

Qualitaly

MAGAZINE

IN CUCINA

Carni alla griglia,
scelta da gourmet

IN SALA

La rivoluzione
del menu parte
dal tablet

IN DISPENSA

Ravioli & Co
food solution
a tutto gusto

IN TAVOLA

La novità
nei bianchi
si chiama
tradizione

PRIMO PIANO

L'articolo 62
divide
e fa discutere

Pesto 100% ITALIANO



Il Pesto, fiore all'occhiello della gamma di prodotti Gaia, è preparato secondo il metodo tradizionale di lavorazione a freddo, utilizzando solo basilico di primo e secondo sfalcio, raccolto quando il gambo è tenero e le foglie sono all'apice del loro colore e del loro profumo. Il basilico viene lavato, asciugato e miscelato agli altri ingredienti senza essere sottoposto a trattamenti termici che potrebbero comprometterne qualità e proprietà nutrizionali.

Il risultato è un pesto che conserva l'intenso profumo del basilico appena raccolto e il verde brillante delle sue foglie, proprio come quello fatto in casa. Nei formati PET da 1 kg e 1,5 Kg e vaso in vetro da 1 kg anche senz'aglio.

www.gaia.eu





EDITORIALE

DALLA DISPENSA ALLA TAVOLA TRA GENUINITÀ E RAFFINATEZZA



Francesca Pulitanò
direttore responsabile
Qualitaly Magazine



ccoci al secondo numero della nostra rivista rinnovata. Come avrete notato, il cambiamento è stato evidente: dall'impianto monotematico siamo passati ad un punto di vista più ampio, comprensivo di tutti gli aspetti legati alla cucina, in un ideale percorso dei cibi dalla dispensa alla tavola. Vediamo, allora, in breve, i temi principali sui quali ci siamo soffermati. Innanzi tutto, si parla delle paste ripiene, tipiche della nostra cucina, qui rivisitate sia in termini di varietà, sia dall'angolo visuale del ristoratore, per il quale esistono oggi anche preparazioni surgelate in grado di competere con i classici della nostra tradizione. Il viaggio nella dispensa prosegue con la cucina regionale e con alcune preziose indicazioni sul trattamento del pesce crudo, alimento particolarmente delicato per l'alto rischio di contaminazioni nocive.

Per l'ambito della cucina vera e propria mi piace segnalare le pagine dedicate alla pizza, simbolo di vacanza, di eventi festosi, ma anche di fantasia e di creatività tutte italiane, un vero patrimonio culturale del nostro paese.

E ancora: personalmente mi è capitato più di una volta di incappare nella eccessiva rigidità delle apparecchiature di gestione delle comande: basta chiedere una minima variazione sul piatto ed ecco che vanno in tilt il sistema e il cameriere... Ora questi – pur piccoli – inconvenienti potranno certamente essere risolti adattando il tablet alle esigenze della ristorazione. Tra le apps di nuova generazione non mancano infatti anche quelle appositamente create per i ristoratori, per organizzare le comande in modo più efficiente e per presentare un menu al passo con i tempi.

In questo ambito credo che la sfida sia davvero affascinante: troppe volte mi è capitato di notare come all'uso di strumenti apparentemente innovativi si associasse la scarsa qualità delle portate, come se l'avanzamento nel sapere tecnologico avesse minato alla base la genuinità degli ingredienti. È invece quest'ultima, in un mondo che corre ad una velocità a volte eccessiva, la vera 'innovazione', perché solo puntando sulla cura nella scelta e nella preparazione dei cibi si potrà trovare il giusto equilibrio tra passato e futuro.

Per parte nostra, tra gli alimenti più vicini ad una tradizione di genuinità, abbiamo scelto di parlare di formaggi e di vino.

I primi sono ormai stati promossi a protagonisti assoluti della tavola: la diversità di colore, di consistenza, di apporto calorico tra l'uno e l'altro li rendono adatti a soddisfare le esigenze di tutti i palati. Per questo sono nati locali specializzati che ne fanno oggetto di degustazione in tutte le sue sfaccettature. E se si parla di degustazione non si può non pensare al vino, del quale parleremo dando particolare risalto alla ricchezza della viticoltura italiana.

Infine, poiché la sostanza si apprezza ancora di più se racchiusa in forma gradevole, ecco le nostre scelte per rendere elegante la tavola con bottiglie di classe.

Credo che la ricchezza di temi sia sufficiente, da sola, a far apprezzare la nuova veste di Qualitaly Magazine: ma non ho alcun dubbio che la lettura vi stupirà, fornendovi idee preziose per aspirare a soddisfazioni sempre più grandi.



GENERAL FRUIT

Concentrati sulla qualità

Dal 1988 General Fruit produce:

- ◆ SUCCHI CONCENTRATI PER BREAKFAST
- ◆ PREPARATI PER COCKTAILS
- ◆ PREPARATI PER DESSERTS
- ◆ SUCCO DI LIMONE 100%
- ◆ CONDIMENTI MONODOSE
- ◆ TOPPINGS
- ◆ SCIROPPI
PER GRANITE
E BEVANDE
e molto altro...



IL SENSO DELLA PARTNERSHIP IN TEMPO DI CRISI



Italo Nebiolo
presidente Cooperativa
Italiana Catering

Alle aziende distributive sono richiesti compiti più impegnativi per sostenere il proprio mercato di riferimento

Nel perdurante clima di incertezza economica, per chi fa il nostro mestiere due aspetti diventano vere e proprie urgenze che ci spingono a rafforzare i legami con i nostri clienti. Il primo riguarda la crisi dei consumi, che ha ormai colpito anche quelli alimentari, mettendo in discussione gli stessi modelli ispiratori della ristorazione. Pasti destrutturati e combinazioni che privilegiano uno scontrino leggero, formule veloci e a prezzo fisso (che in alcuni casi diventano all you can eat): sono tutti sensori di un malessere economico a cui bisogna porre rimedio. Come? Per parte nostra con la selezione di prodotti con un corretto rapporto qualità/prezzo, dalla spiccata componente di servizio, con un occhio di riguardo alle rese, ma anche agli aspetti organolettici. Con un approccio, insomma, di partnership forte, da fornitori di soluzioni e di servizi, oltre che di prodotti.

Il secondo aspetto attiene alla vita e allo sviluppo stesso delle imprese. Mi riferisco al credit crunch. Qualche settimana fa la Banca Centrale Europea ha diffuso un documento sull'andamento dell'accesso al credito bancario delle pmi, da tempo congelato. Secondo l'analisi della Bce, le 7.510 pmi analizzate nei 17 paesi dell'area Euro, manifestano per il 5% maggiori necessità di finanziamento e riferiscono di un deterioramento nella disponibilità di prestiti bancari scesa ulteriormente del 10%. Questi numeri fotografano una realtà in cui la linfa per lo sviluppo delle imprese (il credito) è venuto a mancare.

La forma associativa cooperativa è stata la chiave di volta ed il collante fra gli imprenditori che hanno dato vita e fatto crescere la Cooperativa italiana catering, abbattendo difficoltà e paure dello stare insieme, condividendo le conoscenze che ognuno di noi aveva come dote professionale.

Nel corso della conferenza organizzativa di Confcooperative, cui aderiamo, abbiamo posto con forza la richiesta che il Credito cooperativo dedichi attenzione alle imprese associate, mettendo a disposizione gli strumenti finanziari adeguati a pianificare un cambiamento di passo a chi, come le nostre imprese, è abituato a confrontarsi con il mercato e con i suoi protagonisti, utilizzando tutte le armi disponibili per combattere la battaglia quotidiana. Oggi alle aziende distributive sono richiesti, come ho detto sopra, nuovi e più impegnativi compiti, per sostenere il proprio mercato di riferimento, i propri clienti, il proprio business. Per quanto ci riguarda, intendiamo continuare a dare sostanza e contenuto al termine partnership con le imprese di ristorazione che serviamo.



Eccellenza Italiana

I prodotti **Le 5 Stagioni** propongono agli specialisti del settore le migliori soluzioni per ogni tipo di lavorazione: dalle farine per le lavorazioni con lievitazioni lunghissime a quelle macinate a pietra, dai semilavorati con cereali diversi dal grano alla farina senza glutine, dal lievito di birra al famosissimo lievito madre Naturkraft.

Farine e semilavorati per pizze leader in italia

Dal 1831 l'azienda è costantemente impegnata ad ottenere il meglio, con l'utilizzo delle migliori materie prime, di una macinazione lunga per non danneggiare gli amidi e con l'impegno del più importante centro di ricerca e sviluppo del settore.



SEGUICI SU FACEBOOK

main sponsor



www.le5stagioni.it

Le 5 Stagioni - Via Monte Nero, 111 35010 Curtarolo (PD) Tel. +39 049.9624611 Fax +39 049.9624627 mail:farine@molinoagugiaro.it



36



14



18

Qualitaly

MAGAZINE

75 - giugno luglio 2013

01 editoriale

03 il punto
del presidente

QI NEWS

06 Mance
a confronto,
Easy Nature,
Salumi in Usa,
New 5 euro,
Pasto Buono,
Minerale in vetro,
App Drink test,
Host, Assemblea
Cic

PRIMO PIANO

10 Articolo 62, un
po' di chiarezza

13 Otto punti in
discussione

IN DISPENSA

14 Ravioli e pasta
ripiena, vera food
solution

18 Pesto, profumo
di Liguria

20 Sushi? Pesce
crudo? No grazie! A
meno che...

22 Le novità
nella dispensa
Qualitaly

IN CUCINA

24 Carni alla
griglia, scelta
gourmet

28 La ricetta di
Gregori Nalon

30 Pizza e pizzerie
evoluzione possibil

IN SALA

36 Formaggio...
un business fresco

38 Marmellata,
mostarda e miele,
unioni perfette

40 Una rivoluzione
chiamata tablet

IN TAVOLA

44 Bianchi, la
novità si chiama
tradizione

45 Nicchia da
sviluppare all'estero

46 Acque minerali
eleganti, preziose



10

Mancia, un confronto internazionale

Paese che vai, mancia che trovi. È il filo conduttore del risultato di un'analisi a livello internazionale realizzata da Fipe, la Federazione italiana pubblica esercizi aderente a Confcommercio-Imprese per l'Italia, con la collaborazione di Adapt e Hotrec Hospitality Europe, presentata durante la recente edizione di Tuttofood. Le mance infatti esistono in moltissimi paesi anche se si registrano usanze e modalità differenti, tanto che, almeno nei paesi dell'Unione europea, si esplica in ben quattro accezioni diverse: c'è chi le considera servizio obbligatorio, chi mance gratuite, chi costo del servizio e chi le considera 'tronco'. Quest'ultimo indica un sistema particolare di distribuzione delle mance per cui vengono accumulate da tutti i dipendenti, creando una sorta di fondo comune centrale e poi redistribuite in base a precise regole stabilite a monte. Nell'eseguire la comparazione, sono stati presi in considerazione tre indicatori principali,



cipali, cioè: normativa e prassi in vigore; modalità di distribuzione della mancia; trattamento della mancia. Si scopre così che per quanto riguarda il primo parametro (cioè la prassi da parte dei clienti), le nazioni più deregolate sono la Germania e la Svezia, mentre la Francia ha addirittura un importo preciso che è compreso in una forchetta fra 15 centesimi e 2,30

euro. In Spagna vige il principio della percentuale sul conto finale, proprio come negli Stati Uniti, paese in cui tale percentuale deve essere almeno pari al 15%. Più variegata è invece la situazione nel Regno Unito dove esiste un confine molto labile fra mancia e costo del servizio e spesso l'una si configura dove non è presente l'altro. Infine, all'Italia è stato riserva-

to uno specifico capitolo che ha permesso di inquadrare la qualificazione giuridica della mancia nell'ordinamento e di approfondirne i profili lavorativi, fiscali e tributari, oltre che di analizzare la posizione della giurisprudenza e la questione del lavoro extra.

La particolarità del sistema italiano determina che la prassi di lasciare mance, pur essendo pienamente entrata a far parte del costume italiano, sia variabile da Regione a Regione.

Al riguardo, la legislazione non ne definisce l'ammontare né prevede disposizioni di legge che chiedano ai clienti di offrire mance al personale, ma la contrattazione collettiva indica precise norme sanzionatorie nel caso in cui i dipendenti richiedano mance ai clienti. Le mance non fanno parte del fatturato aziendale ai fini del calcolo delle imposte, non contano ai fini del calcolo della retribuzione dei lavoratori e neppure ai fini dei contributi fiscali e previdenziali.

Easy Nature di McCain, costi controllati e resa elevata

Alto contenuto di servizio, nessuno scarto, food cost sotto controllo, risparmio e alte rese. I vantaggi della gamma di patate Easy Nature di McCain sono molteplici, a cominciare dalla qualità della materia prima: solo le migliori selezioni di patate a pasta soda, omogenee nel calibro e con taglio regolare, pronte da scaldare per la preparazione desiderata. Una gamma tutta al naturale disponibile in più di dieci forma-

ti diversi: cubetti, fette, quarti, spicchi; e poi novelle, intere sbucciate o con la buccia (Baking potatoes), a cui si affiancano anche due novità seasoned come il Gratin dauphinois, deliziose fette di patate in salsa cremosa, ed il versatile Purè.

Le Easy Nature McCain risultano ideali per qualsiasi ricetta o utilizzo in cucina, con rinvenimento e finitura in padella, bollite, al forno ventilato, a vapore o a microonde. Sono preparate senza conser-



vanti, in busta sottovuoto e si conservano in frigorifero con una shelf life di 60 giorni, nel pieno rispetto delle procedure Haccp. Secondo i test comparativi effettuati, in confronto alle patate fresche, le Easy Nature

consentono un risparmio del 55% sui tempi di preparazione, e chiari vantaggi del punto di vista della resa al piatto con un numero di porzioni superiore del 53% e un costo per porzione inferiore del 21%.



Gli Usa aprono ai salumi italiani

Una notizia positiva per l'export alimentare italiano. Dopo più di quindici anni di trattative, è caduta una delle barriere non tariffarie che impediscono il pieno

sviluppo delle esportazioni italiane di salumi nel mondo. Dal 28 maggio scorso, infatti, salami, pancette coppe e gli altri salumi a breve stagionatura possono essere esportati negli USA, in seguito al provvedimento con cui le autorità statunitensi di APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service) hanno ufficialmente riconosciuto l'indennità di Lombardia, Emilia-

Romagna, Veneto, Piemonte e delle Province autonome di Trento e Bolzano dalla malattia vescicolare del suino.

«È un primo importante risultato del percorso intrapreso da Assica (l'Associazione che riunisce i trasformatori di carne e i produttori di salumi) per avviare l'esportazione negli Stati Uniti di importanti prodotti della salumeria italiana come il salame, la pancetta, la coppa

o il culatello» ha affermato il Presidente dell'associazione, Lisa Ferrarini. «Negli Stati Uniti la conoscenza del Made in Italy è molto diffusa (e i nostri prodotti sono anche molto imitati): i prodotti alimentari italiani sono particolarmente apprezzati come dimostrano gli acquisti di prosciutti crudi, prosciutti cotti e mortadelle che, già da anni, possono essere esportati».

Con l'introduzione, il 2 maggio scorso, della banconota da 5 euro della nuova serie Europa è partita la fase di sostituzione della prima serie della moneta europea. La nuova banconota da €5 - spiega una nota della Banca centrale europea - è il risultato dei progressi tecnologici realizzati in questo settore dopo l'introduzione della prima serie, oltre dieci anni fa. Nella banconota sono state integrate alcune caratteristiche di sicurezza nuove e avanzate.

La filigrana e l'ologramma recano il ritratto di Europa, figura della mitologia greca da cui la serie prende il nome. Il "numero verde smeraldo", l'elemento più evidente, cambia colore passando dal verde smeraldo al blu scuro e produce l'effetto di una luce che si sposta in senso verticale. Sui margini destro e sinistro sono percepibili dei trattini in rilievo che agevolano il riconoscimento del biglietto, soprattutto per le persone con problemi visivi. Tali caratteristiche di sicurezza, poste sul fronte della nuova banconota, possono essere verificate con facilità applicando il metodo "toccare, guardare, muovere" e saranno prevedibilmente integrate in tutti i biglietti della serie "Europa". Nel comunicare alle categorie professionali che maneggiano quotidianamente le banconote, l'Eurosistema (formato dalla Bce e dalle banche centrali nazionali) ha ricordato che compito primo



Più sicura la nuova banconota da 5 euro



di chi riceve e maneggia banconote è quello di accertarsi della loro autenticità.

Nella prima metà del 2012 sono stati ritirati complessivamente dalla circolazione 251.000 biglietti in euro falsi. Rispetto al numero di banconote autentiche circolanti (in media 14,6 miliardi nel primo semestre del 2012), la quota di falsi resta molto contenuta.

I biglietti da €5 della prima serie

continueranno a circolare insieme alle nuove banconote, ma saranno gradualmente ritirati dalla circolazione. La data in cui cesseranno di avere corso legale sarà annunciata con largo anticipo. Anche dopo tale data manterranno il proprio valore a tempo indeterminato e potranno essere cambiati in qualsiasi momento presso le banche centrali nazionali dei paesi dell'area dell'euro.

BANCONOTA SOSPETTA? ECCO CHE COSA FARE

Ricevete una banconota della cui autenticità non siete certi? Ecco i consigli su come agire

- ✓ spiegare al cliente che si ha la necessità di parlare brevemente con il superiore o con un responsabile della sicurezza, facendo però in modo che la banconota resti sempre visibile al cliente;
- ✓ memorizzare l'aspetto del cliente;
- ✓ cercare di guadagnare tempo;
- ✓ avvertire le forze dell'ordine;
- ✓ se il cliente si allontana a bordo di un veicolo, prendere nota del modello e del numero di targa;
- ✓ consegnare senza indugio la banconota sospetta al superiore o al responsabile della sicurezza, che la faranno pervenire alle forze dell'ordine;
- ✓ evitare di esporsi a rischi.

Pasto Buono contro la fame e lo spreco alimentare

S secondo una ricerca del Politecnico di Milano, in Italia sono 6 milioni di tonnellate, per un valore di 12,3 miliardi di Euro, le eccedenze alimentari generate per oltre il 55% dalla filiera agroalimentare e per il restante nell'ambito del consumo domestico. Di queste, quasi il 50% è recuperabile per l'alimentazione umana con relativa facilità, indicando in circa 3,2 milioni di tonnellate annue quelle definite "ad alta e media fungibilità", ossia rapidamente e perfettamente recuperabili per il consumo umano. Ma solo il 6% delle eccedenze è recuperato per essere donato e distribuito agli indigenti. E quando il surplus ancora buono non viene recuperato, diventa spreco. Le cifre più difficili da elaborare riguardano gli sprechi di piccole attività commerciali alimentari (bar, piccole tavole calde, ecc.), che comunque si attestano su una media di 100 kg annuali per singola attività. Il progetto Pasto Buono, sviluppato da Qui Foundation (la onlus di Qui Group) e attivo a Roma, Genova e Firenze, nasce per evitare gli sprechi e trasformarli in risorse per sostenere persone bisognose e famiglie in difficoltà, fornendo loro tutto o



parte del fabbisogno quotidiano alimentare necessario a garantire una dieta sana ed equilibrata. Pasto Buono intende dare un contributo positivo per una gestione delle eccedenze più efficiente e più responsabile, nei confronti della società e dell'ambiente. Pasto Buono persegue quattro finalità, a ciascuna delle quali corrispondono aree d'intervento e azioni specifiche distinte: utilizzare al meglio le risorse alimentari ed eliminare gli sprechi; sostenere le persone bisognose; proteggere la dignità della persona e difendere l'intimità familiare; diffondere la cultura della solidarietà, della responsabilità e della collaborazione a tutti i livelli della società civile. Operativamente, Pasto Buono,

che nel 2012 ha distribuito 50 mila pasti a famiglie bisognose, crea un network di esercenti che quotidianamente mettono da parte a favore di beneficiari le eccedenze alimentari prodotte, ovviamente in perfette condizioni, anziché eliminarle coi rifiuti. Inoltre organizza la logistica per la distribuzione delle eccedenze, informa e dà un supporto culturale e pratico a famiglie ed esercenti per migliorare le loro abitudini di consumo e ridurre significativamente gli sprechi e la produzione di rifiuti e infine sensibilizza e aggrega intorno al progetto tutti i soggetti e gli operatori, pubblici e privati, che a vario titolo sono chiamati in causa e possono o desiderano partecipare al progetto.

A FIL DI RETE



SI CHIAMA DRINK TEST ED È L'APP

presentata all'ultima edizione del Vinitaly da Federvini, Fondazione Umberto Veronesi e 3 Italia. Disponibile per iPhone, smartohone Android e WindowsPhone, Drink test permette di calcolare in tempo reale il tasso alcolemico incrociando i dati di ciò che si è bevuto con peso, altezza e sesso. Oltre alla pagina del test, l'app comprende una pagina dedicata ai consigli, una ai numeri dell'alcol e una alla normativa.

Acqua minerale al ristorante, in vetro è meglio

Un'analisi svolta da Web-Research.it sulle conversazioni nel web relative all'acquisto e al consumo di acqua minerale al ristorante emerge chiaramente che la qualità del servizio complessivo, la location, la tipologia di ristorante influenzano sensibilmente il giudizio dei consumatori sull'acqua minerale servita al tavolo. Vale a dire che più sale il livello



del locale, maggiore è l'aspettativa di vedere un'acqua minerale di qualità e con una immagine relativa: se così per la pizzeria all'angolo vale la bottiglia in Pet, nel ristorante medio si pretende la bottiglia di vetro e se si sale di livello anche l'etichetta deve essere al top. Ne consegue che anche il giudizio sul prezzo è relativo alla tipologia di ristorante nel quale

si consuma l'acqua. Non è quindi considerata cara una o l'altra etichetta, ma la spesa richiesta in un locale che non ha le caratteristiche ritenute in linea con il prezzo richiesto. Poco accettata la caraffa di acqua microfiltrata, men che meno l'acqua del sindaco. Fortemente negativo il giudizio sulle acque con il marchio della Gdo o riconosciute come a buon mercato.

Fiere Host reinventa il futuro dell'ospitalità

Nell'hospitality del prossimo futuro vince chi sa reinventarsi.

È lo spunto di dibattito che offre agli operatori Host 2013 (www.host.fieramilano.it), sempre più osservatorio delle tendenze e delle evoluzioni del mercato, sulla base del confronto e della riflessione sui dati raccolti dalle associazioni di categoria e sui trend

individuati dagli analisti di settore. E che nei cinque giorni del Salone internazionale dell'ospitalità professionale, leader mondiale nel settore Ho.Re.Ca. e Retail — in fieramilano a Rho da venerdì 18 a martedì 22 ottobre 2013 — si trasformerà in idee concrete per nuove opportunità di business.

A far da filo conduttore dei quattro

giorni di manifestazione è la rivoluzione che stanno vivendo i punti di consumo (pdc), tra format originali, nuove tendenze lifestyle, innovazione tecnologica e crescente centralità del design. I cambiamenti in atto sono dovuti a mutamenti culturali più che al prolungarsi della crisi: fuori casa i consumatori italiani tendono a essere meno legati alla ritualità del pasto e

scelgono con più frequenza di consumare in luoghi e modi non convenzionali. Ricco e di sicura presa il programma di eventi, alcuni dei quali coinvolgeranno chef stellati: basti per tutti il programma di attività di Identità Golose, teso a valorizzare le tendenze e le suggestioni scaturite dall'ultimo congresso in combinazione con le ultime novità presenti a Host

Dall'assemblea Cic le linee per il futuro

Un'assemblea molto affollata, quella che si è data convegno a fine maggio presso la sede della Cooperativa italiana catering, durante la quale è stato fatto il bilancio di un 2012 difficile, ma sono state date anche le direzioni di lavoro seguendo le quali si vuole continuare a crescere, dopo avere retto all'urto di un 2012 contraddistinto dalla negatività dell'economia e dei consumi.

Lo stesso ridimensionamento del numero dei soci a 44 (uno in meno rispetto all'anno precedente), con l'uscita e l'ingresso di nuovi aderenti, si legge nella relazione sulla gestione del direttore generale, identifica la costante ricerca di qualità dei membri della Cooperativa, così come, all'attivo, va messa l'apertura all'internazionalizzazione con i soci austriaci e statunitensi, che hanno soddisfatto le attese. La stessa relazione, tuttavia, non fa mistero delle criticità emerse nel corso dell'anno, "legate all'andamento macro economico del nostro paese, aggravato dall'entrata in vigore della famigerata normativa sui ritardi di pagamento specifica della filiera alimentare (Articolo 62) che ancor oggi ci lascia sbrigottiti per le tempistiche di attuazione, le spese sostenute per l'allineamento dei sistemi informatici, dall'impatto sulle liquidità delle nostre aziende, ma soprattutto dal grande assente: l'intero sistema bancario".

Tuttavia, ha sottolineato il pre-



sidente Italo Nebiolo, pur nella congiuntura che richiede massima attenzione, non si può fare a meno di dare spazio allo sviluppo.

«La capacità di intercettare il nuovo e metterlo a sistema e in questo sforzo costruire alleanze, guardare ai nuovi filoni di sviluppo della Cooperativa non sono un vezzo, ma una spinta verso l'innovazione, in modo da rendere più attuale lo strumento cooperativo per far fronte ai nuovi bisogni del territorio. Saperli leggere implica anche avere la capacità di offrire risposte nuove al nostro settore e sviluppare cooperazione in quelli emergenti» ha detto Nebiolo. Non sono mancate le

azioni intraprese per individuare nuovi mercati e nuovi fornitori, con la visita alle fiere Internazionali di Boston, Bruxelles, Vigo e Hong Kong; è stata forte la presenza ai tavoli di confronto più istituzionali del sistema cooperativo; e sul fronte più gestionale sono stati fatti tutti i passi per mantenere il rating di solvibilità di cooperativa, strumento indispensabile per dare garanzia di continuità alle azioni commerciali nei confronti dei fornitori e sicurezza ai clienti.

I prodotti a marchio. Il vicepresidente Salvatore Zanobi ha analizzato il ruolo e lo sviluppo dei prodotti a marchio, che hanno retto bene alla situazione critica

I PRODOTTI A MARCHIO NEL 2012 E TREND SUL 2011

Linea	2012	Trend
Q	11	-
Qualitaly	310	+18
Tavola Viva	132	+29
Utility Professionale	20	-
La Carta	4	-
Il Gelo	3	+3

di mercato e che rappresentano, con le diverse linee che li compongono, il 22,32% del fatturato della Cooperativa, confermando in sostanza la quota dell'anno precedente, per un totale di 469 prodotti a marchio

Zanobi ha sottolineato il valore dei prodotti a marchio soprattutto in quanto sono il sigillo di una selezione che ha nella qualità il suo inderogabile presupposto «senza scendere a compromessi», a garanzia dei clienti, tanto che prima di selezionare un prodotto viene svolta una attenta opera di analisi su grafica, potenzialità dei consumi, scelta del fornitore, caratteristiche qualitative, posizionamento di prezzo. «Anche quest'anno il nostro impegno sarà massimo per inserire alcune referenze che riteniamo mancanti e i nostri sforzi saranno rivolti soprattutto verso il settore gelo, in quanto è quello che ha ancora notevoli margini di miglioramento», ha poi annunciato Zanobi.

ARTICOLO 62, UN PO' DI CHIAREZZA

La disciplina dei tempi di pagamento, entrata in vigore il 24 ottobre scorso, continua a far discutere e a dividere. Perfino due Ministeri sono su posizioni opposte dopo l'entrata in vigore della direttiva europea sullo stesso tema, generando ulteriore confusione e incertezza. Il parere del giurista

Q DI FRANCESCA PULITANÒ
uando si parla di articolo 62 si fa riferimento alla norma contenuta nel cosiddetto decreto-sviluppo emanato dal governo Monti. Si tratta, nello specifico, del decreto legge 24 gennaio 2012 n. 1, successivamente convertito in legge nel maggio dello stesso anno. Come è già certamente noto agli operatori del settore, in esso sono previste alcune regole relative alla cessione dei prodotti agricoli e alimentari. In sintesi, si stabilisce che i contratti aventi ad oggetto la cessione dei prodotti appena menzionati debbano essere conclusi in forma scritta; nel comma 2 si predispongono alcune cautele volte ad evitare la creazione di squilibri tra operatori commerciali che abbiano peso diverso sul mercato; si stabilisce che i pagamenti debbano avvenire a 30 giorni nel caso di prodotti deteriorabili (dei quali si fornisce una elencazione di massima) e a 60 giorni negli altri casi; infine, si attribuisce all'Autorità garante per la

concorrenza e il mercato la vigilanza sull'applicazione delle norme e sulla relativa irrogazione delle sanzioni. Alcuni punti di questa nuova legge richiedono un commento da parte del giurista, anche e soprattutto perché tra i destinatari della normativa non sono mancati discussioni e dubbi.

LEGGE ITALIANA O DIRETTIVA COMUNITARIA? Innanzi tutto, ci si è domandati quale sia la relazione tra questo provvedimento e la norma comunitaria contenuta nella direttiva 2011/7/UE, regolante la materia dei ritardi di pagamento e recepita da un provvedimento del legislatore italiano successivamente emanato, classificato come decreto legislativo 192/2012.

Il dibattito su questo punto è stato condotto sul piano del tecnicismo giuridico: di esso si è resa portavoce la stessa Confindustria, sostenuta peraltro dal Ministero per lo sviluppo economico, la quale ha sollevato il dubbio che il decreto legislativo

192/2012 abbia abrogato l'art. 62. Si tratta di una presa di posizione che, nella sostanza, contiene una critica volta soprattutto ai ridotti termini di pagamento, che, si sostiene, penalizzerebbero alcune realtà a favore di altre. Sul punto è intervenuto il Ministero delle politiche agricole, che ha invece ribadito la piena vigenza dell'art. 62, adducendo l'argomento della specialità di esso rispetto alle norme, più generali perché riferite ampiamente alle transazioni commerciali, del decreto legislativo 192/2012.

Dunque, la realtà con cui gli operatori devono confrontarsi è quella dell'art. 62, le cui statuizioni in tema di pagamento debbono essere rispettate.

Può essere peraltro interessante soffermarsi su altri aspetti di questa





L'articolo 62 in sintesi

NON È STATO ABROGATO

da norme
successive

SI APPLICA A TUTTI I CONTRATTI

di cessione di
prodotti agricoli e
agroalimentari

MIRA A EVITARE UN SIGNIFICATIVO SQUILIBRIO

tra operatori di
diversa forza
economica

VIETA L'ESERCIZIO DI PRATICHE commerciali sleali

PREVEDE IL RICORSO

all'Autorità garante
della concorrenza e del
mercato

norma, che generalmente appaiono trascurati.

Si può ricordare, ad esempio, che in data 19 ottobre 2012 il Ministero delle politiche agricole ha emanato un regolamento di attuazione dell'art. 62, nel quale si forniscono chiarimenti sul contenuto del comma 2 lettera e), vale a dire sul divieto di "adottare ogni condotta commerciale sleale che risulti tale anche tenendo conto del complesso delle relazioni commerciali che caratterizzano le condizioni di approvvigionamento".

PRATICHE COMMERCIALI SLEALI. Si afferma nel decreto del Ministero che "rientrano nella definizione di condotta commerciale sleale anche il mancato rispetto dei principi di buone prassi e le pratiche sleali identificate dalla Commissione europea" e dagli organismi comunitari preposti ai problemi della filiera alimentare. Allo scopo di specificare meglio il concetto di pratiche commerciali sleali è stato predisposto un allegato al regolamento di attuazione, nel quale è riportato un elenco delle suddette prassi.

Si prendono in considerazione gli aspetti relativi alle modalità di conclusione degli accordi commerciali, ai termini generali di tali accordi, agli strumenti giuridici per porre fine al rapporto e per applicare eventuali sanzioni contrattuali; ancora, si regolano i confini entro i quali sono ammesse azioni unilaterali modificative dei contratti, gli scambi di informazioni tra i contraenti, la ripartizione dei rischi e vari altri punti nodali per gli scambi commerciali, come il compenso per l'inclusione nel listino, le vendite condizionate e la consegna

AGRICOLTURA



←
30-60
giorni

INDUSTRIA



←
30-60
giorni

e la ricezione delle merci. Tutto questo complesso di indicazioni, che certamente non esauriscono il numero delle pratiche commerciali, svolge però, nell'intenzione di chi ha predisposto il documento, un ruolo chiave per "identificare una soluzione all'asimmetria e al possibile abuso del potere contrattuale da parte di alcuni attori della filiera alimentare" (queste ultime parole sono citate letteralmente dalla relazione introduttiva all'allegato).

POSIZIONI DOMINANTI. Da questa dichiarazione di principio si può prendere spunto per accennare brevemente a un altro elemento controverso: si è detto da parte di alcuni che la norma dell'art. 62 troverebbe applicazione soltanto nei casi in cui sia possibile riscontrare "un significativo squilibrio nelle rispettive posizioni di forza contrattuale". Questa ipotesi è stata avanzata facendo leva proprio sulla ratio ispiratrice della norma, che mira, tra l'altro, ad eliminare le posizioni di dominio di alcuni operatori su altri. Si tratta però di una interpretazione che non può essere accolta, perché

non appare giustificata dal tenore del provvedimento: questo, infatti, all'articolo 1, vieta i comportamenti che possano generare squilibri, ma non esplicita alcuna limitazione al proprio ambito di applicazione. Dunque, l'art. 62 si applica a tutte le transazioni commerciali, anche tra operatori di pari forza economica, aventi ad oggetto la cessione di prodotti agricoli

torità intende rispettare in caso di denunce per concorrenza sleale: più precisamente, il regolamento riprende il concetto di significativo squilibrio, ponendolo come fondamento per la presentazione dell'istanza di intervento dell'Autorità. Occorre chiarire come quest'ultima non abbia un obbligo di avviare il procedimento che eventualmente

Le statuizioni in tema di pagamento previste dall'articolo 62 devono essere rispettate da tutti gli operatori della filiera

e agroalimentari. Da ultimo, qualche parola sul ruolo dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato, che è intervenuta con un regolamento (delibera 6 febbraio 2013, pubblicata in G.U. n.58 del 9/3/2013) sulle procedure istruttorie relative a questa materia, vale a dire sulle modalità di indagine che l'Au-

porterebbe alla sanzione: è invece espressamente previsto, innanzi tutto, un tentativo di "moral suasion", che consiste nell'invitare per iscritto l'operatore economico a rimuovere i profili di illiceità della propria condotta, onde evitare, appunto, lo svolgimento di un procedimento sanzionatorio.

DISTRIBUZIONE



RISTORAZIONE



←
30-60
giorni



Sono inoltre enumerate diverse cause di chiusura della fase pre-istruttoria (la fase, cioè, che precede il procedimento vero e proprio): tra esse si annoverano ragioni formali, di irregolarità dell'istanza, oppure sostanziali, qualora, per esempio, si valuti la manifesta infondatezza dei motivi addotti dal ricorrente o si constati il buon esito della moral suasion. Possono sussistere, infine, ragioni di "efficacia ed economicità dell'azione amministrativa" tali da indurre l'Autorità a valutare che l'intervento richiesto non rientra nelle proprie priorità, cosa che può avvenire qualora la condotta lamentata non sia ritenuta sufficientemente meritevole di considerazione. Ciò non toglie che, una volta pronunciata la decisione di non procedere, l'Autorità possa riprendere le indagini d'ufficio, in considerazione di elementi intervenuti successivamente. Queste non sono che le principali questioni che emergono dal quadro normativo recentemente introdotto: certo, poiché non esiste norma che non necessiti di interpretazione, si può senz'altro ipotizzare che intorno all'art. 62 continueranno a svilupparsi critiche e commenti.

MODIFICHE E MIGLIORAMENTI

Otto punti in discussione

L'Alleanza delle cooperative, organismo di coordinamento del mondo cooperativo, ha individuato otto punti prioritari per una revisione dell'articolo 62. Eccoli in sintesi:

- 1** Sostituzione dei termini di pagamento da 30 o 60 gg a 1 o 2 mesi.
- 2** Fatturazione semplificata (possibilità cioè di una fattura unica con diverse scadenze) per evitare il lievitare dei costi logistici e amministrativi, delle complicità operative ed essere in sintonia con l'agenda digitale.
- 3** Regolamento di attuazione, Articolo 5 "Termini di pagamento e fatturazione, punto 4": definire come "data certa" quella della ricezione della merce, con conseguente decorrenza dei termini di pagamento, per il caso della ricezione via PEC della fattura anticipata rispetto all'arrivo della merce.
- 4** Somministrazione pasti: assimilare il ciclo passivo della transazione all'articolo 62 e non alla direttiva UE.
- 5** Equiparazione della email (semplice) per la determinazione della data di invio e ricezione della fattura.
- 6** Trasferimento di merci tra soci e Ce.di. di Gruppi Cooperativi: inserimento o chiarimento al riguardo.
- 7** Migliore definizione di "squilibrio tra le parti", o comunque migliore definizione per scoraggiare l'inefficacia da parte dell'ente preposto al controllo.
- 8** Presa di posizione da parte dell'Alleanza delle Cooperative Italiane (come concordato dagli attori del tavolo della filiera Agroalimentare) da inviare ai due ministeri.

IN DISPENSA

Nella pagina a fianco due prodotti della linea A Mano di Canuti, il Tortellazzo e, in basso a destra, il Tradizionale

FORMATI

LA RISTORAZIONE

è orientata ai formati di pezzatura superiore (40-50 grammi): migliorano la resa nel piatto e fanno porzione.

TIPOLOGIA

SI PREDILIGONO

paste ripiene con sfoglia sottile e ricche di farcitura.

VARIETÀ

LE FARCITURE

si articolano in una serie di abbinamenti che contemplano anche l'impiego di prodotti a denominazione.

Ravioli & Co, food solution a tutto gusto

T DI MARIELLA BONI

ortelli e cappellacci, anolini e casunzei, pansotti e raviolini... Sono infinite le declinazioni della pasta ripiena all'italiana, che varia per nome e forma, per genere e spessore della pasta, per tipologia di farciture, condimenti e tecnica di preparazione.

Una specialità che vanta secoli di vita più che mai gradita dal consumatore e che rappresenta uno dei "cavalli di battaglia" della ristorazione nostrana. Non a caso quasi tutti i grandi cuochi si sono sbizzarriti su questo tipo di preparazione fino a farne il loro emblema, primo fra tutti Gualtiero Marchesi con il suo famoso "Raviolo Aperto" (raviolo più di nome che di fatto, in sostanza strati di pasta alternati a capesante e filetti di sogliola). Ravioli e affini sono per il ristoratore una "food solution" interessante nel menù di tutti i giorni oppure - nelle farciture e nei formati più raffinati - per i pranzi importanti e i banchetti. Lo conferma Alessandra Locatelli di

*La cucina tradizionale vanta una molteplicità di varianti di pasta ripiena. Oggi anche l'offerta per la ristorazione studia forme e farciture con abbinamenti interessanti **per arricchire l'esperienza culinaria dei consumatori***

Biofarms, associato Cic e distributore di specialità alimentari in Liguria.

«Nel nostro catalogo abbiamo pasta ripiena surgelata tipica della nostra zona, ovvero ravioli di pesce, di carne e pansotti liguri; tutti prodotti surgelati in Iqf (Individually Quick Frozen) in modo da consentire al ristoratore di utilizzare solo i quantitativi necessari. Una particolare attenzione è posta anche nelle confezioni: il raviolo di carne, più piccolo, è confezionato nel sacchetto mentre quelli di più grande formato e delicati, per esempio i tipi farciti con crostacei, sono contenuti in vaschetta». E proprio sul fronte di formati e farciture Locatelli ci aggior-

na sulle esigenze del ristoratore: «In genere si va verso un prodotto con sfoglia sempre più sottile e con una farcitura abbondante, inoltre sono molto graditi i formati grandi, anche da 50 grammi, per dare una maggiore eleganza ai piatti. Dimensioni che consentono, con uno o due pezzi, di "fare porzione".

Naturalmente per tipo di farcitura siamo in grado di fornire varie alternative, dal raviolo farcito con solo branzino, a quello con pesce azzurro, comunque buono per sapore ma meno costoso, così come ci chiedono oggi molti ristoratori della nostra regione».



LA RICERCA NELLO SVILUPPO di nuovi prodotti è una delle costanti di Surgital (www.surgital.it), produttore di pasta fresca surgelata di Lavezzola (Ra): un'azienda che ha saputo coniugare l'esigenza di qualità, di unicità e servizio del ristoratore. In particolare con la linea Divine Creazioni Surgital propone una gamma in cui spiccano numerose tipologie di pasta ripiena, dai Castelmagni (farciti con formaggio Castelmagno) ai Fossatelli (con



Alessandra
Locatelli

Biofarms srl

Sede legale Via Pian Masino 8/18 Arenzano (Ge)

Tel 010 9113398 - Fax 010 9111360

www.biofarms.net

Fatturato 3,5 milioni di euro

Numero addetti 9 **Agenti** 3

Zona servita Liguria e parte del Piemonte



pecorino di fossa) Balanzoni, ai Quadrelli con Chianina, solo per citarne qualcuna. «Da tempo – spiega Anna Baccarani, responsabile marketing dell'azienda – il nostro centro ricerca e sviluppo seleziona le migliori materie prime, molte delle quali a denominazione, e studia il prodotto, l'abbinamento, la forma e il formato da dare alla nostra pasta ripiena. L'innovazione è un valore che il ristoratore ci richiede (e ci riconosce), per offrire ogni volta all'avventore un'esperienza gastronomica particolare. Durante la recente fiera Tuttofood abbiamo presentato due interessanti novità: la prima sono i Panciotti con punte di asparagi e mascarpone con asparagi verdi per il 40% del ripieno, di cui sono utilizzate solo le punte, di due calibri differenti per ottenere il massimo del sapore e il massimo della morbidezza. Appena brasate, le

punte sono tagliate grossolanamente e restano croccanti, verde brillante e restano ben visibili nel ripieno. L'aggiunta di cremoso mascarpone esalta la vena dolce del prodotto. L'altra novità sono i Raviolotti al baccalà, prodotto che nasce proprio da continue richieste provenienti dal mercato italiano e internazionale, per le riconosciute proprietà di questo pesce.

Soluzione ideale nel menu quotidiano e, nelle versioni più nuove, nei pranzi importanti

Si tratta di baccalà proveniente dai mari del nord Europa per il 69% del ripieno. I filetti di baccalà sono già dissalati e surgelati, privi della pelle e completamente spinati. In Surgital vengono brasati nel latte e mantecati con il fondo di cottura e la farina di polenta bianca, più rara e preziosa di quella gialla. Un accostamento che dà consistenza e cremosità a una farcitura saporita».

INNOVARE NEL TRACCIATO DELLA TRADIZIONE è il filo conduttore delle novità presentate a Tuttofood

da Canuti (www.canuti.com), con la nuova linea di pasta ripiena A Mano. Dice Cristiano Canuti, responsabile area marketing dell'azienda: «La ristorazione ci trasmette l'esigenza di prodotti di aspetto rustico, tradizionale ma con ripieni particolari, anche con ingredienti a denominazione, che danno valore aggiunto al piatto. In linea con questa richiesta abbiamo lanciato la gamma A Mano, 10 referenze di pasta all'uovo ripiena surgelata: ogni pezzo ha una forma leggermente diversa dall'altra. I ripieni sono realizzati con materie prime di alta qualità, ad esempio i Supremi giganti con taleggio e noci oppure la Spiga con lo storione, prodotti pregiati e di grande formato, che arrivano fino ai 38 grammi a pezzo. Il tutto confezionato in pratici vassoi da un chilo. Recentissima è anche la linea Le Ris scoperte, pasta fresca all'uovo ripiena e non, realizzata con farina macinata a pietra, che dà un particolare aspetto rustico al prodotto e allo stesso tempo conferisce ottima tenuta in cottura, pur cuocendo in tempi rapidi». Ma non basta.



IN DISPENSA

I RISTORATORI PONGONO al produttore una interessante richiesta, che prende le mosse da una maggiore sensibilità verso il prodotto biologico o comunque naturale e con caratteristiche di riconosciuta salubrità.

Ne parliamo con Federica Vitali, responsabile commerciale di Unipasta (www.unipasta.it), produttore ferrarese specializzato nella produzione di pasta fresca surgelata (lunga, corta e ripiena). «Proprio da una specifica richiesta della clientela – spiega Vitali – abbiamo deciso di avviare la produzione di pasta a base di kamut biologico, un grano antichissimo dalle particolari caratteristiche di elevata digeribilità che il consumatore ben conosce e apprezza. Inizialmente daremo il via a una linea di pasta non ripiena, per poi rapidamente implementare la produzione con la pasta al kamut ripiena, con farciture di tipo tradizionale. Una novità che non richiede particolari accorgimenti di cottura e anzi ha una buona tenuta, cosa che interessa in modo particolare al ristorante, a fronte di un prezzo che non incide in modo significativo rispetto a quello di un prodotto tradizionale».

Eros Palmirani,
direttore del Ristorante Diana di Bologna



Raviolotti di baccalà
della linea Divine creazioni di Surgital,
qui proposti con una crema di salicornia

RISTORANTE DIANA, BOLOGNA

Il regno dei tortellini, come tradizione impone

A Bologna il Ristorante Diana, fondato nel 1909, è famoso per la qualità della sua proposta, fra cui spiccano i tortellini alla bolognese in brodo, così emblematici per le tradizioni gastronomiche della zona che la ricetta è stata codificata dalla Confraternita del Tortellino e depositata presso la Camera di Commercio della città. «È una specialità – dice Eros Palmirani, direttore dello storico locale – che nonostante la preparazione in brodo, non subisce affatto la stagionalità e la dice lunga sulla preferenza dell'avventore. Per il ripieno ci vogliono lombo di maiale, una buona mortadella, prosciutto, Parmigiano Reggiano stagionato, noce moscata e uova.

Per la sfoglia, rigorosamente tirata al mattarello, che conferisce la giusta rugosità e che le nostre sfogline preparano tutti i giorni, servono farina e tante uova. Basti dire che noi tutti i giorni impastiamo oltre 180 uova, che servono per i tortelli, ma anche per tutti gli altri tipi di pasta fresca, emblema della nostra cucina. E anche il peso del ripieno è codificato: deve pesare 4-5 grammi e posare su un quadretto di pasta di 2-2,5 cm. E naturalmente bisogna avere un ottimo brodo in cui cuocerli. Nel nostro ristorante li richiede l'80% della clientela». Un vero piatto evergreen! (www.ristorantedianabologna.com)

Sfoglia il più grande catalogo di pasta fresca italiana.

(Studiata per la ristorazione e sapientemente surgelata.)



Laboratorio Tortellini è un marchio



L'Italiana preferita dallo chef.



IN DISPENSA

Pesto, profumo di Liguria

DI RACHELE AGOSTONI

Parli di pesto e pensi subito alla Liguria, terra dura e difficile, povera di risorse ma che ha dato vita a una cucina ricca di sapore e di tradizione. Tra i suoi prodotti di punta c'è il pesto, una salsa tanto importante da meritare di essere riportata sul portale dedicato all'agricoltura della Regione. Che sia un piatto storico è dimostrato dal fatto che la prima ricetta scritta del pesto risale alla metà dell'Ottocento. L'ingrediente principale è il basilico, piantina aromatica originaria dell'Asia Minore che lungo le coste mediterranee - in particolare in Liguria e in Provenza - ha trovato il suo habitat ideale e, già nel nome, tradisce la propria importanza. "Basilico", infatti, deriva da basilicum, traduzione latina del termine greco basilikon, che significa regale.

NEL PESTO IL BASILICO convive

Tra i protagonisti indiscussi della cucina ligure, il pesto ha conquistato le tavole italiane - e non solo - grazie anche alla sua versatilità

con i pinoli, l'aglio, i formaggi grana e pecorino e l'olio extravergine di oliva, che ha funzione di legante. «Nel tradizionale pesto ligure - spiega Fabio Maggiani, chef della società di catering genovese GEMI Piccoli grandi eventi e membro dell'APCI (Associazione Professionale Cuochi Italiani) - va usato il Basilico di Prà, dalle foglioline medio-piccole di forma ovale e colore verde poco intenso. Rispetto alle varietà a foglia larga, questo basilico è privo del retrogusto di menta. Il vero pesto andrebbe preparato a mano, nel mortaio in pietra, ma ciò non è compatibile con le esigenze della cucina professionale.

Io ne preparo ogni anno 1.000-1.500 chili per gli eventi di cui curo il catering, si immagini quante ore di lavoro ci vorrebbero se li preparassi tutti a mano...».

L'USO DEL MORTAIO rimanda forse alle epoche in cui al basilico erano associate proprietà quasi magiche; oggi si sa che i suoi oli essenziali hanno effetto antisettico, antibiotico e anti-parassitario. In effetti, per ottenere un gusto migliore e non disperderne gli aromi, non bisogna pestare il basilico, ma ruotare leggermente il pestello di legno nel mortaio in pietra, in modo

Un condimento a tutto pasto

Se l'uso più tradizionale per il pesto è il condimento della pasta (classicissime le trenette al pesto con fagiolini e patate), si sposa bene con altri primi piatti. «Altro piatto ligure - spiega Maggiani - è il prebuggion: il risotto con il pesto e un trito di erbe aromatiche miste (nella foto). Le erbe si mettono all'inizio della preparazione, il pesto si usa nella mantecatura finale. Il risultato è un risotto dal gradevole colore verde e dal gusto fresco».

Il pesto è anche ottimo per accompagnare il pesce (polpo e patate, baccalà mantecato e stoccafisso bollito), da servire come antipasto o secondo pasto, e le verdure. Meno riuscito, invece, è l'accompagnamento con la carne. «Evito di usarlo per le decorazioni - conclude Maggiani - a meno che non si tratti di piatti come la caprese: il basilico tende a coprire troppo i sapori».



LE ALTERNATIVE

Non solo basilico

Il pesto è una salsa estremamente versatile e le variazioni sul tema sono pressoché infinite, purché si rispetti qualche piccola regola. Perché una salsa si possa chiamare "pesto" deve essere preparata a crudo e contenere aglio, olio extravergine di oliva e pinoli. Il basilico invece può essere sostituito piuttosto liberamente. Se si vuole mantenere il colore verde, per esempio, si può usare il rosmarino o la rucola, ma il pesto può essere realizzato con qualsiasi verdura. È quasi un'eresia, invece, per un ligure, usare il prezzemolo. Sicuramente il pesto più noto, dopo quello ligure, è quello siciliano, in tutte le sue declinazioni provinciali. La ricetta base prevede l'utilizzo di basilico, pomodoro crudo e ricotta vaccina.

Un accostamento "interregionale" riuscito è il cosiddetto Ge-Bo, in cui si mischiano pesto e ragù. Inutile dire che se si vuole accontentare anche i palati più difficili, il pesto può essere realizzato senza aglio o sostituendo l'extravergine con un meno deciso olio di oliva.

da stracciare e non tranciare, le foglioline. La lavorazione deve avvenire a temperatura ambiente e deve terminare nel minor tempo possibile perché il basilico non si ossidi, diventando scuro. Quando si usa il frullatore, bisogna avere l'accortezza di utilizzare una velocità bassa spegnendo spesso l'apparecchio per evitare il surriscaldamento della lama e di conseguenza della salsa.

«Perché la salsa abbia un bel colore verde - racconta Fabio Maggiani - il pesto deve essere lavato e ben asciugato e non va mai assolutamente scaldato. L'unica concessione che si possa fare

al calore è quella di usare l'acqua di cottura della pasta per allungarlo leggermente prima di condire». Per finire una nota di galateo. «Quando la pasta è condita con il pesto

- conclude - a tavola non andrebbe messa la formaggiera, perché il grana è già nel sugo. Nonostante questo, per accontentare i clienti, viene messa lo stesso a disposizione».

FOODSERVICE

DI COLORE VERDE INTENSO, con una consistenza tipica e una leggera separazione di olio in superficie, dall'accentuato sapore di basilico e formaggio, il Pesto alla genovese Qualitaly è una valida alternativa per rispondere con flessibilità alle richieste dei clienti. È realizzato secondo tradizione, con basilico fresco, aglio, pinoli e olio di oliva, reso più delicato dal mix con olio di girasole.





Focus sull'Anisakis, un parassita di alcuni tra i pesci più consumati a crudo. Che cos'è, i danni che causa, come comportarsi per garantire i consumatori e non incorrere in sanzioni

Sushi? Pesce crudo? No grazie! A meno che...

DI GREGORI NALON, WWW.GREGORICHEF.IT

Un recente sequestro, il nove aprile scorso al mercato ittico di Torino, da parte degli ispettori dell'Asl inviati dal procuratore Raffaele Guariniello, di ben 1200 chili di alici, pronte per essere vendute a pescherie e ristoranti, provenienti da un'intera partita pescata nel mar Adriatico, mette in evidenza un grosso problema relativo alla vendita e al consumo di pesce crudo. Nelle alici sequestrate è stata infatti riscontrata la presenza di larve "vive e vitali" di Anisakis.

CHE COS'È. L'Anisakis è un parassita, appartenente alla famiglia dei nematodi, che vive nello stomaco dei mammiferi marini. Le specie di Anisakis svolgono il loro ciclo biologico in ambiente marino. Le uova vengono rilasciate in acqua attraverso le feci

dei mammiferi marini. Subito dopo la schiusa i parassiti vengono ingeriti dal primo ospite intermedio, un crostaceo, che a sua volta viene ingerito dal secondo ospite intermedio, o paratenico (dove cioè il parassita non può svilupparsi e crescere) che è il pesce, per poi chiudere il suo ciclo biologico ritornando al suo ospite definitivo (mammiferi marini), dove completa il suo sviluppo.

IRISCHI. L'uomo si infesta se mangia pesce crudo o poco cotto che contiene al suo interno larve di Anisakis. Questo parassita può provocare disturbi gastroenterici con dolori addominali, vomito, diarrea e nei casi più gravi, addirittura la perforazione dello stomaco o dell'intestino.

I problemi microbiologici legati alla contaminazione primaria del pesce e

secondaria dovuta alla manipolazione, e quelli parassitologici, legati alla possibile presenza di parassiti nella massa muscolare del pesce che, senza trattamento termico, restano vitali e vengono ingeriti dal consumatore, sono reali e da non sottovalutare nella maniera più assoluta.

Tra le specie ittiche più soggette a infestazione da Anisakis possiamo ricordare l'alice o acciuga, la sardina, lo sgombero, l'aringa, il tracuro, il pesce spatola, il merluzzo o nasello, le triglie, il branzino o spigola, i tonni.

Nel nostro continente - i primi casi oggetto di studio risalgono agli anni '50-'60, riferiti all'uso olandese di consumare aringhe crude dopo una leggera salagione (con sale a meno del 15%) - la malattia è oggi in aumento. In Italia il problema è addirittura sottovalutato e non di poco: molti casi di tumori e

Questo è il primo
di una serie
di approfondimenti
su temi di interesse
per tutti i ristoratori



ulcere o di strane patologie non hanno convinto medici ed esperti del settore e hanno fatto ipotizzare che l'utilizzo di pesce crudo ne potesse essere la causa. Non vanno trascurate neppure alcune forme di allergie provocate dal pesce infestato, a volte anche per ingestione di larve morte, con riniti, congiuntiviti, orticaria, asma, angioedema, fino allo shock anafilattico.

CHE COSA STABILISCE LA LEGGE. Il Regolamento (CE) n. 853/2004, nell'Allegato III, sezione VIII, capitolo III, lettera D, stabilisce che:

- "i prodotti ittici di seguito precisati devono essere surgelati a una temperatura non superiore a -20°C in ogni parte della massa per almeno 24 ore. I prodotti per i quali tale trattamento è obbligatorio sono quelli che vanno consumati crudi o praticamente crudi, quelli destinati a un trattamento di affumicatura a freddo (con temperatura interna inferiore a 60°C), in particolare aringhe, sgombri, spratti e salmone selvatico, quelli marinati e/o salati se il trattamento praticato non garantisce la distruzione delle larve di nematodi.
- Tale trattamento ha scopo preventivo e non serve a niente per il pesce manifestamente infestato: infatti, quest'ultimo, a seguito di controllo visivo a cui l'operatore è tenuto, non deve essere messo in commercio.
- Si ha esenzione dal trattamento solamente su autorizzazione dell'autorità competente nel caso in cui la zona di pesca d'origine, secondo i dati epidemiologici disponibili, non presenti rischi sanitari da presenza di parassiti.
- Lo chef e il gastronomo sono tenuti a surgelare il pesce costituente la materia prima per le proprie preparazioni

destinate al consumo a crudo.

- La surgelazione non è necessaria per la preparazione di acciughe salate secondo l'uso mediterraneo. Per la devitalizzazione delle larve sono considerati sufficienti valori di concentrazione salina (NaCl) superiore al 15% per almeno 28 giorni.
- In alternativa si può ricorrere anche ad un trattamento termico a temperatura superiore a $+60^{\circ}\text{C}$ per almeno 10 minuti.
- Il pesce crudo sottoposto a preventiva surgelazione a -20°C per almeno 24 ore deve essere accompagnato da un'attestazione del produttore dalla quale risulti il trattamento. Si ritiene che tale attestazione possa essere anche riportata nell'etichettatura della confezione.
- È esentato dall'attestazione il ristoratore che somministra il prodotto sottoposto al trattamento ai propri clienti (consumatori finali).
- La somministrazione di pesce crudo non sottoposto al trattamento di cui sopra corrisponde al mancato rispetto dei "requisiti relativi ai parassiti" e com-

porta una sanzionata amministrativa pecuniaria da euro 1.000 a euro 6.000

- La somministrazione di un alimento effettivamente invaso da parassiti integra la violazione e può comportare l'arresto fino ad un anno e l'ammenda da euro 30 a euro 30.987.

- Se i parassiti appartengono alle specie pericolose per l'uomo la violazione è quella dell'art. 444 del Codice Penale: comporta la reclusione da sei mesi a tre anni.

CONCLUSIONI. Abbiamo visto che l'obbligo di surgelare il pesce esiste da ormai 20 anni ed è regolato dall'Unione Europea. L'intento è quello di garantire al cliente una soglia di sicurezza. La legge, anche se con lieve entità, punisce chi non vigila sulla qualità del prodotto e vieta la surgelazione dello stesso se con aspetto visivo non accettabile e sicuro. Il mio consiglio a tutti voi è di non abusare o far finta di niente. Cerchiamo tutti di essere attenti, ristoratori, chef e operatori del settore. Non c'è da scherzare su tutto ciò.

Questo mio intervento è mirato a migliorare la qualità del lavoro e la sicurezza e resto a vostra disposizione per eventuali chiarimenti e per fornirvi suggerimenti sui più innovativi sistemi di sicurezza per elaborare prodotti marinati, affumicati e cotti a bassa temperatura, garantendo la massima sicurezza.



IN DISPENSA



GAMMA COMPLETA

DALLA POLPA DI POMODORO ALLA PASSATA

Il pomodoro, si sa, è principe nella cucina italiana. La dispensa Qualitaly propone una completa gamma di prodotti per dare a qualsiasi preparazione il giusto risultato. Caratteristica comune delle conserve Qualitaly è la materia prima selezionata, in conformità ai capitolati Cic: frutti di elevata consistenza e di bella colorazione rossa, integri, freschi, maturi, sani, esenti da malattie crittogamiche e con un residuo di pesticidi rispondente alla legislazione vigente. E Ogm free.

Essenzialmente le tipologie di prodotto sono tre: passata, polpa e polpa fine. Tutte e tre sono confezionate in barattoli da 3 e 5 Kg, oltre che in sacchi asettici da 3 e 5 litri (polpa fine e passata).

Pomodori pelati: conserva vegetale ottenuta aggiungendo a pomodori pelati succo naturale di pomodoro parzialmente evaporato, con o senza aggiunta di sale e di acido citrico.

Polpa di pomodoro: in pezzi di forma piuttosto regolare, ottenuta da pomodori selezionati, pelati, estrusi e miscelati con succo, previa eliminazione di ogni materiale estraneo. Il prodotto è poi sottoposto a processo di pastorizzazione e riempimento in barattoli o in sacchi.

Passata: ottenuta da pomodori sani e ben lavati, sottoposti a scottatura, passata, concentrazione, pastorizzazione e riempimento.

SALAME INTERO UNGHERESE, MILANO, PADANO

La Salumeria Qualitaly propone questi prodotti stagionati ottenuti con l'impiego di carne suina, sale, latte scremato in polvere, destrosio, spezie e aromi. Le tre tipologie, classici della norcineria, hanno impasti diversi, secondo tradizione. Non contengono glutine.

FORMATO

Hanno un peso medio di 3,8 Kg (Milano) e 4 Kg (Ungherese e Padano).

La shelf life è di 120 giorni e vanno conservati in luogo fresco e aerato a una temperatura massima di 18°C.



OLIVE RIPIENE ALL'ASCOLANA

Ottenute con selezionate olive verdi giganti, denocciolate e riempite con un impasto di carne e odori aromatizzanti. Pastellate, impanate e surgelate sono pronte per la cottura. Ben calde, sono ottime per l'aperitivo accompagnate da un vino bianco secco frizzante. Si accostano bene come contorno a vari secondi piatti e fanno bella figura nei buffet delle grandi occasioni.

FORMATO

Busta in cartone: peso netto 3 Kg (circa 225 pezzi)





Monocultivar



CREATORI DI SAPORE



L'Olio Extravergine di Oliva in purezza

Frantoio, Nocellara del Belice, Ogliarola: ecco i nuovi alleati di valore di chi, ogni giorno, si misura con la creatività in cucina. Sono gli oli extravergini di oliva in purezza della nuova linea **Monocultivar di Olitalia**: ottenuti dalla spremitura di **una sola varietà di olive**, con garanzia di totale tracciabilità della filiera. **100% italiane**, le **Monocultivar di Olitalia** sono state scelte in quanto espressione di tre tipicità organolettiche del nostro Paese. Dalla predominanza del fruttato, alle note di piccante e amaro, sino a giungere ad un equilibrio sostanziale di tali elementi: questi i sentori caratteristici dei tre oli. Ecco i dettagli che possono fare di una preparazione, una creazione di sapore.



Consigliato
dall'Associazione
Professionale
Cuochi Italiani



Carni alla griglia, scelta gourmet

Una grigliata ben fatta conquista anche i palati esigenti e consente di preparare piatti raffinati, ricette insolite e persino menu completi dall'antipasto al dolce

DI MARIELLA BONI

A volte anche in tempi di preparazioni raffinate e complesse, una bella grigliata di carne al ristorante è sempre un successo. Lo sanno bene i cuochi che, con griglie tradizionali o grazie ai moderni barbecue (da quelli alimentati a carbonella, fino ai più moderni a gas o elettrici) usano con successo questo metodo di cottura, oggi reso più facile grazie a temperature controllate e postazioni di lavoro perfettamente attrezzate.

Un metodo tanto antico quanto attuale, che piace anche i grandi chef: un esempio è Igles Corelli, rinomato professionista che qualche tempo fa ha firmato il volume "Barbecue d'autore", interamente dedicato alle ricette sul bbq. Per non tacere del Gambero Rosso, che nel suo canale tv dedica al tema la trasmissione Serial griller.

UNO STILE DI COTTURA sia versatile nella quotidianità di un ristorante, sia pratico e scenografico nei pranzi all'aperto o per catering fuori sede. Ne parliamo con Andrea Toscani di Salsocarni di Salsomaggiore (Pr), famiglia che da quattro generazioni è attiva nel ramo e distribuisce carne alla ristorazione. Toscani conferma

che per una consistente quota della sua clientela la griglia rappresenta un punto di forza e distinzione del ristorante. «I ristoranti etnici, ad esempio gli argentini - dice - da sempre utilizzano tagli anche "poveri" di carne, come è nella loro tradizione. Diverso è per la ristorazione italiana, che fino a non molto tempo fa voleva solo costate e filetti. Oggi la gamma dei tagli acquistati si è allargata: non più solo quelli pregiati, ma si torna a scegliere anche altre parti bovine che comunque possono dare buoni risultati, ad esempio controfiletto o scamone, o carni alternative come maiale e agnello, che rispetto a un paio di anni fa è calato di prezzo. Tutto questo nell'ottica di contenere le spese e usare al meglio anche i tagli meno "nobili", che a livello di gusto non sono certamente da meno». Interessante scoprire dalle parole di Andrea Toscani che: «C'è una maggiore consapevolezza del fatto che le carni bovine con una buona marzatura offrono eccellenti risultati proprio sulla griglia, come già fanno da tempo molti top chef. Per quanto ci riguarda abbiamo la possibilità di offrire un prodotto - soprattutto da carni irlandesi, austriaca o tedesca, anche se abbiamo un po' tutte le provenienze - personalizzato a livello di

Decalogo per grigliate eccellenti

1 NEL RISPETTO DELLE NORME HACCP, non interrompete la catena del freddo delle carni da cucinare

2 NON UTILIZZATE gli stessi utensili per alimenti cotti e crudi

3 SE USATE GLI SPIEDINI D'ACCIAIO, ricordate agli ospiti che possono scottare

maturazione, cosa che i nostri clienti apprezzano particolarmente».

LA MATURAZIONE delle carni è un punto fondamentale anche





10 OSSERVATE UNA GIUSTA DISTANZA
dell'ingrediente dalla brace e tenete un'attenzione continua alla griglia

9 PER SPEGNERE LA FIAMMATA
che può sprigionarsi per la combustione dei grassi contenuti negli alimenti basta usare uno spruzzino con un po' d'aceto, che toglie ossigeno alla fiamma e la spegne rapidamente, senza danneggiare le braci

8 IL CARBONE DI LEGNA
deve arrivare alla giusta temperatura, con una bella brace bianca che non sprigiona fiamma

7 NON BUCATE LA CARNE
con i forchettoni, per evitare la perdita di umori

4 CONTROLLATE
che pollame e salsicce siano perfettamente cotti

5 RICORDATE
che alimenti diversi richiedono cotture differenziate

6 EVITATE DI GIRARE
il cibo troppo spesso

per Graziano Longa, titolare di Longa Carni di Livigno (So). «Dieci giorni per una bistecca alla fiorentina sono il minimo per avere una carne morbida e succulenta, con un calo peso in cot-

tura di scarsissima entità, direi attorno al 2%». Il titolare dell'azienda valtellinese, che rifornisce la ristorazione dell'area livignasca, sottolinea come per la clientela professionale la pro-

venienza sia un aspetto di cui si tiene particolarmente conto. «Per esempio il bovino americano e l'angus irlandese sono richiesti perché i professionisti li apprezzano come prodotti di qualità

PER SAPERNE DI PIÙ

Cotture alla griglia secondo Matteo Tassi e Allan Bay

È di recente pubblicazione il volume "Il Barbecue", nella collana I Tecnici di Reed Gourmet, diretta da Allan Bay, con le ricette di Matteo Tassi, già conduttore del programma televisivo "Serial Griller" su Gambero Rosso Channel. Nel libro sono riportate oltre 50 ricette - ad esempio lo strudel di mele, pere

e albicocche in pasta fillo o i calamari farciti con orzo e funghi - da realizzare con il barbecue. Dalla carne al pesce, dalla verdura alla sorprendente frutta, proposte adatte a tutti i palati e di semplice realizzazione, ma con un gusto e una qualità elevatissima (256 pagg., 62 euro, www.reedgourmet.it).



Matteo Tassi
Il barbecue
Reed Gourmet
pp 256 - € 62

PERCHÉ: La cottura alla griglia non è solo carne e consente di ampliare le proposte in menu, con un occhio alla cucina sana.

superiore, che per contro hanno un costo piuttosto elevato. Per quanto riguarda la nostra clientela, in linea di massima il ristorante si orienta sulla carne di origine brasiliana, che ha un prezzo di fascia inferiore rispetto al bovino Usa. L'ideale sono manzi fra 18 e 24 mesi, con lombate con osso non superiori ai 20 kg. Nella nostra zona la griglia è un tipo di cucina gradita soprattutto in inverno, par-

ticolarmente apprezzata dal turista straniero, che oggi probabilmente ha un maggior potere di acquisto rispetto a quello italiano».

NON SOLO BOVINA. Anche Vincenzo Murgia con il suo Gruppo Alimentare Sardo si occupa di carne a 360 gradi e in particolare, secondo la tradizione sarda, registra una importante richiesta di carne equina,

i cui tagli utili per la griglia sono i medesimi del bovino.

«La carne equina, consigliata per i suoi elevati valori nutrizionali, è eccellente grigliata, ma a differenza del bovino non richiede una frollatura lunga, solo eventualmente una marinatura per stemperare le note dolciastre tipiche. L'ideale è una cottura veloce, su una griglia ben calda». Diverso il caso del maiale alla brace, di cui i sardi sono grandi cultori. «Il maiale deve avere una cottura lenta, per perdere alcuni tipi di grassi e mantenerne altri. L'ideale sono animali con una pezzatura fra 6 e 8 kg, da cuocere sullo spiedo e non sopra ma accanto alle braci. Sottolineo che i nostri sono suini autoctoni, allevati

BARBECUE AD ALTE PRESTAZIONI

Il barbecue Broil King XL 90 (anche nella foto alla pagina precedente), prodotto in Canada, assembla in uno spazio compatto le attrezzature necessarie a una vera e propria postazione di cucina, da spostare a piacere grazie alle ruote. Alimentato a gas, è completo di girarrosto con bruciatore posteriore e fornello laterale (ingombro totale L 194 cm, P 63 cm, H 125 cm). Dotato di braci e coperchi in fusione di alluminio, ha valvole del gas a regolazione infinitesimale per il perfetto controllo della temperatura, griglie in ghisa porcellanata, 6 bruciatori con zone di cottura separate, accensione elettronica e griglia scaldavivande. Inoltre ha un pratico cassetto nel ripiano laterale destro e due cassette frontali scorrevoli. www.isignoridelbarbecue.com



MAIONESE DEL GOURMET

COLORE GIALLO CHIARO, aspetto brillante, consistenza compatta, sapore delicato tendente al limone, la Maionese del gourmet Qualitaly è il complemento ideale per

arricchire le grigliate di carne accompagnate da patate fritte o altri contorni. È disponibile in tre formati: 820 ml, 1 kg, 5 kg.



SALSA TARTARA

UN MIX DI VERDURE (sedano rapa, carote, peperoni, cetrioli, capperi, prezzemolo) in proporzione variabile, uova fresche, olio di semi di girasole, aceto, senape, zucchero e succo di limone. La Salsa Tartara in vasetto



Qualitaly ha un colore giallo tenue con visibili pezzetti di verdura e una consistenza tipica senza separazioni di olio. Ideale per accompagnare grigliate di carne.

da fornitori di fiducia. Esattamente come l'agnello, che i nostri clienti ci richiedono tutto l'anno e la cui vendita non subisce la stagionalità (se non quella legata al turismo) nei consumi, come invece accade in altre regioni italiane».

Naturalmente oltre a questi prodotti strettamente legati alle tradizioni gastronomiche del territorio l'azienda ha in catalogo tanti altri tipi di carni, bovine specialmente. Murgia dà un ulteriore consiglio finale: «Oltre al sapore e al profumo delle carni, controllare sempre che ci sia una corretta proporzione fra parte grassa e magra nelle carni da grigliare. E in cottura controllare il calo peso, che non deve mai essere eccessivo».



LA PAROLA AGLI CHEF

Trent'anni di grigliate perfette

A Parma e dintorni il punto di riferimento per un'eccellente grigliata è il ristorante Parma Rotta. Ad Antonio De Vita (nella foto sopra), chef e patron del locale, chiediamo i segreti di questo successo.

«Ci siamo fatti una reputazione con le nostre grigliate, basti dire che consumiamo circa tre quintali di legna al giorno! Tutto parte dall'attenta selezione delle carni, ben maturate e con il giusto quantitativo di grassi. I tagli bovini che vanno per la maggiore sono i più pregiati: fiorentina, filetto, costate, tagliata, ma anche agnello, maiale e carni bianche. La cottura alla griglia all'italiana piace molto, anche per la sua leggerezza, in linea con i principi dietetici».

Ma quali sono i segreti per una grigliata ideale, ad esempio la rinomata fiorentina? «La griglia deve essere rovente – dice lo chef – e una volta cicatrizzata la carne (la nota reazione di Maillard) per impedire che disperda i suoi umori, va portata a cottura in modo più lento, per uniformare la temperatura al cuore, pur tenendola al sangue. Io in quella fase la metto in un contenitore con ingredienti freschi di condimento (olio, pepe, sale) e lascio riposare. Naturalmente il braciere non deve essere all'aperto o comunque deve trovarsi in un'area riparata dall'aria, per riuscire a mantenere la temperatura ideale. E sempre faccio un'accuratissima pulizia delle graticole in acciaio, prima spazzolandole a dovere e poi bruciandole con la fiamma».



Andrea Toscani

Salsocarni S.r.l.

Sede legale :

Via Parma 80, 43039
Salsomaggiore Terme (Pr)
Tel. 0524 571451

Fatturato 12 milioni €

Numero addetti 24 dipendenti, 10 agenti

Zona servita Parma, Piacenza, Reggio Emilia, Cremona, Pavia, Lodi, Modena, Bologna, Massa, La Spezia

Longa carni S.r.l.

Sede legale:

Piazza dal Comun, 15
23030 Livigno (So)
tel 0342 996209

Fatturato 8 milioni €

Numero addetti 20
Zona servita Livigno e area limitrofa



Vincenzo Murgia

Gruppo Alimentare Sardo S.p.A.

Sede legale: Zona industriale Predda Niedda nord strada 8
07100 Sassari
tel 079 2679004
www.alimentare.it

Numero addetti 30 dipendenti, 18 agenti
Zona servita Sardegna e Corsica



LA RICETTA DI GREGORI NALON

Costata alla piastra, pomodorini al forno, patate croccanti

Chef consulente di cucina e di importanti aziende alimentari e attrezzature, Gregori Nalon ha coniato per se stesso il termine di FOOD COACH, occupandosi non solo di formazione culinaria ma affrontando attraverso il lavoro in cucina tutto quanto attiene a questo mondo, compresa la gestione dei rapporti con il personale della brigata, con il datore di lavoro, con i manager, con i clienti, ecc.

In tutta Italia e non solo dirige moltissimi corsi di specializzazione, è stato membro della Nazionale Italiana Cuochi rappresentando l'Italia nelle competizioni mondiali, è da poco stato insignito dell'onorificenza di Cavaliere al merito professionale dalla Casa Reale Cernetic. Da molti anni è consulente della Cooperativa Italiana Catering. www.gregorichef.it



INGREDIENTI PER 2 PERSONE

1 costata di manzo da kg 1,3 circa, g 200 pomodorini ciliegino, rosmarino, g 80 cipolla viola, g 60 aceto, g 30 zucchero, g 60 patate, olio per friggere, sale fino, pepe bianco, rosmarino, olio extravergine di oliva, g 30 di pane per tramezzino, zafferano liquido e aceto balsamico.



PROCEDIMENTO

PER I POMODORINI: lavarli e lasciarli interi. Condirli con olio, pepe, sale, rosmarino tritato. Condire e mettere in forno a 210° per circa 7 minuti.

PER LA CIPOLLA IN AGRODOLCE: mettere in padella l'aceto, lo zucchero e la cipolla. Salare e pepare, quindi cuocere alcuni minuti senza caramellare.

PER LE PATATE: lavare la patata senza togliere la buccia. Con il pelapatate formare una lunga striscia che andrà frita in olio caldo abbondante.

PER IL PANE: cospargere in modo irregolare il pane con aceto balsamico e zafferano liquido, tagliare a triangolino e cuocere in forno a 175° per circa 4 minuti.



LA COTTURA DELLA CARNE

La carne deve essere fredda da frigorifero (per favorire un ottimo shock termico e rosolare uniformemente), asciutta e ben frollata. Mettere sulla piastra (o griglia) ben calda e lasciare per almeno 8 minuti per lato. Una volta finita la cottura lasciare riposare la carne per almeno 5 minuti, servirà a riequilibrare i succhi, riscaldare l'interno, evitare che i liquidi escano durante il taglio. Condire con sale liquido, olio extravergine e pepe bianco. Tagliare e servire.

FOOD COST

Il food cost riportato qui sotto è calcolato per il solo costo della materia prima, senza considerare le altre caratteristiche del locale: struttura dei costi, trattamento dei cibi, prodotti acquistati, ecc. Il costo degli ingredienti è calcolato sulla base di una media nazionale di acquisto.

Calcolo per 2 persone:

- Costata di manzo kg 1,3, €21,45 (€15/kg+10% scarto, tot €16,5/kg)
- Pomodorini €0,70 (g 200 x €1/kg 3, condimento €0,10)
- Patate €0,56 (g 60 x €1/kg, olio per friggere €0,50)
- Cipolla €0,131 (g 80 x €1/kg, aceto g 60 €0,120, g 30 zucchero €0,03)
- Pane €0,130 (g 30 x €4/kg, condimenti €0,10)
- Condimento extra €0,10 (olio, pepe, sale)

**•Totale costo del piatto
(per 2 persone) €23,07.**





McCain

PROVA
LA NUOVA GAMMA

Easy ✓
Nature

Vuoi **risparmiare?**
Smetti di **sbucciare!**



I vantaggi di una gamma unica al naturale!

100% ✓
COTTE

PIU' SERVIZIO

- Facili e veloci da preparare e servire.
- Cotte al 100%: pronte da rinvenire.
- Massima versatilità: ideali per ogni tipo di ricetta ed utilizzo in cucina.

GIA' ✗
SBUCCIATE

PIU' RISPARMIO

- Nessuno spreco: 1kg acquistato = 1kg disponibile.
- Risparmio di tempo e manodopera nella preparazione.
- Maggiore resa per porzione.

100% ✓
NATURALE

PIU' QUALITA'

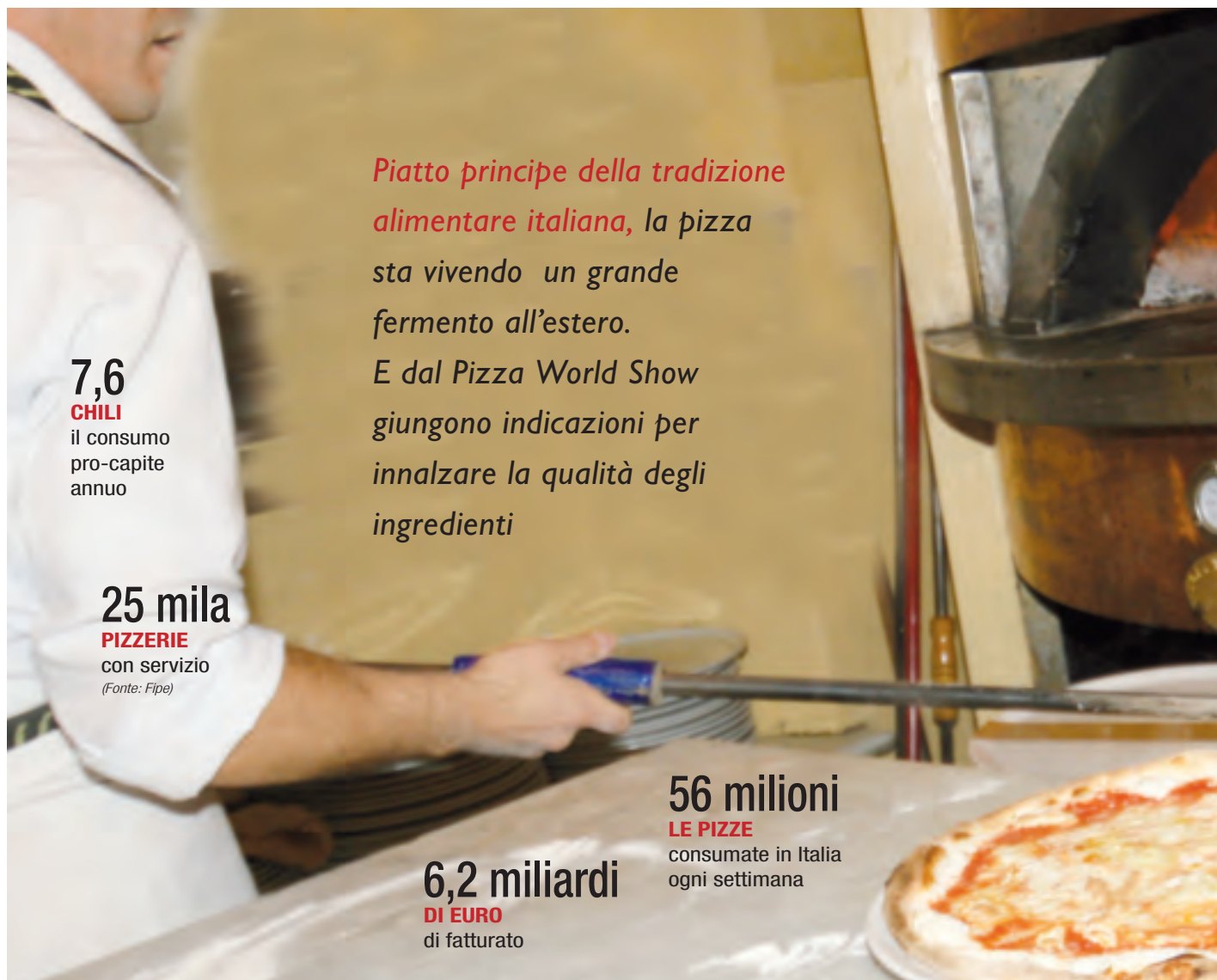
- Solo le migliori materie prime.
- Tutto il sapore autentico della patata fresca.
- Qualità costante tutto l'anno.

Il prodotto si conserva in frigorifero a 1-7 °C

McCain Alimentari (Italia) Srl
Via G. Zanchi, 20 - 24126 Bergamo (BG)
Tel +39 035 45.26.111 - Fax +39 035 45.26.151
www.mccainfoodservice.it - infofoodservice@mccain.it

Chiamaci
subito per una
consulenza
gratuita!

035 4526136



Piatto principe della tradizione alimentare italiana, la pizza sta vivendo un grande fermento all'estero. E dal Pizza World Show giungono indicazioni per innalzare la qualità degli ingredienti

7,6
CHILI
il consumo
pro-capite
annuo

25 mila
PIZZERIE
con servizio
(Fonte: Fipe)

56 milioni
LE PIZZE
consumate in Italia
ogni settimana

6,2 miliardi
DI EURO
di fatturato

I DI PIETRO CINTI
Incarnare la capacità tutta italiana di realizzare pietanze uniche con pochi, semplici, ingredienti freschi. Puntare al "bello e buono", sapendo coniugare la piacevolezza al palato con l'aspetto invitante. Fare leva su una tipicità multipla e unica, capace di fare risaltare i tanti localismi senza mai smarrire la strada maestra della tradizione tricolore. E poi incentivare il consumo conviviale, in una dimensione che sa essere umile o raffinata, parlando a tutti la lingua internazionale dettata dalle papille gustative. La pizza italiana sa essere tutto questo, unita a una dimensione economica che è andata crescendo in

Pizza e pizzerie evoluzione possibile

molti Paesi, sulle ali dell'emigrazione italiana nel '900, oppure su quelle del XXI secolo, che stanno portando nuove generazioni di pizzaioli gourmet a rinverdire la tradizione un po' in tutto il mondo, applicando al disco di pasta con la pummarola, concetti quali innovazione e ricerca, senza snaturarne la radice profondamente tradizionale. Al Pizza World Show di Parma, che per la prima volta si è tenuto nella cit-

tadina ducale, è andato in scena un comparto variopinto e vitale, fondato su oltre 25 mila pizzerie in attività oggi nel nostro paese (escluse quelle al taglio, d'asporto e a domicilio che si aggirano intorno ad altrettanti 25 mila locali in attività), che occupano circa 150 mila addetti e sviluppano un giro d'affari annuo di 6,2 miliardi di euro, con uno scontrino medio di 11,8 euro, secondo i dati di Fipe/Confcommercio. Gli italiani



La risposta gluten free

Quello dei clienti con problemi di intolleranza al glutine è un target in crescita, con una stima di oltre 600mila persone colpite oggi da quest'intolleranza alimentare e oltre 85mila nuove diagnosi ogni anno. Un problema particolarmente sentito dalla pizzeria, vista la natura del prodotto. Tuttavia oggi si stanno moltiplicando iniziative per andare incontro alle richieste della clientela e offrire pizza gluten free permette di allargare lo spettro dell'attività. «Ci impegniamo da sempre - spiega Valeria Alberti, responsabile marketing di Agugiaro & Figna - e costantemente a cercare di migliorare i prodotti già esistenti e di crearne di nuovi, proprio con l'intento di andare incontro ai clienti che cercano di diversificarsi nel mercato di riferimento, soprattutto quando target che una volta erano relativamente trascurabili, diventano entità sempre maggiori, come nel caso dei celiaci».

Al Pizza World Show di Parma era presente anche l'azienda Dr. Schär che ha presentato Ds Pizza Point, un nuovo servizio che mette a disposizione prodotti "gluten free" per uso professionale, comprese le palline di impasto surgelate e crea un circuito promozionale tra i vari locali aderenti.

continuano ad amare questo tipico piatto della tradizione partenopea: nel nostro paese si mangiano circa 56 milioni di pizze alla settimana, 3 miliardi l'anno, per un consumo pro capite annuale che si attesta sui 7,6 chilogrammi, contro una media europea di 4,4 chilogrammi.

SI COMPRENDE COSÌ IL POTENZIALE ECONOMICO anche in chiave export di questo canale,

per molti anni piuttosto snobbato e lasciato alla fervida iniziativa di intraprendenti imprenditori che hanno buttato il cuore oltre l'ostacolo e con passione hanno saputo fare crescere il loro business secondo personali linee evolutive. Oggi, anche il settore alimentare mainstream sembra essersi accorto della presenza di questo canale, al quale dedicare prodotti più evoluti, dalle performance più spiccate, pensati per accompagnare

nel processo di maturità intrapreso da molti locali e altrettanti pizzaioli, verso un nuovo modo di preparare e servire la pizza, che sappia sintetizzare tutti i trend che attraversano oggi il settore alimentare e intercettare la domanda di un cliente sempre più "gastrofanatico" ma anche più povero a causa della crisi economica. «In un periodo di instabilità e di incertezza come quello attuale - spiega Valeria Alberti, responsabile marke-

ting di Agugiaro & Figna - si assiste sicuramente a un ritorno dei gusti tradizionali e la pizza rappresenta da sempre un cibo che ben conosciamo e che in qualche modo ci rassicura, aspetto peraltro nel quale intervengono i buoni cari carboidrati con il loro ormai risaputo effetto consolatorio. Così dopo aver tanto provato, visto e rivisto cucina molecolare, e creazioni artistiche piuttosto che culinarie, si ha voglia di buono e di qualità, e di andare a spendere i propri soldi per mangiare bene, di gusto. Per questo, le famiglie decidono di gustare una buona pizza, che sia la classica margherita o marinara, o la gourmet con insoliti e ricercati accostamenti, per essere felici in un momento di condivisione».

Al Pizza World Show di Parma, le



aziende espositrici hanno interpretato questo trend, mostrando ingredienti di qualità pensati proprio per il canale pizzeria, in chiave di maggiore servizio aggiunto per il pizzaiolo: grande enfasi sulle farine, ma anche formaggi della tradizione, anche Dop, proposti già cubettati per facilitare il lavoro accanto al forno; tanta tecnologia, partendo proprio dal cuore della pizzeria,

il forno stesso, oggi innestato con i più moderni ritrovati elettronici in fatto di gestione; un'attenzione alla qualità e alla sperimentazione di nuove strade che si può leggere nell'incremento qualitativo di tutto il corollario che permette a una pizzeria di avere successo oggi, dalla birra artigianale made in Italy alle tante proposte, pensate anche per gli intolleranti al glutine.

DIBATTITO

Quo vadis pizza?

Tradizione o sperimentazione? Su questi due estremi il mondo della cucina e della ristorazione si interroga da sempre. Anche la pizza, il più tradizionale, ma anche il più eclettico, il più "personalizzato" e anche il più banalizzato dei cibi, non sfugge al quesito.

Così Agugiaro&Figna ha messo attorno a un tavolo alcuni esperti e operatori nella cornice del Museo Agorà Orsi Coppini.

Ne sintetizziamo i principali temi emersi.

✓ **SPECIALIZZAZIONE E IDENTITÀ.** «La pizza, in particolare quella napoletana è un prodotto dalla forte identità e l'identità è un aspetto importante della promozione.

Nel mondo della ristorazione l'unica cosa che funziona è il passaparola, ma ciò che conta sono gli attivatori di questo passaparola: l'identità e la caratterizzazione da questo punto di vista sono potenti attivatori. Sempre che si abbia una storia da raccontare. Ma è necessario migliorare il livello di servizio prendendo a esempio quanto avviene all'estero».

Franco Manna, direttore generale del gruppo Sabeto (Rossopomodoro, Anema & Cozze, Pizza e Contorni, Rossosapore, Ham Holy Burger)

✓ **CONFRONTI.** «Con l'ottenimento della denominazione Stg per la pizza napoletana margherita e marinara si sono stabiliti dei paletti precisi. Se i consumatori soprattutto all'estero gustano la "vera" pizza, scatta il confronto con le tante pizze che vengono proposte. E possono capire la differenza. Per questo la pizza, in quanto ambasciatrice dei migliori prodotti italiani, non si deve svilire».

Antonio Pace, presidente dell'associazione Veracepizza napoletana

✓ **GLOBALIZZAZIONE.** «Soprattutto nei Paesi asiatici avviene di sentirsi chiedere di arredare decine di ristoranti in stile vintage, vecchio ma bello. Sono Paesi dove sono in grado di produrre mozzarella di bufala, pomodori, pasta. Ma gli manca il valore aggiunto, quello del pizzaiolo. Per questo se vogliamo definire il futuro della pizza possiamo dire che sarà bello e buono».

Franco Costa, titolare di Costa Group

✓ **PIZZA E CUCINA.** «L'evoluzione della pizza è in funzione delle esigenze degli uomini e delle materie prime reperibili. Ha bisogno di avere maggiore qualità, essere buona, essere servita bene in un ambiente bello, da godere assieme agli amici. Qualità della materia prima totale, abbinata ai piatti della migliore cucina italiana. Se lo sarà non avrà problemi per il futuro».

Giampiero Rorato, giornalista, direttore di Pizza e pasta italiana

Coltiva i tuoi clienti con rispetto per l'ambiente.



Scegli Bio-logico Cirio Alta Cucina.

Solo pomodoro italiano da agricoltura biologica. Coltivato con metodi naturali che tutelano l'ambiente e la bio diversità, controllato e garantito, riconosciuto. Sempre di più, infatti, la voglia di natura invade la tavola, e l'attenzione alla materia prima fidelizza il cliente al locale che sceglie per lui la qualità buona e sana.

Con una differenza minima di costo a porzione fai la differenza sul tuo menu.



I PELATI

Supersalsati e ad alta resa, per tutte le ricette. In confezione da 3kg.



LA POLPA PRONTA

Il gusto fresco e intenso dei cubetti in salsa densa, ideale per primi e secondi. In confezione da 3kg.



CUOR DI POMODORO

Polpa densa e cremosa dal sapore deciso, per pizza e primi piatti a breve cottura. In busta da 5kg.

ABRUZZO



MISTER CHEF S.R.L.
65016 Montesilvano (Pe)
Tel. 085 4681829



MERIDIONALE CATERING
SERVICE S.R.L.
80143 Napoli
Tel. 081 5846465

LAZIO



CAPECCHI S.P.A.
00012 Guidonia (Roma)
Tel. 06 60505000

LOMBARDIA



AGENZIA LOMBARDA S.R.L.
20026 Novate Milanese (Mi)
Tel. 02 3562129

CALABRIA



CARIGLINO S.R.L.
Località Pernicella
88040 Gizzeria (Cz)
Tel. 096 8466014

EMILIA ROMAGNA



RISTOGAMMA S.R.L.
42048 Rubiera (Re)
Tel. 0522 626464



FORMASAL S.R.L.
01100 Viterbo
Tel. 0761 251349



ALIMENTARI ZORATTI S.R.L.
20143 Milano
Tel. 02 89124195



EUROBIRRE
DISTRIBUZIONE S.R.L.
89066 S. Leo (RC)
Tel. 0965 671510
0965 671501



SALSOCARNI S.R.L.
43039 Salso Maggiore
Terme (Pr)
Tel. 0524 571451



GELO MARE S.R.L.
02100 Rieti
Tel. 0746 210129



LONGA CARNI S.R.L.
23030 Livigno (So)
Tel. 0342 996209

CAMPANIA



ALIMENTARI MERIDIONALI S.R.L.
84040 Capaccio Scalo (Sa)
Tel. 0828 723827



SANTANNA S.R.L.
33080 S. Quirino (Pn)
Tel. 0434 91122
0434 918925



EURO ITTICA CATERING S.R.L.
80063 Piano di Sorrento (Na)
Tel. 081 5323416



TRE ESSE S.R.L.
33053 Latisana (Udine)
Tel. 0431 / 438181

LIGURIA



BIOFARMS S.R.L.
16011 Arenzano (Ge)
Tel. 010 9113398



G.F.2 S.R.L.
19015 Levanto (Sp)
Tel. 0187 800966



MAGGENGO VALTELLINA
S.R.L.
23012 Castione
Andevenno (So)
Tel. 0342 56763



MILFA S.R.L.
16165 Genova
Tel. 010 8309041

La qualità,
ogni giorno ovunque.

RAISONI ANTONIO S.R.L.
(Longa Carni S.R.L.)
23030 Livigno (So)
Tel. 0342 996159



SPE.AL S.R.L.
24030 Medolago (Bg)
Tel. 035 902333

MARCHE



FATTORINI S.R.L.
61032 Fano (Pu)
Tel. 0721 806358

PIEMONTE



NICOLAS S.A.S.
10058 Susa (To)
Tel. 0122 31565



NOV. AL S.R.L.
10043 Orbassano (To)
Tel. 011 9016516



SPECA ALIMENTARI S.R.L.
28831 Baveno (Vb)
Tel. 0323 922714

PUGLIA



DAUNIA ALIMENTI S.R.L.
71100 Foggia
Tel. 0881 752243



HIELO S.R.L.
73057 Taviano (Le)
Tel. 0833 911956

SARDEGNA



GRUPPO ALIMENTARE
SARDO S.P.A.
07100 Sassari - (uff. Cagliari)
Tel. 079 2679004

SICILIA



4 GRADI S.A.S.
98124 Messina
Tel. 090 696097



IL PASCOLO VERDE S.R.L.
90044 Carini (Pa)
Tel. 091 8691632



newvecagel
NEW VECAGEL S.R.L.
95030 Tremestieri Etneo (Ct)
Tel. 095 516977



UNIGROUP S.P.A.
96010 Melilli (Sr)
Tel. 0931 763411
0931 763412

TOSCANA



ELBA BEVANDE SPA
57037 Portoferraio (Li)
Tel. 0565 915058



FOR BAR S.N.C.
DI INNOCENTI A.&C.
52100 Arezzo
Tel. 0575 20163



G.F.1 S.R.L.
54031 Avenza (Ms)
Tel. 0585 53703



MARKAL S.P.A.
51011 Buggiano (Pt)
Tel. 0572 30312

TRENTINO ALTO ADIGE



MORELLI GIUSEPPE S.R.L.
38050 Novaledo (Tn)
Tel. 0461 721370



TRE ESSE S.R.L.
39030 La Villa (Bz)
0431 438181

VENETO



C.D.C. CENTRO
DISTRIBUZIONE
Collettività di Miola Enrico &
C S.N.C.
36050 Sovizzo (Vi)
Tel. 0444 551900



SIQUR S.P.A.
35010 Capriccio Di Vigonza (Pd)
Tel. 049 504360



TRE ESSE S.R.L.
30028 Bibione (Ve)
Tel. 0431 438181

AUSTRIA



BURATTI GmbH
Santorastrasse 3
2482 Muenchendorf (Vienna)
Tel. +43 2259 76670

SLOVENIA e CROAZIA



MAINARDI FOOD S.R.L.
34077 Ronchi dei Legionari (GO)
Tel. 0481 474846

USA



INTERNATIONAL GOURMET
FOODS, INC
Springfield - Virginia
Tel. 01 703-569-4520



SCOUT MARKETING, LLC - LORTON
TEL. 003019861470



Cooperativa Italiana Catering

Sede amministrativa
e commerciale
Via Raffaello Sanzio, 20
20090 Segrate (MI)

Tel. +39 02 26920130
Fax +39 02 26920248
www.coopitcatering.com
info@coopitcatering.com

Formaggio... un business fresco

Aggiornate gli assortimenti, *va di moda*
il *“Cheese Bar”*, l'ultima tendenza per
chi ha voglia di una cena diversa dal solito

DI MARIA ELENA DIPACE

Il formaggio sta vivendo il suo momento d'oro passando da una pagina all'altra delle pubblicazioni enogastronomiche, impazzando tra degustazioni guidate, abbinamenti arditi e manifestazioni che lo glorificano. Un settore estremamente variegato, se consideriamo che i formaggi nel mondo sono circa 2000 di cui 400 solo italiani. Il nostro è il Paese con la maggiore varietà al mondo di formaggi: l'Unione Europea ha infatti riconosciuto la grandezza del nostro patrimonio caseario assegnando a 43 di essi il marchio DOP e a uno quello IGP. Nella gamma dei sapori c'è solo l'imbarazzo della scelta.

Così, i riflettori della moda si sono accesi su una serie di ristoranti e cheese bar dove assaggiare o imparare a distinguere i prodotti caseari, capire come accompagnarli o, semplicemente, scegliere un formaggio come secondo piatto, visto che si tratta di un alimento estremamente completo dal punto di vista nutrizionale.

«È cambiato il modo di mangiare dei clienti del fuori casa - puntualizza Fiorenzo Santini, titolare di Specie Alimentari di Baveno - Bandite le grandi abbuffate, il formaggio è diventato una valida alternativa sia come antipasto che come secondo piatto. Una realtà questa molto evidente se parliamo di clienti italiani; diverso è per gli stranieri - olandesi e

tedeschi in primis, habitué del Lago Maggiore - che non riconoscono nel formaggio un'alternativa ad altre pietanze e, soprattutto, desiderosi di assaporare altre tipicità del nostro Paese».

DI DIMENSIONI MEDIO-PICCOLE, i “Cheese Bar”,

sono ristoranti a tutti gli effetti dotati di una quarantina di coperti, più diffusi nelle città del centro-nord, con un target clienti che va dai 25 ai 40 anni. In America la formula funziona bene da tempo.

I bar del formaggio spuntano ovunque e serate a tema sono organizzate nei ristoranti più modaioli. A Chicago, il Bin 36 (www.bin36.com) offre una scelta di 50 tipi di formaggi di latte di vacca, capra e pecora che

I Cheese Bar
hanno
dimensioni
medio piccole
e sono diffusi
al centro-nord

Il piatto per la degustazione

Una verticale di pecorino, un tour tra i formaggi a pasta molle? Per arricchire l'esperienza della degustazione e per superare il classico tagliere che ha un po' stancato, anche la presentazione gioca un ruolo determinante.

«Sono convinto che in tutti i campi in cui l'uomo opera, e quindi anche quello legato al cibo, alla buona tavola, alla convivialità, sia possibile progredire e introdurre elementi di innovazione». Così lo chef Davide Oldani (una stella Michelin con il D'O di Cornaredo) si esprime in una intervista a Giuseppe Meroni.

E l'innovazione, per Oldani, si realizza anche sulla tavola. Nascono così, in collaborazione con Schönhuber Franchi (www.schoenhuberfranchi.com) alcune collezioni di piatti, posate e bicchieri.

Tra gli ultimi piatti creati dallo chef troviamo Taste Peak (nelle due immagini in queste pagine), appositamente studiato per la degustazione di formaggi (ma anche di dessert o per una composizione di antipasti). Il piatto, che fa parte della serie Assiette D'O, è in fine bone china e misura 31x13,5 centimetri.



costano dai 2 o 4 dollari la porzione, da accompagnare a una lunga lista di vini provenienti da tutto il mondo. In Francia, paese di culto per la caseificazione e il buon bere, la formula è apprezzata già da tempo.

Anche in Italia qualcosa si muove e il trend promette bene. A patto di essere esperti di formaggio e poter disporre di un'ampia gamma di varietà. «È bene sapere che i giovani prediligono sapori più morbidi, per cui formaggi freschi o gio-

vani - spiega Vincenzo Murgia, del Gruppo Alimentare Sardo - Diverso è quando l'età si alza. Il target adulto, infatti, preferisce formaggi stagionati e dal sapore piuttosto deciso. I prodotti caseari da sempre in Sardegna rappresentano un piatto molto richiesto all'interno dei ristoranti. Oggi, anche queste nuove tipologie di locali, come i bar à fromage funzionano molto bene e se ne vedono sempre di nuovi».

La formula vincente dei 'bar del formaggio' sta sostanzialmente nell'accostamento fra due mondi - cheese e wine - un matrimonio che esalta il

piacere dei buongustai. «Ci troviamo di fronte ad un consumatore che ama approfondire la conoscenza dei prodotti che fanno parte della cultura del nostro Paese - ci spiega Gianni Faieta, titolare della "Taberna Imperiale", il primo Cheese Bar aperto vicino Pescara (ora anche a Milano, Parma e Roma) - il boom lo si è avuto qualche anno fa col vino con conseguente "overbooking" dei corsi per sommelier. Oggi la tendenza è quella di approfondire la conoscenza del formaggio, un prodotto che una volta (e ancora oggi nel sud Italia) veniva considerato complementare ai secon-

CONSIGLI

Come conservare il formaggio

Per tutti quei ristoratori che volessero intraprendere il "business del formaggio" è giusto sapere che per una corretta conservazione è necessario bloccare la maturazione, salvaguardandone le caratteristiche organolettiche, ed anche difenderlo da microrganismi esterni che porterebbero ad uno scadimento delle caratteristiche igieniche. Per la conservazione del formaggio la soluzione migliore sarebbe quella di un locale privo di luce, leggermente umido con una temperatura mantenuta dai 6 ai 7°.

Pochi sono però così fortunati da disporre di una grotta o di una cantina idonea. In pratica si ricorre alle celle frigorifere, dove si sistemano i formaggi, magari nella zona meno fredda, chiusi singolarmente in contenitori di vetro, sacchetti, film di plastica o di alluminio in modo che non si mescolino gusti ed aromi. Alcuni formaggi come la mozzarella si conservano meglio se immersi in un recipiente con acqua e sale. Con questi accorgimenti il grado di conservazione dei formaggi supera largamente quello della carne ed anche di molte verdure.

di piatti, ma che ora ha conquistato uno spazio tutto suo trasformandosi in piatto unico, viste anche le sue elevate proprietà nutrizionali. Nella sala per le degustazioni, gli amanti del 'cheese & wine' possono sbizzarrirsi tra molteplici combinazioni, ognuna delle quali comprendente sei diverse specialità. Insomma, un posto da veri intenditori, ma anche per chi è al "primo assaggio": infatti, ogni formaggio è accompagnato da una scheda sulla quale sono spiegati i giusti abbinamenti con confetture, miele e vino.

E se si vuole diventare veri esperti il locale organizza anche lezioni e serate a tema».



Fiorenzo Santini

Specca Alimentari s.r.l.

Sede legale: via donne della resistenza, 40 - 28831 Baveno (Verbania)
tel. 0323 / 922714 – fax 0323 / 922704

www.speccaalimentari.it

Fatturato 9 milioni €

Numero addetti 26

Zona servita Lago Maggiore e Province Novara, Varese, Vercelli



Vincenzo Murgia

Gruppo Alimentare Sardo S.p.A.

Sede legale: Zona industriale Predda Niedda nord strada 8 07100 Sassari
tel 079 2679004

www.alimentare.it

Numero addetti 30 dipendenti, 18 agenti

Zona servita Sardegna e Corsica

DEGUSTAZIONE

Marmellata, mostarda e miele, unioni perfette

Tra i più richiesti, attualmente, vi sono caprini e tome d'alpeggio, morbidi e cremosi che ben si sposano con una vasta gamma di vini. Sauternes e Roquefort o caciotta e Bonarda, dipende dal portafogli e dal "maitre aux fromages", che suggerisce abbinamenti e sapori diversi a seconda delle stagioni e delle temperature.

Caprino fresco

Il caprino ha un sapore dolce-acidulo, caratteristiche che si sposano con marmellata di mele cotogne. In alternativa si può abbinare con un miele aromatico, al profumo di lavanda, erica o rosmarino.

Ricotta

La ricotta è un sottoprodotto della lavorazione del latte, non proprio un formaggio. Si ottiene dal siero del latte che rimane dopo avere prodotto il formaggio. Ha un gusto che si sposa bene con prodotti dolci come cacao, zucchero e frutta secca, e serve spesso anche per le preparazioni di pasticceria. Si abbina anche al miele di agrumi, trifoglio o erba medica.

Crescenza o stracchino

Sono formaggi cremosi, dal profumo e sapore di latte, dolce e leggermente acidulo, assomigliano vagamente allo yogurt. Entrambi sono gustosi accompagnati dal dolce-piccante della mostarda di Cremona.

Robiola

La robiola è un formaggio tenero che ben si abbina con il miele di acacia. Come la maggior parte dei latticini a pasta morbida si può gustare insieme a una mostarda di mandarini.

Mozzarella

Il formaggio fresco per antonomasia, a pasta molle dal gusto delicato. Per proporle in versione da assaggio occorre sceglierla freschissima e magari nelle sue versioni più artigianali. Non stupirà sapere che si abbina bene alla confettura di pomodori rossi; mentre per un abbinamento insolito, va bene il sapore aspro della mostarda di prugne o della confettura di arance.

Pecorino

La pasta del pecorino è bianca se il formaggio è di pochi mesi di stagionatura, poi prende una vago color paglierino. È compatto, friabile e morbido da giovane, con sentori di latte e vegetali. Ha un gusto leggermente piccante. Il pecorino si accompagna con confettura d'arance e miele di acacia.

Grana

La stagionatura del grana varia da uno a due anni. Ha un aroma fragrante e delicato. Per gli abbinamenti si può scegliere un accostamento con prodotti tipici delle zone d'origine come le mostarde di zucca, pere e uva. Per il grana meno stagionato si preferiscono le marmellate di pomodori verdi o cipolle; con quello più stagionato un miele dal gusto di montagna: castagno e rododendro.



Salone
Internazionale
dell'Ospitalità
Professionale

fieramilano
18-22 Oct. 2013



Ristorazione
Professionale

Scarica la nostra App



ANDROID



APPLE

Con pochi tap si effettua l'ordine, lo si invia alle cucine, si elabora il conto e si emette lo scontrino

L DI LUCIA GAROFALO
e evoluzioni tecnologiche degli ultimi anni sono note a tutti: l'avvento di smartphone e tablet ha infatti rivoluzionato molte abitudini e tante prassi operative.

E questo, ovviamente, ha riguardato anche il settore della ristorazione. Innanzitutto grazie alla diffusione di app dotate di sistemi di geolocalizzazione che permettono ai potenziali clienti di trovare e prenotare il locale in zona più consona alle loro esigenze. Un ottimo esempio, in questo senso, è RestOpolis, che consente agli utenti di scegliere un locale in base alla tipologia, all'ubicazione e alle eventuali promozioni attivate. Ma le novità riguardano anche le app che intervengono proprio sul fronte dell'operatività, "insidiando" sistemi già in uso. Come, per esempio, sta succedendo ai palmari per le comande, muniti di apposito software gestionale capace di trasmettere e lavorare gli ordini, emettere fatture, organizzare il personale e movimentare le scorte. Solo fino a tre anni fa, infatti, erano questi il futuro incontrastato. Poi però, con la progressiva diffusione dei tablet, (dell'iPad, nello specifico) le cose sono cambiate e i gestionali tradizionali

Una rivoluzione chiamata tablet

Semplici, versatili, di facile utilizzo. Con specifiche applicazioni i tablet sostituiscono il palmare per le comande o il classico menu con funzioni multimediali e informative senza limiti alla creatività

L Oggi basta un'app per avere a disposizione un gestionale a tutti gli effetti

hanno dovuto confrontarsi con un avversario decisamente agguerrito, perché maneggevole e di facile utilizzo. Ecco allora che tante aziende hanno progressivamente iniziato a sviluppare applicazioni ad hoc per i nuovi supporti. E così oggi è sempre più facile scaricare un'app sul proprio tablet ed avere a disposizione un gestionale a tutti gli effetti, che svolge le funzioni di un palmare, ma che è anche più evoluto perché dotato di un'interfaccia grafica più d'appeal e molto spesso personalizzabile. Tuttavia le funzionalità via via acquisite dai tablet non finiscono certo qui.

IPRATICO POS

È un punto cassa autonomo, indipendente ed elegante, che mette a disposizione tutte le funzionalità necessarie di un punto cassa completo e sicuro: gestisce i conti, stampa documenti e abbate i limiti di spazio dei tradizionali strumenti per la riscossione. Non richiede alcuna infrastruttura particolare: basta un semplice

collegamento alla stampante per essere subito operativo. iPratico POS, che utilizza dispositivi Apple, può comunicare con lettori di codici a barre di diverso tipo. Questa peculiarità lo rende un'ottima soluzione adatta anche ad ogni attività del mondo del retail, oltre che della ristorazione. www.ipratiko.com



RISTOPAD

Ideato specificatamente per ristoranti e alberghi, RistoPad è un menu interattivo che sostituisce il menu cartaceo con iPad e tablet di ultima generazione, rendendo la scelta di un vino o di un piatto un'esperienza unica e divertente. Con la sua struttura semplice e intuitiva, RistoPad permette una navigazione visuale

tra i piatti del menu e la ricerca accurata nella lista dei vini, consultando le schede descrittive e gli approfondimenti. Grazie alle funzioni di referenziazione è possibile ricercare i migliori accoppiamenti di pietanze e vini, ottenere informazioni sui prodotti e sulle case produttive, ricercare per parola chiave, categoria, prezzo, ecc. www.risto-pad.com

Anche il menu cartaceo rischia di essere sempre più spesso insidiato da questo competitor di nuova generazione.

Trasferire infatti la proposta gastronomica del proprio locale su un supporto elettronico consente un notevole risparmio di carta e offre contemporaneamente la possibilità di aggiornare, modificare e arricchire con tempestività il menu, magari aggiungendo nuove foto, affiancando dei video, fornendo informazioni nutrizionali sui piatti proposti, suggerendo abbinamenti.



iPraticoPos è intuitivo e di facile utilizzo



IL RISTORATORE

Facile da utilizzare in sala e per gestire la cantina

Federico Facchini (nella foto), proprietario e chef dell'Antico Borgo di Arcevia (Ancona) non è un neofita delle nuove tecnologie e in tema di applicazioni gestionali sa il fatto

suo. Conosce bene tante realtà estere, come quelle di Stati Uniti e Francia, ed è convinto che in Italia non siamo da meno. Anzi.

Lui, che al suo locale ci tiene tanto da aver ottenuto su Tripadvisor il certificato d'eccellenza 2012, ha optato, tra i tanti sistemi oggi disponibili, per l'iPratico Pos di cui è stato fin dall'inizio uno dei primi sostenitori.

«I vantaggi di questo gestionale - ci spiega - sono parecchi. Innanzitutto la facilità di utilizzo: direi che è proprio intuitivo. E poi si colloca facilmente anche su un banco piccolo come il mio. Di fatto la dotazione è minima: un iPad, una stampante (che può essere collegata anche wireless) e l'IP station. Per quanto riguarda l'investimento dico tranquillamente che è veramente abbordabile: parliamo, in totale, di non più di 3000 euro. E teniamo conto che sono comprese pure l'assistenza e alcune funzionalità accessorie come quella di elaborare statistiche sui dati acquisiti.

Per quanto poi attiene più nello specifico le esigenze del mio locale, che al ristorante affianca anche l'Hotel, devo dire che ne apprezzo molto la funzionalità con cui coordino la prenotazione di camere e tavoli, in modo da sveltire le procedure per singolo cliente. E poi c'è anche un altro vantaggio: la possibilità di inserire senza limite le numerosissime etichette di vino che compongono la mia cantina (e ritengo che un'esigenza simile l'abbiano tanti altri ristoranti che puntano nella loro offerta su vini, birre e distillati)».

Il pacchetto iPratico offre pure la possibilità di proporre ai clienti un menu elettronico. Trova utile questa funzionalità?

«Onestamente non vi faccio molto ricorso perché ho un menu fisso che non richiede di essere consultato o studiato. E poi ho notato che molti clienti, forse perché un po' a digiuno di tecnologia o semplicemente perché nostalgici, continuano a preferire il buon vecchio menu di carta».

Utili per diversificare l'offerta, indispensabili per soddisfare le esigenze di una clientela sempre più attenta all'autenticità e alla tipicità. I vini ottenuti da vitigni autoctoni stanno vivendo una nuova maturità

Bianchi, la novità si chiama tradizione

DI NICOLÒ REGAZZONI

Un patrimonio in gran parte ancora inesplorato, che nasconde realtà molto affascinanti da un punto di vista viticolo ed enologico ma non sempre promettenti da un punto di vista commerciale. I vini ottenuti da varietà autoctone sono reduci da una fase di sviluppo alimentata da un esasperato interesse da parte dei media, che in molti casi ne ha fatto un fenomeno di moda senza solide strategie di sviluppo nel medio-lungo periodo. Allo stesso tempo, tuttavia, questa tipologia di vini continua a incontrare tendenze di mercato più attuali che mai.

Il problema è che a questo proposito il mercato del vino continua a perpetuare situazioni di poca chiarezza, conseguenti anche a una co-

municazione non sempre puntuale e corretta da parte di tutta la filiera. Basti pensare al fatto che la stessa definizione di vitigno autoctono è spesso arbitraria e manca di qualsiasi valenza scientifica.

Oggi per fortuna la situazione sta lentamente evolvendo, a favore non tanto delle centinaia di vitigni minori senza alcun concreto sbocco di mercato, ma piuttosto a sostegno dei vitigni autoctoni più diffusi e conosciuti. Vitigni che appartengono alla nostra tradizione vitivinicola e che hanno una relazione univoca con specifici territori vitati: una caratteristica, quest'ultima, che in un mercato globalizzato e potenzialmente sempre più omologato assume un fondamentale punto di forza.

È DUNQUE ARRIVATO IL MOMENTO di scoprire o riscoprire i nostri vitigni autoctoni, e la bella stagione induce inevitabilmente a concentrare l'attenzione sulle varietà a bacca bianca, che da nord a sud si prestano ad accompagnare molteplici abbinamenti enogastronomici. Vini bianchi ricchi di personalità, con colori cangianti, che offrono un caleidoscopio di sensazioni nei più diversi registri espressivi e che spesso dimostrano anche una sorprendente vocazione all'invecchiamento. Vini che chiedono di essere (ri)proposti, perché nella particolare fase storica che stiamo vivendo ciò che appartiene al passato si porta dietro preziose promesse di autenticità e tipicità.



**GIOVANNI ALMONDO
VIGNE SPARSE
ROERO ARNEIS DOCG**

www.giovannialmondo.com

Nasce nella parte nord-orientale della provincia di Cuneo, dall'esperienza di uno dei più significativi vignaioli del Roero. Ha un sapore fruttato ed equilibrato, frutto di processo di produzione che prevede pressatura soffice delle uve in atmosfera controllata e affinamento in acciaio sulle fecce per 5 mesi.

Abbinamenti

Formaggi stagionati dai sapori importanti, pesce e carni bianche. Ideale anche per aperitivi ed antipasti

**UMBERTO CESARI
COLLE DEL RE
ALBANA DI ROMAGNA DOCG SECCO**

www.umbertocesari.it

Un vino da consumarsi giovane, dal colore giallo paglierino e con un gradevole profumo di albicocca. Il sapore secco, asciutto e ben equilibrato, è caratteristico di questa varietà, che Umberto Cesari coltiva su terreni collinari nei pressi di Castel San Pietro Terme (Bo).

Abbinamenti

Classici piatti emiliani e romagnoli, come tortellini e cappelletti. Piatti a base di pesce

**ORSOLANI
LA RUSTIA
ERBALUCE DI CALUSO DOCG**

www.ruffino.com

Proviene dal Canavese, territorio collinare in provincia di Torino, e si contraddistingue per un caratteristico profumo di erbe aromatiche, tra le quali spicca la salvia, e per un sapore fresco e sapido. Fermentazione in acciaio e lungo affinamento su lieviti.

Abbinamenti

Antipasti e primi piatti, soprattutto minestre e riso. Pesce e verdure in genere

IL PARERE DEL DISTRIBUTORE

Nicchia da sviluppare all'estero

Sui mercati esteri, e in particolare in Austria, che potenzialità hanno i vini autoctoni italiani?

C'è interesse nei confronti di queste etichette, ma si tratta comunque di una nicchia di mercato dalle dimensioni molto limitate. La domanda proviene soprattutto da appassionati, che ogni tanto desiderano bere qualcosa di diverso, ma non si tratta certo di un fenomeno di massa.

Quali problemi ostacolano una maggiore valorizzazione di queste etichette?

Innanzitutto c'è un problema di

prezzo, perché su ordini limitati di bottiglie i costi di trasporto incidono parecchio. In secondo luogo nei ristoranti non sempre il personale è sufficientemente preparato e motivato a spiegare alla clientela le specificità dei vitigni autoctoni italiani. A volte diventa problematica anche solo la corretta pronuncia del nome di un vino. Per non parlare poi delle etichette, che molte volte non vengono pensate anche in funzione dei consumatori stranieri.

Come si potrebbe migliorare questa situazione?

Una maggiore comunicazione aiuterebbe sicuramente i consumi. Bisogna vincere una sorta di inerzia, che spinge la ristorazione e la clientela a privilegiare vini già conosciuti, piuttosto che a sperimentare nuove bottiglie spesso vendute anche a prezzi elevati. Credo infine che i produttori di vino possano ancora fare molto per sprovvincializzare la propria cultura imprenditoriale, acquisendo maggiore know how ed esperienze a livello internazionale.



Danilo Buratti

Buratti GmbH

Sede legale:

Santorastraße 3, 2482
Münchendorf (Austria)
tel. +43-225976670

Numero addetti 7

Zona servita

Vienna e dintorni

IN TAVOLA

PLANETAI ALASTRO SICILIA DOC

www.planeta.it

Ha profumi di melone bianco maturo e di pesca bianca, con un gusto morbido, sostenuto da una bella acidità, che ne esalta la freschezza. Da bere subito o da invecchiare sino a 4-5 anni: sorprende nella sua capacità di evoluzione. Proviene da vigneti di Grecanico coltivati nel comune di Sambuca di Sicilia (Ag)

Abbinamenti

Primi piatti della cucina mediterranea, come spaghetti con zucchine e menta, minestra con patate e pasta con i broccoli

PISONI NOSIOLA

VIGNETI DELLE DOLOMITI IGT

www.pisoni.net

Il microclima mediterraneo della Valle dei Laghi, in provincia di Trento, è ideale per la coltivazione in regime biologico e biodinamico di questo vitigno bianco autoctono. Il risultato è un vino dal particolare sentore di albicocca e sambuco, con un retrogusto leggermente amarognolo, che ricorda la nocciola e la mandorla.

Abbinamenti

Ostriche, frutti di mare crudi, piatti leggeri a base di pesce e verdure, Grana Padano poco stagionato, trote, lumache, minestrone e zuppe

TORRE DEI BEATI GIOCHEREMO CON I FIORI PECORINO ABRUZZO DOC

www.torredeibeati.it

Un vino che nasce in provincia di Pescara da vigneti collinari, a 25 chilometri dall'Adriatico. Si presenta al naso con note di pera e fiori bianchi e un richiamo di erbe officinali, arrotondato da note mielate.

Ha un sapore morbido ed equilibrato, con un finale persistente.

Abbinamenti

Pasta al pesce, pesce/crostacei al vapore, pesce alla griglia, frittura di pesce

CANTINA GALLURA CANAYLI VERMENTINO DI GALLURA DOCG SUPERIORE

www.ruffino.com

www.cantinagallura.net

Nasce nel nord della Sardegna, in un'area compresa tra Sassari e Olbia, da vigneti coltivati su terreni granitici. Al naso offre note di frutta esotica e sentori di peperone verde, mentre al palato si presenta pieno e caldo, gradevolmente amarognolo.

Abbinamenti

Aragosta alla catalana, ostriche, astice in salsa, pecorino sardo e Fiore Sardo freschi

LA MONACESCA VERDICCHIO DI MATELICA DOC

www.monacesca.it

Questo vitigno millenario viene coltivato nell'omonimo comune in provincia di Ancona e dà risultati di particolare complessità olfattiva, di buona struttura e persistenza. L'interpretazione de La Monacesca si contraddistingue per profumi che ricordano anice, cedro e frutta appassita

Abbinamenti

Piatti importanti di pesce, ma anche formaggi dolci e carni bianche



"Ci vogliono giorni, passano anni"

J. W. Goethe

Bertagnolli, maestro di vere poesie.



Message in the bottle

*Un messaggio chiaro arriva dal fronte della ristorazione: in tavola vincono le acque minerali con un **packaging elegante, prezioso e inconfondibile***

FERRARELLE **ACQUA FERRARELLE**

Elegante nel suo formato dedicato alla ristorazione, Ferrarelle si contraddistingue per la sua effervescenza naturale che le conferisce un profilo organolettico unico: la sua gasatura, che si forma lentamente tra le rocce del sottosuolo di un vulcano ormai spento, dà vita a numerosissime bollicine fini e persistenti, come quelle di uno champagne, rendendola al gusto piena e morbida, e conferendole una struttura equilibrata, allo stesso tempo acidula e dolce. www.ferrarelle.it



NORDA **GAUDIANELLO**

È una delle minerali più fresche ed abbondanti del Vulture - in Basilicata - ed è presente sul mercato da più di un secolo. Si tratta di un'acqua effervescente naturale con un giusto equilibrio di sali minerali che le conferiscono un gusto piacevole e dissetante. Gaudianello è disponibile nella versione "Prestige" nel formato da 75 e 33 cl dal design originale e innovativo che tratta idealmente il prodotto come un vino pregiato. www.gaudianellomonticchio.it



BISCALDI **VOSS**

Arriva dalla Norvegia una delle acque più pure e cristalline del mondo: l'acqua VOSS. Il nome in norvegese significa "cascata", ed evoca le sue principali caratteristiche di freschezza e intatta purezza. Per il suo design elegante e minimalista e per le sue caratteristiche di purezza, la VOSS è diventata l'acqua preferita di molte celebrità e protagonista di appuntamenti internazionali come la celebrazione degli Oscar. www.biscaldi.com

SAN BENEDETTO **PRESTIGE 75**

La nuova linea Prestige 75cl unisce qualità, esclusività e ricercatezza estetica: la bottiglia si presenta slanciata con un design essenziale, raffinato ed elegante. La trasparenza del vetro, impreziosito dalla incisione San Benedetto, esalta la purezza dell'acqua minerale. L'uso del colore nella retro etichetta differenzia i tre gusti della gamma: la Naturale è caratterizzata dal rosa; La Frizzante è contraddistinta dal colore blu; la Leggermente Frizzante valorizzata dal verde. www.sanbenedetto.it



NORDA DAGGIO

Nasce dalla sorgente più alta d'Europa, 1.935 metri, in Valsassina. Viene convogliata allo stabilimento di Primaluna (LC) tramite una tubazione di acciaio inox lunga circa 10 Km., dove, imbottigliata, arriva pura e leggera sulle nostre tavole. Celebrata perfino sulle più importanti riviste che si occupano di progettazione e design, la bottiglia Elegance è stata disegnata dalla giovane designer Tinna Petursdottir ed è la testimonianza più significativa dell'attenzione che Norda pone alle aspettative della ristorazione. www.norda.it

SANGEMINI GRAZIA

Acqua Grazia è un'acqua effervescente naturale. Nasce nell'area protetta, in concessione, più estesa d'Italia ed ha proprietà organolettiche che le conferiscono un gusto vivace e leggero. Grazia ha, inoltre, buon contenuto di sali minerali (quali calcio, magnesio e potassio), che possono aiutare a mantenere l'equilibrio idro-salino dell'organismo. La ricchezza di bicarbonati ed un basso contenuto di sodio la rendono l'acqua ideale per una piacevole effervescenza quotidiana. www.sangemini.it



WATER DRINKING



BORMIOLI ROCCO DIAMOND

Sono proposti sia in versione trasparente sia colorata in pasta di vetro, in tre tonalità particolarmente delicate ed intense (petrolio, ametista e verde salvia) i bicchieri della serie Diamond, presentata come una reinterpretazione contemporanea delle lavorazioni artigianali. Capacità: 30 cl. www.bormiolirocco.it

RASTAL HARMONY

È una delle linee in vetro cristallino di maggiore successo di Rastal, caratterizzata da un design particolarmente "spigoloso", più apprezzato dal mercato rispetto a forme più "tradizionalmente" tonde. Il bicchiere per l'acqua si abbina con i calici della stessa linea. www.rastal.it



ZAFFERANO PERLE

Dodici varianti di colore per la linea Perle di Zafferano, realizzata a mano dai maestri vetrai e caratterizzata dalla miscela di trasparenze e pasta vitrea, una spirale applicata e spezzata ripresa da una lavorazione antica. www.zafferanoitalia.com



PRECURSORE

BISCALDI TY NANT

Ty Nant è stata una delle prime acque "di design" e l'innovativo uso del colore blu cobalto è stato l'elemento essenziale del suo iniziale successo. Tuttavia, se la bellezza del packaging non avesse trovato corrispondenza nella qualità del prodotto, il suo successo non sarebbe stato così dirompente. Ty Nant è un'acqua minerale naturale proveniente dalla campagna rurale e incontaminata del Galles. Nel 1992 ci fu l'acquisizione da parte del Gruppo Biscaldi della società Ty Nant Spring Water Ltd e il mercato italiano fu il primo dove il prodotto venne esportato ottenendo da subito un grande apprezzamento che continua ancora oggi al punto da averla eletta icona di stile. www.biscaldi.com





Qualitaly

MAGAZINE

AT PAGE 1

From the pantry to the table among authenticity and sophistication

by Francesca Pulitanò

Here is the second number of our renewed magazine.

As you may have noticed, the change was evident from the plant monothematic we switched to a broader point of view, including all aspects of the cuisine, in an ideal path of food from the pantry to the table. We see, then, in short, the key issues on which we have discussed. First of all, we'll talk about stuffed pasta, typical of our cuisine, here it will be revisited in terms of variety, both from the point of view of the restaurant, for which there are also deep frozen preparations today that can easily compete with the classics of our tradition.

The journey continues in the pantry with the regional cuisine and with some valuable information on the processing of raw fish, food particularly sensitive to the high risk of harmful contaminants. Regarding the real cuisine I'd like to point out the pages dedicated to pizza, holiday symbol, festive events, but also of Italian imagination and creativity, a true cultural heritage of

our country.

And again, personally I happened to stumble more than once in the rigidity of the equipment management of the orders: just ask a small variation on the plate and that's going to haywire the system and the waiter. Now these incidents can certainly be solved by adapting to the iPad the needs of restaurants. Among the new generation of tablets abound for those specially created for restaurateurs, to organize the orders more efficiently and to present a menu in step with the times. In this context, I believe that the challenge is really fascinating. I often happened to notice that the use of innovative tools apparently was associated poor quality of courses, as if the advancement in technological know-how had undermined the authenticity of the ingredients. It's actually that one, in a world that runs at speeds sometimes excessive, the real innovation, because just by focusing on the care in the selection and preparation of foods you can find the right balance between past and future.

For our part, including foods closer to a tradition of authenticity, we chose to talk about cheese and wine. The first ones are by now been promoted to the stars of the table: the diversity of color, texture, caloric intake between the one and the other make them suitable to meet the needs of any kind of tastes. This has led to specialized premises that are the subject of wine in all its

facets. And when it comes to tasting one we can't think of wine, which will be discussed with particular emphasis on the richness of Italian viticulture. Finally, since the substance is appreciated even more if enclosed in attractive shape, here are our choices to make elegant table with high-class bottles.

I believe that the quality of themes is sufficient, by itself, to appreciate the new look of Qualitaly Magazine: anyway I have no doubt that reading this magazine will amaze you, providing you with valuable ideas to aspire to greater and greater satisfaction.

AT PAGE 3

The sense of partnership in times of crisis

by Italo Nebiolo, president of CIC

In the situation of economic uncertainty we are facing now, for those who work in the food business, two aspects emerge as true emergencies that require us to strengthen ties with our customers. The first one concerns the crisis consumption, which has now also affected food products, putting into question the very inspiring models of catering.

Meals and unstructured combinations that favor a receipt lightweight, fast formulas and fixed price (which in some cases become "all you can eat"). Those are all sensors of an economic malaise that needs to be remedied. How? For us, it would be part with the selection of products with the correct quality / price ratio, with a strong service component, with an eye on the yields, but also to the organoleptic aspects. Having an approach. In short, having strong partnerships, suppliers of solutions and services, as well as products.

The second urgent pertains is about life and development of the business itself. I refer to the credit crunch. A few weeks ago the European Central Bank has issued a document trend of SMEs access to bank credit, long frozen. According to the analysis of the ECB, the 7,510 SMEs analyzed in the 17 countries of the Euro area, show for 5% more funding requirements and refer to deterioration in the availability of bank loans fell a further 10%. These numbers photograph a reality in which the sap for the development of enterprise (credit) has failed. The cooperative form of association was the keystone and the glue between entrepreneurs who have given birth and brought up the Italian Cooperative Catering, reducing difficulties and fears of being together, sharing knowledge that each of us had as dowry professional. During the conference organizational Confcooperative, which we adhere, we place strongly request that the Cooperative Credit attention be given to member companies, providing adequate financing instruments to plan a change of pace for those who, like our businesses, it is used to deal with the market and with its protagonists, using all available weapons to fight the battle daily. Today at distribution companies are required, as I said above, new and more challenging tasks, to support its target market, their customers, their business.

For our side, we intend to continue to give substance and content to the term partnership with catering businesses we serve.

AT PAGE 6

News

Tips, an international comparison

Different country you go, different tip you find. It is the leitmotif of the result of an analysis made by Fipe at the international level, the Federation of Italian public exercises Confcommercio-Enterprise for Italy, with the collaboration of Adapt and Hotrec Hospitality Europe, presented during the latest edition of Tuttofood. Tipping in fact exist in many countries even if there are customs and different ways, so that, at least in the countries of the European Union, is expressed in four different senses: there are those who consider compulsory service, some free tips, who cost the service and who considers them 'trunk'. The latter indicates a particular system of distribution of the tips that are accumulated by all employees, creating a sort of central fund and then redistributed according to specific rules established upstream. When making the comparison, three main indicators have been taken into account namely: legislation and practices; distribution mode of the tip; treatment of the tip. It turns out that as far as the first parameter (the practice by customers), the most deregulated countries are Germany and Sweden, while France has even an exact amount that is included in a fork between 15 cents and 2 , 30 €. In Spain we have the principle of the percentage on the final bill, just as in the United States, a country in which this percentage must be at least 15%. Different is the situation in the UK where there is a very tenuous border between tip and cost of the service and often one o'clock you set up where there is no other. Finally, Italy has been reserved for a specific chapter, which allowed us to frame the legal classification of the tip into and the study of the work profiles, fiscal and tax, as well as to analyze the position of the law and the question of extra work. The peculiarity of the Italian system determines that the practice of issuing tips, while being fully became part of the Italian custom, varies from region to region. In this regard, the legislation does not define the amount or statutory provision that ask customers to offer gratuities to

staff, but the collective bargaining indicates precise rules on penalties in the event that employees require gratuities to customers. Tipping is not part of the company's turnover for the purposes of calculating the tax, it does not count in the calculation of the remuneration of workers and even the purpose of the tax and social security contributions.

Easy Nature of McCain, controlled costs and high yield

High service content, no waste, food cost under control, saving and high yields. The advantages of the range of potatoes Easy Nature McCain are many, starting with the raw material quality: only the best selections of waxy potatoes, uniform in size and with regular cut, ready to heat up for the desired preparation. An all-natural range available in more than ten different formats: cubes, slices, quarters, slices, and then short stories, whole peeled or with the skin (Baking potatoes), which is also flanked by two new seasoned as the Gratin Dauphinois, delicious potato slices in a creamy sauce, puree and versatile... The Easy Nature McCain are perfect for any recipe or use in the kitchen, with the discovery and finishing in the pan, boiled, convection oven, steam or microwave. They are prepared without preservatives, in vacuum bag and keep in a refrigerator with a shelf life of 60 days, in full compliance with HACCP procedures. According to the comparative tests carried out, in comparison to fresh potatoes, the Easy Nature allow a saving of 55% on the time of preparation, and clear advantages of the point of view of the yield at the plate with a number of portions of the upper 53% and a cost for lower portion of 21%.

The U.S. open to Italian cold cuts

Positive news for the Italian food exports. After more than fifteen years



of negotiations, fallen is one of the non-tariff barriers that prevent the full development of Italian exports of meats in the world.

From May 28 last year, in fact, salami, bacon cups and other meats at early age can be exported to the U.S., following the decision by which the U.S. authorities of APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service) have officially recognized the benefits of Lombardy, Emilia-Romagna, Veneto, Piemonte and the autonomous provinces of Trento and Bolzano from swine vesicular disease.

"It is a first important result of the path taken by Assica (the Association which brings together the manufacturers and processors of meat sausages) to start exporting to the United States of important Italian delicatessen products such as salami, bacon, cup or the culatello", said the President of the association, Lisa Ferrarini. "In the U.S. the knowledge of Italian is widespread (and our products are also much imitated): Italian food products are particularly popular as evidenced by the purchase of cured hams, cooked hams and mortadella, since different years, can be exported."

More secure the new 5-euro bill

With the introduction, on May 2nd, from 5-euro banknote series of the new Europe is playing the replacement phase of the first series of the European currency. The new banknote € 5 - said in a statement the European Central Bank - is the result of technological progress in this area since the introduction of the first series, over ten years ago. In the bill have been incorporated some new security features and advanced. The watermark and the hologram picture the portrait of Europe, a figure of Greek mythology from which the series take its name. The "number emerald green," the most obvious, it changes color from emerald green to dark blue and has the effect of a light that moves vertically. On the left and right margins are perceptible dashes out that facilitate the recognition of the business, especially for people with visual impairments. Those safety features, located on the front of the new bill, can be verified easily by applying the "feel-look-tilt" and they are expected to be integrated into all the tickets of the series "Europe"



When communicating to the professional categories that handle daily banknotes, the Eurosystem (formed by the ECB and the national central banks) recalled that the first task of those who receive and handle bills is to make sure of their authenticity.

In the first half of 2012 a total of 251,000 counterfeit euro banknotes were withdrawn from circulation. Compared to the number of genuine banknotes in circulation (on average 14.6 billion during the first half of 2012), the proportion of counterfeits remains very low.

Bills from € 5 of the first series will continue to circulate along with the new notes, but they will be gradually withdrawn from circulation. The date on which they won't be legal anymore will be announced well in advance. Even after that date they will hold their value indefinitely and they can be changed at any time from the national central banks of the euro area.

Pasto Buono against hunger and food waste

According to research at Politecnico di Milano, in Italy there are 6 million tonnes, with a value of 12.3 billion euros, food surpluses generated more than 55% from the food chain and the remaining part of the domestic consumption. Of these, almost 50% is recoverable for human consumption with relative ease, indicating approximately 3.2 million tonnes per annum those defined as "medium and high functionality", quickly and perfectly recoverable for human

consumption. Although, only the 6% of surplus are recovered to be donated and distributed to the needy.

When the surplus still good is not recovered, it becomes waste.

The figures relate more difficult to process the waste of small food businesses (bars, small eateries, etc.), Which still stood on a yearly average of 100 kg for each individual asset. Pasto Buono (good meal), the project developed by Qui Foundation (the Foundation of Qui Group) and active in Rome, Genoa and Florence, is to avoid waste and transform them into resources to support needy people and families in need, providing them with all or part of the requirements daily food needed to ensure a healthy and balanced diet. Good meal plans to give a positive contribution to a more efficient management of surplus and more responsible towards society and the environment.

Pasto Buono has four objectives, which correspond to each of the areas of intervention and specific actions distinct: the best use of the food resources and eliminate waste, supporting people in need, protect and defend the dignity of the family intimacy, and promote culture of solidarity, responsibility and collaboration at all levels of civil society.

Operationally, Pasto Buono, which in 2012 has distributed 50,000 meals to needy families, creates a network of operators who daily put aside in favor of beneficiaries of the surplus food, of course, in perfect condition, instead of deleting them with your household waste.

It also organizes the logistics for the distribution of surplus, informs and gives a cultural and practical support to families and operators to improve their eating habits and significantly reduce waste and the production of waste and finally aggregates and awareness around the project all subjects and operators, public and private, who for various reasons are called into question and may or may wish to participate in the project.

Mineral water at the restaurant, a glass bottle is better

The analysis carried out by Web-Research.it conversations on the web relating to the purchase and consumption of mineral water in the restaurant clearly see that the overall



quality of the service, the location, the type of restaurant a significant influence on the consumers 'judgment' mineral water served at the table. That is, the higher the level of the room, the greater the expectation of seeing a mineral water quality and a picture about: if so for the pizzeria on the corner is the Pet bottle in the average restaurant is demanded glass bottle and if you level up even the label must be on top.

It follows that the judgment on the price is relative to the type of restaurant in which the water is consumed.

It is therefore not considered dear one or the other label, but the expenditure required in a room that does not have the characteristics considered in line with the asking price. Shortly accepted the jug of filtered water letting alone water from the mayor.

Strongly negative judgment on the water with the mark of the large-scale distribution or recognized as cheap.

Fairs, Host reinvents the future of hospitality

The hospitality of the near future wins who knows how to reinvent itself.

It is the starting point of debate that gives operators Host, 2013 (www.host.fieramilano.it), more and more observatory of trends and developments in the market, based on the comparison and reflection on the data collected by trade associations and trends identified by industry analysts.

And during the five days of the International exhibition of the hospitality industry, the world's leading HoReCa and Retail - at Fiera Milano in Rho (Mi) from Friday 18 to Tuesday, October 22, 2013 - will turn into concrete ideas for new business opportunities.

To make the underlying theme of the four-day event is the revolution we are experiencing the point of consumption, including original formats, new lifestyle trends, technological innovation and increasing centrality of design. The changes taking place are due to cultural changes than to the prolonged crisis: Italian consumers outside the home tend to be less related to the ritual of the meal and choose to consume more frequently in places and unconventional ways. Rich and easily capture the program

of events, some of which involve star chefs: suffice for all program activities Identity Greedy, aimed at enhancing the trends and suggestions arising from the recent convention in conjunction with the latest developments available to Host

From CIC assembly some lines for the future

TA crowded assembly, the one that has given conference in late May at the headquarters of the Italian Catering Cooperative, during which the budget has been made of a tough 2012, but the following directions of work were also given. Direction that we wish will continue growing, right after the impact of a 2012 marked by the negativity of the economy and consumption.

The same reduction in the number of members to 44 (one less than the previous year), with the exit and entry of new members, says the report of the General Director Mauro Guernieri, identifying the constant pursuit of quality of the members of the Cooperative, as well as, on the asset, it should be made with the opening internationalization members Austrians and Americans, who have met expectations. The same report, however, makes no secret of the problems that emerged in the year, "linked to the performance macro economic situation of our country, exacerbated the entry into force of the infamous legislation on late payments specified in the food chain (Article 62) that still leaves us stunned by the timing of implementation, expenditure incurred for the alignment of information systems, the impact on the liquidity of our companies, but also by the great absent: the entire banking system." However, the president Italo Nebiolo underlines, even in the situation that requires attention, we cannot avoid to give way to the development. "The ability to intercept and put it to the new system and in this effort to build alliances, to look at new areas of development of the Cooperative is not an affectation, but driving towards innovation, in order to make the tool more current cooperative to meet to the new needs of the territory. Knowing how to read involves also having the ability to offer new answers to our industry and to develop cooperation in the emerging markets." There have been steps taken to identify new markets

and new suppliers, with a visit to the International fairs in Boston, Brussels, Vigo and Hong Kong has been a strong presence at the tables of comparison more institutional cooperative system, and on the front of most management have made all the steps to maintain the rating of solvency of a cooperative, an essential tool to give a guarantee of continuity to the sales to suppliers and security to customers. The Vice-President Salvatore Zanobi analyzed the role and development of brand products, which have held up well to the critical situation of the market and that they represent, with the different lines that compose them, the 22,32% of the turnover of the Cooperative, confirming in substance the share of the previous year, for a total of 469 brand products

Zanobi stressed the value of branded products especially because they are the seal of a selection that has quality in its mandatory prerequisite "without compromise," to guarantee the customers, so that before selecting a product is carried out by a careful analysis of graphics, the consumption potential, choice of supplier, quality features, price positioning. "This year our efforts will be best to insert some references that we believe are missing and our efforts will be directed especially towards the frost sector, as it is the one that still has considerable room for improvement," announced then Zanobi.

AT PAGE 14

Ravioli & Co, food solution for everyone's taste

The traditional cuisine has a multitude of variations of stuffed pasta. Today also offer catering studying shapes and fillings with interesting combinations to enrich the dining experience of consumers.

by Mariella Boni

Tortelli and cappellacci, anolini and casunzei, pansotti and ravioli ... Those are endless variations of Italian filled pasta, which vary by name and form, by gender and thickness of the dough, by type of fillings, toppings and preparation technique.



A specialty that boasts centuries of life, more than ever appreciated by the consumer and is one of the "workhorse" of our local restaurants. No coincidence that almost all the great chefs have indulged in this type of preparation to make their emblem, first of all Gualtiero Marchesi with his famous "Open ravioli" (ravioli more in name than in fact, essentially layers of dough alternating with scallops and sole fillets).

Ravioli and similar stuffed pasta are an interesting "food solution" for the everyday menu or - in the finest fillings and sizes - for important dinners and banquets.

This is confirmed by Alessandra Locatelli Biofarms, associated with CIC and distributor of specialty food in Liguria. "In our catalog we have frozen stuffed pasta typical of our area, or ravioli with fish, meat and pansotti from Liguria, all frozen in IQF (Individually Quick Frozen) so as to allow the restaurateur to use only the necessary quantities. Particular attention is also placed in the packaging: the ravioli meat, smaller, is packed in the bag while those of larger size and delicate, for example the types stuffed with shellfish, are contained in the tub." Just in terms of sizes and fillings Locatelli updates us on the needs of the caterer: "Usually the most common one is a product with more and more thin pastry with a filling and plentiful, but large sizes are also very welcome, as well as 50 grams, to give greater elegance to dishes.

Dimensions that allow, with one or two pieces, "making portion." Of course, by type of filling we are able to provide various alternatives, from ravioli stuffed with sea bass only, the one with blue fish, still good for flavor but less expensive, as many restaurateurs of our region ask us today."

Researching in the development of new products is one of the constants of Surgital (www.surgital.it), a producer of frozen fresh pasta Lavezzola (Ra): a company that has managed to combine the need for

quality, uniqueness and service restaurateur. In particular, with the line Surgital Divine Creations offers a range in which stand many types of stuffed pasta, from Castelmagni (stuffed with cheese Castelmagno) to Fossatelli (with pecorino cheese) Balanzoni, Quadrelli, having the Chianina, just to name a few.

"Since long time - explains Anna Bacarani, chief marketing company - our research and development center selects the best raw materials, many of which denomination, and study the product, the combination, the shape and size to give our stuffed pasta. Innovation is a value that the caterer requires us (and we recognize), to offer a dining experience special to the client.

During the recent fair Tuttofood we presented two interesting new features: the first are Panciotti with mascarpone and asparagus with green asparagus for 40% of the filling, which I used only the tips of two different gauges to get the most flavor and maximum flexibility. Just braised tips are coarsely chopped. They remain crisp, bright green and visible in the filling. The addition of creamy mascarpone enhances the sweet vein of the product.

The other novelty is cod Raviolotti, a product that was born out of repeated requests from the Italian and international market for the known properties of this fish. That is cod coming from the seas of northern Europe for 69% of the filling.

I have already desalted cod fillets and frozen, completely devoid of skin and barbed. The Surgital ones are braised in milk and whipped with the sauce and flour white polenta, more rare and valuable than yellow. That's a combination that gives consistency and creaminess to a tasty stuffing."

Innovating in the track of tradition is the main theme of the novelties presented at Tuttofood by Canuti (www.canuti.com), with the new line of homemade stuffed pasta.

Cristiano Canuti, area manager's marketing, says: "The restoration gives us the need for products of a rustic appearance, but with traditional fillings details, including ingredients to denomination, which give added value to the dish.

In line with this demand, we have launched a homemade range, 10 references of deep-frozen filled pasta: each piece has a slightly different shape from the other. The fillings are made with high quality raw materials, such as Supreme giants with taleggio cheese and walnuts or Spiga with the sturgeon, high-quality products and

large format of up to 38 grams per piece.

Everything is packaged in convenient one-pound trays.

The line is also recent rediscovered, fresh egg pasta, not stuffed, made with stone-ground flour, which gives a special rustic look to the product and at the same time provides excellent cooking performance, while cooking quickly."

That's not enough though.

The caterers are felt to the manufacturer an interesting request, which begins with a greater sensitivity to the natural and organic product or otherwise with characteristics of recognized health. We spoke with Federica Vitali, sales manager of Unipasta from Ferrara (www.unipasta.it), manufacturer specializing in the production of fresh frozen pasta (long, short and filled).

"Just from a specific customer's request - says Vitali - we decided to start the production of pasta made from organic kamut, an ancient grain from the particular characteristics of high digestibility that the consumer knows and appreciates well. Initially we are launching a line of pasta not stuffed, and then quickly implement production with kamut pasta stuffed with fillings of traditional type.

A new feature that does not require special cooking and it has even a good seal, which greatly interests the caterer, compared with a price that does not affect significantly compared to that of a traditional product."

RESTAURANT DIANA, BOLOGNA *The kingdom of tortellini Bolognese, as tradition requires*

In Bologna, the Diana Restaurant, founded in 1909, is famous for the quality of its proposal, among which the tortellini alla bolognese in broth, so emblematic of the gastronomic traditions of the area that the recipe was codified by the Brotherhood of Tortellino and filed with the Chamber of Commerce of the city.

"It's a specialty - Eros Palmirani, director of the local historian, says - that in spite of the preparation in broth, does not suffer at all seasons and says a lot about the customer preference.

For the filling it takes pork loin, good mortadella, ham, Parmesan cheese, nutmeg and eggs.

For the pastry, strictly drawn to the rolling pin that gives just the right roughness and that our sfogline prepare every day, many eggs and flour. Just consider that everyday we knead more than 180 eggs, which are used for the ravioli but also for all other types of fresh pasta, the emblem of our kitchen.

And the weight of the filling is encoded: they must weigh 4-5 grams and

place on a square of pasta of 2-2.5 cm. And of course you need to have a great broth while cooking. In our restaurant 80% of the customers requires them. "A real evergreen dish!"

(www.ristorantedianabologna.com)

AT PAGE 18

Pesto, the scent of Liguria

Among the protagonists of the Ligurian cuisine, pesto won the Italian tables - and more - thanks to its versatility.

by Rachele Agostoni

When we talk about pesto, we think immediately to Liguria, a hard and difficult land, but poor in resources that has created a cuisine rich in flavor and tradition. Among its leading products we have pesto, a sauce so important that it deserves to be shown on the site devoted to agriculture in the region. Whether it's a historic dish is demonstrated by the fact that the first written recipe for pesto dates back to the mid nineteenth century. The main ingredient is basil, aromatic plant that was born in Asia Minor and along the Mediterranean coast - particularly in Liguria and Provence - has found its ideal habitat and which, in the name betrays its importance. "Basil" in fact, comes from basilicum, Latin translation of the Greek word Basilikon, which means royal.

In the pesto, the basil coexists with the pine nuts, garlic, parmesan, pecorino cheese and extra virgin olive oil, which acts as a binder. "In the traditional Ligurian pesto - explains Fabio Maggiani, chef of the catering company Genoese GEMI Small and large events dell'APCI member



(Professional Association of Italian Chefs) - should be used at Basilico Pra, from small to medium leaves oval and green color not very intense. Compared to large-leaved variety, it lacks the taste of basil mint. The true pesto should be handmade in a mortar in stone ... but this is not compatible with the needs of the professional caterer. I have been prepared pesto every year from 1000 to 1500 pounds for the events of which I take care of the catering. Just imagine how many hours it would take if I prepared them all by hand ..." . The use of mortar, perhaps refers to the times when, basil were associated with almost magical properties, but now we know that its essential oils have antiseptic, antibiotic and pesticide. In fact, in order to get a better taste and we do not throw the spices, we do not pound the basil, but we slightly rotate the pestle in the mortar stone, to tear and no shear, the leaflets. The processing must take place in ambient temperature and must finish in the shortest time possible in order not to oxidize, becoming dark. When using the blender, you have to have the foresight to use a low speed turning off the machine often to avoid overheating the blade and as a result of the sauce.

"In order to get a nice green color for the sauce - says Fabio Maggiani - the pesto should be washed and dried well and should never be absolutely heated. The only concession that can be done to heat is to use the water from the pasta to stretch it slightly before seasoning."

Finally here we have a note of etiquette. "When the pasta is topped with pesto, at the table we should not be putting the cheese board, because the parmesan is already in the sauce. Despite this, to please the customers, the parmesan is put at the disposal."

NOT ONLY BASIL

The pesto sauce is an extremely versatile product and the variations on the theme are endless, as long as you respect a few simple rules. Why a sauce you could call "pesto" must be prepared to contain raw garlic, extra virgin olive oil and pine nuts? The basil instead can be replaced rather freely. If you want to keep the green color, for example, you can use the rosemary or the rocket, but the pesto can be accomplished with any vegetable. Using parsley is almost a heresy, however, for a Ligurian.

Certainly the most famous pesto, after the Ligurian, is the Sicilian one, in all its forms province. The basic recipe

involves the use of basil, raw tomato and ricotta cheese. A combination "interregional" successful is the so-called GE-BO, in which are mixed and pesto sauce.

Needless to say, if you want to satisfy even the most discerning palate, the pesto can be accomplished without replacing or garlic extra virgin olive oil with a less decided olive oil.

A CONDIMENT FOR ANY KIND OF MEAL

If the more traditional use for pesto is pasta sauce (trenette, the ultra-classic pasta with pesto with green beans and potatoes), goes well with other pasta dishes. "Another dish of Liguria - explains Maggiani - is the prebuggion: risotto with pesto and chopped mixed herbs. The herbs are put at the beginning of the preparation, the pesto is used in the final creaming. The result is a risotto with a pleasant green color and fresh taste."

The pesto is also great to accompany the fish (octopus and potatoes, boiled cod fish and stockfish), to serve as an appetizer or main meal, and vegetables. Less successful, however, is accompanied with the meat. "I avoid using it for decorations - concludes Maggiani - unless it is not flat like the Caprese: basil tends to cover too much of the flavor."

FOODSERVICE

Deep green, with a typical texture and a slight separation of oil on top, from the flavor of basil and cheese, Pesto alla Genovese Qualitaly is a viable alternative to respond flexibly to customer demands. It is made according to tradition, with fresh basil, garlic, pine nuts and olive oil, made from the most delicate mix with sunflower oil.

AT PAGE 20

Sushi? Raw fish? No thank you! Unless ...

We will focus on Anisakis, a parasite of some of the most popular fish eaten raw. What it is, the damage it causes, how to behave in order to ensure consumers and avoid sanctions.

by Gregori Nalon, www.gregorichef.it

A recent seizure: On April 9th, last year at the fish market in Turin, ASL by inspectors sent by the prosecutor Raffaele Guariniello of 1200 pounds



of anchovies, ready to be sold in fish markets and restaurants, from a whole match fished in Adriatic Sea, highlights a big problem on the sale and consumption of raw fish. The anchovies seized were in fact found to have “alive and vital” Anisakis larvae.

what is it? The Anisakis is a parasite belonging to the family of the nematode, which lives in the stomach of marine mammals. The species of Anisakis carry out their life cycle in the marine environment. The eggs are released into the water through the feces of marine mammals. Immediately, after hatching they are ingested by the first intermediate host, a crustacean, which in turn is ingested by the second intermediate host or paratenic, in which the parasite can not develop and grow) which is the fish, and then close its cycle biological returning to its definitive host (marine mammals), where it completes its development.

Risks. We haunts if we eat raw or undercooked seafood containing Anisakis larvae inside. This parasite can cause gastrointestinal disorders characterized by abdominal pain, vomiting, diarrhea and in severe cases, even perforation of the stomach or bowel.

The microbiological problems associated to the primary contamination of the fish and to the secondary, due to the manipulation; as well as those parasitological, related to the possible presence of parasites in the muscle mass of the fish. Without heat treatment, they remain viable and the consumer ingests them. Those are real and not to be underestimated in no way whatsoever.

Among the fish species more susceptible to infestation with Anisakis we can remember the anchovy or anchovy, sardine, mackerel, herring, spatula fish, cod or hake, red mullet, sea bass or sea bass, tuna.

In our continent - the first cases under study date back to the '50s and '60s, related to the use of Dutch raw herring

consumed after a light salting (with salt to less than 15%) - the disease is on the rise today. In Italy the problem is underestimated and not even a little: many cases of tumors and ulcers or strange diseases do not have convinced doctors and experts in the industry and have led to the hypothesis that the use of raw fish it could be the cause. Should not be overlooked even some forms of allergies caused by fish infested, sometimes by ingestion of dead larvae, with rhinitis, conjunctivitis, asthma, angioedema up to anaphylactic shock.

What the law requires. The Council Regulation (EC) No. 853/2004, Annex III, Section VIII, Chapter III, point D, states that:

- “Following fishery products, it must be frozen at a temperature not higher than -20 ° C in every part of the mass for at least 24 hours. The products for which such treatment is required are those to be consumed raw or almost raw, those for the treatment of cold smoking (with internal temperature lower then 60 ° C), in particular sardine, mackerel, sprat and wild salmon, those marinated and / or salted if the processing is insufficient to destroy the larvae of nematodes.
- This treatment has a preventive measure and it's not useful for the fish infested clearly: in fact, the latter as a result of visual inspection to which the operator is required, should not be put on the market.
- It has exemption from the treatment only with permission of the competent authority in case the fishing area of origin does not present health risks from the presence of parasites (according to the available epidemiological data).
- The chef and restaurateur are required to freeze the fish constitutes the raw material for their preparations intended for raw consumption.
- According to the Mediterranean use he freezing is not necessary for the preparation of salted anchovies. For the devitalization of the larvae values of salt concentration (NaCl) greater than 15% for at least 28 days are considered enough.
- Alternatively, you can also use a heat treatment at a temperature above +60 ° C for at least 10 minutes.
- The raw fish subjected to prior freezing at -20 ° C for at least 24 hours, must be accompanied by a statement from the manufacturer to the effect treatment. It is believed that such

certification can also be reported in the labeling of the package.

- Is exempted in the attestation restaurateur administering the product treated to their customers (end-users).
- The administration of raw fish that is not subjected to the treatment described above corresponds to the failure to meet the “requirements of parasites” involves a sanctioned administrative fine ranging from € 1,000 to € 6,000
- The ingest of food this is actually invaded by parasites, integrates violation may lead to imprisonment of up to one year and a fine ranging from EUR 30 to EUR 30,987.
- When parasites belong to the species that are dangerous for humans that would be the violation art. 444 of the Penal Code: imprisonment from six months to three years.

Conclusions. We have seen that the obligation to freeze the fish has been existing for 20 years and it is regulated by the European Union. The intent is to ensure the customer a safety threshold. The law, even if minor, punishes those who do not ensure the quality of the product and prevents freezing if with the same visual appearance is not acceptable and safe. My advice to all of you is to not abuse or pretend nothing happened. Restaurateurs, chefs and operators in the industry, we should all be careful. That's not a joke. My speech is aimed for improving the quality of work and the safety. We are remaining at your disposal for any clarification and to give you advice on the most innovative security systems to develop marinated products, smoked and cooked at a low temperature for maximum security.

AT PAGE 22

In dispensa

Full range: from tomato pulp to the tomato puree

As everyone knows, tomato is the prince of the Italian cuisine. The Quality pantry offers a complete range of products to give to any preparation the right result. A common feature of canned Quality is the raw material selected, in accordance with the specifications Cic: fruit of high texture and beautiful red color, whole, fresh, ripe, healthy, free from fungal



diseases and with a residual pesticide meets the applicable law. GMO free. Essentially there are three types of products: tomato puree, pulp and fine pulp. All three are packed in tins from 3 and 5 kg, over that in aseptic bags 3 and 5 liters (fine pulp and past). Peeled tomatoes: vegetable preserve tomatoes in juice obtained by adding natural tomato partially evaporated, with or without the addition of salt and citric acid.

Chopped tomatoes: in pieces of fairly regular shape, obtained from selected tomatoes, peeled, extruded and mixed with juice, after removal of all foreign material. The product is then subjected to pasteurization process and filling in cans or bags.

Tomato puree: tomatoes obtained from healthy, well-washed, subjected to scalding, getting the puree, concentration, pasteurization and filling.

Whole salami

Hungarian, Milan, Padano

La Salumeria Qualitaly offers these cured products obtained with the use of pork, salt, skimmed milk powder, dextrose, spices and herbs. The three types, classic pork products, have different mixes, according to tradition. They do not contain gluten.

FORMAT

They have an average weight of 3.8 kg (Milan) and 4 kg (Hungarian and Padano).

The shelf life is 120 days and must be retained in place fresh and aerated at a maximum temperature of 18 ° C.

Stuffed olives all'Ascolana

Gotten by selected giant green olives, without pit and filled with a mixture of meat and smells flavoring. Battered, breaded and deep-frozen are ready for cooking. When they are very hot, they are excellent as an aperitif accompanied by a dry sparkling white wine. They approach good as a side dish to many main dishes and make

a good impression in the buffets for special occasions.

FORMAT

Cardboard envelope: net weight of 3 kg (about 225 pieces)

AT PAGE 24

Grilled meats, gourmet choice

A well-done grilled conquer even the most demanding palates and allows you to prepare sophisticated dishes, unusual recipes and even a complete menu from appetizers to desserts.

by Mariella Boni

Even in times of sophisticated and complex preparations, a nice grilled meat restaurant is always a success. Chefs know it well. Thanks to modern or traditional barbecue (charcoal from those fed up with the most modern gas or electric) they have successfully used this method of cooking that has now been made easier thanks to controlled temperatures and cooking stations fully equipped.

A method as old as current, which also the great chefs like: an example is Igles Corelli, a renowned professional who some time ago signed the book "Barbecue copyright", entirely dedicated to the recipes on the bbq. Not to mention the Gambero Rosso, who in its reeds TV devotes itself to the transmission Serial griller.

All this in order to contain costs and use the best cuts also less "noble", and in terms of taste are certainly not less. "Interesting to find out from the words of Andrea Toscani: 'There is a greater awareness of the fact that the beef with good marbling offer excellent results right on the grill, as they do from time many top chefs.

As for us we have the ability to offer a product - especially meat from Irish, Austrian or German, although we have a bit 'all backgrounds - custom level of maturity, something that our customers particularly appreciate."

The aging of meat is also a key point for Longa Graziano, owner of Longa Meat of Livigno (So).

"Ten days to a T-bone steak are the minimum to have a meat soft and juicy, with a weight loss during cooking of very low magnitude, I would say around 2%." The owner of the Valtellina, which supplies the catering area of Livigno, stressed that the source for professional customers is an aspect that is taken into particular account."



For example, the American and the Irish Angus cattle are required because the professionals appreciate it as a product of superior quality, which however has a relatively high cost. As for our clients, in principle, the restaurateur is oriented on the flesh of Brazilian origin, which has an entry-level price lower than the bovine. The steers are ideal between 18 and 24 months, with loins with bone not exceeding 20 kg. In our area, the grid is a type of cuisine appreciated especially in winter, particularly appreciated by foreign tourists, which today probably have more purchasing power than the Italian."

Not only veal. Even Vincenzo Murgia with his Sardinian Food Group is in charge of meat to 360 degrees and in particular, according to the Sardinian tradition, recorded a significant demand for horsemeat, which cuts profits for the grid that are the same as those of the bovine. "The horse meat, recommended for its high nutritional values, is excellent grilled, but unlike cattle do not require a long maturation, possibly only a marinade for defuse the typical sweetish notes. The ideal is a fast cooking on a hot grill." Very different is the case of pork on the grill, of which the Sardinians are great lovers. "Pork must have a slow cooker, some types of fat to lose and maintain others. The best ones are animals with a size of 6 to 8 kg, to be cooked on a spit and not above, but beside the embers. I emphasize that our pigs are native, bred by trusted vendors. Just like the lamb, which our customers require us throughout the year and the sale of which is not subject to seasonality (if not the one linked to tourism) in consumption, as is the case in other Italian regions." Of course, these products are closely related to the gastronomic traditions of the area the company has a catalog of many other types of meat, especially beef. Murgia gives an additional final advice: "In addition to the flavor and aroma of the meat, we must always check that there is a proper proportion between the fat and lean in meat to be grilled. Also it's important to check out the weight loss during cooking, which should never be excessive."

THIRTY YEARS OF PERFECT GRILLING

In Parma and around, the reference point is the restaurant for excellent grilled Parma Rotta. Antonio De Vita,

chef and owner of the restaurant, tells us the secret of this success.

"We created a good reputation with our grills, suffice it to say that we consume approximately three tons of wood per day! Everything starts with the careful selection of meats, well matured and with the right amount of fat. The cuts are all the cattle that are the most valuable: Florentine, tenderloin, chops, cut off, but also lamb, pork and poultry. The Italian grilling is very appreciated, mostly for its light weight, in line with the dietary principles."

Anyway, what are the secrets for an ideal barbecue, such as the renowned Florentine? "The grill should be hot - says the chef - and once heated the flesh (note the Maillard reaction) to prevent disperse its moods, it should be brought to cooking at a slower rate, to even out the temperature at the core, while keeping it bloody. When I get to that stage, I put it in a container with fresh dressing (olive oil, pepper, salt) and let it rest. Of course the grate should not be outdoors or otherwise must be in an area sheltered from the air, to be able to maintain the ideal temperature. Also I always do an accurate cleaning of the steel grates, before to brush them properly and then burning them with fire."

DECALOGUE FOR EXCELLENT GRILLING

1. In compliance with HACCP, do not stop the cold chain of the meat to cook
2. Do not use the same utensils for raw and cooked foods
3. If you use steel skewers, remember to guests that they may be hot
4. Make sure that poultry and sausages are fully cooked
5. Remember that different foods require different cooking
6. Avoid to turn around the food too often

7. Do not make holes in the meat with the forks, to prevent loss of moods
8. The charcoal must arrive at the right temperature, with a nice grilled white flame that does not release
9. To extinguish the blaze that can emanate for the burning of fat content of foods, just use a spray bottle with a little 'of vinegar, that takes oxygen to the flame and off quickly, without damaging the embers
10. Keep a proper distance from the embers of the ingredient and make sure to check on grilled continuously.

TARTAR SAUCE

A mix of vegetables (celery, carrots, peppers, cucumbers, capers, parsley) in varying proportions, fresh eggs, sunflower oil, vinegar, mustard, sugar and lemon juice. The Quality tartar sauce is in a jar and it has a light yellow color with visible pieces of vegetables and a typical consistency without the separation of oil. It's ideal to accompany grilled meat.

MAYONNAISE THE GOURMET

Pale yellow, bright in appearance, firm texture, mild flavor tending towards lemon, the Quality mayonnaise gourmet is the ideal complement to enrich the grilled meat accompanied by parades fries or other side dishes. It comes in three formats: 820 ml, 1 kg, 5 kg.

AT PAGE 28

Recipe made by Gregori Nalon

Sirloin grilled, baked tomatoes, crispy potatoes



INGREDIENTS FOR 2 PEOPLE:

1 rib of beef from about 1.3 kg, 200 g cherry tomatoes, rosemary, purple onion 80 g, 60 g vinegar, 30 g sugar, 60 potatoes, oil for frying, salt, white pepper, olive oil, 30 g of for sandwich bread, liquid saffron and balsamic vinegar.

PROCEDURE:

Cherry tomatoes: wash them and leave them whole the way they are. Season them with oil, pepper, salt, chopped rosemary. Season and bake at 210 degrees for about 7 minutes.

Sweet and sour onion: Put vinegar in a pan, sugar and onion. Add salt and pepper, then cook a few minutes without caramelize.

Potatoes: Wash the potatoes without removing the skin. Use a potato peeler to form a long strip that will be fried in abundant hot oil.

Bread: sprinkle erratically the bread with balsamic vinegar and saffron liquid, cut into triangles and bake at 175 degrees for about 4 minutes.

THE MEAT COOKING:

The meat should be cold from the refrigerator (to have an excellent thermal shock and brown evenly), dry and broiled. Put the meat on the grill, which has to be very hot, and leave it for at least 8 minutes per side. Once you have finished cooking, let the meat rest for at least 5 minutes, which will be useful to balance the juice, to heat the interior, and to prevent blood bait during cutting. Season it with liquid salt, olive oil and white pepper. Cut it and serve it.

FOOD COST:

The food cost shown below is calculated just for the cost of the raw material, without considering the other features of the local cost structure, the processing of foods, products purchased etc..

The cost of the ingredients is calculated based on a national average of purchase.

Calculation for 2 person2:

- 1,3 kg rump steak, € 21.45 (€ 15 per kg +10% deviation, total € 16,5 / kg)
- Cherry Tomato € 0.70 (€ 200 x g / kg 3, seasoning € 0.10)
- Potatoes € 0.56 (g 60 x € 1/kg, oil for frying € 0.50)
- Onion € 0.131 (g 80 x € 1/kg, vinegar

- € 0.120 60 g, 30 g sugar € 0.03)
- Bread € 0.130 (g 30 x € 4/kg, condiments € 0.10)
- Seasoning extra € 0.10 (olive oil, pepper, salt)
- Cooking meat, vegetables etc.. € 0.50
- Total cost of the dish (for 2 people) € 23.57.

AT PAGE 30

Pizza and pizzerias, a possible evolution

Main dish of traditional Italian food, pizza is experiencing a great turmoil abroad. And from the Pizza World Show come directions to raise the quality of the ingredients.

by Pietro Cinti

Embodying the ability to create unique all Italian dishes with few simple fresh ingredients, following to the "beautiful and good", knowing how to combine the pleasant palate inviting appearance; leverage on a typical multiple and unique, able to bring out the many localism without ever losing the tricolor road of tradition. And also stimulate the consumption convivial, in a size that knows how to be humble or refined, speaking to all of the international language dictated by the taste buds.

The Italian pizza knows how to be all this. Combined with an economic dimension, it has been growing in

many countries, on the wings of Italian emigration during the 900's, or during the twenty-first century, which are bringing new generations of gourmet pizza to revive the tradition a bit 'all over the world, by applying to the disk of dough with pummarola (the way people from Naples call the tomato), concepts such as innovation and research, without altering the root deeply traditional.

At the Pizza World Show in Parma, which for the first time was held in the ducal town, went on stage a colorful and vital sector, based on more than 25 thousand pizzerias in business today in our country (excluding take-away and the delivery ones, which are 25 thousand).

According to data from Fipe/confcommercio, these pizzerias occupy about 150 thousand employees and develop an annual turnover of 6.2 billion Euros, with a striker average of 11.8 euro. Italians continue to love this dish from the Neapolitan tradition: in Italy about 56milioni of pizzas are eaten in a week, 3 billion are eaten in a year, for an annual per capita consumption stood at 7.6 kilograms, compared with a European average of 4.4 kilograms.

WE UNDERSTAND THE ECONOMIC POTENTIAL also in the export key of this channel, for many years rather snubbed and left the fervent initiative of enterprising entrepreneurs who have thrown the heart beyond the obstacle and with the passion, they have been able to grow their business based on personal lines of evolution.



Today, even the mainstream food industry seems to have noticed the presence of this channel, which devote most advanced products, the most outstanding performance, designed to accompany the process of maturity undertaken by many locals and many pizza makers, towards a new way of preparing and serve the pizza, which knows how to synthesize all the trends that cross today the food and intercept the demand for customers who are increasingly "gastrofanatico" but also poorer because of the economic crisis. "In a time of instability and uncertainty like the one we are facing now - says Valeria Alberti, Head of Marketing & Agugiaro Figna - there is certainly a return of the traditional tastes and pizza, which has been always a dish that we know very well and that somehow it reassured us. We also have to say that pizza is made of carbohydrates, which everyone knows they have a "good mood" effect. So after many tries, after having seen and revised molecular cuisine, culinary and artistic creations, what you wish is quality and spending your own money to eat well. Those are the reasons why families decide to enjoy a good pizza. It could be the classic Margherita or Marinara, or gourmet combinations unusual and sought after, to be happy in a time of sharing." At the Pizza World Show in Parma, exhibiting companies have interpreted this trend, showing quality ingredients designed just for channel pizzeria, in terms of greater service added to the pizza: great emphasis on flour, but also cheeses tradition, Dop, diced already proposed to facilitate the work next to the oven; much technology, starting from the heart of the pizzeria, the oven itself, now engaged with the most modern electronic found in terms of management, attention to quality and testing of new roads you can read in increasing quality of all the corollary that allows a pizzeria to be successful today, from craft beer made in Italy to the many proposals, designed for those who are intolerant to gluten.

THE GLUTEN FREE PIZZA

The one for customers with gluten intolerance problems is a target for growth, with an estimated more than 600 thousand people affected today by this intolerance food and over 85 thousand new diagnoses each year.

It's a particular issue for the pizzerias, considering the nature of the product. However today there are multiplying initiatives to meet the needs of customers and offer gluten free pizza, which allows restaurateurs to widen the spectrum of activity.

"We are always committed - says Valeria Alberti, Head of Marketing & Agugiaro Figna - and constantly trying to improve our existing products and to create new ones, with the intention to reach out to clients seeking to diversify into market reference, especially when the target which were once relatively negligible, become increasingly more entities, as in the case of celiac disease.

"At the Pizza World Show in Parma was also the company Dr. Schär that presented the DS Pizza Point, a new service that provides products "gluten free" for professional use, including frozen balls of dough and creates a circuit between promotional the various local members.

DEBATE - QUO VADIS PIZZA?

Tradition or experimentation? On these two extremes the world of cooking and catering always wonders. Even the pizza, the more traditional, but also the most eclectic of foods does not escape the question. So Agugiaro & Figna put together to analyze the theme some experts and practitioners in the frame of the Agora Museum Bears Coppini). Let's summarize the main themes that emerged.

Expertise and identity. "The pizza, in particular that one from Naples, is a product with a strong identity. Identity is an important aspect of the promotion. In the restaurant world the only thing that works is word of mouth, but what matters are the triggers of word of mouth: the identity and characterization from this point of view are potent activators. Assuming you have a story to tell. Anyway, it is necessary to improve the level of service by taking example of what happens abroad."

Franco Manna, general manager of the group Sabeto (Rossopomodoro, Anema & Mussels, Pizza and Side Dishes, Rossosapore, Ham Holy Burger)

Comparization. "By obtaining the designation for the Stg Neapolitan pizza margherita and marinara stakes precise have been settled. If consumers especially abroad can

taste the "real" pizza, we have the comparison.

They can tell the difference. For this pizza, as ambassador of the best Italian products, we must not cheapen."

Antonio Pace, chairman of the Associazione Verace Pizza Napoletana (True Neapolitan Pizza Association)

Globalization. "Especially in Asian countries, they ask to furnish dozens of restaurants in vintage style. These are countries where they are able to produce buffalo mozzarella, tomatoes, and pasta. But the lack is the pizza maker. So if we want to define the future of pizza we can say that it will be nice and good."

Franco Costa, owner of Costa Group

Pizza and cuisine. "The evolution of the peak is in accordance with the needs of men and materials available. It needs to have higher quality, be good, and be well served in a beautiful environment, to be enjoyed together with friends. Quality of total raw material, coupled with the dishes the best Italian cuisine. This way we will not have problems in the future."

Giampiero Rorato, journalist, editor of Pizza e pasta italiana magazine

AT PAGE 36

Cheese... a fresh business

Updated menus, the Cheese Bar is fashionable now, the latest trend for those who want a different kind of dinner

by Maria Elena Dipace

Cheese is experiencing its golden time going from one page to another food and wine publications, going crazy between tastings, pairings and daring events that glorify it. An extremely varied, if we consider that the cheeses in the world are about 2000 of which only 400 of those are Italians. Ours is the country with the largest variety of cheeses in the world: the European Union has recognized the greatness of our cheese-making heritage by assigning them to 43 of the DOP and one that IGP. Considering the range of flavors, it's impossible to make a choice.

Thus, the fashion's spotlight are lit now on a range of restaurants and bars where you can taste cheese or learn to distinguish dairy products, understand how to accompany them, or simply choose a cheese as a main dish, as it is a very complete food from the nutritional point of view.

"The way customers eat outside their home has changed - says Fiorenzo Santini, owner of Specia Alimentari from Baveno - Once banished big binge, cheese has become a viable alternative either as a starter or as a main course. It's an obvious reality when it comes to Italian customers. Very different if we are talking about foreigners - Dutch and German in the first place, who are used to go to Lake Maggiore - they do not recognize in the cheese an alternative to other food and, above all, they are eager to taste other typical specialty of our country."

Small-medium size, the "Cheese Bars" are restaurants are with forty seats, the most widespread in the north-central cities, with a target client ranges from 25 to 40 years.

In America, the formula works well since long time. The cheese bars are sprouting everywhere and theme nights are organized in the most fashionable restaurants. In Chicago, the Bin 36 (www.bin36.com) offers a choice of 50 types of cheese from cow's milk, goat and sheep that cost from 2 to 4 dollars per portion, served in a long list of wines from around the world. In France, a country of worship for cheese and good wine, the formula it's been appreciated since long time. Also in Italy, something is moving and the trend bodes well. It would work well if you er experts of cheese and can have a wide range of variety. "It's good to know that young people prefer softer flavors, so fresh or young cheese - says Vincenzo Murgia, the Gruppo Alimentare Sardo -. It is different when the age is raised. The adult target, in fact, prefers cheese and taste quite decided. Dairy products have always been in Sardinia. Over there, those are very popular dishes in the restaurants.

Today, these new types of venues, such as bars à fromage, work very well and if we can see always more and more opening."

The winning formula of 'cheese bar' is substantially in the approach between two worlds - cheese and wine - a marriage that enhances the pleasure of

gourmets. "We are facing a consumer who likes to learn more about the products that are part of the culture of our country - explains Gianni Faieta, owner of the "Imperial Taberna", the first Cheese Bar opened near Pescara (now also in Milan, Parma and Rome) - the boom of this phenomenon came out few years ago with the wine resulting in "overbooking" of sommelier courses. Today the trend is to deepen the knowledge of cheese, a product that once (and still today in southern Italy) was considered complementary to the main courses, but now it conquered its own space turning into a main dish.

We can just consider also its high nutritional properties. In the tasting room, 'cheese & wine' lovers can indulge themselves in various combinations, each consisting of six different specialties. In short, a place for connoisseurs, but also for those in "first taste": in fact, every cheese correspond to a card on which are explained the right combinations with jams, honey and wine.

In addition, if you want to become real experts, in that room they also organizes lectures and theme nights."

A DISH FOR TASTING

What about a vertical pecorino, a tour among the soft cheeses? To enrich the experience of tasting and to go beyond the traditional cutting board that has a little 'tired, even the presentation plays a crucial role.

"I am convinced that in all the fields in which a man works, and therefore also the one related to food, good food, casual atmosphere, it is possible to introduce progress and innovation elements."

This is how chef Davide Oldani (one Michelin star with the D'O Cornaredo) expresses himself in an interview with Giuseppe Meroni.

Innovation, according to Oldani, is also carried out on the table.

This is how, in collaboration with Schonhber Franchi (www.schoenhuberfranchi.com) some collection of plates, cutlery and glasses born.

Among the latest dishes created by the chef, we have Taste Peak (in the two images in these pages), specially designed for the cheese tasting (as well as dessert or for a composition of starters).

The dish, which is part of the series Assiette d'Or is in fine bone china and measures 31x13, 5 cm.



TIPS HOW TO STORE CHEESE

For all those restaurateurs who wish to undertake the "business of cheese" they should just know that for proper storage is necessary to block the maturation, safeguarding the organoleptic characteristics, and also protect it from external microorganisms that would lead to a deterioration of hygiene properties.

For storage of the cheese the best solution would be a room without light, slightly damp with a temperature maintained between 6 and 7 °.

Few, however, are lucky enough to have a cave or cellar suitable. We actually recourse to cold storage, where they settle the cheeses, perhaps in the warmest zone, closed individually in glass containers, bags, plastic film or aluminum, so that they do not mix flavors and aromas. Some cheeses like mozzarella are best kept if submerged in a container with water and salt. With these measures the degree of conservation of cheeses greatly exceeds that of meat and even many vegetables.

PAIRINGS JAMS, CHUTNEYS AND HONEY, PERFECT UNIONS

Among the most popular, currently, there are goats and alpine tome, soft

and creamy that blend well with a wide range of wines. Sauternes and Roquefort or Caciotta and Bonarda, depends on the portfolios and the "maître aux cheese", which suggests combinations and different flavors depending on the seasons and temperatures.

Fresh goat cheese

The goat has a sweet and sour taste, characteristics that are combined with quince jam. Alternatively, you can match them with a honey aroma and scent of lavender, heather and rosemary.

Ricotta

Ricotta is a by-product of milk, not really a cheese. It is made from whey that remains after making cheese. It has a taste that goes well with sweet products such as cocoa, sugar and dried fruit, and often serves also in the manufacture of pastry. It also combines the citrus honey, clover or alfalfa.

Growth or Stracchino

They are creamy cheeses, aroma and flavor of milk, sweet and slightly sour, vaguely resemble yogurt. Both are accompanied by tasty sweet-spicy mustard from Cremona.

Robiola

The soft cheese is a soft cheese that is well matched with acacia honey. Like most dairy products with a soft texture can be enjoyed along with a mustard mandarins.

Mozzarella

The fresh most famous Italian cheese. It has a soft delicate taste. For the offered version, it must be chosen fresh and maybe in its craft versions. It's not a surprise that goes well with red tomato jam, while for an unusual combination, fine the sour taste of mustard, plum or orange marmalade.

Pecorino

The paste of the cheese is white if the cheese is a few months of seasoning, later it takes a faint straw color. It's compact, friable and soft when it's young, with hints of milk and vegetables. It has a slightly spicy taste. The cheese is served with orange marmalade and acacia honey.

Grain (Parmigiano cheese)

The maturing of the grain varies from one to two years. It has a delicate and

fragrant aroma. For the combinations you can choose a combination with typical products of the areas of origin as Pumpkin mustards, pears and grapes. For the less seasoned grain you would prefer jams of green tomatoes or onions, seasoned with more than a taste of honey from the mountain: chestnut and rhododendron.

AT PAGE 40

A revolution called tablet

Simple, versatile, easy to use. With specific applications, the iPad replaces the handheld for the orders or the classic menu with multimedia and informative with no limits to creativity.

by Carmela Ignaccolo

The technological developments of recent years are well known: the advent of smartphones and tablets has indeed revolutionized many habits and practices.

And this, of course, also affected the restaurant industry.

First of all, thanks to the spread of app with geolocation systems that allow potential customers to find and book the local area best suited to their needs.

A good example in this sense, and the rest of the polis, which allows users to choose a restaurant based on the type, location and any promotions

enabled. The news also involved the app right on the front of operations, "undermining" systems already in use. How, for example, is going to handhelds for the orders, have a special management software capable of transmitting and work orders, issue invoices, organize staff and handle stocks.

Only up to three years ago, in fact, these were the undisputed future. But then, with the gradual spread of the tablet (iPad, specifically), things have changed and traditional management have had to deal with a very fierce opponent, because handy and easy to use. Here then is that so many companies have gradually started to develop applications specifically for the new media.

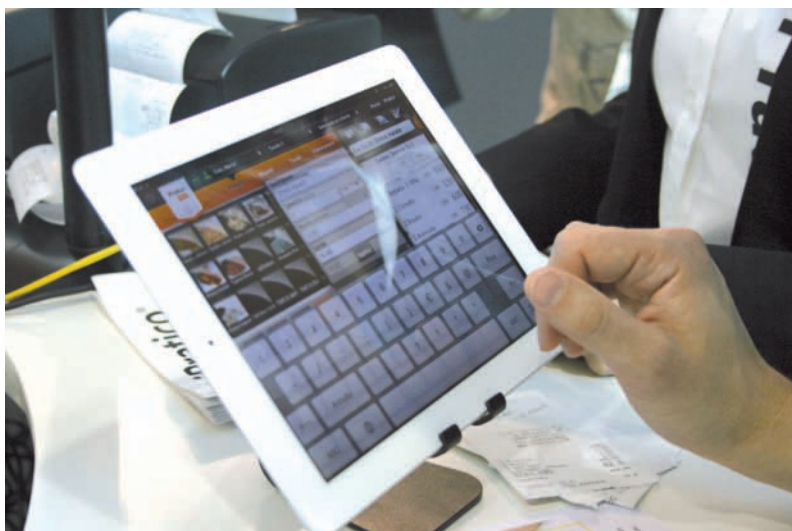
And so today it is always easier, download an app on your tablet and have access to a management in all respects, which performs the functions of a PDA.

It is also more evolved because it has a more graphic interface of appeal and very often customizable.

However, the functionality gradually acquired by the tablet does not end here.

The paper menu is likely to be increasingly threatened by this new generation of competitors.

In fact, the transfer of your local gastronomic proposal on an electronic device saves a lot of paper and at the same time offers the possibility to update, modify and enrich the menu in a timely manner, perhaps adding new pictures, adding video, providing nutritional information on the dishes, or suggesting combinations.



THE OPINION

Federico Facchini, owner and chef at L'Antico Borgo in Arcevia (Ancona) is not a neophyte in the field of new technologies and regarding applications management he does know he means. He is aware about some foreign companies, such as those of the United States and France, and he is convinced that in Italy we are not that backward in comparison. Indeed, he is very careful and precise with his restaurant so as to have obtained the certification of excellence on Tripadvisor, 2012. He has opted, among the many systems available today, for the Pos iPratico of which was from the beginning one of the first supporters.

"The advantages of this managements are several. First, the ease of use: it could be that intuitive.

And then also fits easily on a small bench like mine. In fact, the equipment is minimal: an iPad, a printer (which can also be connected wireless) and the IP station.

With regard to the investment I safely say that it is really affordable: we are talking about a total of no more than 3000 euro.

And we take into account that that also includes assistance and some ancillary features, such as compiling statistics on the data collected.

Next, as regards more specifically the needs of my case, the restaurant that is connected to the hotel, I must say that I really appreciate the functionality of coordinating the reservation of rooms and tables in order to streamline procedures for each client. Also then there's another advantage: the possibility of including without limitation the many wine labels that make up my basement (and I believe that many other restaurants have that link in their supply of wines, beers and spirits)."

The package offers iPratico as well as the ability to offer customers an electronic menu.

Do you find this feature useful?

"Honestly I do not make much appeal primarily because we have a menu that does not require to be consulted or studied.

And then I noticed that many customers still prefer the good old menu card (maybe because a little 'fasting because of technology or simply nostalgic.)"

POS IPRATICO

It is a cash point autonomous, independent and stylish, which provides all the functionality required of a cash point complete and safe: it manages the accounts, document printing and lowers the space limitations of the traditional instruments for the collection.

It does not require any special infrastructure: just a simple connection to the printer to be immediately operational.

iPratico POS, which uses Apple devices, can communicate with readers barcodes of different types.

This feature also makes it a great solution for every business in the world of retail, as well as catering. www.ipratice.com

RISTOPAD

Designed specifically for restaurants and hotels, RistoPad is an interactive menu that replaces the paper-based menu with iPad and tablet generation, making the choice of a wine or a dish a unique and fun.

With its simple and intuitive interface and a visual navigation allows RistoPad among the dishes on the menu and thorough research on the wine list, in consultation with the descriptions and insights.

With the functions of referencing you can search for the best food and wine pairings, get information on products and production houses, search by keyword, category, price, etc... www.risto-pad.com

AT PAGE 42

White wines, the novelty is called tradition

In terms of diversifying the offer, it is fundamental to meet the needs of an increasingly attentive to the authenticity and typicality. The wines made from indigenous grapes are experiencing a new maturity.

By Nicolò Regazzoni

A heritage still largely unexplored, actually concealing to every fascinating from the point of view of

wine culture and oenological but not always promising from a commercial point of view.

The wines made from native varieties are emerging from a phase of development fuelled by an exaggerated interest from the media, which in many cases has made a fashion phenomenon without solid strategies for development in the medium to long term.

At the same time, however, this type of wine continues to meet current market trends more than ever.

The problem is that in this aspect the wine market continues to perpetuate situations of lack of clarity, resulting also in a communication, which is not always timely and proper conduct as a part of the whole chain.

We have to think about the fact that the same definition of indigenous grape is often arbitrary and lacks any scientific value.

Fortunately today the situation is slowly evolving, not so much in favour of the hundreds of minor vines without any concrete outcome of the market, but rather to support the most common and popular grape varieties. Vines that belong to our tradition of wine and have a unique relationship



with specific areas planted with vines: a feature, the latter that in a globalized market and more and more approved potentially assumes a fundamental point of strength.

It is time to discover or rediscover our grape varieties, and the beautiful season inevitably leads to a focus on the white varieties, from north to south lend by them to accompany many food and wine pairings.

White wines full of personality, with changing colours, offering a kaleidoscope of sensations in various expressive registers and often also show a surprising vocation aging. Wines that are asking to be (re) proposed, because in the particular historical phase we are experiencing that belongs to the past carries precious promises of authenticity and typicality.

Umberto Cesari

Colle del Re

Albana di Romagna DOCG dry
www.umbertocesari.it

It is a wine to be drunk young, with pale yellow colour and a pleasant scent of apricot.

The taste is dry, well balanced, which is characteristic of this variety, Umberto Cesari grown on hilly terrain near Castel San Pietro Terme (Bo).

Pairings

Emilia-Romagna's classic dishes such as tortellini and Cappelletti. Dishes based on fish.

John Almondo

Vigne Sparse

Roero Arneis DOCG

www.giovannialmondo.com

He was born in the north-eastern province of Cuneo, the experience of one of the most important tenants of the Roero.

It tastes fruity and balanced. It is the result of the production process which involves pressing of the grapes in a controlled atmosphere and aging in stainless steel on the lees for 5 months.

Pairings

Hard cheese flavours important, fish and white meats. Ideal for cocktails and hors d'oeuvres.

Orsolani

The Rustia

Erbaluce di Calumet DOCG

www.orsolani.it

It comes from the Canavese, hilly area in the province of Turin, and is

distinguished by a characteristic scent of herbs, among which the sage, and taste fresh and tasty.

Fermentation in stainless steel and long aging on the lees.

Pairings

They have appetizers and main dishes, especially soups and rice. They include fish and vegetables.

Planeta

Alastro

Sicily Doc

www.planeta.it

It has aromas of ripe white melon and white peach, with a smooth taste, supported by a nice acidity, which enhances the freshness.

To drink now or to keep up to 4-5 years: surprising in its ability to evolve.

It comes from vineyards cultivated in the municipality of Grecanico Sanbuca of Sicily (Ag)

Pairings

First Mediterranean dishes, such as spaghetti with squash and mint soup with potatoes and pasta with broccoli.

Pisoni

Nosiola

Vineyards of the Dolomites IGT

www.pisoni.net

The Mediterranean climate of the Valley of the Lakes, in the province of Trento, is ideal for growing under organic and biodynamic indigenous white grape variety of this. The result is a wine with a particular scent of apricot and elderflower, with a slightly bitter aftertaste, reminiscent of hazelnut and almond.

Pairings

Oysters, raw seafood, light dishes based on fish and vegetables, Grana Padano little seasoned, trout, snails, stews and soups

Tower of the Blessed

We will play with the flowers

Pecorino Abruzzo DOC

www.torredeibeatit.it

This wine was born in the province of Pescara hillside vineyards, 25 kilometres from the Adriatic. It smells as hints of pear and white flowers and a recall of medicinal herbs, rounded notes of honeyed. It tastes smooth and balanced, with a lingering finish.

Pairings

Pasta with fish, fish / shellfish steamed, grilled fish, fried fish

The Monacesca

Matelica Verdicchio Doc

www.monacesca.it

This vine is grown millennial made in the town in the province of Ancona, and gives results of particular olfactory complexity, good structure and persistence.

The interpretation of La Monacesca is the contrast of aromas reminiscent of anise, cedar and dried fruit.

Pairings

Main dishes of fish, but also white meats and mild cheeses

Cantina Gallura

Canalyi

Vermentino di Gallura Superiore

www.cantinagallura.net

It was born in northern Sardinia, in an area between Sassari and Olbia, from vineyards grown on granite soils.

The nose offers notes of tropical fruit and hints of green pepper, while the palate is full and warm, pleasantly bitter.

Pairings

Catalan lobster, oysters, lobster sauce, pecorino Fiore Sardo and fresh

THREE QUESTIONS

TO DANILO BURATTI

Buratti GmbH

Santorastraße 3, 2482 Münchendorf (Austria)

tel. +43-225976670

www.buratti.at

Number of employees: 7

Area served: and around Vienna

1) On foreign markets, and in particular in Austria, which have the potential of local Italian wines?

There is interest in these tags, but it is still a niche market with very limited dimensions.

Demand comes mainly from enthusiasts, who sometimes want to drink something different, but it is certainly not a mass phenomenon.

2) What problems hinder a greater appreciation of these labels?

First, there is a problem of price, because of limit orders bottles of transportation costs affect a lot. Second place in restaurants is not always the staff is sufficiently trained and motivated to explain to customers the specificities of Italian grape varieties. Sometimes it becomes problematic if only the correct pronunciation of the name of a wine. No mention to the labels, which many times are not even think in relation to the foreign customers.

3) *How could we improve this situation?*

Greater communication would definitely help consumption. You have to win a kind of inertia, which pushes the food and the clientele to favour wines already known, rather than to try new bottles also often sold at high prices. Finally, I believe that wine producers can still do a lot for their provincialism entrepreneurial culture, acquiring greater expertise and experience at international level.

AT PAGE 46

Message in the bottle

A clear message coming from the front of the restaurant: on the table mineral waters with an elegant packaging, precious and unique wins.

FERRARELLE

Ferrarelle water

Elegant in its format dedicated to catering, Ferrarelle is distinguished by its natural effervescence which gives it a unique flavor profile: its carbonation, which is formed slowly among the rocks of the subsoil of an extinct volcano, gives rise to numerous fine bubbles and persistent, like the champagne ones, making full-flavored and soft, and giving a sour and sweet balanced structure at the same time. www.ferrarelle.it

BISCALDI

Voss

It comes from Norway, it's one of the purest waters in the world: the VOSS water.

The name in Norwegian means "waterfall", and it evokes its main characteristics freshness and intact purity.

For its elegant and minimalist design and its characteristics of purity VOSS water has become the favorite of many celebrities and star of international events, such as the celebration of the Oscars.

www.biscaldi.com

NORDA

Gaudianello

It is one of the freshest, most abundant mineral waters of the Vulture - Basilicata - and it has been on the market for more than a century. It's a natural sparkling water with just the right balance of minerals that give it a pleasant and refreshing taste. Gaudianello is available in the "Prestige" style, in size from 75 to 33 cl from the original and innovative design that is ideally product like a fine wine. www.gaudianellomonticchio.it

SANBENEDETTO

Prestige 75

The new Prestige line 75cl combines quality, exclusivity and refinement aesthetics: the bottle is slender with a sleek, sophisticated and elegant. The transparency of glass, embellished by etching St. Benedict, enhances the purity of mineral water. The use of color in the back label differentiates the three flavors of the range is characterized by the Natural pink.

The Frizzante (sparkling water) is marked by the blue color, enhanced by the Lightly Sparkling green. www.sanbenedetto.it

NORDA

Daggio

Born from the highest source in Europe, 1,935 meters, in Valsassina. It get conveyed to the plant Primethorpe (LC) through a stainless steel pipe, which is about 10 km long, where, bottled, pure and light arrives on our tables. Celebrated even in the most important magazines in the areas of planning and design, the bottle Elegance was designed by the young designer Tinna Petursdottir and is the most significant testimony of the attention that Norda raises the expectations of the restaurant. www.norda.it

SANGEMINI

Grazia

Acqua Grazia is a natural sparkling water.

It was born in the protected area, under contract, largest in Italy and has organoleptic properties, which give it a lively and light flavor.

Grazia also has high content of minerals (such as calcium, magnesium and potassium), which can help to maintain the water-salt balance of the body.

The wealth of bicarbonates and the low sodium content make the water ideal for a pleasant effervescence everyday. www.sangemini.it

BISCALDI

Ty Nant

Ty Nant was one of the first "design" water and the innovative use of the color cobalt blue was the essential element of its initial success. However, if the beauty of the packaging had not been matched in the quality of the product, its success would not be so disruptive.

Ty Nant is a natural mineral water from the rural and unspoiled countryside of Wales.

In 1992 there was the acquisition by the Group Biscaldi for the company Ty Nant Spring Water Ltd and the Italian market was the first one where the product was exported immediately getting a great appreciation that continues nowadays to the point of having elected style icon. www.biscaldi.com

DRINKING WATER

BORMIOLI ROCCO

Diamond

They are available in both clear and colored glass paste, in three shades particularly delicate and intense (oil, amethyst and sage green) glasses of the Diamond series, presented as a contemporary reinterpretation of craftsmanship. Capacity: 30 cl. www.bormioliorocco.it

RASTAL

Harmony

It is one of the most successful lines in crystalline glass Rastal, a design characterized by its particularly "edgy", more appreciated by the market than towards the more "traditional" round. The water glass is combined with the glasses of the same line. www.rastal.it

ZAFFERANO

Perle

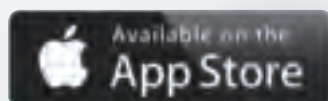
Twelve different colors for the line beads Saffron, handmade by master glassmakers and characterized by the mixture of transparencies and glass paste, a spiral applied and recovery from a broken ancient working. www.zafferanoitalia.com

Mixer Planet

IL SITO DELL'OSPITALITÀ A 360°

www.mixerplanet.com 

IL PIANETA
HORECA
HA UN NUOVO
PUNTO DI
RIFERIMENTO
ONLINE



Direttore responsabile
Francesca Pulitanò

Editore
Cooperativa Italiana Catering
Via Raffaello Sanzio 20 - 20090 Segrate (MI)

**Gestione Editoriale,
commerciale e amministrativa**



FIERA MILANO MEDIA S.p.A.

Editor Fabrizio Gomasasca 02 4997 6523
fabrizio.gomasasca@fieramilanomedia.it

In redazione
Maria Elena Dipace 02.4997.6554
mariaelena.dipace@fieramilanomedia.it
Carmela Ignaccolo 02.4997.6555
carmela.ignaccolo@fieramilanomedia.it

David Migliori 02.4997.6556
david.migliori@fieramilanomedia.it

Progetto Grafico Luca Ballirò

Art Director Luca Ballirò - 02 4997 6560
luca.balliro@fieramilanomedia.it

Grafica Diego Alfidi 02 4997 6559
diego.alfidi@fieramilanomedia.it

Coordinamento DTP Alberto Decari 02 4997 6561
alberto.decari@fieramilanomedia.it

Sales Manager Marco Fumagalli 02 4997 6033
marco.fumagalli@fieramilanomedia.it

Pubblicità Chiara Donini 02 4997 6547
chiara.donini@fieramilanomedia.it
Lombardia: Piera Pisati 02 4997 6548
piera.pisati@fieramilanomedia.it

Ufficio traffico Nadia Zappa 02 4997 6534
nadia.zappa@fieramilanomedia.it

Segreteria
Elena Cotos 02 4997 6553
elena.cotos@fieramilanomedia.it

Foto: Giulio Ziletti, Archivio, Istockphoto, 123rf, Fotolia

Hanno collaborato a questo numero:
Rachele Agostoni, Mariella Boni, Pietro Cinti, Gregori Nalon,
Nicolò Regazzoni

Stampa: Grafiche Serenissima s.r.l. - Pantigliate, Milano

Registrazione Tribunale di Bologna
n. 7082 del 3/1/2001. Roc n° 9799 del 14 giugno 2004



“Trita le erbe, stempera
le spezie, gira la salsa,
affetta, sfiletta, salta, sfuma,
inforna...”

Serve una mano in cucina?



Nuovo **Knorr CreaMenù** è salsa e aromatizzatore tutto in uno.
Così il tuo lavoro in cucina diventa più facile e più veloce.

**Scopri tutta la bontà e il gusto della gamma
CreaMenù sul nostro sito www.unileverfoodsolutions.it.
Knorr CreaMenù. La tua mano in più in cucina.**





Cooperativa Italiana Catering

Sede amministrativa
e commerciale
Via Raffaello Sanzio, 20
20090 Segrate (MI)

Tel. +39 02 26920130
Fax +39 02 26920248
www.coopitcatering.com
info@coopitcatering.com

*La qualità,
ogni giorno
ovunque.*

Cash & Carry
PROFESIONISTI DELLA RESTAURAZIONE

