



Günther Sader continua la tradizione di famiglia che, da tre decenni, vede i Sader alla guida del locale.

—INTERVISTA

La vicinanza da sola non basta

Ristorante Zum Turm, Castelrotto.

Da trent'anni la famiglia Sader gestisce la storica locanda Turmwirt, che ha trasformato in albergo con ristorante. Günther Sader ci parla di autenticità, di valorizzazione integrale dei prodotti e dei motivi per cui i circuiti locali finiscono spesso per arenarsi davanti a problemi concreti.

alma
Dalla nostra terra.
Per la nostra tavola.

Il ristorante è membro sin dalla fondazione avvenuta nel 2012 dell'Associazione delle locande altoatesine, una rete che oggi include ventisei esercizi i cui piatti sono composti per il 75 per cento da prodotti regionali o locali. Quali prodotti provenienti dai dintorni utilizzate?

Tutto quello che è possibile: pane, succo di mela, tisane, grappa, vino. In estate utilizziamo le erbe aromatiche del nostro orto. Con i prodotti freschi, però, la situazione si complica. Per la frutta e la verdura in estate ci rivolgiamo ai mercati contadini. Non abbiamo collaborazioni stabili con produttori di frutta e verdura locali.

Per la carne la filosofia è: mangiarne meno ma sapere da dove viene. Qual è il ragionamento alla base?

La carne fa parte della cucina tradizionale dell'Alto Adige, che noi cerchiamo di valorizzare. Ma sono del tutto favorevole a ridurre il consumo di carne. Allo stesso tempo chi mangia carne dovrebbe informarsi: da dove

proviene? Come è stato allevato l'animale? È stato trasportato in tutta Europa o in mezzo mondo? Per me è importante, anche nel piccolo, sapere da dove proviene un prodotto e chi lo produce. Da anni ci riforniamo presso un maso di Telfen, da cui acquistiamo tre quarti di manzo due volte all'anno, una volta in primavera e una in autunno.

Come funziona questa collaborazione e cosa fate quando si esauriscono gli ultimi tagli?

Lo chef, che da due anni è mio figlio Daniel, va al maso e sceglie gli animali che gli interessano. Li seziona e li lavora lui stesso. I tagli nobili come il filetto o il roast beef stagionano due mesi in cella frigorifera e finiscono sempre in poco tempo. Il resto, come il gulasch, il ragù, il bollito o le salsicce, dura più a lungo. Gli ultimi tagli dell'animale macellato in autunno li abbiamo lavorati quest'anno tra febbraio e marzo. Ciò che serve dopo lo acquistiamo da macellerie locali o regionali. Ottenere carne del posto, soprattutto per i



L'ultimo tocco prima di servire: lo chef Daniel Sader punta sulla provenienza locale dei prodotti.



Daniel Sader (a destra) è lo chef del ristorante Zum Turm da due anni. È tra i pochi a saper sezionare e lavorare animali interi, un'arte che in molte cucine è ormai diventata rara.



tagli nobili, non è sempre possibile, anche se ci proviamo. Bisogna essere onesti: se il filetto non è locale non lo metto sul menu.

In molte cucine sezionare un animale e utilizzarlo integralmente non fa quasi più parte delle pratiche quotidiane. Che importanza ha per la vostra linea il fatto che lo chef padroneggi questa arte?

È fondamentale. Daniel ha lavorato a stretto contatto con lo chef precedente negli ultimi due anni prima che andasse in pensione e ha imparato a sezionare. Oggi lo fa da solo e per lui lavorare ogni singolo taglio di carne è un piacere. Lavorare un animale nella sua interezza è una fatica che molti evitano: è più semplice farsi consegnare la carne già tagliata. Anche il fatto che Daniel scelga direttamente gli animali fa molta differenza, perché può raccontare agli ospiti cosa c'è nel piatto: "La cotoletta che hai davanti proviene da un animale che ha trascorso anni sull'Alpe di Siusi". L'ospite vuole ascoltare una storia, non viene solo per mangiare.

Per la verdura la situazione è differente rispetto alla carne. In questo caso quali difficoltà incontrate?

Al mercato contadino compro volentieri tutto quello che trovo, anche se l'offerta non basta mai a coprire il fabbisogno giornaliero di una

—Per me è importante, anche nel piccolo, sapere da dove proviene un prodotto e chi lo produce.

cucina che deve servire contemporaneamente gli ospiti dell'hotel e del ristorante. Per questo di solito ci rivolgiamo ai grossisti. Se dipendesse da me, la percentuale di verdure locali nella nostra cucina sarebbe sicuramente più elevata. Più prodotti della nostra zona significano in fondo meno traffico sulle strade, e anche questo per me ha senso.

Su quale aspetto bisognerebbe intervenire per far crescere i circuiti locali nella ristorazione?

Sulla logistica. Se i produttori consegnassero direttamente alle cucine sarebbe più semplice. La mattina si fanno le preparazioni, a mezzogiorno si serve in tavola, poi un'oretta di riposo e di sera si serve di nuovo. Non abbiamo tempo per andare a ritirare personalmente cinque chili di qua o dieci di là. Se gli itinerari di consegna non sono ben organizzati, molti prodotti continuano a passare dai grossisti anche se i masi sono vicinissimi.

Ci sono già stati vari tentativi di associare i produttori per effettuare consegne condivise, ma sono falliti per problemi organizzativi. Come si potrebbero ripensare?

Una possibilità sarebbe che più strutture organizzassero e finanziassero insieme un servizio di consegna che ritiri i prodotti dai masi e li distribuisca in modo affidabile e in quantità che soddisfi entrambe le parti. Un'altra opzione sarebbe che gli agricoltori e le agricoltrici si associassero e gestissero la distribuzione, per esempio, attraverso un servizio di commercio ortofrutticolo. Infine, ma non meno importante, servirebbero prezzi sostenibili per entrambe le parti.

Cosa insegna l'esperienza del ristorante Zum Turm

La credibilità viene prima di tutto.

Quando si indica la provenienza dei prodotti sul menu, si deve anche poterla dimostrare in modo trasparente. Quando si parla dei produttori e delle produttrici si dovrebbe conoscerne realmente il lavoro.

Il mercato locale funziona dove le strutture fanno rete:

per esempio quando gli agricoltori e le agricoltrici uniscono quantità e varietà dei prodotti e le strutture ricettive si fanno carico insieme della logistica.

Una lavorazione integrale crea valore aggiunto. Chi seziona e lavora personalmente un animale sviluppa un rapporto differente con il prodotto e può comunicare credibilmente agli ospiti sia l'origine che la lavorazione artigianale.



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