



Dall'orto rialzato direttamente in cucina. Lo chef Thomas raccoglie le erbe aromatiche che gli servono al momento.

—INTERVISTA

# Partnership ben radicate

## Hotel Vigilerhof, Siusi allo Sciliar.

La famiglia Marmsoler gestisce la propria struttura ricettiva seguendo una filosofia ben chiara: assumersi la responsabilità nei confronti del territorio. La junior chef Sophia Marmsoler ci spiega come è nato il loro vivace network e il ruolo decisivo svolto dalla cucina.

  
Dalla nostra terra.  
Per la nostra tavola.

**Le collaborazioni con i masi del territorio, per voi, sono una prassi quotidiana. Avete sempre avuto questa particolare attenzione ai circuiti locali o è una spinta che proviene dalla nuova generazione?**

In realtà sono le nostre radici che continuano a crescere. Mia madre è nata in un'azienda agricola, mio padre in una famiglia di macellai. Mio fratello Florian e io siamo cresciuti con questo forte legame con l'agricoltura; per noi era assolutamente normale trascorrere il tempo nelle stalle dei nostri parenti o vicini. Questo ci permette di comprendere meglio ogni prodotto e di apprezzare il lavoro da cui nasce. I nostri genitori ci hanno insegnato con l'esempio che una struttura alberghiera ha anche una responsabilità sociale; vogliamo contribuire a far sì che gli agricoltori possano vivere del frutto del loro lavoro, lavoro che svolgono con tanta passione.

**Le partnership locali spesso si sviluppano sulla base della fiducia. Come stabilite i contatti con i masi da cui acquistate i prodotti?**

In genere usiamo la via più diretta, basata sui rapporti di buon vicinato. Per esempio, la carne di agnello arriva dall'allevamento del mio compagno, Thomas, che è agricoltore e allo stesso tempo chef al Vigilerhof. Le verdure le acquistiamo spesso dal suo vicino, mentre frutti di bosco, carne di maiale e succo di mele provengono da altri masi nei dintorni. Alcune di queste collaborazioni sono continuative, altre nascono in modo occasionale: per esempio quando il nostro vicino macella un manzo, ne prendiamo un pezzo volentieri anche noi. Spesso i produttori e le produttrici si presentano in albergo proponendoci quello che hanno. Siamo sempre favorevoli a utilizzare i prodotti di stagione.

**Dal punto di vista logistico sembra una sfida. Quanti sforzi organizzativi richiede una tale varietà di fornitori?**

In realtà è piuttosto facile da gestire. Dato che il nostro hotel si trova proprio sulla via principale, la maggior parte dei produttori ci consegna direttamente la merce. Chiaramente gli



Sophia Marmsoler collabora strettamente con i masi della zona, una scelta che trova espressione anche nei piatti serviti all'Hotel Vigilerhof.





oneri burocratici sono maggiori, ma restiamo fedeli ai nostri principi: per noi la qualità e la provenienza contano più della comodità di avere tutto su un'unica fattura emessa da un grande fornitore.

## —Siamo sempre favorevoli a utilizzare i prodotti di stagione.

### Il tuo compagno Thomas è anche lo chef del Vigilerhof. Come gestite in cucina i prodotti che vi vengono proposti all'ultimo momento?

Nella nostra cucina l'ingrediente principale è la flessibilità. Thomas è molto creativo. Per lui adattarsi all'offerta all'ultimo momento non rappresenta una difficoltà, bensì uno stimolo creativo. Se i prodotti arrivano in grande quantità, crea creme raffinate o contorni speciali. Persino quando il menu è già stato definito, si può quasi sempre sostituire un elemento previsto con un prodotto locale fresco.

### Agricoltore e cuoco nella stessa persona: come influisce questo doppio ruolo nel lavoro in cucina?

Rende tutto più semplice. Avere Thomas è una fortuna. Condivide la nostra mentalità perché anche lui è cresciuto come noi. Mio padre gli ha insegnato tutto ciò che sa sulla

lavorazione della carne: noi utilizziamo ogni singola parte dell'animale.

### Che riflessi ha questa mentalità sul resto della vostra attività?

Operiamo in ogni ambito per evitare gli sprechi, compresi naturalmente quelli alimentari. Quello che avanza comunque lo mangiano i nostri maialini. Non solo: informiamo gli ospiti del nostro albergo del fatto che utilizziamo il più possibile e gettiamo via il meno possibile.

### Far capire agli ospiti il tema della sostenibilità senza essere noiosi e didascalici è un'arte. Come mantenete l'equilibrio tra sensibilizzazione e atmosfera vacanziera?

Non è sempre facile trasmettere la nostra filosofia. Ma da quando comunichiamo in modo più attivo i nostri sforzi, che nel frattempo sono stati certificati, la comprensione da parte degli ospiti è aumentata. Al buffet della colazione utilizziamo brochure e materiali espositivi, ma il mezzo più importante è certamente il nostro personale. Lo coinvolgiamo in gite aziendali per conoscere personalmente i produttori e le produttrici e poter così raccontare le storie che stanno dietro i prodotti. Abbiamo notato che dare un volto a un prodotto ne accresce immediatamente la richiesta. Quando spieghiamo che il succo di mela del cocktail arriva dal maso dei vicini, lo ordinano più spesso.

## Riuscite a far vivere concretamente la sostenibilità. Quali iniziative vengono più apprezzate dagli ospiti?

Il nostro party settimanale in cucina è un momento clou. Gli ospiti raggiungono Thomas in cucina e lo osservano al lavoro mentre racconta cosa sta facendo. In questa atmosfera informale l'origine degli alimenti diventa qualcosa di concreto e coinvolgente. Con mio fratello, che lavora nel nostro secondo albergo a San Valentino di Castelrotto, stiamo pensando inoltre di proporre esperienze enogastronomiche per permettere agli ospiti di visitare i masi partner e conoscere personalmente i produttori e le produttrici.

## Cosa servirebbe per far funzionare meglio i circuiti locali tra agricoltura e ristorazione?

Da entrambe le parti serve una comprensione reciproca più profonda. In linea di principio considero importante renderci conto di quanto la manutenzione del paesaggio da parte di agricoltori e agricoltrici sia preziosa per tutti noi. Concretamente nella ristorazione è utile una comunicazione trasparente da parte dei produttori e delle produttrici. Cosa è disponibile al momento? Quale prodotto lo sarà tra breve? Per la nostra attività è importante poter contare su partnership continuative. Se possiamo pianificare insieme le quantità di ogni prodotto che ci servono, ne trarranno vantaggio entrambe le parti. Se la comunicazione funziona, ognuno ci guadagna qualcosa.

## Tre insegnamenti che offre il Vigilerhof

**Dare una seconda chance.** Il pane vecchio può essere tostato, insaporito e offerto come snack nell'area wellness: così gli alimenti possono essere rielaborati in modo intelligente.

**Coinvolgere i collaboratori e le collaboratrici.** Una gita in un caseificio, una visita a un maso, un briefing sui prodotti del buffet della colazione. Chi sa cosa sta servendo può anche raccontarlo agli ospiti.

**Comunicazione chiara.** Comunicare agli ospiti in modo chiaro perché vengano prese determinate decisioni, per esempio fornire i set da bagno solo su richiesta per ragioni di sostenibilità, aumenta la comprensione e riduce le domande o i reclami.



Dietro ciascuno di questi ritratti c'è il network **alma**. Nella regione dolomitica Alpe di Siusi, quello che arriva in tavola non nasce mai per caso. È il frutto della stretta collaborazione tra chi ha un'attività agricola e chi si occupa di ristorazione. Si concordano le quantità, si organizzano i percorsi e si decide insieme cosa coltivare e come farlo arrivare dalla terra alla tavola. Nasce così un circuito economico locale in cui domanda e offerta si incontrano all'insegna della fiducia reciproca e dell'affidabilità.

alma non è né un marchio né una campagna promozionale, bensì un network che dà visibilità a una collaborazione concreta, profondamente radicata nella quotidianità di chi qui lavora e porta avanti la propria attività.

—[seiseralm.it/alma](http://seiseralm.it/alma)