

PREFAZIONE

SEDERSI AL TAVOLO DI UN RISTORANTE: UN'ISOLA SI CONOSCE ANCHE COSÌ



"Soltanto gli idioti non sono buongustai".
La frase, leggermente tranchant ma con un fondo di verità, viene attribuita a Guy de Maupassant ma potrebbe essere stata pronunciata da tutti quelli che - nella loro vita - per un attimo o per sempre hanno pensato di intraprendere l'arte della ristorazione. Un mestiere, una professione, una missione e molto altro ancora. Certamente un lavoro che richiede sacrificio e passione oltre il comune in cambio di soddisfazioni tutt'altro che sicure, con una discreta dose di quell'incertezza che elegantemente potremmo chiamare "rischio d'impresa".

Eppure, aprire e gestire un luogo dove si fa da mangiare e lo si offre al prossimo è qualcosa di così antico e tuttavia di continuamente reinventato che davvero lo si potrebbe definire uno dei mestieri più vecchi del mondo, senza nulla togliere - ovviamente - ad attività di altrettanto fascino e di grandi tradizioni nel rapporto con i clienti e con il piacere dell'accoglienza.

Anche raccontare la cucina è diventato un mestiere. Anzi, un'arte. Esercitata spesso con garbo e con gusto, talvolta invece con una disinvoltu-





ra eccessiva. Le guide, un tempo croce e delizia di chef e ristoratori (basti pensare a miti come Michelin, Espresso, Gambero Rosso, Veronelli ecc. ecc.) oggi se la giocano con le guide "wiki" generate dagli utenti - Tripadvisor su tutte - e con i foodblogger nati dalla spumeggiante energia del web e dall'altrettanto frizzante creatività di personaggi che, in poco tempo, si sono inventati un mestiere in cui spesso non si capisce dove finisce la recensione e comincia la dazione (detta anche marchetta).

Ma tant'è. Qualcuno dice che c'è spazio per tutti e quindi, nella speranza che sia davvero così, non resta che fare il tifo per un settore - quello della ristorazione - che in Italia è tra i motori del Pil e tra le cose migliori che il Paese può vantare (ed esportare) nel mondo. In quest'ambito, noi di Typimedia rappresentiamo un player relativamente anomalo. Typi, la nostra piattaforma multimediale, si occupa di prodotto tipico certificato, mentre nell'attività editoriale siamo focalizzati prevalentemente su prodotti locali e di servizio.

Unendo questi due focus - quello dell'editoria locale e quello del cibo - abbiamo perciò realizzato MangiareBereElba, i 100 (+1) indirizzi del food sull'Isola d'Elba. Una guida molto semplice, attenta, curiosa e di gusto, che non ha altre pretese se non quella di offrire ai lettori una panoramica - la più completa possibile - di ciò che, quest'isola con i suoi paesi, propone sul piano della ristorazione: dal locale celebrato sulle principali guide alla piccola osteria, dall'enoteca di qualità alla pizzeria, senza dimenticare l'effervescente mondo dell'etnico, indice di un continuo ridisegno degli equilibri e dei confini dell'offerta enogastronomica.

MangiareBere s'innesta in un progetto di informazione locale che se-



gue una strategia semplice e trasparente: parlare delle comunità locali a tutto tondo, valorizzandone le eccellenze e i talenti, raccontandone la storia e le storie, contribuendo magari alla soluzione dei problemi.

Attraverso i protagonisti del food, MangiareBere racconta infatti tantissimo di una comunità: storie di persone, di famiglie e di imprese spesso antiche. Avventure ormai decennali e nuove aperture ricche di ambizioni e di speranze. Insomma, la vita di una comunità. Perché, dopotutto, una comunità s'impara a conoscere anche seduti al tavolo di un ristorante.

L'EDITORE

