori».

Chi c'è nel comitato?

«Oltre a Castagna, Ugetti di Bardonecchia, Vacchieri di Rivalta, Bodrato di Novi, Barbero di Asti, Peirano Fiagiolo di Busca. E i Peyrano».

E la Caffarel?

«Siamo in contatto. Fanno parte di un gruppo internazionale. Per adesso hanno altre priorità».

Un disciplinare pretenzio-

so rischia di escludere i grandi produttori?

La Caffarel

Siamo in contatto, ma fanno parte di una multinazionale e hanno altri obiettivi

«No, con la campionatura siamo riusciti a capire qual è la percentuale di nocciole giusta per non farlo. Per il riconoscimento in Europa del bollino sono importanti i volumi produttivi e occupazionali. Dobbiamo essere uniti».

Perché non puntare solo sugli artigiani?

«Miriamo alla qualità. Il disciplinare serve a garantirla. Se rispettato, tutti possono produrre il gianduotto Igp».

Sarà detto «di Torino»?

«Il dipartimento di Giurisprudenza sta verificando se possiamo chiamarci così. È importante per renderci più riconoscibili».

Ma la produzione sarà estesa anche fuori Torino?

«A tutti i comuni del Piemonte».

Non è un rischio legarsi alla produzione di nocciole Igp piemontese? Non è infinita.

«Vogliamo evitare che si producano cioccolatini con quella turca. Vogliamo preservare un legame di due secoli. E valorizzare anche la filiera interna».

Il prossimo passo?

«Un comitato scientifico per studiare anche il valore antropologico e cultura del gianduotto. Anche il Politecnico ci darà una mano. È in cantiere un'analisi sulla forma e il design».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chi è



● Antonio Borra, avvocato di 45 anni

● Figlio di produttori di nocciole, è il segretario del comitato per l'Igp



Nella storia il cioccolatino ha ispirato anche il design e ha un peso antropologico importante



INGREDIENTI

cioccolato DA LABORATORIO

⇒ Di Marianna Notti

IN & OUT



- SOSTENIBILITÀ
- PRODOTTI SALUTISTICI
- UNICITÀ
- SERVIZIO AL CLIENTE
- SUPPORTO ONLINE



- PRODOTTI STANDARDIZZATI
- SCARSA QUALITÀ
- POCA TRASPARENZA

I NUMERI DEL MERCATO

7.000

VOLUMI DI CIOCCOLATO
DESTINATI ANNUALMENTE
AL COMPARTO
ARTIGIANALE IN ITALIA

Fonte: elaborazioni Dolcesalato
su dati aziendali

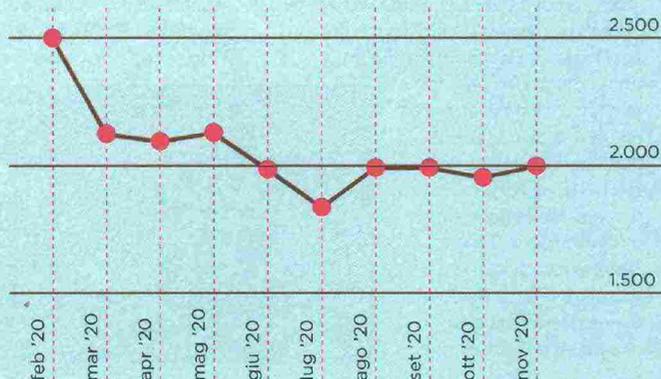
CONSUMO ANNUO
DI CIOCCOLATO PER
FAMIGLIA (ANNO 2019)

4,9kg

Fonte: ilSole24Ore su dati
Euromonitor International

QUOTAZIONI CACAO

Fonte: Icco, media mensile, Euro/ton

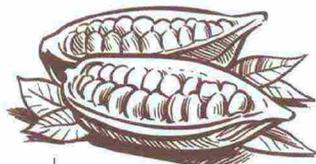


INGREDIENTI

dal cacao al cioccolato

1. RACCOLTA, PULIZIA, FERMENTAZIONE E

ASCIUGATURA Dopo la raccolta e la pulizia, il cacao subisce un processo di fermentazione durante il quale la maggior parte della polpa viene rimossa. Successivamente le fave vengono asciugate per ridurre il contenuto di umidità dal 55% al 7,5%.



2. TOSTATURA Insieme alla fermentazione, è un passaggio chiave. Ogni aspetto (tipo e miscela di fave, tostatura dei chicchi interi o della granella, attrezzature e parametri) dipende dagli obiettivi di gusto cercati.



3. DECORTICAZIONE, MACINATURA E RAFFINAZIONE

La decorticazione, ovvero la separazione della fava dal rivestimento esterno, permette di ricavare la granella, che viene macinata per ottenere la massa di cacao. La raffinazione riduce la granulometria da 100 fino a 20 micron.

5. CONCAGGIO

Consiste nel mescolare per tempi molto lunghi la miscela di ingredienti in apposite impastatrici.

7. MODELLAGGIO

Il cioccolato si versa in stampi e si lascia solidificare nella forma desiderata prima di confezionarlo.



4. MISCELAZIONE

Alla massa di cacao vengono aggiunti gli ingredienti necessari per ottenere cioccolato fondente, bianco o al latte (burro di cacao, zucchero, vaniglia, latte...).

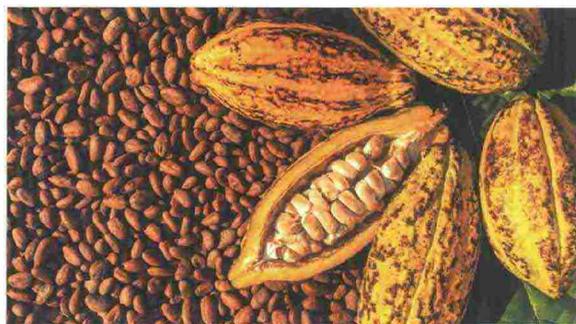
6. TEMPERAGGIO

Processo che alterna raffreddamento e riscaldamento a temperature definite, per ottenere una perfetta cristallizzazione.

il commento

Sostenibilità, sociale e ambientale, è la parola all'ordine del giorno. L'innovazione delle aziende è, in un modo o nell'altro, tutta centrata su questo concetto. Una produzione che arriva da una filiera trasparente e sostenibile a tutti i livelli non è solo un plus da spendere in comunicazione, né un dovere etico fine a se stesso. Dalla costruzione di una filiera del cacao che rispetta l'ambiente e

i coltivatori dipende il futuro stesso della produzione, soprattutto quando la ricerca della qualità e della particolarità sono fattori chiave per il successo.



IN EVIDENZA

1 Cioccolati con valenza salutistica, a ridotto contenuto di zuccheri, ricchi di fibre e free from

2 Cioccolati prodotti sfruttando l'intero frutto del cacao, dalle fave alla polpa

3 Valorizzazione di varietà rare ed esclusive, per esempio il Criollo

4 I grandi brand professionali lanciano referenze "da banco"

Il cibo degli Dei continua a rinnovarsi

ANTICHISSIMO EPPURE SEMPRE NUOVO, IL CIOCCOLATO È IN COSTANTE EVOLUZIONE. SI INNOVA SUL PRODOTTO, SUL PROCESSO E SULLA FILIERA



Dopo anni di costante crescita, il cioccolato destinato al canale artigianale rallenta.

La motivazione è chiaramente riconducibile al blocco prima e alle chiusure a singhiozzo poi, che hanno coinvolto il mondo della pasticceria, gelateria e cioccolateria artigianali. Ciononostante, **l'innovazione non si ferma, il mercato è dinamico e alla continua ricerca di nuovi prodotti e nuove soluzioni al servizio degli artigiani.**

I player del comparto evidenziano due grandi trend: il primo legato agli aspetti salutistici e nutrizionali degli alimenti, l'altro correlato alla sostenibilità della filiera produttiva. Entrambe le tendenze rientrano in un modello di consumo più consapevole e rappresentano sempre di più fattori chiave nelle scelte d'acquisto.

L'INNOVAZIONE NON SI FERMA

Nuovi trend, nuovi prodotti, nuove soluzioni non mancano, in un mercato che ha fame di novità. Barry Callebaut, per esempio, dopo il lancio di Ruby, è pronta a immettere sul mercato un cioccolato WholeFruit e continua a essere attiva nell'ascolto e soddisfazione dei

need dell'artigiano, svolgendo attività di co-creazione con i partner. La linea Novacrem, distribuita in esclusiva da **Italmill**, è stata sviluppata proprio da Barry Callebaut: «Nello sviluppo di Novacrem – fanno sapere dall'azienda di Cologne – è stata impiegata tutta l'esperienza trasversale di Barry Callebaut nella produzione di cioccolato e materie prime di qualità, per proporre **una linea innovativa e completa di cioccolato, cacao, creme e decorazioni, che fosse in linea con l'eccellenza dell'intera offerta Italmill.** Il tutto è stato possibile grazie al supporto tecnico e alla grande esperienza del **Maestro Gianni Pina** che, lavorando su sensorialità e struttura, ha trovato il giusto equilibrio di gusto e caratteristiche tecniche che il prodotto deve avere per essere vincente sul mercato. Attraverso la Chocolate Academy Barry Callebaut di Milano, che si pone come scuola professionale ma anche come centro di ricerca e sviluppo del cioccolato nel mondo, Italmill offre ai propri clienti l'opportunità di corsi tecnici e creativi per valorizzare sempre di più competenza e creatività». Il contatto diretto con i clienti del settore professionale è centrale anche

I PLAYER SELEZIONATI

BARRY CALLEBAUT

MARCHI Callebaut, Cacao Barry, Carma, Sicao, Chocovic



DOMORI

MARCHI Domori



ICAM CIOCCOLATO

MARCHI ICAM Linea Professionale, Agostoni



IRCA

MARCHI Preludio, Reno Concerto, Sinfonia e Minuetto



ITALMILL

MARCHI Novacrem



MAX FELCHLIN

MARCHI Felchlin



NESTLÉ

MARCHI Perugina Professionale



NOALYA

MARCHI Noalya Cioccolato Coltivato



PURATOS ITALIA

MARCHI Belcolade



UNIGRÀ

MARCHI Master Martini Ariba e GLF Purocacao



VALRHONA

MARCHI Valrhona

INGREDIENTI

per **Noalya** «e ci consente – spiega **Alessio Tessieri, Fondatore e Amministratore Unico** – di raccogliere impressioni ed esigenze e quindi di indirizzare la ricerca verso nuove specialità di cacao o la sperimentazione di nuovi blend. In questo senso stiamo testando ulteriori tipi di cacao per il segmento professionale anche grazie al Team Noalya, un gruppo di pastry chef di fama internazionale». **L'azienda, che ha scelto il payoff "Cioccolato Coltivato", utilizza varietà rare e pregiate di cacao** (il Criollo per esempio) coltivate in Venezuela



in piantagioni di proprietà, oltre a rifornirsi da coltivatori selezionati nel resto del mondo. La varietà Criollo

è al centro degli obiettivi di sviluppo per **Domori**, il cui obiettivo a medio/lungo termine – ci racconta **l'AD Andrea Macchione** – è quello di diventare l'unica Criollo Company al mondo, ovvero «un'azienda in grado di sostenere in maniera rilevante la sua produzione con cacao Criollo proveniente da filiera diretta. In quest'ottica nasce **la Linea Criollo Pro, pensata per incontrare un target trasversale nel retail, professionale e ristorazione, che verrà lanciata quest'anno.** La linea Criollo Pro nasce anche dall'esperienza dell'Hacienda San Cristobal in Ecuador, la prima piantagione sperimentale di Criollo nel paese. Insieme all'Hacienda San José in Venezuela, **Domori** è riuscita a implementare un modello di coltivazione che ha portato a un aumento della disponibilità del cacao

Criollo sul mercato internazionale». Novità in vista anche per **Nestlé**, come racconta **Chiara Croci, Senior Brand Manager**: «Nel 2021 ci saranno novità di prodotto che riguarderanno la gamma cioccolati, piattaforma chiave in cui prevediamo di investire e focalizzare lo sviluppo e la comunicazione nel corso dell'anno. **Cavalcheremo il trend del fondente sfruttando la nostra expertise centenaria e la forza del nostro marchio storico e più iconico, Perugina Luisa.** Abbiamo in previsione nuovi lanci a completamento della gamma attuale che è stata rivista e aggiornata a partire dal 2018 con l'intento di avvicinarsi sempre di più alle esigenze dei professionisti, creando la nuova offerta di Perugina Professionale. La costante sarà la qualità delle materie prime e la loro provenienza».

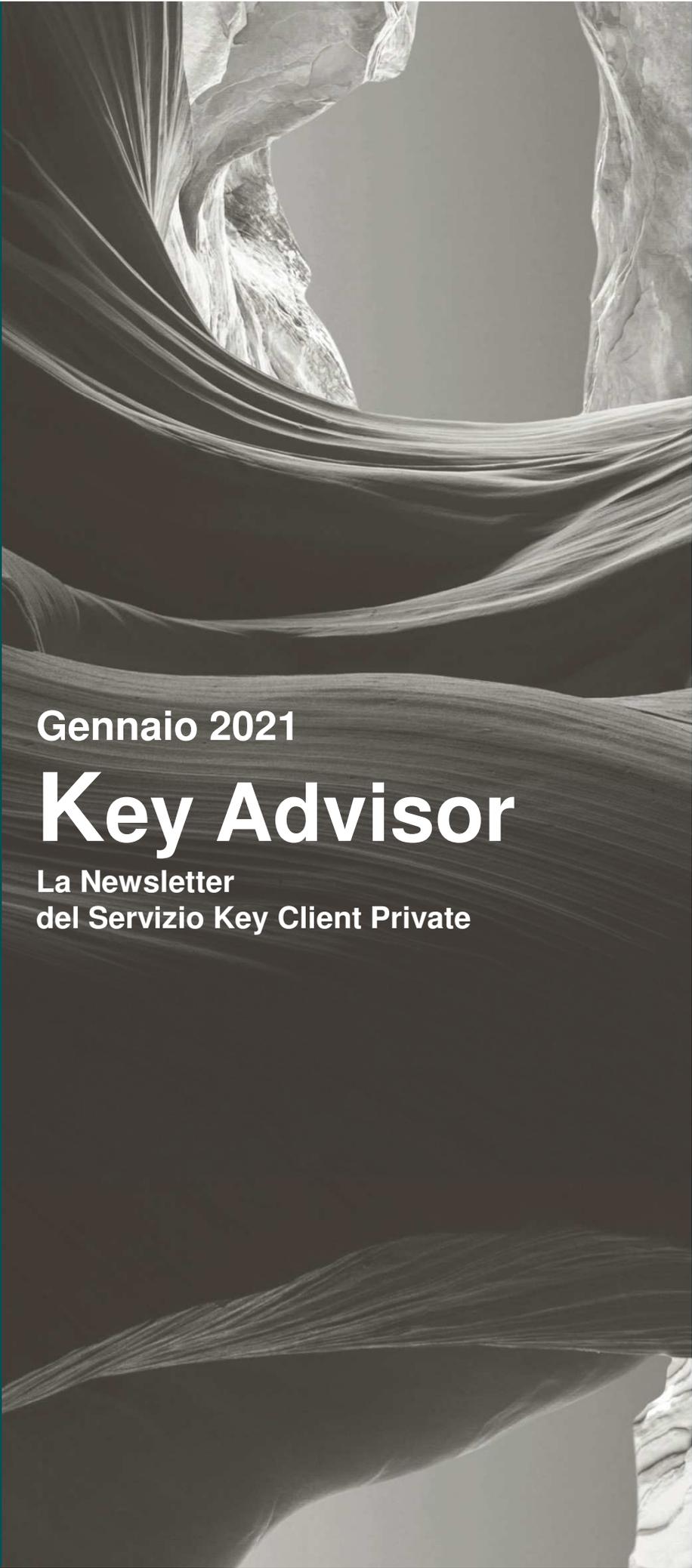
PRODOTTI IN EVIDENZA

	ICAM CIOCCOLATO	I.F.S. (UNIGRÀ)	ITALMILL
PRODOTTO	Agostoni Gran Cru Chimelb	GLF Purocacao Dominica 80%	Novacrem Dominic
DESCRIZIONE	Nasce da un progetto di conservazione, sostenibilità e responsabilità sociale. Miscela di cacao Trinitario, dal profilo aromatico per un cioccolato di copertura estremamente dolce e amabile, ma al contempo intenso e persistente, con un profilo aromatico cacaotè, spiccate note di frutta secca e sentori di caffè.	Cioccolato fondente monorigine ottenuto dalle migliori fave di cacao di Santo Domingo. Presenta un gusto intenso ma molto rotondo, caratterizzato da note acide e piacevolmente amare.	Copertura di cioccolato fondente amaro (60%), ideale per farciture e lavorazioni a stampo.
			



BPER:

Banca



Gennaio 2021

Key Advisor

La Newsletter
del Servizio Key Client Private

KEY CLIENT
PRIVATE

La consulenza su misura
per patrimoni di valore

BPER:

Banca

Domori: il cioccolato di alta gamma (e la famiglia Illy) sbarca in borsa

L'occasione di lavorare con il Gruppo Illy è stata l'emissione di un bond quotato e assistito dalla garanzia MCC (il primo in Italia). Riportiamo di seguito l'intervista fatta a **Riccardo Illy**, presidente del Polo del Gusto, la holding che controlla Domori e al suo AD, **Andrea Macchione**.

Il bond Domori è stato l'esordio della vostra famiglia sul mercato dei capitali. Perché proprio ora questa scelta?

RI Da molti anni, superata una iniziale ritrosia, ci stavamo chiedendo quando sarebbe stato opportuno iniziare a confrontarci anche con il mercato dei capitali. Con il minibond Domori, grazie all'intraprendenza del suo amministratore delegato (che ha iniziato la sua carriera nel mondo bancario), alla competenza della sua squadra di manager e alla innovatività di Bper quale Advisor, si è presentata l'occasione giusta. La garanzia di MCC è stata la *ciliegina sulla torta* che ha contribuito al successo dell'operazione. Domori ha avviato un percorso nuovo che vedrà sicuramente sviluppi in futuro con ulteriori emissioni e con l'obiettivo finale della quotazione del capitale. Un'esperienza di apripista che sarà utile anche a altre società del Polo del Gusto e del Gruppo Illy.

Domori, e tutte le altre società del Polo del Gusto, sono operative nel segmento del food di alta qualità. Qual è la sua visione su questo particolare segmento? E in particolare per l'Italia?

RI La popolazione mondiale sta crescendo e sta crescendo in maniera più che proporzionale il numero di consumatori abbienti. Dopo aver soddisfatto le necessità di base un consumatore più acculturato e con maggior reddito disponibile passa dalla quantità alla qualità. Sono convinto che per i prodotti agroalimentari super-premium esista un grande potenziale di crescita sia nel mercato domestico (perché gli italiani sono dei buongustai) sia nei mercati internazionali (anche grazie alla formidabile immagine del Made in Italy).

Lei è un imprenditore di successo: qual è la sfida da vincere per mantenere un alto standing qualitativo pur in presenza di dimensioni crescenti? In Italia c'è spazio per un consolidamento?

La principale sfida per le piccole società italiane che producono cibi e vini di grande qualità e che vogliono crescere, sta nel resistere alla tentazione di rinunciare ai valori guida dei fondatori per accondiscendere alle richieste di consumatori che non li condividono. La risposta adeguata è invece la segmentazione dei consumatori e la comunicazione, attraverso la quale informarli dei propri valori e caratteristiche peculiari. La digitalizzazione consente anche alle micro-aziende di comunicare e vendere sui mercati mondiali. La piccola dimensione delle imprese italiane costituisce un problema soprattutto se incentivata da un modello organizzativo "padronale", nel quale i ruoli di socio, amministratore e manager sono indistinti. La soluzione consiste nel passare al modello "manageriale" nel quale i ruoli vengono distinti e aperti anche a soggetti esterni alla famiglia. Adottato il modello manageriale crescita dimensionale, apertura al mercato, acquisizioni e fusioni, diventano strumenti utilizzabili per lo sviluppo



Riccardo Illy, presidente del Polo del Gusto



La scatola di Praline celebrativa dell'emissione del bond

BPER:

Banca

Dr Macchione, perché la scelta di puntare sullo strumento bond quotato: non sarebbe stato più facile fare ricorso al tradizionale canale bancario?

AM Un canale bancario tradizionale avrebbe richiesto meno tempo e lavoro; detto questo, le possibilità offerte da uno strumento di questo tipo rappresentavano un'opportunità da cogliere tempestivamente. E' stato fondamentale costruire insieme a BPER Banca uno strumento fatto su misura e che ha valorizzato al meglio i punti di forza di Domori. L'opzione minibond ci ha supportato nell'impostare una nuova visione dell'azienda a cinque/sei anni e nel costruire scenari alternativi di post emergenza. La scelta dei minibond, inoltre, è coerente con il percorso di crescita di Domori, che negli ultimi esercizi ha sempre confermato trend positivo. La nostra presenza sui mercati ci ha permesso di farci conoscere dagli investitori e, al tempo stesso, ci ha incoraggiato a delineare nuovi obiettivi di continuità produttiva e internazionalizzazione.

L'emissione che avete portato sul mercato si è caratterizzata per un'elevata innovazione: che aspetti migliorerebbe dell'attuale regolamentazione per favorire ancora di più l'accesso al mercato delle PMI?

AM Sicuramente lo strumento finanziario dei minibond, e in particolare la possibilità di accedere alla garanzia del MCC, rappresentano non solo una novità, ma un passo in avanti verso un più vasto processo di semplificazione per favorire l'accesso delle imprese ai mercati. Inoltre, si potrebbe pensare ad ampliare l'offerta di fondi di investimento alternativi, caratterizzati, come già i minibond, da uno snellimento degli obblighi di informazione e *compliance*. Penso poi all'importanza per le aziende di farsi trovare pronte a cogliere queste nuove opportunità, un aspetto non secondario. Si potrebbero promuovere strumenti di formazione, accessibili e diffusi, per migliorare la qualità della corporate governance.

E' la prima volta che ha portato una società a rivolgersi al mercato dei capitali: professionalmente cosa le ha lasciato questa esperienza? Si sente di consigliarla ad altri manager?

E' stata una sfida non solo per me, ma per tutto il Team Domori. Si tratta di un processo che richiede molto - in termini di tempo, energie, costanza - e che può dare molto, rinnovando gli obiettivi, e ampliando proprio la percezione di quelle che possono essere le possibilità di un'azienda. Professionalmente, uno degli aspetti che più mi hanno colpito di questa esperienza, è stata la qualità della risposta da parte del mercato e la conferma dell'estrema attualità dei valori fondanti di Domori, dall'attenzione per la sostenibilità alla qualità più rigorosa. Il settore dell'eccellenza del *food* sta rivelando tutto il suo potenziale e l'attenzione degli investitori lo dimostra.

BPER Banca ha assistito Domori, società appartenente al Gruppo Illy attraverso la holding Polo del Gusto, nella emissione e nel collocamento di un minibond quotato su Extramot Pro3 assistito da garanzia MCC fino al 90%, primo in Italia con tali caratteristiche. Domori opera nel settore dei prodotti dolciari a base di cacao pregiati principalmente destinati alla vendita al dettaglio.

Per maggiori info sul bond e sull'accesso al mercato dei capitali:

stefano.taioli@bper.it

VANITY Good News

SOSTENIAMOCI COSÌ

La cantina, i produttori di caffè, di cioccolato, di vegetali surgelati e di acqua, una catena di ristoranti fast food.
Aziende diverse con una MISSIONE COMUNE: aiutare l'ambiente

di ANNA MAZZOTTI
e LAURA FIENGO



Messaggio in bottiglia

2021: a 60 anni dalla creazione della sua prima bottiglia di Franciacorta, la cantina **GUIDO BERLUCCHI** affronta questo momento difficile con un messaggio di positività e determinazione: «Trattare bene la Terra e chi ci vive, ognuno facendo la

propria parte», e presentando **IL PRIMO REPORT DI SOSTENIBILITÀ**, risultato di un grande impegno per ottenere una viticoltura rispettosa in uno dei terroir italiani più votati agli *sparkling wine*. «In 60 anni», ha spiegato Arturo Ziliani,

ceo e direttore tecnico dell'azienda, «le cantine di Franciacorta hanno contribuito a salvaguardare tremila ettari di territorio, creando un modello di sviluppo alternativo a quello artigianale e industriale a forte impatto ambientale degli anni '70-'90».

Portami con te

Un'idratazione eco-friendly: **ACQUA ALMA**, brand del Gruppo Celli, da oltre 40 anni leader nella dispensazione delle bevande a livello mondiale, riporta l'acqua alla sua «natura migliore», controllata, a km 0, senza sprechi e con un comune vantaggio per chi la beve e per l'ambiente. Consumare acqua erogata da un impianto di filtrazione è un gesto sostenibile, che evita il ricorso a materiali e oggetti monouso. E non solo a casa ma ovunque, con la **BORRACCIA smart**.



Il caffè è donna

Il 70% della forza lavoro nella filiera produttiva del caffè è femminile. Per sostenere le donne che lavorano nelle piantagioni, **CAFFÈ VERGNANO** ha creato nel 2019 una **Pink Capsule Collection**. Tazzine, una moka rosa, caffè, oggetti di ogni prezzo (da 5,50 a 55 euro) e, ultima nata, questa T-shirt (18 euro, e-shop caffevergnano.com/shop). Il progetto 2021: costruire una **BIBLIOTECA** per la comunità di produttrici nella regione di Marcala, in Honduras.

Tazzina a impatto 0

Fare in modo che ogni tazzina di caffè **NESPRESSO** sia a impatto 0 entro il 2022. Questo è il nuovo obiettivo sostenibile dell'azienda, che negli ultimi 10 anni ha ridotto le sue emissioni di carbonio e ha compensato il resto con la **PIANTUMAZIONE DEGLI ALBERI** dentro e intorno alle piantagioni da cui si fornisce. Un impegno che fa parte di un progetto più ampio: preservare caffè eccezionali e costruire un sistema di agricoltura del caffè resiliente e rigenerativo.



Da rifiuti a risorse

Unire gusto, benessere e impegno per un mondo a impatto -1, riciclando più plastica di quanta se ne consuma. Con il progetto *bottle to bottle*, **ESEMPIO DI ECONOMIA CIRCOLARE**, lo storico marchio di acqua minerale **FERRARELLE**, nel suo nuovo stabilimento di Presenzano (Caserta), produce e rimette in commercio bottiglie nuove e 100% riciclabili, costituite al 50% da R-PET (PET riciclato direttamente dall'azienda).



Buono come il cioccolato

Il cioccolato è buono, a volte anche nel modo in cui arriva fino a noi. **DOMORI**, per esempio, che dal 2006 fa parte del Gruppo **Illy**, sviluppa con i coltivatori un rapporto di cooperazione virtuosa, basata sul principio dell'**EQUO COMPENSO**. L'idea è che una produzione di alta qualità si possa definire davvero sostenibile

solo pagando correttamente gli agricoltori. Per questo il gruppo, primo produttore ad aver usato varietà di cacao rare e di minore resa, riconosce un margine equo al prezzo del mercato internazionale, compensando gli agricoltori per il loro impegno nell'ottenere un prodotto di qualità superiore (domori.com).



Freschezza verde

L'impegno di **OROGEL** – primo produttore di vegetali freschi surgelati in Italia – nei confronti della sostenibilità ambientale è iniziato più 50 anni fa, quando le prime cooperative in Romagna diedero vita al gruppo, che ha sempre avuto come missione produrre alimenti nel rispetto dell'ambiente e della salute dei consumatori. *OroGel Green* è il loro progetto che racconta i risultati raggiunti, come 300 mila metri cubi di acqua risparmiata, il 20% in meno di emissioni, packaging in plastica al 100% riciclabile e l'obiettivo di riconvertire le produzioni dell'intera filiera a «**COLTIVAZIONI A RESIDUO ZERO**».

La giusta (ri)carica

È un percorso di sostenibilità a tutto campo quello intrapreso da **MCDONALD'S**: dall'eliminazione della plastica monouso, tra tappi, cannucce e posate (con un risparmio di 988 tonnellate di plastica), al **PACKAGING IN CARTA** rinnovabile, riciclato o certificato. Per incentivare la mobilità pulita, nei parcheggi di 100 ristoranti McDonald's in Italia saranno installati 200 punti di ricarica per auto elettriche *JuicePole* e *JuicePump*. Bastano 30 minuti: il tempo di gustarsi un menu.



WEB PROJECT MANAGER
Alessandro Intini

Mi piace 31.218

Segui @daBitonto

NEWSLETTER

METEO

FARMACIE

Direttore Responsabile
Mario Sicolo

CRONACA

POLITICA

CULTURA E SPETTACOLO

SPORT

AZIENDE

RICORRENZE ▾

TURISMO

RUBRICHE ▾

CULTURA E SPETTACOLO

Francesco Lucarelli e Lino Rutigliano sono i migliori pasticceri amatoriali d'Italia

"I Conviventi" hanno trionfato ieri nella finale di "Bake Off Italia - Dolci sotto un tetto" su Real Time. E ora tornano ai fornelli su youtube con "Cime di rapa"

23 Gennaio 2021 - 09:00 [Loredana Schiraldi](#) [Stampa l'articolo](#)



I migliori pasticceri amatoriali d'Italia parlano rispettivamente bitontino e barese.

Sono **Francesco Lucarelli** e **Lino Rutigliano** i vincitori di "Bake Off Italia - Dolci sotto un Tetto".

Ieri, nella finale del programma condotto da **Flavio Montrucchio**, "I Conviventi" hanno sbaragliato la concorrenza e conquistato i palati, raffinati ed esigenti, dei giudici **Ernst Knam**, **Clelia**

d'Onofrio e **Damiano Carrara**.

Ma anche degli ospiti speciali: la piccola **Anna**, vincitrice di Junior Bake Off, **Frau Knam**, moglie del re del cioccolato, e la cantante **Elettra Lamborghini**.

Cammino in costante ascesa nel talent di **Real Time**, per la coppia, che ha avuto un vero e proprio exploit proprio nell'ultima puntata.

Ottime le performance nella prova creativa e in quella tecnica.

Con il loro mix di creatività, precisione e divertenti battibecchi, sono riusciti a mettere alle spalle Padre e figlia e i Fidanzati e approdare nella finalissima con Mamma e figlia.

Il bitontino e il barese hanno deciso di giocarsi il tutto per tutto con un cavallo di battaglia, che mostrasse la perfetta armonia tra le loro

Almanacco

Necrologi

23 Gennaio

cielo sereno - 13°

Santi del giorno:

Emerenziana, Ramona, Armando

Accadde Oggi:

1932 - Primo numero della Settimana Enigmistica

Compleanni:

Moreno Torricelli

Citazione del giorno:

La cechèule cànde, cànde, e po' sckàtte.

Farmacie di turno:

De Pinto - Del Sole

SCOPRI

ADV

CERCA NEWS

La notizia contiene la parola

La notizia contiene

Autore

-- qualsiasi autore --

Dal

qualsiasi data

personalità esplosive.

"*Gli opposti si attraggono*" è infatti una deliziosa torta con frolla di limone, uno strato di composta di frutti di bosco, una mousse di ricotta, mascarpone e cioccolato bianco e per terminare una mousse ai frutti di bosco ricoperta di glassa a specchio e decorata con delle more.

Un dolce degno del titolo e dei premi in palio: una fornitura di prodotti **Domori** e un corso di specializzazione presso Cast Alimenti, la scuola dei mestieri e del gusto.

«*Ci avete fatto ridere fino alle lacrime, ma ci avete anche molto sorpreso. Siete stati capaci di alternare dolci straordinari con disastri incredibili, ma una cosa è certa: avete talento. Quando le vostre personalità e soprattutto le vostre creatività si uniscono non ce n'è per nessuno*» sono state le parole di Ernst Knam.

Proprio come promesso, forbici alla mano, il re del cioccolato ha provveduto a tagliare i baffi da hipster del bitontino Francesco.

«È un sogno che si avvera, il coronamento perfetto di un'esperienza indimenticabile. Nelle settimane trascorse a *Bake Off*, abbiamo imparato tanto, ci siamo confrontati e scontrati con noi stessi e accolto tutti i consigli dei maestri» hanno dichiarato al "da BITONTO" i due vincitori.

«Dobbiamo ringraziare i giudici, il presentatore e tutto lo staff, ma anche i nostri "rivali". A **Villa Borromeo d'Adda** si respirava un clima amichevole e per niente competitivo. Tutti i concorrenti, e soprattutto **Dora e Luca** con cui abbiamo legato tanto, sono splendide persone pronte a dare una mano», hanno concluso Lino e Francesco, pronti a rimettersi ai fornelli. Il loro futuro sarà infatti ancora in cucina.

Già attivo, un canale youtube dal nome inequivocabile: "**Cime di Rapa**".

Per conoscere le loro ricette, iscrivetevi subito qui:

<https://tinyurl.com/cimedirapa>

Seguite i vincitori di Bake anche sui social, sulle pagine ufficiali di facebook, instagram e twitter.

← indietro

ARTICOLO SUCCESSIVO →

C'è anche don Vito Piccinonna in "Diari virali", l'esperienza diretta di alcuni testimoni durante l'emergenza Covid

Vai

ADV

ADV

LA GALLERIA DELLA SETTIMANA

Inaugurata la sala "Francesco Speranza" alla Galleria "De Vanna"

