

HOTEL
DOMANI
LUGLIO
122
FOOD&BEVERAGE

LUNGA VITA AL SA PO RE

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

HOTEL
DOMANI
LUGLIO
123
FOOD&BEVERAGE

Chef, nutrizionisti e albergatori parlano sempre più la stessa lingua. Tra scienza e personalizzazione, la tavola diventa protagonista della longevity hospitality: un approccio che punta ad allungare non soltanto la vita, ma soprattutto gli anni vissuti in salute. Senza rinunciare al gusto: parola degli esperti di Alma

Il Master Health & Performance Chef di Alma risponde alla domanda crescente di un'alimentazione che metta al centro la salute e la longevità, ma che gratifichi anche il palato



di **Gianluca Miserendino**

Per anni il benessere negli hotel è stato una questione di spa, piscine, trattamenti e attività fitness. La ristorazione, pur occupando un posto centrale nell'esperienza dell'ospite, è a lungo rimasta confinata in una dimensione parallela: quella del piacere, talvolta persino in contraddizione con gli obiettivi di salute e benessere promossi dal resto della struttura.

Oggi qualcosa sta cambiando. Nel lessico dell'ospitalità internazionale - come in quello di molti altri settori

- una parola sta conquistando sempre più spazio: longevity.

Un concetto che va oltre il semplice "mangiar sano" e che coinvolge qualità della vita, prevenzione, benessere psicofisico e capacità di vivere più a lungo in salute. In questo scenario il cibo smette di essere soltanto un elemento dell'esperienza alberghiera per diventare uno strumento attivo di benessere, al pari di un trattamento spa, di un percorso fitness o di un programma wellness. "Il lusso contemporaneo non è più

l'abbondanza, ma la qualità della vita", osserva Filippo Tawil, direttore culinario e co-fondatore di Alma Culinary Wellness Solutions, la divisione di consulenza e formazione di Alma dedicata all'innovazione gastronomica, alla nutrizione funzionale e alla longevità.

"Per questo oggi il concetto di longevity si lega sempre più all'healthspan: mangiare in modo intelligente, personalizzato e consapevole per vivere meglio, più a lungo e con maggiore equilibrio".

Vivere a lungo, vivere meglio

La prima sfida è comprendere cosa significhi davvero longevità. Perché il tema non riguarda semplicemente il numero di anni vissuti, ma la qualità di quegli anni. "Quando parliamo di longevità non parliamo semplicemente di aspettativa di vita, ma soprattutto di aspettativa di vita in salute, ovvero quanti anni viviamo in buone condizioni fisiche", spiega Francesca Giopp, nutrizionista di Alma Culinary Wellness Solutions. Le ragioni hanno a che fare soprattutto con gli stili di vita. "Quando parliamo di longevità, quindi, parliamo di qualità della vita. Le cosiddette Blue Zones - dalla Sardegna al Giappone, dalla Grecia alla California fino alla Costa Rica - rappresentano un modello chiaro: qui le persone vivono a lungo non perché seguano regimi estremi, ma perché conducono una vita attiva, all'aria aperta, caratterizzata da relazioni sociali solide e da attività quotidiane a bassa intensità, come camminare o dedicarsi al giardinaggio".

Una riflessione che interessa da vicino il mondo dell'ospitalità. Se il benessere è il risultato di una combinazione di fattori, anche gli hotel devono ampliare il proprio sguardo. "Applicare il concetto di longevità nel mondo hospitality significa ripensare l'offerta in chiave più olistica. Non solo palestra e performance, ma ambienti e programmi che favoriscano un movimento naturale e costante, integrato nella quotidianità degli

HOTEL
DOMANI
LUGLIO
121
FOOD&BEVERAGE

ospiti. Spazi all'aperto, percorsi, attività leggere e sociali possono diventare parte integrante dell'esperienza, insieme a una visione più ampia del benessere che includa anche il senso di scopo, il cosiddetto ikigai".

Il wellness non basta più

In questo contesto il wellness tradizionale rischia di mostrare i propri limiti. Oggi il cliente è molto più preparato e consapevole. "Molti hotel parlano di wellness, ma spesso si limitano a creare piatti apparentemente healthy, molto estetici ma senza una reale conoscenza nutrizionale dietro", sottolinea Tawil. "Il wellness autentico nasce invece dall'unione tra cucina, scienza, qualità della materia prima, stagionalità e corrette tecniche di lavorazione, supportate da nutrizionisti e specialisti". Anche il rapporto tra ospite e ristorazione è cambiato profondamente. "L'ospite oggi è molto più informato: vuole conoscere provenienza degli ingredienti, sostenibilità e valore nutrizionale del piatto". Ma la vera rivoluzione è un'altra: il superamento dell'idea che esista un modello alimentare valido per tutti. "La personalizzazione è la chiave. Oggi non esiste più un unico concetto di wellness valido per tutti: ogni ospite ha esigenze, obiettivi e stili di vita differenti. In alcuni casi il focus può essere sull'equilibrio glicemico, in altri sulla digeribilità, sulla performance sportiva o sul recupero energetico. Ogni scelta culinaria deve nascere da una logica precisa e coerente con il concept della struttura e con le necessità del cliente". L'obiettivo non è creare una cucina medicalizzata. "Il benessere non deve mai diventare un'esperienza rigida o clinica. L'ospite vuole sentirsi libero, rilassato e ispirato. Per questo credo che il vero lusso oggi sia offrire un'esperienza wellness personalizzata ed elegante, dove il cibo diventa



LA VISIONE EVOLUTIVA DI ALMA SI È SEMPRE BASATA SULL'ANTICIPARE LE ESIGENZE DEL MERCATO, FORMANDO PROFESSIONISTI CHE NON SIANO SOLO ESECUTORI DI RICETTE

Matteo Berti, direttore didattico di Alma e chef



NEL NOSTRO PROGETTO CHEF, NUTRIZIONISTI, MEDICI E SPECIALISTI LAVORANO INSIEME PER CREARE SOLUZIONI REALMENTE PERSONALIZZATE

Francesca Giopp, nutrizionista di Alma Culinary Wellness Solutions



IL NOSTRO OBIETTIVO NON È CREARE UNA CUCINA MEDICALE, MA UN NUOVO LINGUAGGIO GASTRONOMICO CAPACE DI UNIRE PIACERE, TECNICA E CONOSCENZA SCIENTIFICA

Filippo Tawil, direttore culinario e co-fondatore di Alma Culinary Wellness Solutions



parte integrante del benessere della persona senza perdere emozione, identità gastronomica e piacere".

La nuova generazione di chef

Se il mercato evolve, devono evolvere anche le competenze di chi opera nelle cucine degli hotel e dei resort. "La visione evolutiva di Alma

si è sempre basata sull'anticipare le esigenze del mercato, formando professionisti che non siano solo esecutori di ricette, ma interpreti della società", afferma Matteo Berti, direttore didattico di Alma e chef. In questo senso il Master Health & Performance Chef "risponde in modo diretto a una trasformazione epocale: la domanda globale di un'alimen-

tazione che metta al centro la salute e la longevità, senza mai rinunciare al piacere della tavola". Secondo Berti il settore si trova davanti a un vuoto professionale evidente. "Storicamente il mondo della ristorazione e quello della nutrizione scientifica hanno viaggiato su binari paralleli: da un lato l'attenzione al gusto, all'estetica e alla tradizione; dall'altro un approccio puramente funzionale, calorico o clinico, spesso privo di attrattiva sensoriale".

Da qui nasce il problema. "Gli hotel e i resort wellness si trovano quindi davanti a un paradosso: o scelgono chef eccellenti dal punto di vista gastronomico ma talvolta con deboli basi biochimiche, o si affidano a menu rigidi e punitivi che penalizzano l'esperienza del soggiorno. Manca una figura di sintesi". Il punto critico, però, non è la tecnica culinaria in sé. "La difficoltà non è quasi mai la



Come sottolinea lo chef Tawil, il lusso oggi non è più l'abbondanza, ma la qualità della vita, in cui il cibo ha un ruolo da protagonista



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

mananza di tecnica pura in cucina, bensì la capacità di tradurre la teoria scientifica in un'esperienza che risulti fluida, gratificante e memorabile per l'ospite". È esattamente in questo spazio che si inserisce la visione di Alma Culinary Wellness Solutions. "Il nutrizionista interpreta i dati scientifici e funzionali della persona; lo chef ha invece il compito di tradurre queste esigenze in un'esperienza culinaria concreta, piacevole e sostenibile", osserva Tawil. "La grande differenza del nostro progetto è l'approccio multidisciplinare: chef, nutrizionisti, medici e specialisti lavorano insieme per creare soluzioni realmente personalizzate". Per Berti, inoltre, il rigore scientifico non rappresenta una minaccia per la creatività gastronomica. "Biologia, biochimica e medicina incontrano la cucina non per imporre privazioni, ma per offrire una chiave di lettura scientifica all'abbina-

mento e alla trasformazione degli ingredienti. L'identità gastronomica di Alma non viene snaturata; al contrario, viene potenziata da una forte responsabilità e da una conoscenza tecnica ancora più profonda".

Il piacere della longevità

Se per anni la cucina wellness ha guardato soprattutto a ingredienti lontani e superfood provenienti da ogni parte del mondo, oggi il mercato sembra muoversi in una direzione diversa. "Si sta assistendo a un cambiamento importante", osserva Giopp. "Il tema dell'esotismo sembra lasciare spazio a un nuovo trend rappresentato dalla riscoperta della cucina regionale. Piatti legati al territorio, alla stagionalità e alla filiera corta diventano centrali. Anche le grandi catene possono valorizzare il legame con il territorio, inseren-

do nei menu prodotti locali e raccontando il lavoro dei produttori, rafforzando così il rapporto tra produttore, ristorante e consumatore".

Il ritorno alla semplicità passa anche attraverso la rivalutazione di alimenti spesso demonizzati. "È fondamentale sfatare il mito che healthy e buona tavola non possano convivere. Un esempio emblematico è la pasta, che oggi, alla luce delle evidenze scientifiche, può tornare a essere protagonista senza timori. Inserita in un contesto equilibrato e accom-

L'OSPITE OGGI È MOLTO PIÙ INFORMATO: VUOLE CONOSCERE PROVENIENZA DEGLI INGREDIENTI, SOSTENIBILITÀ E VALORE NUTRIZIONALE DEL PIATTO

pagnata da ingredienti di qualità - verdure di stagione, legumi, pesce o olio extravergine d'oliva - rappresenta un perfetto esempio di piatto che unisce gusto, tradizione e valore nutrizionale". In fondo è proprio qui che si trova il punto di incontro tra ospitalità, gastronomia e longevità. "Il nostro obiettivo non è creare una cucina medica, ma un nuovo linguaggio gastronomico capace di unire piacere, tecnica e conoscenza scientifica", sottolinea Tawil. Perché la sfida della longevity hospitality non consiste nel sostituire il piacere con la salute, ma nel dimostrare che i due concetti possono convivere. Per l'ospitalità del futuro, la longevità potrebbe avere il sapore di una rivoluzione silenziosa: meno eccesso, meno ostentazione, più consapevolezza. E la sua espressione più concreta potrebbe trovarsi proprio dove il lusso italiano ha sempre saputo eccellere: a tavola.