Andrea Berton: Occorre puntare sull'aperitivo italiano. Intervista

aperitivo-italiano-ceresio-7-d067e1d7

Per aziende e imprenditori puntare sull'aperitivo italiano (ovvero, su una proposta di bevande abbinate ad assaggi di food che non sostituiscano pranzo o cena, costituita per almeno il 50 % da nostri prodotti) è un'opportunità per allargare il fatturato. Sia in Italia che all'estero.

APERITIVO ITALIANO, ANCHE AL RISTORANTE
GUARDA LA VIDEO INTERVISTA AD ANDREA BERTON E VIVIANA VARESE, CLICCA QUI

[caption id="attachment_209013" align="alignnone" width="696"]APERITIVO ITALIANO ph. Nicole Cavazzuti, Ceresio 7 Milano[/caption]

"*L'aperitivo italiano nasce al Nord ma, ormai, è un'abitudine diffusa in tutto il Paese, un costume che ci caratterizza e che piace ache ai turisti. Non basta: rappresenta un'occasione per incrementare la presenza dei prodotti Made in Italy nei bar, ristoranti e negozi di tutto il mondo e per aiutare ad*

aumentare il business di locali, negozi, aziende. Ecco perché ho aderito alla creazione del World Aperitivo Day e del Manifesto dell'Aperitivo progettato da ***Federico Gordini -guarda la video intervista, clicca qui-"***. Chi parla è lo chef **Andrea Berton**, titolar del Ristorante Berton Milano.

[caption id="attachment_209015" align="aligncenter" width="696"]APERITIVO ITALIANO ph. Nicole Cavazzuti, Chinese Box Milano[/caption]

Che, insieme a **Daniel Canzian e Viviana Varese**, è **Chef Ambassador del Manifesto dell'Aperitivo (ne abbiamo parlato qua, clicca)**, una sorta di statuto nato con l'obiettivo di individuare e codificare i valori fondanti di questo cerimoniale quotidiano dell'italianità. *"Per esperienza, posso assicurare che all'estero un attestato di Made in Italy già da sola richiama i clienti"*, osserva **Christopher Grassini**, tra le altre cose certificatore di Qualità Italiana per la Federazione Baristi Italiani.

[caption id="attachment_192429" align="aligncenter" width="696"]pairing ph. Nicole Cavazzuti, da Ca.Ri.Co. Milano[/caption]

Tanto che c'è chi se ne approfitta e vende per italiano quello che non lo è: dalla mozzarella "*Il Manifesto dell'Aperitivo mi pare utile. Non è un puro esercizio di marketing. Articolato in dieci paragrafi, stabilisce una strategia per sostenere i prodotti di denominazione e di filiera. Lo scopo è garantire la sicurezza del consumatore e la tutela dell'originalità del Made in Italy nel mondo"*, aggiunge la chef **Viviana Varese del Ristorante Viva**.