



In copertina:
Cantina Riboli

WINE&LUXURY

PERIODICO MENSILE - ANNO II
SETTEMBRE 2023
Via O. Guerrini, 21 - 00137 Roma

DIRETTORE RESPONSABILE
Filomena Pacelli
direttore.eventi@hotmail.com

EDITORE
Wine&Luxury

EDITING
Tania Nardi

PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE
Studio Apostoli & Novelli

Stampa
Tipografia SAN srl
Sede Legale: VIA AURELIA 424
00165 - ROMA (RM)
Cell. 329.5389733
P. IVA e Cod. Fisc. 15459471007
e.olimpico@tipografiasan.it

Salvo accordi scritti o contratti di cessione copyright, la collaborazione a questo periodico è da considerarsi del tutto gratuita e non retribuita. Del contenuto degli articoli sono legalmente responsabili i singoli autori. In nessun caso si garantisce la restituzione. È vietata la riproduzione anche parziale di testi, grafica, immagini e spazi pubblicitari realizzati da Wine&Luxury.

L'EDITORIALE

Il direttore Filomena Pacelli

Un saluto a tutti voi, cari lettori, e ben ritrovati. Come nostro uso, vi presenteremo realtà importanti e degne di nota, presenti nel mondo del wine e del luxury. Imprenditori appassionati che ci faranno conoscere i loro brand, portandoci nel proprio mondo, intenti a presentarci prodotti e servizi di altissima qualità. Come quello della Cantina Riboli, un'azienda di stampo familiare produttrice del Barbera d'Asti DOCG, che partendo dalla terra dalle sue caratteristiche peculiari vuole arrivare, attraverso la degustazione delle loro straordinarie produzioni, fino alla luna. E se il vino sa esaltare il palato in un certo modo, il Ristorante Allegriò, da definirsi un ambient-food, invita ogni cliente a provare una

particolare esperienza, in cui il gusto dei cibi proposti si va a legare con la forza energetica degli ambienti. E tutto questo è stato ideato e progettato dalla titolare del locale, Sabrina Corbo, appassionata di design che ha realizzato degli ambienti in grado di suscitare emozioni, e – come lei stessa ci spiega – luoghi non dove l'ospite debba adattarsi, ma che si adattino alle esigenze degli ospiti.

Mettendo dunque sempre al centro l'esperienza della degustazione e dell'arte culinaria, e le diverse sensazioni che questa genera, non c'è da stupirsi se tutto ciò riesce a valicare certi limiti, diventando pura filosofia: "Cucina non è mangiare. È molto, molto di più. Cucina è poesia" (Heinz Beck).

Il direttore

SOMMARIO

WINE

4 CANTINA RIBOLI



8 CLASSY WINES



16 TENUTA EBNER



22 KOZMAN



28 MAMMARELLA



32 TIBÒ BOULANGERIE



38 CANTIERE NAVALE SANLORENZO



48 ALLEGRÍO



56 AZIENDA CHELINI



64 ELITE SALENTO



70 VINCENZO FALCONE



74 PALAZZO DI VARIGNANA



WINE

CANTINA RIBOLI DALLA TERRA ALLA LUNA

A cura di Tania Nardi



Henry Ford, imprenditore statunitense e uno dei fondatori della Ford Motor Company, diceva: "L'entusiasmo è alla base di tutti i progressi". È un fuoco che sa alimentarsi e diffondersi, in grado di contagiare ogni cosa e persona attorno. Ed è sull'entusiasmo di Roberto che la Cantina Riboli prenderà nel 2000 il suo avvio, a monte dell'acquisto di una casa di campagna con annessi 6 ettari di terreno, fatto dal padre Marco. Un investimento che all'inizio ha permesso alla famiglia Riboli, di dedicare un ettaro alla coltivazione di Moscato d'Asti DOCG e nove filari alla coltivazione de La Barbera. Un terreno sul quale si voleva coltivare, solo per fini

famiglia produttrice. Con il tempo però, Marco decide di farsi più intraprendente e progetta consapevolmente, nel 2009, di vendemmiare e vinificare le prime uve Barbera. Un'idea che comincia a generare una



di autoproduzione. Un momento nel quale familiari ed amici si riunivano per vendemmiare, in uno stile goliardico di condivisione. Raccolte le uve, infatti, queste venivano poi affidate ad una grossa cantina che effettuava la vinificazione per uso personale della

passione nel figlio Roberto, che nel tempo matura la decisione di diventare un produttore di vini. E come dicevamo sopra, l'entusiasmo non conosce ostacoli e si lascia trascinare dall'impeto, che da solo traccia la strada, senza troppi indugi. Così Roberto, che coin-

volge anche il fratello Riccardo, e con il papà Marco, tutti insieme decidono di creare una piccola azienda in grado di inserirsi nella realtà produttiva d'eccellenza del territorio di Asti, e che nel 2013 esce sul mercato con Mappale 61, il primo Barbera d'Asti DOCG, della

Il Barbera d'Asti DOCG, è comunque il vino su cui si fonda tutto il progetto imprenditoriale. Un'idea che nasce da Mappale 61, la versione autentica, e che successivamente diventa più strutturata in Mappale 41, per finire con il Barbera d'Asti DOCG superiore Nove



famiglia Riboli il cui nome deriva dalle coordinate geografiche del relativo vigneto.

L'azienda comincia così a strutturarsi, e a muovere passi sempre più concreti ed ambiziosi, che partendo dalla terra, vogliono arrivare, attraverso la degustazione delle straordinarie produzioni, fino alla luna. Il tutto prosegue con scelte che inseriscono, nel team Cantina Riboli, la figura di un enologo professionista e che portano ad ampliare anche il numero di filari a disposizione con il fine di incrementare l'offerta, con la creazione di nuovi vini freschi, giovani e frizzanti.

Filari. Il Mappale 41 è dedicato a papà Marco, che proprio a quell'età acquista il terreno. Un Barbera d'Asti DOGC, un vino di struttura ed elegante, ideale per accompagnare i grandi piatti della cucina piemontese. Mentre, il Nove Filari, anch'esso un Barbera d'Asti DOCG, che viene per l'appunto generato dai nove filari storici della Cantina Riboli, è prodotto solo nelle annate in cui la concentrazione degli acini è adatta all'invecchiamento.

E a questi due Barbera l'azienda Riboli affianca, inoltre, bianchi e vini da dessert di estrema qualità come

WINE

il Moscato d'Asti docg "Fantasia" e due metodi classici, il Blanc de Blancs e il Blanc de Noirs. Una produzione, nel complesso, corposa e di grande qualità. Rispettosa della tradizione, ma nello stesso tempo innovativa nell'essenza delle diverse note che la caratterizzano. Il debutto del brand Riboli in modo ufficiale, avviene in occasione della degustazione organizzata a Milano



alla terrazza Copernico S32 con la partecipazione del sommelier Luca Gardini che ha accompagnato gli ospiti presenti in un racconto che ha fatto vivere sensazioni che solo il vino può regalare. Un racconto che si è incentrato sulle due Barbera d'Asti DOCG – 2014 e 2015 – che sono i vini di punta della cantina Riboli. Un evento nel quale le capacità della famiglia, e le pregiate qualità dei prodotti, hanno saputo farsi apprezzare, rimarcate, per l'appunto, dall'assenso dato dal grande sommelier Gardini. L'intento, ora, è quello di cominciare a farsi conoscere anche all'estero raddoppiando la produzione, che si attesterà intorno alle 50mila bottiglie.

Fiore all'occhiello della Cantina Riboli, sono le visite da potersi effettuare ogni fine settimana presso i loro vigneti, durante le quali i cliente non solo possono degustare i diversi vini da accostarsi a salumi e formaggi del territorio, ma anche visitare i filari, immergendosi completamente nell'atmosfera e nella cultura dell'azienda. Un'esperienza che a breve, ci dicono i Riboli, si trasformerà anche in una realtà virtuale, un modo davvero del tutto innovativo di far vivere la cantina.



WINE

CLASSY WINES SOLO VINI D'AUTORE

A cura di Tania Nardi



CLASSY WINE S
FINE & RARE COLLECTION

Se è vero, come ci tiene a sottolineare Mimma Posca, che il vino è l'espressione finale di un racconto fatto di tradizione, bello, buono e gustoso, parlare di lei, della sua carriera, delle sue idee e della sua profonda personalità, bisogna anche qui intessere uno storytelling. E di cose da dire su questa straordinaria donna ce ne sono davvero molte. Tanti pezzi di storia di vita, che l'hanno portata oggi a diventare la Ceo e la Founder del suo progetto: Classy Wines.

Un giovanissimo progetto, avviatosi nel febbraio del 2023, e che si prefigge l'intento di voler promuovere l'arte del gusto da raggiungersi attraverso esperienze sensoriali prodotte dalla degustazione di una variegata e selezionata scelta di grandi vini.

Il progetto Classy Wines non nasce a tavolino, ma è l'espressione delle conoscenze didattiche e professionali di Posca, che da queste ha saputo trarre importanti spunti per presentare il vino sotto vesti del tutto nuove. Dai suoi studi classici prende vita il suo forte taglio umanistico, il quale mettendo al centro dell'uni-







WINE



verso l'individuo, lo ritiene artefice e produttore di tutte le cose finite. Una corrente di pensiero che Mimma fa sua, per poter spiegare il forte legame che c'è tra il vino, la terra e la mano che la coltiva. Un legame che nel tempo diventa storia e che si va narrando attraverso tutto quello che ogni vino rappresenta, con le sue personalissime qualità e caratteristiche. Un vino che nell'attimo della degustazione, fa vivere momenti intensi, che diventano subito immagini che si impi-



mono nella mente e che nel tempo si trasformeranno in ricordo che il cuore saprà leggere. Dai suoi studi giuridici, invece, coglie la legge, capace di regolare la vita degli uomini servendosi della modalità di trattare tutto e tutti in modo ugualitario, mentre il vino oltrepassa queste regole, per arrivare alle radici della sua essenza, all'autenticità più pura e non artefatta. Infine, da una lunga e prestigiosa esperienza in importanti realtà vi-

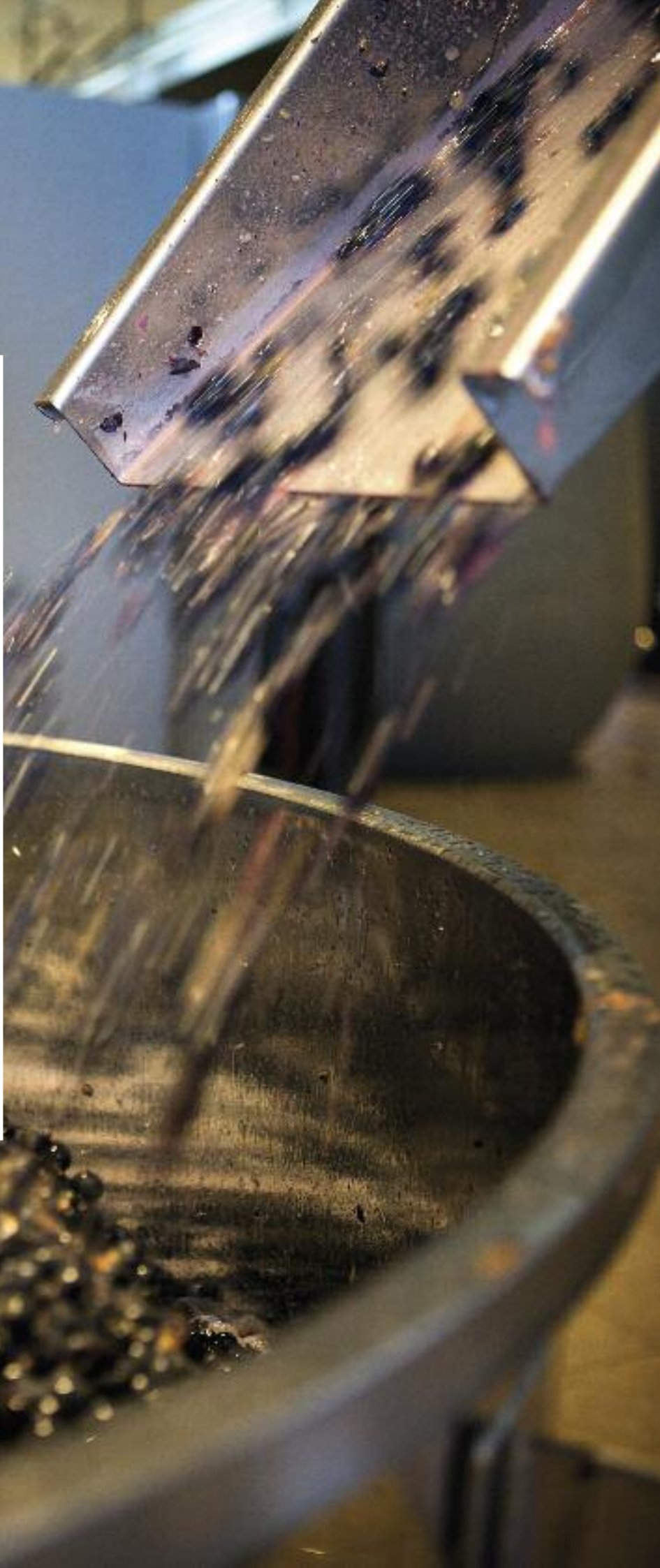
tivinicole di respiro nazionale ed internazionale, ricoprendo incarichi manageriali sempre più rilevanti, trae tutte le conoscenze che gli sono state necessarie per avviare il suo nuovo business.

L'obiettivo dell'azienda è quello di far conoscere, nel trade on dell'hotelleria e della ristorazione, la varietà

di selezionati vini d'autore, provenienti da territori d'eccellenza, per portare sulle diverse tavole sapori ed aromi esclusivi, capaci ad ogni sorso di saper incantare. Una scelta che è stata eseguita con l'importante supporto e apporto di Luca Gardini, pluripremiato sommelier, critico e "assaggiatore" noto sul web, definito



"Wine Killer", perché capace di riconoscere un vino alla cieca, grazie al suo spiccato olfatto ed al suo palato da ritenersi irraggiungibili in termini di sensibilità e di raffinatezza. E l'offerta, in prossima espansione, comprende ad oggi realtà italiane e francesi che coprono i territori dallo Champagne al Bordeaux, fino al Brunello di Montalcino e Friuli.



WINE

TENUTA EBNER UN PERCORSO “DI-VINO”

A cura di T.N.

La tenuta vinicola Ebner sorge sull'altipiano soleggiato del Renon, in provincia di Bolzano, nella regione del Trentino-Alto Adige, su uno sperone roccioso sopra la località di Campodazzo, nella parte più meridionale della Valle Isarco, con un'incantevole vista sul massiccio dello Sciliar. Zone da sempre dedite alla viticoltura e che nel tempo hanno decretato importanti ed eccelsi traguardi nel settore, incentivando molti produttori ad investire in questi territori, così redditizi sotto il profilo caratteristico e qualitativo, da volerne sfruttare il loro enorme potenziale.

E a queste prerogative non si sottrae di certo la Tenuta Ebner, con la sua produzione di vini dal giusto tenore zuccherino e alcolico, bilanciati da una buona acidità fissa, la quale contribuisce ad esaltarne i profumi e a mantenerli nel tempo.

La Tenuta, con gran cura e dedizione, da anni coltiva i suoi terreni rispettandone le diverse peculiarità, dove sui pendii soleggiati e terrazzati di origine vulcanica esposti a sud, crescono le uve a bacca rossa, mentre quelle bianche sono coltivate nei versanti più ventilati posizionati a sud-est. L'intero sistema delle radici è mantenuto vigoroso e vitale, in funzione della delicata potatura che le viene effettuata con una determinata cadenza, che garantisce alle uve il giusto apporto ideale di sostanze nutritive, anche nei periodi di più grande siccità.

Di stampo familiare, l'azienda è oggi nelle mani di Florian e di sua moglie, una Tenuta, in piedi dal 1920, fondata dal nonno di Florian che ha cominciato vendendo vino sfuso agli alberghi di Bolzano, per poi passare alla vendita alle



WINE

cooperazioni sul territorio, ed infine, nel 2013, iniziando a produrre vini con l'etichetta Ebner. Un grande salto commerciale che ha fatto incrementare esponenzialmente la produzione iniziale, passata da 10 mila bottiglie all'anno a 40 mila annue, dovuto anche all'ampliamento del numero degli ettari dedicati.



WINE



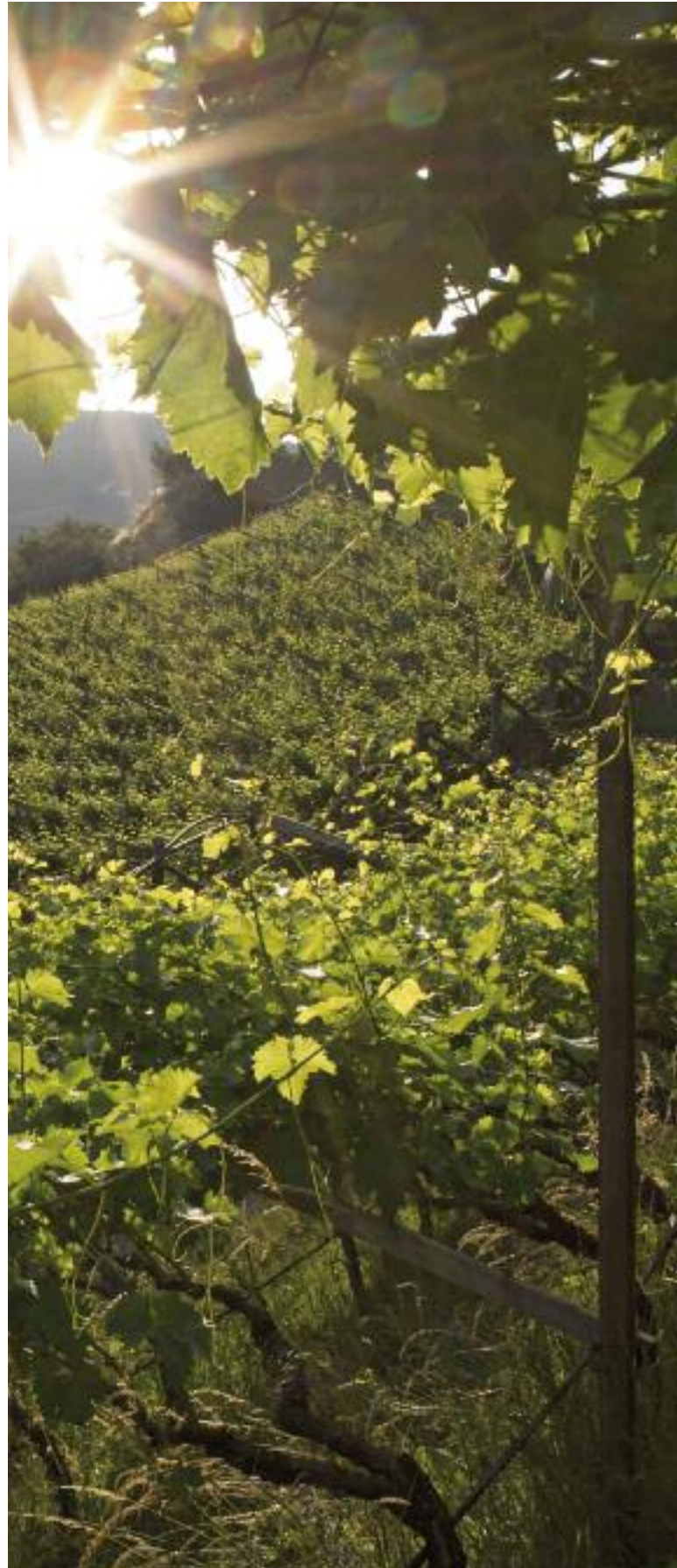
La produzione è in prevalenza a bacca bianca, dovuta per il territorio che vanta un favorevole microclima ed un ambiente incontaminato, sui quali i diversi vitigni poggiano su quello che viene ritenuto un terreno argilloso e calcareo. Coltivando in questa zona le viti si riesce ad esaltarne la freschezza e le sensazioni fruttate dei vini prodotti. In un territorio par-



ticolare perché durante il giorno i vigneti sono areati dalla brezza proveniente dal lago di Garda, 'la Gardesana', mentre la notte dai venti che scendono dalle Dolomiti. C'è poi una grande escursione termica tra il giorno e la notte che permette di ottenere un'uva di grande qualità.

Tra i vini ritenuti più interessanti, prodotti dalla Tenuta Ebner, ricordiamo: l'Alto Adige Pinot Bianco, l'Alto Adige Sauvignon, Gewürztraminer, uvaggi bianchi, Grüner Veltliner, Alto Adige Pinot Nero e A.A. valle isarco Kerner. E la Tenuta Ebner, con il suo vitigno di provenienza austriaca, è riuscita ad aggiudicarsi, con A.A. valle isarco Grüner Veltliner 2021 DOC, il più alto punteggio conferito dalla guida dei vini d'Italia: I Tre Bicchieri.

Di non meno rilevanza sono anche altre certificazioni come: la Medaglia d'argento, concorso mondiale du Sauvignon con A. A. Sauvignon 2019 DOC; e Faccino, della guida essenziale dei vini italiani doctor wine con A.A. Sauvignon 2019 DOC.



KOZMAN

LA DOLCEZZA DELL'ALTA PASTICCERIA

A cura di Tania Nardi



Il dolce è un elemento essenziale della cucina. Spesso chiude la sequenza delle portate, lasciando l'ultimo sapore e l'ultimo ricordo di un intero pasto, oppure accompagna la colazione o la merenda, di sicuro è un gradito componente dell'arte culinaria. Una produzione che si realizza attraverso il bilanciamento di tutti gli ingredienti, che devono rispettare le giuste dosi ed aggiunti secondo una determinata sequenza prestabilita. Nulla, dunque, al caso, rispettando tutti i tempi di lavorazione. Un accurato lavoro che, l'alta pasticceria Kozman, porta avanti egregiamente, utilizzando per la realizzazione dei suoi dolci materie di prima qualità, che si vanno ad amalgamare con gli aromi, il tutto realizzato con una lavorazione che rispetta i tempi di lievitazioni che oscillano tra le nove e le 72 ore, a seconda del dolce che si pre-

para. Una lievitazione naturale, essenziale per rendere i dolci leggeri, digeribili e croccanti.

La pasticceria, situata nel centro di Roma, si disloca in uno spazio moderno di 500 metri quadri, all'interno del quale un affiatato ed unito team di pasticceri collabora per sfornare una varietà di dolci di altissima qualità.

E Rami Kozman, proprietario dell'azienda pasticceria, ha fatto della sua passione per la pasticceria, il senso della sua vita, scandita ogni giorno dalle tempistiche delle preparazioni. Una passione trasmessagli dalla mamma che adorava fare i dolci, osservata sin da piccolo da Rami, che negli anni ne ha fatta la sua professione. Il laboratorio è diventato la sua casa ed il lievito madre l'essenza di tutto, un ingrediente vivo, che ogni giorno va nutrito e rimpastato con farina e zuccheri. E









quello che Rami adopera oggi è lo stesso tramandato-gli trent'anni fa dalla mamma. Ed anche tutti gli altri ingredienti sono altrettanto pregiati, come la vaniglia naturale del Madagascar, o come il burro da latte pro-



dotto da vacche allevate libere nella Maremma toscana. Dunque, tanta tradizione e manualità, due elementi indispensabili che sanno però ben integrarsi con le tecniche innovative lavorative, capaci sinergicamente di conseguire alti risultati qualitativi e quantitativi. E dal laboratorio, ogni giorno, alle prime ore del mattino, partono più di 5.000 lieviti, come croissant, brioche e krapfen, per rifornire i migliori bar di Roma e del nord Italia. A deliziare il palato di tutti i

suoi clienti, Kozman ci pensa soprattutto per le festività come quella natalizia, dove viene preparato il delizioso panettone in varie specialità: al cioccolato premiato "miglior panettone al cioccolato" 2018; il super panettone tradizionale uvetta e arancia; il panettone con l'uvetta di Pantelleria, messa a mollo nel Moscato di Terracina; il pandoro classico e quello al cioccolato; e per il prossimo Natale 2023 sarà prodotto il panettone con il cioccolato bianco francese, amarene e crema di pistacchio. Il panettone è un prodotto ricercato e richiestissimo, fatto lievitare per 48 ore.

Come di gran successo è anche la colomba, classica o farcita. Assolutamente da provare le buonissime focacce alla vaniglia e al cioccolato lievitate 72 ore, di grande digeribilità.



popolare ma chic...

MAMMARELLA UN RISTORANTE DI GRANDE OSPITALITÀ

A cura di T.N.



Il locale, gestito dai tre proprietari Mario, Michele e Raffaele, è stato chiamato Mammarella. Un affettuoso vezzeggiativo napoletano rivolto alla mamma, con il quale si vuole sottolineare, attraverso questo nomignolo, la filosofia che vi è dietro, tendente a creare la giusta atmosfera, per far sentire i propri clienti come se fossero a casa propria. Uno spirito

tutto partenopeo, caloroso ed accogliente, che nel nome e nel servizio che offre vuole paragonarsi allo slancio affettuoso di una mamma.

Un ristorante che richiama, nel design, le caratteristiche del bistrot, molto ben curato, dalle linee moderne e con un'illuminazione calda che ricrea molto questo senso di ospitalità ed accoglienza.





Mammarella si trova in Via Piave 25, in una zona molto centrale della capitale, frequentata da tanti turisti. Il locale, proprio nella filosofia dell'hospitality, è aperto tutti i giorni dalle 7:30 del mattino, fino alle 23:00, per poter accompagnare i diversi clienti lungo tutte le soste culinarie della giornata: colazione, pranzo e apericena. Diversi appuntamenti vissuti in modalità ed orari un po' diversi dai locali, rispetto agli stranieri.

La colazione, il pasto della giornata che richiede meno tempo ma tanta cura ed attenzione nella somministrazione che deve essere abbastanza veloce per permettere all'avventore di iniziare il prima possibile la sua giornata, la domenica riempie il locale ai livelli di sold out, giorno in cui, quindi, è consigliabile prenotare. Una colazione ricca che va dal dolce, dove una vetrina invita a scegliere tra croissant, muffin e torte di vario genere, fino al salato.

Il pranzo, invece, è stato pensato per le persone che lavorano, che si recano da Mammarella per lo stacco del pranzo o per fare degli incontri di lavoro. A disposizione vi sono alcune specialità tipiche, come le lasagne di Mammarella e la parmigiana di melanzane, poi insalate, le merende di Mammarella con focaccia sempre calda, secondi vari e salumi con formaggi.

A cena, il locale si diletta in un format di diverso genere rispetto al pranzo, che inizia con aperitivi a base di tapas di altissima qualità, realizzati con affettati di produzione artigianale, accompagnati da cocktail, di vario genere. È questo l'unico momento della giornata dove non si corre e dove i clienti si soffermano maggiormente nel locale, apprezzandolo a pieno nella ricercatezza delle proposte, la sobrietà degli ambienti e nella squisita cordialità e disponibilità del tritico: Mario, Michele e Raffaele.

Per tutti coloro poi che non vogliono fermarsi all'aperitivo e proseguire la serata, è possibile cenare con piatti da scegliersi dal ricco menu.



TIBÒ BOULANGERIE

LE QUALITÀ DEL PANE FRANCESE, NELLA CAPITALE

A cura di Tania Nardi

Si dice che, nessun cibo regale può essere più gustoso del pane. Un prodotto che non può mai mancare sulla tavola, ed il cui profumo, appena sfornato, non ha eguali.

E sul pane, Thibaud Lacarin, fonda tutta la sua professione, impegnandosi nel fare poche cose, ma fatte nel

modo migliore. Figlio di cuochi che hanno lavorato nelle brigate dei più prestigiosi e rinomati hotel parigini, Lacarin, non può che seguire le loro orme, cominciando già all'età di 15 anni a fare il suo apprendistato presso cucine dove lavorano i suoi genitori, e dove apprende i primi rudimenti dell'arte culinaria. Crescendo



comincia a fare esperienza specificatamente nell'ambito della pasticceria, dove nella formazione vengono anche inserite ore dedicate alla panetteria. E questa esperienza, che porterà avanti per tre anni, gli farà comprendere quanto la panificazione sia la strada che realmente vuole intraprendere. Una scelta fatta di cuore, ma anche di carattere, perché questo settore richiede dei grandi sacrifici, in primis quello di doversi svegliare prestissimo ogni giorno. Ma il sacrificio, Lacarin sembra non sentirlo più di tanto, e si immerge anima e corpo nella panificazione, che ha per lui lo stesso senso del cucinare in generale, perché partendo dall'acqua e dalla farina, come la creazione delle diverse pietanze, allo stesso modo si possono sfornare pani sempre differenti, fatti con le tante e diverse farine alle quali aggiungere sapori sempre nuovi.



Continuando con la formazione, a Parigi, farà esperienza della più alta pianificazione, entrando a far parte della squadra del Ritz, dove le sue capacità si incrementano e si affinano, ma con Fabrizio Donatone, con il quale stringe una bella amicizia, torna a cimentarsi su un panificio artigianale. Da qui la scelta di portare a Roma, nella città eterna, il pane ed i dolci francesi. Sì, perché Roma negli anni diventa, la città dove Thibaud vuole ritornare a vivere, dopo averla saggiata nel periodo della sua infanzia tra i 5 e i 10 anni, e nella quale si propone di voler portare, le farine, il burro ed i lieviti parigini, per dar vita ai famosi croissant, pain au chocolat, brioches e baguette.





Un progetto, che prende vita ad inizio 2020, con l'apertura del Tibò Boulangerie, che ha cominciato con il servire i suoi clienti direttamente a casa, visto che il tutto ha coinciso con l'inizio della pandemia e del lockdown. Un locale al cui interno son stati posizionati pannelli del 1800 provenienti da Parigi, da ex panifici di proprietà di una signora che ha creduto nel talento di Thibaud e che gli ha regalato insieme ad alcune insegne. Il Boulangerie, per ogni suo prodotto, impiega esclusivamente materie prime di alta qualità, come lievito madre, farine francesi e burro francese del Poitou-Charentes DOP. Il pane, ad esempio, viene prodotto con farine francesi senza esaltatori, ed il lievito madre che







viene impiegato è il risultato di una miscela di acqua e farina a fermentazione naturale, dove l'ingrediente segreto è la pazienza che sa aspettare i tempi di lavorazione e di riposo di ogni ingrediente. Una lavorazione che fa emergere il carattere di Lacarin, capace di lavorare la materia prima con sapienza e rispetto, per creare un prodotto che viene fuori dall'amore delle cose semplici e basilari, senza sofisticazioni di alcun genere.

Ed un pane di questa caratura, più fragrante e gustoso, fatto con lievito madre, è sicuramente più digeribile, con un indice glicemico più basso rispetto ad un pane a base di lievito in polvere o chimico, in grado, inoltre, di conservarsi molto a lungo.

Le baguette si possono provare nella versione classica, ai 5 cereali, alle olive e alle noci, mentre tra i pani sono da provare quello di farro e di segale, come i più ricercati alle nocciole, all'uvetta e ai fichi.

Tra i dolci, invece, è possibile scegliere, per degustare qualcosa di veramente estasiante, i croissant alla nocciola, il cinnamon roll e la classica brioche allo zucchero o al cioccolato. Prelibatezze che il Tibò



Boulangerie, con un ordine minimo di 15 euro, da effettuarsi entro le 12:00 del giorno prima, porta direttamente a casa, per regalare ad ogni suo cliente un pezzetto di golosità francese.



CANTIERE NAVALE SANLORENZO

LO STILE SULL'ACQUA

A cura di Tania Nardi

LUXURY



Crea il tuo stile, e lascia che sia unico e immediatamente riconoscibile (Anna Wintour). Uno stile che, i cantieri navali Sanlorenzo, ricercano attraverso la produzione di yacht e superyacht di elevata qualità e fattura, ottenuti dall'alta artigianalità, dal design inconfondibile e dall'avanzato know how tecnologico di cui dispongono. Elementi indispensabili che caratterizzano l'azienda e che le permettono di realizzare prodotti taylor made, originali, atti a soddisfare le richieste di ogni armatore.



LUXURY

L'azienda Sanlorenzo è stata fondata nel 1958 da Gianfranco Cecchi e Giuliano Pecchia con l'apertura del primo cantiere navale nei pressi di Firenze e, successivamente, nel 1972, rilevata da Giovanni Jannetti il quale lanciò nel 1985 la prima barca con scafo in fibra di vetro, decidendo di spo-





stare, poi, la sede dell'azienda ad Ameglia (SP). In fine, nel 2005, il timone passa a Massimo Perotti, che con grande slancio ed energia, prosegue la mission.

Una serie di passaggi che non hanno mai invertito la rotta, mantenendo saldi i valori e i principi di stile sul quale il brand viaggia da oltre 60 anni. Ed è proprio su queste tendenze d'impresa e di gestione che i cantieri navali Sanlorenzo sono considerati la boutique della nautica, dedita alla produzione di pochi yacht, per mantenere quegli alti standard produttivi che la contraddistinguono. Una scelta d'impresa che

porta a soddisfare le richieste di 70 clienti l'anno, prestandogli tutta la dovuta attenzione, non tralasciando mai niente al caso e curando sempre ogni più piccolo dettaglio. Un vero amore per il lavoro che ha permesso nel tempo al

brand di farsi conoscere e di crescere, riuscendo a scalare, passo dopo passo, la prestigiosa classifica global Order Book, relativa ai 20 maggiori costruttori di imbarcazioni sopra i 24 metri. Una classifica che si decreta ogni anno,



sulla rivista Boat International e che posiziona la Sanlorenzo ai vertici della graduatoria.

Oltre alla successione negli anni dei capifila, l'azienda, come ab-

biamo già accennato, ha spostato la propria sede, ampliandone anche i punti di produzione, divisi a seconda della tipologia di fabbricazione. Ad oggi, infatti, la sede

principale è situata ad Ameglia (La Spezia), nel parco naturale di Montemarcello-Magra, sulle rive del fiume Magra, dove si producono yacht di media e grande produzione. La sede di Viareggio si dedica, invece, alla produzione di yacht superiori ai 100 piedi in vetroresina ed è anche centro operativo per lo studio e lo sviluppo dei nuovi modelli. Una terza divisione è dislocata a Massa, mentre dei superyacht si occupa la sede di La Spezia.





I grandi successi conseguiti si sono avuti grazie ad un impegno costante verso l'innovazione, motore propulsore di cambiamenti che hanno dato un forte impulso all'azienda. Uno tra questi è stato quello di aprirsi al mondo del design, per riuscire a dare, ai diversi clienti, uno stile all'altezza delle aspettative, impeccabile e sempre di gran lusso. Da qui, dunque, la scelta di avviare delle collaborazioni con firme prestigiose come Rodolfo Dordoni, Citterio Viel, Piero Lissoni (dal 2018 Art Director dell'azienda), Patricia Urquiola, John Pawson e Christian Liaigre. E visto che ogni produzione è un vero pezzo unico come l'arte, l'azienda Sanlorenzo ha deciso di ampliare i propri orizzonti avviando delle importanti collaborazioni con gallerie ed istituti culturali. Una decisione che nel

2018 si concretizza con la firma di un accordo di global partnership, con Art Basel, la fiera d'arte moderna e contemporanea più significativa sulla scena internazionale, per gli appuntamenti annuali di Hong Kong, Basilea e Miami Beach. Nel 2020 Sanlorenzo diventa inoltre Institutional Patron della Collezione Peggy Guggenheim (il più importante



museo in Italia per l'arte europea e americana del XX secolo).

Nel 2022 Sanlorenzo è stata main sponsor del Padiglione Italia della

Biennale d'Arte, e nel 2024 inaugurerà la Fondazione Sanlorenzo a Venezia, a fianco alla chiesa di Santa Maria della Salute, come

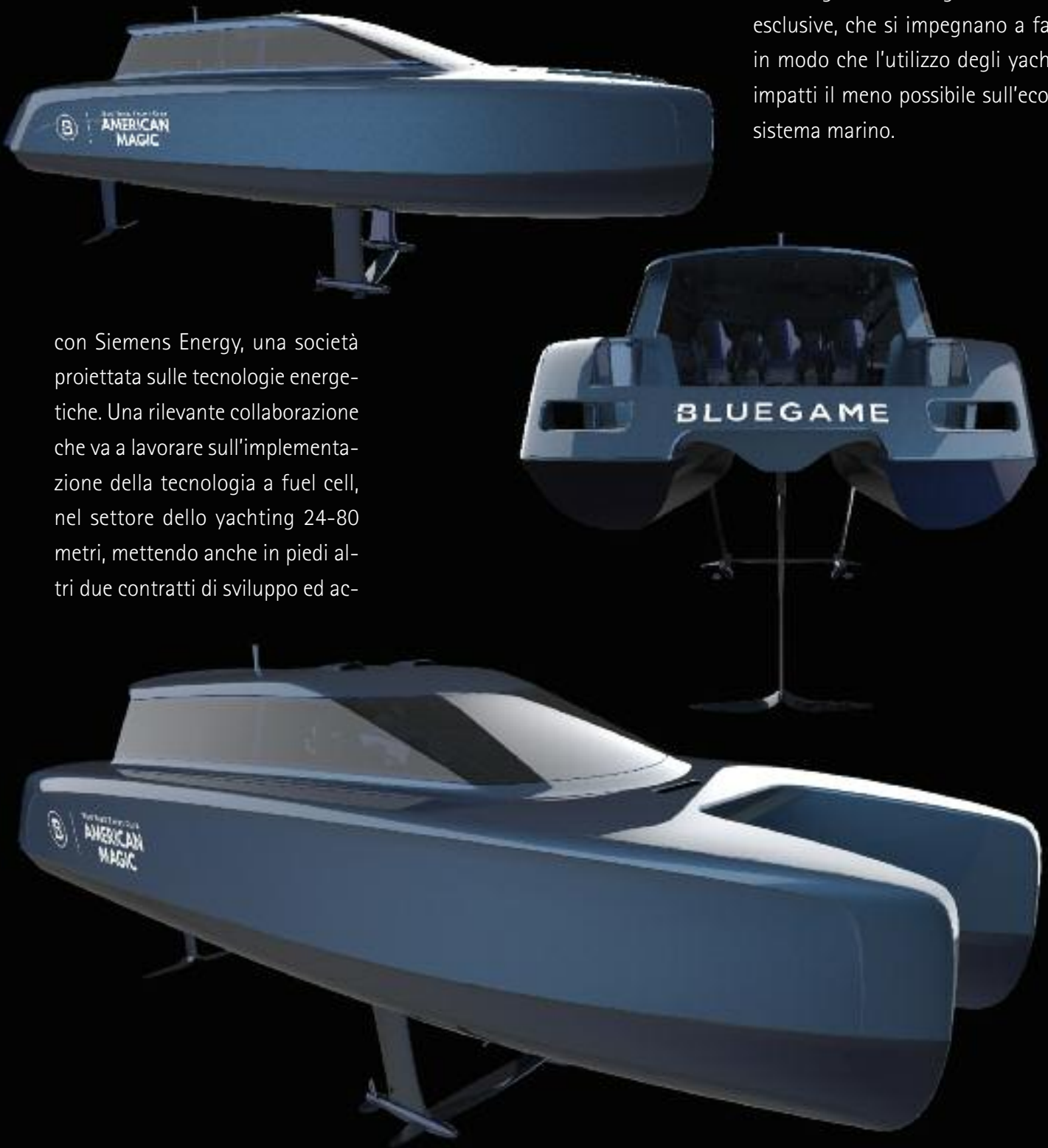
hanno appena raccontato alla stampa e ai collezionisti, nel loro stand a Basilea di Art Basel 2023, nella Collectors lounge.

Ma il vero grande cambiamento, che gli permette di diventare ancor più un'azienda leader nel suo settore, è la partnership che realizza

questo di sistemi di nuova generazione, relativi a propulsori a idrogeno come il catamarano a motore che seguirà l'American Cup nel

2024 e che andrà a 50 nodi a idrogeno. L'intero piano progettuale, che si sviluppa su tre diverse aree di competenza, si concentra su tecnologie all'avanguardia ed esclusive, che si impegnano a far in modo che l'utilizzo degli yacht impatti il meno possibile sull'ecosistema marino.

con Siemens Energy, una società proiettata sulle tecnologie energetiche. Una rilevante collaborazione che va a lavorare sull'implementazione della tecnologia a fuel cell, nel settore dello yachting 24-80 metri, mettendo anche in piedi altri due contratti di sviluppo ed ac-



LUXURY



ALLEGRIÓ

A cura di T.N.

IL RISTORANTE IN CUI
IL CIBO SI LEGA CON
LA FORZA ENERGETICA
DEGLI AMBIENTI





Parlare del ristorante Allegrío significa dover prima parlare della sua ideatrice e direttrice creativa Sabrina Corbo, una donna di una profondità e sensibilità strabilianti, capace con un sorriso di entrarti dentro. Il suo ottimismo lo sprigiona in ogni suo gesto e parola, sempre pronta a

a Roma, in via Vittorio Veneto 114. Sabrina è italo-britannica e passa una buona parte del tempo in Inghilterra, nella quale ha potuto farsi un'idea di come gli italiani vengono visti dagli stranieri. Una visione che si è resa più forte e consistente durante il periodo della pandemia, vissuto da Sabrina



vedere il bene in tutte le persone, dalle quali poi scaturiscono le situazioni che si vengono a creare. Ed è proprio la situazione creatasi in un viaggio ad essere stata l'incipit di un desiderio, di un pensiero che ha cominciato a prender sempre più forma ed identità, fino a diventare il ristorante Allegrío, sito

in Inghilterra, dove le immagini degli italiani alle finestre che cantavano e non si davano per vinti, venivano trasmesse nel paese anglosassone per mostrare la forza d'animo del popolo italiano, che non si lasciava sopraffare dagli eventi. Un grande tributo, che la Corbo ha fatto suo, comprendendo





quanto lo spirito sia essenziale, capace di trainare tutto. Una luce, un sole presente in ogni persona ed in grado di darti una forza senza limiti. E su questi elementi, di forza, coraggio e sole il ritorno in Italia e l'occasione di un locale a Roma, porta senza indugi Sabrina a lanciarsi in questa esperienza, nella quale cerca di legare il gusto dei cibi con la forza energetica degli ambienti. Ambient food suddivisi in 4 stanze dedicate: Joyful, Lucky, Intrepid e In Love. Sabrina, da sempre appassionata di design, ha cercato, attraverso questo, di realizzare degli ambienti in grado di suscitare emozioni, e come lei

stessa ci spiega, luoghi non dove l'ospite debba adattarsi, ma luoghi che si adattino alle esigenze degli ospiti. Un capovolgimento non da poco, che con maggior forza va a sottolineare il perché l'Allegrío proponga esperienze. E per quanto accennato più sopra, il logo simbolo, realizzato dall'artista contemporaneo Lello Esposito, è un sole che racchiude l'ottimismo e la forza.

Il locale, caldo ed elegante, si presenta in una fusione di stili che lo rendono davvero unico. D'impatto ad accogliere i clienti, campeggia all'ingresso un bancone di bronzo e legno con il logo, entrambi rea-



Foto di *Ciro Attanasio*

lizzati dallo scultore bronzista Marco Riccardi. L'illuminazione del locale è invece studiata dall'architetto Massimiliano Baldieri, mentre Moritz Waldemeyer, light designer britannico-tedesco di fama internazionale, ha creato con la sua installazione "Where the Stars Align", un'atmosfera esclusiva e di grande originalità, che accompagna gli ospiti nei i diversi mondi di Allegriò. Ogni ambiente si contraddistingue per una determinata wallpapers, caratterizzata da decori e disegni



dipinti a mano. Un elemento davvero peculiare della location, sono le 500 rose posizionate nella stanza In Love, tra le quali ci sono anche

quelle di porcellana di Capodi-monte realizzate dalla bottega Barra del 1922. Disposte, invece, per tutto il ristorante si trovano le

LUXURY

decorazioni su porcellana di Matilde Argiolas e Marie Daâge e le sculture di bronzo di Lello Esposito, che rappresentano il sole, le sirene,

ranea romana, realizzata dall'executive chef Daniele Creti e dal sous chef Marco Melatti. Il ristorante, accompagna la clientela per tutta

la giornata, aprendo con il breakfast a cura del pastry chef Mario Di Costanzo, per proseguire con il business lunch e l'aperitivo, fino ad arrivare alla cena ed al dopocena con una drink list curata da Alessio Navacci e Riccardo Martellucci.



Foto di *Ciro Attanasio*



i corni, le maschere e San Gennaro. Mentre tutte le opere della Lucky room son tutte di Lello Esposito. La proposta culinaria è contempo-



Foto di *Ciro Attanasio*

AZIENDA CHELINI

CULTORI DELLO STILE

A cura di Tania Nardi





L'azienda Chelini nasce a Vinci in Toscana e dal 1950 si occupa di produzione di complementi d'arredo su misura. Un tailor made dalle linee inconfondibili, armoniose ed eleganti, che ha saputo conquistare il mercato, rendendo l'azienda una delle più rinomate nel settore del

mobile. Ed il tailor made, per la famiglia Chelini, non è solo un servizio da offrire ai propri clienti, ma la loro cultura d'impresa che punta sempre a realizzare prodotti esclusivi che soddisfino ogni tipo di richiesta ed esigenza.

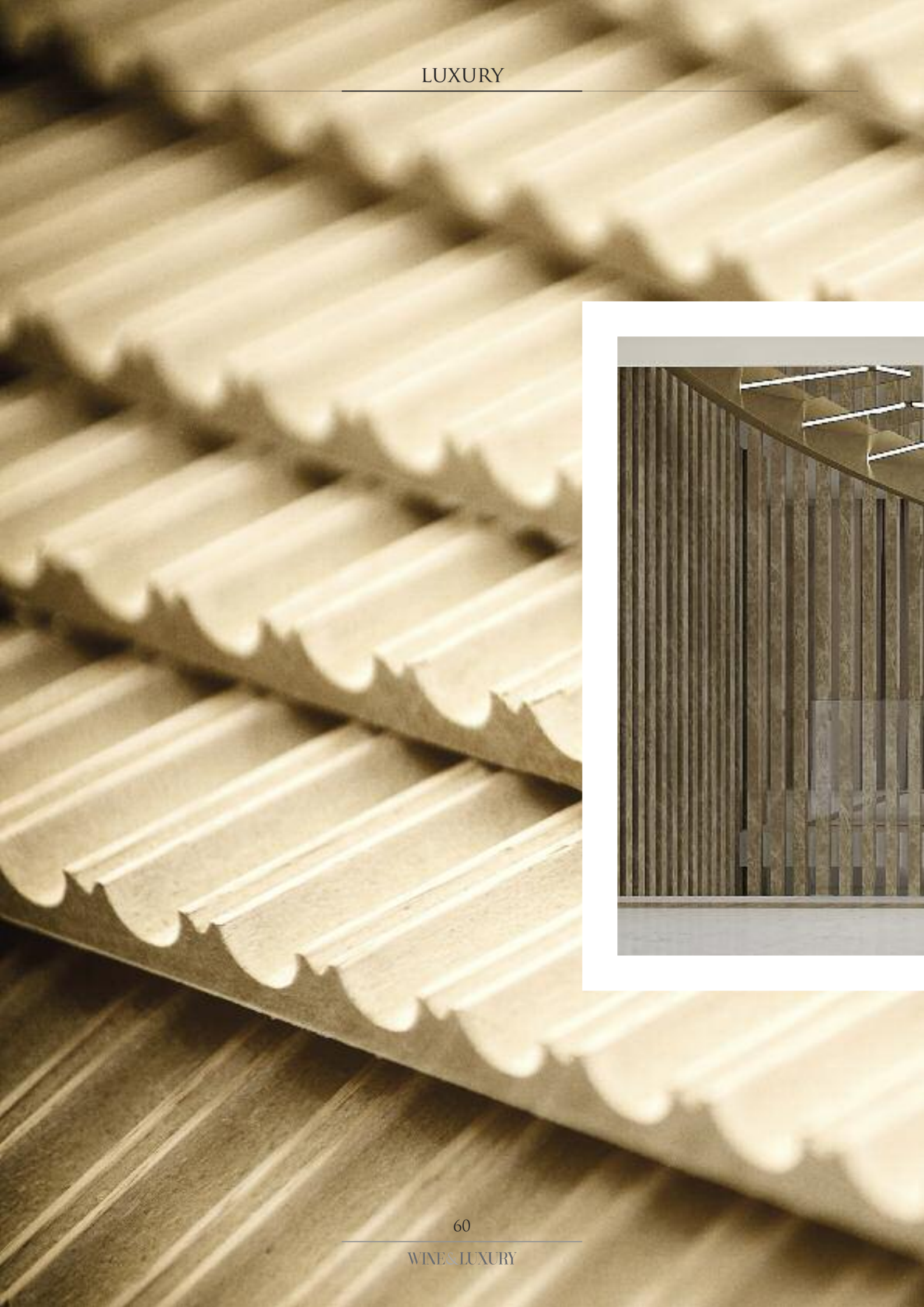
Ogni produzione viene seguita con grande cura, dedizione ed atten-

zione, implementando con solerzia ogni singolo passaggio; realizzazione, progettazione, la scelta delle materie da impiegare, esecuzione, assemblaggio e montaggio dell'arredo finito.

La fase della progettazione viene elaborata inizialmente a mano libera e riportata in cad dai progettisti, che attraverso appositi software, la rappresentano in 3D, dove rendering fotorealistici permettono di dare subito al cliente una precisa idea visiva del lavoro finito.

Il lavoro manuale viene, invece, effettuato dagli artigiani nell'apposito reparto dedicato alla falegnameria, dove grazie all'utilizzo delle migliori tecnologie esistenti nel settore, ogni singolo





LUXURY

elemento d'arredo viene creato e rifinito. Ed in fine il montaggio, eseguito da una squadra di montatori professionisti per dare al cliente il prodotto ultimato. Un lavoro sinergico, che mette in

brand, sia a livello nazionale che a livello internazionale. Un traguardo conquistatosi grazie alla grinta di Massimo Chelini, l'imprenditore dell'azienda, e da un lavoro sempre puntuale, che si



gioco tutte le risorse professionali dell'azienda, che per realizzare i diversi componenti d'arredo riesce a ben dosare l'aspetto artigianale con l'avanzata tecnologia di cui dispone. Un connubio vincente che ha fatto conoscere negli anni il

occupa di più aspetti contemporaneamente riguardanti la gestione e la coordinazione dell'intero team professionale e dei general contractor. E grazie a queste capacità ormai ampiamente accreditate, l'azienda Chelini ha potuto strin-





gere solide partnership con rilevanti professionisti nel settore, come architetti, ingegneri e light designers e con importanti fornitori di materie prime. Collaborazioni che hanno il comune intento di fornire il prodotto più esclusivo e di qualità, con il fine di soddisfare ogni richiesta avanzata dal cliente. Da qui partnerships con il mercato svizzero, che hanno permesso all'azienda di partecipare a complesse operazioni da General Contract, relative all'impiego di trasporti aerei per il recapito di materiali su impegnativi rooftop. I materiali, di prima qualità e di grande prestigio, sono il vero fiore all'occhiello dell'azienda che è orgogliosa di proporre al mondo un

elevato prodotto Made in Italy. Materiali pregiati, dalle finiture raffinate che nascono dalla collaborazione con i migliori marchi dell'artigianato toscano (dagli imbottiti ai tessuti, dagli apparecchi illuminanti ai rivestimenti, dagli elettrodomestici alla ferramenta) e



che rendono il brand Chelini, la soluzione migliore per i clienti che riceveranno un progetto chiavi in mano completo. Una serie di elementi d'arredo che l'azienda posiziona all'interno di abitazioni, di residenze di stile, di uffici, alberghi ed esercizi commerciali, dove la ricercatezza non passa mai inosservata. Un design, quello della famiglia Chelini, che non li qualifica come dei semplici arredatori ma come cultori dello stile impeccabile ed unico.



LUXURY

ELITE SALENTO IL LUSSO CHE NAVIGA

A cura di T.N.



LUXURY

Ed è qualcosa da cui non puoi scappare. Il mare... Ma soprattutto: il mare chiama... Non smette mai, ti entra dentro, ce l'hai addosso, è te che vuole... Puoi anche far finta di niente, ma non serve. Continuerà a chiamarti... Senza spiegare nulla, senza dirti dove, ci sarà sempre un mare, che ti chiamerà" (Alessandro Baricco).

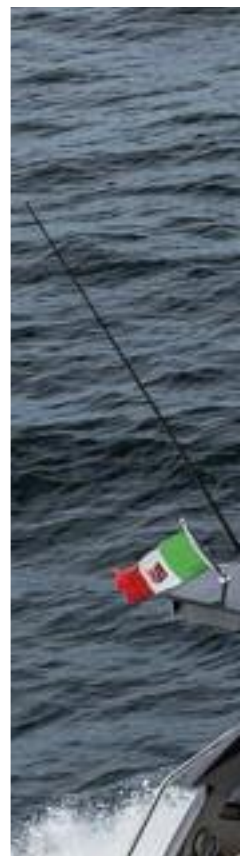
nautica che colmi quell'irrefrenabile desiderio di infinito, che alberga in molti di noi. E di un'esperienza simile, se ne vogliono fare fautori, la Elite Salento, un brand specializzato nel daily cruise. Non una semplice azienda di noleggio imbarcazioni, ma un servizio che vuole offrire sensazioni impagabili, capaci di essere autenticamente vissute, per poi



Ed ogni mare che chiama ha anche bisogno di una imbarcazione per poterlo solcare. Di un'imbarcazione dalla quale poterlo ammirare per ore ed ore, perdendosi e ritrovandosi in una esperienza

diventare ricordo profondo, intramontabile.

L'azienda, giovanissima, nasce nel 2022 dall'idea di un gruppo di imprenditori, specializzati nel settore costruzione ville di lusso, operanti



sul territorio e dediti a costruzioni sia moderne che tipiche della zona, e che intuitivamente hanno pensato di espandere il loro business nel settore dello yachting. Un settore che impiega le imbarcazioni per il puro svago. Ed ogni imbarcazione che è entrata a far parte della flotta dell'Elite Salerno, è nuova e di proprietà, varata tra il 2022 ed il 2023.

Ovunque il desiderio del mare aperto e sconfinato chiami, la Elite Salento risponde con una serie di imbarcazioni tra cui poter scegliere, in funzione dei propri gusti, delle esigenze e delle personali inclinazioni. Dunque una piccola flotta di imbarcazioni messe a disposizione dei clienti, che spaziano, per di-



LUXURY







mensioni ed importanza, dalla piccola Tommy, un gozzo vintage, per salire con la più performante Magic Rita, imbarcazione super moderna, dotata di wi-fi e bluetooth a bordo. Ogni imbarcazione viene presentata da catalogo con tutte le sue caratteristiche, i servizi di cui dispone ed il prezzo giornaliero, per poter far decidere ai diversi clienti con un semplice clic quella che più piace, e poter cominciare da subito a sognare ad occhi aperti.

Ed è proprio già da qui che l'esperienza inizia a prender forma, per

poi affidarsi completamente nelle mani dell'azienda Elite Salento, che saprà confezionare una meravigliosa esperienza marina di gran lusso, dove il lusso viene espresso come la più alta espressione di libertà.

Per chi ne necessita, l'azienda mette a disposizione il luxury car pick up, un efficientissimo e comodissimo servizio che va a prendere i clienti direttamente presso le loro residenze, o in hotel, per portarli diretti davanti al loro sogno, che prenderà il largo.

A bordo sarà presente una selezionata scelta di champagne e vini dei più pregiati marchi locali ed internazionali, da degustare con lo sguardo perso verso l'orizzonte, dove l'immensità del cielo e del mare si incontrano.

I menù offrono una deliziosa varietà di sushi locale, ostriche freschissime e tutti i prodotti tipici locali, di grande qualità. La Elite Salento mette inoltre a disposizione dei suoi clienti un customer service dedicato e skipper di elevatissima esperienza internazionale.

VINCENZO FALCONE

GENERAL MANAGER
DEL BULGARI HOTEL

A cura di Tania Nardi



Ad aprirci le porte del meraviglioso Bulgari Hotel di Roma, è il General Manager, Vincenzo Falcone, onorato di trovarsi alla guida del primo hotel romano sotto il marchio Bulgari. Un incarico di rilievo che gli darà modo, ancora una volta, di poter mostrare tutti gli anni della sua comprovata professionalità in questo campo, arricchitasi dalle sue personalissime doti, espresse non solo nel suo quotidiano lavoro, ma anche attraverso la sua notevole capacità di insegnarle e trasmetterle al suo team.

Precedentemente alla guida del Bulgari hotel di Milano, Falcone ri-

conosce l'autenticità e la familiarità di questo brand, caratteristiche che lo rappresentano in pieno, in un ambiente nel quale ha sempre lavorato piacevolmente, grazie soprattutto a questa condivisione di valori.

E di valori sui quali il Bulgari ha fondato il senso dell'hospitality, ce ne sono diversi, e su quelli ogni giorno Falcone impronta e porta avanti il suo inestimabile lavoro. L'impegno profuso da tutto il team, è quello di ricreare ambienti, servizi ed interazioni di vario genere, che siano in grado di promuovere e trasmettere il concetto del "sentirsi a casa". Un concetto

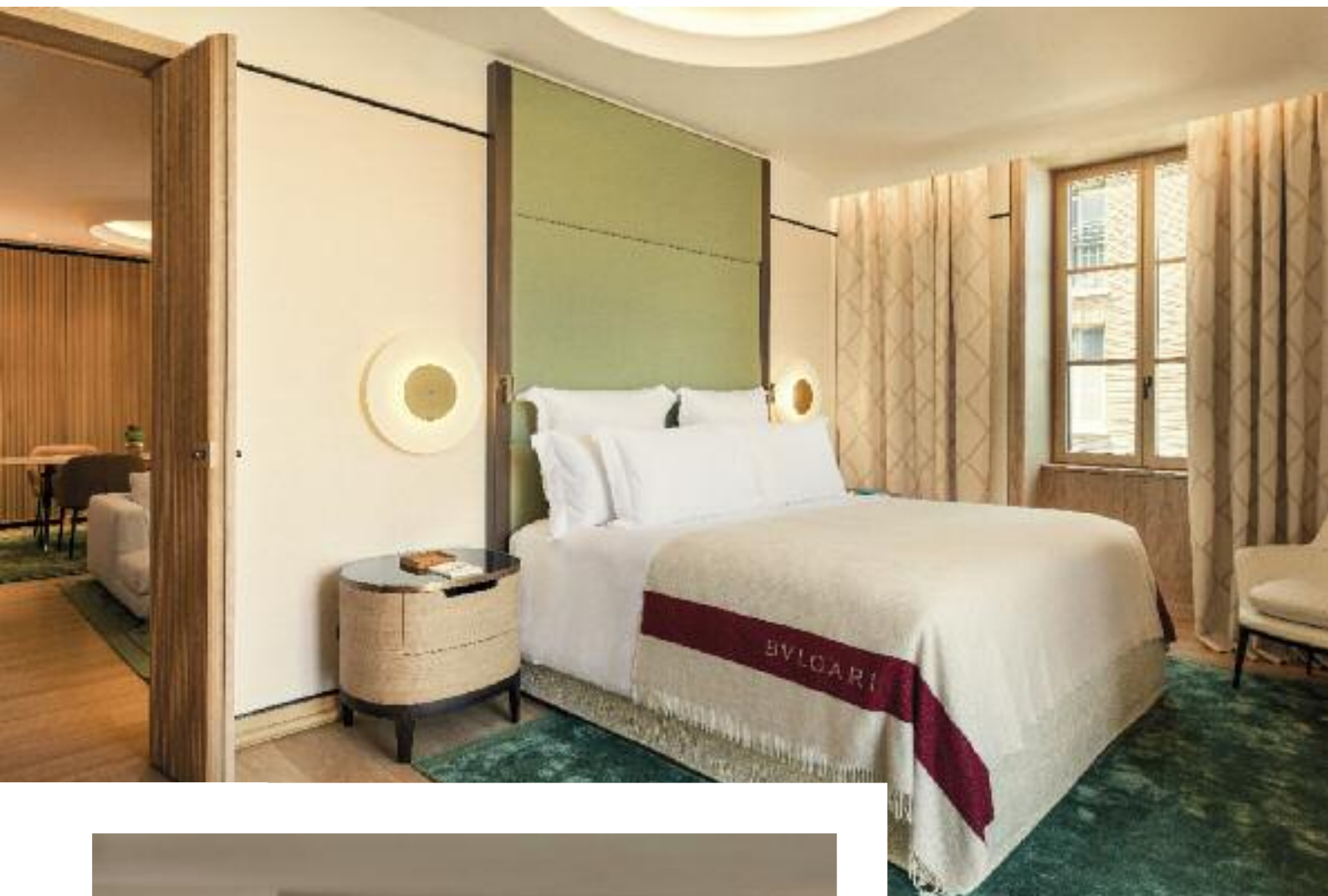
da tutti gli hotel anelato, ma veramente da pochi raggiunto e somministrato agli ospiti, nelle sue diverse declinazioni. A tal proposito, ci spiega Vincenzo, il far sentire un cliente come se fosse nel suo ambiente familiare, è un servizio che può essere raggiunto attraverso lo studio accurato del design e dell'architettura, capace di ricreare negli ambienti determinati confort. Ma la vera differenza, per far veramente provare questa sensazione, è data dall'affabilità del personale. Un'affabilità che però deve a tutti gli effetti essere autentica ed informale, mai forzata. Ed è infatti, proprio su queste

soft skills che il personale viene reclutato, spronato sul campo ogni giorno a mostrare e ad implementare queste qualità innate, ognuno seguendo la sua propria e naturale tendenza. Come non apprezzare, dunque, ci continua a raccontare il General Manager, questi ragazzi

che ogni giorno, nel lavoro che svolgono, ci mettono sempre sé stessi. E quel dare sé stessi rende ancora più grande l'offerta, facendo provare a pieno quella sensazione del "sentirsi a casa". Continuando a discorrere piacevolmente con Vincenzo gli chie-

diamo di dirci le motivazioni per le quali ogni mattina si sveglia e va a lavorare. Una domanda che per molti potrebbe essere nulla, a dimostrazione di quanto il lavoro svolto non sia affatto piacevole. Un riscontro che non troviamo con Falcone che, invece, con grande entusiasmo ci risponde elencandoci in rapida sequenza ben tre motivazioni: la genuinità dei rapporti; il dialogo continuo con il team, per instaurare non adeguati rapporti professionali, ma per creare rapporti umani veri; una continua osservazione ed analisi delle diverse situazioni all'interno dell'hotel, per anticipare quelle che





sono le aspettative e le necessità dei clienti.

E su questa scia, Vincenzo ci erudisce sul concetto di lusso, fiore all'occhiello dell'albergo, che deve essere visto come la massima espressione della libertà. Una realtà che conferma ancor di più gli elementi cardine sui quali il brand Bulgari si impronta: meno regole imponi al cliente, proprio come tra le mura della propria casa, e più l'esperienza che si vivrà risulterà libera e quindi, di lusso.

PALAZZO DI VARIGNANA

IL RISTORANTE FINE DINING IL GRIFONE

A cura della redazione



LUXURY

Ad un anno dall'apertura, Il Grifone, ristorante fine dining di Palazzo di Varignana, entra all'interno della Guida Michelin. Situato all'interno del resort bolognese, che comprende anche un'azienda agricola con produzione di olio, vino e frutta, l'offerta fine dining del ristorante il Grifone propone una cucina che riparte ogni volta dall'amore per il territorio che lo circonda, dai frutti della sua azienda agricola, dal suo Olio extravergine di Oliva.



Ed il rispettare i tempi della natura è alla base della filosofia gastronomica. Con l'arrivo della primavera e dell'estate il ristorante propone una nuova carta studiata per celebrare, attraverso ogni piatto, la stagionalità delle materie prime, assecondando allo stesso tempo le inclinazioni territoriali e i ricordi d'infanzia dello Chef. Il nuovo menù rivolge uno sguardo al territorio che circonda il Palazzo di Varignana, abbinando le migliori materie prime all'offerta di prodotti primaverili dell'azienda agricola stessa. All'interno dei nuovi piatti ritroviamo le erbe aromatiche dell'Orto Giardino del Rio Rosso, i frutti dimenticati, le fra-





goline di bosco e le coltivazioni di zafferano del Resort, che si rivelano in abiti nuovi, dialogando con le carni e i pesci della regione, nella carta de Il Grifone. Nella carta sono 4 i piatti che meglio rappresentano la filosofia e l'identità del ristorante studiati dall' Head Chef Francesco Manograsso.

ANIMELLE E ANGUILLA AFFUMICATE.

Un tuffo nelle vicine Valli di Comacchio, con il sapore deciso dell'anguilla che si combina perfettamente alle animelle. Un piatto che fa da perfetto transito dalla stagione invernale a quella primaverile, grazie all'utilizzo del

cavolfiore fermentato abbinato a verdure di stagione come il sedano ed il cetriolo, dai quali viene ricavato un estratto che conferisce freschezza al piatto.

piatto la dolcezza del crostaceo incontra l'acidità del kefir, e la croccantezza dell'asparago crudo di primavera unito alla freschezza della fragola.

Palazzo di Varignana. In questo risotto il profumo dolce del limone nero fermentato si unisce alla mandorla per donare il perfetto contrasto all'acidità del mollusco.



CRUDITÀ DI GAMBERI DELL'ADRIATICO

Il gambero riposa su un letto di kefir di capra, ottenuto dalla lavorazione del latte di capra. In questo

RISOTTO ALLE OSTRICHE

Un piatto nato per esaltare l'ostrica, mantecato con olio e "burro", ottenuto da una particolare lavorazione delle mandorle di

AGNELLO ARROSTO

Morbido all'interno e croccante esternamente, l'agnello fa da padrone nel piatto. Il contorno di carciofi celebra la bella stagione e si



unisce al crescione di ruscello, che dona un tocco di freschezza.

L'offerta culinaria è proposta all'interno di una dimora storica del '700 bolognese e si articola, alla

sera, in due menù degustazione di quattro o sette portate, oppure con un menù alla carta, che comprende proposte sia di mare che di terra. Le ricette si caratterizzano per il gusto moderno con un attento mix di sapori e colori. Un incontro tra sguardo e gusto, che restituisce all'ospite il sapore di una terra di mezzo, costituita dall'aspra dolcezza delle colline d'Emilia e la vibrante forza del mare di Romagna.

La proposta gastronomica portata in tavola è parte dell'incontro tra queste due visioni di un territorio

baricentrico, fatto di culture contigue, ma tra loro molto distinte, unite dalla storia ma divise dalla geografia degli uomini. In tavola, queste due realtà, le troviamo ridisegnate in percorsi di dialogo inaspettati: tra carne e pesce, dolcezza e sapidità, profumi di mare e consistenze terracquee. In un rimescolamento di sensazioni palatali e olfattive che si propongono come la chiave di interpretazione di una cucina altrettanto eclettica, quanto lo spazio che la ospita.

Il ristorante "Il Grifone" completa l'offerta gastronomica di Palazzo di Varignana affiancando il ristorante Aurevo con la sua cucina contemporanea, Le Marzoline, dedicata alla cucina tradizionale emiliana e il Treno Reale - Carrozza Ristorante, un'autentica carrozza d'epoca classe 1921.



ARREDAMENTO SU MISURA CON STILE



Chelini
italian project

www.chelini.eu