

#cioccolateria #confetteria #gelateria #confezionamento #caffetteria #cucina

# PASTICCERIA INTERNAZIONALE

Pomati®  
CHOCOLATE TECHNOLOGY

## T-LINE

Trasforma la tua Temperatrice  
in una Linea



Poste Italiane Spa - Spedizione in Abbonamento Postale DL 353/2003 (Conv. In L. 27/02/04) Art. 1 Comma 1 - NO/TORINO N. 09/2021 - IP - ISSN 392-4718

novembre - dicembre 2021 | n° 332 | Anno 44

# IL SUCCESSO DEL PANETTONE IN FRANCIA (E NON SOLO)



Attraverso un processo lento, ma graduale, il panettone è riuscito a diventare in Francia un "oggetto del desiderio". Presente sul mercato grazie all'azione congiunta degli importatori e delle épiceries italiane, il più famoso dei dolci natalizi del Belpaese è stato infatti adottato dai professionisti d'Oltralpe, che amano confrontarsi con la sfida della sua complessa realizzazione, e dai loro clienti, che ne hanno fatto un dolce immancabile sulle tavole delle feste di fine anno, insieme a *bûche* e *galette des rois*. Una permeabilità commerciale e di costume che testimonia, aldilà di tutto, il grande interesse che il comparto alimentare italiano riesce a suscitare nell'Esagono. Abbiamo incontrato più attori di questa sfaccettata storia di penetrazione commerciale e culturale, e ciascuno ha proposto chiavi di lettura molto interessanti. Il tutto intercalato dalla presentazione delle collezioni di Natale dei principali marchi. Da settembre, sulla scia del mondo della moda, gli artigiani aprono a Parigi le porte dei loro laboratori o affittano siti culturali per invitare i giornalisti e mostrare i frutti della loro creatività. Come succede durante le *fashion week*, per giorni ci si sposta da un luogo all'altro, alla volta dell'assaggio di *bûche*, *galette* e cioccolatini. Quest'anno, l'immaginazione prende spunto dalla voglia di ritrovare la normalità, la libertà ed il gusto di socializzare.



**LAURENT TRÉGARO**  
responsabile acquisti dei prodotti  
en libre service Grande Épicerie del Bon Marché,  
Parigi - [lagrandeepicerie.com](http://lagrandeepicerie.com)

**Quando è entrato il panettone nella vostra selezione?**

L'inizio dell'interessamento a questo prodotto straordinario risale al 2003. All'epoca, secondo i nostri registri avevamo 3 o 4 referenze in vendita e, dato il posizionamento del grande magazzino, ero alla ricerca di prodotti alimentari di qualità. Gradualmente, anno dopo anno, la richiesta è aumentata e abbiamo lavorato all'ampliamento dell'offerta. Oggi abbiamo 25 referenze, tra cui qualche pandoro, con un crescendo di gamma, prezzo e formato (da 100 g ad 1,5 kg), per far sì che i clienti possano avvicinarsi alla qualità ed alla storia in svariate declinazioni.

**Come avete deciso di introdurre questa icona italiana?**

La scelta del panettone è venuta dopo esserci confrontati con esperti di cibo italiano a Parigi, dopodiché abbiamo effettuato dei viaggi in Italia (come avvenuto in precedenza in Inghilterra, per il *Christmas pudding*, o in Spagna, per il *Turrón*) ed abbiamo afferrato al volo le occasioni che ci venivano proposte.

**Quale importanza riveste il catalogo italiano nel vostro grande magazzino?**

Alla Grande Épicerie il reparto italiano è il secondo per dimensioni, dopo quello francese, e per arricchirlo costantemente mi reco ai principali appuntamenti del settore.

**Come ha reagito all'inizio la clientela?**

Una delle primissime reazioni, ricordo, verteva sull'apprezzamento o meno della frutta candita: un elemento capace di dividere i gourmet in due partiti, seppur ugualmente epicurei. Una seconda

**VINCENT GUERLAIS**  
[vincentguerlais.com](http://vincentguerlais.com)

Il presidente di Relais Desserts International ha ideato una collezione nella quale ha inserito una *bûche* con mousse al cioccolato Ecuador 50%, con pere alla vaniglia, caramello e mandorle, una tavoletta di fondente e gianduia, cosparsa di frutta secca, e tre cofanetti di cioccolatini.



caratteristica, anche questa importante, riguardava il piacere della condivisione che il panettone suggerisce istantaneamente, mentre un terzo aspetto è che i parigini hanno iniziato a considerarlo sia come dolce da consumare che come oggetto regalo, confezionato in scatola di latta (foto in apertura).

**Come si è evoluta questa relazione tra parigini e panettone?**

Oggi hanno letteralmente adottato questo prodotto! Da 20 anni figura sui nostri scaffali e a Natale troneggia sul furgoncino allestito all'entrata. Una longevità che la dice lunga sul successo. Con il tempo abbiamo aumentato la qualità dell'offerta e ci siamo specializzati, mentre, parallelamente, osservavamo che anche la grande distribuzione si affacciava sempre di più.

**Quali sono il volume di prodotto e la selezione di marchi che**

**oggi mettete a disposizione della clientela?**

Quest'anno abbiamo ordinato 20.000 esemplari di panettone disponibili unicamente per le feste natalizie, dato che non è facile venderlo fuori stagione. La scelta dei marchi spazia da Le Tre Marie fino a Fiasconaro/Dolce&Gabbana, passando per Pasticceria Cova, Flamigni, Les Deux Siciles di Apogei, Christophe Louie e il prodotto a marchio Grande Épicerie, declinati nelle versioni tradizionale, ai *marrons glacés*, con crema di pistacchio o agrumi di Sicilia.

**E il pandoro?**

L'offerta resta per il momento limitata anche se, con il tempo,

abbiamo intessuto un dialogo permanente con i fornitori che, in alcuni casi, hanno accettato di ridisegnarne il packaging per conquistare con maggiore efficacia il pubblico francese. D'altronde, il successo del panettone Fiasconaro nato dalla collaborazione con la moda è un esempio lampante della crescita dei lievitati anche da noi, poiché sposa la nostra missione, che è quella di stupire e soddisfare sempre il cliente.

**Quali novità offrite a Natale?**

Quest'anno aggiungiamo i prodotti di Dacasto Gran Pasticceria di Alba, di scuola piemontese (foto Virgine Garnier).

**HUGO&VICTOR**

[hugovictor.com](http://hugovictor.com)

Sotto le volte degli splendidi saloni d'apparato della Comédie Française, al Palais Royal, **Hugues Pouget** ha concepito una collezione ricca di proposte nostalgiche e consolatorie. Cinque *bûches*, un dolce delle feste, una brioche, due gallettes dolci e una salata compongono il catalogo. La **bûche Grimoire**, con semifreddo a base di caramello, vaniglia e cioccolato, è studiata per essere spedita; la **Clémentine** è una declinazione dell'agrume mescolato alle mandorle; la **Combawa** celebra le note acidule con un mix di combawa (agrume), yuzu ed ananas; la **Mendiant** elimina le materie prime di origine animale ed esalta la frutta secca, mentre la classica **Bûche Enveloppé** valorizza il cioccolato ed il viaggio alla scoperta dei Paesi produttori di cacao (in foto). Il marchio ha inoltre concepito un dolce per la collaborazione con **Barons de Rothschild** da abbinare allo Champagne cuvée Blanc de Blancs, a base di yuzu, cremoso di limone Konatsu e bavarese con infusione di salvia fresca.

**THOMAS TEFFRI-CHAMBELLAND**

**direttore dell'École Internationale de Boulangerie**  
[ecoleinternationaledeboulangerie.fr](http://ecoleinternationaledeboulangerie.fr)

**Quando ha cominciato ad interessarsi al panettone?**

Una decina di anni fa, ma mi occupo di lievito madre da più di 20 anni. Sono rimasto affascinato dal volume, dalla conservazione, dagli aromi e dall'assenza di acidità di questo dolce. Poi, con il tempo, mi sono immerso nella conoscenza del prodotto e la mia formazione da biologo mi ha aiutato non poco a padroneggiarne i segreti.

**Quali sono stati i suoi maestri e gli strumenti di approfondimento?**

Ho incontrato **Rolando Morandin** e poi altri esperti, grazie ai quali ho appreso la tecnica della lavorazione, in un periodo in cui era difficile trovare informazioni e letteratura. Oggi, invece, c'è un'effervescenza unica intorno al mondo dei prodotti a base di lievito madre.

**Come spiega il successo che il panettone riscontra presso i professionisti francesi?**

L'interesse straordinario è dovuto al prodot-

to in quanto dolce unico per i motivi che spiegavo. Le persone che lavorano il lievito madre hanno a che fare con reazioni batteriche e cercano di ottenere un certo tipo di acidità nel prodotto finale, ma nel panettone non c'è acidità e ciò è stupefacente! Quasi un *coup de théâtre* per il francese abituato ad un'altra reazione da parte dell'impasto. C'è poi da dire che si tratta di un prodotto difficilissimo, perché obbliga ad una scelta meticolosa delle materie prime, alla gestione permanente del lievito madre, delle fermentazioni, delle cotture, ed ogni tappa contiene impedimenti, da risolvere senza commettere errori. Questa sfida crea desiderio di emulazione e ciò si trasforma in un elemento capace di unire, che dà emozione.

**Possiamo usare il termine brioche per il panettone? E ha senso soffermarsi****sull'uso dei termini impiegati?**

In effetti si tratta più di un dolce che di una *brioche*, ma l'uso delle parole tiene sempre conto del contesto in cui si usano. Quindi, ho la tendenza ad avere uno sguardo più ampio e ad abbattere le barriere che i nomi stessi innalzano tra prodotti che possono essere simili.

**Può spiegarci meglio?**

Le persone mangiano pane a base di acqua, farina e lievito madre da circa 14.000 anni, salvo che, un secolo fa, il lievito madre è stato sostituito con il lievito. Da sempre, un mezzo per lottare contro la povertà e nobilitare questi impasti semplici è stato quello di aggiungervi frutta secca, burro, uova, zucchero, miele, uvetta... e ciò è avvenuto in tutta Europa. Storicamente, nel nostro continente i pani delle feste erano arricchiti con uova, zucchero e altre materie prime e la parte grassa poteva essere costituita da burro, olio o panna. Ovunque si trovano prodotti di questo tipo legati alle feste religiose e ap-

“ Il panettone crea una sensazione di meraviglia, accomuna i colleghi che operano in laboratorio e ci restituisce uno sguardo da bambini ”

partenenti alla famiglia dei *pains enrichis* o *pains des fêtes*. Io li chiamo *brioche* in maniera generica. E, fino all'inizio del XX secolo, erano a base di lievito madre. Il panettone appartiene a questa famiglia che ha resistito nel tempo senza cedere al lievito. Fatta questa premessa, la brioche francese è un prodotto a base di lievito: l'impasto non contiene frutti e le texture sono diverse, così come avviene anche tra panettoni provenienti da varie zone geografiche. Il tradizionale, quello degli anni '50, è molto diverso da quello di oggi, perché ora abbiamo farine più forti, prima inesistenti, e possiamo arricchirle di burro e altre materie prime.

**Lei è anche l'autore di un libro sul panettone: con quale obiettivo lo ha scritto?**

*Panettone et viennoiserie au levain* (Bread éditions) è uscito nell'ottobre 2020, in francese, inglese e spagnolo, e poi è stato tradotto in italiano. Mi si sono dedicato ad effettuare analisi genetiche per capire le

dinamiche delle popolazioni dei microrganismi nel lievito madre, analisi che ho approfondito per il panettone e ho avuto dei risultati straordinari. Ho osservato, cioè, che avvengono evoluzioni eccezionali, come la scomparsa del fermento principale negli impasti finali, a cui segue un'esplosione di elementi fermentanti minoritari proprio nella fase finale. Si tratta di un aspetto interessante dal punto di vista biologico, che conferisce grande diversificazione al prodotto.

**Da cosa deriva l'importanza di questa osservazione?**

In linea generale, nel lievito madre sono presenti un lievito e un batterio principale, che compiono il lavoro, e centinaia di batteri minoritari, con ruolo molto meno rilevante.

Nel panettone, il batterio maggioritario è limitato dal tasso di zuccheri della fase finale e muore. Ciò non si verifica durante l'impiego di lievito madre in panificazione,

in cui si opera grazie al lattobacillo *San Francisco*. La morte del batterio principale crea un terreno vergine per i batteri minoritari che, quindi, si sviluppano agevolmente. Ogni lievitista, in questa fase, può intervenire e immettere la propria personalità, attraverso la tecnica che adotta per sviluppare i batteri minoritari a seconda del ceppo di lievito madre. È, in sostanza, un aspetto che avvicina il nostro lavoro al mondo del formaggio, in cui partendo da un latte comune si sviluppano fermenti diversi.

**È questa scoperta che ha dato il via all'idea della pubblicazione?**

Quando ho fatto questa scoperta, ho pensato fosse uno *scoop*. Ma, non essendo uno scienziato, ho preferito pubblicare un libro per i colleghi.

Un libro che, nella parte dedicata al panettone, vuole guardare al lato concreto, con ricette e consigli per demistificare il mito di questo dolce, troppo spesso percepito come inarrivabile. Volevo mostrare che la lavorazione poteva essere accessibile, utilizzando le giuste chiavi di comprensione.

**Lei ha vinto la 1ª edizione del Campionato di Francia del Panettone. Perché è utile partecipare ad un concorso?**

Sono per natura poco incline alla partecipazione a manifestazioni di questo tipo e a stilare classifiche, perché credo che sia difficile decretare chi sia davvero il migliore e il gusto è sempre soggettivo. Ma l'atmosfera del concorso era amichevole e ho partecipato con un gruppo di colleghi con i quali si è creato un buon rapporto.



## BERNACHON

bernachon.com

Il lionese gioca su note più classiche, raccolte in una collezione più ridotta. La *bûche* è in due versioni, la **Président**, che riprende il nome di uno dei dolci emblematici del marchio, a base di ciliegie e nocciole pralinate, e la **Mendiant**, con nocciole e noci Pecan e un fondente 62%. Si aggiunge la **Boule de Noël**, una sfera di cioccolato traforata, ripiena di mendiant, ed il calendario dell'Avvento che scandisce il tempo con cioccolatini.



## CHRISTOPHE LOUIE

**Pâtisserie Boulangère**  
Parigi  
christophelouie.fr

**Quali caratteristiche del panettone ama?**

Mi piacciono la complessità, la fermentazione, l'obbligo di selezionare le materie prime, che devono non solo essere di buona qualità, ma anche integrarsi all'impasto ed alle sue esigenze.

Mi piace il gioco di queste variabili, perché si trovano all'incrocio tra panificazione e pasticceria, che sa esprimere un complesso ventaglio di aromi e una grande diversità di risultati. Ad esempio, il burro non è lo stesso, le uova in Francia sono meno gialle, perché

le galline sono meno nutrite a base di mais, ed il ceppo di lievito madre è alimentato diversamente.

**Si tratta quindi di un prodotto che permette di esprimere il talento in maniera più visibile?**

Sì, il panettone è una vera firma per l'artigiano, che è libero di scegliere le materie, ma è obbligato a seguire ogni tappa della lavorazione senza trascurare alcun passaggio. Dipende dal ceppo di lievito madre e dalla maniera di rinfrescarlo, che differisce da un professionista ad un altro. Io ho imparato con Morandin e **Fabrizio Donatone**, ho seguito anche i consigli di **Andrea Tortora** e ciascuno di loro aveva uno stile diverso.

**Quali sono i circuiti francesi che ne stanno promuovendo la conoscenza?**

Posso citare il lavoro di Thomas Tefri-Chambelland, Pierre Hermé,

Alain Ducasse, Simone Zanoni e l'École Valrhona, che dopo aver introdotto molti anni fa Rolando Morandin grazie a Frédéric Bau, presenta oggi Oriol Balaguer e l'approccio spagnolo.

#### Che cosa osserva nelle reazioni della clientela?

Si sta tornando sempre di più ai prodotti

di panetteria di qualità ed il panettone beneficia di questo processo, diventando anche oggetto regalo, con il vantaggio che i francesi sono pronti per consumarlo tutto l'anno.

#### Prevede novità per le feste?

Sto lavorando su un panettone con cioccolato, arancia e spezie; su una

versione con marrons glacés e, grazie da un consiglio del MOF **Nicolas Bernadet**, specializzato in *gâteaux de voyage*, sto lavorando sulle *poires tapées de Rivarennnes*, pere piatte e secche, reidratate con un vino dolce, da usare come ingredienti sulla scia di quanto fa Morandin in Italia con l'uva sultanina (foto Géraldine Martens).

## LA MAISON DU CHOCOLAT

lamaisonduchocolat.com

Nicolas Cloiseau si è ispirato alle sfere delle decorazioni natalizie, con la **BOULEversante**, la pièce di cioccolato decorativa e traforata, accompagnata dalla **Boule de Noël** con il calendario dell'Avvento realizzato in cartone riciclato al 100%, dalla **bûche Bouleversante** che coniuga il fico di Solliès con la frutta secca, dalle decorazioni natalizie di cioccolato, pistacchi, mandorle e pinoli, ed il cofanetto di cioccolatini, la cui decorazione è firmata dall'artista Giselle Balosse-Bardin. La **Golden Galette**, infine, sposa le texture del fondente e del crumble, sublimando le mele Golden.



## PIERRE-JEAN QUINONERO

### PER IL BURGUNDY

leburgundy.com

Per il suo primo Natale da chef pâtissier dell'hotel della rue Duphot, Quinero sceglie di giocare la carta della decorazione, dal forte aspetto plastico. La **bûche Lumière** rende omaggio alle api e, sotto forma di un centro tavola di candele, svela una mousse a base di cera d'api, con biscotto alla nocciola e la nota fresca della clementina, mentre la **galette**, la cui sfoglia superiore ricorda il rosone della cattedrale di Nôtre Dame, è un inno alla mandorla (foto Julie Limont).



## YANN BRYs PER EVOK

evokhotels.com

Il MOF e direttore creativo **Yann Brys** ha presentato una collezione abbinata alle differenti personalità del gruppo alberghiero di lusso **Evok**. Tra le bûches, la **Brach** privilegia la consistenza croccante, unendo i cereali alla vaniglia di Tahiti, alla clementina corsa, al caramello ed alle mandorle. La **Cour des Vosges** esalta le note acidule dei lamponi e dei cranberries,

equilibrate dalla dolcezza della vaniglia della Nuova-Caledonia. La **Evok** abbinata le noci pecan al cacao peruviano, mentre la **Nolinski**, più nostalgica, mescola le nocciole Piemonte al caramello al fleur de sel ed alla mousse al cioccolato al latte (foto Guillaume Czerw).





## LA MANUFACTURE DE CHOCOLAT

**ALAIN DUCASSE**

[lechocolat-alaiducasse.com](http://lechocolat-alaiducasse.com)

Ducasse immagina un'immersione nella savana con la collezione disegnata da **Pierre Tachon**. Bomboniere di cioccolato dalle linee geometriche, mendiant esagonali concepiti per realizzare un albero di Natale, maschere tribali e cofanetti di cioccolatini, completati dal calendario dell'Avvento illustrato da Agathe Singer.



**ALESSANDRA PIERINI**

titolare di **RAP**  
[raparis.fr](http://raparis.fr)

### Quando ha iniziato a proporre il panettone ai francesi?

Ho cominciato ad importare circa 30 anni fa e la sfida non era semplice. All'inizio il lavoro è stato anche quello di aiutare il pubblico a capire la differenza con la *brioche*. A Marsiglia, nel mio negozio che si chiamava *Pasta e Dolce*, avevo un panettone di un piemontese che andavo a prendere alla frontiera, a Ventimiglia, e che costava più degli altri. Nel 1992, il primo anno in cui mi sono cimentata nella proposta di questo dolce emblematico, ne ho venduto circa 60. La cosa interessante, però, era l'uso al quale i miei clienti volevano destinarlo. Mentre l'italiano lo comprava come dolce delle feste, il marsigliese lo voleva per la colazione e, quindi, è stato necessario fare una distinzione tra panettone industriale, anche di buona fattura, e artigianale, che ha vita più breve. Ciò dipendeva dal fatto che, in Francia, c'è l'abitudine di consumare a colazione la *brioche*, accompagnandola con creme o confetture. Il lavoro che ho fatto insisteva sulla qualità degli ingredienti e l'assenza di conservanti, in maniera tale da far capire l'alta qualità, a cui si aggiungono i tempi lunghi necessari per la realizzazione.

### Le cose sono cambiate quando si è spostata a Parigi ed ha aperto l'épicerie RAP?

Non molto ma, con il tempo, ho migliorato la selezione e ora vendo solo panettoni di pasticceria di livello. Ho scelto **Olivieri**

**1882** e **Massimo Ferrante** di Campomorone, Genova, sconosciuto all'epoca anche in Italia, ma che ha vinto nel 2019 la Coppa del Mondo del Panettone.

Gradualmente abbiamo scoperto e promosso altre realtà, che oggi sono fiera di vendere. La clientela è disposta a pagare il giusto prezzo per un prodotto di qualità ed il panettone artigianale è necessariamente molto caro.

### Il messaggio è stato percepito?

Le persone oggi riescono a capire la complessità del processo, i tempi, la struttura necessaria alla fabbricazione ed aumenta il numero degli appassionati, tanto è vero che ogni anno, in negozio, facciamo una gara, una sfida ludica tra di noi, per venderne almeno 10 di più. E la vinciamo sempre!

### Quali sono le cifre?

Nel 2010, l'ultimo anno in cui ho lavorato a Marsiglia, ne vendevo 1.000 esemplari e oggi siamo passati a 5.000, concentrati nel periodo di Natale e acquistabili ad un prezzo che oscilla tra i 36 ed i 49,50 euro al kg. I prezzi sono immutati da 3 anni, malgrado l'aumento dei costi delle materie prime e tenendo conto del fatto che, per il trasporto è necessario un packaging complesso. Li riceviamo ai primi di novembre ed incominciamo ad allestire la vetrina. La vendita si effettua tra novembre e dicembre e, negli ultimi 2 anni, per Capodanno non avevamo più niente in negozio. I clienti ne compravano uno per ogni giorno importante ed abbiamo

constatato che il panettone non è più considerato come sostitutivo della *brioche* a colazione.

### Quali sono gli altri canali di diffusione della cultura del panettone?

Direi, innanzitutto, professionisti francesi, che si cimentano sempre di più nella realizzazione e lo vendono a prezzi elevati, contribuendo al riconoscimento del valore del prodotto ed alla sua commercializzazione d'alta gamma. Questo funge da supporto reciproco tra produzione italiana e locale. Unanimemente, il *savoir-faire* del lievitaista italiano è riconosciuto e i francesi che si formano presso i colleghi sono sempre più numerosi. In effetti, il panettone fa parte, come il gelato, dei prodotti per i quali viene riconosciuta la maestria italiana, sebbene approcci e scuole diverse emergano un po' ovunque.

### Cosa pensa del ruolo della stampa francese in questo campo?

I magazine di cucina parlano tutti di panettone, anche quelli di moda e quelli di settore, con una curiosità maggiore nei confronti di dettagli, scuole, materie prime. E cresce nel pubblico la curiosità su come si può riutilizzare, declinare, per accomodarlo o presentarlo diversamente, a tal punto che ho scritto il libro *Le panettone, dix façons de le préparer* per le *Éditions de l'Épure*.

**Perché i francesi, che certo non mancano di prodotti straordinari per le festività, hanno adottato questo dolce straniero?**

Penso che siano affascinati dal fatto che ricorda l'infanzia. Si tratta di un prodotto leggibile, sebbene sia complesso da realizzare, e i profumi sono simili a quelli sprigionati nelle panetterie francesi.

Diciamo che è riconoscibile e assimilabile, seppur erroneamente, alla brioche, e non spaesante.

### **Sta accadendo la stessa cosa anche per il pandoro?**

Il pubblico si sta interessando sempre di

più: capisce che si tratta di un'altra ricetta e sta avendo successo. Inoltre, anche gli artigiani italiani ora si cimentano in questo ambito, malgrado il pandoro richieda un procedimento diverso.

### **Un successo coronato da un'altra iniziativa da lei messa in campo, il Championnat de France du Panettone. Come è nata l'iniziativa?**

Nel 2019, di ritorno con il giornalista francese **François-Régis Gaudry** da un

viaggio in Trentino Alto Adige, ci siamo fermati alla pasticceria Morlacchi di Bergamo, dove il pasticcere stava facendo delle prove sul panettone e, assaggiandolo, abbiamo avuto l'idea del campionato, inserendo Ferrante in giuria, poiché aveva appena vinto la Coppa del Mondo. Quest'anno si è svolta la prima edizione, senza sponsor e con le nostre uniche forze. I vincitori della finale di ottobre parteciperanno al campionato del 2023.



## **MICHAËL BARTOCETTI PER IL GEORGE V** [fourseasons.com/paris](http://fourseasons.com/paris)

La **bûche Gwell** prevede un latte bretone fermentato dalle note acidule, al quale lo chef associa il peperoncino d'Espelette. La gamma di sapori si arricchisce con un pralinato alla noce pecan e Sobacha (infuso a base di grano saraceno), dalle note più tostate, cui si aggiunge un biscotto tenero alla farina di grano saraceno, che conferisce croccantezza. L'insieme, la cui forma deriva dal gesto del pochage, è legato da una mousse al cioccolato peruviano 65%. La galette, espressione del talento scultoreo di Bartocetti, è un inno alle volute, alle curve e spirali con cui modella la materia. Un impasto di pain viennois è guarnito con frangipane alla cannella Cassia, che risveglia i ricordi dell'infanzia con le note speziate del pan di zenzero.



## **PIERRE MARCOLINI** [eumarcolini.com](http://eumarcolini.com)

Il cioccolatiere belga ha concepito una collezione che è un inno al gianduia piemontese. In catalogo troviamo gli spéculoos alle spezie, i macaron al cioccolato peruviano e Coeur de Guanaja e le bûches in 4 versioni: **L'Envol** con cioccolato grand-cru Cuba-Sao Tomé e crème brûlée all'arancia, la **Café** con crema al burro profumata al caffè e pan di Spagna, la **Oviedo** al cioccolato al latte e vaniglia di Madagascar e la **Forêt Noire** a base di amarene e chantilly alla vaniglia. A completare la collezione, un albero di Natale al cioccolato grand cru Cuba-Sao Tomé, la **Couronne Céleste** al gianduia ed alcuni eleganti cofanetti di cioccolatini, di cui uno a base di whisky e rum rari.



## **ANGELO MUSA PER IL PLAZA ATHÉNÉE** [dorchestercollection.com](http://dorchestercollection.com)

La collezione **Festive**, realizzata insieme alla pasticciera **Elisabeth Hotte**, che ha da poco sostituito Alexandre Dufeu, si declina in una bûche che è un'esplorazione del contenuto della cabossa, cioè una sfera, la cui parte superiore si solleva, che lascia apparire una foresta di abeti sotto i quali si nasconde un dolce ideato a partire dalle fave di cacao, con granella e mucilage, per un effetto di freschezza. La galette, invece, propone un frangipane in cui la mandorla si sposa ad un rum ambrato (foto Laurent Fau).



## PIERRE HERMÉ

pierreherme.com

La sua collezione dedicata al sogno è presentata con il tratto grafico dell'artista **Sofia Ouares**: un universo in cui il disegno onirico astrae dalla realtà, per proiettare chi guarda (e chi assaggia) in una dimensione parallela. Sulla base di questo tema, Hermé ha disegnato una nuova serie di macaron che celebrano il foie gras, la clementina corsa e la nocciola tostata, e ha immaginato bûche scultoree come **Infiniment Praliné Pistache**, più semplici come

**Bûche Origine** a base di cacao dell'Ecuador, **Kokoro** che evoca le note di giardini esotici e la bûche semifreddo **Infiniment Citron Caviar**, che esalta l'agrume corso. Nuove versioni anche dei dolci **Nomades**, ideali per essere spediti, declinati in tre tipologie, con la **Nomade Origine** al cioccolato Ecuador dell'Hacienda Eleonor, la **Nomade Ispahan** sulle note della rosa e la **Nomade Infiniment praliné noisette** costruita intorno alla nocciola Piemonte. A questa proposta, si aggiungono due dolci di Capodanno, il **Fleur de Baiser** alla nocciola e la versione al cacao, i cioccolatini di Natale ed i calendari dell'Avvento, oltre alle Boules de Noël in metallo, contenenti sorprese in cioccolato. Per l'Epifania, le galettes **Jardin d'Atlas** dalla sfoglia caramellata e alle note di crema di mandorle e fiori d'arancio, **Enora** a base di grano saraceno e nocciole Piemonte, **Infiniment Amande** che celebra la mandorla, e la brioche praliné pistache. I panettoni alle castagne e cioccolato completano l'offerta.

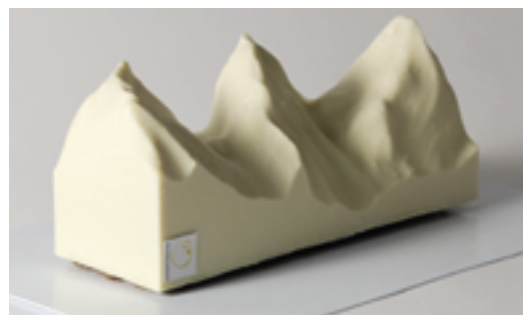


## RELAIS DESSERTS INTERNATIONAL

relais-desserts.net

La prestigiosa associazione ha presentato le collezioni nel Pavillon Dauphine. Tra le proposte, lo spagnolo **Oriol Balaguer** e il suo il Turrón a base di yuzu con pralinato alle mandorle; il canadese **Yann Blanchard** e la bûche che riproduce una nota montagna locale, a base di mascarpone e vaniglia; il francese **Frédéric Cassel** e l'abete a base di crumble di cioccolato alla nocciola; il parigino **Laurent Duchêne** e la bûche che coniuga cacao e lime; il nizzardo **Pascal Lac** e un omaggio al gianduia; **Arnaud Lahrer** e un croccante di riso soffiato al gianduia, biscotto al cioccolato e mousse al cioccolato al latte e, per finire, il lionesse **Richard Sève**, che ha giocato con le texture del biscotto viennois e del riso al latte e con le note acidule del lampone.

Domenico Biscardi



Yann Blanchard



Oriol Balaguer



Frédéric Cassel



Richard Sève



Laurent Duchêne



Pascal Lac



# COLLEZIONE ESCLUSIVA

Il **vacherin** francese secondo **Aurélien Rivoire**



Protagonista dell'articolo apparso sul n 329, **Aurélien Rivoire** è un convinto assertore del binomio sperimentazione/comprendibilità dell'alta pasticceria, che egli esplica tramite un dialogo permanente con **Yannick Alléno** e **Martino Ruggieri**, teso a collegare creatività e accessibilità. In seno ai tre ristoranti del parigino **Pavillon Ledoyen**, egli propone creazioni che non fanno mai sfoggio di tecnica, ma che, al contrario, secondo i principi della *sprezzatura* del rinascimentale Baldassarre Castiglione (spiegati nel suo celebre *Il Cortigiano* «...e, per dir forse una nova parola, usar in ogni cosa una certa sprezzatura, che nasconda l'arte e dimostri ciò, che si fa e dice, venir fatto senza fatica e quasi senza pensarvi...»), si ammantano di apparente semplicità. Per provocare le emozioni della clientela, per solleticare i ricordi dell'infanzia e la relazione con la golosità.

Per questa ricetta a cavallo tra autunno e inverno, lo *chef pâtissier* prende ispirazione da Courchevel, nota stazione sciistica alpina, dove con Alléno disegna il menù del **1947**, il tripla stella dell'**Hotel Le Cheval Blanc**. Un luogo ideale di creatività, un *terroir* completo, dove Aurélien nutre il proprio

estro grazie alle numerose materie prime esistenti. Storicamente, il *vacherin* è un dolce che, secondo le fonti (v. Maguelonne Toussaint-Samat, *La très belle et très exquise histoire des gâteaux et des friandises*, ed. Flammarion) nasce nel XIX secolo ed è attribuito a **Gustave Garlin**. Il suo nome richiama quello dell'omonimo formaggio svizzero (o della Franca Contea), mentre la ricetta classica prevede una corona di meringa all'aceto, con all'interno un gelato alla vaniglia o caffè, sormontata da crema Chantilly e ornata di frutta candita o frutta fresca delicata.

Il **Vacherin alle gemme di pino, cardamomo e cioccolato al latte** è un palese riferimento all'infanzia, grazie alla meringa; ad un esotico viaggio in Libano, con il gelato al caffè, ed in Asia, con il cardamomo, che diventano passeggiata alpina, tra i sentori di pino. Un *vacherin* innovativo nella forma, che ricorda un blocco di neve gelata che si stacca da un ghiacciaio, ma soprattutto nella composizione, grazie ad una meringa concepita senza zucchero e soffiata, che non oppone resistenza al palato, soffice e rispettosa della visione di base, che unisce golosità e sofisticatezza.

Un dolce in cui ogni elemento svolge una funzione precisa: la meringa conferisce dolcezza, il gelato apporta il freddo, il pino e l'aceto immettono freschezza ed il gusto acidulo.

La composizione più comune, spiega Rivoire, "prevede un dolce voluminoso, con tre strati di meringa e con il gelato compattato dal congelatore, che conferisce croccantezza alla meringa e durezza al gelato stesso". Nella pasticceria da ristorazione, creata e degustata sul momento, si può invece giocare con maggiore soddisfazione, intervenendo sui criteri di temperatura, *texture* e finitura.

Qui il gelato al caffè ed il cioccolato al latte sono da mangiare al cucchiaino (con gusto quasi regressivo), dopodiché il pino in

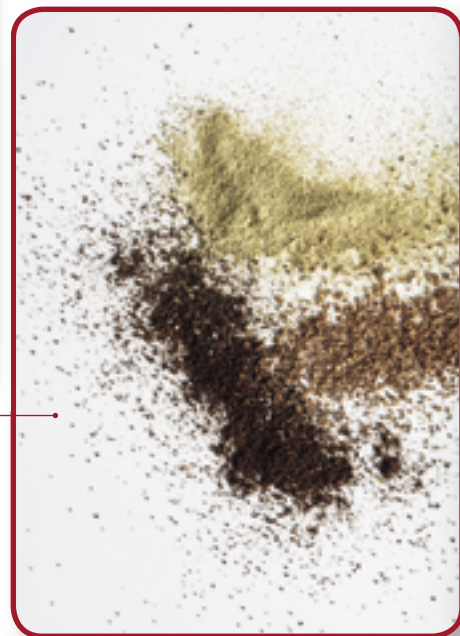
gelatina, con un' estrazione di gemme di pino candite sottaceto, apporta un tocco acidulo, che stempera l'effetto stucchevole dello zucchero. La ricetta della meringa, che Rivoire non svela poiché confidenziale e frutto della sperimentazione della *maison*, restituisce un prodotto semplice e allo stesso tempo complesso, ottenuto tramite la resa soffice dell' albume e la sua coagulazione, qui non ottenute con la stabilizzazione dello zucchero, ma con un nuovo processo di cottura. Un velo di mistero che, lungi dallo scoraggiarne l' esecuzione, vuole sollecitare l' osservazione della materia prima ed invogliare all' invenzione tecnica.

**Domenico Biscardi**

**Foto, intervista e traduzione Maria Greco Naccarato**  
**Shooting fotografico**  
**Pavillon Ledoyen**

## I punti cruciali

- Il gelato deve essere utilizzato all'uscita dalla macchina e servito a -13°C.
- La quantità di zucchero è ridotta al minimo per privilegiare il gusto degli ingredienti ed il benessere.
- Utilizzare con cura le materie in polvere come il cardamomo, che è molto volatile, perché, risalendo nel naso, sollecitano l'olfatto con una nota profumata che influenza gradevolmente la percezione del dolce.
- Il dolce va personalizzato con ciò che abbiamo a disposizione, dalle gemme di pino ad un gel esotico ai fiori all'aceto.



“ La meringa conferisce dolcezza, il gelato apporta il freddo, il pino e l'aceto immettono freschezza e gusto acidulo ”

# Vacherin alle gemme di pino, cardamomo e cioccolato al latte

Per 5 persone

## Gelée di gemme di pino

acqua . . . . .	g	100
gemme di pino . . . . .	g	30
miele di pino . . . . .	g	15
gelatina . . . . .	g	2

Partendo a freddo, riscaldare acqua e gemme di pino, lasciando in infusione per 1 ora. Passare al colino cinese, aggiungere miele e gelatina, fare rapprendere. Conservare al fresco.

## Gelato Jivara

acqua . . . . .	g	610
zucchero . . . . .	g	65
glucosio in polvere . . . . .	g	35
latte in polvere . . . . .	g	50
stabilizzante per gelato . . . . .	g	2,6
cioccolato Jivara . . . . .	g	235

Sciogliere lo stabilizzante con una parte d'acqua. Preparare uno sciroppo con acqua, zucchero e glucosio in polvere. Aggiungere il latte in polvere nello sciroppo a 45°C e portare a 85°C. Versare lo sciroppo caldo sul cioccolato e mixare. Raffreddare e lasciare cristallizzare per 12 ore. Trasferire nel Pacojet fino al momento dell'utilizzo.

## Gelato al caffè

latte intero . . . . .	g	1000
panna . . . . .	g	200
caffè in grani . . . . .	g	120
zucchero semolato . . . . .	g	200
stabilizzante . . . . .	g	9
glucosio in polvere . . . . .	g	75
polvere di latte . . . . .	g	50
tuorli . . . . .	g	160

Portare ad ebollizione latte, panna e metà dello zucchero. Aggiungere i chicchi di caffè caldi, mixare, coprire con pellicola e lasciare in infusione per 5 ore. Passare al colino cinese. Con questa preparazione e i tuorli fare una crema inglese, aggiungendo le polveri. Raffreddare immediatamente, fare riposare per 24 ore, quindi trasferire nel Pacojet.

## Meringa

albumi . . . . .	g	200
zucchero semolato . . . . .	g	200
zucchero a velo . . . . .	g	100

Montare gli albumi e attendere che acquistino volume prima di inserire lo zucchero semolato e poi lo zucchero a velo con una spatola di gomma, procedendo al dressaggio con un cucchiaino. Fare asciugare in forno a 60°C per una notte. Scavare la meringa.

## Dressage

Riempire la meringa con i due gelati, collocarla sul piatto, completare con gemme di pino sottaceto, quadrotti di gelée e polvere di cioccolato.

Aurélien Rivoire  
foto Maria Greco Naccarato





# INTERPRETARE LA SINGOLARITÀ

Con la sua riscrittura, **François Perret** sa perpetuare i valori del lusso del Ritz, basandosi su massimo volume, minimo peso e giusta quantità di zucchero

che da bambino lo vede cimentarsi con il modellismo, con l'istinto di trasformare il prodotto e di creare allo stesso tempo emozione, studia dapprima nella città natale, dove lavora per 3 anni nella realtà artigianale del cioccolatiere **Pierre André**. Poi, in un piccolo laboratorio a Grenoble, Perret si forma in cioccolateria, con il titolare ed un altro apprendista, prima di raggiungere Parigi. Qui, ventenne, partecipa all'apertura del **Meurice**, dove resta fino al 2002, poi si candida al Ritz, dove non riesce ad accedere, ed integra invece lo staff del **George V**, dove resta per 8 anni, di cui 3 come sous-chef. Passa in seguito 2 anni all'Hotel **Lancaster** con **Michel Troisgros**, il primo ad affidargli l'alto incarico di chef pâtissier, per entrare quindi allo **Shangri-La** all'apertura dell'albergo, dove rimane per 5 anni. Infine è il Ritz che lo viene a cercare.

Un *cursus honorum* grazie al quale Perret conosce ed apprende ad adattarsi alle specificità degli alberghi di lusso: "Quando giungo in un hotel, mi metto all'ascolto dei codici: allo Shangri-La, ad esempio, ho cominciato a lavorare già nel 2010 la foglia di riso e le bacche di goji.

Ma non cambio identità, la adatto, nutrendomi della visione del luogo", afferma lo chef pâtissier, che sa bene quanto sia importante, in un mondo in cui anche l'alta gamma subisce gli effetti della globalizzazione del gusto, saper diventare interprete della singolarità.

Nella pasticceria d'hôtellerie, **François Perret** incarna i valori del lusso, dell'innovazione e della discrezione. Non è un caso che il quarantunenne nativo di Bourg-en-Bresse, sul confine con la Svizzera, sia stato chiamato al **Ritz** di Parigi nel 2015 per ridisegnare l'offerta dolce dell'albergo di lusso, in previsione della riapertura della *maison* di Place Vendôme dopo circa 4 anni di chiusura per faraonici lavori di rifacimento. Dotato di una visione precisa della pasticceria e del suo ruolo sociale e psicologico, egli allea capacità tecnica e solidità di lavoro ad un estro capace di nutrirsi di contemporaneità e di esperienze che esulano, ma solo in apparenza, dal suo ambito. Imprevedibile ed affidabile, dal carattere schietto e sensibile al tema della seduzione, François ha costruito, senza sacrificare la sfera personale, un percorso di alta levatura, che non ha nulla di prestabilito e che, anzi, si struttura mesco-

lando ambizione e vaglio delle esperienze che la vita gli propone. Così, fatalismo e progettazione si fondono nel forgiare uno dei volti più interessanti della scena francese, capace di dare un contributo di sostanza non solo al comparto, ma anche alla ridefinizione dell'identità del Ritz, nell'incedere solenne di questo monumento internazionale che padroneggia senza sforzo i codici dell'eterna reinvenzione.

## IL PERCORSO DI FORMAZIONE

Il successo dell'incontro con la professione nella sua biografia coincide con la consapevolezza di offrire piacere e di lasciare un segno, grazie alla riscrittura del dolce e agli eventi dell'esistenza. Il duplice aspetto della pasticceria come segno distintivo dell'infanzia e come lusso accessibile dell'età adulta costituisce il fulcro della sua creatività.

Dotato di un evidente talento manuale,

## IL RITZ

Quando arriva nel 2015 in Place Vendôme, François giunge al Ritz dopo una lunga chiusura per lavori che hanno ammodernato, ma non stravolto, il fascino del luogo, con un'opinione pubblica che nutre grandi attese nei confronti della riapertura. I due *hôtels particuliers* settecenteschi che accolgono la struttura alberghiera, l'*hôtel de Gramont* e l'*hôtel Crozat*, acquisiti da César Ritz nel 1897, ritrovano subito uno slancio consono al DNA delle origini della piazza, destinata sin dalla fondazione ad accogliere le dimore dell'aristocrazia in stile classico e sobrio. "Appena giunto, accompagnato da un manipolo di collaboratori, la direzione ci ha comunicato che non avrebbero assunto l'appellazione di *Palace*, dato che la *maison* è portatrice di un lusso non calcolabile, non misurabile, o quantificabile", confida Perret, cosciente della reputazione ammantata di mito moderno dell'albergo. Affermando però che non avrebbe accettato il posto se il Ritz non fosse stato rinnovato: "Questo è un posto per *habitués*, le persone sono fedeli ed è facile che si creino, come si sono create in passato, abitudini che possono a volte essere ingestibili, perché parliamo di una clientela che lo frequenta da sempre. La decisione del rinnovamento mi ha permesso, simbolicamente e concretamente, di fare *tabula rasa* dell'offerta senza essere costretto a continuare una produzione che non trovavo interessante".

Davanti alla pagina bianca, egli accetta la sfida di ridisegnare le *cartes* per ogni ambito riservato alla ristorazione dell'hotel. Opera in laboratorio, con una squadra di 30 persone che deve rispondere alle varie esigenze, compreso il giardino, delle 142 camere e dei 6 saloni di ricevimento: "lavorare per una *maison* così vuol dire stare sempre tre passi indietro, come faceva il principe di Edimburgo con Elisabetta II. Il Ritz viene prima di tutto".

Per bar, salone e ristorante immagina una proposta diversa: pasticceria da boutique esposta in vetrina per il **Bar Vendôme**, biscotteria francese per il **Salon Proust**, dolci al piatto per il ristorante gastronomico **L'Espadon** e offerta *take-away* per il neonato **Comptoir du Ritz**: "ho persino disegnato le vetrine di presentazione del



Vendôme, i piatti del Proust, gli stampi delle *madeleine* e quelli dei cake". La direzione dell'hotel, allora incarnata da **Christian Boyens**, oggi alla guida dell'offerta alberghiera del gruppo LVMH, gli lascia grande libertà e dimostra nei suoi confronti piena fiducia. Perret si impegna a non lasciare nulla al caso, a forgiare la coerenza di un'offerta multipla, in modo da rodare le squadre e garantire una produzione regolare.

Per il Salon Proust, che deve il suo nome alla frequentazione dell'autore de *Alla Ricerca del tempo perduto*, considerato da molti il più grande capolavoro della letteratura francese, François esclude l'idea di un tè all'inglese ed opta per un tè alla francese. Avendo già lavorato alla rivisitazione della biscotteria artigianale allo Shangri-La, mette questa sua *expertise* a disposizione, riscuotendo il plauso dei frequentatori dei saloni opulenti del pian terreno. Una ricerca singolare e studiata, che rende riconoscibile la sua firma.

Per il **bar Hemingway**, lo stesso in cui l'autore di *Addio alle armi* soleva bere con l'amico Francis Scott Fitzgerald, negli

anni '20 del secolo scorso, e che porta dal 1994 il nome del romanziere, punta sulla proposta di prodotti forti, mantenendo uno spirito ludico, con forme semplici ed efficaci. Immagina una scelta che faccia riferimento all'infanzia, divertente e regressiva, ma ben padroneggiata e capace di affrancarsi dal modello Escoffier, che con la *Poire Belle Hélène*, la *pêche Melba* e la *crêpe Suzette* aveva segnato l'identità pasticceria dell'hotel malgrado vi avesse lavorato solo per un anno.

La cifra stilistica di Perret permea già da 6 anni le collezioni di Place Vendôme, con una firma riassumibile in una citazione dello chef stesso: "la mia pasticceria si basa sul massimo volume, il minimo peso e la giusta quantità di zucchero". Lo zucchero, l'ingrediente che molti, anche del mestiere, ora demonizzano sempre più, ma che lui apprezza sommamente, raffinato o *cassonade*, sempre misurato, con il colore ambrato che porta colore e calore ai dolci. Come anche il miele.

### LA MADELEINE, UN'ICONA

La Madeleine, d'altronde, è al miele. Il dol-

“ Amo i dolci rassicuranti, che scuotano il gusto, che lascino un segno, che trasmettano la fragilità legata al piacere, ma che non implicino riflessione e che veicolino invece un godimento immediato ”



ce che meglio di tutti traduce il suo talento e la sua visione. Una creazione che gioca sui registri della generosità e della sofficità. Un esercizio di *trompe l'œil* ottenuto tramite *flocage*, che riproduce il famoso dolce francese legato alla memoria di Proust e recante la forma di conchiglia.

Attratto dalla forma e dalla bellezza della rotondità, Perret ne fa un dolce che spiazza nel momento della degustazione e che sollecita l'istinto ludico e seduttivo di chi la assapora. Come quando nel 2017 Céline Dion, volendo afferrarla con le mani e affondando invece le dita nella sua cremosità aerea, posò i polpastrelli avvolti di mousse sulle labbra dello chef pâtissier... Una sensualità che Perret loda anche in un dolce icona di origine campana, la Delizia sorrentina, scoperta durante una settimana organizzata in albergo con alcuni chef di Capri.

La Madeleine di Perret è un biscotto Savoie a base di mandorle tostate, con chantilly e cuore cremoso di miele di castagno, arrendevole al taglio. Dà una sensazione che parla di desiderio di carezze e bandisce le asperità di masticazione: "Amo i dolci rassicuranti, che scuotano il gusto, che lascino un segno, che trasmettano la fragilità legata al piacere, ma che non implichino riflessione e che veicolino invece un godimento immediato. E non è la tecnica che conta in primo luogo, ma l'onestà nei confronti di se stessi nel dire ciò che è buono o ciò che non è buono, se voglio tornare ad assaggiare un dolce

oppure no", chiosa Perret.

Una creazione che tradisce allo stesso tempo la ricerca della perfezione, l'attrazione per la curva e il movimento e il desiderio di sensualità, caratteristiche che rendono difficilissimo fotografare questa specie di imbarcazione arenata, come i vascelli di Turner. Un dolce inafferrabile, come il tempo perduto di Proust. Il bello ed il buono coincidono in questa creazione, nella quale il nome, l'estetica ed il contenuto rendono evidente l'approccio coerente di François, che ama scolpire da solo in suoi stampi, senza usare la 3D o la modellazione: "Comporre da soli le forme che abbiamo in mente permette di ottenere i risultati sperati e mi aiuta ad introdurre il lato malizioso e divertente in un mestiere così rigoroso".

#### NETFLIX, I PREMI E LE ORIGINI DEL COMPTOIR

Per capire come Perret sappia essere non convenzionale, basti pensare alla sua partecipazione a *The chef in a truck*, dal 2020 sugli schermi di Netflix. Lo sceneggiatore francese di base negli Stati Uniti, Eric Nebot, dopo aver assaggiato in incognito al Ritz tutti i dolci, lo ha coinvolto in un viaggio iniziatico in California a bordo di un camioncino dotato delle attrezzature essenziali, attraverso il quale Perret ha scoperto la costa occidentale, con i produttori di materie prime e i clienti: "Ho tirato una boccata di ossigeno, ho incontrato gli americani, mi sono aperto allo *street food*, ho visto le persone mangiare con le mani e scoperto che il piacere è maggiore".

A partire da questa esperienza, Perret, nel frattempo eletto nel 2019 Meilleur pâtissier du Monde, dopo il titolo di Meilleur pâtissier de restauration del 2015, trova ispirazione per creare un nuovo luogo a Parigi, nel quale proporre un approccio più pratico ed immediato, coniugando il viaggio californiano con l'eleganza dell'albergo parigino. Le bevande servite in bicchieri di carta, i *finger* panini ed i lievitati rivisitati de Le Comptoir du Ritz nascono da questo periplo lungo la West Coast. Il dialogo intorno al progetto è iniziato a settembre 2019, quando egli ha spiegato alla direzione la propria volontà di proporre alla clientela del tempio della Madeleine

anche un panino da mangiare comodamente con le mani, un millefoglie da assaporare camminando, e il desiderio di mettere il Ritz in un bicchiere con cannuccia... Nel frattempo, la pausa dettata dalla crisi sanitaria gli ha consentito di passare più tempo con i figli, di realizzare ricette con loro, e di recarsi al lavoro il giovedì e venerdì per preparare dolci destinati agli ospedali in affanno.

Oggi, nelle vetrine inugurate nel giugno scorso in rue Cambon, la stessa che Coco Chanel percorreva per raggiungere la propria suite al Ritz, egli propone la sua *viennoiserie* longilinea, pratica, che non fa briciole, i *pain au chocolat* in cui il cioccolato si assapora dall'inizio alla fine, i croissant croccanti da un estremo all'altro, le *boissons pâtisseries* a base di latte, panna, biscotto e caramello.

Marcel Proust, a detta di Chanel, aveva l'abitudine di pagare le domestiche dell'hotel affinché annotassero le abitudini dei clienti, persino quelle alimentari, oltre a quelle legate al vestiario, per poi trasporne i ritratti nelle pagine di *Alla Ricerca del tempo perduto*. E Hemingway sognava, dopo la morte, di andare in un paradiso con le fattezze del Ritz...

Con Perret questo mito moderno si perpetua, grazie alla chiave voluttuosa ed incantevole della pasticceria.

[ritzparis.com](http://ritzparis.com)

Domenico Biscardi  
foto Maria Greco Naccarato  
©Vincent Leroux  
@Bernhard Winkelmann





# LUNGO TRE COORDINATE

L'approccio italiano alle materie prime ed al *terroir*, la lezione del rigore della cucina francese e la filosofia *Kaiseki* dal Giappone: sono questi i tre punti chiave del percorso di **Enrico Crippa**, che qui confida la sua visione della pasticceria

Incontriamo lo chef tristellato nel suo **Piazza Duomo** ad Alba, Cn, nel cuore delle Langhe, in occasione di un tour organizzato dalla giapponese **Anaori**, specializzata nella produzione di oggetti in fibra di carbonio. Un viaggio per il mondo in 24 tappe, durante il quale la pentola Kakugama, oggetto dal design epurato e dalle interessanti performance di cottura, è stata testata da blasonati chef. Un percorso inedito per uno strumento che ha potuto registrare le reazioni di cuochi e clientela. **Enrico Crippa**, ricco di un soggiorno di 3 anni in Giappone, si è quindi cimentato nella preparazione di un pranzo che ha alleato le tre coordinate del suo percorso professionale, ovvero sia l'approccio italiano alle materie prime ed al *terroir*, la lezione del rigore della cucina francese e la filosofia *Kaiseki*. Un pranzo

che non ha tradito l'approccio allo stesso tempo naturale e raffinato di uno degli allievi più talentuosi di Marchesi, capace di una sintesi delle esperienze tesaurizzate e le cui carte vengono rimescolate per innovare ogni giorno il piacere del palato. Con noi Crippa ripercorre le tappe dell'iter formativo e ci confida la propria visione della pasticceria e come questa si innesti nell'architettura dei suoi menù.

## **Come e quando si è manifestata la sua vocazione per la cucina?**

Devo essere sincero: il mio è un approccio molto comune, in quanto da bambino ho osservato mio nonno mentre cucinava, una sorta di eroe ai miei occhi, reduce dalla guerra in Grecia ed in Albania. Durante i miei soggiorni estivi a casa dei nonni paterni, lo accompagnavo quando

andava tutti i giorni a fare la spesa ed forse questa la genesi della mia mania di raccogliere e scegliere in permanenza.

## **Come ha iniziato il percorso formativo?**

Dopo le scuole medie, ho deciso di frequentare la scuola alberghiera a Monte Olimpino, in provincia di Como, dove vivevo con i miei genitori. Dopo i primi 2 anni, ho avuto l'opportunità di effettuare uno stage presso il ristorante di **Gualtiero Marchesi** a Milano, in via Bonvesin della Riva, con quella che è stata considerata l'*Italia '90* della cucina italiana dell'epoca, con **Carlo Cracco**, **Andrea Berton**, **Pietro Leemann**, **Ernst Knam**, **Davide Oldani** e **Antonio Ghilardi**.

## **Che atmosfera ha respirato nelle cucine di Marchesi?**

Vi ho lavorato tra il 1986 e il 1987, e sono rimasto affascinato dalla mescolanza di



cuochi di nazionalità diverse, che parlavano lingue differenti ed hanno contribuito a sollecitare non solo la mia ambizione ed il mio spirito di emulazione, ma anche a spalancare gli orizzonti della mia curiosità. Ho capito rapidamente che volevo somigliare ai miei maestri ed il mentore, in quel momento, era Marchesi.

#### **Che tipo di atteggiamento aveva Marchesi in cucina?**

Non era cattedratico, anzi. Insegnava senza impartire lezioni, parlava, chiacchierava con noi e ci faceva ragionare sui nostri gesti, collegando i saperi e spaziando dal cibo alla cultura con una naturalissima fluidità. È così che ha formato buona parte dei grandi nomi della cucina italiana di oggi, senza mai spiegare i passaggi tecnici, ma trasmettendo l'intelligenza del fare, i meccanismi profondi del sapere.

#### **Cosa ha fatto dopo lo stage?**

Sono rimasto a Milano, in via Bonvesin, per 3 anni, prima di cominciare una serie di viaggi formativi. La curiosità mi ha portato in Francia, all'Hotel Martinez di Cannes, per due stagioni intere, intervallate da un periodo di servizio militare in Italia. Ho fatto poi rotta all'Auberge des

Templiers, vicino a Parigi, prima di tornare in Lombardia, chiamato da Cracco. In quel momento Marchesi stava chiudendo il ristorante milanese ed apriva l'Albereta ad Erbusco. Carlo, che dirigeva le cucine, mi ha chiamato per l'avvio del progetto, che ho accompagnato per un paio di anni, prima di salpare nuovamente per la Francia. Ho conosciuto le cucine del Pavillon Ledoyen, all'epoca di Ghislaine Arabian, dove sono rimasto meno di un anno, poiché miravo in realtà ad integrare la brigata di Lesterman a Strasburgo.

#### **Quale eredità le ha lasciato l'esperienza francese?**

Si imparano rapidamente obbedienza, rigore, disciplina. Si percepisce quanto è importante socialmente il mestiere di *chef cuisinier*. In Italia, lo sappiamo, la percezione non è la stessa. La giacca e la *toque* danno la sensazione concreta di diventare importanti, l'importanza data alla selezione delle materie prime ed il grande impegno delle persone che le commercializzano proiettano i giovani apprendisti in un universo complesso, che consente di affrontare la cucina con un nuovo arsenale di strumenti preziosi. Ricordo che

“ Gualtiero Marchesi insegnava senza impartire lezioni, parlava, chiacchierava con noi e ci faceva ragionare sui nostri gesti, collegando i saperi e spaziando dal cibo alla cultura con una naturalissima fluidità. È così che ha formato buona parte dei grandi nomi della cucina italiana di oggi, senza mai spiegare i passaggi tecnici, ma trasmettendo l'intelligenza del fare, i meccanismi profondi del sapere ”

mi ha colpito la possibilità di ordinare la calibratura di qualunque materia prima, dalle lumache alle capesante, passando per funghi e asparagi, un sistema selettivo costruito per garantire ai cuochi la continuità del lavoro ed ai produttori di guadagnare meglio. Ovviamente, ho anche percepito la consapevolezza che hanno della grandezza della loro cucina, una fierezza a prova di dubbio, che mi ha insegnato molte cose.

#### **Poi si è aperta la lunga parentesi giapponese, vero?**

Sì, di circa 3 anni. È stata una delle esperienze più importanti nel mio curriculum. Nella seconda metà degli anni '90, Marchesi effettuava spesso promozioni della sua cucina in Giappone, nel New Otani Hotel a Tokyo. Io ci sono andato per un paio di volte e sin dal primo soggiorno mi sono sentito attratto dalla filosofia, dall'arte che permeava tutto, persino il cibo, la scenografia dei piatti, la grammatica del menù, la poesia del *Kaiseki*.

#### **Quali erano le reazioni dei tokiyoti?**

C'era un grande fermento intorno a questi scambi con l'Italia ed i nipponici ebbero subito il desiderio di aprire un ristorante a firma di Marchesi, che aprì i battenti a metà degli anni '90 con il nome di **Il bistrot Marchesi** a Kobe, nella prefettura del Kansai, vicino ad Osaka e Kyoto, dove i giapponesi affermano che si conservino ancora la vera cucina e il gusto autentico del Paese del Sol Levante. Io sono arrivato nel 1996 in qualità di chef, fino alla



cessazione del contratto. Ho passato 2 anni a Kobe e poi sono andato ad Osaka a lavorare per una catena locale: era il periodo del grande boom della cucina italiana. In questa atmosfera ho organizzato l'apertura del ristorante italiano del Rihga Royal Hotel e sono rimasto un anno supplementare.

### **Come ha conciliato l'esecuzione della cucina italiana e la scoperta dei piatti nipponici?**

A Kobe facevamo una cucina italiana che toccava tutte le regioni e, allo stesso tempo, mi guardavo a destra e a sinistra, e mi capitava che in brigata ci fossero ragazzi i cui genitori avevano ristoranti di *soba* o *sushi*. Così, nei giorni di riposo, andavo a scoprire la proposta culinaria, che ho a mano a mano approfondito scoprendone tecnica e filosofia. Ma non desideravo rimanere lì, perché ho sempre ritenuto che una persona dia il meglio di sé nel Paese in cui è nato, dato che ne capisce meglio la clientela e ne maneggia più sapientemente gli ingredienti. Così, dopo aver formato la persona che mi sostituiva, sono rientrato in Italia poco prima della fine del millennio.

### **Rientrato in Italia definitivamente?**

Ho continuato a viaggiare molto, fino a quando, nel 2003, ho ricevuto una telefonata di Cracco, che mi ha presentato la famiglia Ceretto delle aziende vitivinicole e, con loro, ho intrapreso lo studio di progettazione del ristorante di Alba. Parallelamente, ho anche effettuato uno stage da Michel Bras in Francia, poi un altro di 3 mesi a El Bulli in Spagna. Nel 2005 l'apertura di Piazza Duomo.

### **Com'è avvenuto l'incontro con la famiglia Ceretto?**

Cracco aveva da poco aperto il Le Clivie, chiamato da Bruno Ceretto. Essendo poi partito per Milano, con la famiglia Stoppa, nel momento in cui Bruno voleva aprire un ristorante dedicato alle Langhe, Carlo gli ha consigliato il mio nome, dicendo testualmente "Non ho uno bravo come me, ma uno più bravo di me!". All'epoca Ceretto aveva girato mezza Europa alla ricerca del cuoco giusto per questo progetto ambizioso, ma voleva uno chef competente e di talento, ma non di grido. È su queste basi che, fin dal 2005, le cose



sono andate bene, complice anche lo sviluppo del turismo nella regione.

### **Come ha costruito Piazza Duomo?**

Sono riconoscente alla famiglia Ceretto, che ha avuto da subito fiducia in me. Insieme abbiamo aperto La Piola e Piazza Duomo, mi hanno fatto entrare in società con quote alte, ho avuto carta bianca per realizzare le cucine, per proporre il menù da me deciso, per concepire l'orto, prezioso per il mio lavoro. Mi sono quindi messo volentieri al servizio della loro visione ed oggi diamo vita ad uno dei luoghi migliori delle Langhe, che ha sortito un effetto trainante sul territorio, sul resto dell'offerta di ristorazione, che ha sviluppato, come noi, la filosofia degli orti.

### **Qual è l'eredità di questo periodo intenso?**

Professionalmente e personalmente sono rimasto molto vicino a Cracco, uno dei miei primi capiparita, ma ho mantenuto un legame anche con Berton, Oldani, Knam, Leemann, Paolo Lopriore e Stefano Gariboldi, di cui ho seguito con ammirazione l'evoluzione in sala da Trussardi alla Scala, poi da Peck e ora alla pasticceria Marchesi 1824. Per quanto riguarda il lascito del Giappone, ho portato con me le molte cose positive, come il lavorare seguendo le stagioni, la scenografia dei piatti, la leggerezza visiva e gustativa, la capacità di sfruttare l'ingrediente nel suo periodo di piena maturazione. In particolare, l'esempio di umiltà ha contribuito a moderare l'impeto della mia personalità, che usciva allora dall'esaltante esperienza francese, incline alla fierezza.

### **Questo bagaglio sfaccettato le è utile a capire l'evoluzione attuale del settore?**

Osservo i cambiamenti odierni relativi al mestiere di chef in Italia, data anche la sovraesposizione televisiva. Credo che oggi il modo di vivere il lusso sia cambiato e, per quello che ho potuto constatare attraverso la mia esperienza, le persone non sono più abituate a parlare tra di loro nella quotidianità e ciò provoca un deficit di comunicazione. Questo porta il cliente a voler fare non solo una bella esperienza di cibo, di vino, di arte, ma anche un percorso emozionale, che includa la relazione con il personale di sala. I nostri clienti vogliono interagire con i camerieri e questo aspetto è diventato importante anche per le nostre *équipes*, che devono curare la messa a proprio agio dei gourmet. È il lavoro che ogni giorno compie il sommelier e direttore di sala **Vincenzo Donatiello**, insieme alla trentina di persone che compongono il personale di sala e cucina e dell'albergo, che diventano circa 42 con i collaboratori de La Piola, fino a raggiungere i 45 nella stagione del tartufo e 50 con gli stagisti. Paradossalmente, malgrado l'elevato livello qualitativo, non è più fondamentale che si sappia quale posata usare e quando, oppure moderare il tono di voce, piuttosto si guarda alla capacità del personale nel creare un'atmosfera di relax e vicinanza, riducendo la verticalità e la distanza, e favorendo una maggiore orizzontalità di interazione. La cucina e il ristorante stanno ridiventando un ambiente in cui le persone si riconciliano con il mondo.

### **Perché ridiventando?**

Quando con Marchesi si finiva di lavorare, c'era una saletta conviviale in cui si interagiva, si parlava, si attaccava bottone e ci si scambiavano solidarietà e pensieri, con tutti i diversi mestieri del ristorante. In questo spazio si programmavano le uscite insieme, mentre oggi si mangia guardando uno schermo senza sapere chi c'è intorno. Probabilmente, mi dico, le persone, personale compreso, vivono questo durante la settimana e, quando vengono da noi, non vedono l'ora di ricominciare a parlare, anche considerando che noi siamo in provincia, con una realtà diversa di socializzazione. E così noi diventiamo anche un po' psicologi e confessori, ridu-

cendo per quanto possibile la barriera di rigore e formalità.

### Come definirebbe la sua cucina?

La mia cucina privilegia la naturalità, quasi a dare l'impressione che l'impatto dell'uomo sia limitato al massimo e cerco di non stravolgere la forma naturale di un ingrediente, retaggio del periodo giapponese. Lavoro con un orto di 3 ettari e mezzo, che mi permette di variare il menù. Si tratta di un approccio complesso, non ci si può adagiare su schemi fissi e ripetibili, anzi bisogna sempre avere idee nuove ed è difficile portarsi dietro la brigata ogni mattina. Però, la clientela ci fa spesso visita, perché sa che mangerà ogni volta cose diverse.

### Come concepisce la creazione *sucré* del menù?

La cosa che mi ha sempre intristito è che spesso, quando si mangia in un ristorante gastronomico, c'è una coerenza nel salato ed uno stacco brutale nel dolce, senza connessione tra le due parti, senza soluzione di continuità e questo è ciò che non voglio si verifichi nelle mie cucine. Desidero che ci sia una firma distinguibile dall'inizio alla fine. Penso che ogni chef cucini così come vorrebbe mangiare ed il mio percorso, con la pasticceria, è in sintonia con questa visione. Difficilmente ho avuto pasticceri in brigata, anche perché ho potuto verificare che i giovani si dedicano più volentieri al lavoro in negozio ed evitano la ristorazione. Inoltre, i ragazzi che si specializzano hanno difficoltà a capire il

mio concetto. Quindi, i miei collaboratori, che si formano dal *saucier* all'*entremetier*, passando per produzione e salse, finiscono col fare un po' di pasticceria e panetteria, e si ragiona sul dolce attraverso l'occhio della cucina, come faccio con i miei secondi **Omar Saba** e **Umberto Del Nobile**. Di conseguenza, in estate si lavora di più con la frutta e la verdura, e l'inverno con le creme.

### Un processo interessante, ma che può complicare la creazione, non pensa?

Sono d'accordo! Questo approccio impedisce di raggiungere certi obiettivi con facilità rispetto a chi ha studiato la pasticceria e conosce la tecnica. Insomma, arrivo al dolce attraverso il salato, creando una sorta di ponte. Se devo fare una salsa, ad esempio, ragiono come se dovessi fare un fondo, magari taglio la frutta a cubettini, la salto, la taglio con acqua, sciroppo, tisane, ne tiro fuori un succo, che poi monto al burro o all'olio, cosa che è coerente con quanto faccio prima, anche in fase di impiattamento e la clientela tante volte mi dà ragione. Confesso la mia ammirazione per i pasticceri, professionisti eccezionali, che però faccio fatica a seguire, in quanto approcciano la creazione con regole autonome di texture ed estetica, che rischiano di non dialogare con la proposta salata. Detto questo, mi piacerebbe includere un pasticciere in brigata, con un profilo artigianale che aderisca alla visione della cucina che propongo da anni, in armonia con la filosofia che porto avanti.

### Questa visione della pasticceria è la stessa che ritroviamo nel progetto Anaori?

Volevo omaggiare i creatori di questa pentola in fibra di carbonio. Per farlo, la mia riflessione si è soffermata sull'insegnamento giapponese: quando ci si saluta, ci si chiede come si sta e se si è mangiato, perché è un indice di buona salute. L'attenzione portata al benessere che deriva dal cibo si allea, in Giappone, ad una duplice dimensione di fatica e piacere, poiché, quando si vuole fare bene una cosa e trarne godimento, questa deve comportare uno sforzo che le conferisca qualità.

### Fa riferimento al peso specifico della pentola Kakugama?

Sì, quando la maneggiamo si avverte un senso di fatica che mi ricorda questo approccio nipponico alla qualità, della sofferenza legata alla gratitudine, ripagata dal risultato che riusciamo ad ottenere attraverso l'uso dello strumento.

### Usa altri utensili giapponesi in cucina?

Naturalmente i coltelli, la pinza per squamare il pesce, le mandoline tagliaverdura di tutte le misure e tagli, la padella per i *takoyaki* per cuocere la specialità di Osaka, una specie di pancake con dentro del polpo, poi la vaporiera di metallo quadrata e la padella rettangolare per le *omelette* alla giapponese, mentre non sono capace ad utilizzare il tappetino per il *sushi*.

**Domenico Biscardi**



"La minestra di frutta e verdura nasce da un vecchio ricordo d'infanzia con i miei nonni paterni in Brianza, con cui passavo le mie estati. Da loro non mancava mai la macedonia in scatola, che mia nonna versava nelle ciotole di vetro. Ogni tanto in qualche barattolo c'era una ciliegia, con un sughettino dolce con cubettini di ananas e mela. A partire da questo ricordo, ho creato una base di sciroppo leggero con vaniglia e spezie; ho cotto una parte della frutta (mele, pere e ananas) e aggiunto carote, sedano e finocchio, tutto cotto separatamente. Ho rimischiato a caldo, con una breve ebollizione e 1 ora in frigo. La macedonia viene completata con albicocche, pesche fragole, lamponi, piselli crudi finissimi appena sbucciati, mais fresco appena bollito, ciliegie, mirtilli, uva... Aggiungo erbe aromatiche, come timo, maggiorana, finocchio selvatico, e fiori eduli, come violetta, fiordaliso, pentax, verbenas, fiori di menta, menta in foglie, cervino, menta cioccolato, foglie di shiso, sedano e ciuffetti di dragoncello per l'aromaticità. Poi, visto che somiglia ad un minestrone, termino con una grattata di cioccolato bianco al posto del Parmigiano, e olio aromatizzato alla vaniglia. Utilizzo la Kakugama per lo sciroppo e la cottura di frutta e verdura (anche perché il dessert 'latteo' è assente dalla tradizione nipponica, che qui desidero richiamare), dove invece si ha l'abitudine di terminare i pasti del menù *kaiseki* con frutta o gelatine oppure frutta cotta in sciroppi leggeri o, ancora, frutta molto dolce con tè *Matcha* amaro".

# DALL'ESAGONO PER LO STIVALE



## IL NATALE DI FINAZ E PACIELLO

Nel fermento delle feste, **Victoire Finaz**, esperta di cacao e cioccolato, e **Nicolas Paciello**, pasticcere dell'hotel Barrière Le Fouquet's Paris, si uniscono per lanciare, dal 1° dicembre, la collezione natalizia con una *bûche*, senza lattosio e golosa; un cofanetto di 20 cioccolatini ed una serie di *ateliers* di cioccolato nel negozio di Paciello nel XV arrondissement. Mentre la *bûche* a forma di cabossa presenta mousse di fave di cacao non tostate, ganache alla mucillagine e cuore di cacao, su letto di croccante di riso soffiato e granella di cacao, i cioccolatini esprimono un ampio ventaglio gustativo. I laboratori si tengono in un'atmosfera tropicale, grazie alla ricostruzione di una vera piantagione di cacao in piena Parigi. **lescarresvictoire.com - cinqsensparis.com**



## LE CONFETTURE DI MUSA

Campione del Mondo di Pasticceria 2003, MOF nel 2007 e già *chef pâtissier executive* dell'Hotel Plaza Athénée, **Angelo Musa** lancia la sua prima collezione di confetture a marchio **Papilio**, lo stesso del suo studio di consulenza. Creata nel laboratorio di Nancy, include marmellate, creme e caramello spalmabili che sono cotti in pentole di rame, per conservare le virtù ed esaltare i sapori. La frutta è di stagione, al giusto grado di maturazione e lavorata in varie declinazioni: cruda, cotta, candita, infusa e affumicata, in abbinamento con vaniglia Bourbon del Madagascar, acquavite, pepe di Timut e cru di cacao... **angelomusa.com**



## CHEVALIER APRE A RENNES

Ad inizio settembre, il giovanissimo **Yvan Chevalier** ha aperto la sua prima boutique nella città natale di Rennes, al n. 9 della rue de Nemours. Formatosi con **Vincent Guerlais** ed amico di **Stéphane Leroux**, **Jérôme Oliveira**, **Quentin Bailly**, **Etienne Leroy** e **François Daubinet**, ha vinto il premio Pascal Caffet 2014 e si è aggiudicato il titolo di MOF nel 2019. Amante dei sapori netti delle materie prime, lavora con il cioccolato di **Nicolas Berger**, in particolare con i *cru* Perù e Madagascar, ed è già conosciuto per il **Nougat feuilleté** e per il **Mini Montblanc** alla nocciola. Nel suo negozio, propone macaron, torte da viaggio, dolci da merenda e cookie, cioccolatini (*ganache* e praline, tavolette e *dragée*), biscotti, confetture, creme spalmabili, prodotti a base di caramello e gelatine di frutta. **www.facebook.com/yvan.chevalier**





## I LUSSUOSI COFANETTI DI PALOMAS E BUCOL

La *haute chocolaterie* lionese **Palomas** e il setificio **Bucol**, del gruppo Hermès, lanciano la collaborazione esclusiva **Folie Palomas**, collezione di cofanetti numerati, in seta con disegni jacquard, recanti ciascuno un motivo floreale e contenenti 300 creazioni di cioccolato. Sono in vendita durante le feste natalizie, sul sito e in negozio, a € 700 ciascuno. Un'operazione che conferma, anche a Lione, il dialogo serrato tra lusso e pasticceria, facendo rivivere l'epoca sofisticata in cui si offrivano a fine anno strenne preziose.

[palomas1917.com](http://palomas1917.com) - [bucol.com](http://bucol.com)



**Paola Faccioli, CEO Cova, con Eduardo Gadda, executive chef e pastry chef Cova.**

## COVA APRE A LA SAMARITAINE

Il 15 luglio **Cova** ha aperto il suo primo caffè parigino, inserito nell'operazione immobiliare che il gruppo di lusso francese LVMH, proprietario del marchio Cova, ha da poco inaugurato sulla Rive Droite, nel quartiere della Samaritaine, dove sorgono anche il nuovo grande magazzino e l'hotel Le Cheval Blanc. A due passi dalla *cour carrée* del Louvre e di fronte al celeberrimo Pont Neuf, il caffè Cova occupa i primi due piani dell'edificio che ospitava gli uffici del marchio Kenzo, tra la rue du Pont Neuf e rue de la Monnaie, di fronte alla sede di Luis Vuitton. I codici dell'arredamento dello storico negozio milanese sono stati rivisitati in chiave contemporanea, coniugando l'identità ambrogina con elementi dei *cafés* parigini, in modo da collegare le due capitali della moda attraverso il mantenimento della *boiserie*, dei marmi e del velluto blu iconici, che incontrano un banco pasticceria alla francese e un *dehors* che aggiungerà 70 posti agli 80 degli spazi interni. Uno spazio aperto dalla colazione all'aperitivo e che segna un'ulteriore espansione del bicentenario caffè Milanese, già presente in Asia a Dubai e a Montecarlo. [pasticceriacova.com](http://pasticceriacova.com)



## GAUDARD AL CASTELLO DI CHAMBORD

Nel filone sempre più prolifico dell'intreccio con il patrimonio culturale, lo chef pâtissier **Sébastien Gaudard** ha da poco svelato una creazione inedita per il rinascimentale **Château de Chambord**, incluso nel novero dei celebri castelli della Loira. Si chiama **La Ruche** (l'alveare), il dolce semifreddo stilizzato a forma di sciame di api, che esalta le qualità del miele di foresta (melata) che circonda il castello, raccolto a fine dell'estate. Un *trompe-l'œil* in stile rinascimentale, che rientra nella collezione di creazioni che il pasticciere, originario dell'est della Francia, ha realizzato nell'ambito della collaborazione con il sito inserito nella lista del Patrimonio Mondiale dell'Unesco. Nel 2015 Chambord ha installato circa 40 alveari nella brughiera, che producono miele d'acacia e melata, ed è con quest'ultima, leggermente floreale e ricca di oligoelementi, che Gaudard ha concepito la ricetta. Ne La Ruche, la melata è declinata in un semifreddo al torrone, con mandorle, nocciole e pistacchi tostati, amarene e frutta candita di Corsica su biscotto, mentre la matassa madreperlacea che avvolge il dolce con le api ed i fiori è in pasta di mandorle (foto Olivier Marchand). [sebastiengaudard.com](http://sebastiengaudard.com)

## TALBOT AL LUCAS CARTON

A capo di una squadra di 4 persone, il trentenne **Jordan Talbot** da metà agosto è pasticciere capo del **Lucas Carton**, ristorante stellato di Place de la Madeleine. In collaborazione con lo *chef salé* **Hugo Bourny**, disegna un'offerta *sucré* coerente, grazie ad un fertile dialogo. Bretone formatosi a Lorient, giunge a Parigi a 24 anni ed incontra **Benoît Couvrant**, pasticciere capo di **Cyril Lignac**, con il quale lavora per 5 anni, occupandosi della produzione per i negozi ed i ristoranti del marchio, e partecipa a numerose trasmissioni televisive. Cyril passa poi a **La Pomme d'Api**, stellato a Saint-Pol-de-Leon in Bretagna con lo chef **Jérémy Le Calvez**, prima di lavorare con **François Daubinet** da **Fauchon**. Per il Lucas Carton, è responsabile della proposta pasticceria dello stellato e della Brasserie, in collaborazione con **Thibault Lefèvre**, **Evangelia Zografou** e **Anaïs Courault**. L'assortimento dolce viene messo a punto attraverso un dialogo con Bourny che, grazie ai 9 anni trascorsi a Valence da **Anne-Sophie Pic**, è sensibile all'uso di spezie ed erbe, e con il sommelier italiano **Marcantonio Sassi**, responsabile degli abbinamenti tra vini e piatti, secondo la tradizione cara ad **Alain Senderens**. Frutto di questo intreccio di saperi è, ad esempio, la tartelletta al cioccolato Grand Cru Venezuela, con spuma di vaniglia tostata e granella di cacao, accompagnata da un Porto São Pedro das Aguias invecchiato 40 anni, dagli accenti di frutta secca e cacao.

[lucascarton.com](http://lucascarton.com)



**Domenico Biscardi**