

VITICOLTURA  
CANTINE E AZIENDE  
STRADE DEL VINO  
FORMAGGI  
CARNE E SALUMI  
FRUTTA E VERDURA  
DISPENSA  
AGRITURISMO  
NEWS

# ticino *we*ino

La rivista di chi ama  
i sapori della tavola

ANNO XIII - NUMERO 3  
AUTUNNO 2013



MEZZANA ERFINDET  
SICH NEU UND WIRD  
ZUM POL DES GRÜNEN

## Mezzana si rinnova e diventa polo del verde

# Sommario

n. 3

Autunno 2013

Fotografia di  
Ti-Press/C. Reguzzi

CERV/Press/O. Galli



4

Da scuola agraria a polo del verde: la storia di Mezzana a cent'anni dalla sua fondazione

CERV/Ti-Press/C. Reguzzi

16

Non solo campione del mondo. Un ritratto inedito di Paolo Basso



CERV/Ob



18

Tra monti e lago, segreti e sapori del Gamberogno

CERV/Ti-Press/G. Putzu

48

È tempo di funghi. Alla ricerca di un buon abbinamento enologico



**ticino**  
ino

Anno XIII - Numero 3 - Autunno 2013

• **ticinowine**



Il Piacere di Bere il Bianco  
non è semplice

**sapori  
sapori**

**DIRETTORE RESPONSABILE**

Carla Rezzonico Berri

carla@rezzonico.ch

**EDITO DA**

Rezzonico Editore SA  
in collaborazione con Ticinowine  
e Conferenza Agraria del Canton Ticino

**GRAFICA IMPAGINAZIONE STAMPA**

Centro Editoriale Rezzonico Editore  
Via Lami 19 - 6600 Locarno  
tel. +41 (0)91 736 24 00  
fax +41 (0)91 736 24 09

**PUBBLICITÀ**

Giuseppe Scarale - Tel. 079 353 91 19  
gscarale@rezzonico.ch

**TRADUZIONI**

F. Welo

**FOTOGRAFIE**

Centro Editoriale Rezzonico (CER),  
Ti-Press.

**ARCHIVI**

Gamberogno Turismo,  
Castro Vinco, S. Mahler, Malasé,  
Arie, MCH Moser Schwela (Basel),  
AG, M. Pedrazzini, J. Perler, E.  
Stampatori, Ticinowine, T. Valsera



## IL SERVIZIO

- 4 La rinascita di Mezzana  
*Die Wiedergeburt von Mezzana*

## IL PRODUTTORE

- 10 Agriloro - Genestrerio  
*Agriloro - Genestrerio*

## VITICOLTORI/VINIFICATORI

- 14 Fawino - Mendrisio  
*Fawino - Mendrisio*

## NELLA CANTINA DI...

- 16 Paolo Basso, campione del mondo dei sommeliers  
*Paolo Basso, Sommelier-Weltmeister*

## LE STRADE DEL VINO

- 18 Tra monti e lago: un itinerario nel Gamberogno  
*Zwischen Berg und See: eine Route im Gamberogno*

## OSTERIE DI CARTA

- 27 Zia Agnese e le trappole per i topi  
*Tante Agnese und die Mäusefalle*

## IN PRIMO PIANO

- 28 Paolo Grandi, comunicazione e gastronomia  
*Paolo Grandi, Kommunikation und Gastronomie*

## I FORMAGGI

- 30 Quale vino per i formaggini di capra?  
*Welcher Wein zu Ziegen-Formaggini*

## I FORMAGGI

- 32 Alpe Bolla-Froda, pascoli profumati in val di Peccia  
*Die Alp Bolla-Froda, duftende Weiden im Pecciatal*

## LA CARNE

- 34 Selvaggina, l'autunno in tavola  
*Wild, der Herbst zu Tisch*

## I SALUMI

- 37 Le luganighe dei morti della salumeria Bozzini  
*Die Luganighe "der Toten" der Salumeria Bozzini*

## FRUTTA E VERDURA

- 38 Cavolfiore, ortaggio versatile e gustoso  
*Blumenkohl, vielseitiges und schmackhaftes Gemüse*

## IL PANE

- 41 Dall'Onsernone al piano un pane tutto ticinese  
*Vom Onsernonetal bis zur Ebene ein gänzlich tessinerisches Brot*

## PASTICCERIA

- 43 Da Schröder a Chiggiogna la tradizione leventinese  
*Bei Schröder in Chiggiogna die Tradition der Leventina*

## LA DISPENSA

- 45 Cubetti di formaggio - Ticino Peppers  
*Käsewürfel - Ticino Peppers*

## L'ABBINAMENTO DIFFICILE

- 48 Funghi e vino, una gara di profumi  
*Pilze und Wein, ein Wettrennen der Düfte*

## SOGGIORNI DI CHARME

- 50 Albergo Monte Verità, fascino e forza della storia  
*Hotel Monte Verità, Fascination und Kraft der Geschichte*

## AGRITURISMO

- 52 Sotto l'ombra dei Gelsi nel verde ristoro di Iseo  
*Unter dem Schatten der Maulbeerbäume von Iseo*

le  
**news**  
inserto alle pagine LXX

## Paolo Basso

Nel 2013 ha coronato il suo sogno: un successo che condivide con la moglie Elena e la figlia Chiara. Nella foto a destra la famiglia in visita al Museo Vela a Ligornetto

di **GIÒ REZZONICO**  
gio@rezzonico.ch

Un palato eccezionale, una grinta straordinaria, una moglie che lo capisce e lo asseconda, alcuni incontri fortunati: è questa la ricetta del successo di Paolo Basso, il ticinese originario di Besnate nel Varesotto; che in aprile si è laureato in Giappone campione del mondo dei sommeliers.

Nel suo albero genealogico - il papà è metalmeccanico e la madre casalinga - non figurano antenati famosi nel mondo enologico. Il nonno produceva vino per uso familiare.

Da ragazzo Paolo correva in bicicletta. "Ma - osserva - non avevo il fisico adatto. Ero però attratto dalla competizione." L'interesse per l'alimentazione, non per la gastronomia, lo ha portato a scegliere una scuola alberghiera. Durante la settimana si trasferiva in Valtellina, dove ha avuto il primo approccio con il mondo dell'enologia, per poi tornare a casa il weekend. Dopo il militare, ha deciso di imparare il francese, "la lingua della gastronomia", e si è stabilito a Crans-Montana, dove ha lavorato in vari alberghi. "Per me - racconta - quello era il paradiso: d'inverno sciavo, d'estate andavo in bicicletta. E poi quella era terra di vini. Dopo alcuni anni, però, ero privo di stimoli e pronto per una nuova fase della mia vita: la più importante!"

Al ristorante "Le Cygne" di Ginevra, un vero tempio dell'enologia (vi lavoravano in quel momento i tre migliori sommeliers elvetici) e della gastronomia (due stelle Michelin) avvennero i primi incontri di rilievo. "Viveva una disciplina quasi militare - racconta - ma in quel luogo ho capito che per diventare sommelier di successo bisognava essere disposti ad accettare molti sacrifici e a passare ore e ore sui libri per acquisire cultura. Il ritrovo era infatti frequentato da un pubblico di alto livello, da intellettuali affascinati dall'universo del vino. Si trattava di essere in grado di dialogare con questi personaggi dimostrando la propria competenza. D'altra parte la cantina del ristorante custodiva bottiglie per un valore di svariati



# Il sommelier gentleman

Dalle prime esperienze in Valtellina e in Vallese al titolo mondiale. Tenacia, eleganza e umiltà di un vero campione

milioni di franchi e richiedeva anche competenza gestionale. Fu in quegli anni - prosegue - che per puro caso venni a contatto con il questionario di un concorso per sommelier. Mi sembrò una cosa fuori di testa, ma mi colpì profondamente. Iniziò allora una sfida con me stesso. Nel 1995 mi iscrissi al mio primo concorso. Arrivai in semifinale al campionato svizzero. L'anno successivo mi classificai al secondo posto e quello seguente al primo. Nel '99 fui selezionato come candidato elvetico al campionato mondiale di Montreal in Canada. Mi classificai inaspettatamente al secondo posto. Eravamo nel 2000 e tutto mi sembrava facile. Non mi rendevo conto che la strada per vincere il mondiale era ancora in salita e percorrerla avrebbe richiesto altri tredici anni di sacrifici."

Nel frattempo, nel '97, si era trasferito in Ticino al "Concabella",

dove era avvenuto un altro incontro importante: quello con Rocco Montereale. "La sua filosofia - commenta - consisteva nell'aver in cantina solo il meglio." Gli incontri fortunati proseguono. Due anni dopo l'arrivo in Ticino passa alle dipendenze di Paolo Cattaneo della prestigiosissima ditta "Badaracco", specializzata a livello internazionale nella commercializzazione di vini bordolesi molto rari. "Da lui - racconta - ho avuto l'opportunità di assaggiare bottiglie che gli altri sommeliers vedevano solo sui libri." Quando Cattaneo ha deciso di vendere la sua azienda ai cinesi, Paolo Basso si è messo in proprio. La grande sfida per diventare campione del mondo

proseguiva. Una grinta incredibile e una moglie che lo ha sempre sostenuto - accettando anche che buona parte degli investimenti familiari finissero nell'acquisto di bottiglie prestigiose da studiare più che da degustare - lo hanno portato nel 2010 a vincere il campionato europeo e finalmente quest'anno quello mondiale. Ma Paolo non si è montato la testa. È rimasto quella persona cortese, elegante, un po' riservata che è sempre stata. Tra un invito e l'altro - ne giungono ormai da ogni parte del mondo -, sta riorganizzando la sua ditta, ribattezzata Paolo Basso Wine, per offrire agli amanti del vino "bottiglie straordinarie a prezzi abbordabili, prodotte da cantine poco conosciute". Perché lui continua ad essere innamorato del suo mestiere e a considerare il vino un fantastico dono della natura.

**DOVE SI TROVA/WO ZU FINDEN**

**PAOLO BASSO WINE**  
www.paolobassowine.ch



# Der Gentleman-Sommelier

Von den ersten Erfahrungen im Veltlin und Wallis bis zum Weltmeistertitel. Hartnäckigkeit, Eleganz und Bescheidenheit eines echten Champions

von **GIÒ REZZONICO**  
gio@rezzonico.ch

**E**in hervorragender Gaumen, eine aussergewöhnliche Entschlossenheit, eine Frau, die ihn versteht und unterstützt, einige glückliche Begegnungen: Das ist das Erfolgsrezept von Paolo Basso, dem aus Besnate bei Varese stammenden Tessiner, der im April in Japan Sommelier-Weltmeister geworden ist.

In seinem Stammbaum - der Vater Metallarbeiter, die Mutter Hausfrau - gibt es keine Vorfahren, die in der Welt der Önologie berühmt waren. Der Grossvater produzierte nur Wein zum häuslichen Gebrauch.

Als Junge bestritt Paolo Radrennen. "Aber ich hatte nicht die geeignete Physis dazu", sagt er. "Aber allerdings reizte mich der Wettkampf." Wegen dem Interesse für die Ernährung, nicht für die Gastronomie, entschloss er sich, die Hotelfachschule zu absolvieren. Unter der Woche weilte er im Veltlin, wo es zu ersten Kontakten zur Weinwelt kam. Am Wochenende war er zuhause. Nach dem Militärdienst entschloss er sich, französisch zu lernen, "die Sprache der Gastronomie", weshalb er nach Crans-Montana zog, wo er in verschiedenen Hotels gearbeitet

hat. "Für mich war es das Paradies: Im Winter fuhr ich Ski, im Sommer Velo. Und es war eine Weinregion", erzählt er. "Nach einigen Jahren fehlte es mir jedoch an Anreizen und ich war bereit für eine neue Lebensphase: die wichtigste!"

Im Restaurant "Le Cygne" in Genf, einem wahren Tempel der Önologie - in dem damals drei der besten Schweizer Sommeliers arbeiteten - und der Gastronomie - zwei Michelin-Sterne - kam es zu den ersten wichtigen Begegnungen. "Es herrschte eine beinahe militärische Disziplin", erzählt Basso, "aber dort habe ich begriffen, dass man, um ein erfolgreicher Sommelier zu werden, viele Opfer bringen und stundenlang in Büchern lesen muss, um sich das Wissen anzueignen. Es war ein Ort, in dem Gäste mit Niveau verkehrten, vom Universum des Weins faszinierte Intellektuelle. Man musste einerseits in der Lage sein, Gespräche mit solchen Persönlichkeiten zu führen und mit Fachwissen aufzuwarten. Andererseits bewahrte der Keller des Restaurants Flaschen in einem Millionenwert, was Geschäftssinn erforderte. In jenen Jahren fiel mir zufällig ein Fragebogen eines Sommelier-Wettbewerbs in die Hände. Es schien

mir eine verrückte Sache, beeindruckte mich aber tief. Das wurde zur grossen Herausforderung für mich. 1995 meldete ich mich für einen ersten Wettbewerb an und erreichte bei der Schweizermeisterschaft das Halbfinale. Im Jahr darauf kam ich auf den zweiten Platz. Im folgenden gewann ich. 1999 wurde ich als Schweizer Kandidat für die Weltmeisterschaft im kanadischen Montreal selektioniert. Unerwarteterweise klassierte ich mich im zweiten Rang. Das war im Jahr 2000 und alles schien einfach zu sein. Ich war mir da nicht bewusst, dass der Weg zum Weltmeistertitel mühselig sein und dreizehn Jahre Opfer bedeuten würde."

In der Zwischenzeit war er, 1997, ins Tessin gezogen. Im "Concabella" erfolgte eine andere wichtige Begegnung, jene mit Rocco Montereale. "Seine Philosophie bestand darin, nur das Beste im Keller zu haben", kommentiert Basso. Es ging weiter mit glücklichen Begegnungen. Zwei Jahre nach seiner Ankunft im Tessin wechselt er zum äusserst renommierten Unternehmen "Badaracco" von Paolo Cattaneo, das international auf die Vermarktung sehr seltener Bordeaux' spezialisiert ist. "Bei ihm bekam ich die

Gelegenheit, Weine zu probieren, die andere Sommeliers nur von Büchern kannten".

Als Cattaneo beschloss, sein Unternehmen an Chinesen zu verkaufen, machte sich Paolo Basso selbstständig. Die grosse Herausforderung, Weltmeister zu werden, blieb. Eine unglaubliche Hartnäckigkeit und eine Gattin, die ihn stets unterstützt hat - und auch hinnahm, dass ein grosser Teil der Investitionen der Familie in prestigeträchtige Weine flossen, die es eher zu studieren als zu degustieren galt - trugen ihn 2010 zum Europameistertitel und dieses Jahr, endlich, zum Weltmeistertitel. Aber Paolo ist der Erfolg nicht in den Kopf gestiegen. Er ist dieselbe freundliche, elegante und ein wenig zurückhaltende Person geblieben, die er immer gewesen ist. Zwischen einer Einladung und der nächsten, die inzwischen aus aller Welt eintreffen, reorganisiert er sein auf Paolo Basso Wine umgetautes Unternehmen, das Weinliebhabern "aussergewöhnliche Weine weniger bekannter Kellereien zu erschwinglichen Preisen" anbietet. Denn er ist weiterhin in seinen Beruf verliebt und betrachtet den Wein als phantastisches Geschenk der Natur.

Un problema sempre di attualità. Cosa ne pensa il sommelier Paolo Basso

## Il prezzo del vino al ristorante

Se dovessi fare una classifica delle domande che mi sono rivolte con più frequenza, direi che al vertice c'è: "cosa ne pensa del prezzo del vino al ristorante?". È chiaro che questo è un sintomo del malumore del consumatore, di questi tempi particolarmente attento ai prezzi. Oggi quando il cliente si siede al tavolo e sfoglia la carta dei vini con uno smartphone può immediatamente risalire al prezzo al pubblico della bottiglia che desidera ordinare e fare un confronto. Ovviamente senza tener conto di tanti fattori che pertanto sono sotto i suoi occhi: è seduto in un ambiente arredato, magari anche in modo elegante e raffinato, riscaldato, illuminato, con del personale a sua disposizione e con una possibilità di scelta di cibi e bevande. Tutte cose che costano ...

Spesso ci si dimentica che il ristorante è un'azienda che fornisce una prestazione e della merce, e mette a disposizione il personale e una superficie della quale il cliente usufruisce per un determinato periodo di tempo. Anche una bella carta dei vini ha il suo costo, perché chiunque sa che la merce immobilizzata genera costi e se si vuole fare invecchiare il vino per proporlo al cliente quando è all'apice della maturazione si deve attendere.

Immaginiamo poi che si finisca di cenare alle 22.30 e si resti a tavola fino a mezzanotte, ordinando un caffè e facendo quindi incassare al ristorante solo 3-5 franchi. Provate a chiedere ad un qualsiasi artigiano di mettervi a disposizione un operaio e del materiale per un'ora e mezza e a vedere se si accontenta di fatturare 5 franchi!

È evidente che quello che salta all'occhio immediatamente sono i prezzi, a volte elevati, ma il cliente deve anche capire che per fare arrivare sulla tavola quello che desidera c'è del personale che lavora - e aggiungerei alla sera, al sabato, alla domenica e nei festivi - e deve essere pagato.

D'altro canto i ristoratori che affermano di dover guadagnare sul vino perché sulla cucina non hanno margini, dovrebbero cercare di risolvere questo problema altrimenti. Non è certo giusto compensare la mancanza di introiti con un margine più elevato sui vini.

La crisi forse trattiene il consumatore dall'andare al ristorante, ma se si osserva lo sviluppo delle aziende di catering più professionali e dinamiche, si deduce che la gente vuole ancora "mangiare fuori", ma in molti casi non al ristorante. Le cause? Offerta di cucina poco attraente? Personale di sala che non ha il senso dell'accoglienza? Carte dei vini con gli stessi prodotti dei discount o delle stazioni di servizio?

Diciamo che se dalle due parti si facesse uno sforzo per migliorare la situazione tutto andrebbe meglio: il cliente, lasciandosi consigliare dal ristoratore, potrà essere certo di avere quello che c'è di meglio ed il ristoratore, come ogni buon commerciante, dovrebbe "sentire" la situazione economica ed adeguarsi per reagire brillantemente.

p.b.



CER/PI-Press/D. Agosta

Was der Sommelier Paolo Basso zu diesem Dauerthema meint

## Der Weinpreis im Restaurant

Wenn ich eine Rangliste der meist gestellten Frage erstellen müsste, würde zuoberst stehen: "Was meinen Sie zu den Weinpreisen im Restaurant?" Es ist klar, dass dies ein Symptom für die Unzufriedenheit der Konsumenten ist, die derzeit vermehrt auf die Preise achten. Wenn jemand am Tisch sitzt und in der Weinkarte blättert, kann er mit einem Smartphone sofort den Preis ermitteln, für den die von ihm zu ordernde Flasche im Laden verkauft wird und diesen vergleichen. Verschiedene Faktoren bleiben dabei unbeachtet, die er eigentlich vor Augen hätte: Er sitzt in einem - vielleicht elegant und raffiniert - ausgestatteten, geheizten und beleuchteten Raum, Personal steht für ihn bereit, er kann unter Speisen und Getränken auswählen. Das kostet alles... Häufig vergisst man, dass das Restaurant ein Betrieb ist, der eine Leistung und Waren anbietet, dafür Personal und Räumlichkeiten zur Verfügung stellt, die der Kunde für eine bestimmte Zeit nutzt. Auch die schöne Weinkarte hat ihre Kosten, denn wie jeder weiss, verursacht das Lagern von Ware Kosten und sollte man einen Wein reifen lassen, damit er dem Kunden auf seinem

Höhepunkt angeboten werden kann, vergeht viel Zeit.

Stellen wir uns weiter vor, dass das Essen um 22.30 beendet ist und man bis Mitternacht sitzenbleibt, aber nur noch einen Kaffee bestellt, so dass das Restaurant lediglich 3-5 Franken einnimmt. Versuchen Sie einen beliebigen Handwerker zu fragen, ob er Ihnen für eineinhalb Stunden einen Arbeiter und Material zur Verfügung stellt und mit 5 Franken zufrieden ist!

Natürlich stechen die Preise als erstes ins Auge. Sie mögen manchmal hoch sein, aber der Kunde muss begreifen, dass das Personal dafür bezahlt werden muss, um das zu servieren, was er bestellt hat - und dies am Abend, an Samstagen, Sonntagen und Feiertagen, wie anzufügen wäre.

Andererseits sagen Gastwirte, mit Wein ihr Geld verdienen zu müssen, weil es beim Essen keine Marge gibt. Sie müssten dieses Problem anders zu lösen versuchen. Es ist sicherlich nicht richtig, die fehlenden Einnahmen mit einer höheren Marge beim Wein zu kompensieren.

Die Krise mag Konsumenten vom Restaurantbesuch abhalten. Wenn man aber die Entwicklung bei professionellen und dynamischen Catering-Firmen verfolgt, stellt man fest, dass die Leute weiterhin "auswärts essen" wollen, nur in vielen Fällen nicht im Restaurant. Weshalb? Wenig attraktives Angebot aus der Küche? Servicepersonal, dem es an Freundlichkeit mangelt? Weinkarte mit den gleichen Produkten wie beim Discount oder dem Tankstellenshop?

Würden sich beide Seiten um Besserung bemühen, wäre alles besser: Der Kunde lässt sich mit der Gewissheit vom Wirt beraten, das Beste zu bekommen, und der Wirt sollte ein "Gespür" für die wirtschaftliche Situation entwickeln und sich ihr brillant anpassen.

p.b.