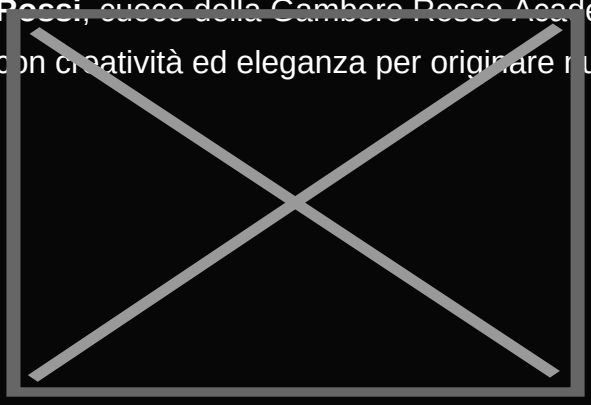
Accordo Francorosso e Gambero Rosso: 10 ricette per i SeaClub

rice-potato-mussels-nduja-italy-2102beeb

Lo storico brand di viaggi esperienziali Francorosso e la Gambero Rosso Academy, che realizza corsi dedicati a professionisti e appassionati di enogastronomia, hanno avviato una partnership per proporre agli ospiti dei SeaClub ricette gourmet che uniscono la filosofia e l'arte della scuola di cucina agli ingredienti tipici in cui sorgono i resort.

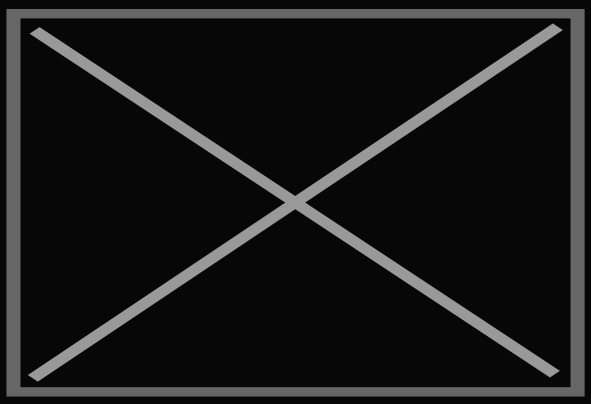
Francorosso è da sempre attento alla cultura e alle tradizioni dei luoghi del mondo, un'attitudine che si respira in ogni attività e momento dei suoi viaggi. L'accordo realizzato con Gambero Rosso riconferma questo approccio e la volontà di offrire ai propri ospiti esperienze del paese visitato, anche a tavola, dove i sapori, gli odori e i colori sanno raccontare molto di un luogo e di un popolo. Da questa consapevolezza sono nate le **dieci ricette realizzate per Francorosso dallo chef Mattia Maria Rossi**, cuoco della Gambero Rosso Academy: piatti sfiziosi in cui gli ingredienti locali si amalgamano con creatività ed eleganza per originare nuove proposte gourmet.



Le ricette sono state suddivise per **5 aree geografiche**, le stesse in cui si trovano i 17 SeaClub che sono nel progetto: Italia, Grecia, Spagna, Egitto e Oceano Indiano. La Gambero Rosso Academy ha quindi individuato alcuni degli ingredienti più iconici e descrittivi delle diverse aree per poi riproporli in chiave originale.

“*Questo progetto, che ho seguito con interezza dall’inizio alla fine, è stato per me molto stimolante perché ho avuto la possibilità di conoscere approfonditamente aree geografiche, come ad esempio quella nord africana, che non ho mai visitato*”, racconta Rossi. “*È stato bello e divertente selezionare ricette tradizionali e rivisitarle in chiave moderna con ingredienti attuali. Per la rivisitazione delle ricette mi sono ispirato ai ricordi d’infanzia partendo dalle lunghe tavolate allestite in campeggio con i miei nonni dove erano presenti persone provenienti da tutto il mondo. È grazie a questi episodi indimenticabili che ho avuto modo, fin da bambino, di assaggiare pietanze legate ad altre culture. Ad aiutarmi nella rielaborazione di queste ricette sono state anche le mie esperienze lavorative all’estero. A Londra, per esempio, ho avuto l’occasione di affiancare il grande Robuchon, padre della cucina francese che, nel 1989, venne definito dalla* ***Guida Gault Millau*** *lo chef del secolo. La stessa metropoli mi ha influenzato sotto ogni punto di vista perché è incredibile la varietà dei ristoranti presenti. Da Londra sono poi finito in Australia dove, per quattro anni, ho maneggiato materie prime e metodi di cottura che non avevo sperimentato prima*”.

La selezione di piatti realizzati per Francorosso vuole celebrare la **ricchezza gastronomica del Pianeta**: un viaggio nel viaggio per conoscere gusti e diversità delle mete visitate attraverso menu esclusivi con ricette fusion in perfetto stile Gambero Rosso e Francorosso, dove cura dei dettagli, armonia, ricerca degli elementi e raffinatezza si uniscono per portare la bellezza del mondo in tavola.



“*Francorosso è da sempre uno dei brand più noti al turismo italiano, sinonimo di viaggi esperienziali fedeli alla cultura dei luoghi. Proprio per questo abbiamo accolto con entusiasmo questa collaborazione con una delle più importanti realtà enogastronomiche del nostro Paese, la* ***Gambero Rosso Academy****: la loro firma su alcuni dei piatti dei menù dei nostri SeaClub sarà un autografo esclusivo di bellezza e gusto sicuramente gradito ai nostri ospiti, che potranno conoscere un paese anche attraverso i suoi sapori*", aggiunge **Alessandro Biasi**, responsabile marketing area Mainstream del Gruppo Alpitour.

“*Siamo orgogliosi di aver avviato questa collaborazione con Francorosso che andrà ad arricchire la proposta gastronomica dei SeaClub coinvolti con proposte poi presentate alle singole brigate degli hotel*", conclude **Dario Paesano**, direttore di Gambero Rosso Academy – *L’offerta formativa della nostra Academy si è ampliata negli anni con programmi di approfondimento e partnership con aziende*

che, come Francorosso, credono nel valore delle esperienze e nell'unione di più realtà per offrire ai clienti qualcosa di inaspettato, originale e coinvolgente sotto più punti di vista".