

INTERVISTA DOPPIA

CHIARA SOLDATI - MARIO IACCARINO

RISTORANTE DON ALFONSO

Agire locale, pensare globale. Il concetto di glocal nelle parole di due protagonisti del made in Italy di qualità.

MARIO IACCARINO

D: Il tuo ristorante è un'attività che si tramanda da generazioni. Quanto è importante la famiglia nel progetto Don Alfonso?

R: E' da sempre il perno principale della nostra attività. Senza la famiglia non si sarebbe potuto costruire il passato di successo e tracciare il futuro altrettanto promettente di Don Alfonso. Il passaggio generazionale è uno svincolo fondamentale per la nostra attività: parlando della mia storia, da giovanissimo ho intrapreso percorsi di formazione e numerose esperienze nel mondo della ristorazione e dell'hotellerie all'estero, per poi ritornare a casa e impiegare tutte le conoscenze acquisite nell'attività di famiglia. Un passaggio generazionale, a mio giudizio, richiede 20 anni ed è esattamente il lasso di tempo che ha consentito a me e a mio fratello Ernesto di sentirci pronti a proseguire il lavoro iniziato dai nostri genitori, pur contando sempre sul loro prezioso supporto. Carattere familiare e gestione manageriale, questo il binomio perfetto per la lunga vita di un'azienda.

D: Il tuo ristorante è profondamente legato al tuo volto, alla tua persona. Avverti questa identificazione e, per te, cosa significa essere un brand?

Alessandro: Mettere il mio nome al mio ristorante è una scelta che ha di certo un grande valore. Quasi sempre una forza, a volte un punto debole perché naturalmente aumenta la responsabilità verso l'esperienza offerta al cliente ma, al contempo, contribuisce al continuo miglioramento di se stessi.

D: Don Alfonso è di certo un punto di riferimento nella ristorazione italiana e non solo. Cosa significa per te essere un brand?



R: Don Alfonso rappresenta non solo un'azienda ma un modo di vivere e di pensare che si traduce in uno stile distintivo che contraddistingue la nostra famiglia e tutte le persone che ci accompagnano in questo meraviglioso percorso. Sentiamo nei confronti del nostro team la responsabilità di divulgare non solo le tecniche culinarie alla brigata di cucina o le regole del servizio per i ragazzi di sala, ma un'educazione di vita che caratterizza quattro generazioni di ospitalità e ristorazione. Formazione professionale e umana, senso di appartenenza e condivisione degli stessi valori: questa è l'essenza di Don Alfonso, il tutto rivolto alla sacralità dell'ospite.

D: In molti casi si parla di sostenibilità, in meno casi la si mette in pratica e voi siete uno di quelli. Come comunicano Don Alfonso e la vostra azienda agricola?



R: Era il 1973 quando la giovane coppia formata da Alfonso Lidia intraprese questa nuova avventura a Sant'Agata de Goti che, fin da subito, diventò punto di riferimento per la clientela napoletana. Tutto partì dalla nostra pizza realizzata con i pomodori San Marzano dell'orto, l'olio della nostra azienda e la mozzarella del casaro. Un modello di ristorazione sostenibile e a km0 ante litteram che sottolinea la nostra esigenza embrionale nel ricercare materie prime di qualità e del territorio già in tempi non sospetti. Per noi la sostenibilità non è mai stato un trend ma una necessità istintiva: gli ortaggi biologici, l'olio evo del nostro frantoio e tutti i prodotti dell'azienda agricola sono da sempre i protagonisti dell'esperienza culinaria di Don Alfonso. Un percorso di sostenibilità lungo mezzo secolo che porta sempre a chiederci come possiamo migliorarci in termini di tutela ambientale e di responsabilità sociale per le generazioni presenti e future della nostra comunità.

D: Come riassumeresti la filosofia del Don Alfonso?

Territorialità, tradizione e costante ricerca della qualità: questa la combinazione alchemica che costituisce la nostra identità.

D: Avere delle radici forti è importante tanto quanto aprirsi a nuovi confini. Come coniugate il forte rapporto del vostro ristorante con il territorio rispetto all'internazionalità che ormai vi contraddistingue?

R: Se da un lato Don Alfonso può vantare un bacino di persone innamorate della nostra azienda, in primo luogo i campani ma anche tanti fedelissimi da oltre confine, d'altro canto la nostra famiglia ha sempre ricercato il contatto con l'estero. L'internazionalizzazione è stata ed è ancora una grande opportunità per Don Alfonso in termini di incoming, ma più in generale per il nostro gruppo, in termini di crescita professionale e umana. Da sempre portiamo avanti consulenze e progetti in gran parte del mondo per integrare il nostro know how con i territori, i sapori e le culture che abbiamo avuto la possibilità di conoscere, come ulteriore stimolo per il nostro percorso.

D: Tu e Chiara siete uniti da una grande stima che va oltre l'aspetto professionale.

R: Per me rappresenta uno degli esempi più belli di intelligenza, educazione, tradizione e modernità. E' una persona luminosa, incontrandola mi è capitato spesso di pensare che sembra quasi emanare una luce che è frutto del suo modo di essere, di pensare, di comportarsi. Chiara Soldati è uno dei piccoli silenziosi patrimoni dell'Italia che con grande umiltà e dedizione realizza progetti straordinari. E tutta la sua essenza si ritrova all'interno dei suoi vini, frutto di un grande territorio e di una sapiente mano. Come Chiara arricchisce ogni persona che incontra, così i suoi vini costituiscono un quid plus per l'enologia italiana.

CHIARA SOLDATI

D: La tua cantina è un'attività che si tramanda da generazioni. Quanto è importante la famiglia nel progetto La Scolca?

R: Rappresentare oggi una cantina che è arrivata a festeggiare 105 anni e che guarda alla quinta generazione che sta arrivando in azienda, è sicuramente la ragione per cui la famiglia è importante nel progetto di La Scolca, dimostrata nella lungimiranza delle scelte e degli investimenti e in termini di cura del territorio e di attenzione all'ambiente e al sociale, ancora prima che la sostenibilità diventasse un trend mondiale. La famiglia è quell'elemento che permette di dare un volto, un dna alla nostra cantina e ai nostri vini e che permette di divulgare l'insieme delle radici antiche, la cultura e l'identità de La Scolca.

D: La Scolca è di certo un punto di riferimento nell'ambito della produzione vitivinicola italiana e non solo. Cosa significa per te essere un brand?

R: Essere un brand significa avere dei valori fondanti, una riconoscibilità per poter rappresentare in maniera identitaria, attraverso i propri vini, un territorio, nel nostro caso il Gavi, una scelta lungimirante che porta la data del 1919. Il brand, se accompagnato da valori profondi e da una filosofia coerente e costante, è quell'elemento che riesce a rappresentare un grande ambasciatore del Made in Italy e del lifestyle tricolore, stimolando i wine lover italiani ed esteri a voler scoprire i nostri vini attraverso la visita in cantina, per poter vivere in prima persona il nostro territorio e le emozioni dell'esperienza firmate La Scolca.



D: In molti casi si parla di sostenibilità, in meno casi la si mette in pratica e voi siete uno di quelli. Cosa significa sostenibilità per la vostra azienda?

R: Ho scelto la certificazione di sostenibilità non solo esclusivamente come un'etichetta ma perché da sempre La Scolca rispetta le vigne e il territorio come un patrimonio, un testimone da trasmettere di generazione in generazione, integrando la proprietà non solo con nuovi vigneti ma con ettari di bosco per preservare la biodiversità. La sostenibilità per noi è un ulteriore dettaglio che va ad arricchire la qualità dei nostri prodotti, nonché un piccolo contributo che ogni imprenditore agricolo dovrebbe apportare nei confronti del proprio territorio e della propria comunità.



D: Come riassumeresti la filosofia de La Scolca?

R: Sicuramente lungimiranza, coraggio e innovazione

D: Avere delle radici forti è importante tanto quanto aprirsi a nuovi confini. Come coniugate il forte rapporto della vostra cantina con il territorio rispetto all'internazionalità che ormai vi contraddistingue?

R: La nostra azienda, da sempre, è connotata dalla scelta di credere nel vitigno autoctono. Essere portatori di questa bandiera, in Italia e all'estero, ci rende ambasciatori del Gavi con un'identità e una personalità che non sono mai state tradite. Un valore importante soprattutto quando andiamo a relazionarci con culture enogastronomiche diverse e lontane da noi: è proprio il forte ricordo delle nostre radici il grande valore aggiunto de La Scolca.

D: Tu e Mario siete uniti da una grande stima che va oltre l'aspetto professionale.

R: Ricordo ancora le parole di mio padre quando mi parlava di Don Alfonso. E' stato ed è un grande piacere per me continuare questa lunga tradizione di rapporto con la famiglia Iaccarino, con le nuove generazioni che stanno portando avanti con coraggio una storia così importante, senza dimenticarsi di essere famiglia e portando il loro stile d'eccellenza culinaria in tutto il mondo. Trovo molte similitudini nelle nostre due storie: in un mondo sempre più globalizzato dove spesso si rischia di perdere il proprio bagaglio valoriale, nelle parole di Mario ritrovo l'importanza della nostra storia, l'unione delle nostre famiglie e il coraggio di prendere nuove scelte per raggiungere nuove frontiere e nuovi traguardi.